

FACULDADE PAULUS DE TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO

CAMILA GALANI

RELAÇÕES PÚBLICAS NA INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.
ESTUDO DE CASO: TALENTO INCLUIR

SÃO PAULO

2015

FACULDADE PAULUS DE TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO

CAMILA GALANI

RELAÇÕES PÚBLICAS NA INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.
ESTUDO DE CASO: TALENTO INCLUIR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora da FAPCOM – Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, como exigência parcial para a obtenção do título de bacharel em Relações Públicas, sob orientação do Prof. Dr. João Nery.

SÃO PAULO

2015

Galani, Camila

Relações Públicas na inclusão de pessoas com deficiência.
Estudo de caso: Talento Incluir / Camila Galani, 2015

75f ; il;

Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade Paulus de
Tecnologia e Comunicação, São Paulo, 2015.

“Orientação: Prof. Dr. João Nery”

1. Relações Públicas
2. Inclusão
3. Pessoas com Deficiência
4. Organizações

CAMILA GALANI DA SILVA

RELAÇÕES PÚBLICAS NA INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora da FAPCOM – Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, como exigência parcial para a obtenção do título de bacharel em Relações Públicas, sob orientação do Prof. Dr. João Nery.

São Paulo, 17 de junho de 2015.

Prof. Ms. Glaucya Tavares
Mestre em Comunicação, UNIP

Prof. Ms. Denise Aquino
Mestre em Comunicação e Semiótica, PUC

Prof. Dr. João Nery
Doutor em Comunicação Social, PUC

SÃO PAULO

2015

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me dado a oportunidade de realizar esta faculdade, sempre me dando saúde e forças para continuar e superar as dificuldades.

Ao meu namorado, meu amor por sempre ter me apoiado, me ajudado, me dado forças quando mais precisava, por ter sido meu maior motivador, me compreendido e estado ao meu lado nos momentos mais difíceis.

À minha família, minha mãe e meu pai por todo amor, dedicação, estudo, educação e valores que me fizeram estudar, trabalhar, ingressar na faculdade e chegar até aqui.

À minha querida amiga Patrícia de Sá, por todos os sorrisos e lágrimas que compartilhamos nesses quatro anos, sendo o ombro amigo uma da outra, nunca desistindo e chegando com sucesso e muito aprendizado à conclusão de mais essa etapa.

À Professora Glaucya Tavares por todo apoio e incentivo quando não acreditei que iria conseguir, por ter sido mais que uma professora, uma amiga e conselheira que me ajudou a descobrir o melhor caminho que me levou até esse trabalho.

Ao meu orientador Prof. Dr. João Nery por toda paciência, compreensão e orientação para o resultado deste trabalho.

A todos os professores que ajudaram no meu crescimento e a me tornar uma profissional de Relações Públicas, em especial Prof. Denise Aquino e Prof. Fábio Munhoz.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

GALANI, Camila. Relações Públicas na Inclusão de Pessoas com Deficiência. Estudo de Caso: Talento Incluir. São Paulo, 2015. 75 f. (Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas).

Neste trabalho abordamos como o profissional de Relações Públicas pode facilitar o processo da inclusão de pessoas com deficiência nas organizações, para isso, além da revisão bibliográfica, realizamos um Estudo de Caso tendo como objeto a empresa Talento Incluir. O objetivo deste trabalho é compreender a importância das Relações Públicas no processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Este estudo busca mostrar características e ferramentas do profissional de Relações Públicas essenciais no processo de inclusão de pessoas com deficiência nas organizações.

Palavras-chave: Relações Públicas. Comunicação. Inclusão. Pessoas com Deficiência. Talento Incluir.

ABSTRACT

GALANI, Camila. Public Relations in Inclusion of people with disabilities. Case Study: Talent Add. São Paulo, 2015. 75 f. (Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação, para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas).

In this paper we approach how the professional of Public Relations can facilitate the process of inclusion of people with disabilities in organizations, for that, in addition to literature review, we executed a case study having as object the company Talent Add. The objective of this study is to understand the importance of public relations in the process of inclusion of people with disabilities in the labor market. This study seeks to show the essential features and Public Relations professional tools in the process of inclusion of people with disabilities in organizations.

Key Words: Public Relations. Communication. Inclusion. People with Disabilities. Talent Add.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 - Camila Galani (autora) e Carolina Ignarra em visita realizada à Talento Incluir.....	72
ANEXO 2 - Lei de Cotas – Art 93.....	73
ANEXO 3 – Depoimentos Deficientes Inclusos a partir da Talento Incluir.....	74

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Curiosidade Pessoa com Deficiência.....	31
Ilustração 2 – Deficiente conquistando espaço no mercado de trabalho.....	37
Ilustração 3 – Cartão de visitas - Carolina Ignarra Talento Incluir.....	43
Ilustração 4 – Carolina Ignarra e Tabata Contri respectivamente.....	44
Ilustração 5 – Programa de Inclusão.....	45
Ilustração 6 – Etapas do Programa de Inclusão.....	46
Ilustração 7 – Divisão de trabalho.....	53
Ilustração 8 - Funções Essenciais das Relações Públicas.....	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – População Residente por tipo de deficiência.....	33
Gráfico 2 – Evolução das Contratações 2001 até dezembro 2008.....	39
Gráfico 3 – Principais Dificuldades no recrutamento e seleção de pessoas com deficiência.....	41
Gráfico 4 – Tempo de Estudo.....	50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. RELAÇÕES PÚBLICAS.....	14
1.1. Relações Públicas como gestor de relacionamentos.....	17
1.2. Contexto histórico.....	19
1.3. Relações Públicas no Brasil	22
1.4. Públicos	23
1.5. Cultura Organizacional	25
1.6. Comunicação interna.....	28
2. PESSOA COM DEFICIÊNCIA.....	30
2.1. Histórico da Inclusão	34
2.2. Lei de Cotas	38
2.3. Inclusão de pessoas com deficiência nas organizações	40
3. ESTUDO DE CASO – TALENTO INCLUIR.	42
3.1. Programa de Inclusão.....	45
3.2. Cultura Organizacional	48
3.3. Dificuldades Encontradas pelas Empresas na contratação.....	49
3.4. Serviços Prestados	51
3.5. Públicos Talento Incluir	55
3.6. Comunicação Talento Incluir	57
3.7. Relações Públicas e a Talento Incluir	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
WEBGRAFIA	70
ANEXOS	72

INTRODUÇÃO

Este trabalho estudou como o profissional de Relações Públicas pode facilitar o processo da inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. O desenvolvimento desta pesquisa incluiu a revisão bibliográfica sobre Relações Públicas, a Inclusão de Pessoas com deficiência no mercado de trabalho e o Estudo de Caso sobre a empresa Talento Incluir¹. O tema que orientou este trabalho foi pensar nas Relações Públicas na inclusão de pessoas com deficiência, caracterizando um Estudo de caso.

Sobre o deficiente, dados recentes indicam que o Brasil tem 45,6 milhões de pessoas com deficiência, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Dos cerca de 200 milhões de brasileiros, aqueles com pelo menos uma deficiência, seja visual, auditiva, motora ou mental, somam 23,9%.²

A partir disso é importante saber que foi criado no Brasil no ano 2000, a lei 8.213/91, a Lei da Previdência, mais conhecida como Lei de Cotas, que, em seu art. 93, estabeleceu que as empresas com mais de cem funcionários precisam contratar profissionais com deficiência, obedecendo à porcentagem de 2% a 5%, de acordo com o número de funcionários³, por isso hoje existe um grande interesse das organizações por contratarem as pessoas com deficiência evitando as altas multas, tentando garantir um processo de inclusão adequado.

A desinformação é uma das causas da exclusão social das pessoas portadoras de deficiência no mercado de trabalho. Tanto por parte das pessoas com deficiência, quanto por parte das organizações, um tema em que muitos aspectos têm que ser levados em consideração. Para que se possa entender o processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho e da importância das Relações Públicas nesse processo, apresentamos neste trabalho conceitos e históricos da pessoa com deficiência, as dificuldades encontradas pelo deficiente e

¹A Talento Incluir é uma empresa que promove a inclusão da pessoa com deficiência na sociedade, mais efetivamente, através do mercado de trabalho, que desde 1999, motivado principalmente pelo Decreto 3.298, que regulamentou a Lei de Cotas 8.213/91, que obriga as empresas com mais de 100 colaboradores a incluir uma cota de 2% a 5% de profissionais com deficiência em seus quadros de funcionários. Fruto de uma fusão com a consultoria Movimento Incluir, a Talento Incluir tem como foco facilitar a inclusão das pessoas com deficiência nas organizações preparando as empresas para receber estes profissionais de forma responsável, justa e igualitária, promovendo quebra de barreiras físicas e culturais através de serviços diversos que vão desde a conscientização das pessoas através da informação, até indicações de melhorias de acessibilidade.

²<http://www.assistiva.org.br/noticia/005331-ibge-24-da-populacao-possui-algum-tipo-de-deficiencia>

³ Carolina Ignarra (2009, p.19)

pelas empresas no processo de inclusão e a inclusão no Brasil, e ferramentas do profissional de Relações Públicas para auxiliar neste processo de inclusão, trazendo benefícios para o deficiente e para a organização.

O profissional de Relações Públicas é capacitado a passar informações visando o entendimento dos públicos, trabalhando diversas formas de comunicação dirigida necessárias para cada tipo de público, tornando essa informação e comunicação eficientes e fazendo assim com que se diminua o preconceito e problemas na inclusão. A versatilidade do profissional de RP mostra sua capacidade de integrar todos os tipos de públicos com a organização, como comenta Pinho (2001, p. 83):

O esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada direta ou indiretamente.

Este processo da informação através da comunicação no relacionamento que as organizações constroem com os seus stakeholders é de extrema importância. Carolina Ignarra (2009, p.28) diz que “muitas vezes, com uma simples pergunta, é possível solucionar problemas que levariam ao desligamento ou comprometimento da carreira da pessoa com deficiência, além de trazer um resultado negativo para o problema de inclusão.” Ela ainda ressalta nessa questão da falta de informação que (2009, p.30): “As empresas que precisam contratar pessoas com deficiência encontram dificuldades comuns. A mais evidenciada é a falta de cultura corporativa inclusiva. É muito comum as empresas se queixarem de que os gestores não estão preparados, e assim aceitam os profissionais com deficiência sem assumir o despreparo e a empresa investir na preparação do gestor.”

Uma das atividades de Relações Públicas que podem ser fundamentais no processo de inclusão é o mapeamento de públicos. Segundo França (2004, p. 121) “os públicos pertencem ao relacionamento contínuo e necessário da organização, garantindo-lhe a sobrevivência e o apoio ostensivo às suas atividades e contribuindo para criar um conceito favorável da empresa junto à opinião pública.”

Este trabalho é importante para a área de Relações Públicas, porque mostra a importância do profissional de Relações Públicas na inclusão de pessoas com deficiência nas organizações, e como este profissional de Relações Públicas e a comunicação podem facilitar este processo, ou seja, contribui com a produção de

conhecimento na área de Relações Públicas sobre uma temática ainda pouco explorada.

Com base nessas informações o tema abordado teve como objetivo compreender a importância da atividade de Relações Públicas no processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, dentro desse, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: Identificar soluções de Relações Públicas que auxiliem no processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho; E analisar o caso da empresa Talento Incluir, que prepara pessoas com deficiência e organizações para o processo de inclusão, identificando o uso ou não de estratégias de Relações Públicas em suas ações.

Como problematização foi formulado o seguinte questionamento: Que ações de Relações Públicas podem colaborar para o processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho?

A partir desta problematização as hipóteses apresentadas foram: Primeira hipótese: Ações de conscientização junto a gestão da cultura organizacional, ao público interno de uma organização e das pessoas com deficiência, coordenadas por um profissional de Relações Públicas, passando informação por meio de uma comunicação eficiente, sendo assim eficaz no processo de inclusão de pessoa com deficiência no mercado de trabalho; Segunda hipótese: Ações de Relações Públicas como gestor de relacionamentos, trabalhando os relacionamentos dentro da organização, para que assim haja um processo de inclusão eficaz.

A metodologia aplicada nessa pesquisa foi o estudo de caso da empresa Talento Incluir. Foram realizadas pesquisas bibliográficas, entrevistas informais com as dirigentes da empresa, além de visitas nas quais a pesquisadora observou o método de trabalho desenvolvido para aproximar empresas e trabalhadores com deficiência. Para complementar este estudo foi realizada a revisão bibliográfica a respeito das Relações Públicas, pessoas com deficiência e a Inclusão de Pessoas com deficiência no mercado de trabalho, além de pesquisa a leis, regras e dados referente aos temas, para assim responder a problematização apresentada neste estudo.

1. RELAÇÕES PÚBLICAS

Definir Relações Públicas não é uma tarefa fácil. Apesar de 2014 ter sido o ano do centenário das Relações Públicas no Brasil, muitos ainda não entendem o significado dessa profissão. Existem diversas definições e conceitos, e novos são criados por pesquisadores da área para responder aos desafios que os diferentes contextos profissionais apresentam. Uma atividade reconhecidamente complexa, que alguns segmentos desconhecem as práticas e funções, e que, apesar das diversas definições, ainda não está plenamente disseminada. Sobre isso afirma Cândido Teobaldo (2005, p.30):

A realidade é que o termo “relações públicas” tem diferentes significados para diferentes pessoas estando ainda longe de se encontrar uma significação pacífica para a expressão. E as dificuldades aumentam mais quando se nota que RRPP ainda não se constituem, cristalinamente, em um campo limitado, caracterizado e independente do conhecimento humano.

Apesar das dificuldades este autor procura descrever Relações Públicas tanto para as relações que devem existir entre as empresas e os seus públicos quanto para os fatores que venham a influir nessas relações.

Sabemos que Relações Públicas é uma atividade ampla e por isso difícil de ser definida. Uma atividade de extrema importância para qualquer organização e muito complexa pelas diversas áreas nas quais ela atua. Sobre sua complexidade e área trabalhadas Lanhez (2006, p.181) afirma que:

Ela permeia toda a organização orientando, assessorando e apoiando, de modo estratégico, todas as suas funções, no tocante à forma mais adequada de conduzir suas relações junto ao público. Nesse contexto, é preciso buscar a conscientização de todos, dentro da organização, do papel e da responsabilidade que têm pelo seu conceito.

Ainda sobre isso Teobaldo (2005, p.32) afirma que “Relações Públicas são uma arte aplicada. Inclui todas as atividades e processos operacionais que permanentemente objetivam determinar, guiar, influir e interpretar as ações de uma organização.”

A matéria prima do profissional de Relações Públicas são seus stakeholders⁴, que são essenciais para o funcionamento de qualquer organização. Manter um bom

⁴Stakeholder em uma organização é, por definição, qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos dessa empresa (Freeman, 1984, tradução nossa). Stakeholder inclui aqueles

relacionamento com esses públicos pode ser determinante para o sucesso ou fracasso da organização e, sobre isso, Pinho (2001, p. 83)⁵ diz que Relações Públicas são:

O esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada direta ou indiretamente.

A atividade de Relações Públicas está ligada diretamente com uma organização, sendo ela pública, privada ou de terceiro setor e seus públicos de interesse. Manter um bom relacionamento com todos os públicos não é uma tarefa fácil e se dedica muita pesquisa, conhecimentos, técnicas e estratégias para se obter o sucesso. Para França (2001, p.9) A atividade de relações públicas constitui uma estratégia fundamental para o sucesso da empresa e o profissional que a conduz deve ser também um estrategista da comunicação e do relacionamento.

Ainda sobre isso Nickels (1999, p.366) afirma que:

Relações Públicas é o processo de avaliar atitudes dos grupos de interesse, identificar as atividades e os produtos da empresa com os interesses destes grupos e a utilização de comunicação gratuita, de duas vias para atingir estes grupos e construir relacionamentos mais fortes e mais duráveis de longo prazo.

