

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

**AÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA A INCLUSÃO DAS
PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO ÂMBITO ORGANIZACIONAL**

MONOGRAFIA

Mariana Aymone Prato

Santa Maria, RS
2015

Mariana Aymone Prato

**Ações de Relações Públicas para a inclusão
das pessoas com deficiência no âmbito organizacional**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM,RS), como requisito para obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas.**

Orientadora: Prof^ª Dr^ª. Kalliandra Quevedo Conrad

Santa Maria, RS
2015

Mariana Aymone Prato

**AÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA A INCLUSÃO DAS
PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO ÂMBITO ORGANIZACIONAL**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas**.

Aprovada em 14 de dezembro de 2015:

Kalliandra Quevedo Conrad, Dra. (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Maria Ivete Trevisan Fossá, Dra. (UFSM)

Marco Bonito, Dr. (Unipampa)

Santa Maria, RS
2015

AGRADECIMENTOS

Primeiro, gostaria de agradecer minha mãe e meu pai por terem desempenhado perfeitamente o papel deles, me proporcionando todas as estruturas e recursos necessários para a minha evolução, além do amor, carinho e apoio que sempre encontrei e sempre vou encontrar dentro de casa.

Segundo, agradeço minha vó, por ter alugado o nosso apartamento, para que eu e meus primos conseguíssemos concluir nossos estudos sem sobrecarregar nossos pais. Ao meu primo Fernando, que por mais birrento que fosse, s estava ali para o que eu precisasse.

Aos meus amigos, que escutaram minhas queixas, reclamações, surtos e exageros nos grupos do Whatsapp e nas ligações, me acalmando, oferecendo ajuda e me fazendo rir nos momentos tensos.

As minhas colegas e amigas de Santa Maria, que estavam passando pelo mesmo que eu e mesmo assim, conseguíamos dar força uma para outra, principalmente nessa reta final, que tudo resolveu “dar errado”. Obrigada pelas risadas e pelo companheirismo.

Agradeço também ao Núcleo de Acessibilidade da UFSM, que me proporcionou a primeira “oportunidade profissional” e me fez sair de lá confiante com o futuro, cheia de ideias, com uma cabeça nova, vontade de aprender cada vez mais e buscar o diferencial. Agradeço a toda equipe, mas em especial a minha amiga Jupira, a Prof^a Silvia, Fabiane, Natana, Andreia, Clariane, que me acolheram muito bem. Carinho muito grande.

A minha amiga Fernanda e ao Cristhian por terem contribuído com minha pesquisa e estarem sempre disponíveis para me ajudar. E a minha orientadora Kalliandra, por ter me ajudado até o final sem se irritar com todas minhas dúvidas e principalmente por ter aceitado o desafio do tema.

Queria agradecer muito as minhas amigas, Gabe e a Natasha, que não importa o tempo que passe, vão estar sempre no meu pensamento e no meu coração e sei que em energia estão sempre comigo, me segurando a mão.

Volto a agradecer a minha mãe, porque o profissional não é nada se o pessoal não está bem e é ela que me empresta o ombro, os conselhos e a preocupação, é ela que eu recorro quando o “bixo pega”. Obrigada por tudo mãe.

RESUMO

Monografia de Graduação
Curso de Comunicação Social – Relações Públicas
Universidade Federal de Santa Maria

AÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA A INCLUSÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO ÂMBITO ORGANIZACIONAL

AUTORA: MARIANA AYMONE PRATO
ORIENTADORA: KALLIANDRA QUEVEDO CONRAD

Esta monografia tem como objetivo sugerir ações de relações públicas visando promover a inclusão das pessoas com deficiência no âmbito organizacional. Para isso, elegeram-se como objetivos específicos: articular os conceitos de comunicação e acessibilidade; traçar o perfil da pessoa com deficiência que está no mercado de trabalho, e; identificar a relação dessas pessoas com o ambiente organizacional. Ao final do trabalho, buscou-se compreender como as práticas de relações públicas podem contribuir para a inclusão das pessoas com deficiência no âmbito organizacional, considerando que as pessoas com deficiência geralmente são esquecidas pelos profissionais de comunicação. Para a elaboração desta monografia as técnicas utilizadas foram: a pesquisa bibliográfica, de modo a se cotejar o referencial teórico; a observação não participante, no intuito de se compreender o contexto das pessoas com deficiência; a entrevista em profundidade, para se obterem algumas informações mais específicas; e o questionário, para se conhecer o perfil da pessoa com deficiência que se encontra no mercado de trabalho e sua relação com o ambiente organizacional. Para o embasamento teórico da pesquisa, utilizou-se o autor Romeu Sasaki (1997) e, com base nas leis e decretos, abordou-se o tema da pessoa com deficiência. Para tratar acerca do conceito de comunicação organizacional, utilizaram-se autores renomados da área, tais como: Kunsch (2003; 2009); Torquato (2009); Nassar (2009); Rudimar Baldissera (2008), e, para se entender o conceito de “públicos”, foi utilizado Fábio França (2012). Com base na pesquisa, observou-se que é imprescindível que o profissional de relações públicas pondere estrategicamente de acordo com esses públicos, e que existem muitas ações possíveis para se contribuir com a inclusão da pessoa com deficiência no âmbito organizacional.

Palavras-chave: Comunicação organizacional. Pessoas com deficiência. Inclusão. Acessibilidade.

ABSTRACT

Monografia de Graduação
Curso de Comunicação Social – Relações Públicas
Universidade Federal de Santa Maria

PUBLIC RELATIONS ACTIONS TO THE INCLUSION OF DISABLED PEOPLE IN THE ORGANIZATIONAL CONTEXT

AUTHOR: Mariana Aymone Prato

GUIDANCE: Kalliandra Conrad

This monograph aims to suggest Public Relations actions for including disabled people in the organizational context, because the main function of the Public Relations professional is to think strategically on the public they target and we realize that disabled people are part of a public that is usually overlooked by communication professionals. With that said, the specific objectives are to articulate the concepts of communication and accessibility; comprehend the profile of disabled people that are in the job market and identify the relation of these people with the organizational environment. At the end of the work it was sought to understand how Public Relations practices can contribute to the inclusion of disabled people in the organizational context, considering that, generally, disabled people are forgotten by communication professionals. In the development of this monograph some research techniques were applied, such as bibliographic research to have a theoretical reference, non-participant observation to comprehend the context of disabled people, in-depth interview to obtain specific answers and questionnaire to be familiar with the profile of disabled people that are in the job market and their relation with the organizational environment. To have an interesting theoretical framework I used the author Romeu Sasaki (1997) and the laws and decrees to approach the theme of disabled people. On the other hand, to address organizational communication I used renowned authors from the area such as Kunsch (2003;2009) Torquato (2009) Nassar (2009), Rudimar Baldissera (2008) and to understand the concept of publics, it was used the author Fábio França (2012). After the research it was concluded that is indispensable to the Public Relations professional to strategically think about this publics and that exists many possible actions to contribute to the inclusion of the disabled people in the organizational context.

Keywords: Organizational Communication, disabled people, inclusion, accessibility

LISTA DE ILUSTRAÇÕES:

Figura 1 – População total do Brasil. (Adaptado: IBGE, 2000).....	17
Figura 2 – Tipos de deficiência no Brasil. (Adaptado: IBGE, 2000). Erro! Indicador não definido.	
Figura 3 – Tipos de deficiência no mercado de trabalho. (Adaptado: Portal da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos das Pessoas com Deficiência).....	18
Figura 4 – Escolaridade das pessoas com deficiência no mercado de trabalho. (Adaptado: Portal da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos das Pessoas com Deficiência).	18
Figura 5 – Entrevistados de acordo com o sexo.	54
Figura 6 – Entrevistados de acordo com a faixa etária.....	55
Figura 7 – Entrevistados de acordo com a escolaridade.....	55
Figura 8 – Entrevistados que trabalham ou trabalharam, mesmo portando deficiência visual.....	56
Figura 9 – Entrevistados de acordo com o tempo de inserção no mercado de trabalho.	56
Figura 10 – Respostas à questão “você recebeu alguma promoção no tempo em que trabalha nesta organização ou em outra que tenha trabalho anteriormente?”.	57
Figura 11 – Respostas à questão “o seu salário, era compatível com o de outros colegas de trabalho sem deficiência, que exerciam a mesma função?”.	57
Figura 12 – Respostas à questão “você ingressou na organização através da reserva de vagas para pessoas com deficiência ou a empresa não tinha essa necessidade?”.	58
Figura 13 – Respostas à questão “você se sente ou sentia incluído na organização?”...	59
Figura 14 – Respostas à questão “a organização dispunha/ dispõe de tecnologias assistivas para que você realizasse/ realize suas tarefas com autonomia?”.	59
Figura 15 – Respostas à questão “Quais tecnologias assistivas/ajudas técnicas o auxiliariam para um melhor desenvolvimento de suas tarefas?”.	60
Figura 16 – Respostas à questão “a organização possui ou possuía acessibilidade nos seus espaços físicos e arquitetônicos?”.	61
Figura 17 – Respostas à questão “a organização utiliza ou utilizava quais meios para se comunicar com seus funcionários?”.	61
Figura 18 – Respostas à questão “os meios de comunicação que a organização utiliza ou utilizavam eram acessíveis?”.	62

Figura 19 – Respostas à questão “os meios de comunicação que a organização utiliza ou utilizavam eram acessíveis?”.....	63
Figura 20 – Respostas à questão “a organização possui um canal de apoio aos seus funcionários com deficiência, para sugestões, reclamações, orientações etc”.....	63
Figura 21 – Respostas à questão “seus colegas de trabalho tratam ou tratavam-no com respeito e valorização?”.....	63
Figura 22 – Respostas à questão “sua presença e seu trabalho são utilizados e valorizados pelos colegas e direção?”.....	64
Figura 23 – Respostas à questão “quais as maiores barreiras que você encontra ou encontrou na organização?”.....	65
Figura 24 – Respostas à questão “se você pudesse optar pela melhoria de apenas uma das dificuldades encontradas no dia-a-dia. Qual seria?”.....	66
Figura 25 – Respostas à questão “você concorda que existe muitas possibilidades de emprego para quem possui deficiência visual?”.....	66

INTRODUÇÃO

1	AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE	13
1.1	Histórico da inclusão das pessoas com deficiência.....	13
1.2	Tipos de deficiência	19
1.3	Barreiras	20
1.4	Leis.....	21
1.5	Acessibilidade	24
1.6	Mercado de trabalho para as pessoas com deficiência.....	25
2	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ACESSIBILIDADE: RELAÇÃO, HISTÓRICO, DEFINIÇÃO E PÚBLICOS	29
2.1	A relação comunicação/inclusão dentro da organização	29
2.2	Histórico da Comunicação Organizacional no Brasil.....	30
2.3	Comunicação organizacional	33
2.4	A importância de se pensar nos Públicos.....	38
3	REFERENCIAL METODOLÓGICO	44
3.1	Processo Metodológico	44
3.1.1	Observação não participante	45
3.1.2	Entrevista	45
3.1.3	Questionário	46
3.1.4	A Associação dos Cegos e Deficientes Visuais de Santa Maria	50
3.1.5	Associação dos Surdos de Santa Maria (ASSM)	52
3.2	Análise dos dados	53
3.2.1	O perfil da pessoa com deficiência visual	54
3.2.2	Relação da pessoa com deficiência no âmbito organizacional	57
3.3	Ações de comunicação para a inclusão das pessoas com deficiência.....	69
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78

INTRODUÇÃO

Embora o preconceito e a discriminação ainda persistam no cotidiano das pessoas com deficiência, transformações significativas também ocorreram ao longo do tempo. Uma delas é a crescente presença das pessoas com deficiência nas organizações, e a simultânea tomada de consciência acerca da importância da inclusão delas, razão pela qual o profissional de relações públicas deve estar atento a esse tema.

O processo de incorporação das pessoas com deficiência na sociedade passou por várias fases, desde a segregação, a integração, até a atual inclusão. Por isso utilizaremos, neste trabalho, o conceito de inclusão, que difere do conceito de integração. De acordo com o conceito de inclusão a sociedade se adapta para poder incluir, em seus sistemas sociais gerais, as pessoas com deficiência, que passam assumir papéis ativos na sociedade.

Com relação a esses conceitos, vemos “a integração significando a inserção da pessoa deficiente preparada para conviver na sociedade” e a inclusão simbolizando a “modificação da sociedade como pré-requisito para a pessoa com necessidades especiais buscar seu desenvolvimento e exercer a cidadania.” (SASSAKI, 1997, p. 43).

Tendo em vista essas considerações, o presente trabalho aborda a temática “Acessibilidade e Comunicação Organizacional” e tem como objetivo geral sugerir ações, na área das relações públicas, que visem à inclusão das pessoas com deficiência no âmbito organizacional.

Para alcançar tal objetivo, os seguintes objetivos específicos também foram considerados: articular os conceitos de acessibilidade à comunicação organizacional; conhecer o perfil das pessoas com deficiência; identificar as relações das pessoas com deficiência de acordo com o ambiente organizacional.

Ao final do trabalho, busca-se responder ao seguinte questionamento: “como as práticas de relações públicas podem contribuir para a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações?”.

A escolha do tema se deu em função da inserção desta pesquisadora no Núcleo de Acessibilidade da UFSM, no início de 2014, onde foi possível estabelecer os primeiros contatos com as pessoas com deficiência e, dessa forma, apreender de perto as dificuldades que enfrentam no dia-a-dia.

Tal experiência permitiu que se constatassem os desafios colocados aos profissionais da área das relações públicas que, em geral, contam com pouco preparo para trabalhar com pessoas com deficiência, a quem se apresentam diversas barreiras arquitetônicas, comunicacionais, sociais e atitudinais.

Haja vista que as pessoas com deficiência encontram-se, a cada dia, mais presentes no interior das organizações, os profissionais de relações públicas necessitam se adaptar frente a essas novas circunstâncias, de modo a alcançar esse público, que deve ser percebido como tão importante como qualquer outro.

Além disso, a lei nº 8.213 - em vigor desde 24 de julho de 1991 – traz, em seu artigo 93, a obrigação de que todas as empresas, com cem ou mais funcionários, devam preencher o seu quadro de recursos humanos incluindo pessoas portadoras de deficiência, ocupando um percentual entre 2% e 5% do montante total de cargos.

Art. 93. A empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção:

I- até 200 empregados.....	2%;
II- de 201 a 500.....	3%;
III - de 501 a 1.000.....	4%;
IV - de 1.001 em diante.	5%.

O não cumprimento dessa lei acarreta em multas de valor elevado. Tendo isso em vista, se podem levantar alguns questionamentos, tais como: será que as organizações contratam funcionários com deficiência somente com o intuito de cumprir a lei? As organizações dão algum suporte às pessoas com deficiência? Esses são alguns dos questionamentos que balizarão o desenvolvimento da presente pesquisa.

Em pesquisa bibliográfica previamente realizada, com base na palavra-chave “comunicação organizacional”, podem ser encontrados numerosos trabalhos. Contudo, no que se refere a trabalhos que vinculem essa temática com a da “acessibilidade”, apenas dois artigos foram localizados.

O artigo de Eliara Solange Rothmann, acadêmica de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, intitulado “Acessibilidade na Comunicação Organizacional: desafio para as Relações Públicas”, apresenta o propósito de discutir as estratégias e ferramentas de comunicação que, nesse contexto, podem ser acessadas por profissionais da área de relações públicas.

Além disso, no artigo intitulado “Acessibilidade na Comunicação: uma análise na Prefeitura de Itajaí/SC”, da acadêmica de Relações Públicas Tais Rosana Moser, da

Universidade do Vale do Itajaí, trouxe como proposta analisar a acessibilidade na comunicação da Prefeitura de Itajaí/SC, no que se refere às pessoas com deficiência auditiva ou visual.

Tendo em vista o baixo número de estudos acerca da acessibilidade na comunicação organizacional, vemos a oportunidade de contribuir para a criação de uma nova agenda de pesquisa, afinal, deve ser levado em conta que pessoas com deficiência também são públicos de uma organização. Desse modo, sustenta-se que as ações de comunicação também devem ser voltadas para essas pessoas.

No primeiro capítulo, será abordada a evolução da inclusão das pessoas com deficiência; as definições e tipos de deficiência, de acordo com o decreto nº 3.298; as barreiras identificadas; as leis específicas; o mercado de trabalho voltado para a pessoa com deficiência, e os conceitos de acessibilidade. Após tal abordagem, tais conceitos poderão ser articulados com a comunicação organizacional. Também serão utilizadas, como base para a discussão, as leis, decretos e normativas do país, além das contribuições de Romeu Sasaki, estudioso do tema da inclusão.

No segundo capítulo, tentar-se-á compreender e explicar a comunicação organizacional, de acordo com definições elaboradas por os autores da área, procurando se empreender uma análise acerca do o histórico da comunicação organizacional no Brasil, a maneira como se dá a comunicação organizacional, bem como e as definições de públicos. O objetivo do capítulo é buscar informações que permitam uma articulação teórica com a inclusão das pessoas com deficiência. Os autores que serão utilizados para se realizar tal levantamento serão: Fábio França; Jorge Duarte; Margarida Kunsch; Paulo Nassar; Rudimar Baldissera; Wilson Bueno, entre outros.

No terceiro capítulo, será apresentada a metodologia a ser utilizada na execução da pesquisa, onde estarão detalhados os processos e as técnicas empregadas, tais como a entrevista em profundidade, o questionário e as informações levantadas na Associação dos Surdos de Santa Maria e na Associação dos Cegos e Deficientes Visuais de Santa Maria. A escolha da metodologia e das técnicas foi baseada nos apontamentos de Duarte e Lakatos.

Por fim, também a análise dos dados será realizada nesse ultimo capítulo, demonstrando-se os resultados alcançados na pesquisa, bem como sugestões de ações de relações públicas próprias para esse público específico.

1 AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE

Neste primeiro capítulo, será abordado o histórico da inclusão das pessoas com deficiência, visando-se compreender a evolução dos conceitos e as razões que levaram à tentativa da inclusão, além dos respectivos tipos e definições de deficiências, de modo a demonstrar a diversidade de formas de deficiência que as pessoas possuem.

Neste capítulo, propõe-se também uma reflexão acerca dos diversos tipos de barreiras que essas pessoas encontram ao decorrer do cotidiano, além de um exame acerca das leis com as quais as pessoas com deficiência podem se apoiar, e as características do mercado de trabalho no que se refere às pessoas com deficiência e à acessibilidade.

Para elaborar o referencial teórico proposto, serão utilizados os estudos do Sasaki (1997), as leis e decretos que visam proporcionar o suporte necessário à tentativa de inclusão, entre outros.

1.1 Histórico da inclusão das pessoas com deficiência

Para dar início à pesquisa, devemos compreender o contexto em que as pessoas com deficiência encontram-se inseridas para, então, analisar as barreiras que, desde o início, foram encontradas por elas. Outro objetivo do presente capítulo é o de se analisar as leis que dão suporte à inclusão dessas pessoas, as barreiras que encontram, as formas de acessibilidade e as possíveis ações e estratégias para a inclusão dessas pessoas.

De acordo com a Norma Brasileira 9050, da Associação Brasileira de Normas e Técnicas (ABNT/NBR 9050, 1994), deficiência é a “redução, limitação ou inexistência das condições de percepção das características do ambiente ou de mobilidade e de utilização de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos, em caráter temporário ou permanente”.

As pessoas com deficiência vivenciam recorrentemente, nas suas trajetórias, casos de discriminação, exclusão e resistência. Por exemplo, em outrora as crianças não podiam frequentar a mesma sala de aula que crianças sem deficiência, de modo que, desde pequenas, eram excluídas da sociedade, não dispoñdo da oportunidade de superar seus obstáculos. Isso sem falar dos casos e que as próprias famílias tornavam reclusos os seus entes com deficiência, receosos das reações do restante da sociedade.

Apesar de, na atualidade, ainda persistirem casos de famílias que mantêm as pessoas com deficiência confinadas no ambiente familiar, em função do medo dessa rejeição por parte da sociedade, essas pessoas vem contando com mais oportunidades e conquistando aos poucos seus espaços na sociedade. Gradualmente, os conceitos para essa inserção das pessoas com deficiência veem mudando, um exemplo disso é o conceito de integração que, de acordo com Sasaki (1997, p. 30),

[...] Surgiu para derrubar a prática da exclusão social a que foram submetidas as pessoas com deficiência por vários séculos. A exclusão ocorrida em seu sentido total, ou seja, as pessoas portadoras de deficiência eram excluídas da sociedade para qualquer atividade porque antigamente elas eram consideradas inválidas, sem utilidade para a sociedade e incapazes para trabalhar, características estas atribuídas indistintamente a todos que tivessem alguma deficiência.

Segundo Sasaki (1997, p. 31), a integração das pessoas com deficiência começou a tomar forma “mais ou menos a partir do final da década de 60, [quando] o movimento pela integração social começou a procurar inserir as pessoas portadoras de deficiência nos sistemas sociais gerais como a educação, o trabalho, a família e o lazer.”.

Já na década de 1970, se instalou o princípio da normalização que, para Sasaki (1997, p. 32), “significa criar, para pessoas atendidas em instituições ou segregadas de algum outro modo, ambientes o mais parecidos possíveis com aqueles vivenciados pela população em geral.”.

Com isso, vê-se que o conceito de integração, da década de 1970, visava à construção de espaços separados para as pessoas com deficiência, à semelhança daqueles em que as pessoas sem deficiência viviam, buscando possibilitar com que elas experimentassem uma vivência parecida com a de qualquer outra pessoa, embora privadas da interação com as pessoas sem deficiência.