Para este trabalho é importante entendermos que, apesar das diversas definições e abrangência que a área atinge, o profissional de Relações Públicas realiza um trabalho de facilitador da organização, sobre isso Lanhez⁶ diz:

As relações públicas vão muito além do divulgar, do propagar e do promover, que buscam persuadir e convencer. Ela visa o se relacionar, o dialogar, o harmonizar, o compartilhar idéias, crenças, valores e ideais. Utilizadas isoladamente, a propaganda, a promoção e as relações com a imprensa, são modelos de mão única, seguidos por muitas empresas, privadas e públicas, e por governos, principalmente naqueles em que a democracia engatinha ou não existe. Elas são incompletas, pois a sociedade exige comunicação, de dupla mão e integração. Elas só se tornam acordes com as solicitações atuais da sociedade, quando atuam integradas às demais atividades de comunicação sob o guarda-chuva programático das relações públicas.

Ainda sobre o tema Margarida Kunsch (2003, p. 89) afirma que:

As relações públicas, como disciplina acadêmica e atividade profissional, têm como objeto as organizações e seus públicos, instâncias distintas que, no entanto se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha,

indivíduos, grupos e outras organizações que tem interesse nas ações de uma empresa e que têm habilidade para influenciá-la (Savage, Nix, Whitehead, & Blair, 1991).

⁵<http://www.rpp.wix.com/doutrina-rp#!about/c4nz>

⁶<http://www.rp-bahia.com.br/colunistas/ianhez.htm>

promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se, para tanto, de estratégias e programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social.

Para nosso trabalho é importante saber sobre as quatro funções das Relações Públicas nas organizações, principalmente por ser um fundamental apoio ao RH, que é um subsistema do sistema organizacional, para Kunsch (2003, p.98):

As organizações, do ponto de vista sistemático, interagem com o ambiente e desempenham seu papel na sociedade mediante ação conjunta dos seus vários subsistemas. Neste contexto a área de relações públicas constitui também um subsistema organizacional a exerce funções essenciais e específicas, apoiando e auxiliando os demais subsistemas, sobretudo nos processos de gestão comunicativa e nos relacionamentos das organizações com seu universo de público.

As quatro funções essenciais das relações públicas nas organizações são: Função administrativa, função estratégica, função mediadora e função política. Vamos explicar segundo a própria Kunsch.

Na função administrativa as relações públicas visam atingir toda a organização, para Kunsch “Como função administrativa, as relações públicas, por meio de suas atividades específicas, visam atingir toda a organização, fazendo as articulações necessárias para maior interação entre setores, grupos, subgrupos, etc.” (2003, p.100). Raymond Simon (1994, p.18.) sobre isso diz:

As relações públicas constituem a função administrativa que avalia as atitudes do público, identifica as políticas e os procedimentos de uma organização com o interesse público e executa um programa de ação e comunicação para obter a compreensão e aceitação do público.

Na função estratégica as relações públicas buscam posicionar a organização, através de sua identidade; para Kunsch a função estratégica, “ajuda as organizações a se posicionar perante a sociedade demonstrando qual é a razão de ser do seu empreendimento, isto é, sua missão, quais são os seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como a definir uma identidade própria. (2003, p.103). Ainda sobre isso, Waldyr Gutierrez Fortes (1990, p. 199) diz:

As relações públicas estratégicas destacam o inter-relacionamento entre escopo de mercado e os públicos, identificando as oportunidades e ameaças. No dia-a-dia, as relações públicas baseiam as suas ações numa série de decisões, de caráter interno e externo, necessário diante de possíveis contingências ambientais. Tenta-se introduzir no processo administrativo novas variáveis que permitam uma análise abrangente, mesmo em termos conceituais, para imprimir dinamismo aos procedimentos de troca.

Na função mediadora as relações públicas exercem um dos seus principais objetivos, ou seja, mediam relações entre as organizações e seus públicos, para Kunsch (2003, p.103): “A comunicação é um instrumento vital e imprescindível para que as relações públicas possam mediar relacionamentos organizacionais com a diversidade de públicos, a opinião pública e a sociedade em geral.” Kusch afirma ainda que “Não se trata, no caso da função mediadora, simplesmente de informar, prestar informações, mas de praticar a comunicação no seu verdadeiro sentido etimológico.”

E por último a função política que está ligada diretamente com as relações de poder dentro da organização, para Kunsch (2003, p.109): Como função política, as relações públicas lidam basicamente com as relações de poder dentro das organizações e com a administração de controvérsias, confrontações, crises e conflitos sociais que acontecem no ambiente. Sobre este aspecto Kunsch avalia que:

Para o desempenho da função política de relações públicas, é fundamental compreender como se processam as relações de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo. As organizações são interdependentes e estão sujeitas às forças do controle externo.

Com base nessas definições veremos a seguir um pouco sobre itens importantes para o sucesso das ações do profissional de Relações Públicas em qualquer organização e a importância de se obter um bom relacionamento da organização com seus públicos.

1.1. Relações Públicas como gestor de relacionamentos

A partir dos estudos apresentados anteriormente, abordaremos neste item o papel do profissional de Relações Públicas nos relacionamentos da organização. Este profissional é capacitado a usar as ferramentas de Relações Públicas de forma estratégica, visando melhorar o relacionamento da organização com seus públicos. Para Ferrari (2003, p.8):

Na área de relações públicas, a estratégia é indispensável para a garantia da qualidade do relacionamento da organização com seus públicos e para a criação de valores a serem incorporados pelos funcionários, clientes, fornecedores e acionistas, que resultem, entre outras vantagens, na maximização de seus negócios.

A atividade de relações públicas visa o relacionamento, para isso é necessário pesquisar, investigar, abordar diversos conceitos da organização, reconhecer e entender seus públicos, sua comunicação atual, as informações disseminadas, os canais e estratégias utilizados para o relacionamento com os públicos, elementos que compõem a gestão da comunicação nas organizações.

Para um bom relacionamento é imprescindível que o profissional de relações públicas use a comunicação de forma estratégica, pois, a partir dela, é possível identificar o melhor caminho para se criar relacionamentos dentro e fora da organização. Além, claro, do planejamento, que é essencial para se criar ações e administrar os relacionamentos. Para França (1997, p.3) a atividade de Relações Públicas:

[...] como técnica especializada de relacionamento tem por objetivo verificar as necessidades de comunicação e os envolvimento da organização com a sociedade, sendo que sua influência é exercida de forma efetiva no planejamento e na ordenação inteligente de diretrizes e ações de benefício, tanto das organizações como da sociedade, tendo como resultado final a conquista da aceitação e do apoio da opinião pública.

Deixando claras as ações de relações públicas, Penteado (1978 apud PERUZZO, 1986, p.5) acredita que os objetivos das relações públicas são:

Desenvolver e manter um clima de boa-vontade do público para com a empresa; ajudar a orientar a Administração Superior da empresa a agir de acordo com o interesse público; aumentar a compreensão e a aceitação públicas pela política da empresa [...] dar realce à participação da empresa na Economia do país; ajudar a preservar, no espírito público, o sistema de Livre-Iniciativa; promover a Educação Econômica do povo a fim de tornar mais claro o papel da empresa.

Nos relacionamentos é importante dar atenção especial ao público interno, que é um dos mais importantes, pois afeta diretamente o funcionamento da organização. Para Rocha (2010, p.107) “o público interno é um dos mais importantes stakeholders para uma empresa. Sobretudo em tempos em que as empresas enfrentam concorrência global [...]. Alcançar os objetivos de um negócio é praticamente impossível sem o envolvimento do público interno.” A comunicação interna então passa a ter um papel fundamental no relacionamento com esse público, sobre isso Rocha (2010, p. 107) diz:

Nos dias de hoje, dificilmente uma empresa alcançará seus objetivos sem o apoio e o envolvimento de seus colaboradores [...] Por isso, a comunicação interna tem um papel estratégico e fundamental no relacionamento entre a empresa e seu público interno ao compatibilizar os interesses e promover o diálogo em todos os níveis, possibilitando o fluxo contínuo de informações

internas e operacionais, fundamentais para atingir os objetivos do negócio e atender às necessidades dos clientes, conscientizando os funcionários de sua importância para os resultados. Ela também é responsável por disseminar e enfatizar entre o público interno os aspectos relacionados à missão, visão, valores e filosofia da empresa que serão determinantes para a sua forma de atuação no mercado.

É importante para as organizações criar e manter relacionamentos, pois, além de um melhor funcionamento, gerencia crises e evita conflitos. Sobre isso Kunsh (2003, p. 89) concorda quando demonstra que os conflitos entre as organizações e seus públicos são decorrentes de interesses distintos, focando que o desafio para a área é gerenciar a comunicação entre as partes na complexidade da sociedade contemporânea.

Para obter o sucesso nos relacionamentos os profissionais de Relações Públicas devem estar sintonizados com as necessidades da organização e seus públicos. Acerca desse aspecto Lesley (1995, p.4) diz que:

Os profissionais devem estar sintonizados no pensamento e nas necessidades das organizações às quais servem ou não poderão servi-las bem. Devem estar sintonizados com a dinâmica e necessidades dos públicos, de modo a poder interpretar esses públicos para clientes: assim como interpretar os clientes para os públicos.

Relacionamento significa a ligação afetiva, profissional ou de amizade entre pessoas que se unem com os mesmos objetivos e interesses. Todo tipo de relacionamento envolve convivência, comunicação e atitudes que devem ser recíprocas. Quando uma das partes não desenvolve os atributos necessários para uma boa convivência, o relacionamento se torna difícil.⁷

Entendemos assim que para que o profissional de relações públicas crie relacionamentos entre a organização e seus públicos, é preciso ter visão e conhecer as necessidades de cada um, percebendo as deficiências da gestão e comunicação e assim usando estrategicamente suas ferramentas para criar vínculos recíprocos e saudáveis para os públicos e a organização.

1.2. Contexto histórico

Relações Públicas sempre existiram, diversos autores defendem que as Relações Públicas existem antes de Ivy Lee. Um deles é Hugo Barbieri (1960, p. 21-

⁷<http://www.significados.com.br/relacionamento/>

22, apud ANDRADE, 1993, p. 55) que sobre isso diz: “Relações Públicas como filosofia de ação tendente a tornar algo apreciado ou conhecido são tão antigas quanto a própria civilização, apenas não haviam sido batizadas com o nome que têm”. Ainda assim, é importante sabermos que para a maioria dos autores a primeira vez que o termo Relações Públicas foi pronunciado foi em “[...] Um manuscrito de Thomaz Jefferson, presidente dos Estados Unidos da América, relativo à mensagem presidencial dirigida ao Congresso americano, datada de 27 de outubro de 1807, quando o grande estadista empregou o termo “Relações Públicas”, para salientar a necessidade da prestação de contas do governo ao povo norte-americano.” (Andrade, 1993, p. 56)

Relações Públicas surgem em meio a crises, para acalmar guerras e ajudar na imagem pública; com um turbilhão de acontecimentos as organizações viviam, naquele período, uma crise de imagem. De acordo com (Wey 1986, p.29) “Em meio à revolta pós-guerra e a competição econômica cada vez maior surgiram os ‘barões ladrões’, industriais sem escrúpulos, que se dedicavam a negociatas, visando lucro fácil.”. Daí surge uma das frases jamais esquecidas para a história das Relações Públicas, dita por William Henry Vanderbilt, um dos criadores das ferrovias americanas, e que mudaria a história: “o público que se dane”. Sobre isso Penteadó (1993, p.11) explica que:

A manchete berrante caiu sob os olhos dos nova-iorquinos e edições sucessivas do Times começaram a sair das bancas, por toda a cidade, para as mãos dos leitores ávidos. O secretário do jornal sentiu a reação pública e aprofundou-se no assunto verberando o desprezo dos poderosos pela à opinião pública e denunciando aquele e outros excessos que se verificavam todos os dias.

Em meio a esse momento de revolta e crise, surgem as Relações Públicas, quando:

O grande empresário Rockefeller decidiu então contratar Ivy Ledbetter Lee, jornalista que vinha se preocupando com a política discriminatória do mundo dos negócios, que propôs a adoção de medidas radicais para humanizar a corporação aos olhos do povo. Coube assim a Lee a glória de ter sido o primeiro a colocar em prática os princípios e as técnicas de Relações Públicas.⁸

Ivy Lee mudou a história quebrando as barreiras entre a opinião pública, Vanderbilt e sua família, que na época já nem podiam sair às ruas devido à situação de crise desencadeada por sua expressão acerca do público. A opinião pública começa a ser uma das principais preocupações, e Lee cria um novo caminho para a

⁸<http://www.webartigos.com/artigos/relacoes-publicas-o-inicio-da-profissao/24711/#ixzz3DmPJVTI>

imprensa, respeitando e oferecendo informações à opinião pública. Sobre isso Hebe Wey(1986, p.30) explica, “Ivy Lee viu uma excelente oportunidade para a criação de um novo negócio: a assessoria dos empresários, para auxiliá-los a corrigir sua atitude para com a opinião pública e para a divulgação de informações favoráveis às empresas.”

O sucesso das ações e do trabalho de Ivy Lee foi rápido e duradouro, transformando a imagem e a comunicação das empresas para com a opinião pública, defendendo o interesse dos proprietários, dos funcionários e de todos ao redor da organização. Um grande exemplo do trabalho de Lee foi a transformação da imagem de um dos homens mais odiados da história dos negócios nos EUA, o empresário, Rockefeller. Sobre isso Penteado (1993, p.12) diz “Ivy Lee teve a seu crédito não apenas a transformação da imagem – o que poderia ser confundido como uma forma de propaganda – mas a transformação do próprio homem, que se dispôs a colocar os seus cabedais a serviço da humanidade através da Fundação Rockefeller”.

Ainda sobre o excelente trabalho de Lee para um dos seus primeiros clientes, em 1906, afirma-se que “Ivy Lee criou o primeiro ‘serviço de imprensa’, e escreveu uma carta aos editores de todos os jornais do país, que por seu conteúdo, tornou-se um documento histórico para a profissão de Relações Públicas [...]” (Hebe Wey 1986, p.29). A Declaração de Lee:

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo o nosso trabalho é feito às claras. Nós pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é um agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na seção comercial, não o usem. Nosso assunto é exato. Maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente e qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas com absoluta franqueza, à imprensa e ao público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público.

A criação de diversas fundações voltadas para o bem comum criadas por Lee, e as ações de esclarecimento junto à imprensa, são algumas das ferramentas mais importantes utilizadas até hoje na profissão de Relações Públicas, trazendo como bagagem a importância de todos os públicos ao redor da imagem de uma pessoa ou organização.

Após este período inicial da área, houve expansão do uso das relações públicas por parte de organizações públicas e privadas. No período que inclui as

duas guerras mundiais e a grande depressão diversas técnicas foram desenvolvidas e as atividades de RP ganharam importância crescente para as organizações e a sociedade.

1.3. Relações Públicas no Brasil

A atividade de Relações Públicas para muitos é uma profissão nova, muitas pessoas ainda não sabem o que faz um profissional de Relações Públicas. Isso porque não sabem que, apesar de parecer uma profissão nova, em 2014 a área de Relações Públicas comemorou seu centenário no Brasil.

Apareceu em um momento de crise, como nos outros lugares do mundo. O Brasil estava em um período de desenvolvimento e crescimento, quando, em 1914, vem para o Brasil a empresa “The Light and Power Co”, que sentiu a necessidade de um departamento de comunicação para se adequar à cultura brasileira, criando aqui o primeiro departamento de Relações Públicas. O responsável pela nova área na empresa foi Eduardo Pinheiro Lobo, considerado o “Pai das Relações Públicas no Brasil”.

Nesta época as empresas começaram a perceber a importância de uma imagem positiva junto à opinião pública, identificando a necessidade de serem bem vistas perante a sociedade e de se construir identidade e imagem organizacionais que auxiliassem nisto. Ainda no mesmo ano foi instituído o “Dia Nacional do Relações Públicas” pela lei nº 7197, um possível reflexo do trabalho realizado pela Light and Power e Eduardo Pinheiro Lobo.

Após três décadas sem muita evolução, em 1952 surge a primeira agência brasileira de Relações Públicas, a “Companhia Nacional de Relações Públicas”. Para Hebe Wey (1986, p.33) “até meados da década de 50 era incipiente a prática das relações públicas, limitando-se a poucas atividades. Confundiam-se relações públicas com relações sociais [...]”