Na década de 1980, se utilizava o termo *mainstreaming*, na área da educação especial. De acordo com Sasaki (1997, p. 32), “termo [esse] que na maioria das vezes tem sido utilizado sem tradução e que significa levar os alunos o mais possível para os serviços educacionais disponíveis na corrente principal da comunidade.”.

No passado, o *mainstreaming* consistia em colocar estudantes [com deficiência] em classes comuns, principalmente classes acadêmicas, para finalidades instrucionais. Com frequência, o mesmo estudante era colocado em várias classes. Por exemplo, esse estudante poderia estar colocado na aula de matemática da 3º série, na aula de leitura da 2º série e na aula de educação física da 4º série. Assim, ele nunca pertencia realmente a nenhuma turma.” (Robertson *apud* SASSAKI, 1997, p.33)

Sasaki (1997, p. 33) afirma que,

[...] Tanto o princípio da normalização como o processo de *mainstreaming* foram importantes elementos na aquisição de conhecimentos e experiências de integração que, mais tarde, abriram caminho para o surgimento do paradigma da inclusão e da equiparação de oportunidades.

Contudo, foi por volta dos anos de 1980 e início dos anos 1990 que instituições sociais voltadas para as pessoas com deficiência começaram:

[...] A perceber e a disseminar o fato de que a tradicional prática da integração social não só era insuficiente para acabar com a discriminação que havia contra este segmento populacional, mas também era muito pouco para propiciar a verdadeira participação plena com igualdade de oportunidades. (SASSAKI, 1997, p. 33).

Sasaki (1997) afirma que a integração social consiste no esforço de se inserir na sociedade as pessoas com deficiência que alcançaram um nível de competência compatível com os padrões sociais vigentes. Isso quer dizer que as pessoas com deficiência devem estar preparadas para superar certas barreiras. Com isso, o autor entende que a tão defendida e almejada prática da integração social ocorria e ainda ocorre de três formas:

1. Pela inserção pura e simples daquelas pessoas com deficiência que conseguiram ou conseguem, por méritos pessoais e profissionais próprios, utilizar os espaços físicos e sociais, bem como seus programas e serviços, sem nenhuma modificação por parte da sociedade, ou seja, da escola comum, da empresa comum, do clube comum etc.
2. Pela inserção daqueles portadores de deficiência que necessitavam ou necessitam alguma adaptação específica no espaço físico comum ou no procedimento da atividade comum a fim de poderem, só então, estudar, trabalhar, ter lazer, enfim, conviver com pessoas não deficientes.
3. Pela inserção de pessoas com deficiência em ambientes separados dentro dos sistemas gerais. Por exemplo: escola especial junto à comunidade; classe especial numa escola comum; setor separado dentro de uma empresa comum; horário exclusivo para pessoas com deficiência num clube comum

etc. Esta forma de integração, mesmo com todos os méritos, não deixa de ser segregativa. (SASSAKI, 1997, p. 34)

Contudo, sabe-se que nenhuma dessas “formas de integração social satisfaz plenamente os direitos de todas as pessoas com deficiência, pois a integração pouco ou nada exige da sociedade em termos de modificação de atitudes, de espaços físicos, de objetos e de práticas sociais.” (SASSAKI, 1997, p. 35).

Com isso, Sasaki (1997, p. 40) aborda um novo conceito, em que se caracteriza a inclusão social como “o processo pelo qual a sociedade se adapta para poder incluir, em seus sistemas sociais gerais, pessoas com deficiência e, simultaneamente, estas se preparam para assumir seus papéis na sociedade.”

A inclusão social é um via de mão dupla, na qual as pessoas com deficiência e a sociedade procuram, juntas, resolver os problemas e efetivar a equiparação de oportunidades para todos.

A inclusão social, portanto, é um processo que contribui para a construção de um novo tipo de sociedade através de transformações, pequenas e grandes, nos ambientes físicos (espaços internos e externos, equipamentos, aparelhos e utensílios, mobiliários e meios de transporte) e na mentalidade de todas as pessoas, portanto também do próprio portador de necessidades especiais. (SASSAKI, 1997, p. 42).

Tendo em vista essa premissa do autor, percebe-se que a comunicação é uma grande aliada para a inclusão social das pessoas com deficiência, pois a comunicação permite a conscientização através de informações e ações em todos os ambientes, atingindo a mentalidade das pessoas e oferecendo suporte para que as pessoas com deficiência melhor exerçam as suas capacidades.

Apesar do fato de que, na atualidade, a inclusão das pessoas com deficiência tenha aumentado significativamente, continuam a existir pessoas que carregam preconceitos velados, como o de que as pessoas com deficiência não possuem capacidade de realizar as mesmas coisas que uma pessoa sem deficiência, que seria melhor essa pessoa se isolar do convívio social para não se machucar fisicamente, psicologicamente e não atrapalhar os outros.

Mas, na verdade, as pessoas com deficiência contam com as mesmas capacidades de aprendizado de que dispõem as pessoas sem deficiência. Além da necessidade de convívio social, as pessoas com deficiência gozam dos mesmos direitos, como o de ir e vir e de serem tratados com dignidade, de modo que essas pessoas são como as outras, pois não é a deficiência que define o que elas podem ou não fazer.

De acordo com o CENSO 2010, do total de 169,8 milhões de pessoas no Brasil, 45,6 milhões declararam-se com alguma deficiência, perfazendo um total de 24% da população nacional

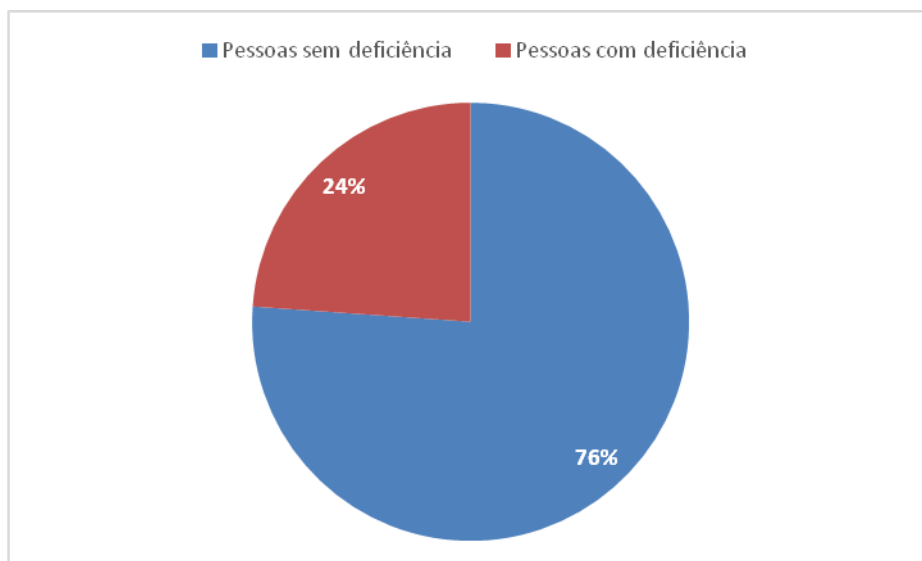


Figura 1 – População total do Brasil. (Adaptado: IBGE, 2000).

De acordo com o portal da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos das Pessoas com Deficiência, cerca de 46,3 milhões de brasileiros trabalhavam com carteira assinada em 2011; desses, 325.291 eram pessoas com deficiência. Dentre esses trabalhadores há significativa predominância das pessoas com deficiência física (53,55%), seguido das pessoas com deficiências auditivas (22,61%), visuais (6,71%), intelectual (5,78%) e, por último, as pessoas com deficiência múltipla (1,27%). Os empregados reabilitados representaram 10% do total.

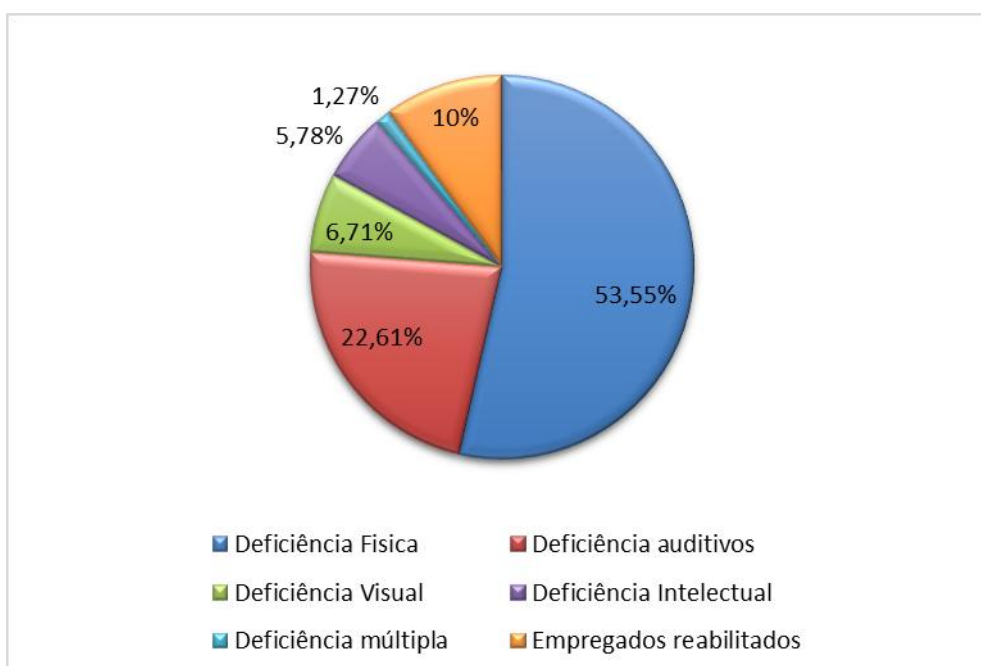


Figura 2 – Tipos de deficiência no mercado de trabalho. (Adaptado: Portal da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos das Pessoas com Deficiência).

Quanto à escolaridade, das 325 mil pessoas com deficiência empregadas, 136.077 (41,9%) concluíram o ensino médio; no que se refere ao curso superior completo, o dado, do ano de 2011, aponta 39.651 pessoas (12,18%); com ensino fundamental completo, o número, para o ano de 2011, indica um total de 38.139 pessoas (11,72%). Já na classificação por gênero, os homens com deficiência são maioria no mercado de trabalho, com participação de 65,74% do total.

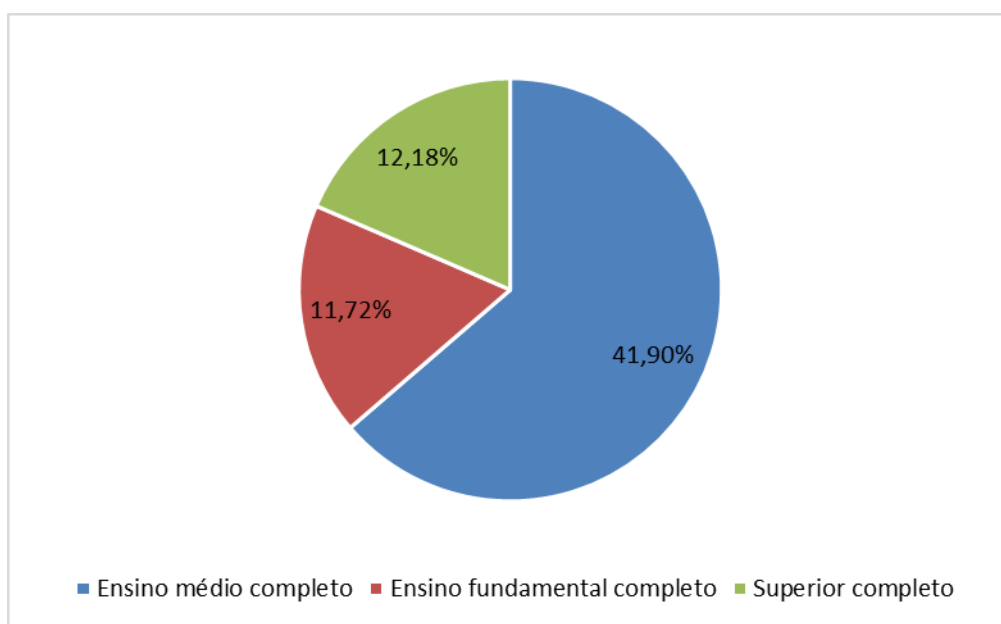


Figura 3 – Escolaridade das pessoas com deficiência no mercado de trabalho. (Adaptado: Portal da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos das Pessoas com Deficiência).

Tendo em vista esses dados, verifica-se que dos 24,6 milhões de pessoas com deficiência no país, apenas 1,33% encontra-se no mercado de trabalho. A maioria é composta por homens e possui ensino médio completo. A deficiência visual é a que atinge maior número de pessoas na sociedade brasileira, por outro lado, dentre os que se encontram empregados (com carteira assinada) a maioria é composta por pessoas com deficiência física. Assim, para se melhor conhecer e compreender as deficiências, é necessário antes se conhecer de maneira pormenorizada os tipos de deficiências existentes, portanto, tal tópico será abordado na próxima seção.

1.2 Tipos de deficiência

Sabe-se que existem tipos e graus diferentes de deficiência, e para se entender as diferentes necessidades das pessoas com deficiência devem-se elaborar conceitos acerca

Deficiência Física	Alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física, apresentando-se sob a forma de paraplegia, paraparesia, monoplegia, monoparesia, tetraplegia, tetraparesia, triplegia, triparesia, hemiplegia, hemiparesia, ostomia, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, nanismo, membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as deformidades estéticas e as que não produzam dificuldades para o desempenho de funções;
Deficiência auditiva	Perda bilateral, parcial ou total, de um decibéis (dB) ou mais, aferida por audiograma nas frequências de 500Hz, 1.000Hz, 2.000Hz e 3.000Hz;
Deficiência Visual	Cegueira, na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; a baixa visão, que significa acuidade visual entre 0,3 e 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; os casos nos quais a somatória da medida do campo visual em ambos os olhos for igual ou menor que 60°; ou a ocorrência simultânea de quaisquer das condições anteriores;
Deficiência Mental	Funcionamento intelectual significativamente inferior à média, com manifestação antes dos dezoito anos e limitações associadas a duas ou mais áreas de habilidades adaptativas, tais como: 1. comunicação; 2. cuidado pessoal; 3. habilidades sociais; 4. utilização dos recursos da comunidade; 5. saúde e segurança; 6. habilidades acadêmicas; 7. Lazer e; 8. trabalho;
Deficiência Múltipla	Associação de duas ou mais deficiências;

de suas características. De acordo com o Decreto nº 5.296/04, art. 5º, os tipos de deficiência se enquadram nas seguintes categorias:

Quadro 1 – Definições das deficiências

Fonte: Decreto¹ No 3.298, de 20 de dezembro de 1999.

¹ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm> Acesso em 17 de outubro de 2015.

Analisando o Quadro 1, pode-se verificar que as categorias e características das deficiências são bem distintas, de modo que cada deficiência necessita de diferentes adaptações para a inclusão na sociedade. São muitas as barreiras que essas pessoas encontram no dia-a-dia, por isso, no próximo capítulo, serão trazidas e exemplificadas as diferentes barreiras que estas pessoas encontram diariamente no seu cotidiano.

1.3 Barreiras²

São muitas as barreiras que as pessoas com deficiência encontram no seu dia-a-dia. A mais lembrada é a barreira física e arquitetônica. Mas as barreiras vão muito além, elas podem ser também de ordem comunicacional, social e atitudinal.

As barreiras físicas e arquitetônicas correspondem aos obstáculos que não permitem o uso adequado do meio, geralmente originados por estruturas não adaptadas de edifícios ou áreas urbanas. Exemplos são edifícios que tem mais de um andar e não possuem elevadores ou rampas, somente escadas, o que impede que cadeirantes ou pessoas com dificuldade de locomoção possam ter acesso ao piso superior do local.

Outros exemplos são as calçadas com degraus, portas estreitas e rampas com inclinação exagerada. Este último, bastante frequente, afinal, apesar da lei da acessibilidade prever que locais públicos devam ser adaptados, as novas construções e reformas costumam ser realizadas às pressas, prejudicando a efetividade da acessibilidade.

Por sua vez, as barreiras comunicacionais correspondem às dificuldades geradas pela ausência de informações em locais públicos. Por exemplo, placas e outras formas de comunicação visuais às quais o deficiente visual não pode ter acesso; informações via áudio às quais os deficientes auditivos também não podem ter acesso. É comum também a utilização de apenas uma dessas formas, ou visual ou auditiva.

Além disso, outra questão que deve ser levada em conta refere-se às cores utilizadas nos materiais de informação, que em muitos casos dificultam a leitura por

² As informações contidas neste subcapítulo foram baseadas nas informações do site Acessibilidade na prática. Disponível em: < <http://www.acessibilidadenapratica.com.br/textos/tipos-de-barreiras/> > Acesso em 19 de outubro de 2015.

parte de pessoas que têm baixa visão, não havendo um contraste suficiente. Outras barreiras comunicacionais são a falta de sinalização urbana, a ausência de legendas e a escassez de áudio-descrição na TV, entre outras.

As barreiras sociais referem-se aos processos de inclusão/exclusão social de grupos ou categorias de pessoas, especialmente no que se refere às chamadas “minorias”³.

O principal exemplo de barreira social é o preconceito, produzido pela falta de informação, o que leva as pessoas a acreditarem equivocadamente que as pessoas com deficiência não são capazes de realizar tarefas cotidianas ou que não dispõem de capacidades intelectuais, o que não condiz com a realidade dado que as pessoas com deficiência somente precisam de oportunidades.

Por fim, as barreiras atitudinais referem-se às práticas, atitudes e comportamentos dos indivíduos, mediante os quais os demais membros da sociedade impedem o acesso de outras pessoas a algum determinado local, seja de forma intencional ou não.

Exemplo disso é quando pessoas sem nenhuma deficiência estacionam em frente a rampas de acesso ou em outros em locais destinados às pessoas com deficiência. Da mesma forma identificam-se barreiras atitudinais em outras situações como quando são flagrados carros estacionados nas calçadas, obstruindo a passagem dos pedestres e bloqueando o piso tátil direcional e outros.

Tendo em vista essas barreiras que as pessoas com deficiência geralmente encontram, pode-se perceber que a maioria delas ocorre em decorrência da falta de informação das demais pessoas, que muitas vezes não percebem que pequenos atos podem afastar as pessoas com deficiência da inclusão social.

Atualmente, existem muitas leis que contribuem para a eliminação dessas barreiras, leis que obrigam acessibilidade arquitetônica em locais públicos; áudio-descrição e *closed caption* na televisão, entre outras, como será visto na seção seguinte.

1.4 Leis

³ Segundo Sodré “a minoria aparece como conceito de um lugar onde se produz um fluxo de discursos e ações com o objetivo de transformar um determinado ordenamento fixado no nível de instituições e organizações.” E a “minoría é uma recusa de consentimento, é uma voz de dissenso em busca de uma abertura contra-hegemônica no círculo fechado das determinações societárias.” (SODRÉ, 2005)

É significativo o número de leis que visam prestar suporte às pessoas com deficiência, tais como: leis que dispõem sobre o atendimento prioritário; leis que estabelecem as diretrizes e bases da educação nacional; lei de acesso aos torcedores com deficiência aos estádios; lei que institui a bolsa atleta; lei que estabelece suporte à pessoa com deficiência visual possibilitando o ingresso em lugares públicos acompanhado do seu cão-guia; lei que obriga áudio-descrição na televisão, assim como *closed caption*; vagas de estacionamento prioritárias; lei do trabalho para as pessoas com deficiência.

De acordo com o Instituto Brasileiro dos Direitos da Pessoa com Deficiência (IBDD)⁴ a primeira lei que assumia amplamente suas obrigações em relação às pessoas com deficiência foi criada no dia 24 de outubro de 1989, conforme descrito no parágrafo abaixo:

No dia 24 de outubro de 1989 o presidente José Sarney promulgava uma lei em que, pela primeira vez, o Estado brasileiro assumia amplamente suas obrigações em relação às pessoas com deficiência. Estava criada a Lei 7.853 que criminalizou o preconceito e conferiu ao Ministério Público a tarefa de também defender os direitos coletivos das pessoas com deficiência. Com ela, procurou-se garantir a igualdade pelos princípios básicos que norteiam a democracia.

Apesar do tempo significativo de existência, e de haverem numerosas leis que prestam esse auxílio às pessoas com deficiência, a realidade em que estas pessoas vivem ainda está muito longe do ideal, muito longe do aceitável. Afinal, ainda existe o preconceito, as empresas não cumprem as leis, as pessoas não respeitam sequer o direito mais básico, que é o de ir e vir de outrem.

Daremos destaque, tendo em vista os fins desta pesquisa, à lei 8.213, que se encontra em vigor desde 24 de julho de 1991. No seu artigo 93, a lei obriga que todas as empresas com cem ou mais funcionários preencham o seu quadro, entre 2% e 5% dos cargos, com pessoas com deficiência.

Art. 93. A empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção:

- I - até 200 empregados.....2%;
- II - de 201 a 500.....3%;
- III - de 501 a 1.000.....4%;
- IV - de 1.001 em diante.5%.

³ Instituto Brasileiro dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Disponível em: < <http://www.ibdd.org.br/>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

Ainda sobre a lei nº 8.213/91:

§ 1º A dispensa de trabalhador reabilitado ou de deficiente habilitado ao final de contrato por prazo determinado de mais de 90 (noventa) dias, e a imotivada, no contrato por prazo indeterminado, só poderá ocorrer após a contratação de substituto de condição semelhante.

§ 2º O Ministério do Trabalho e da Previdência Social deverá gerar estatísticas sobre o total de empregados e as vagas preenchidas por reabilitados e deficientes habilitados, fornecendo-as, quando solicitadas, aos sindicatos ou entidades representativas dos empregados.