A década de 1950 foi de grande importância para as Relações Públicas, porque foi aí que se profissionalizaram, com a preocupação das empresas com a opinião pública e a imagem perante a sociedade. Neste período foi criada a ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas.

A década de 1960 foi de muita importância para a regulamentação da profissão, surgem os primeiros cursos regulares de relações públicas, em resposta a

uma demanda de mercado. E em 1966 foi sancionada a lei nº 5.377 que regulamentava a profissão de Relações Públicas; em 1967 foi instalado o primeiro curso regular de graduação, ministrado na ECA/USP. Em 1969 foi formado o Conferp - Conselho Federal de Relações Públicas, pelo Decreto-Lei nº 860, e sua regulamentação aconteceu em 4 de maio de 1971, pelo Decreto nº 68.582/71. A partir do Conferp foi definido que somente podem exercer a profissão no Brasil os indivíduos formados em curso superior de Relações Públicas (ou equivalente no exterior, com o diploma devidamente reconhecido no Brasil) e que estejam registrados em seus respectivos Conselhos Regionais.

Nas décadas de 1970 e 1980 passamos por diversos bloqueios na comunicação, dados pela censura realizada na ditadura. Neste período, segundo Kunsch (1997, p.27):

O crescimento das Relações Públicas deu-se principalmente em razão de dois fatos. Um, o de que a atividade era de interesse dos militares, a ponto de vários gerentes de relações públicas em grandes organizações, na época, terem sido militares. Outro, o de que a própria estratégia de Relações Públicas adotada a partir da gestão do General Médici virou um paradigma para todo o serviço público e se reproduziu até mesmo em algumas grandes empresas.

Da década de 1990 até hoje podemos colocar o desenvolvimento da atividade de Relações Públicas diretamente ligado à globalização. Com as cobranças da sociedade aumentando e o impacto que as mídias causaram no acesso à informação, as empresas tiveram que mudar sua postura perante a sociedade, os públicos e a opinião pública. Sobre isso Kunsch (2002, p.124) afirma: “A globalização, a revolução tecnológica e a complexidade contemporânea irão exigir cada vez mais das organizações, mas sem perder a perspectiva de sua dimensão social e do cultivo dos valores democráticos.”

1.4. Públicos

Entender os Públicos é essencial para entender a atividade das Relações Públicas, pois é a matéria-prima da área. Todo trabalho, planejamento, estratégias e ações, são definidas a partir deles. Para início deste capítulo apresentamos o que é público segundo Andrade (1989, p.41):

O agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou de grupos sociais organizados, com ou sem contiguidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto à solução ou medidas a ser tomadas perante ela; com

ampla oportunidade de discussão, e acompanhando ou participando do debate geral por meio da interação pessoal ou dos veículos de comunicação, à procura de uma atitude comum, expressa em uma decisão ou opinião coletivas, que permitirá a ação conjugada.

Este é o foco do trabalho de Relações Públicas, que entende a importância que os públicos têm para a empresa, e que para compreendê-los é necessário primeiro conceituá-los, obtendo assim informações relevantes. Andrade (2001, p. 42) diz que “Um dos principais obstáculos a ser superado na constituição dos públicos reside precisamente na abundância de informações [...]”. Ainda sobre isso ele diz que “Vivemos em uma época de tremendas transformações”.

Sabemos que os públicos ainda têm a importante função de formar a opinião pública, que está ligada diretamente também à história das Relações Públicas, pois nasceu da pressão da opinião pública para com as pessoas e organizações, que aos poucos foram compreendendo a importância e o poder da opinião pública, ainda mais nos dias de hoje, em que pode interagir nos espaços públicos, expressar opiniões que podem auxiliar a construir uma boa reputação ou a destruí-la.

Como em todas as boas histórias e informações que temos visto anteriormente, existem inúmeras categorizações de públicos, realizadas por diversos autores de Relações Públicas. Uma delas é a de Andrade (1989, p. 78) que categoriza os públicos em três grupos distintos: interno, misto e externo, que se originam, respectivamente, dos funcionários e seus familiares, da clientela e espectadores, após o estabelecimento de um “diálogo planejado e permanente”, entre a instituição e os grupos que estejam ligados a ela, direta ou indiretamente.

Apesar dos modelos apresentados anteriormente, neste trabalho utilizaremos a conceituação de Fábio França, que se baseia em pesquisas que mostraram haver (França 2012, p. 66) “uma forma lógica, empiricamente empregada pelas organizações, quando necessitam precisar quem são seus verdadeiros públicos, e quais são as formas de estabelecer relações efetivas com eles.” Ainda para este autor (p. 67):

Para trabalhar os públicos de uma organização, primeiramente deve-se identificá-los, para em seguida poder-se classificá-los e analisá-los. Identificar um grupo como público e classificá-lo, entretanto, não é tarefa fácil, pois o mesmo grupo pode se interrelacionar com tipos de públicos de diferentes patamares dentro da organização, tornando-se assim um grupo multi-público e de difícil classificação.

Com base nas pesquisas realizadas, França sentiu a necessidade de criar novos conceitos e conceituar os públicos de uma maneira diferente e, com base

nestas informações, ele divide os públicos em: essenciais, não-essenciais e rede de interferência. O autor explica sua proposta em uma entrevista ao Portal Empreendedor⁹:

Os relacionamentos essenciais são aqueles que a empresa depende para existir, se manter e sobreviver. Nessa categoria eu tenho os públicos constitutivos, os donos dos negócios, investidores, e os constitutivos primários como os empregados dos quais a empresa depende para funcionar. Todos os públicos essenciais estão ligados à atividade fim e à missão da empresa. Os públicos não-essenciais são aqueles que estão ligados às atividades meio. Por exemplo, as agências de publicidade que não fazem parte da empresa, mas prestam um serviço de qualidade para ajudá-la a se comunicar melhor, ter visibilidade e credibilidade. Redes de interferência São públicos que podem interferir de uma maneira positiva ou negativa no negócio. Por exemplo, a mídia.

Para se relacionar com os públicos é necessário conhecê-los, entender sua importância e com isso estabelecer os tipos de relacionamentos que queremos criar e como o faremos. França (2012, p.70) ainda sobre isso diz:

É preciso fazer com que as organizações vejam que as relações públicas são uma atividade pública, dedicada a gestão dos assuntos públicos, à ordenação da comunicação pública, ao planejamento das relações empresariais com múltiplos públicos e ao estabelecimento de diretrizes permanentes que tornem essa interação bem-sucedida.

Com base nisso, sabemos que conceituar, conhecer e entender cada público e suas necessidades são as ferramentas básicas que as Relações Públicas utilizam, a partir daí conseguem relacioná-los com a organização, sociedade e outros públicos de interesse, causando integração e um bom relacionamento, o que trás ganhos e benefícios a todos.

1.5. Cultura Organizacional

A organização é um tema muito complexo e amplo; entendê-la é uma das difíceis missões do profissional de Relações Públicas. Dentro disso, uma área que tem chamado bastante atenção é a da cultura organizacional, fundamental para a atividade de Relações Públicas. Sobre isso Marlene Marchiori (2008, p. 75) avalia que “o interesse pode ser justificado pelo fato de mostrar uma maneira mais flexível de entender como as organizações trabalham e como é, de fato, a vida que pulsa dentro delas.” Sidnéia Gomes Freitas (2006, p.53) afirma que:

⁹<http://www.feirasdobrasil.com.br/revista.asp?area=entrevistas&codigo=4>

O comportamento humano nas organizações tornou-se objeto de estudo científico específico e foi orientado para a busca de sua compreensão com a finalidade de tornar as pessoas mais produtivas e mais satisfeitas no ambiente de trabalho.

Compreender a cultura organizacional, e trabalhá-la é fundamental na administração, interação e relacionamento de toda a organização com seus públicos. Sabemos da importância que a cultura organizacional tem, mas o que é cultura organizacional? Algumas definições acerca deste tema foram criadas e defendidas ao longo dos anos. Mas fica claro, com base em diversos autores, que os valores, normas e crenças que a organização passa para seu público, refletem diretamente no comportamento dos funcionários, o que se reflete também no comportamento da própria organização. Para Eldridge e Brombie (1974, p. 89):

(...) a cultura de uma organização refere-se à configuração singular de normas, valores, crenças, modos de se comportar e outros elementos que caracterizam a maneira pela qual os grupos e indivíduos se combinam para realizar as coisas. A distinção de determinada organização está intimamente ligada com sua história e com os efeitos de caracterização de decisões e líderes do passado.

Para Fleury e Fischer (1989, p.22) os valores ajudam a construir a identidade organizacional:

(...) um conjunto de valores e pressupostos básicos expresso em elemento simbólicos, que, em sua capacidade de ordenar, atribuir significados e construir a identidade organizacional, tanto agem como elemento de comunicação e consenso como ocultaram e instrumentalizam as relações de dominação.

A cultura organizacional formada pela história, crenças, normas e valores da organização, influencia o comportamento da organização e seus funcionários perante a sociedade. Deve ser considerada na administração das organizações, no papel que se refere aos relacionamentos entre as pessoas, fator de trabalho da atividade de Relações Públicas, visando a importância desta para atingir as metas e objetivos da organização, pois é um resultado de como seus membros agem. Para Lacombe (2013, p.52):

Toda organização é resultado de como seus membros pensam, sentem e agem. Uma cultura bem-definida garante consistência e coerência nas ações e decisões. A cultura pode ajudar ou dificultar a eficácia da organização e proporcionar melhores ou piores condições para alcançar as metas aprovadas.

Cada organização tem uma cultura própria, não existem culturas idênticas, pois, segundo Johann (2009, p.10):

A própria formação de cultura é condicionada pela trajetória da organização que a hospeda, pelos obstáculos que enfrentou, por seus fracassos e, especialmente, por suas vitórias. Quando essa cultura se consolida, ela confere identidade aos seus membros, que passam a ter uma visão compartilhada do mundo que os rodeia e do lugar que nele ocupam.

O profissional de Relações Públicas, para trabalhar os relacionamentos dentro da organização, precisa entender o que é transmitido pela organização aos seus públicos e como essas informações são transmitidas. Neste âmbito é fundamental estudar, compreender, ou até mesmo ajudar a criar e transformar a cultura organizacional que se tornou uma peça chave na construção de relacionamentos e no sucesso da organização. Marlene Marchiori (2008, p.223) diz que:

A construção de relacionamentos baseia-se nas necessidades e estas podem ser conceituadas em compreensão, precisão e satisfação. Neste sentido, há necessidade de entendermos que conteúdo, processo e propósito na formação do significado são aspectos que devem estar presentes no gerenciamento das relações públicas.

A cultura organizacional é importante, e deve ser transmitida a todos os colaboradores, porque é também um tipo de personalidade coletiva da empresa e vai impactar no comportamento da organização, gestores e colaboradores em geral, sobre isso Johann (2009, p.10) diz:

Cada empresa tem uma espécie de personalidade coletiva – ou de jeito – que transparece na forma como as pessoas que nela trabalham se relacionam, fazem críticas, se confraternizam, tomam decisões (ou as protelam), criam critérios para a progressão de carreiras, mantêm tabus e preconceitos, usam determinado jargão ou linguagem: enfim, como são estabelecidas as regras do jogo. Esses elementos comportamentais ajudam a materializar a cultura de uma empresa.

Os colaboradores devem conhecer e ser inseridos na cultura organizacional, pois é a partir dela que serão direcionados para suas atividades e seguirão as normas e regras da organização. Além de criar bons relacionamentos, ela ajuda a prevenir crises, principalmente no ambiente interno.

1.6. Comunicação interna

Sabemos o quanto os públicos são importantes para qualquer organização, e também como são necessários para o funcionamento desta no sentido de manter um bom relacionamento com seus públicos essenciais, e, conforme visto anteriormente neste trabalho, com um deles especificamente: o público interno. Kunsch (2003) afirma que o público interno é um público multiplicador.

Referindo-se ao público interno, Valsani (2006, p. 82), afirma que: “A base do público interno é formada por seus funcionários legalmente contratados, que desempenham as atividades relacionadas à produção de seus produtos e à realização dos serviços prestados.” Rocha (2010, p.101) demonstra que é preciso entender que indivíduo, antes de ser funcionário, é um cidadão que faz parte de uma sociedade. Também diz que “é preciso considerar uma extensão do público interno, os funcionários terceirizados que atuam na empresa.”

A comunicação é uma das principais ferramentas do profissional de Relações Públicas para atingir e relacionar a organização com o público interno, ou seja, com seus colaboradores, utilizando, de modo estratégico, a comunicação interna. Sobre isso Valsani (2006, p. 82) diz:

A comunicação interna exerce um papel estratégico dentro da empresa permitindo o fluxo contínuo de informações internas e operacionais fundamentais para atingir os objetivos do negócio. Ela também é responsável por disseminar e enfatizar entre o público interno os aspectos relacionados à missão, visão, valores e filosofia da empresa que serão determinantes para sua forma de atuação no mercado.

A comunicação interna é responsável por disseminar a cultura organizacional, causando então compreensão do funcionamento da organização, aceitação pelos funcionários e maior interação. Para Gaudêncio Torquato (2004, p. 54) “gerar consentimentos e produzir aceitação devem ser os dois dos principais objetivos da comunicação interna”. Esta afirmação é uma base para compreendermos que, além de tudo, uma boa comunicação interna pode evitar crises.

Importante lembrar que o sucesso da comunicação depende do mix da comunicação organizacional, como uma parte da organização. Para Kunsch (2003, p. 154) “a comunicação interna corre paralelamente com a circulação normal da comunicação que perpassa todos os setores de organização, permitindo seu pleno funcionamento”. Kunsch ainda apresenta o papel da comunicação interna: “Ela seria

um setor planejado, com objetivos bem definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, usando ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica”.

Com o objetivo de realizar toda a interação possível, a comunicação interna tem que estar integrada às outras áreas. Ela vem ocupando cada vez mais espaço dentro das organizações, que entendem a necessidade desse trabalho com o público interno, sendo vital para o sucesso destas.

A integração dos funcionários realizada pela comunicação interna de forma estratégica diminui problemas e proporciona assim ganhos para a organização, segundo Meneghetti (2003, p. 60):

Os problemas mais comuns observados nas organizações estão relacionados à falta de sinergia entre a equipe e a gerência (...) A falta de integração de esforços quase sempre motivada pela ausência de um planejamento estratégico e de instrumentos para monitoramento e avaliação do processo de comunicação, aliada a falta de intercâmbio de informações, é outro fator que dificulta o bom andamento do trabalho de comunicação.

Ressaltamos que para se realizar uma boa comunicação interna de forma estratégica, baseada nos objetivos e metas da organização, é necessário haver na gestão um profissional de comunicação adequado e com visão, além de abertura dos líderes da organização e atenção para as interferências que podem trazer crises. Torquato (2003, p. 203) acrescenta:

A comunicação interna, portanto, deve ser entendida como um feixe de propostas bem encadeadas, abrangentes, coisa significativamente maior que um simples programa de comunicação impressa. Para que se desenvolva em toda sua plenitude, as empresas estão a exigir profissionais de comunicação sistêmicos, abertos, treinados, com visões integradas e em permanente estado de alerta para as ameaças ditada pelo meio ambiente.

A comunicação interna se torna ainda essencial para o sucesso da cultura organizacional que, como vimos, tem que ser conhecida e entendida por todos os colaboradores, para Herold (2011, p.3):

A cultura organizacional é formada por elementos que a levam a consolidação e criação nas organizações. Para que isso se defina como base dentro de uma organização, a comunicação interna é fundamental na sua aplicação. Pressupostos, crenças, normas, ritos e cerimônias, estórias e mitos e tabus, tudo se constrói em uma cultura sólida ou passageira, dependendo dos artifícios que se utiliza na sua disseminação. Uma comunicação inovadora pode concretizar uma nova cultura organizacional, assim como deixar a comunicação de lado em momentos de mudanças, pode trazer dificuldades organizacionais.

Ainda sobre isso Marília Silvério¹⁰ diz:

Para que uma empresa alcance qualquer objetivo é fundamental que seus profissionais compartilhem da mesma visão e da mesma missão. Mas, muitas vezes, essa visão e essa missão possuem mensagens impactantes, que permitem diversas interpretações. Assim, a estratégia de comunicação interna deve ter como meta alinhar os discursos e as interpretações do público interno, traduzindo essas mensagens, ressaltando o que é relevante para a organização e por que, e como pretendemos chegar lá.

Sabemos que o profissional de Relações Públicas possui as ferramentas e visões adequadas para se realizar uma boa comunicação interna, com visão integrada e resultado no sucesso da cultura organizacional.

2. PESSOA COM DEFICIÊNCIA

Para iniciar o tema pessoas com deficiência, é necessário entender primeiramente que esta é a maneira correta de se referir a esse público. Dizemos isso porque muitas pessoas ainda têm dúvidas se devem usar a expressão “pessoa com necessidades especiais” ou ainda “portador de deficiência”, sobre isso Sasaki (2003, p.1236) explica:

A expressão pessoa com necessidades especiais é um gênero que contem as pessoas com deficiência, mas também acolhe idosos, as gestantes, enfim, qualquer situação que implique tratamento diferenciado. Igualmente se abandona a expressão pessoa portadora de deficiência com uma concordância em nível nacional, visto que as deficiências não se portam, o que tem sido motivo para que se use, mais recentemente a forma pessoa com deficiência.

¹⁰<https://publicointerno.wordpress.com/2010/06/24/a-relacao-entre-comunicacao-interna-e-cultura-organizacional/>

Ilustração 1 – Curiosidade “Pessoa com Deficiência”



Fonte: Inclusão SP

Agora que sabemos a expressão correta a ser usada, vamos entender o significado de pessoa com deficiência, que segundo o Decreto nº 3.298/99, art. 3º, aprovado pelo CONADE (Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência), “Deficiência é toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano.”

Dentre o ambiente das pessoas com deficiência, elas ainda podem ser divididas e classificadas de diferentes formas, de acordo com o grau ou tipo de deficiência, Segundo Gil (2002):

As deficiências se dividem entre físicas, sensoriais ou intelectuais. Além disso, podem ser classificadas como congênitas ou adquiridas, por consequência de algum trauma físico ou doença. A interferência que esta condição exerce sobre a capacidade produtiva de cada indivíduo é variável, podendo se limitar somente à sua forma de interagir com o ambiente no qual se insere ou ainda ser mais forte, levando-o a necessitar de auxílio de outras pessoas mesmo para desempenhar atividades simples.

Hoje no Brasil existe cerca de 45 milhões de brasileiros com deficiência, o que representa 24% da população atual segundo Dados do IBGE*, de 2010. A pesquisa investigou os seguintes tipos de deficiência: visual, auditiva, motora e mental/intelectual e, para as três primeiras, também verificou o grau de severidade.

Apresentamos a seguir alguns conceitos importantes para o desenvolvimento do nosso tema sobre os tipos de deficiência, segundo o glossário do programa de acessibilidade da Câmara dos Deputados¹¹:

Pessoas com deficiência: aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas. Atualmente chegou-se a um consenso quanto à utilização da expressão “pessoa com deficiência” em todas as suas manifestações orais ou escritas, em lugar de termos como "deficiente", "pessoa portadora de deficiência", "pessoa com necessidades especiais" e "portador de necessidades especiais".

Deficiência: restrição ou impedimento de longo prazo, de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, para desenvolver habilidades consideradas normais para a maioria dos seres humanos.

Deficiência auditiva: perda bilateral, parcial ou total, de quarenta e um decibéis (dB) ou mais, aferida por audiograma nas frequências de 500Hz, 1.000Hz, 2.000Hz e 3.000Hz.

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 intelectual: 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: comunicação, cuidado

¹¹<http://www2.camara.leg.br/responsabilidade-social/acessibilidade/glossario.html>

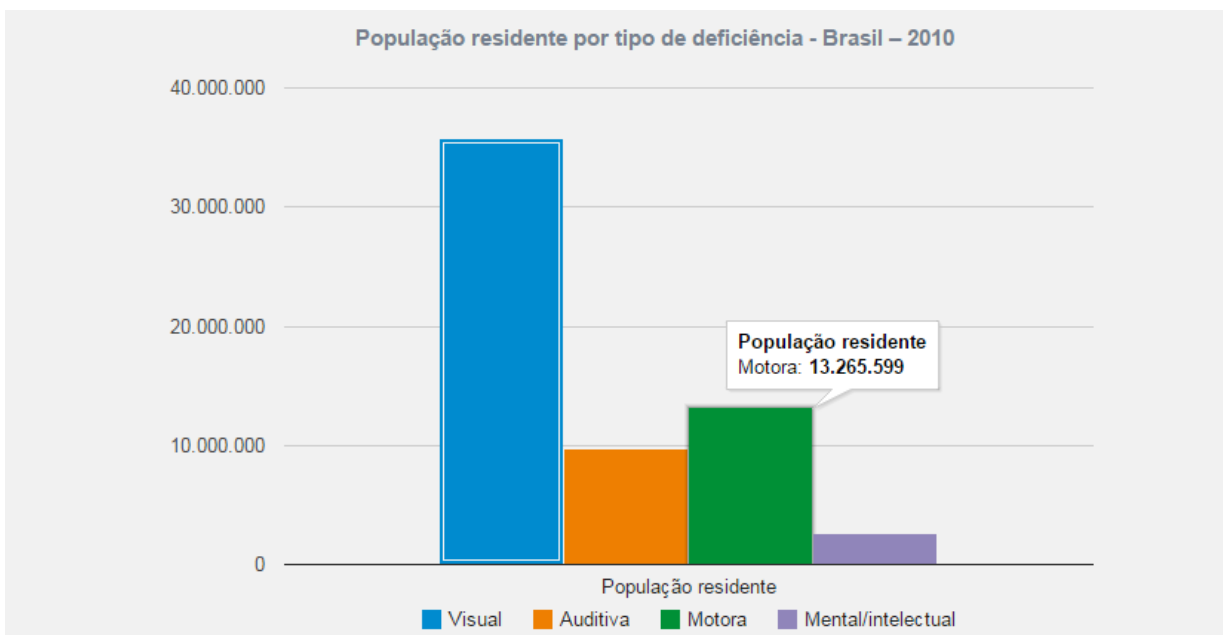
peçoal, habilidades sociais, utilização dos recursos da comunidade, saúde, segurança, habilidades acadêmicas, lazer e trabalho.

Deficiência múltipla: associação de duas ou mais deficiências.

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 graus; ou a ocorrência simultânea de quaisquer das condições anteriores.

Abaixo podemos ver no Gráfico 1, do Censo Demográfico 2010, do IBGE¹², que mostra a população residente no Brasil, por tipo de deficiência. E ainda nos mostra que a deficiência visual lidera o ranking.

Gráfico 1 – População Residente por tipo de deficiência.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010.

As pessoas com deficiência ocupam hoje em torno 25% da população, o que indica uma grande quantidade de pessoas, com as quais convivemos quase todos

¹²<http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/caracteristicas-da-populacao>

os dias, direta ou indiretamente. Observa-se, também, o predomínio de deficientes visuais.

Com base nas informações apresentadas, é essencial entender que antes de qualquer conceito, qualificação e números, pessoas com deficiências, são, antes de qualquer coisa, pessoas que lutam por seus direitos, que buscam respeito e igualdade de oportunidades e que querem acima de tudo ser incluídas na sociedade.

2.1. Histórico da Inclusão

As dificuldades e o preconceito enfrentado pelas pessoas com deficiência hoje podem ser explicados com o histórico dessas pessoas e da inclusão no Brasil. As dificuldades e crueldades enfrentadas por estas pessoas podem ser claramente percebidas pela falta de informação. Sobre este percurso histórico os sócios da Consultoria SEM BARREIRAS, João Lopes Alves e Thiago Pinheiro Marques dizem que o percurso histórico da pessoa com deficiência pode ser analisado resumidamente em três fases: marginalização, assistencialismo e inclusão social, conforme veremos a seguir:

A primeira fase caracterizou-se pela associação da deficiência a doenças causadas por espíritos e impurezas, consideradas até como contagiosas, resultando na proposital exclusão desses indivíduos em cavernas e sítios de morada específica. Com o surgimento do Cristianismo, sob uma visão mais racional, as pessoas com deficiência passaram a ser vistas como merecedoras de cuidados, porém de caráter assistencialista. Surgiu, nesse momento, a necessidade de criação de estabelecimentos exclusivos, com cuidados especiais, mas que continuavam por excluir o citado grupo. E, por fim, o novo modelo, no aspecto da inclusão social, que começou a evoluir na era industrial, que acabou por trazer à sociedade uma visão do cidadão sob o seu potencial produtivo. Desde então acontece um processo de aperfeiçoamento, resultando na criação de direitos civis, políticos, sociais, econômicos.¹³

De acordo com Carolina Ignarra (2009, p.8-9), o percurso histórico divide-se em Antiguidade (3.500 a.C. – 476 d.C.), Idade Média (séculos V a XV), Idade Moderna (século XV ao século XVIII) e No século XX. A seguir apresentamos a argumentação da autora para tal histórico:

Na Antiguidade (3.500 a.C. – 476 d.C.), quando a pessoa nascia com

¹³<http://www.sembarreiras.com.br/Conteudo.aspx?infoid=5>

alguma deficiência ou a adquiria durante a vida, era exterminada fisicamente pela sociedade. Apesar desse comportamento nos parecer, hoje em dia, cruel e desumano, naquela fase, o corpo era uma ferramenta para a sobrevivência. O homem precisava caçar para se alimentar e correr para fugir de predadores. Então, entendemos que sua sobrevivência com alguma limitação colocava seu grupo em risco.

Na Idade Média (séculos V a XV), com o Cristianismo e a Igreja Católica, a pessoa com deficiência não podia mais ser exterminada, pois aos olhos de Deus todos tinham direito à vida. Então, as pessoas não eram eliminadas, mas eram escondidas em suas casas, pois a família que recebia alguém com deficiência era vista como pecadora e estava pagando castigo.

Quando não escondidas, as pessoas com deficiência eram levadas para exílios, onde se misturavam com pessoas com outros tipos de deficiências, inclusive doenças psíquicas e transtornos mentais. De uma forma ou outra, a pessoa com deficiência não era educada, formada e não convivia com as outras pessoas. Nos dias de hoje, ainda encontramos a sociedade enxergando a pessoa com deficiência assim, sem educação, sem formação, incapaz de produzir e conviver em grupo.

Na Idade Moderna (século XV ao século XVIII), o Renascimento trouxe grandes avanços à população com deficiência, pois surgiram as ciências que desenvolvem melhorias para a qualidade de vida dessa população. Foi nessa época que foram desenvolvidas cadeiras de rodas, houve evolução de próteses de pernas, alternativa da escrita para o cego e de comunicação para os surdos. Além de medicamentos para a cura de doenças que causavam as deficiências e vacinas de prevenção de algumas delas.

No século XX, ressaltamos a tecnologia e a reabilitação aliadas à inclusão das pessoas com deficiência. Cadeiras de rodas mais leves, próteses mais eficazes, programas de computadores inovadores para pessoas com deficiência visual, sinais sonoros substituídos por visuais e táteis para as pessoas com deficiência auditiva, entre outros avanços de responsabilidade da tecnologia.

A reabilitação estuda o dia a dia da pessoa com deficiência e descobre maneiras mais eficazes e saudáveis de se utilizar um corpo com limitações específicas; por exemplo, a maneira mais adequada de esvaziar a bexiga de uma pessoa em cadeira de rodas devido a uma lesão medular, evitando infecções que as levavam às doenças e à morte, aumentando, assim, a expectativa de vida dessa

população.

Século XXI, no Brasil, a era da inclusão está marcada pelo mercado de trabalho. Apesar de a Lei de Cotas (8.213/91) facilitar esse processo, outras leis precisam ser mais bem desenhadas e cobradas, para que a prática da inclusão aconteça de forma mais cíclica, desde a educação até o mercado de trabalho. E para termos um país acessível e uma educação inclusiva, apesar dos avanços, ainda estamos longe.¹⁴

Na Antiguidade a forma de exclusão por falta de informação causava a morte das pessoas com deficiência, por colocar seu grupo em risco quando o corpo era uma forma de sobrevivência. Na Idade Média o Cristianismo proibiu a exterminação dessas pessoas, o que não impedia sua exclusão da sociedade, pois as próprias famílias, por medo e falta de informação, as mantinham escondidas. A Idade Moderna com Renascimento trouxe grandes avanços à população com deficiência, a ciência trouxe melhorias e desenvolvimento com o surgimento de cadeiras de rodas, próteses, escrita para cegos e comunicação para os surdos. O século XX foi o século das mudanças, com a tecnologia e a reabilitação aliadas à inclusão das pessoas com deficiência, a reabilitação ajudou muito, pois estuda o dia a dia da pessoa com deficiência, entendendo suas limitações próprias e descobrindo maneiras mais eficazes e saudáveis de desenvolver seu corpo. Já o século XXI com a Lei de Cotas está sendo um século transformador, obrigando empresas a abrirem espaço para as pessoas com deficiência e proporcionando para eles oportunidade de trabalhar, serem inclusos e se desenvolver.

O Preconceito é um assunto que apesar de complexo, é recorrente no mundo das pessoas com deficiência e, se analisarmos, está presente em todo histórico que vimos acima. O preconceito se dá através da criação de uma opinião sem informações necessárias, Carolina Ignarra (2009) fala que “Quando formamos uma opinião sobre as pessoas ou situações que desconhecemos, estamos formando um preconceito, que pode ser positivo ou negativo, dependendo da opinião formada.”

Desde a década de 1960 as pessoas com deficiência têm conquistado cada vez mais seu espaço, sendo reconhecidas como cidadãos plenas e a inclusão se tornou um tema recorrente e necessário, até se tornar obrigatório através da Lei de Cotas (8.213/91), o que facilita o processo de inclusão, mas não resolve a totalidade

¹⁴ Informações encontradas no livro IGNARRA, Carolina; CONTI, Tabata; BATHE Raphael. Inclusão. Conceitos, histórias e talento das pessoas com deficiência no trabalho. São Paulo: Qualitymark, 2009.

dos problemas das pessoas e, com isso, ainda estamos longe de ter um país acessivo e inclusivo.

Ilustração 2 – Deficiente conquistando espaço no mercado de trabalho



Fonte: Blog Isocial

Os números são uma prova do quanto mesmo nos dias de hoje estamos longe de realmente sermos um país inclusivo. Segundo o blog de Inclusão e Cidadania e os dados do Censo IBGE 2010:¹⁵ “Entre as pessoas maiores de 10 anos que se declaram com deficiência e têm algum tipo de trabalho, 46,4% ganha no máximo um salário mínimo.” Além disso, “mais da metade (53,8%) dos 44 milhões de pessoas com deficiência em idade ativa (10 anos ou mais) estava desocupada ou não era economicamente ativa.” E ainda em relação ao “total da população desocupada ou não economicamente ativa, que somava 75,6 milhões em 2010, as pessoas com deficiência representavam 31,3%.”

¹⁵<http://www.deficienteciente.com.br/2012/07/censo-ibge-46-das-pessoas-com-deficiencia-recebem-ate-1-salario.html>

2.2. Lei de Cotas

A Lei Nº 8.213, de 24 de Julho de 1991, conhecida como Lei de Cotas estabelece que as empresas com mais de 100 funcionários são obrigadas a manter em seu quadro de colaboradores pessoas com deficiência ou reabilitadas, variando de 2 a 5%, conforme abaixo:

LEI Nº 8.213, DE 24 DE JULHO DE 1991, lei de contratação de Deficientes nas Empresas. Lei 8213/91, lei cotas para Deficientes e Pessoas com Deficiência dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência e dá outras providências a contratação de portadores de necessidades especiais.