De acordo com o Portal G1⁵, pertencente à empresa Globo, a Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH), realizou uma pesquisa com 2.949 profissionais do setor, cujo resultado apontou que 81% dos recrutadores contratam pessoas com deficiência apenas para cumprir a lei, sendo que 4% contratam por acreditar no potencial, e 12% que o fazem independentemente de cota.

Sabe-se que muitos empregadores só contratam as pessoas com deficiência por obrigação, já que se trata de lei, de modo que o não cumprimento da mesma acarreta em multas de valores elevados. Porém, é comum que os gestores das organizações não observem devidamente o que o respectivo funcionário com deficiência necessita, o que pode prejudicar o cumprimento apropriado das funções exercidas por parte dessas pessoas, impedindo-as de demonstrar o seu potencial efetivo.

Além disso, há o valor ético que as organizações devem adotar, incluindo a diversidade no interior das mesmas, colaborando para o combate ao preconceito e para o reconhecimento da importância da promoção da igualdade entre as pessoas. Afinal, as pessoas com deficiência, quando dispõem dos suportes necessários que respeitem suas condições para a execução do seu trabalho, contam com as mesmas chances de serem produtivas como qualquer outro funcionário, participando ativamente do mercado de trabalho.

⁵ GLOBO, G1. Disponível: <<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2014/11/81-contratam-pessoas-com-deficiencia-so-para-cumprir-lei.html>> Acesso em 12 de setembro de 2015.

1.5 Acessibilidade

Quando se fala em acessibilidade, a questão mais lembrada refere-se às rampas e estacionamentos exclusivos, mas sabe-se que para que ocorra a inclusão das pessoas com deficiência, as ações devem ir muito além da criação de vagas preferenciais. Devem romper com as diversas barreiras que podem ser tanto arquitetônicas, quanto sociais, atitudinais ou comunicacionais, como já mencionado.

Segundo a Norma Brasileira 9050, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT/NBR 9050, 1994), acessibilidade é a “possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para a utilização com segurança e autonomia de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos.”.

De acordo com o decreto 3298, de 1999, art. 19, consideram-se ajudas técnicas os elementos que permitem compensar uma ou mais limitações funcionais motoras, sensoriais ou mentais da pessoa com deficiência, com o objetivo de permitir-lhe superar as barreiras da comunicação e mobilidade e de possibilitar sua plena inclusão social.

Consideram-se ajudas técnicas, dentre outras: próteses auditivas, visuais e físicas; próteses que favoreçam a adequação funcional; equipamentos e elementos necessários à terapia e à reabilitação da pessoa com deficiência; equipamentos, maquinarias e utensílios de trabalho especialmente desenhados ou adaptados para uso por parte de pessoa com deficiência; elementos de mobilidade, cuidado e higiene pessoal, necessários para facilitar a autonomia e a segurança da pessoa com deficiência; elementos especiais para facilitar a comunicação, a informação e a sinalização para a pessoa com deficiência; equipamentos e materiais pedagógicos especiais para a educação, capacitação e recreação da pessoa com deficiência; adaptações ambientais e outras que garantam o acesso, a melhoria funcional e a autonomia pessoal, e; bolsas coletoras para os portadores de ostomia.

No parágrafo anterior encontra-se elencado o item que diz: facilitar a comunicação, a informação e a sinalização. Importa indagar: como o profissional da comunicação lida essas questões? Atualmente não se percebe o profissional de comunicação devidamente preparado para tratar com as pessoas com deficiência. Não os vemos pensando em estratégias para a promoção da inclusão de todas as pessoas, com ou sem deficiência.

Com o decorrer do tempo, novos meios de inclusão estão criando oportunidades, tais como as Tecnologias Assistivas (TA), que fornecem o suporte para as pessoas com deficiência.

Tecnologia Assistiva - TA é um termo ainda novo, utilizado para identificar todo o arsenal de recursos e serviços que contribuem para proporcionar ou ampliar habilidades funcionais de pessoas com deficiência e consequentemente promover vida independente e inclusão. (BERSCH & TONOLLI *apud* BERSCH, 2006).

Essas tecnologias permitem e facilitam a interação com outras pessoas e a execução de tarefas que, sem elas, não seriam possíveis. Além de executar tarefas, essas tecnologias permitem que as pessoas com deficiência defendam seu espaço, compartilhando seu conhecimento.

O ideal de acessibilidade seria o “desenho universal”, onde todos possam, utilizando os mesmos espaços e os mesmos equipamentos, usufruir da mesma oportunidade de acessibilidade, sejam elas pessoas com deficiência ou sem deficiência. (CAMBIAGHI, 2007) “O desenho universal abrange produtos e edifícios acessíveis e utilizáveis por todos, inclusive pelas pessoas com deficiência”. (STEINFELD, 1994, pg 87 *apud* SASSAKI, 1997, p. 140)

A partir desses conceitos podemos prescrever que o profissional de relações públicas, trabalhando estrategicamente dentro de uma organização, deve pensar nos seus públicos específicos, colaborando para a promoção da inclusão das pessoas com deficiência no âmbito organizacional. Pois a comunicação permite a disseminação de ideias e de conhecimento, contribuindo para o relacionamento saudável entre as pessoas, com ou sem deficiência, que atualmente encontram-se crescentemente inseridas no mercado de trabalho.

1.6 Mercado de trabalho para as pessoas com deficiência

De acordo com Sasaki o passado do mercado de trabalho para as pessoas com deficiência pode ser comparado a um “campo de batalha”, no qual

[...] de um lado, as pessoas com deficiência e seus aliados empenhando-se arduamente para conseguir alguns empregos; e de outro, os empregadores, praticamente despreparados e desinformados sobre a questão da deficiência, recebendo ataques furiosos por não preencherem as vagas com candidatos

portadores de deficiência tão qualificados quanto os candidatos não deficientes. (SASSAKI, 1997, p. 59)

O processo de incorporação das pessoas com deficiência na sociedade constitui-se de três fases: exclusão; segregação, e; integração. Na fase da exclusão, a pessoa com deficiência não dispunha de nenhum acesso ao mercado de trabalho, a ideia de uma pessoa com deficiência trabalhar era percebida como uma forma cruel de exploração.

Atualmente, as pessoas com deficiência têm sido excluídos do mercado de trabalho por outras razões, tal como a falta de reabilitação física e profissional, ou mesmo pela falta de meios de transporte (SASSAKI, 1997).

Já a fase da segregação caracteriza-se pelas “empresas oferecendo trabalhos para serem executados por pessoas com deficiência no interior das instituições filantrópicas, entre elas as oficinas protegidas de trabalho e também no próprio domicílio.” (AMARAL, 1993, p.4 *apud* SASSAKI 1997, p.61).

Na terceira fase, que é a da integração, vemos três padrões aplicados da seguinte forma em relação aos trabalhadores com deficiência:

1. Pessoas deficientes são admitidas e contratadas em órgãos públicos e empresas particulares, desde que tenham qualificação profissional e consigam utilizar os espaços físicos e os equipamentos das empresas sem nenhuma modificação.
2. Pessoas deficientes após seleção, são colocadas em órgãos públicos ou empresas particulares que concordam em fazer pequenas adaptações nos postos de trabalho, por motivos práticos e não necessariamente pela causa da integração social.
3. Pessoas deficientes trabalham em empresas que as colocam em setores exclusivos, portanto segregativos, com ou sem modificações, de preferência afastados do contato com o público.

Na atual fase da inclusão, “o mundo do trabalho tende a não ter dois lados. Agora, os protagonistas, em geral, parecem querer enfrentar juntos o desafio da produtividade e competitividade.” (SASSAKI, 1997, p.64).

Mas uma fase não pode ser excluída simplesmente com o passar do tempo, afinal, depende da iniciativa de cada gestor, assim como também das pessoas com deficiência. Algumas organizações já vêm praticando a inclusão, mesmo que não saibam que estão adotando uma abordagem inclusivista que, de acordo com Sasaki (1997, p. 65), é aquela que

acredita no valor da diversidade humana, contempla as diferenças individuais, efetua mudanças fundamentais nas práticas administrativas, implementa adaptações no ambiente físico, adapta procedimentos e instrumentos de trabalho, treina todos os recursos humanos na questão da inclusão etc. Uma empresa pode tornar-se inclusiva por iniciativa e empenho dos próprios empregadores, que para tanto buscam informações pertinentes

ao princípio da inclusão, e/ou com a assessoria de profissionais inclusivistas que atuam em entidades sociais.

Segundo Sasaki (1997, p. 65-67), os principais fatores internos de uma empresa que facilitam a inclusão das pessoas com deficiência são:

- Adaptação de locais de trabalho (acesso físico);
- Adaptação de aparelhos, máquinas, ferramentas e equipamentos;
- Adaptação de procedimentos (fluxo) de trabalho;
- Adoção de esquemas flexíveis o horário de trabalho;
- Adoção de programas de emprego apoiado (treinador de trabalho e outros apoios);
- Revisão das políticas de contratação de pessoal;
- Revisão das descrições de cargos e das análises ocupacionais etc.;
- Revisão dos programas de integração de empregados novos;
- Revisão dos programas de treinamento e desenvolvimento de recursos humanos;
- Revisão da filosofia da empresa;
- Capacitação dos entrevistadores de pessoal;
- Criação de empregos a partir de cargos já ocupados;
- Realização de seminários internos de sensibilização das chefias;
- Cumprimento das recomendações internacionais e da legislação nacional pertinente ao trabalho;
- Adoção do esquema paralelo de trabalho domiciliar competitivo (extensão da empresa);
- Adoção de esquemas de prevenção de acidentes e moléstias ocupacionais;
- Informatização da empresa;
- Participação da empresa em conselhos municipais e estaduais pertinentes ao portador de deficiência;
- Aquisição, e /ou facilitação na aquisição, de produtos da tecnologia assistiva que facilitem o desempenho profissional de empregados com deficiências severas;
- Participação da empresa no sistema de colocação em empregos competitivos.

Esses fatores mencionados beneficiam todos os funcionários da empresa, tanto os funcionários com deficiência, quanto os funcionários sem deficiência. E como são procedimentos comuns dentro das organizações (ou deveriam ser), convém questionar: por que não incluir as pessoas com deficiência?

Outras medidas que as empresas poderiam adotar para se tornarem inclusivas⁶: filosofia da empresa; recrutamento de trabalhadores; seleção de candidatos; contratação de mão de obra; inserção de novos empregados; treinamento e desenvolvimento de recursos humanos; legislação sobre pessoas com deficiências; adaptação do trabalho e modificação de máquinas; prevenção de acidentes e moléstias ocupacionais; eliminação de barreiras físicas na empresa.

⁶ A definição sobre essas medidas que as empresas podem adotar para se tornarem inclusivas, podem ser encontradas no capítulo 2 do livro “Inclusão: construindo uma sociedade para todos.” do autor Romeu Kazumi Sasaki, nas páginas 67 até 70.

De acordo com o estudo de Sasaki (1997, p. 70), as empresas inclusivas refletem a tese de que:

- a) É eticamente correto incluir pessoas deficientes na mão de obra geral;
- b) A mão de obra da pessoa deficiente é tão produtiva quanto à mão de obra constituída só de trabalhadores não deficientes;
- c) A mão de obra composta de trabalhadores deficientes e não deficientes contribui eficientemente para a empresa atingir com sucesso os seus objetivos econômicos e, ao mesmo tempo, ajuda a empresa a cumprir a sua parte no esforço de inclusão a fim de garantir aos portadores de deficiência o direito de trabalhar e a todos os trabalhadores a possibilidade de apreenderem uns dos outros.

Além disso, as pessoas com deficiência costumam apresentar um perfil mais qualificado: são mais escolarizados (ensino superior); mais autônomos (com ou sem dispositivos tecnológicos); mais independentes (pelo uso do poder pessoal para tomar decisões); mais politizados (com consciência de seus direitos e deveres); mais informados (sobre a vida social em geral); mais preparados psicossocialmente (sobre relacionamentos no trabalho); mais socializados (expostos a experiência de grupos formais e informais); mais capacitados profissionalmente (em funções específicas); pessoas com deficiências de nível mais severo, seja qual for o tipo de deficiência (física, mental, visual, auditiva ou múltipla) (SASSAKI, 1997, p.76).

Uma vez devidamente preparadas, elas apresentam qualidades pessoais que muitas vezes faltam nos candidatos que não são deficientes, simplesmente porque estes não passam por certos programas que, no caso dos portadores com deficiência, podem existir tanto em boa parte das entidades sociais como em algumas organizações de pessoas deficientes. (SASSAKI, 1997, p. 79)

E, como se sabe, o bom funcionamento de uma organização funciona depende da comunicação, de modo que, se devem antecipar as necessidades do seu público, afinal, apesar de eventualmente não haver alguma pessoa com deficiência atuando em um determinado local de trabalho, existe sempre a possibilidade de este vir a ingressar e, então, a organização deverá estar preparada para recebê-lo.

Quando a inclusão passa a ser abordada nas ações das pessoas a cooperação de todos passa a ser estimulada e, aos poucos, a inclusão passa a ser promovida de uma forma mais abrangente. Além disso, existem também benefícios para a imagem da organização, que passa a ser percebida como uma organização inclusivista.

2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ACESSIBILIDADE: RELAÇÃO, HISTÓRICO, DEFINIÇÃO E PÚBLICOS

Neste segundo capítulo, será abordado o histórico e conceitos da comunicação organizacional, para demonstrar a importância que a comunicação tem para as organizações, contribuindo para o alcance dos seus objetivos. Outro conceito utilizado será o de “públicos”, tratando-se sobre a importância de conhecer e estabelecer ações estratégicas para os diferentes tipos.

Para elaborar o referencial teórico proposto, serão utilizados os estudos do Baldissera (2008), Bueno (2015), Kunsch (2003, 2009), Marchiori, Torquato (2003, 2009), Nassar (2009), França (2012), entre outros.

2.1 A relação comunicação/inclusão dentro da organização

Há uma relação complexa entre organização e indivíduos, a qual depende de fatores como: contexto, estrutura e processos para que a organização possa emergir em seus ambientes sociais (JABLIN e PUTNAM, 2001 apud MARCHIORI).

Com isso, percebe-se que a relação da organização com o seu público interno depende de alguns fatores, de como está o ambiente interno e externo da organização, dos padrões de relacionamento e do comportamento da comunicação.

Em função disso, ao se problematizar as questões relacionadas às pessoas com deficiência, se está contribuindo para o fomento dessa relação entre organização e indivíduos, pois, quando as pessoas com deficiência se encontram em um ambiente acolhedor e agradável, percebem-se reflexos no desempenho da própria organização.

O movimento organizacional entre estrutura e comunicação é contínuo, sendo fundamental a construção de significado pelos seres humanos que instigam diferentes relações e possibilitam, a partir dessas experiências, a produção de sentido e a conseqüente ampliação do seu nível de conhecimento. Esta análise sugere o entendimento da comunicação como produtora de conhecimento nas organizações em suas redes de interação, nas quais prevalece o desenvolvimento das pessoas como seres humanos nas organizações (MARCHIORI, p. 3).

Ao se delinear o processo organizacional entre estrutura e comunicação contribui-se para a construção do significado da importância das diferentes relações entre os seres humanos, que possibilitam a produção de sentido e a expansão do nível de conhecimento, no qual a comunicação é responsável pela interação e, quando essa comunicação tem como premissa a inclusão das pessoas com deficiência, ela auxilia para o desenvolvimento dos seres humanos e, conseqüentemente, para a inclusão e valorização das pessoas com deficiência no interior da organização.

2.2 Histórico da Comunicação Organizacional no Brasil

Para se compreender melhor a comunicação organizacional de hoje, se faz necessário retornar ao seu princípio, para se ampliar o olhar sobre o tema. Os estudos sobre comunicação organizacional cresceram muito nos últimos anos e, de acordo com Kunsch (2009), a “comunicação organizacional é fruto de sementes lançadas na Revolução Industrial, que, com a conseqüente expansão das empresas a partir do século XIX, propiciou mudanças radicais nas relações trabalhistas e nos processos de produção e comercialização.”.

Ainda segundo Kunsch (2009), “no Brasil, a comunicação organizacional decorreu do desenvolvimento econômico, social e político do País e da evolução das atividades dessas duas últimas áreas ao longo da segunda metade do século passado, tanto no âmbito acadêmico quanto no mercado profissional.” Foram muitos os elementos históricos que influenciaram os caminhos da comunicação organizacional no Brasil.

Segundo Torquato do Rego (2009), a comunicação organizacional originou-se no País por meio do jornalismo empresarial, onde as organizações iniciaram um

[...] Processo profissional de interlocução com seus públicos. Davam-se conta da necessidade de uma forte relação com os consumidores. Percebiam que o ato de compra de produtos e bens pela clientela deveria embutir a “compra” do conceito, da identidade, do renome, da fama da empresa. Ao adquirir um relógio, o comprador supunha adicionar à compra o valor da marca. O vendedor argumentava que os produtos adquiridos pelo consumidor eram de boa qualidade. E as empresas abriam o leque expressivo para se dizerem honestas e merecedoras de confiança.” (TORQUATO, 2009, p. 8).

Torquato do Rego (2009) aponta que, no âmbito interno da organização, elas se preocupavam em persuadir os funcionários de que deveriam ter orgulho do local em que trabalhavam.

Em 1967, teve origem a Associação Brasileira dos Editores de Revistas e Jornais de Empresas (ABERJE), fruto do idealismo do gerente de Relações Públicas da Pirelli, Nilo Luchetti. Com isso, começava a ser delimitado o primeiro perfil do profissional de Relações Públicas, subordinado diretamente ao presidente da organização (TORQUATO, 2009).

Segundo Nassar (2009), a ABERJE foi fundada em 1967, no dia 08 de outubro, e, pouco mais 20 anos depois, em 1989, a entidade que antes se chamava Associação Brasileira dos Editores de Revistas e Jornais de Empresas, passou a se chamar Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, mantendo a já consolidada sigla ABERJE.

Nassar (2009) completa que, “a nova denominação procurava expressar a transformação em curso na comunicação e no relacionamento das empresas, que davam os primeiros passos em busca de uma profunda reestruturação no contexto de um país que voltava a respirar os ares da democracia”.

Mas antes dessa transformação, havia a frequente disputa entre Jornalistas e Relações Públicas, onde os jornalistas começaram a exercer funções que os profissionais de Relações Públicas consideravam seus.

Já na área da pesquisa, o jornalismo empresarial brasileiro começou a ganhar forma em 1968, onde Torquato fez a primeira incursão teórica no País a respeito da modalidade jornalística, por meio de um trabalho intitulado “Jornalismo empresarial: objetivos, métodos e técnica” (TORQUATO, 2009).

Na década de 1970, começavam a surgir boas perspectivas para o mercado brasileiro: as empresas tinham necessidade de progredir publicamente a identidade para, então, buscar criar imagens compatíveis e adequadas à modernização.

De outro lado, havia a meta da integração interna, perseguida pelos programas do setor de recursos humanos. A partir dessa dupla escala de necessidades, desenvolviam-se os primeiros esforços e, em consequência, as visões distintas em torno das estruturas capazes de assumir com competência as missões corporativas de planejamento e execução das ações de comunicação (TORQUATO, 2009, p. 10).

As disputas entre os jornalistas e os profissionais de relações públicas aos poucos diminuía, pois as organizações passaram a contratar profissionais sem a

exigência de qualificações exclusivas das áreas de comunicação, de modo que, contratavam pelo fator de competência.

No final da década de 1970, segundo Torquato (2009, p. 12):

No âmbito das organizações, percebia-se forte ênfase aos valores do associativismo e da solidariedade, modo de “esquentar” o clima interno. A função da comunicação como alavanca de mobilização aparecia como eixo da estratégia de mobilização dos trabalhadores em torno da meta de dar o melhor de si à organização. Do ponto de vista externo, a propaganda continuava a lapidar a imagem institucional. Notava-se, ainda, sorradeira disputa entre as diversas áreas – recursos humanos, relações públicas, marketing, vendas, jornalismo – para comandar o sistema de comunicação. Os primeiros modelos corporativos começavam, então, a aparecer.

Devido à globalização, que teve início no fim dos anos 80 e início dos anos 90, o posicionamento do profissional de comunicação mudou, por ser um tradutor eficaz dos efeitos da globalização, o foco se evidenciou no discurso e na estratégia para conceder nitidez à identidade e à imagem organizacional.

O profissional da comunicação passou a ser um intérprete agudo da exigência para a organização interagir estrategicamente com o meio ambiente e competir em um mercado aberto a novos conceitos e demandas. Os discursos das organizações tornaram-se intensos e passaram a provocar mais ecos (TORQUATO, 2009, p.14).

A mídia da época começou a impor novos comportamentos e novas atitudes por parte das organizações, a postura do encolhimento não era aceitável, a comunicação com os poderes ganhou força, pois as grandes decisões entraram na pauta das instituições políticas. Os *lobbies* deram espaço a um novo mercado: articulação e assessoria política (TORQUATO, 2009).

Ainda na década de 90, as organizações também se modificaram, os empresários deixavam suas salas para pisar no chão de fábrica, e as novas relações com o público ganhava intensidade. Estava em jogo a competitividade, as novas relações com o público, a pretensão de qualidade e as estratégias de aproximação dos poderes.

Na comunicação interna as organizações dirigiram o foco para o clima organizacional. Antes de pensar e exercer a comunicação externa, a organização decidia analisar a temperatura interna. “A pesquisa passou a mapear expectativas, anseios, angústias, alegrias da comunidade e distúrbios gerados pela questão salarial, pelo ambiente físico da empresa, pelo tipo de gestão” (TORQUATO, 2009, p. 15).

O pesquisador Torquato (2009) destaca que, “por meio da observação de que nem todos os entes sociais produtivos são empresas, mas integram o universo das organizações”, ele passou a designar comunicação organizacional no lugar de

comunicação empresarial. Por reconhecer que a comunicação deslizava para outros espaços, expandindo o escopo e agregando novos espaços ao campo da comunicação empresarial, tais como: sindicatos; associações; confederações; federações; escolas; clubes; agremiações, e; partidos políticos.

Campanhas políticas, campanhas institucionais, tanto na esfera privada quanto na pública, sinalizavam um novo tempo. Não havia mais sentido em restringir a comunicação ao exclusivo mundo das empresas. A organização – sindical, associativa, partidária – tornou-se a referência para abrigar a nova realidade. Por isso, substituí o termo “comunicação empresarial” pelo guarda-chuva mais largo da “comunicação organizacional”. (TORQUATO, 2009, p. 26).

Mas não se vê o debate sobre acessibilidade em nenhum desses espaços, nos quais, até hoje, as pessoas com deficiência são, em sua maioria, esquecidas pelas ações de comunicação organizacional. Ainda que o “guarda-chuva mais largo da comunicação organizacional” vise alcançar as pessoas com deficiência.

Tendo em vista as evoluções que foram acontecendo na área da comunicação organizacional, uniram-se setores e áreas, e certa confraternização passou a coroar as relações entre os jornalistas e os profissionais de relações públicas. Atualmente, com algumas exceções, os profissionais de todas as correntes se integram e se reforçam mutuamente (TORQUATO, 2009, p. 26).

Como se pode ver, o histórico da comunicação organizacional foi, aos poucos, se segmentando e abrindo um leque mais amplo. Contudo, percebe-se que as pessoas com deficiência, em sua grande maioria, continuam esquecidas, e que as ações técnicas, tais como, jornais murais, boletins informativos e cartazes, além de não atingirem todos os públicos, não são suficientes para suprir às necessidades de comunicação e relacionamento com esses públicos.

2.3 Comunicação organizacional

De início, se faz necessário se compreender que o termo organização abrange diversas formas, empresas lucrativas e instituições não lucrativas, além das diversas outras formas que a organização pode apresentar. Quando analisadas detalhadamente, as organizações apresentam uma grande diversidade no que se refere à identidade, cultura, missão, tecnologia, crenças e valores, estrutura e comunicação.

Mas, apesar de suas diferenças, as organizações são “sistemas sociais e históricos, constituídos por recursos materiais e imateriais e pessoas – que se comunicam e se relacionam entre si, com os inúmeros públicos, as redes de públicos e a sociedade –, agrupados em função de cumprir ideários comuns e formais.” (NASSAR, 2009, p. 62).

Para os estudiosos da comunicação organizacional, no México, a comunicação organizacional “pode ser vista como um conjunto de técnicas e atividades que buscam facilitar o processo de comunicação nas organizações por meio da comunicação interna e externa, das relações públicas, da publicidade e propaganda institucional” (RODRIGUEZ, 2003 *apud* KUNSCH, 2009).

Para Corella (2009), a comunicação organizacional aborda três dimensões: a institucional ou corporativa; a interna; e a mercadológica (marketing e publicidade) (CORELLA *apud* KUNSCH, 2009).

No Brasil, por outro lado, os pesquisadores abordam “uma visão ampla e estratégica, considerando-a em uma perspectiva integrada”. Torquato relaciona este conceito com subáreas da comunicação, como o jornalismo; relações públicas; publicidade e propaganda; editoração; assessoria de imprensa; comunicação institucional; comunicação interna; marketing cultural e social entre outras (KUNSCH, 2009, p. 78).

Outro autor reconhecido na área de comunicação organizacional, Wilson Bueno, tenta agregar o institucional e o mercadológico, ressaltando a função social das organizações (KUNSCH, 2009, p. 78).

A autora Margarida Kunsch percebe a comunicação organizacional com uma visão abrangente, de forma ampla, analisando todos os aspectos relacionados com o fenômeno comunicacional, pensando em uma forma integrada, compreendendo a comunicação institucional, mercadológica, a interna e a administrativa. “Nesse sentido a área de comunicação deixa de ter uma função meramente tática e passa a ser considerada estratégica.” (KUNSCH, 2009, p. 79 – 80).

Já para o autor Baldissera (2009), a comunicação organizacional não se caracteriza como uma corriqueira estratégia de controle e/ou sistema de transferência de informações. A comunicação organizacional “encontra/(re)cria seus próprios lugares, infiltrando-se, resistindo, desafiando, subvertendo os possíveis mecanismos de controle.” A cada situação reconstituem-se as estratégias, de modo que o pensar da

comunicação organizacional exige compreender a presença da incerteza (BALDISSERA, 2009, p. 161).

Para Bueno, a estratégia é “a forma de definir e aplicar recursos com o objetivo de atingir objetivos previamente estabelecidos”. Com isso, a comunicação empresarial estaria contida, prioritariamente, nas “estratégias empresariais, no qual, teria papel fundamental tanto na procura de eficácia na interação com os públicos de interesse, quanto no desenvolvimento de planos e ações que imprimam vantagem competitiva às organizações” (BUENO, 2009, p. 373 -375).

De acordo com Bueno (2009), a comunicação como inteligência inicia com um planejamento estratégico. O planejamento é “um processo que se respalda em dados sistematizados, informações, conhecimentos, vivências e saberes intrinsecamente vinculados aos objetivos, aos valores e à missão de uma organização”, a qual não deve ser vinculada a uma atividade episódica ou operacional (BUENO, 2009, p. 377).

Portanto, pode-se analisar que o planejamento deve originar-se de uma política de comunicação e de instrumentos de gestão que vislumbram ações, além de estratégias de longo prazo. Esse planejamento deve estar alinhado à cultura organizacional, considerando o perfil da concorrência e da área específica de atuação, assim como o contexto econômico, sociocultural, ambiental e legal no qual a organização se insere.

Segundo Casali (2009), é possível afirmar que a “comunicação organizacional é a relação comunicação/organização”. E, de acordo com Deetz, existem três concepções de comunicação organizacional: a primeira é uma especialidade dos departamentos e das associações de comunicação; a segunda destaca a comunicação como um fenômeno que pertence às organizações, e; a terceira parte da comunicação para descrever e explicar as organizações (DEETZ, 2001 *apud* CASALI, 2009).

Para Torquato (2004), existem quatro dimensões da comunicação organizacional: comunicação cultural; comunicação administrativa; comunicação social, e; sistema de informação, sendo que as duas primeiras geralmente não são percebidas.

Todas essas dimensões são consideradas estratégicas, pois a comunicação em todas as suas formas deve funcionar como “uma orquestra, na qual metais, cordas e percussões [...] para tocar uma melodia harmônica, hão de estar em completa afinação. [Afinal,] uma forma influi na outra.”. Assim, um clima organizacional mal administrado e planejado gerará ruído na comunicação (TORQUATO, 2004, p. 35).

Assim, Torquato (2004) afirma que a comunicação organizacional é uma possibilidade sistêmica, integrada, e que cada uma das quatro dimensões antes mencionadas exerce um conjunto de funções e efeitos.

Já para Kunsch, existem quatro dimensões que permeiam a comunicação organizacional: a comunicação institucional; a comunicação interna; a comunicação administrativa, e; comunicação mercadológica. Com essas quatro dimensões, Kunsch aborda o conceito de comunicação integrada, de modo que, por mais que essas dimensões apresentem-se de formas diferentes, abordando peculiaridades específicas, elas possam atuar de forma proporcional para alcançar seus objetivos de forma eficiente.

Entendemos por comunicação integrada uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam o mix, o composto da comunicação organizacional. (KUNSCH, 2003, p. 150)

A comunicação, pensada de forma integrada e voltada para a inclusão das pessoas com deficiência, contribui para uma comunicação mais eficaz. Os diversos profissionais devem trabalhar juntos, de forma integrada e com base na comunicação interna, contribuindo para o clima interno da organização, estabelecendo uma imagem positiva dentro e fora da organização, através da comunicação institucional.

A comunicação institucional é a responsável por cuidar da imagem e da identidade corporativa positiva da organização, mostrando sua filosofia de trabalho, tais como comportamento organizacional, sua visão, missão e valores, seus objetivos e suas políticas e práticas de trabalho (KUNSCH, 2003).

Para Abílio da Fonseca, especialista em relações públicas em Portugal, a comunicação institucional pode ser definida como o “conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações, de modo a tornar compreensíveis essas propostas” (FONSECA apud KUNSCH, 2003, p. 164).

A comunicação mercadológica é encarregada por toda a produção comunicativa em torno dos objetivos mercadológicos, onde o profissional do marketing fica encarregado da coordenação e direção da comunicação mercadológica, sempre articulando com as outras áreas.

Para Gaudêncio Torquato do Rego, a comunicação mercadológica:

Objetiva promover a troca de produtos e/ou serviços entre produtor e consumidor, [procurando] atender aos objetivos traçados pelo plano de marketing das organizações, cujo escopo fundamentalmente se orienta para a venda de mercadorias destinadas aos consumidores, num determinado espaço de tempo: apoia-se a publicidade comercial, na promoção de vendas e pode, também, utilizar-se, indiretamente, das clássicas atividades da comunicação institucional. (TORQUARTO, 1985, p. 183-184 *apud* KUNSCH, 2003, p.163).

De acordo com Kunsch (2003, p. 154), a comunicação interna ocorre concomitante com a comunicação que perpassa todos os setores da organização. Quando a comunicação interna ocorre refletida numa forma de comunicação integrada, ela será pensada, planejada e avaliada de forma constante, não ocorrendo de forma acidental.

Segundo o site Rhodia, "a comunicação interna é uma ferramenta estratégica para compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de todos os níveis" (RHODIA, 1985 *apud* KUNSCH, 2003).

Ainda segundo Kunsch (2003), a comunicação administrativa permite viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes. Ela pode ser definida como o "intercâmbio de informações dentro de uma empresa ou repartição, tendo em vista sua maior eficiência e o melhor atendimento ao público" (ANDRADE, 1996, p.34 *apud* KUNSCH, 2003, p.153).

A comunicação no contexto organizacional e formal é essencial para que a administração – políticas, planejamentos, ações, coordenações, direções e controles – tenha sentido e significado para os integrantes da organização e suas redes de relacionamento. Já o processo de comunicação é a parte essencial para estabelecer os relacionamentos da organização (NASSAR, 2009, p. 64).

O processo de comunicação – o qual tem como fonte a administração, que cria as mensagens considerando o ambiente e o perfil do receptor, seleciona os canais (meios) mais adequados para a sua veiculação, evita ruídos e controla todo o processo e os seus resultados – é o componente mais importante para o estabelecimento de relacionamentos da organização com os mais diversos públicos, as redes de relacionamento e a sociedade. É por meio da comunicação que ela estabelece diálogos a respeito de suas políticas, suas ações e suas pretensões; informa, organiza e reconhece os seus públicos de interesse, entre os quais seus colaboradores; legitima a sua existência; e trabalha pela melhoria do ambiente de trabalho, entre outros objetivos. (NASSAR, 2009, p. 64).

Com isso, percebe-se que os gestores da organização devem conhecer o perfil do receptor da mensagem para, então, selecionar quais os canais e linguagens serão utilizadas, de acordo com o receptor, para atingir de forma eficiente o público. Com

isso, sugere-se que os gestores devem conhecer as limitações dos seus públicos com deficiência para, então, evitar ruídos e ter a certeza que sua mensagem chegará de forma clara para essas pessoas.

O processo de comunicação organizacional, direcionado para os empregados, estrutura-se em redes formais e redes informais, no qual, as redes formais são compostas pelas expressões oficiais e pelas manifestações regulamentadas pelo poder organizacional. Já as redes informais são constituídas pelas manifestações quem tem origem na esfera dos públicos em relação à organização (NASSAR, 2009, p. 65).

Para a concepção do processo de comunicação organizacional, outros fatores são importantes, como os níveis e os fluxos de comunicação. Estes são: o intrapessoal, o interpessoal, o organizacional (interdepartamental, interunidades e ambiental) e, o tecnológico. Já os fluxos de comunicação, são caracterizados por: descendente, ascendente, lateral, transversal e circular. Esses fluxos de comunicação ocorrem através dos meios de comunicação (NASSAR, 2009, p. 65).

Esses níveis de comunicação referem-se às habilidades e as dificuldades de o indivíduo se inserir no processo comunicacional. Se a pessoa com deficiência não se sentir incluída dentro da organização e não receber as informações através do canal apropriado, ruídos poderão ocorrer e a mensagem não chegará da forma desejada.

2.4 A importância de se pensar nos Públicos

Tendo em vista que a identificação dos públicos é essencial, haja vista que ela contribui de diversas maneiras para a consolidação da organização, dado que os públicos são as partes cruciais para qualquer ação a ser realizada em uma organização, é através da identificação dos públicos que serão determinadas quais estratégias serão utilizadas, além de quando e de que forma serão aplicadas.

Pensando dessa maneira, vê-se que é importante determinar quais são os públicos de uma organização, como estabelecer relacionamentos estratégicos, entender a razão da ligação da organização com esses públicos, qual o grau de importância e como atingi-los. Por isso, se trazem neste subcapítulo os atuais conceitos de públicos

para, então, se procurar demonstrar que as pessoas com deficiência compõem públicos relevantes de uma organização.

Com isso, o profissional de Relações Públicas tem como objetivo principal consolidar a marca da organização, promovendo seu conceito corporativo e firmando relacionamentos planejados estrategicamente com seus públicos, de modo que, para Andrade, a matéria prima de relações públicas é o próprio público (FRANÇA, 2012, p. 8).

Novos parâmetros delimitam as estruturas complexas das organizações que estão atualmente atuando em um mercado globalizado. Essas organizações vêm sendo administradas, em escalas cada vez maiores, pela governança corporativa, aliada à gestão do conhecimento, com base na convicção de que o conhecimento é fundamental para sua sobrevivência e sucesso (NONAKA E TAKEUCHI, 1997 *apud* FRANÇA, 2012).

Esta nova visão está intimamente ligada à capacidade competitiva da empresa e a realização bem-sucedida de negócios. Como o conhecimento pode existir dentro da empresa ou ser comprado e deve estar **acessível a todos**, é preciso que ele seja administrado pelo diretor ou gestor do conhecimento, tanto nas relações com os públicos internos como externos, agregando valor à empresa por meio daquilo que sabem ou da troca de experiências para o sucesso. Chega-se assim a um posicionamento lógico, cuja origem reside no que a filosofia denomina “teoria do conhecimento”, ou “epistemologia”, dentre outros termos, para tratar do “conhecer” e do “saber”. Levando em conta essas premissas é preciso ainda verificar se é possível incluir a relação dos públicos dentro de um sistema lógico, capaz de descrever e sustentar de modo coerente a relação empresa-públicos. (FRANÇA, 2012, p. 64, grifos nossos).

Com base nessa premissa de França (2012), podemos destacar que, para a realização bem-sucedida dos negócios da organização, o conhecimento deve estar acessível a todos e, com isso, inclui as pessoas com deficiência, tanto as que trabalham na organização quanto a comunidade.

Ciente de que as pessoas com deficiência têm necessidades diferentes, esse conhecimento precisa ser transmitido de maneira apropriada, de modo que todos possam acessá-lo, e não só alguns. Para isso, a organização precisa conhecer as pessoas com deficiência e suas particularidades.

De acordo com França (2012), as inter-relações empresa/públicos originam-se e desenvolvem-se tendo como base o conhecimento mútuo. Deve ser possível categorizá-las e explicá-las também de forma lógica, para a produção da política de identificação e mapeamento dos públicos, de forma a aglutinar conhecimentos à organização.

Os públicos em relações públicas são o cerne da profissão, eles são os responsáveis pelos relacionamentos estratégicos da organização. A atividade do profissional de relações públicas é pública, dedicada à gestão dos assuntos públicos, ao planejamento das relações empresariais, com múltiplos públicos, à ordenação da atividade pública e ao estabelecimento de diretrizes permanentes que tornem essa interação bem sucedida (FRANÇA, 2012).

Segundo França (2012, p. 70), define-se que é da essência das relações públicas obter a habilidade de relacionar-se bem com seus públicos, buscando então, alcançar vantagens institucionais e mercadológicas, de modo que, para que isso aconteça é indispensável que o profissional de comunicação conheça os públicos com os quais deverá interagir.

Tendo em vista esse posicionamento de França, pode-se afirmar que é fundamental que o profissional de relações públicas reconheça o público da organização para, então, ter um relacionamento fundamental para a manutenção e construção da imagem da organização. Com isso, problematizando acerca das pessoas com deficiência, o profissional de Relações Públicas deve conhecer suas limitações para, então, realizar e manter uma comunicação eficiente com tal público.

A organização, ao contratar e ter esse relacionamento eficiente com as pessoas com deficiência estará contribuindo para favorecer a sua imagem, efetivando seus valores e seus princípios éticos. Além disso, a organização demonstra que cumpre as leis e, também, passa a ser percebida como socialmente responsável.

Atualmente, um novo conceito está sendo utilizado para representar os públicos. O conceito de França (2012), que possibilita se identificar os aspectos fundamentais, tais como: “a que público se dirige; o tipo e objetivo da relação; o nível de dependência, participação e envolvimento; a natureza da relação, sua prioridade, temporalidade e as expectativas da relação, tanto por parte da organização como dos próprios públicos”. Com isso, os públicos podem ser classificados em três categorias: essenciais, não essenciais e de interferência (FRANÇA, 2012).

Tabela 1. Tipologia da conceituação lógica de públicos

I. Públicos essenciais	Constitutivos Não constitutivos: primários e secundários
II. Públicos não essenciais	Redes de consultoria

	Redes de setores associativos organizados
	Redes setoriais sindicais
	Redes setoriais da comunidade
III. Públicos de redes de interferência	Rede de concorrência
	Rede de comunicação de massa/internet

Fonte: FRANÇA (2012, p. 76)

Os públicos essenciais são “ligados ou não juridicamente à organização e dos quais ela depende para a sua constituição, manutenção de sua estrutura, sobrevivência e para a execução de suas atividades fins.”. A relação com esses públicos é permanente, prioritária e está fundada em um comprometimento mútuo de longo prazo. E esses públicos essenciais dividem-se em dois segmentos: os constitutivos e os nãoconstitutivos, ou de sustentação. (FRANÇA, 2012, p. 76 - 77)

Os públicos “constitutivos” possibilitam a existência da organização, garantindo todos os elementos e recursos para sua constituição. “Alguns exemplos: investidores, sócios, diretores, conselhos administrativos, governo e autoridades governamentais, com seu poder de autorizar ou desautorizar.” (FRANÇA, 2012, p. 77).

Já os públicos “não constitutivos ou de sustentação”, não interferem diretamente, mas são imprescindíveis, pois contribuem para a execução das atividades-fim, conservando a produtividade e a lucratividade do empreendimento. Alguns exemplos: colaboradores, fornecedores, clientes e consumidores, revendedores e concessionários, sócios de clubes, alunos de instituições de ensino, e outros (FRANÇA, 2012, p. 77).

Além disso, os públicos não constitutivos ou de sustentação, podem ser classificados em duas subcategorias: os primários e secundários. Os primários “são aqueles dos quais a organização depende para a viabilização do empreendimento. São, por exemplo, os fornecedores de matéria prima, insumos básicos, os colaboradores diretos e os clientes.”

Já os secundários “são os públicos que contribuem para a viabilização da organização, mas em menor grau de dependência”, podem, então, estar juridicamente ligados à organização ou outras como, por exemplo, “as fornecedoras de mão de obra terceirizada e temporária, cooperativas de trabalho etc.” (FRANÇA, 2012, p. 77-78).

Os públicos não essenciais fixam-se como redes de interesse específico. “São considerados não essenciais, pois não participam das atividades-fim, apenas das atividades meio; não estão ligados aos fatores produtivos, mas à prestação de serviços

ou à intermediação política ou social.” Estes públicos atuam externamente na promoção mercadológica, institucional e corporativa da organização (FRANÇA, 2012, p. 79).

Os públicos não essenciais podem ser subdivididos em quatro tipos: “redes de consultoria e de serviços promocionais, redes de setores associativos organizados, redes de setores sindicais e redes setoriais da comunidade”. As redes de consultoria, divulgação e promoção da organização, são os públicos que não fazem parte da organização, empresas externas, tais como: agências de propaganda, relações públicas, consultorias, enfim, empresas que oferecem colaboração à organização, em campanhas publicitárias, institucionais, no planejamento da comunicação corporativa ou similar (FRANÇA, 2012, p. 79 - 80).

Já as redes de setores associativos organizados são representadas por associações de classe e de categorias empresariais, confederações, federações, conselhos profissionais, associações patronais e empresariais. “Agrupadas por interesses corporativos e setoriais, essas associações defendem interesses coletivos ou particulares, principalmente junto aos setores governamentais e classistas” (FRANÇA, 2012, p. 80).

De acordo com França (2012), dentre as redes de setores sindicais encontram-se os sindicatos patronais e de trabalhadores juridicamente organizados, que defendem interesses classistas aos quais as empresas estão ligadas. Já com relação às redes de setores comunitários:

A comunidade vem merecendo maior atenção das organizações, que dela se aproximam com mais frequência, seja pelo patrocínio de atividades beneficentes, culturais, comerciais, seja pelo despertar da consciência de empresa socialmente responsável, que se empenha igualmente pela sustentabilidade de comunidade onde operam. Dessa forma, com a multiplicidade de públicos que a compõem, a comunidade passou a representar interesse especial para as organizações (FRANÇA, 2012, p. 80 – 81).

Nas redes de setores comunitários vemos, explicitamente, as pessoas com deficiência enquanto um público, pois elas, além de pertencerem à comunidade, necessitam da atenção da organização para apoiar suas atividades, principalmente para despertar a consciência social, tanto dos gestores da organização, como de seus funcionários e, também, do restante da comunidade, pois a contribuição para a inclusão das pessoas com deficiência depende de cada um.