Art. 93 - a empresa com 100 ou mais funcionários está obrigada a preencher de dois a cinco por cento dos seus cargos com beneficiários reabilitados, ou pessoas portadoras de deficiência, na seguinte proporção:

- até 200 funcionários..... 2%
- de 201 a 500 funcionários..... 3%
- de 501 a 1000 funcionários..... 4%
- de 1001 em diante funcionários... 5%¹⁶

A Lei de Cotas foi regulamentada pelo Decreto 3.048/99. Até 2004 as empresas contratavam pessoas com deficiência seguindo os conceitos de deficiência estabelecidos pelo Decreto 3.298/99 (art. 3º, III), que considera como deficiência permanente aquela que ocorreu ou se estabilizou durante um período de tempo suficiente para não permitir recuperação ou ter probabilidade de que se altere, apesar de novos tratamentos, ou seja, as deficiências leves estavam inseridas na lei de cotas, o que não promovia uma verdadeira inclusão, até que um movimento social mudou essa história como Carolina Ignarra (2009, p.20) descreve em seu livro:

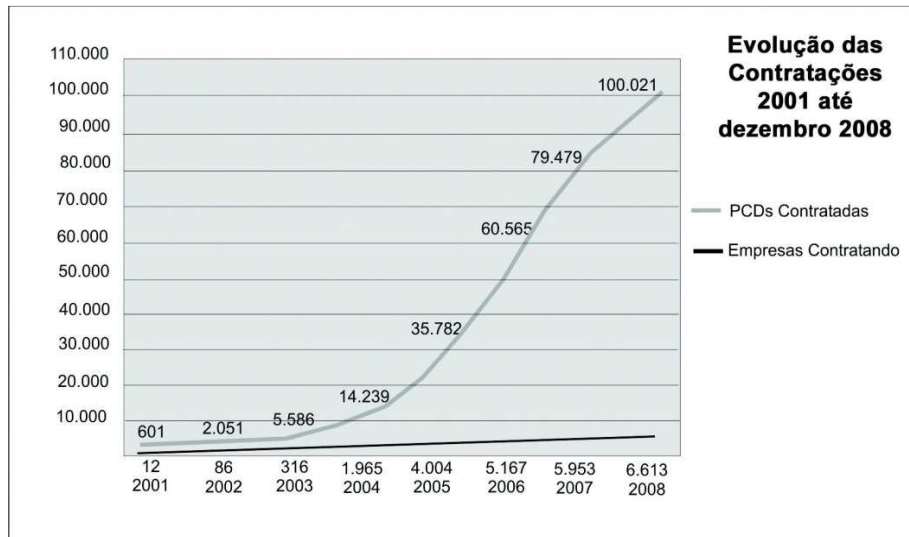
Ante essa situação de movimento social praticamente inalterado para a inclusão, o Decreto 5.296/ 04 restabeleceu as deficiências que entram para a cota, hoje entram para a cota deficiências mais severas. Dessa forma, a Lei de Cotas efetivamente promoveu a inclusão de pessoas com deficiência que até então não tinham oportunidades no mercado de trabalho e viviam à margem da sociedade.

Essas e outras mudanças fizeram com que houvesse uma evolução da

¹⁶http://www.deficienteonline.com.br/lei-8213-91-lei-de-cotas-para-deficientes-e-pessoas-com-deficiencia__77.html

inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho, como mostra o Gráfico 2, que tem dados obtidos a partir de pesquisa da Superintendência Regional do Trabalho do Estado de São Paulo, até dezembro de 2008.

Gráfico 2 – Evolução das Contratações 2001 até dezembro 2008.



Fonte: Deficiente Online

Hoje, 20 anos depois da lei de cotas, ainda falta muito para sermos um país inclusivo, pois muitas empresas ainda não cumprem a lei de cotas por falta de mão-de-obra qualificada e também, falta de profissionalização das pessoas com deficiência de várias partes do Brasil, que hoje se torna também uma condição essencial para a inclusão no mundo do trabalho.

Em 2014, com a fiscalização mais efetiva, a multa pela não contratação de pessoas com deficiência se tornou ainda mais alta, fazendo com que as empresas mudassem seus procedimentos para cumprir a lei. Segundo uma reportagem no Blog Inclusão e Cidadania ¹⁷:

O Ministério da Previdência Social e da Fazenda publicaram a Portaria Interministerial MPS/MF nº 19 que, além de reajustar os valores dos benefícios pagos pela Previdência Social, reajustou também os valores das multas aplicáveis em caso de descumprimento da cota de pessoas com deficiência, para as empresas com 100 ou mais empregados. De acordo com a nova regra, o valor da multa passou a ser de R\$ 1.812,87 por trabalhador que deixar de ser contratado, até o limite de R\$ 181.284,63.

¹⁷<http://www.deficienteciente.com.br/2014/02/aumenta-multa-por-nao-contratacao-de-pessoas-com-deficiencia.html>

Por essas dificuldades e crescimento das fiscalizações nas empresas, que não cumpriam a lei, as empresas começaram a buscar apoio em associações, entidades e outras empresas voltadas à pessoa com deficiência (PcD), uma carência que fez com que o mercado criasse serviços especializados como o da Talento Incluir, empresa analisada neste trabalho que busca pessoas com deficiência para o mercado, ajuda a capacitá-los e trabalha a inclusão nas empresas.

2.3. Inclusão de pessoas com deficiência nas organizações

O tema principal deste trabalho, Relações Públicas na Inclusão de pessoas com deficiência, tem como metodologia um estudo de caso na empresa Talento Incluir, com isso os itens que analisamos até agora deixam claro que apesar de grande progresso, a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações ainda é um tema que necessita de muita discussão, ajustes e melhorias para esta população.

Um dos principais problemas da inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho ou na sociedade é o preconceito, este, como já vimos, gerado pela falta de informação e esclarecimento das pessoas e outros profissionais sobre o assunto. Por estas razões e pela história descrita no trabalho, que nos diferentes períodos históricos favoreceu a exclusão.

Entendemos assim que em uma organização para que haja uma real inclusão das pessoas com deficiência e não somente uma contratação para cumprir cotas, se torna fundamental a área de recursos humanos na função de entender, se capacitar e repassar as informações e conhecimento de acordo com cada deficiência para as outras áreas, nas quais as pessoas com deficiência irão trabalhar e conviver com outras pessoas que precisam entender suas necessidades e limitações.

Informações e conhecimentos estes que devem ser passados com uma comunicação eficaz, atingindo dos diretores aos demais colaboradores e sendo constante, fazendo com que assim haja uma efetiva inclusão.

As empresas aos poucos estão percebendo que não basta somente a contratação desse público, que para manter essas pessoas com deficiência e haver ainda uma inclusão eficaz que traga bons resultados para o colaborador e para a

empresa, precisa-se de muito mais, é necessário que a área de RH tenha uma ampla visão do assunto, e não se limite nos esforços, pois é necessário desde uma integração da pessoa com deficiência para quebrar barreiras e conhecer a organização e seus colegas de trabalho conhecerem suas limitações e saberem quais são suas habilidades para, assim, integrá-las ao trabalho e às relações que se estabelecem no âmbito da empresa, e não um fardo contratado para cumprir a lei de cotas.

Uma pesquisa da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH) Nacional, Isocial e Catho realizada com 2.949 profissionais do setor apontou que 81% dos recrutadores contratam pessoas com deficiência “para cumprir a lei”. Apenas 4% declararam fazê-lo por "acreditar no potencial" e 12% o fazem "independente de cota".¹⁸

No quadro abaixo podemos ver as principais dificuldades no recrutamento e seleção de pessoas com deficiência:

Gráfico 3 – Principais Dificuldades no recrutamento e seleção de pessoas com deficiência.



Fonte: G1

¹⁸<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2014/11/81-contratam-pessoas-com-deficiencia-so-para-cumprir-lei.html>

Sabemos que ainda existe muito a ser conquistado na inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, e que os passos para isto são longos e necessários, e ainda que a informação e o conhecimento são a base para que haja uma real inclusão, além da lei de cotas.

3. ESTUDO DE CASO – TALENTO INCLUIR.

Conforme demonstramos no capítulo dois deste trabalho, houve diversas mudanças no que se refere à inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, porém ainda há muito a ser feito para que haja real inclusão, o que vai além da lei de cotas.

Para aprofundar o estudo do tema e analisarmos caminhos para a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, realizamos neste capítulo um estudo de caso tendo como objeto a empresa Talento Incluir.

A Talento Incluir é uma consultoria que prepara as empresas para que a contratação seja consequência de ações que valorizam, desenvolvem e igualam as pessoas com deficiência na sociedade. As sócias consultoras da Talento Incluir, Carolina Ignarra e Tabata Contri são pessoas com deficiência que coordenam uma equipe multidisciplinar no desenvolvimento de programas de inclusão para diversas empresas em todo o Brasil. Segundo Carolina Ignarra (2009, p.9) :

A Talento Incluir é uma empresa que promove a inclusão da pessoa com deficiência na sociedade, mais efetivamente, através do mercado de trabalho, que desde 1999, motivado principalmente pelo Decreto 3.298, que regulamentou a Lei de Cotas 8.213/91, que obriga as empresas com mais de 100 colaboradores a incluir uma cota de 2% a 5% de profissionais com deficiência em seus quadros de funcionários. Fruto de uma fusão com a consultoria Movimento Incluir, a Talento Incluir tem como foco facilitar a inclusão das pessoas com deficiência nas organizações preparando as empresas para receber estes profissionais de forma responsável, justa e igualitária, promovendo quebra de barreiras físicas e culturais através de serviços diversos que vão desde a conscientização das pessoas através da informação, até indicações de melhorias de acessibilidade.

Ilustração 3 – Cartão de visitas - Carolina Ignarra Talento Incluir



Fonte: Site Talento Incluir

A história de Carolina e Tabata é também uma explicação para idealização da Talento Incluir. De acordo com Ignarra (2009, p. 17):

Carolina Ignarra sofreu um acidente de moto em setembro de 2001, quando tinha 22 anos, e fraturou a coluna na altura de vértebra T12, teve lesão medular completa e ficou paraplégica. Nove meses antes, em 31 de dezembro de 2000, Tabata Contri, com 20 anos, sofreu um acidente de carro e quebrou a coluna, também na mesma altura, teve compressão medular, lesão completa e também ficou paraplégica. Coincidência? Carol e Tabata se conheceram em novembro de 2001, na rede Sarah de hospitais de reabilitação, em Brasília. Quando se conheceram, era a primeira internação de Carol e a segunda de Tabata; além do nível de lesão parecido, as duas moravam na Zona Norte de São Paulo. Esse foi o começo de uma grande parceria. Ambas foram importantes na vida uma da outra no processo de reabilitação e na nova vida como cadeirantes, faziam fisioterapia juntas, saíam e trocavam experiências.

Carol e Tabata construíram a Talento Incluir para apoiar as empresas na inclusão das pessoas com deficiência e para auxiliar os profissionais que acreditam que o mercado de trabalho é o caminho mais efetivo para inclusão social com igualdade.¹⁹

¹⁹<http://www.talentoincluir.com.br/sobre-nos.php>

Ilustração 4 – Carolina Ignarra e Tabata Contri respectivamente.



Fonte: Site Talento

Carolina e Tabata em sua trajetória firmaram diversas parcerias com empresas, instituições e com profissionais envolvidos com a inclusão das pessoas com deficiência na sociedade e perceberam assim uma carência do mercado em buscar e oferecer profissionais com deficiência que contemplem as exigências de contratação das empresas. A Talento Incluir também atua no Recrutamento e Seleção de pessoas com deficiência e assessora estes profissionais que precisam, de uma forma geral, de orientação para atender e se adequar às exigências do mercado de trabalho.

A Talento Incluir tem mais de 15 anos de atuação e conquistou espaço, tornando-se referência para outras empresas da área e empresas de RH. O reconhecimento à sua atuação pode ser demonstrado, entre outros, pela homenagem recebida por Carolina Ignarra em um evento no qual são homenageados os melhores fornecedores para RH.

Visando otimizar o processo de inclusão, a Talento criou um programa para ser desenvolvido nas empresas, tendo como parâmetro a necessidade de que a inclusão seja parte da cultura organizacional. Descrevemos a seguir o programa de inclusão criado pela Talento Incluir:

3.1. Programa de Inclusão

O programa de inclusão desenvolvido pela Talento Incluir é customizado às necessidades de cada empresa, sendo desenvolvido em quatro etapas:

A primeira etapa é a da Conscientização, na qual é realizado um trabalho de disseminação das informações para a empresa e seus funcionários, em todos os níveis hierárquicos; Segunda etapa é a Inclusão, na qual a empresa é preparada desde a estrutura até o profissional indicado e indicações da própria Talento Incluir, após análise; Na terceira etapa ocorre a Retenção, na qual é realizado o desenvolvimento do profissional com deficiência na área e empresa contratada; E por último a quarta etapa é a Manutenção, no qual se estabelece que o programa nunca acaba ele precisa sempre estar em manutenção das melhores práticas para acompanhar o andamento da cultura inclusiva na empresa.

O Programa de Inclusão tem começo, meio e não tem fim como figura abaixo:

Ilustração 5 – Programa de Inclusão



O programa foi criado, porque, por meio de vivência, pesquisa e estudos, Carolina Ignarra e Tabata Contri entenderam que as empresas demoram para encontrar os caminhos certos para a inclusão de profissionais com deficiência e que uma mudança que se torna essencial para este processo de inclusão é a mudança de cultura dentro da empresa, ou seja, a inserção de uma cultura inclusiva é de extrema importância para a inclusão acontecer de forma sustentável. Afinal, no Brasil, este é um tema novo, pois, de 500 anos de exclusão, possuímos apenas 14 anos de lei de cotas.²⁰

Carolina Ignarra afirma que não existe uma “receita de bolo”, para as ações inclusivas que apresentam aos seus clientes, pois são diversos ramos de atividade, número de funcionários, cultura, região e diversas outras características que tornam cada cliente único e exigem programas e ações de inclusão específicas de acordo com as necessidades da empresa, porém todas são baseadas em quatro etapas: conscientização, inclusão, retenção e manutenção, conforme figura abaixo:

Ilustração 6 – Etapas do Programa de Inclusão



Fonte: Livro Inclusão

Abordaremos a seguir cada etapa do programa de inclusão, bem como sua importância no processo, lembrando que elas não possuem uma ordem exata para acontecer, mas é essencial que as 4 etapas aconteçam.

Etapa de conscientização: é a etapa da informação, na qual as informações devem ser passadas aos grupos e todos os colaboradores da organização, trazendo envolvimento e responsabilidade e quebrando barreiras. Carolina Ignarra indica

²⁰Entrevista realizada pela autora no dia 12 de Março de 2015 com as sócias da Talento Incluir, Carolina Ignarra e Tabata Contri, a partir daqui quando não tiver indicação da fonte, a referência é esta entrevista.

algumas das formas que podem ser usadas para passar estas informações: “Informar através de palestras, treinamentos, encontros específicos, materiais de comunicação, vivências das limitações, encontros para troca de experiências e diversas outras formas que a empresa encontrar para atingir a formação de seus colaboradores.”

Sobre esta etapa Ignarra (2009, p. 25) afirma:

Conscientizar é convencer a pessoa de que ter uma deficiência não é uma condição alheia, que hoje não é a sua condição, mas que amanhã pode ser a dela ou a da sua família, do seu amigo. Conscientizar é encontrar ferramentas que convençam as pessoas das organizações que existem talento, habilidade profissional, competência e capacidade produtiva na população com deficiência e que seu colega que não enxerga, não escuta, se locomove com dificuldade, tem limitações físicas, sensoriais ou intelectuais irá aprender com ele e, também, lhe ensinar. Que é uma relação com troca, assim como todas as relações são. Todos ganham!

Entendemos que a etapa da conscientização tem uma ligação direta com o profissional de Relações Públicas, pois a comunicação é de extrema importância para passar informações e conscientizar os colaboradores da organização.

Etapa de Inclusão: apesar das etapas não terem ordem exata para acontecer, antes de realizar a inclusão é necessário a conscientização realizada por meio da inserção de uma cultura inclusiva dentro da organização, mesmo que essa seja inserida aos poucos no convívio. Sempre existem riscos de qualquer contratação não ter sucesso, mais se houver inserção da cultura inclusiva esses riscos diminuem muito. Carolina Ignarra (2009, p. 25) afirma o que contempla a etapa de inclusão:

Além do recrutamento e seleção, são importantes: o estudo dos processos inclusivos realizados até o momento, a avaliação de acesso físico e tecnológico e a análise de cargos e funções para definição dos tipos de deficiência, que podem ser contratados para determinados cargos com produtividade e, acima de tudo, segurança.