Na última categoria, que corresponde aos públicos de redes de interferência, são representados os públicos especiais do cenário externo das organizações, no qual, seu poder de influência no mercado ou opinião pública pode gerar interferências indesejáveis para a organização, ou, ao contrário, apoiá-las. Essa categoria pode ser

dividida nas seguintes subcategorias: a rede da concorrência local, regional, nacional e internacional; as redes de comunicação de massa (*mass media*); os grupos de ativistas e ideólogos, e; o grupo de pressão (FRANÇA, 2012, p. 81).

A rede de concorrência representa qualquer tipo de organização que ofereça produtos e serviços similares já produzidos pela organização; as redes de comunicação de massa “centralizadas na *mass media*, impressa eletrônica e digital, representam permanente ameaça a qualquer organização, tanto no cenário nacional como internacional” (FRANÇA, 2012).

As redes de ativistas e ideólogos correspondem aos grupos estruturados que arregimentam muitos seguidores “com objetivos definidos pelos quais lutam de maneira constante, aguerrida, procurando despertar a atenção da opinião pública para a defesa de causas nobres ou de movimento políticos, religiosos e similares” (FRANÇA, 2012).

Já os grupos de pressão, segundo França, não representam de fato um público de interesse, por não existir uma relação permanente desses grupos com a empresa e por agirem a favor ou contra ela quando surgem circunstâncias especiais. Mas merecem uma atenção especial, pois existe a possibilidade de que em uma determinada situação, intervenham nas atividades da empresa (FRANÇA, 2012).

Com essa descrição das categorias dos públicos, pode-se sugerir que, em determinado momento, as pessoas com deficiência se encaixam na maioria das categorias, constituindo um público da organização que deve ser alcançado de forma estratégica. Quando o profissional de relações públicas não pensa em seu público com deficiência, ele não está negligenciando à sua principal função, que é pensar estrategicamente no seu público?

3 REFERENCIAL METODOLÓGICO

No terceiro capítulo, serão abordadas a metodologia e as técnicas utilizadas para se chegar ao resultado desta pesquisa, que tem como objetivo geral “definir as ações de relações públicas para a inclusão das pessoas com deficiência no âmbito organizacional” e, como objetivos específicos: “articular os conceitos de acessibilidade e comunicação organizacional”, e; “conhecer o perfil das pessoas com deficiência e identificar as relações das PCD com o âmbito organizacional”. Para a realização desses objetivos, serão utilizadas as técnicas descritas pelos autores: Duarte (2009), Barros (2009), Lakatos (2003) e Marconi (2003).

3.1 Processo Metodológico

Para a realização desta pesquisa, começou-se com a pesquisa bibliográfica, visando se identificar e articular os conceitos de “acessibilidade” e “comunicação organizacional”. Segundo Lakatos, a pesquisa bibliográfica abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudos, incluindo desde publicações avulsas, jornais, boletins, pesquisas, monografias, etc. Como também materiais orais, oriundos de rádio, televisão, filmes, etc. “Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto.” (LAKATOS, 2007, p. 185). Após a pesquisa bibliográfica, utilizaram-se as técnicas da observação não participante, entrevista e questionários.

Para Lakatos (2007, p. 195), a observação não participante observa o fato, “mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações; faz mais o papel de espectador. Isso, porém, não quer dizer que a observação não seja consciente, dirigida, ordenada para um fim determinado. O procedimento tem caráter sistemático”. Além da observação não participante, realizaram-se também entrevistas e questionários, aplicados com os membros da associação.

De acordo com Lakatos (2007, p.197), a entrevista:

[...] É um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

Segundo Lakatos (2007, p. 203), o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas sem a presença do entrevistador e, em média, apenas 25% das pessoas respondem.

3.1.1 Observação não participante

Depois de realizada a pesquisa bibliográfica, entrou-se em contato com as duas Associações de pessoas com deficiência de Santa Maria, a Associação dos Cegos e Deficientes Visuais (ACDV), e a Associação dos Surdos de Santa Maria (ASSM). Esse primeiro contato, teve como objetivo a realização da observação não participante para, então, se conhecer o perfil dessas pessoas com deficiência, construir as entrevistas e os questionários a serem aplicados aos associados.

Através da observação não participante, observou-se que não se poderia realizar a presente pesquisa apenas com as pessoas da associação, pois não haveria dados suficientes. No caso da ACDV, dos 40 adultos associados, apenas quatro encontram-se no mercado de trabalho atualmente. Porém, esse não é um dado comprovado, pois o pessoal responsável pela associação não dispunha desses dados. No caso da ASSM, não dispunham nenhum dado para informar.

3.1.2 Entrevista

Realizada a observação não participante, elaborou-se a entrevista com base na pesquisa bibliográfica e nos conhecimentos cotidiano. A escolha dessas pessoas se deu por meio de indicações. Segundo Duarte (2009, p. 63), “a entrevista possibilita identificar as diferentes formas de perceber e descrever os fenômenos.”. A entrevista foi realizada com pessoas influentes dentro da associação e que estavam dentro do mercado

de trabalho, com o presidente da ASSM, com o tesoureiro da ACDV e com o ex-presidente da ACDV, dois da rede privada e um da rede pública.

A entrevista com a pessoa com deficiência auditiva ocorreu no hall do prédio 16, no horário e local que ele solicitou e, para tanto, contratou-se uma intérprete de libras visando colaborar no diálogo. Já a entrevista com um dos membros da ACDV ocorreu dentro da associação, em uma sala separada. A entrevista com o outro sócio da ACDV, devido à disponibilidade de tempo dele, ocorreu através da ferramenta “Google docs”.

A entrevista tinha como perguntas bases:

1. Quais são as barreiras que você encontrou ao longo da vida?
2. Como foi sua vida escolar (ensino fundamental, médio e superior; cursos, etc)?
3. Você já sofreu algum tipo de preconceito. Qual?
4. Como foi a procura de emprego? Você se sentia preparado?
5. No seu primeiro dia de emprego, como foi?
6. Houve alguma preparação inicial – no aspecto físico, de comunicação, de atitudes – dentro da organização para te receber?
7. Como é sua relação com os outros funcionários da organização?
8. Quais são as atividades que você exerce dentro da organização?
9. Você tem autonomia para realizar tarefas e para dar sugestões aos gestores da organização?
10. A comunicação dentro da organização é feita de que forma?
11. Por que você acha que existe tantas vagas não preenchidas para as pessoas com deficiência?
12. Quais são as ações que você acha que são necessárias para a inclusão dentro da organização?

3.1.3 Questionário

Foi elaborado um questionário, com base na pesquisa bibliográfica e no conhecimento prévio desta pesquisadora acerca do tema. Com a observação não participante, as entrevista e com a ajuda de dois deficientes visuais (servidores da

UFSM) para usar termos adequados e ter um apoio de que a presente pesquisa seria entendida, buscando assim um melhor aproveitamento.

Percebeu-se na observação não participante que não poderia se realizar a pesquisa apenas com as pessoas da associação, então, buscando alguma solução para não inviabilizar a pesquisa, entrou-se nos grupos da rede social *Facebook* “Somos deficientes visuais”, com 2.244 membros, e “Vagas de trabalho para Surdos”, com 1.898 membros. Esses grupos do Facebook contavam com membros de todo o País, porém nem todos os que estavam no grupo eram deficientes auditivos ou visuais.

Assim, aplicou-se este questionário para conhecer as PCD, o gênero, idade, renda familiar, grau de escolaridade, onde trabalham, a sua função dentro da organização, os meios de comunicação utilizados, etc. A partir disso, foram enviadas mensagens particulares para 58 pessoas com deficiência visual, e para 31 das pessoas com deficiência auditiva, perguntando se poderiam responder ao questionário. Foram explicados os fins da pesquisa.

O questionário foi armazenado na plataforma do Google Docs e continha as seguintes perguntas:

1. Qual seu sexo?

Feminino Masculino

2. Qual sua faixa etária?

18 anos até 25 anos 26 anos até 35 anos 36 anos até 45 anos
 46 anos até 55 anos Acima de 55 anos

3. Qual sua escolaridade?

Analfabeto Ensino Fundamental incompleto
 Ensino Fundamental completo Ensino Médio incompleto
 Ensino médio completo Ensino superior incompleto
 Ensino Superior completo Pós-Graduação

4. Você trabalha ou trabalhou em uma organização, tendo a deficiência visual? Se a resposta for não, pular para a questão 26.

Sim Não

5. Há quanto tempo você está no mercado de trabalho?

Menos de 1 ano Entre 1 ano e 3 anos

- Entre 3 anos e 5 anos Mais de 5 anos
- 6. Se sim, em quais lugares você trabalhou? _____**
- 7. Qual o cargo que você possui ou possuía na empresa? _____**
- 8. Você recebeu alguma promoção no tempo em que trabalha nesta organização ou em outra que tenha trabalhado anteriormente?**
- Sim Não
- 9. O seu salário, era compatível com o de outros colegas de trabalho sem deficiência, que exerciam a mesma função?**
- Sim Não Sim, o meu salário é mais alto Não sei quanto meu colega recebe
- 10. Você ingressou na organização através da reserva de vagas para pessoas com deficiência ou a empresa não tinha essa necessidade?**
- Pela reserva de vagas A empresa não tinha essa necessidade Não sei
- 11. Você se sente ou sentia incluído na organização?**
- Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca
- 12. A organização dispunha/ dispõe de tecnologias assistivas para que você realizasse/ realize suas tarefas com autonomia?**
- Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca
- 13. Quais tecnologias assistivas/ ajudas técnicas o auxiliariam para um melhor desenvolvimento de suas tarefas?**
-
- 14. A organização possui ou possuía acessibilidade nos seus espaços físicos e arquitetônicos?**
- Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca
- 15. A organização utiliza ou utilizava quais meios para se comunicar com seus funcionários?**
- E-mail Jornais internos Boca a boca Reuniões

Intranet Ofício ou Circular Outro Nenhum

16. Os meios de comunicação que a organização utiliza ou utilizavam eram acessíveis?

Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca

17. Na sua opinião, qual a melhor forma da organização se comunicar com os funcionários ?

18. Você tem ou tinha conhecimento das mesmas informações que seus colegas de trabalho?

Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca

19. A organização possui um canal de apoio aos seus funcionários com deficiência, para sugestões, reclamações, orientações etc;

Sim Não Existe para todos os funcionários, sem diferenciação

20. Seus colegas de trabalho tratam ou tratavam-no com respeito e valorização?

Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca

21. Sua presença e seu trabalho são utilizados e valorizados pelos colegas e direção?

Totalmente Quase Sempre Raramente Nunca

22. Você concorda que os funcionários sejam orientados pela organização sobre a forma mais adequada para o relacionamento com um colega que possui deficiência visual? Ou acha que a própria pessoa com deficiência visual deve fazer isso no dia a dia de trabalho ?

23. Quais as maiores barreiras que você encontra ou encontrou na organização?

Barreiras Físicas ou Arquitetônicas Barreiras Atitudinais

Barreiras comunicacionais Barreiras Sociais

24. Se você pudesse optar pela melhoria de apenas uma das dificuldades encontradas no dia-a-dia. Qual seria?

Tecnologias assistivas Espaço Físico

Atitude das pessoas Comunicação

25. Se você nunca trabalhou, qual o motivo?

Você é muito novo Falta de acessibilidade Falta de emprego

Preconceito Tempo Outro motivo. Qual?

26. Você concorda que existe muitas possibilidades de emprego para quem possui deficiência visual?

Concordo plenamente Concordo parcialmente Parcialmente

Discordo Parcialmente Discordo Totalmente

27. Quais as sugestões que você deixaria para os gestores da sua empresa em relação a acessibilidade?

. A partir destas respostas obtidas, serão descritas as informações encontradas, as falhas de comunicação das organizações, as dificuldades encontradas no dia-a-dia, a relação dessas pessoas com a organização e a relação delas com os outros funcionários da organização, além de analisar de que forma a comunicação é realizada.

3.1.4 A Associação dos Cegos e Deficientes Visuais de Santa Maria

A ACDV é uma associação sem fins lucrativos e tem como objetivo prestar atendimento sócio-assistencial às Pessoas Cegas e às pessoas com deficiência visual e a seus familiares, como também, promover a sua acessibilidade, resgatando-lhe o direito à cidadania e oferecendo condições para a qualificação educacional e profissional, procurando inseri-los no mercado de trabalho com autonomia e, além

disso, promovendo ações para a inserção dessas pessoas também no cotidiano cultural, recreativo e social.

A Associação dos Cegos e Deficientes Visuais foi fundada em 09 de Maio de 2003. A professora Nilza Flores da Silva, o senhor Érico Sauer e o senhor Cândido Taschetto Neto (deficiente visual), sentiram a necessidade da criação dessa associação para a inclusão das pessoas com deficiência visual em Santa Maria. A associação dos Cegos iniciou suas atividades em um espaço cedido pela Igreja Episcopal. O horário de atendimento é das 14h às 17h30min, de segunda à sexta, na sede da ACDV, que fica na Rua Manoel Ribas, 1916, na Vila Belga.

Atualmente, a ACDV tem cerca de 40 pessoas adultas com idades até 60 anos, e 12 crianças e adolescente, cadastrados para atendimento. Acrescentando as famílias das pessoas com deficiência que também recebem auxílio, o total de pessoas atendidas chega a aproximadamente 240 pessoas. A associação não possui o cadastro atualizado dessas pessoas, o que dificulta a análise dos dados.

A Associação oferece diversos cursos para seus associados, tais como: Oficina de Informática, direcionada ao Deficiente Visual, Oficina Musical, Oficina de Leitura, Grupos de Apoio Psicológico, Ensino de Braille e Sorobã⁷, Estimulação e Reeducação Visual (para crianças de zero a oito anos) e Treinamento Visual.

A ACDV está sempre buscando parcerias com a finalidade de promover qualidade e constante aprimoramento nos atendimentos por eles oferecidos, já foi contemplada com o programa do MEC/SEESP, Salas de Recurso Multifuncionais, através de um projeto desenvolvido. Atualmente, apenas uma profissional remunerada trabalha junto à Associação, uma pedagoga, cedida pela Prefeitura Municipal, os demais profissionais são voluntários.

A ACDV tem como missão: “a plena integração das pessoas cegas e deficientes visuais na sociedade”. Já a visão é: “ser reconhecida como um centro de reabilitação e inclusão para pessoas cegas e deficientes visuais”, e; como valores: “um trabalho norteado na ética, transparência e atividades integradoras, visando os direitos e o bem estar dos usuários”.

⁷ Sorobã é um instrumento de cálculo, de origem japonesa, adaptado para o ensino da matemática para as pessoas com deficiência visual.

A Associação possui um site, onde se encontra disponível o seu histórico, as suas principais atividades, os áudiolivros⁸ que estão disponibilizados na sede, onde qualquer pessoa pode ter acesso. Nenhuma empresa procurou a Associação para saber qual a melhor forma de incluir as pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

A ACDV utiliza do grupo no Facebook para repassar informações e avisos gerais para seus associados e famílias, para as pessoas que não utilizam o Facebook, as informações são repassadas pelo “boca a boca”. E a associação possui duas redes sociais para divulgar suas ações, o Facebook e o *Twitter*. Este último não está atualizado, sendo que a última postagem foi realizada em 14 de dezembro de 2014, e a penúltima em 5 de novembro de 2013. Já o Facebook costuma ser atualizado, mas não conta com uma frequência padronizada.

3.1.5 Associação dos Surdos de Santa Maria (ASSM)

A Associação dos Surdos de Santa Maria teve início em 1983, quando um surdo de Santa Maria foi à Porto Alegre e conheceu a associação e, conversando com os integrantes da associação de Porto Alegre, percebeu que em Santa Maria havia muitos surdos e que uma associação seria de grande valia para o desenvolvimento das pessoas com deficiência auditiva na cidade.

Segundo o atual presidente, Thomaz Severo, a associação era uma ajuda para as famílias dos deficientes auditivos que, até então, escondiam seus filhos da sociedade. Além disso, o objetivo da associação era introduzir as Libras em Santa Maria.

Então, em seis de julho de 1985, foi instalada a Associação dos Surdos de Santa Maria – ASSM. Na época, eram em torno de 40 surdos que participavam. Atualmente a Associação fica na Avenida Oliveira Mesquita, 84, bairro Salgado Filho, em Santa Maria – RS.

De acordo com o presidente da associação, cerca de 300 pessoas possuem deficiência auditiva em Santa Maria, mas apenas 76 são associadas à ASSM. De modo

⁸ Segundo Lya Luft o Audiobook é uma nova possibilidade de “ler livros” em que uma história é narrada em áudio pelo próprio autor ou narradores profissionais. O Audiobook é um incentivo e uma solução para a inserção dos deficientes visuais na literatura.

que muitas crianças, jovens e velhos não participam por questões religiosas. Mas a associação não tem os dados atualizados dessas pessoas associadas. Por isso não se pode saber quantas estão atualmente no mercado de trabalho.

Os encontros da Associação ocorrem quinzenalmente e tem como objetivo trocar experiências, conversas, realizar festas, churrascos, viagens e jogos. Geralmente esses encontros acontecem aos sábados e domingos. As pessoas da associação viajam bastante pela região para encontrar as pessoas de outras cidades e trocar experiências.

Atualmente, nenhuma empresa ajuda a ASSM, quando a associação precisa de ajuda de custos para viagens, vai atrás de alguma empresa pedir o apoio, geralmente com locomoção. Os sócios pagam uma mensalidade e, com o dinheiro arrecadado, pagam os gastos, como luz e água.

A Associação utiliza o grupo no Facebook para se comunicar com os associados, marcando reuniões, encontros e festas e, para os que não utilizam a ferramenta do Facebook, as informações são repassadas ou por mensagens de celular ou no contato “face a face”. Quando o encontro ocorre em outras cidades, com outra associação, também é combinado pelo grupo do Facebook.

Atualmente a página do Facebook da associação está desatualizada. Também não possuem site. O meio de contato se dá diretamente com os membros da associação.

3.2 Análise dos dados

Para dar início à análise, precisam ser levantados alguns dados e explicados alguns pontos. A pesquisa foi encaminhada para 58 pessoas com deficiência visual do grupo do Facebook chamado “Somo deficientes visuais”, e, para 31 pessoas com deficiência auditiva no grupo “Vagas de trabalhos para Surdos”. Foram obtidos 20 retornos na pesquisa de deficientes visuais e 0⁹ na de deficiente auditivo.

⁹ Observou-se que as mensagens não foram visualizadas, acredito que elas tenham ido para a caixa de mensagem “outros”, na qual, as pessoas não recebem notificação das mensagens.

3.2.1 O perfil da pessoa com deficiência visual

Com o retorno dos questionários foi possível se verificar que dentre as pessoas com deficiência visual, que estão no mercado de trabalho, 65% são do gênero masculino e 35% do sexo feminino.

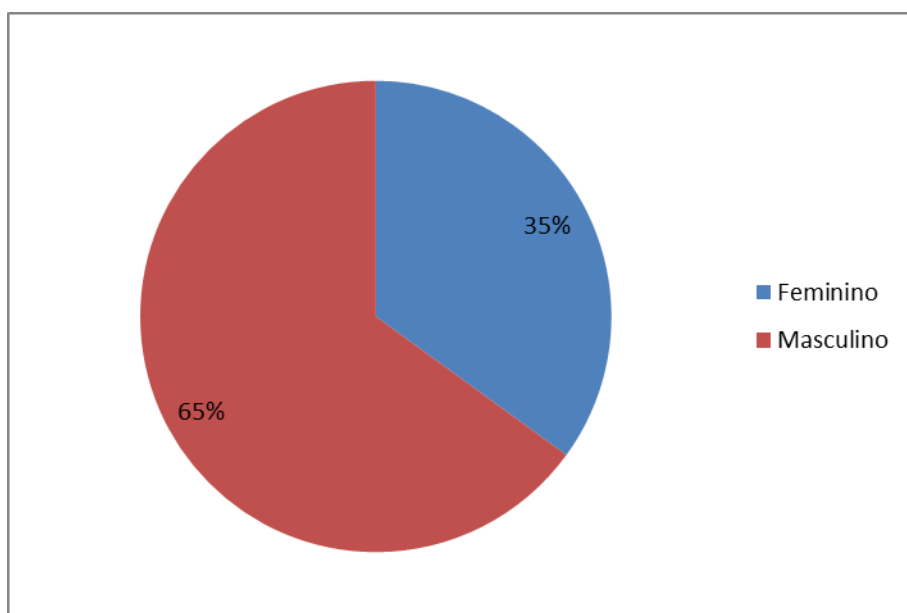


Figura 4 – Entrevistados em relação ao gênero.

Dos respondentes, 40% têm entre 18 anos e 25 anos, 30% têm entre 36 e 45 anos, 25% têm entre 26 anos e 35 anos, e apenas 4% tem entre 46 anos e 55 anos. Pode-se verificar que os dados do Portal da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos das Pessoas com Deficiência fecham com esta pesquisa, no qual eles relatam que os homens com deficiência são maioria no mercado de trabalho.