Nesta etapa é importante saber que o estudo dos casos não deve excluir o conhecimento de candidatos às vagas de acordo com sua deficiência.

Etapa de Retenção: Com a lei de cotas as oportunidades de trabalho para profissionais com deficiência capacitados para o mercado é muito grande, devido a grande cobrança do Ministério do trabalho e das Superintendências Regionais do Trabalho para cumprimento da lei. Ou seja, contratar pessoas com deficiência é uma tarefa difícil, mas desenvolvê-las dentro da empresa é muito mais difícil.

As pessoas com deficiência, além de serem difíceis no mercado, trocam de

emprego por razões diversas, entre eles fatores como despreparo da empresa sobre a inclusão, falta de cultura corporativa que pesam na hora deste profissional decidir buscar outra oportunidade.

Por isso, nesta etapa é preciso aplicar as duas últimas etapas para reter o profissional com deficiência, acompanhando sua inclusão, executando ações para desenvolver este profissional e acompanhando as ações de gestão e da equipe, que são fundamentais e precisam ser orientadas, se necessário.

Etapa de Manutenção: Esta etapa não necessariamente será a última, pois, como expusemos anteriormente, o programa de inclusão é um ciclo. Mais é nessa etapa que se garante a cultura inclusiva realizando ações contínuas, com um plano de manutenção em longo prazo. Sabemos que não é fácil mudar a cultura de uma organização e um histórico de exclusão, é preciso muita insistência e continuidade para mostrar a importância da inclusão.

Nesta etapa de manutenção o foco é promover a cultura, incentivando assim as atitudes inclusivas das pessoas, isso é ciclo. Quando a empresa entende esta etapa, ela entende que um programa de inclusão tem começo, meio, e não tem fim. É um processo contínuo e essencial.

3.2. Cultura Organizacional

No que se refere à cultura organizacional, a Talento Incluir possui missão, visão e valores bem definidos e conhecidos por toda empresa e seus colaboradores, além de serem divulgados em diversas apresentações realizadas pelas sócias Carolina e Tabata.

Missão: favorecer a inclusão do profissional com deficiência no mercado de trabalho de maneira responsável, justa e produtiva, respeitando as diferenças entre as pessoas.

Visão: tornar-se referência nacional nos processos de inclusão de pessoas com deficiência no mundo corporativo e na sociedade.

Valores: transparência, respeito, ética, comprometimento e flexibilidade.

A cultura inclusiva faz parte da Talento Incluir. Como suas principais sócias são deficientes físicas, desde o início a empresa aprendeu a dar exemplo sobre a inclusão, cultura inclusiva e uma ótima relação de trabalho, que possibilita a seus funcionários não só entender o processo de inclusão, mas fazer parte diariamente

de uma cultura inclusiva, em que, apesar das limitações, são todos tratados dentro do possível da mesma maneira e com o mesmo respeito.

O programa de inclusão e os serviços da Talento têm por base também as dificuldades encontradas pela empresa, como veremos a seguir.

3.3. Dificuldades Encontradas pelas Empresas na contratação

Para o nosso trabalho é importante citar, além das dificuldades da pessoa com deficiência em se obter uma inclusão dentro das organizações, as dificuldades encontradas pelo outro lado, as organizações.

A principal dificuldade e causa para o programa de inclusão não ter sucesso, como explicamos nesse capítulo, é a falta de cultura corporativa inclusiva, com as empresas se queixando do despreparo dos gestores, que não aceitam e assumem que não estão preparados para trabalhar com colaboradores incorporados como parte do programa, comprometendo a inclusão e muitas vezes transformando estes profissionais em “café com leite”, ou, para piorar, tratando-os como estorvos às equipes das quais fazem partes, deixando transparecer que estão ali apenas para cumprir a Lei de Cotas, o que, certamente, dificulta o desenvolvimento dos profissionais incluídos, levando, muitas vezes, ao desligamento destes.

Baseado nisso, Carolina Ignarra faz um questionamento importante: “É possível transformarmos cultura inclusiva sem o apoio da presidência e da diretoria da empresa?” E conclui que: “Se a liderança da empresa não entender a necessidade de se trabalhar a inclusão, seja pelos números ou pela exigência da lei, seja pelo entendimento da responsabilidade social, não vai acontecer a inclusão na empresa.”

Outra dificuldade encontrada é a questão da falta de entendimento da Lei de Cotas. Os empresários, quando se deparam com a exigência legal, geralmente pensam: “Mais uma responsabilidade que o governo passa para as empresas privadas”. E esse pensamento, faz com que não consigam enxergar por trás da multa, entendendo que a multa não é o resultado, e sim o profissional que pode trabalhar e se desenvolver dentro daquela organização, mudando uma realidade que existe há séculos no Brasil.

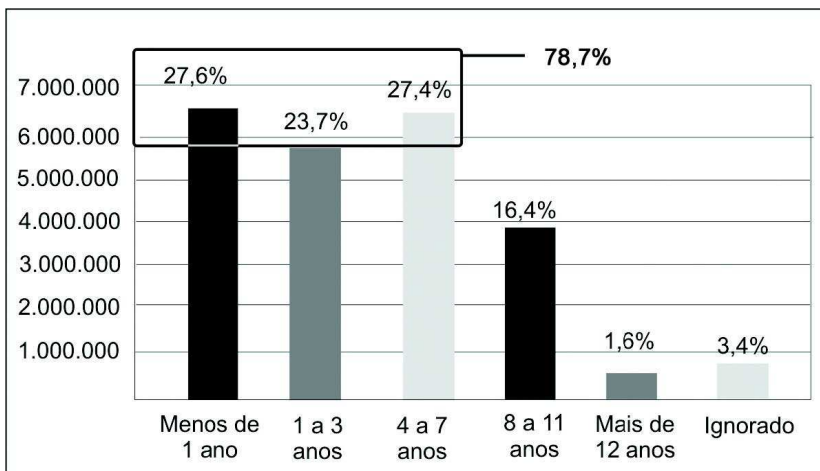
Carolina Ignarra (2009, p. 31) avalia que “Quando as empresas entendem o objetivo da Lei de Cotas, podem usar como missão do programa de inclusão e usar

esta missão para decidir as ações e os imprevistos do programa de inclusão no dia a dia.”

Outra dificuldade, porém não menos importante, é deixar um único departamento responsável pelo programa de inclusão, geralmente o RH, que insanamente busca sucesso sem grandes chances. O envolvimento coletivo é necessário, e cada área tem a sua responsabilidade.

As Relações Públicas conhecem a importância de se manter um trabalho integrando todas as áreas, sendo um planejamento integrado, seja na comunicação que para obter resultados positivos em uma organização precisa ser integrada, todos precisam conversar. Na inclusão de pessoas com deficiência não é diferente se só uma área participar, essa pessoa não será incluída, mas uma verdadeira inclusão é preciso que todas as áreas da empresa estejam integradas, conheçam e participem da inclusão

Gráfico 4 – Tempo de Estudo



Fonte: IBGE – Censo 2000

Uma das maiores dificuldades listadas pelo RH é o despreparo da população com deficiência na questão de capacitação profissional e desenvolvimento de comportamento social. O Censo do IBGE de 2000 nos traz que 78,7% da população do Brasil com deficiência (24,6 milhões) tem até sete anos de estudo.

A questão da escolaridade no Brasil ainda é muito precária em relação à população como um todo. A população com deficiência sofre com as dificuldades na educação com o despreparo dos professores, materiais didáticos, acesso e transporte público. Ou seja, o aluno com deficiência não consegue atingir o nível desejado de escolaridade e capacitação profissional esperada pelo mercado de

trabalho diante de tantas dificuldades.

Com isso, certamente o currículo da pessoa com deficiência, quando comparado ao de outro candidato, fica a desejar. Com isso não é possível, no processo de contratação, comparar candidatos com e sem deficiência. Mas, da mesma forma, não é adequado apenas abrir vagas para funções simples e operacionais para as pessoas com deficiência, porque muitos são qualificados e só precisam de oportunidade. Além disso, ter pessoas com deficiência em todos os níveis hierárquicos contribui para a cultura inclusiva e para a retenção dos profissionais com deficiência que conseguem enxergar chances de crescimento dentro da empresa.

Por isso, as oportunidades de trabalho no mercado como um todo, independentemente de contratação de pessoas com deficiência ou não, tem maior volume em cargos-base e menos oportunidades em cargos mais estratégicos e que oferecem salários maiores.

3.4. Serviços Prestados

A Talento Incluir, além de seu programa de inclusão realizado de acordo com a necessidade de cada empresa, presta alguns serviços ao mercado e às organizações que não necessariamente precisam contratá-los, mas podem participar de palestras, treinamentos e workshop para agregar conhecimentos e entender a necessidade da inclusão dentro das organizações.

Abaixo apresentamos os principais serviços prestados pela Talento Incluir e, em seguida, escolhemos alguns serviços para entendê-los na dinâmica da empresa.

- Treinamento de RH
- Envolvimento da Presidência e Diretoria
- Desenvolvimento de Gestores
- Formação e Acompanhamento de Grupo de Trabalho
- Estudo de Possibilidades
- Análise de Acessibilidade
- Palestras Corporativas
- Materiais de Comunicação
- Pacote de Recrutamento e Seleção
- Entendimento de Processos Inclusivos

- Workshop Comportamental
- Programa de Formação (Atendimento de PNAE)
- Treinamento para Atendimento

Treinamento de RH: A Talento Incluir oferece um treinamento técnico e prático para o departamento de RH das organizações, podendo ser em 8 ou 4 horas. O Objetivo deste treinamento é preparar o RH para desenvolver o programa de inclusão envolvendo todas as áreas e os diversos públicos da organização, dividindo e mostrando as responsabilidades de cada um. Caso a empresa deseje, neste serviço ainda podem obter uma extensão para a área de marketing e comunicação, com o objetivo de apresentar a comunicação clara e direta para tratar do tema, mostrando a melhor forma e as alternativas de divulgação por meio de cartilhas, peças impressas, e-mails, e-learning, entre outras.

As informações passadas ao RH em busca da conscientização e a extensão para a área de comunicação estão diretamente ligadas ao trabalho de Relações Públicas, entendendo a necessidade e conhecendo de seus públicos para inserir uma comunicação eficaz que consiga atingir seus objetivos.

Envolvimento da Presidência e Diretoria: Conforme afirmamos acima, Inclusão nas organizações é um tema recente e que demanda o desenvolvimento da cultura organizacional, criando uma cultura inclusiva dentro da organização. Fazer com que a alta liderança entenda essa importância e conquistar seu apoio são essenciais para as ações de inclusão acontecerem com agilidade, obtendo resultados positivos de maneira mais rápida e eficaz. A Talento propõe apresentar de forma prática, através de dados e aspectos legais a realidade da inclusão no Brasil e no mercado de trabalho, isso dentro de 20 a 30 minutos, tendo o objetivo de envolver a alta liderança nas ações de inclusão, conquistando seu apoio e investimento, aumentando a chance de envolvimento dos outros colaboradores da organização.

O profissional de Relações Públicas conhece a necessidade de convencer a alta administração da importância da comunicação, mostrar a importância da inclusão e obter o apoio da alta administração é essencial para qualquer atividade e para um planejamento estratégico obter sucesso dentro de qualquer organização.

Desenvolvimento de Gestores: Como um fator determinante para a inclusão, neste serviço a Talento Incluir analisa e estuda os casos de deficientes que passaram pela organização, para entender como está o preparo desses gestores,

que muitas vezes por falta de informação não conseguem incluir o deficiente na equipe e nem cobrar suas atividades e funções. Funciona em média com 2 a 3 horas de treinamento e com no máximo 30 gestores, tendo como objetivo preparar a liderança para atuar de maneira inclusiva, aumentando as chances de uma carreira de sucesso para o colaborador com deficiência.

Neste serviço é importante como Relações Públicas entender o histórico das contratações na empresa e o pensamento e atitude de cada gestor, para identificar os erros e acertos na capacitação desses gestores para realizar o processo inclusivo.

Formação e Acompanhamento de Grupo de Trabalho: Este serviço é apresentado para integrar todas as áreas da organização com o tema, apresentando o papel e a importância de cada um no papel da inclusão. A Talento propõe criar um Grupo de Trabalho com representantes estratégicos para ajudar o processo de inclusão a atingir seus objetivos, estabelecendo metas para cada representante. Segue a sugestão que a empresa utiliza abaixo:

Ilustração 7 – Divisão de trabalho



Fonte: Livro Inclusão

O profissional de relações públicas, conforme estudamos no primeiro capítulo deste trabalho, conhece a importância de realizar um planejamento e uma comunicação integrada, no processo de inclusão isso se torna muito claro, mostrando a importância de todas as áreas da organização trabalharem juntas.

Materiais de Comunicação: Apesar de não ser o foco ou principais serviços da Talento, eles entendem a importância de criar uma estratégia de comunicação, favorecendo a cultura inclusiva e garantindo respeito e entendimento no tratamento

dos profissionais com deficiência. A Talento Incluir oferece dentro desses serviços algumas alternativas como: Desenvolvimento de Marca Inclusiva, desenvolvendo uma campanha de divulgação da marca garantindo o envolvimento dos colaboradores e fortalecendo a imagem e valor do programa na organização. Outra alternativa é o Book Informativo: desenvolvendo textos e conteúdos nos estilos das palestras de inteligência da Talento Incluir, junto à área de comunicação criar materiais com dicas e informações para a gestão, facilitando a convivência e o relacionamento.

Materiais de comunicação para o público adequado, com linguagem adequada podem fazer toda diferença no entendimento das informações sobre os profissionais com deficiência.

Entendimento de Processos Inclusivos: Acompanhar é necessário e importante em qualquer ação para garantir os resultados esperados e a satisfação e produtividade das pessoas com deficiência. Este processo importante do programa de inclusão contribui para evitar desligamentos e ampliar as chances de retenção desses profissionais. Este serviço se aplica com duas pesquisas, uma com os gestores e outra com os profissionais com deficiência para entender o relacionamento, a satisfação e os resultados, além de levantar as expectativas. Esta pesquisa pode ser feita via telefone, email ou em entrevista individual.

Com os serviços apresentados e o Programa de Inclusão que conhecemos neste capítulo, a Talento Incluir se tornou referência no ambiente das pessoas com deficiência.

Como referência no mercado de inclusão e em serviços prestados ao RH, é importante também citar alguns dos principais clientes da Talento Incluir, empresas que conseguiram se enquadrar na lei de cotas e realmente incluir pessoas com deficiência em seu quadro de funcionários. Esses clientes são, entre outros: Itaú, Santander, Bradesco, TOTVS, HP, MC Donald's, Deloitte, Nextel, Odebrecht, IBM, Brasil Kirim, Livraria Cultura, Boticário, ESPM, NET, Michelin, Pfizer, Ticket, Serasa, Unimed, Porto Seguro, Claro, Fleury, Ferrero, FGV, Linux, Azul Linhas Áreas.

Procuramos o depoimento de um dos clientes da Talento e referência de inclusão do mercado de trabalho, a empresa SerasaExperian para nos dar um depoimento sobre o processo de inclusão na empresa e o trabalho da Talento Incluir, o contato era João Ribas, coordenador de diversidade e inclusão no Serasa, e também um dos principais nomes brasileiros no estudo e na ação pela

empregabilidade e inclusão da pessoa com deficiência. João Baptista Cintra Ribas²¹ nasceu em São Paulo, com mielomeningocele, que é uma má-formação que evita o fechamento da coluna vertebral na parte posterior, por onde a medula nervosa acaba se exteriorizando. Ainda no hospital, com 30 dias de nascido, fez uma cirurgia corretiva, que lhe custou uma paraplegia, começou a andar com a ajuda de aparelho ortopédico, que usou até os 40, depois de cansado optou pela cadeira de rodas.

João faleceu em maio de 2014, mais deixou em seu legado uma grande história e grande parceria com a empresa Talento Incluir, que transformou a Serasa Experian em uma empresa referência na inclusão de pessoas com deficiência, João era coordenador de Diversidade & Inclusão na Serasa Experian, onde desenvolveu um programa de empregabilidade reconhecido em todo País, que se tornou modelo para muitas empresas, baseado na qualificação profissional e contratação.