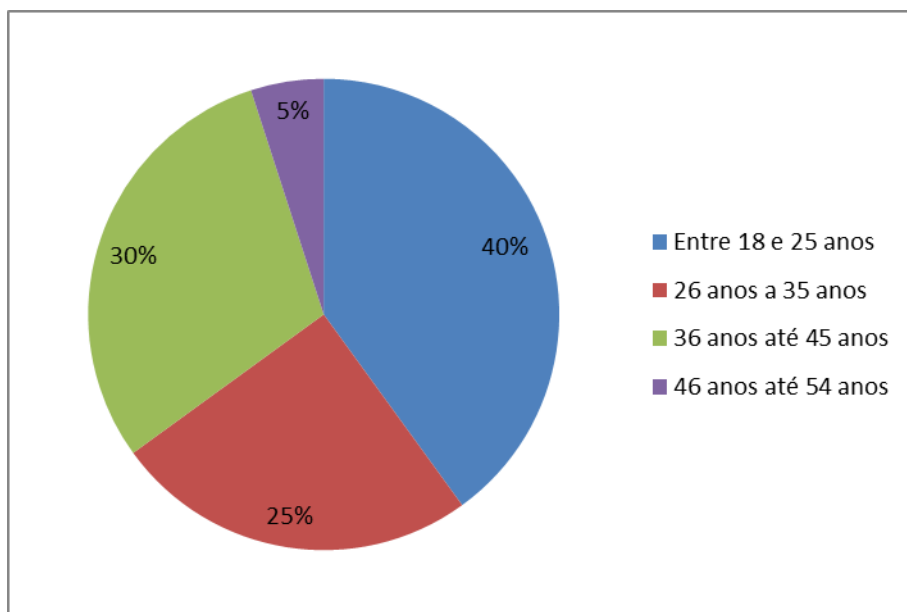


Figura 5 – Entrevistados de acordo com a faixa etária.

Das pessoas que responderam à pesquisa, todas possuem curso superior, incompleto ou completo, ou pós-graduação. Sendo que 50% possui pós-graduação, 25% curso superior completo e 25% curso superior incompleto.

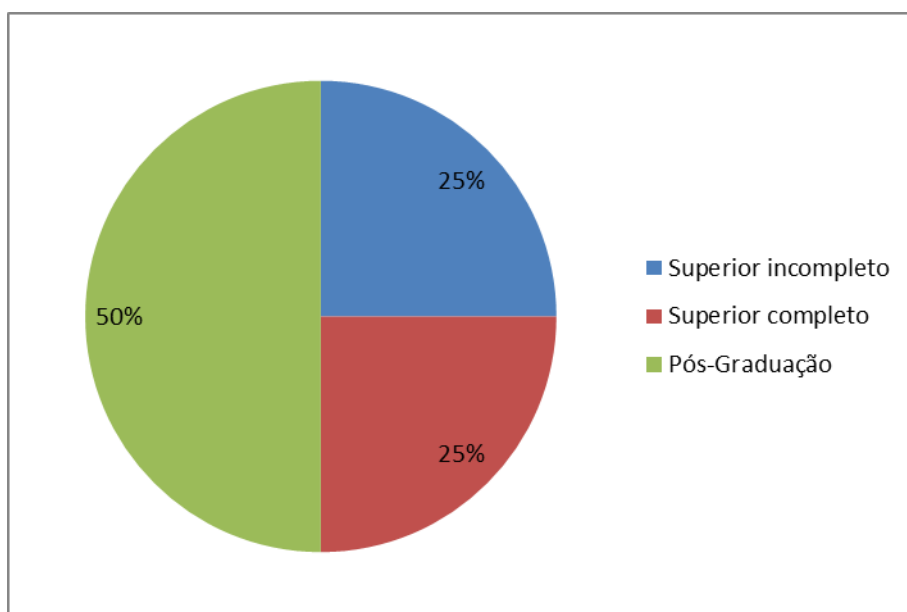


Figura 6 – Entrevistados de acordo com a escolaridade.

Dos respondentes da questão 4, 85% das pessoas já trabalharam apesar da deficiência visual, e apenas 15% não. Essas pessoas que responderam que não trabalharam tendo a deficiência visual eram convidadas a pular para a questão 26.

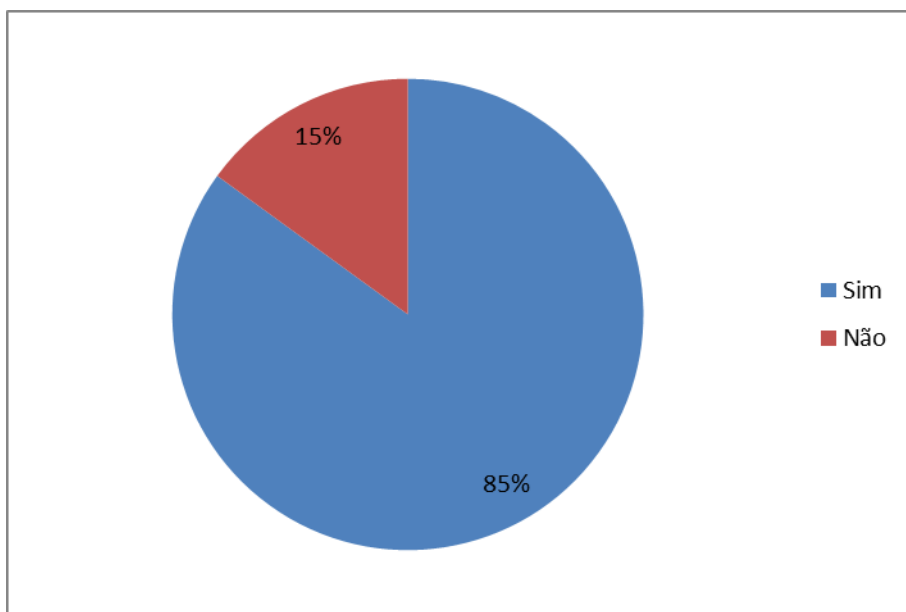


Figura 7 – Entrevistados que trabalham ou trabalharam, tendo deficiência visual.

Na questão sobre há quanto tempo estão no mercado de trabalho, 35% está há mais de 5 anos, 29% está entre 1 ano e 3 anos, 24% entre 3 a 5 anos e 12% há menos de um ano. E, nos locais que trabalho, foi possível se verificar que a maioria está no mercado de trabalho devido a concursos públicos. E aproximadamente 50% dessas pessoas atuam como assistente/auxiliar administrativo.

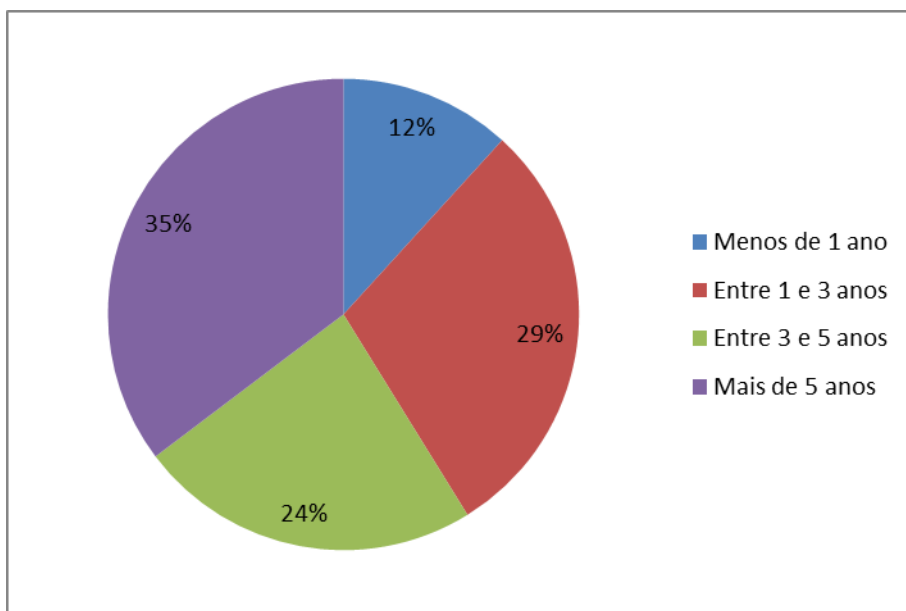


Figura 8 – Entrevistados de acordo com o tempo de inserção no mercado de trabalho.

3.2.2 Relação da pessoa com deficiência no âmbito organizacional

No quesito “promoção”, 71% não recebeu promoção, 29% já recebeu promoção desde que começaram a trabalhar, e 75% recebe o mesmo salário que seu colega sem deficiência que exerce a mesma função, 16,7% não sabe quanto seu colega recebe, e 8,3% não recebe o mesmo salário.

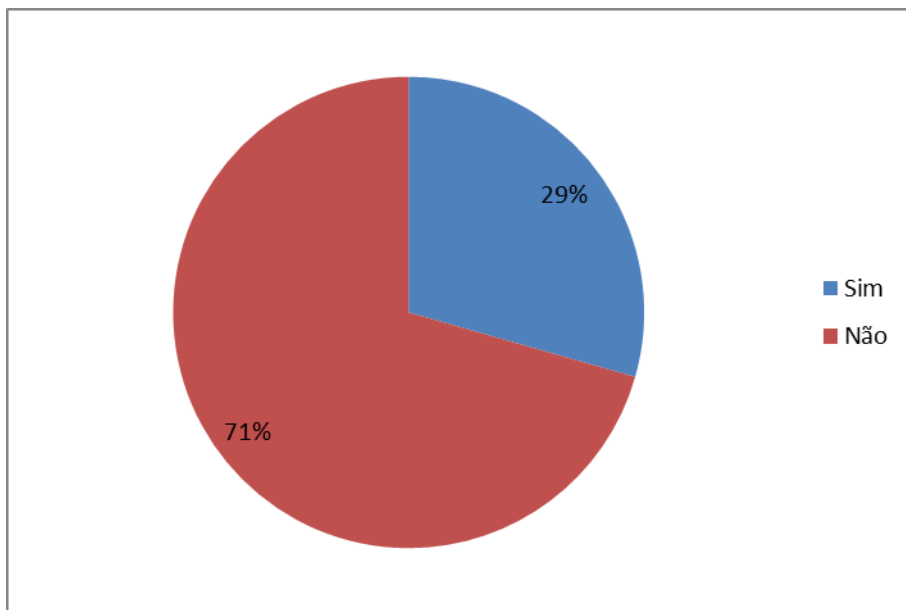


Figura 9 – Promoção na organização

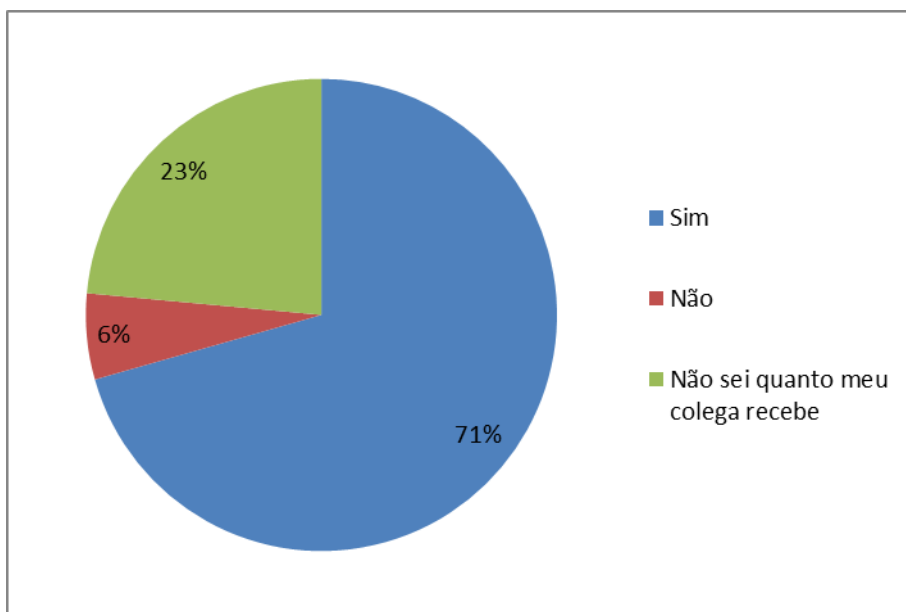


Figura 10 – Salário compatível com outros colegas.

Das pessoas que responderam à pesquisa, 82% ingressaram na organização através da reserva de vagas, e 18% não possui essa informação. A reserva de vagas se dá a partir da lei 8.213, que está em vigor desde 24 de julho de 1991, contendo, em seu artigo 93, a obrigação de que todas as empresas com 100 ou mais funcionários a preencher o seu quadro com entre 2% a 5% dos cargos de funcionários com deficiência.

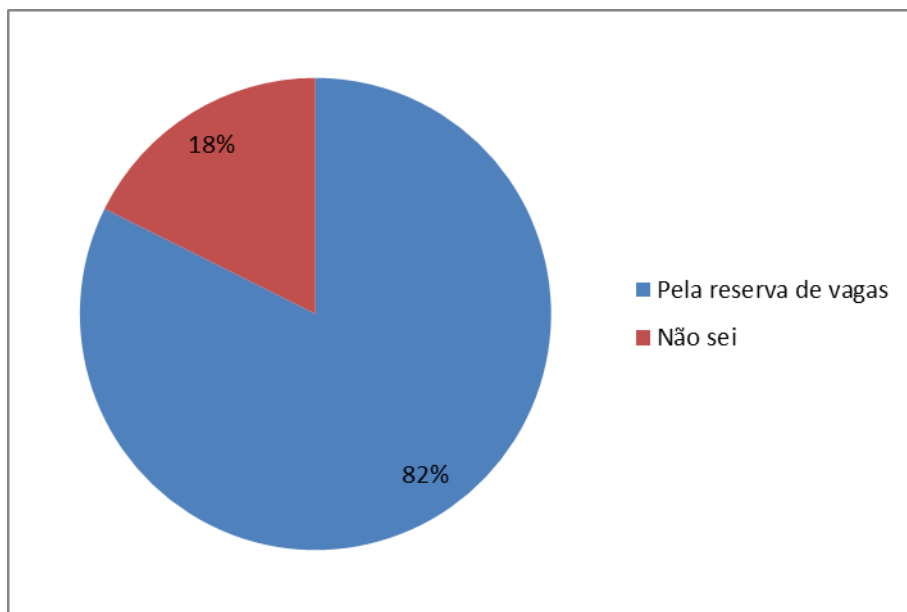


Figura 11 – Ingresso através da reserva de vagas

Na questão sobre se sentir incluído na organização, 50% dessas pessoas afirmaram quase sempre se sentirem incluídos dentro da organização. 33,3% se sentem totalmente incluídos na organização, e 16,7% raramente se sentem incluídos dentro da organização.

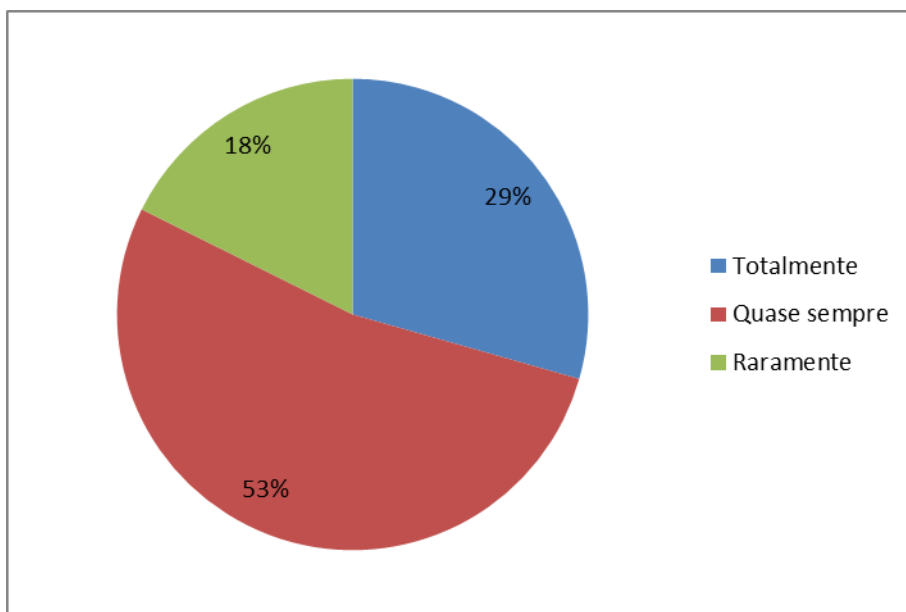


Figura 12 – Respostas à questão “você se sente ou sentia incluído na organização?”.

De acordo com Sasaki (1997), a inclusão social ocorre “quando a sociedade se adapta para poder incluir, em seus sistemas sociais gerais, as pessoas com deficiência e, então, essas se preparam para assumir seus papéis na sociedade.”.

Com relação às tecnologias assistivas que as pessoas com deficiência precisam para realizar seu trabalho com autonomia, 58,3% dessas organizações dispõem quase sempre dessas tecnologias assistivas, 25% dessas organizações possuem totalmente, e 16,7% raramente.

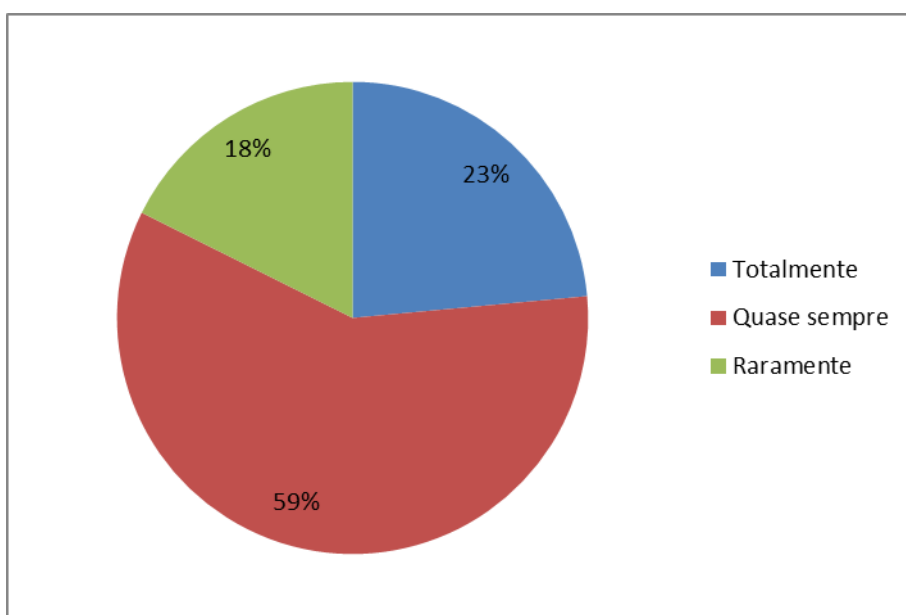


Figura 13 – Tecnologias assistivas na organização

Já na pergunta aberta: “quais tecnologias assistivas/ajudas técnicas o auxiliariam para um melhor desenvolvimento de suas tarefas?”, a resposta mais mencionada foi o leitor de tela, seguido do scanner. Nessa pergunta, poderiam ser respondidas mais de uma alternativa, por isso, passa de 100%.

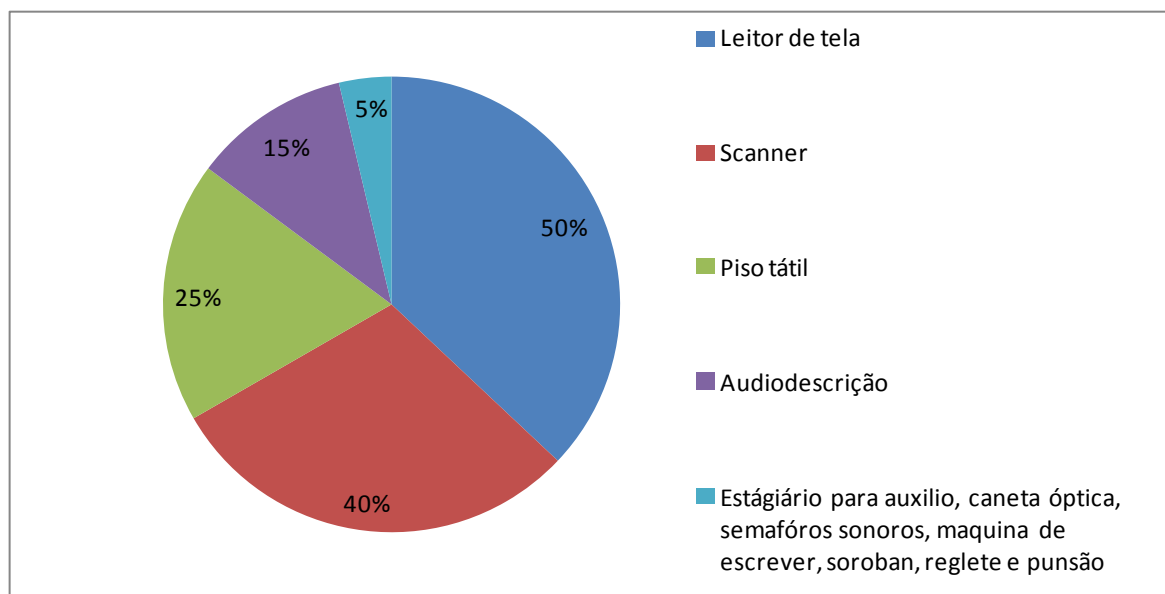


Figura 14 –Tecnologias assistivas/ajudas técnicas que auxiliam

Com relação aos espaços físicos e arquitetônicos da organização, 53% das organizações raramente tem acessibilidade, 35% desses espaços são quase sempre acessíveis, e 12% não são acessíveis nunca.