Como resultado de sua atuação na Serasa, lançou o manual: "As Pessoas com Deficiência no Mundo do Trabalho", em outubro de 2013. O objetivo era orientar as empresas e suas lideranças a terem um melhor relacionamento com esses profissionais. Ribas acreditava que, apesar do assunto já ser bastante discutido, até pela obrigatoriedade da Lei de Cotas, a desinformação sobre o tema ainda era grande.²²

Carolina Ignarra e João Ribas realizaram ao longo dos anos diversos eventos e projetos em parceria além de transformarem juntos a empresa Serasa em um case de sucesso na inclusão. Para Carolina "João era mais que superação, era alguém que realmente acreditava que tudo isso poderia ser possível."

3.5. Públicos Talento Incluir

Conforme apresentamos no primeiro capítulo deste trabalho, os públicos em Relações Públicas são a razão de ser de qualquer relação, pois estabelecem os diversos modos de interação entre uma organização e seus públicos de interesse.

Segundo França (2003), "não se pode conceituar público como apenas um agrupamento de pessoas, mas é preciso especificidade ao determinar os níveis de interesse de cada um, nas suas relações com a instituição.

²¹<http://www.vidamaislivre.com.br/perfil/perfil.php?id=4869>

²²<http://www.revistareacao.com.br/website/Edicoes.php?e=97&c=973&d=0>

Com base na conceituação de públicos de Fábio França e para melhor entendimento deste trabalho mapearemos os principais públicos do nosso estudo de caso, a empresa Talento Incluir, conforme veremos abaixo:

Nos públicos essenciais, temos os constitutivos e os não constitutivos. Na Talento Incluir os públicos essencial constitutivo são os sócio-investidores, pois com os investimentos que realizam na empresa são fundamentais para sua sobrevivência. Já como essencial não-constitutivo temos as empresas (clientes), as pessoas com deficiência, os colaboradores e fornecedores que são fundamentais para sua constituição.

Já nos públicos não essenciais da Talento, se encontram a comunidade na qual está inserida, as associações e órgãos do terceiro setor com os quais possui parcerias, e os sindicatos que não estão ligados aos fatores produtivos da organização, podendo intermediar relacionamentos.

Classificamos como públicos de redes de interferência a comunicação de massa, que atua decisivamente na formação da opinião pública, ajudando ou não na disseminação de informações sobre o tema de interesse da Talento Incluir.

O relacionamento da Talento com seus públicos essenciais se dá principalmente pelos meios de comunicação e indicações. Tabata Contri, sócia da Talento Incluir, disse que no início era um trabalho de “formiguinha”, que fazer as empresas entenderem que não adianta só contratar, que é necessário a um programa de inclusão, e que a cultura inclusiva é essencial para o sucesso da inclusão da pessoa com deficiência na organização não era fácil, investir em uma empresa que ajuda na inclusão não era uma prioridade da alta administração, que está sendo mudada aos poucos.

O relacionamento com os clientes, ou seja, as empresas, se dá por meio de conversas e reuniões, Tabata diz que normalmente são profissionais do RH das empresas quem as procuram com problemas para contratar pessoas com deficiência, e, através desse contato, elas marcam visitas e reuniões com o RH até chegar na alta administração da empresa, a qual precisa ser convencida para poder dar seguimento ao programa de inclusão, ou ações próprias para cada organização e disponibilidade de investimento. Um trabalho de Relações Públicas é essencial, de convencer e criar um relacionamento com esse público trazendo a importância da cultura organizacional e dos relacionamentos da organização com as pessoas com deficiência para que o processo de inclusão tenha sucesso.

Falando deste público importante, a Talento se relaciona com as pessoas com deficiência através das mídias sociais, de eventos e principalmente de indicações; as pessoas com deficiência são muito unidas, sempre passando as informações de oportunidades e casos para outros deficientes. Tabata ainda comenta que não é um público fácil de encontrar, o que é uma das dificuldades das empresas na contratação, pessoas com deficiência capacitadas ou disponíveis não são fáceis no mercado, por isso a Talento procura manter um contato próximo com esse público. Tabata diz que por também serem deficientes ganham uma abertura e participam de muitos grupos onde podem ter contato com esse público, apresentando oportunidades e criando relacionamentos.

3.6. Comunicação Talento Incluir

Carolina Ignarra avalia que hoje as principais formas de comunicação usadas pela Talento Incluir são as redes sociais, eventos de RH, e contato direto com as empresas. Além disso, as palestras e workshops ministrados por ela e por Tabata atingem normalmente um público amplo de empresas novas e cheias de dúvidas sobre a inclusão. Carolina diz que a cultura empresarial está começando a mudar. Aos poucos, o mercado parece se abrir para a inclusão de pessoas com deficiência, com isso o contato direto com as pessoas é muito importante, "Às vezes, nas folgas, as pessoas chegam para me perguntar sobre inclusão e sempre tenho um cartão da minha empresa para entregar. O fato de ter deficiência é um outdoor", declara Carolina.

Sobre esse assunto Tabata acrescenta que o principal não é o meio de comunicação, e sim a comunicação correta, com a mensagem adequada para cada público, principalmente no caso dos deficientes, é preciso uma comunicação especial como em braile para atingir de maneira correta os deficientes visuais, já os deficientes auditivos que não aprendem o português, a comunicação precisa ser diferente de modo que eles consigam compreender, e já para as empresas que estão começando no universo da inclusão é necessária uma comunicação objetiva que mostre os resultados que podem alcançar com o processo de inclusão adequado.

Carolina fala que a comunicação e o trabalho da Talento Incluir, são abertos para todas as empresas, todos os seus materiais, slides, vídeos que apresentam

são liberados para as empresas, pois o trabalho delas não inclui reter empresas para a contratação da Talento e sim disseminar a cultura inclusiva, passar informações, e fazer com que cada vez mais pessoas e empresas sejam atingidas pelo tema da inclusão. Carolina acrescenta que o ideal é as empresas precisarem delas para ajudar na inclusão, para uma parte, mas não para tudo, é preciso que elas já possuam algumas informações, alguns enfoques a respeito das pessoas com deficiência e da inclusão.

A Talento Incluir não possui um profissional de Relações Públicas, nem um profissional específico para cuidar da comunicação, para elas todos são responsáveis, se alguém vai a um evento é responsável em divulgar, se há vagas disponíveis em alguma empresa, a responsável pelo cliente busca comunicá-los e assim por diante, já para os materiais de comunicação e artes em geral contratam uma empresa terceirizada ou um free-lance.

Carolina e Tabata reconhecem o trabalho de Relações Públicas em muitas de suas atividades, para tornar real o programa de inclusão em cada empresa, é necessário entender seu público. Antes de realizar um programa de inclusão, fazendo diversas pesquisas com a empresa, os funcionários, a alta administração, um briefing é organizado para entender o histórico da empresa, o histórico de inclusão e principalmente a cultura organizacional, para possibilitar o início e a criação de uma cultura inclusiva e as ações adequadas para inserção do programa de inclusão.

3.7. Relações Públicas e a Talento Incluir

As informações que foram obtidas, por meio de pesquisa, entrevistas e análises permitem o nosso entendimento de que a cultura organizacional é a questão central da inclusão para a Talento Incluir, uma questão essencial também para as Relações Públicas.

Sobre cultura organizacional Lacombe (2013, p.52) diz:

Toda organização é resultado de como seus membros pensam, sentem e agem. Uma cultura bem-definida garante consistência e coerência nas ações e decisões. A cultura pode ajudar ou dificultar a eficácia da organização e proporcionar melhores ou piores condições para alcançar as metas aprovadas.

Inserir uma cultura inclusiva na organização é o início para que um programa de inclusão obtenha os resultados esperados. A cultura organizacional mostra como os membros, pensam, sentem e agem, ou seja, como esses membros vão receber as pessoas com deficiência, como vão agir e suas atitudes que podem ser definidas através da cultura organizacional.

A Inserção da cultura para a Talento Incluir vem na primeira etapa do processo de inclusão, na conscientização, onde buscam ferramentas que convençam os colaboradores da organização de que existe talento e competência na pessoa com deficiência, e que podem aprender muito com eles, uma relação de troca.

Entender a cultura organizacional da empresa, seus valores, sua trajetória é importante para entender a identidade dos membros e poder conscientizá-los sobre a inclusão de pessoas com deficiência, inserindo assim uma cultura inclusiva na organização.

Para que os colaboradores entendam a importância da inclusão, o profissional de Relações Públicas trabalha os relacionamentos, pois após conseguir realizar a inserção da cultura inclusiva na organização, terão que criar relacionamentos entre os colaboradores e os novos colaboradores, ou seja, as pessoas com deficiência. É fundamental estudar, compreender, ou até mesmo ajudar a criar e transformar a cultura organizacional para a construção desses relacionamentos.

A cultura organizacional ainda é uma espécie de personalidade da empresa, se essa personalidade for inclusiva os relacionamentos também serão. Sobre isso Johann (2009, p.10) diz:

Cada empresa tem uma espécie de personalidade coletiva – ou de jeito – que transparece na forma como as pessoas que nela trabalham se relacionam, fazem críticas, se confraternizam, tomam decisões (ou as protelam), criam critérios para a progressão de carreiras, mantêm tabus e preconceitos, usam determinado jargão ou linguagem: enfim, como são estabelecidas as regras do jogo. Esses elementos comportamentais ajudam a materializar a cultura de uma empresa.

Dado esse contexto entendemos como o processo desenvolvido pela Talento Incluir é nitidamente um posicionamento de Relações Públicas, porque não só colocam pessoas com deficiência para trabalhar nas empresas, mas interferem na cultura organizacional destas empresas, para que elas se modifiquem e possam ter culturas inclusivas, o que vai de certa forma garantir o processo de inclusão.

Sendo assim, a partir dos estudos realizados neste capítulo e das entrevistas com as sócias da Talento Incluir, entendemos como o profissional de Relações Públicas pode ser importante para a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o desenvolvimento e construção deste trabalho foram levantados questionamentos a respeito das Relações Públicas na inclusão de pessoas com deficiência nas organizações.

Conforme apresentamos nesta pesquisa hoje no Brasil existem cerca de 45 milhões de brasileiros com deficiência, o que representa 24% da população atual segundo Dados do IBGE²³, de 2010. Além disso, mais da metade (53,8%) dos 45 milhões de pessoas com deficiência em idade ativa (10 anos ou mais) está desocupada ou não é economicamente ativa.

Com base em dados como este foi criada em 1991 a Lei Nº 8.213, de 24 de Julho de 1991, conhecida como Lei de Cotas que estabelece que as empresas com mais de 100 funcionários são obrigadas a manter em seu quadro de colaboradores pessoas com deficiência ou reabilitadas, esse número varia de 2 a 5%.

Porém uma pesquisa da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH) Nacional, Isocial e Catho realizada com 2.949 profissionais do setor apontou que 81% dos recrutadores contratam pessoas com deficiência "para cumprir a lei". Apenas 4% declararam fazê-lo por "acreditar no potencial" e 12% o fazem "independente de cota".²⁴ O que não causa uma verdadeira inclusão da pessoa com deficiência dentro das organizações, e ainda faz com que esse profissional se sinta excluído perante a sociedade.

Como problematização desta pesquisa foi formulado o seguinte questionamento: Que ações de Relações Públicas podem colaborar para o processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho?

A partir desta problematização as hipóteses apresentadas foram: Ações de conscientização junto a gestão da cultura organizacional, ao público interno de uma organização e das pessoas com deficiência, coordenadas por um profissional de Relações Públicas, passando informação por meio de uma comunicação eficiente,

²³<http://www.deficienteciente.com.br/2012/07/censo-ibge-46-das-pessoas-com-deficiencia-recebem-ate-1-salario.html>

²⁴<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2014/11/81-contratam-pessoas-com-deficiencia-so-para-cumprir-lei.html>

sendo assim eficaz no processo de inclusão de pessoa com deficiência no mercado de trabalho; E a segunda hipótese foi ações de Relações Públicas como gestor de relacionamentos, trabalhando os relacionamentos dentro da organização, para que assim haja um processo de inclusão eficaz.

Reforçando a justificativa deste estudo e com base na problematização apresentada, a primeira hipótese foi confirmada, pois, através dessa pesquisa, vimos que ações de conscientização junto aos públicos são essenciais para a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações, inclusive um dos principais. A segunda hipótese não foi confirmada, porque somente a gestão de relacionamentos não é suficiente para que todo o processo de inclusão obtenha sucesso.

A partir da hipótese não confirmada, entendemos que as Relações Públicas vão muito além da gestão de relacionamentos, esta por sua vez é somente uma de suas funções que podem agregar ao trabalho da inclusão de pessoas com deficiência. Conforme estudamos no primeiro capítulo deste trabalho, Margarida Kunsch (2003) define quatro funções essenciais da atividade de Relações Públicas, conforme figura abaixo:

Ilustração 8: Funções Essenciais das Relações Públicas



Fonte: Autora

Veremos abaixo como estas funções essenciais de Relações Públicas definidas por Kunsch conforme estudamos no primeiro capítulo deste trabalho,

poderiam fortalecer o trabalho de inclusão da empresa que estudamos nesta pesquisa, a Talento Incluir, um trabalho que já é referência, mas poderia ser ainda mais desenvolvido com a ajuda de um profissional de Relações Públicas.

A Função Administrativa trabalha a interação entre as diversas partes da organização, gerencia a comunicação auxiliando a alta administração a entender a opinião pública e manter bons relacionamentos com seus públicos, visando atingir a organização como um todo. Após as análises fica evidente que para a inclusão é necessário que a alta administração entenda a importância de cada projeto e que cada área da empresa entenda seu papel, para que haja uma verdadeira inclusão das pessoas com deficiência nas organizações, inserindo assim uma cultura inclusiva.

A Função Estratégica auxilia a organização a se posicionar perante seus públicos, realizando planejamentos e ações que visam atingir os objetivos da organização. Para uma atuação estratégica é necessário conhecer as necessidades da organização, sua cultura organizacional e apresentar resultados sempre visando os objetivos. Sobre isso Kunsch (2003, p.103) diz:

Numa perspectiva moderna, as relações públicas precisam demonstrar sua contribuição também como um valor econômico para as organizações. Isto é, suas atividades têm de apresentar resultados e ajudar as organizações a atingir seus objetivos, cumprir sua missão, desenvolver sua visão e cultivar seus valores.

A função estratégica também é importante para a inclusão, pois o profissional de Relações Públicas utiliza de pesquisas e planejamento para conhecer seus públicos, entender a cultura da empresa, para assim criar relacionamentos e desenvolver uma cultura inclusiva dentro da organização, alcançando resultados mensuráveis para a inclusão.

A Função Mediadora pode ser considerada uma das mais importantes da área de Relações Públicas, pois diz respeito ao diálogo da organização e seus diversos públicos buscando estabelecer uma comunicação de mão dupla, procurando não só informar, mas buscar um relacionamento mútuo, adquirindo assim uma comunhão de idéias e atitudes através da comunicação. Para Grunig (2009, p. 24) “as Relações Públicas são vistas como uma atividade de vinculação com os stakeholders, e não como um conjunto de atividades para transmissão de mensagens, elaboradas para proteger a organização de seus públicos.”

Após estes estudos entendemos que a função mediadora na inclusão utiliza a comunicação para transmitir mensagens certas, conscientizar e informar é de extrema importância, mais só trará resultados se, além disso, criar vínculos e diálogos entre a organização e seus públicos, ou entre os públicos da organização com os colaboradores, a alta administração e as pessoas com deficiência mantendo um diálogo, uma mensagem e uma idéia mútua entre eles.

A Função Política está diretamente relacionada com as funções de poder da organização, entende-se que a atividade seja responsável por negociações, estratégias de comunicação e ações para solução de problemas entre organização e seus públicos. Segundo Simões (1995, p. 42), “a definição conceitual das relações públicas envolve em especial, a face política da área: Relações Públicas abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos.” A Função Política se dá pelas Relações Públicas lidarem com as relações de poder, crises, conflitos e controvérsias dentro das organizações.