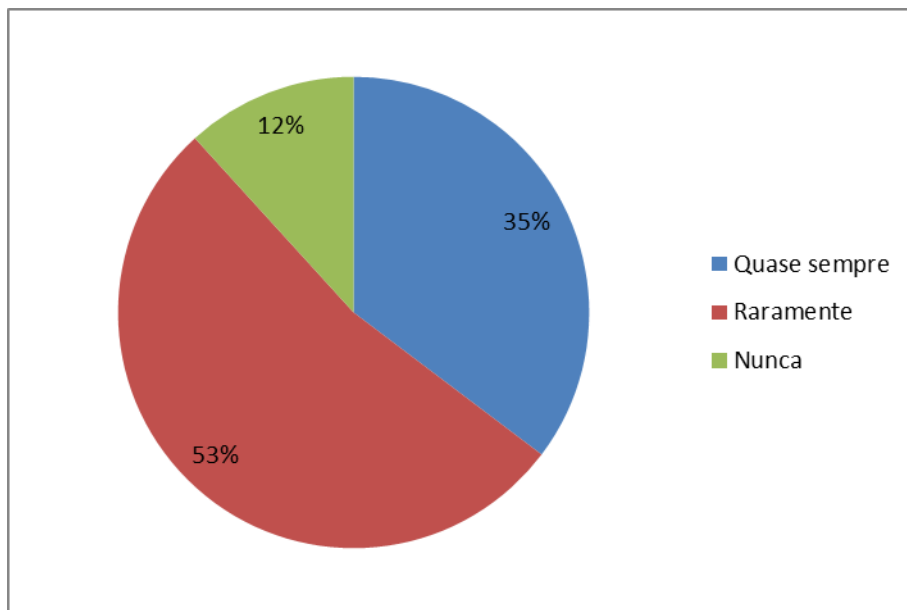


Figura 15 –Acessibilidade nos espaços físicos e arquitetônicos.

Na pergunta que observa quais são os meios de comunicação que a organização utiliza para se comunicar com os funcionários, quase todas as organizações utilizam o e-mail, metade usam jornais internos e o “boca a boca”, e as demais alternativas aparecem em minoria. Nessa questão, podia-se marcar mais de uma opção, por isso, passa de 100%.

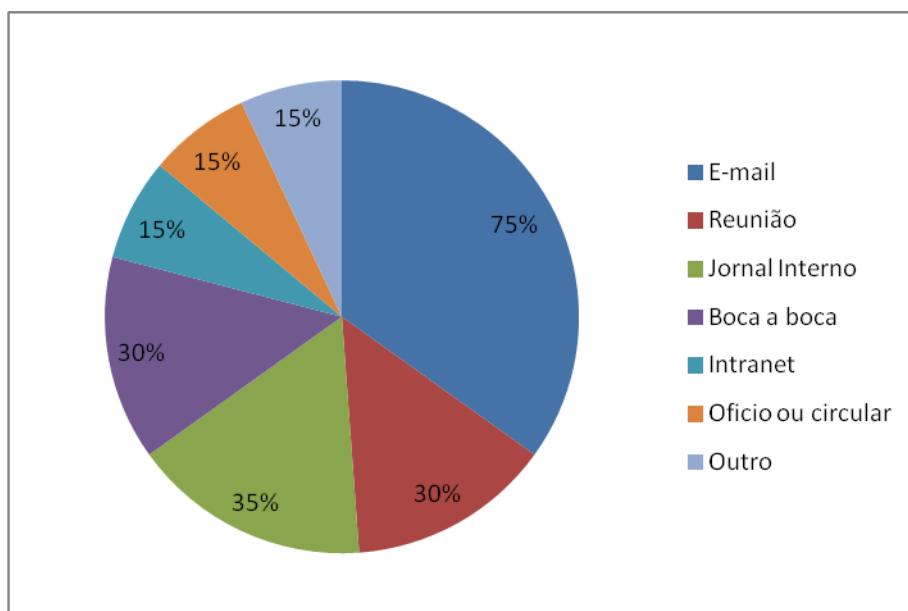


Figura 16 – Respostas à questão “a organização utiliza ou utilizava quais meios para se comunicar com seus funcionários?”.

E ainda em relação a esses meios de comunicação, 47% dos meios utilizados pela organização são quase sempre acessíveis, 35% raramente são acessíveis, e 18% são totalmente acessíveis. E em uma questão aberta que pergunta quais são os melhores meios de comunicação, o mais presente foi o e-mail, que aparece em pelo menos 80% das respostas e reuniões.

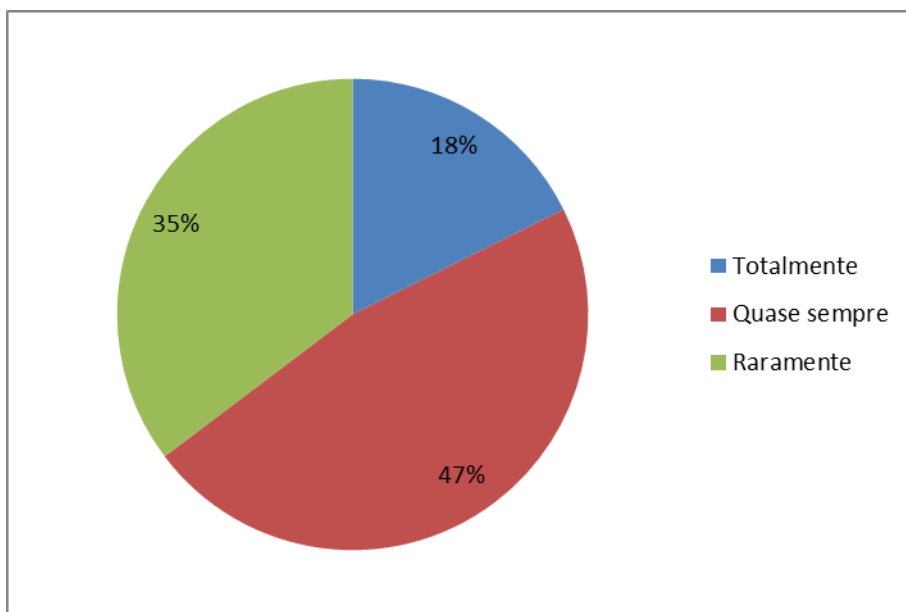


Figura 17 – Os meios de comunicação que a organização utiliza

Em relação ao conhecimento das informações que a organização dispõe, 65% das pessoas com deficiência dispõem quase sempre das mesmas informações que os outros colegas de trabalho, 17% possuem totalmente as mesmas informações, e 18% raramente tem as mesmas informações.

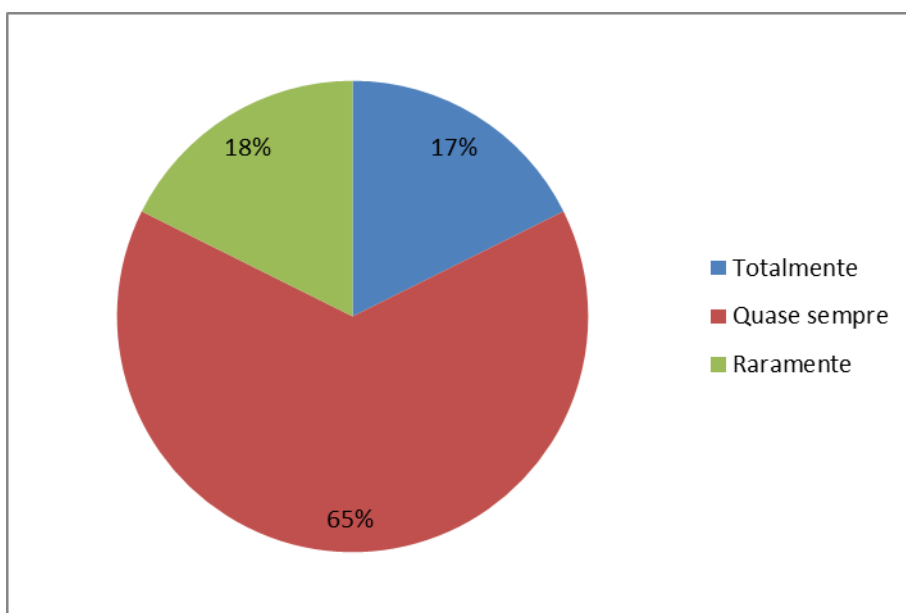


Figura 18 – Respostas à questão “os meios de comunicação que a organização utiliza ou utilizavam eram acessíveis?”.

E sobre um canal de apoio para pessoas com deficiência, 65% das organizações possuem esse canal, mas sem diferenciar pessoas com deficiência ou não, 18% dessas organizações não possuem e 17% possuem um canal específico.

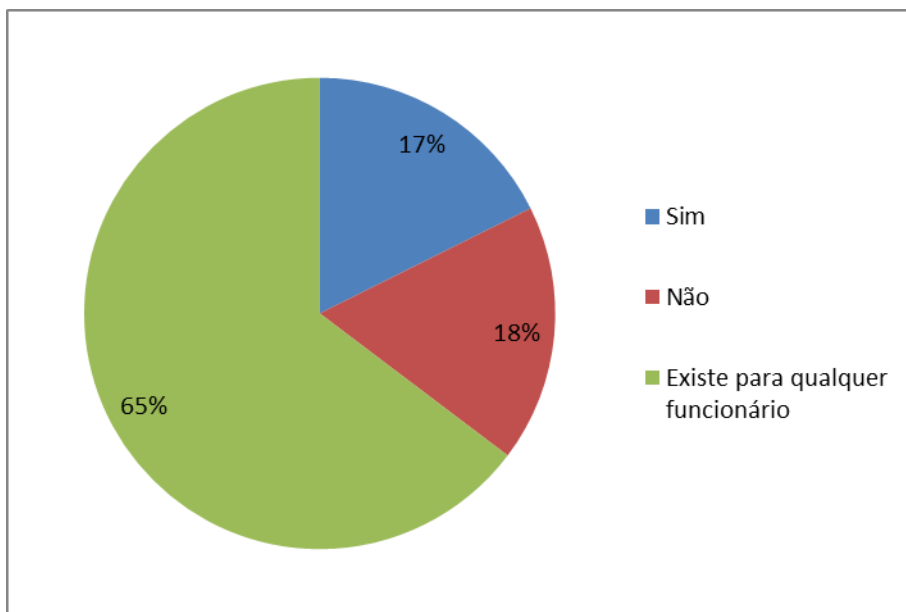


Figura 19 – Canal de apoio

Sobre a relação da pessoa com deficiência com os demais colegas de trabalho, 65% declararam que quase sempre os colegas tratam com respeito e valorização, e 35% declararam que os colegas de trabalho tratam totalmente com respeito e valorização.

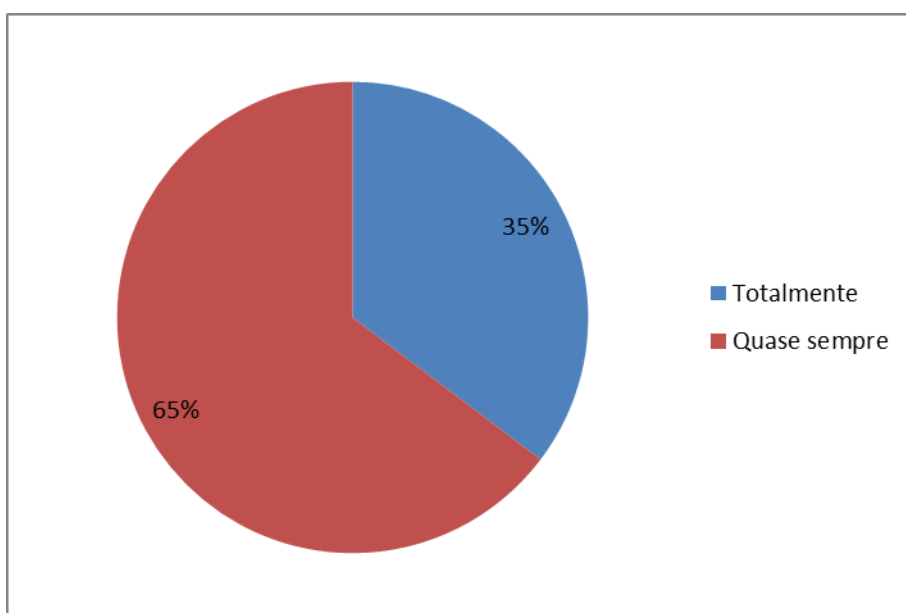


Figura 20 – Relação com os colegas de trabalho.

E sobre a presença e o trabalho serem utilizados e valorizados pelos colegas e direção, 66,7% das pessoas declaram que quase sempre sua presença e trabalho são valorizados, 16,7% que a sua presença e trabalho são valorizados totalmente e 16,7% que raramente são valorizados.

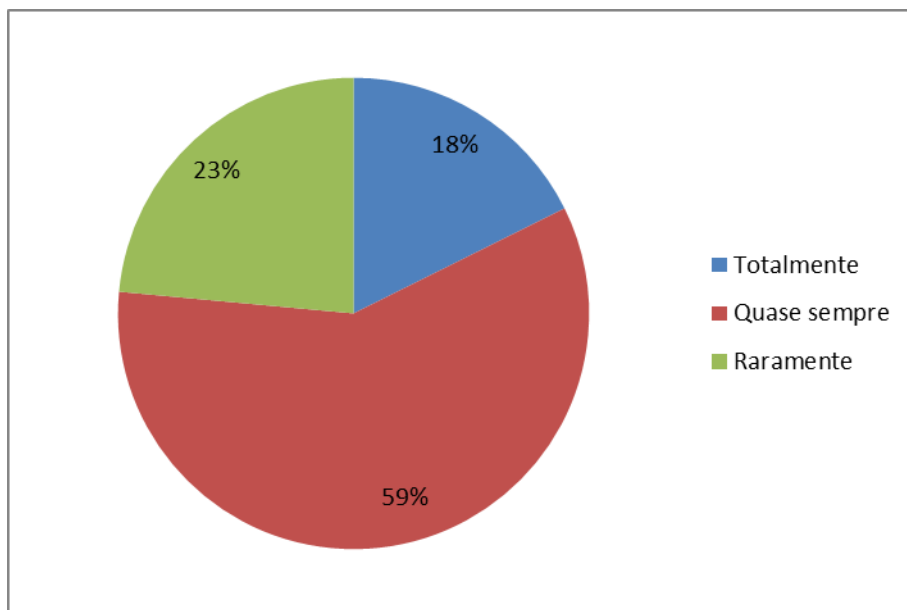


Figura 21 – Presença e trabalho valorizados

Já na questão aberta “você concorda que os funcionários sejam orientados pela organização sobre a forma mais adequada para o relacionamento com um colega que possui deficiência visual? Ou acha que a própria pessoa com deficiência visual deve fazer isso no dia a dia de trabalho?”, mais de 90% das respostas afirma que essa atitude deve partir de ambos os lados.

Em relação às barreiras, 41,7% declararam que as barreiras atitudinais são as mais recorrentes dentro da organização, 33,3% encontraram as barreiras físicas e arquitetônicas, 16,7% encontraram as barreiras comunicacionais e 8,3% encontraram as barreiras sociais.

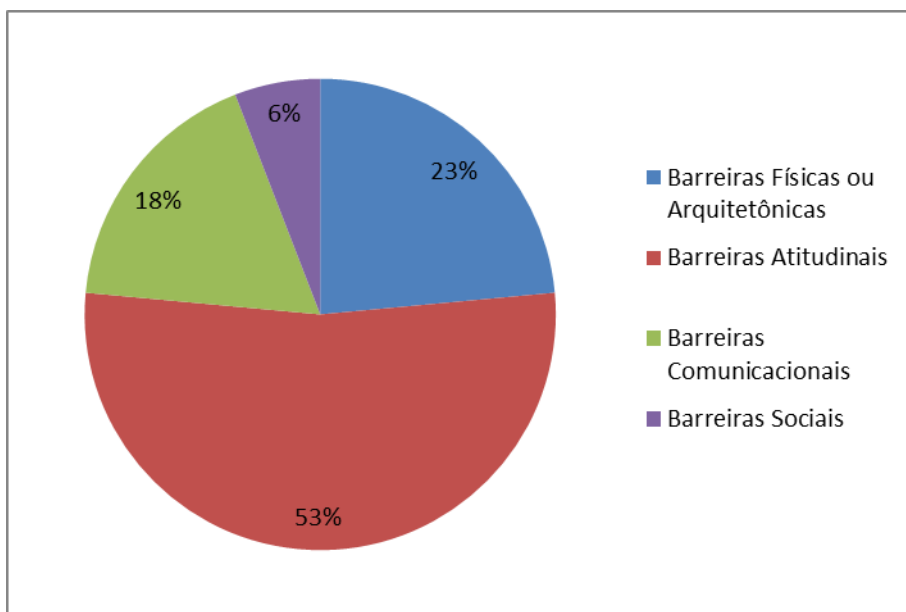


Figura 22 – As maiores barreiras encontradas na organização

Conforme visto no referencial teórico, as barreiras atitudinais são as práticas, atitudes e os comportamentos dos indivíduos que, com elas, impedem o acesso de outras pessoas a algum determinado local, de forma intencional ou não.

Já as barreiras comunicacionais são as dificuldades geradas pela falta de informações a respeito dos locais, as formas de comunicação que são visuais e o deficiente visual não tem acesso, ou informações com áudio e os deficientes auditivos, também ficam sem acesso.

E se essas pessoas pudessem optar pela melhoria de apenas uma dessas barreiras, 47% melhorariam as atitudes das pessoas, 29% do espaço físico e 24% as tecnologias assistivas.

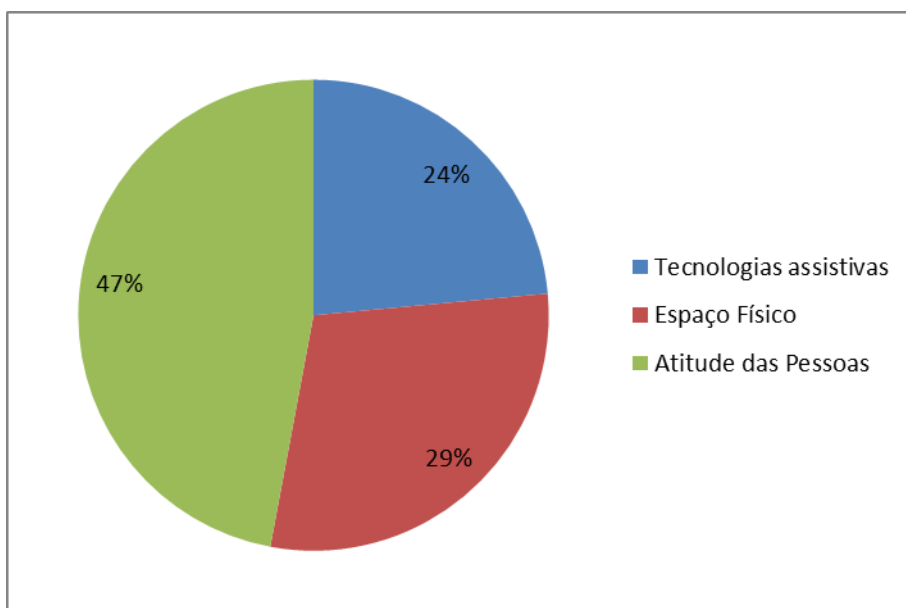


Figura 23 – Melhoria de apenas uma das dificuldades encontradas no dia-a-dia.

No que se refere às vagas para as pessoas com deficiência visual, 53% declarou-se parcialmente favorável sobre a existência dessas vagas, 23% concorda parcialmente que existam muitas vagas, 12% concordam totalmente com essas possibilidades de vagas e 12% discorda parcialmente da existência dessas vagas.

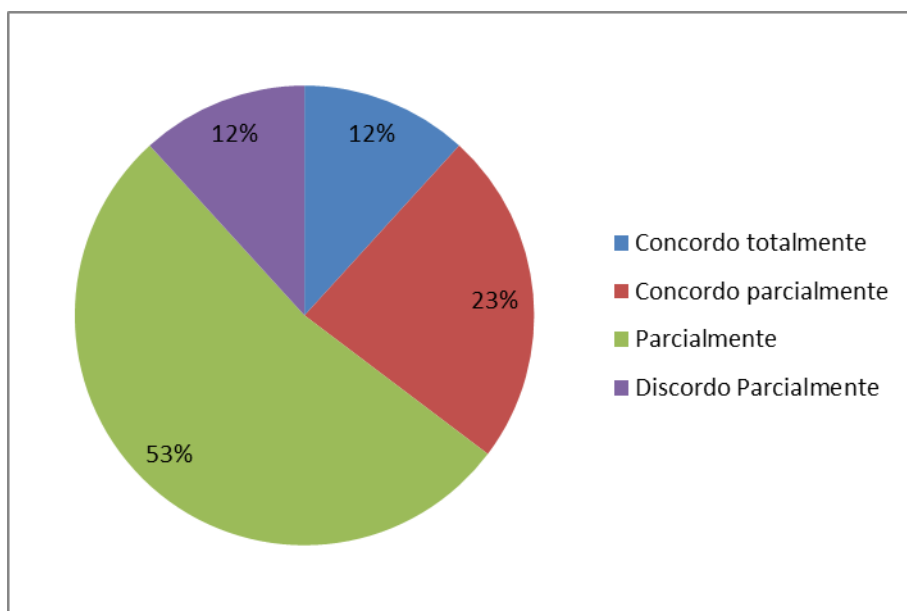


Figura 24 – Possibilidades de emprego para quem possui deficiência visual.

Já na última questão do questionário, que pedia sugestões para os gestores da organização em relação à acessibilidade, as respostas foram variadas, sendo que a maioria sugeriu que os gestores da organização se informem e capacitem os outros funcionários da organização sobre as pessoas com deficiência.

Exemplo de uma das respostas nessa questão do questionário:

Capacitação prévia de todos os funcionários para compreender as deficiências, de como tratar os colegas ou clientes com deficiência é extremamente importante. Pois, muitas vezes, por a empresa não possuir uma boa acessibilidade, seja ela arquitetônica ou instrumental, isso levará os funcionários com deficiência a terem alguma dependência, a necessitarem do auxílio dos colegas para alguma atividade.

As outras respostas mais comentadas foram em relação às tecnologias assistivas, que permitem que eles realizem o trabalho com autonomia, e também adequação do espaço físico, para que eles sejam independentes.

Como visto no referencial, tecnologia assistiva é o termo utilizado para identificar todos os recursos e serviços que contribuem para proporcionar ou ampliar

habilidades funcionais de pessoas com deficiência e concomitantemente promover a vida independente e a inclusão.

Com relação às entrevistas e à observação, pode-se perceber que as pessoas com deficiência visual, que estão no mercado de trabalho, possuem ensino superior e são bem recebidas dentro das organizações, pelos outros funcionários. Eles têm autonomia para dar sugestões e se sentem incluídos na organização, mas abordam a falta de informação sobre as pessoas com deficiência, observando que eventualmente as pessoas se afastam por não saberem como se aproximar.

O modo como as organizações utilizam para se comunicar com seu público interno é geralmente através do e-mail, e a falta de informação sobre as pessoas com deficiência dificulta a inclusão, pois as pessoas geralmente tem medo de se aproximar das pessoas com deficiência, por não saberem como abordá-los.

Através dos questionários, foi analisado que o perfil da pessoa com deficiência que está atualmente no mercado de trabalho é composto de pessoas de até 45 anos, sendo a que maioria encontra-se entre a faixa etária dos 18 aos 25 anos. A maioria é do sexo masculino e todos tem o curso superior completo, superior incompleto ou pós graduação. O tempo que está atuando no mercado de trabalho varia entre um ano até mais de cinco anos, e a grande maioria dos respondentes está atualmente atuando no serviço público e ingressaram pela reserva de vagas.

A maioria das pessoas não recebeu promoção no seu trabalho, mas declararam que recebem o mesmo salário que os outros funcionários da organização que exercem a mesma função, e a maioria das pessoas quase sempre se sente incluída no interior das organizações.

Em relação às tecnologias assistivas, aponta-se que, quase sempre, são suficientes para se realizar o trabalho com autonomia, e as tecnologias que contribuiriam para essa autonomia são os leitores de telas e o scanner. Em relação ao espaço físico e arquitetônico, raramente essas organizações tem acessibilidade.

Já em relação aos meios de comunicação que a organização utiliza para se comunicar com seus funcionários, o e-mail é o recurso mais utilizado e, na maioria, esses meios são quase sempre acessíveis, e as pessoas com deficiência visual consideram que sim, o e-mail é a melhor forma de repassar as informações.

Na maioria das vezes as pessoas com deficiência recebem, quase sempre, as mesmas informações que os outros colegas, mas muitas vezes não é suficiente para

evitar ruídos de comunicação, sendo assim, pode gerar desmotivação por parte do funcionário com deficiência.

Sobre a relação da pessoa com deficiência com o resto dos colegas de trabalho, quase sempre esses outros funcionários o tratam com respeito e valorização, e quase sempre seu trabalho é utilizado e valorizado pelos colegas e pela direção.

Na sua grande maioria, as pessoas com deficiência acreditam que deve partir da empresa uma ação para informar e conscientizar os outros funcionários sobre a inclusão das pessoas com deficiência. As barreiras atitudinais são as barreiras mais encontradas e a grande maioria, se pudesse optar pela melhoria de apenas uma destas barreiras, optaria pela barreira atitudinal.

Com isso, analisando-se as entrevistas, questionários e observação, percebe-se que as pessoas com deficiência quase sempre se sentem incluídas dentro da organização, embora o quase sempre não seja suficiente para suprir todas as relações necessárias dentro de uma organização. Isso fica nítido quando sugerem que os gestores da organização devem contribuir para a distribuição da informação em relação às pessoas com deficiência, visando desconstruir mitos e medos das pessoas.

Como visto no referencial, os principais fatores internos que o autor Sasaki aborda para a inclusão das pessoas com deficiência dentro da organização e que se encaixam nas questões abordadas nesta pesquisa, separando em ações técnicas e ações relacionais. As ações técnicas são: adaptação de aparelhos, máquinas, ferramentas e equipamentos; adaptação de locais de trabalho; informatização da empresa; Aquisição, e ou/ facilitação na aquisição, de produtos da tecnologia assistiva que facilitem o desempenho profissional de empregados com deficiência.

Já os fatores internos conectados as ações relacionais são: adoção de programas de emprego apoiado; revisão dos programas de integração de empregados novos; revisão dos programas de treinamento e desenvolvimento de recursos humanos; adoção de esquemas de prevenção de acidentes e moléstias ocupacionais;

Em outro momento, as pessoas com deficiência optam pela melhoria atitudinal das pessoas e, com isso, podemos perceber que as pessoas com deficiência precisam, além da inclusão técnica - leitor de tela, scanner, e-mail acessível, de fatores relacionados à relação das pessoas, tais como ações para a informação e conscientização, fortalecendo os laços, desmitificando comportamentos e principalmente, oportunizando a reflexão acerca do “fator humanizador”.

Pode-se perceber que certas iniciativas por parte das organizações acabam promovendo a inclusão, como, por exemplo, utilizar o leitor de tela, enviar e-mail que é acessível, reservar vagas, entre outras. Algumas organizações já vêm praticando a inclusão, mesmo não sabendo que estão adotando uma abordagem inclusivista, conforme abordamos no referencial teórico.

Mas, ainda se deve lutar pela inclusão total, pensando-se na forma do desenho universal, onde todas as pessoas possam ter acesso. Pessoas com ou sem deficiência. De modo que possam utilizar o mesmo material, possam frequentar os mesmos lugares e se sintam bem a participar das atividades junto ao grupo e, cada vez que o tema da inclusão seja abordado, mais avanços serão conquistados. Não se busca nesta pesquisa um modelo fixo, procura-se a disseminação do pensamento; contribuir para que o profissional da comunicação possa pensar nas pessoas com deficiência como um público determinado e que deve sim ser atingido.

Realizada esta pesquisa e analisados os dados, serão apresentadas ações que podem contribuir para a inclusão da pessoa com deficiência no âmbito organizacional, com base nos conhecimentos cotidianos e informais desta pesquisadora e no referencial teórico e nas pesquisas realizadas

3.3 Ações de comunicação para a inclusão das pessoas com deficiência

Nesta seção, serão apontadas ações de comunicação que possam contribuir para a inclusão das pessoas com deficiência, de acordo com as premissas encontradas nas entrevistas, questionários, conhecimento do dia-a-dia, observações, e através do referencial teórico, com base nos autores: Sasaki, Kunsch, Torquato, França. Essa lista estará dividida em ações técnicas, ações relacionais e de acordo com as deficiências específicas.

Pensando na comunicação organizacional integrada, se percebem diversas ações que contribuiriam para a comunicação interna, comunicação institucional, comunicação

administrativa e até comunicação mercadológica. Afinal, demonstrar que a organização apoia as pessoas com deficiência, possibilita que a sua imagem torne-se positiva.

Ações Técnicas	Tipos de deficiência			
	D. Visual Mental	D. Auditiva	D. Física	D.
Readequar a estrutura da organização, adaptando para tornar o local acessível;	X		X	X
Rampas de acesso e estacionamento exclusivo;			X	
Elevadores com número em Braille;	X		X	
Tecnologias assistivas	X	X	X	X
Em palestras, seminários, treinamentos, eventos extraordinários, contratar um intérprete de Libras para fazer a tradução e também um audiodescritor;	X	X		X
Ter audiodescrição e <i>closed caption</i> nos vídeos institucionais da organização e em outros materiais audiovisuais; Antes de realizar algum evento, procurar saber se o local é acessível para as pessoas com deficiência;	X	X		X
Nas escadas, colocar aviso em Braille sobre o início e o fim da escada;	X			
Cuidar a altura dos bebedouros, para que as pessoas de cadeira de roda ou de baixa estatura, possam alcançar sem constrangimentos.			X	
Reparar na altura e no posicionamento de murais.			X	
Preparar material informativo, sobre as leis, as características, desmitificar, entre outros.	X	X	X	X
Não utilizar o banheiro reservado para as pessoas com deficiência como depósito, mesmo não tendo	X	X	X	X

atualmente uma pessoa que utilize, nunca se sabe quando vai chegar alguém para visitar.				
Ao utilizar os murais dentro da organização, lembrar de repassar essa informação para o deficiente visual, de uma forma acessível, para que ele tenha acesso ao mesmo conteúdo do que as outras pessoas.	X		X	
Cuidar na hora de planejar e executar peças gráficas, cuidando a linguagem utilizada e as cores utilizadas.	X	X		X

Ações relacionais	Tipos de deficiência			
	D. Visual	D. Auditiva	D. Física	D. Mental
Fazer pesquisa sobre as deficiências antes de contratar (buscar relatos de pessoas com deficiência que estejam no mercado de trabalho, como também dos gestores das organizações que tenham no seu quadro de funcionários pessoas com deficiência.);	X	X	X	X
Conversar com os gestores da organização e com o setor de RH, explicando as limitações e acrescentar as possibilidades de trabalho, de crescimento e as atividades que podem ser realizadas normalmente pelas pessoas com deficiência;	X	X	X	X
Incentivar o contrato da pessoa com deficiência;	X	X	X	X
Implementar ações de Responsabilidade social, envolvendo essas pessoas com deficiência;	X	X	X	X
Cursos de Libras		X		

Fazer uma campanha para que a pessoa sem deficiência entendam como é ser uma pessoa com deficiência, como por exemplo: Uma peça de teatro, onde só usem a língua de sinais, ou que todo mundo fique vendado e assistindo através da audiodescrição.	X	X	X	X
Usar coisas do dia-a-dia para informar, como por exemplo: A aula da ginástica laboral, todo mundo usar vendas nos olhos ou todo mundo em uma cadeira;	X	X	X	X
Capacitação com os funcionários, para saber como abordar e chegar até um deficiente, sem sentir medo de estar errando;	X	X	X	X
Realizar um vídeo, onde todo mundo usa a Libras e apenas uma pessoa ouvinte, onde essa pessoa não entende o que está acontecendo;		X		
Fazer vídeos das pessoas com deficiência contando sua história e trajetória;	X	X	X	X
Abordar o assunto sobre as pessoas com deficiência para os outros funcionários da organização em suas atividades diárias;	X	X	X	X
Fazer campanhas para a conscientização da importância da inclusão e do respeito com as pessoas com deficiência;	X	X	X	X
Fazer campanhas para orientar o uso adequado das vagas de estacionamento;			X	
Orientar os outros funcionários da organização para informar o deficiente visual sobre as	X		X	

mudanças dos objetos, para então, evitar acidentes. E também, sobre não deixar objetos em locais de passagem, o que dificulta tanto para o deficiente físico quanto para o deficiente visual.				
Mostrar aos outros funcionários o serviço realizado das pessoas com deficiência, para mostrar sua capacidade e autonomia, o que desmitificaria a premissa que as pessoas com deficiência não são produtivas.	X	X	X	X
Orientar os outros funcionários a forma adequada de ajudar o deficiente visual e o deficiente físico, nunca pegando pelo braço, nem pela muleta, não empurrar a cadeira, sem antes consultar a pessoa com deficiência. A forma de ajudar a pessoa com deficiência, vai de acordo com cada pessoa com deficiência, por isso, deve sempre ter este diálogo antes.	X		X	

Fonte: Elaborado pelos autores

Através dessa lista, procura-se demonstrar as diversas ações que podem contribuir para a inclusão das pessoas com deficiência, pensando além de ações técnicas, mas em ações de relações do ser humano, para que auxilie na desconstrução de mitos sobre as pessoas com deficiência e dissemine a ideia da inclusão, que se torne uma rede que, cada vez mais, cresça.

Ao se refletir acerca das pessoas com deficiência, se está cooperando para o bom relacionamento da organização com seus públicos, tanto no ambiente interno como no externo, demonstrando o lado humano da organização. Por essas razões, fica a ressalva: ao se pensar nas pessoas com deficiência, se ganha por se estar agindo eticamente,

dentro dos princípios do profissional das relações públicas. Além disso, para a comunicação ser eficiente, deve-se pensar nas características do público, visando se empregar uma linguagem adequada, de forma que a pessoa que a receba tenha total acesso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desta pesquisa, procurou-se responder quais são as práticas de comunicação que podem contribuir para a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações. Para isso, buscou-se articular os conceitos de comunicação e acessibilidade, visando se localizar os ganchos nos quais o profissional de comunicação possa se inserir. Realizou-se pesquisa bibliográfica, observação não participante, entrevistas e questionários para a elaboração da pesquisa.

A relação entre os conceitos de acessibilidade e comunicação, desenvolvidos neste trabalho, foram baseados nas relações e intersecções que se percebem na acessibilidade e comunicação organizacional, articulando os conceitos para, então, buscar uma relação entre eles e formas de se aplicar as ações de comunicação, tendo em vista as pessoas com deficiência.

Através desta pesquisa pode-se considerar que, as pessoas com deficiência, ao longo de toda sua trajetória, sempre foram alvo de discriminações, preconceito e desconfiança. Mas também concluímos que a inclusão está em constante evolução, passando das gerações de exclusão total, segregação, integração até a inclusão, que é a luta atual, visando-se atingir a inclusão plena em todas as esferas da comunidade.

Uma dessas esferas, em que as pessoas com deficiência devem ser incluídas, é o mercado de trabalho. Apesar de já existir a lei 8.213/91, ainda há muitas vagas não preenchidas, apesar dos aproximadamente 325.291 trabalhadores com deficiência (dados de 2011) que estão no mercado de trabalho. As razões por essas vagas não serem devidamente preenchidas pode ser explicada, tanto no que se refere à organização, quanto ao que se refere às pessoas com deficiência. As organizações, por não estarem preparadas para receber uma pessoa com deficiência, os gestores por não irem atrás das informações necessárias.

O perfil da pessoa com deficiência que está no mercado de trabalho corresponde, em sua maioria, a pessoas do gênero masculino, entre 18 e 25 anos. Todos possuem ensino superior ou pós-graduação. A maioria das pessoas ingressou pela reserva de vagas e está no serviço público.

A relação das pessoas com deficiência com o mercado de trabalho demonstra que a inclusão está progredindo, dado que algumas atitudes das organizações são inclusivistas. O que é corroborado pelo fato de as pessoas com deficiência entrevistadas relatarem que quase sempre se sentem incluídas e que quase sempre são tratadas com respeito.

Contudo, parte das pessoas com deficiência tem receio de ir trabalhar e não serem incluídas, não completam seus estudos, preferem receber o auxílio do governo a ir trabalhar e enfrentar preconceitos e barreiras, entre outras.

Para desconstruir essas situações, entra o papel do profissional de comunicação, pensando e abordando, em suas ações, o tema da inclusão, visando desmistificar esses argumentos que regem a atual situação das pessoas com deficiência.

Entramos na comunicação organizacional que, assim como os conceitos que abordam as pessoas com deficiência, foram evoluindo com o decorrer do tempo. Atualmente, temos a comunicação organizacional, segundo Kunsch, como uma visão abrangente, analisando todos os aspectos relacionados com o fenômeno comunicacional, pensando em uma forma integrada, de modo a compreender a comunicação institucional, mercadológica, a interna e a administrativa. “Nesse sentido a área de comunicação deixa de ter uma função meramente tática e passa a ser considerada estratégica.”.

Ao incluir as pessoas com deficiência no interior da organização, se está realizando um dever, pensando na ética e nos deveres das relações públicas, no qual o cerne é contribuir para uma comunicação eficaz com seus diversos públicos.

Por isso, o profissional de comunicação, ao abordar ações e situações para a inclusão da pessoa com deficiência, está contribuindo, além do seu papel estratégico para organização, para a desmistificação de que pessoas com deficiência não podem trabalhar.

Quando se pensa nas pessoas com deficiência como um público da organização devemos, então, conhecer suas limitações para ajustar a melhor forma de se comunicar com esse público, pensando e colocando-se no lugar dessas pessoas.

A comunicação, quando feita de uma maneira estratégica, pensando no seu público, contribui para a construção de uma imagem organizacional positiva, evitando ruídos e contribuindo para que as pessoas se sintam parte da organização, sendo pessoas com deficiência ou não. Quando as pessoas se sentem parte da organização, o trabalho flui de uma maneira positiva, onde os trabalhadores fazem seu melhor por se sentirem recompensados.

Algumas ações que poderiam contribuir para essa inclusão: softwares que permitam que os deficientes visuais possam ter total acesso ao computador, à internet e sistemas internos da própria organização; comunicação respeitando a limitação das pessoas com deficiência, como evitar avisos que só contenham áudio, pois esta forma de comunicação não atingiria o deficiente auditivo, ou usar apenas imagens, jornais impressos, mural, entre outras ações que não permitam que o deficiente visual tenha acesso.

Observar também, se o material enviado via e-mail, encontra-se acessível para o leitor de tela e, se conter alguma imagem, fazer a descrição para essa pessoa com deficiência visual, de modo que possa ter total acesso ao conteúdo, assim como seus

outros colegas. Além disso, ter cuidado para que os vídeos enviados para os funcionários contenham legenda e áudio-descrição.

Outras ações também são necessárias, como solicitar a todos os demais funcionários da organização para que não mudem os móveis de local, afinal, essas barreiras atitudinais, apesar de não serem propositais, acontecem por falta de informação, e essas mudanças de locais de objetos, sem um aviso prévio, podem causar um acidente para a pessoa com deficiência visual, que já estava adaptada com o local. Do mesmo modo, é importante verificar se estes objetos não estão atrapalhando a passagem da pessoa cadeirante.

Através das ações operacionais e relacionais, abordou-se uma tentativa, por meio da comunicação organizacional, de gerar o debate, fazer pensar e “mexer” com a cultura dos membros de uma organização, propor para a comunicação organizacional uma comunicação múltipla, diversa, que reconheça em sua unicidade, as especificidades de cada público, bem como suas diferenças.

A comunicação para a diferença é, nesse sentido, a comunicação para a acessibilidade, tema sobre o qual esta pesquisa buscou atentar-se, enfatizando-se as pessoas com deficiência no ambiente organizacional, *locus* das relações públicas.

A informação é o grande aliado para a evolução da inclusão, portanto, ações que promovam o conhecimento do assunto contribuem de forma positiva para a organização, pois a informação permite que as pessoas revejam suas atitudes, percebam que seu preconceito não passa de desinformação e repassem seu conhecimento para outras pessoas que, ao ser disseminá-lo, diminuirão os preconceitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 90/50: **Acessibilidade a Edificações, Mobiliário, Espaços e Equipamentos Urbanos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

BAHIA, Melissa Santos. **Responsabilidade Social e diversidade nas organizações: contratando pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006. 112p.

BALDISSERA, Rudimar. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (ORG). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNEKER, Cleusa. **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

BERSCH, Rita. **Tecnologias Assistivas**. Disponível em <http://www.assistiva.com.br/Introducao_Tecnologia_Assistiva.pdf> Acesso em 19 de novembro de 2015.

BRASIL. Decreto n. 5.296, de 2 de dezembro de 2004. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de Novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas e 10.098, de 19 de Dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou mobilidade reduzida. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 2004.

_____. Decreto n. 63.283, de 26 de setembro de 1968. Aprova o Regulamento da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Disponível em <<http://www.conferp.org.br/?p=201>> Acesso em 16 de novembro de 2015.

BUENO, Wilson da Costa. A comunicação como inteligência empresarial corporativa. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (ORG). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____, Wilson da Costa. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. São Paulo: Editora Manole, 2015.

CAMBIAGHI, S. Desenho Universal: Métodos e Técnicas para Arquitetos e Urbanistas. São Paulo: Editora Senac, 2007. 1v. 269 p.

Casali, A. (2009). Um modelo do processo de comunicação organizacional na perspectiva da “Escola de Montreal”. In M. M. K. Kunsch (Org.), *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processo* (Vol. 1, Cap. 6, pp. 107-134). São Paulo: Saraiva.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonia. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo. Editora Atlas, 2009.

FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em nova visão estratégica: business relationship. São Caetano do Sul,SP: Yendis Editora, 2012

GLOBO, G1. Disponível: <<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2014/11/81-contratam-pessoas-com-deficiencia-so-para-cumprir-lei.html>> Acesso em 12 de setembro de 2015.

IBDD. Disponível em: <<http://www.ibdd.org.br/noticias/noticias-informe-85%20primeira%20lei%20voltada.asp>> Acesso em 12 de setembro de 2015.

KUNSCH, Margarida M. Kröhling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4.ed. revisada, atualizada e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.

_____. Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo y Pensamiento** 51. v. XXVI, p 38-51, jul-dez. 2007.

_____. Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (ORG). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas 2003.

LANNA Júnior, Mário Cléber Martins (Comp.). **História do Movimento Político das Pessoas com deficiência no Brasil**. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos. Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência, 2010.

MARCHIORI, Marlene. **A Relação Comunicação: Uma Reflexão sobre seus processos e Práticas**. Disponível em <[http://www.uel.br/grupo-estudo/gecorp/backup-03-10-2012/publicacoes/\[TRAB-CONG\]ABRAPCORP_2009_MARCHIORI_artigo_organizacao_e_comunicacao_final_01.pdf](http://www.uel.br/grupo-estudo/gecorp/backup-03-10-2012/publicacoes/[TRAB-CONG]ABRAPCORP_2009_MARCHIORI_artigo_organizacao_e_comunicacao_final_01.pdf)> Acesso em 20 de novembro de 2015

NASSAR, Paulo. A Aberje e a comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (ORG). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

NASSAR, Paulo. Conceitos e processos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (ORG). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: Construindo uma sociedade para todos**. Rio de Janeiro: WVA, 1997. 176p.

SODRÉ, MUNIZ. **Por um conceito de minoria**. Disponível em: <<http://www.ceap.br/material/MAT16042010145008.pdf>>. Acesso em 07 de novembro de 2015.

TORQUATO, Gaudêncio. Da gênese do jornalismo empresarial e das relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (ORG). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. Vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009.