Conforme estudamos esta se torna uma função essencial, pois este profissional vai prever e ajudar a controlar as crises, ou seja, entender se existe uma cultura inclusiva e se não trabalhá-la junto à alta administração, é muito importante para entender os problemas e trabalhar as negociações, dos gestores as pessoas com deficiência, gerenciando os problemas de relacionamento.

Desta forma, após o estudo de caso realizado na empresa Talento Incluir, concluímos que a empresa apesar de não possuir um profissional de Relações Públicas, desenvolvem ações de RP no relacionamento com seus públicos, porém sem realizar toda a potencialidade destas ações em função de não existir um planejamento estratégico e não serem desenvolvidos planos de relações públicas para as relações. Destacamos então, a partir deste estudo no trabalho de inclusão, dentro das atividades do profissional de Relações Públicas o gerenciamento da cultura organizacional.

Compreender a cultura organizacional, e trabalhá-la é fundamental na administração, interação e relacionamento de qualquer organização com seus públicos. Ainda dentro desse parâmetro, a comunicação interna se torna essencial para o sucesso da cultura organizacional que como vimos tem que ser conhecida e entendida por todos os colaboradores, para Cristiane Herold (2011, p.3):

A cultura organizacional é formada por elementos que a levam a consolidação e criação nas organizações. Para que isso se defina como base dentro de uma organização, a comunicação interna é fundamental na sua aplicação. Pressupostos, crenças, normas, ritos e cerimônias, estórias e mitos e tabus, tudo se constrói em uma cultura sólida ou passageira, dependendo dos artifícios que se utiliza na sua disseminação. Uma comunicação inovadora pode concretizar uma nova cultura organizacional, assim como deixar a comunicação de lado em momentos de mudanças, pode trazer dificuldades organizacionais.

Voltando à problematização de pesquisa apresentada neste trabalho e a partir das quatro funções essenciais de Relações Públicas que vimos acima, vamos responder este problema apresentando abaixo quais ações de Relações Públicas podem colaborar com o processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

Para poder entender a efetividade das ações de Relações Públicas, apresentamos estas ações baseadas em algumas funções e ações básicas do profissional de Relações Públicas; estas segundo Waldyr Gutierrez Fortes (2003, p. 47) são: pesquisa, assessoramento, coordenação, planejamento, execução, controle e avaliação. Para ele essas ações são realizadas em quatro momentos correlatos e não se confundem, mas pressupõem uma ação contínua (2003, p. 48), conforme veremos a seguir.

Em um primeiro momento a partir das análises realizadas neste trabalho, as ações do profissional de Relações Públicas que podem colaborar no processo de inclusão, têm foco na questão do relacionamento com os públicos, baseado na função de pesquisas procura-se conhecer os principais públicos da organização, como demonstramos neste estudo para a inclusão, estas pesquisas devem ser realizadas com os colaboradores entendendo seus valores, condutas e como pensam a respeito do tema.

Após estes estudos em um segundo momento examina-se a empresa, entendendo o histórico e a cultura organizacional desta, realizando ações de pesquisa, assessoria e coordenação, entendendo os públicos, realizando um trabalho de relacionamento, buscando suas necessidades reais e coordenando as ações que serão realizadas, o profissional de Relações Públicas tende a se aproximar da alta administração, participando da tomada de decisões e mostrando a importância do desenvolvimento de uma cultura inclusiva. A partir da assessoria e coordenação, para a inclusão podem ser desenvolvidas ações específicas para cada

público, envolvendo as diversas áreas da empresa e realizando um processo adequado de relacionamento e inclusão.

Baseado nessas análises no terceiro momento se trabalha a informação com a comunicação aos públicos. Neste momento, além de preparar o planejamento, se pratica com a execução da comunicação com os públicos definidos, planejar as decisões certas e adequadas para cada organização e seus públicos, definindo os melhores veículos e tipos de comunicação pode ajudar o processo de inclusão a atingir todos os colaboradores, inclusive a pessoa com deficiência criando relacionamentos e ações inclusivas.

Com todo trabalho realizado e as principais ações definidas efetuadas, neste último momento ainda é importante a função de avaliação, analisando todo o processo realizado, buscando evitar falhas e garantir resultados, sendo assim, realizados a partir das ações de controlar o ambiente, avaliar as ações e pesquisar com estes públicos, entendendo se houve um processo de inclusão adequado, se a pessoa com deficiência e os colaboradores criaram um relacionamento cooperativo, entendendo assim se a inclusão foi realizada.

A partir dos enfoques tratados até aqui, com relação à atuação dos profissionais de Relações Públicas através de suas funções essenciais e das ações que este profissional pode realizar no processo de inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, e ainda levando em consideração a revisão bibliográfica realizada nesta pesquisa, o estudo de caso na empresa Talento Incluir, e toda bagagem adquirida durante os quatro anos de curso e hoje como futura profissional de Relações Públicas, concluímos que o profissional de Relações Públicas é apto para propor, promover e realizar ações que tragam uma cultura inclusiva para as organizações, se tornando assim uma importante ferramenta na inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender Relações Públicas**. São Paulo: Ed. Loyola, 1993.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender Relações Públicas**. São Paulo: Ed Loyota, 2001.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psico-sociologia das relações públicas**. Ed. 2. São Paulo: Loyola, 1989.
- BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação organizacional**: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2000
- BUENO, Fernando Hahn. **A comunicação como instrumento de inclusão de pessoas com deficiência nas organizações**. 2012. 61f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.
- CURVELLO, João José. **Comunicação interna e cultura organizacional**. São Paulo: Scortecci, 2002.
- ELDRIDGE, J.; CROMBIE, A. **Sociology of Organizations**. London: George Allen and Unwin, 1974.
- FARIAS, L. A. de. (Org.) . **Relações Públicas Estratégicas** - técnicas, conceitos e instrumentos. 1. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2011.
- FERRARI, Maria Aparecida. **Relações Públicas, função estratégica e responsabilidade social**. Revista de Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. UMESP, São Bernardo do Campo. Vol1. 2003.
- FRANÇA, Fábio. Conceituação lógica de públicos em relações públicas. In: **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. São Paulo: UMESP. n. 1, Jun. 2003.
- FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: visão 2000. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 2004.
- FREITAS, Sidineia Gomes de. Liderança e poder: um enfoque comunicacional. In: MARCHIORI, Marlene. (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. 1ª ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.
- FISCHER, A. L.; FLEURY, M. T. L.; URBAN, T. P. Cultura e Competência organizacional. In: DUTRA, Joel Souza, FLEURY, Maria Tereza Leme e RUAS, Roberto (Orgs.). **Competências Conceitos, métodos e experiências**. São Paulo: Editora Atlas S/A, 2008.
- FORTES, Waldyr G. **Relações públicas**: processos, funções, tecnologia e estratégias. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Pesquisa Institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas.** São Paulo: Loyola, 1990.

Gil, M. (Org). **O que as empresas podem fazer pela inclusão das pessoas com deficiência.** São Paulo: Instituto Ethos, 2002.

GRUNIG, James E. **Uma teoria geral das relações públicas: quadro teórico para o exercício da profissão.** In: GRUNIG, James. E. Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos. 1. ed. São Caetano do sul, SP: Difusão editora, 2009.

HEROLD, Cristiane Rodrigues. **A Comunicação interna consolidando mudanças na cultura organizacional: o caso AES SUL1.** Artigo desenvolvido na disciplina Seminário Avançado em Comunicação, do curso de Relações Públicas da UNISINOS. Rio Grande do Sul, 2011.

IGNARRA, Carolina; CONTI, Tabata; BATHE Raphael. **Inclusão. Conceitos, histórias e talento das pessoas com deficiência no trabalho.** São Paulo: Qualitymark, 2009.

JOHANN, Silvio Luiz. **Gestão da Cultura Corporativa.** São Paulo:Saraiva, 2005, p. 25- 139.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria K.**Relações públicas e modernidade.** São Paulo: Summus, 1997.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Comportamento Organizacional Fácil.** São Paulo: Ed. Saraiva, 2013

LANHEZ, João Alberto.Missão, visão, políticas e valores. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces e Comunicação Organizacional.** São Paulo: Difusão, 2006.

LESLEY, Philip. **Os Fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação.** São Paulo: Pioneira, 2002

MARCHIORI, Marlene Regina. **Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização.** São Paulo: Difusão, 2006.

NICKELS, W. G; WOOD, M. B. **Marketing: relacionamentos, qualidade, valor.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A Técnica da Comunicação Humana.** São Paulo: Pioneira, 1993.

ROCHA, Thelma (Org.). **Gestão dos Stakeholders - Como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse.** 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010. v. 01. 252p.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Vida independente: história, movimento, liderança, conceito, reabilitação, emprego e terminologia.** São Paulo/ SP. Revista nacional de reabilitação. 2003.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política.** São Paulo: Summus, 1995. (Novas Buscas em Comunicação; v. 46).

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

VALSANI, Flávio. Novas formas de comunicação interna. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Obtendo resultados com Relações Públicas.** São Paulo: Pioneira, 2004

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas.** 3.ed. São Paulo: Summus, 1986.

WEBGRAFIA

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Glossário Brasília. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/responsabilidade-social/acessibilidade/glossario.html>> Acesso em: 20 fev.2015.

DEFICIENTE CIENTE. Censo IBGE: 46% das pessoas com deficiência recebem até 1 salário mínimo. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.deficienteciente.com.br/2012/07/censo-ibge-46-das-pessoas-com-deficiencia-recebem-ate-1-salario.html>> Acesso em: 18 jan. 2015.

DEFICIENTE ONLINE. Lei de Cotas. Disponível em: <http://www.deficienteonline.com.br/lei-8213-91-lei-de-cotas-para-deficientes-e-pessoas-com-deficiencia__77.html> Acesso em: 30 jan. 2015.
Doutrina RP. Definição Oficial - ABRP (1954). Disponível em <<http://wwwrrpp.wix.com/doutrina-rp#!about/c4nz>> Acesso em: 30 out. 2014

IBGE. Características da População. Disponível em: <<http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/caracteristicas-da-populacao>> Acesso em: 30 jan. 2015.
LANHEZ, João Alberto. RP-BAHIA. Relações Públicas e Comunicação Empresarial no Brasil. Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br/colunistas/ianhez.htm>> Acesso em: 14 nov. 2014.

PORTAL EMPREENDEDOR. Entrevista Prof. Fábio França. Disponível em: <<http://www.feirasdobrasil.com.br/revista.asp?area=entrevistas&codigo=4>> Acesso em: 13 nov

RAMALHO, Roberto. Relações Públicas: O Início da Profissão. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/relacoes-publicas-o-inicio-da-profissao/24711/#ixzz3DmPJVTI>> Acesso em: 13 out. 2014.

REVISTA REAÇÃO. O adeus a João Ribas: uma vida dedicada à inclusão. Disponível em: <<http://www.revistareacao.com.br/website/Edicoes.php?e=97&c=973&d=0>> Acesso em: 14 abr. 2015.

SEM BARREIRAS. Pessoas com deficiência no mercado de trabalho. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.sembarreiras.com.br/Conteudo.aspx?inford=5>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

Significados. Significado de relacionamento. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/relacionamento/>> Acesso em: 17 nov. 2014.

SILVÉRIO, Marília. A relação entre comunicação interna e cultura organizacional. Disponível em: <<https://publicointerno.wordpress.com/2010/06/24/a-relacao-entre-comunicacao-interna-e-cultura-organizacional/>> Acesso em: 10 mar. 2015.

TALENTO INCLUIR. Sobre nós. Disponível em: <<http://www.talentoincluir.com.br/sobre-nos.php>> Acesso em: 11 nov. 2014.

TECNOLOGIA ASSISTIVA. **IBGE: 24% da população possui algum tipo de deficiência.** Disponível em: <<http://www.assistiva.org.br/noticia/005331-ibge-24-da-populacao-possui-algum-tipo-de-deficiencia>> Acesso em: 18 jan. 2015.

VIDA MAIS LIVRE. **João Ribas: foco no estudo, no trabalho e na inclusão das pessoas com deficiência.** Disponível em: <<http://www.vidamaislivre.com.br/perfil/perfil.php?id=4869>> Acesso em: 14 abr. 2015.

ANEXOS

ANEXO 1 – Camila Galani (autora) e Carolina Ignarra em visita realizada a Talento Incluir.



ANEXO 2 – Lei de Cotas - Art 93

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 8.213, DE 24 DE JULHO DE 1991.

Texto compilado

Normas de hierarquia inferior

Mensagem de veto

(Vide Decreto nº 357, de 1991)

(Vide Lei nº 8.222, de 1991)

(Vide Decreto nº 611, de 1992)

(Vide Decreto nº 2.172, de 1997)

(Vide Decreto nº 2.346, de 1997)

(Vide Decreto nº 3.048, de 1999)

(Vide Medida Provisória nº 291, de 2006)

Dispõe sobre os Planos de Benefícios da
Previdência Social e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 91. Será concedido, no caso de habilitação e reabilitação profissional, auxílio para tratamento ou exame fora do domicílio do beneficiário, conforme dispuser o Regulamento.

Art. 92. Concluído o processo de habilitação ou reabilitação social e profissional, a Previdência Social emitirá certificado individual, indicando as atividades que poderão ser exercidas pelo beneficiário, nada impedindo que este exerça outra atividade para a qual se capacitar.

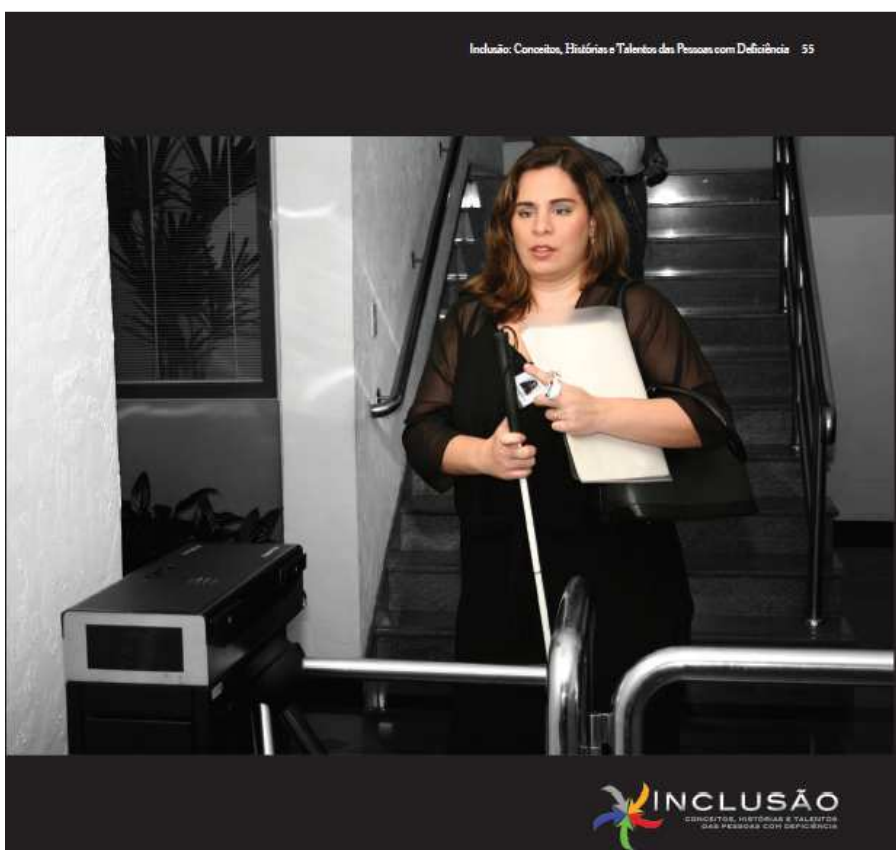
Art. 93. A empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção:

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%.

§ 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.

ANEXO 3 – Depoimentos Deficientes Inclusos a partir da Talento Incluir



"Não sei viver sem trabalhar, sem ter minha independência financeira. O meu trabalho faz com que minha cabeça não pare de pensar, com que eu me sinta mais forte e confiante!"

KATYA HEMELRIJK
ANALISTA DE COMUNICAÇÃO
NATURA

