
Acessibilidade para a cidadania de pessoas com deficiência nas organizações: um olhar do papel das Relações Públicas¹

Guilherme Ferreira de OLIVEIRA²

Suely MACIEL³

Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru, SP

RESUMO

Este trabalho objetiva compreender a acessibilidade enquanto fator de garantia da cidadania para pessoas com deficiência nas organizações a partir do olhar das Relações Públicas. Para tal, realiza-se uma pesquisa bibliográfica e uma sondagem da opinião de 10 graduados e graduandos em Relações Públicas, qualitativamente, a partir da aplicação de um questionário no *Google Forms* com um grupo de controle/pré-selecionado. A partir das respostas, encontra-se que é papel das Relações Públicas criar planejamentos de ações e estratégias considerando a acessibilidade, promover a diversidade, a conscientização dos atores organizacionais e criar uma cultura inclusiva. Destaca-se que é necessária a inclusão da pauta no desenvolvimento de estratégias e planejamentos e na parte mais técnica e operacional da construção de publicações e processos comunicacionais.

PALAVRAS-CHAVE: Cidadania; Relações Públicas; Deficiência; Acessibilidade; Organizações.

INTRODUÇÃO

Nas discussões sobre cidadania e direitos, é feita uma diferenciação entre as lutas por direitos do século XX e as mais recentes do século XXI. No século XX, estavam mais em voga as lutas por direitos e deveres civis: liberdade individual, direito de ir e vir, acesso à justiça, liberdade de pensamento etc.. No século XXI, discute-se mais sobre os direitos e deveres sociais: educação, saúde, segurança, moradia, trabalho e direitos de cunho identitário principalmente. Ou seja, atualmente, a questão da cidadania está mais focada no social. Monsalve e Athaydes (2021, p. 87, tradução nossa) afirmam que “a cidadania social é todo o espectro desde o direito a um mínimo

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Bauru. Graduado em Relações Públicas pela mesma instituição. E-mail: guilherme.f.oliveira@unesp.br

³ Docente dos cursos de graduação em Jornalismo e em Relações Públicas e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Bauru. E-mail: suely.maciell@unesp.br

bem-estar econômico e segurança até o direito de participar do patrimônio social e a viver a vida de um ser civilizado conforme os padrões da sociedade”.

Nesse cenário, as organizações privadas têm um papel significativo na promoção e proteção desses direitos entre seus funcionários. À medida que a sociedade avança e as expectativas mudam, as organizações precisam ouvir as demandas e mudanças sociais para que legitimem suas ações e poder exercido (MUMBY; STOHL, 1996; CARARETO; CALONEGO; ANDRELO, 2021). Carareto, Andrelo e Ruão (2020) explicam que relações de influência permeiam a relação organizações-sociedade, e, dessa forma, existe uma noção de responsabilidade sobre o meio social.

Assim, as empresas estão cada vez mais conscientes da importância de criar ambientes de trabalho inclusivos e respeitosos, onde os direitos sociais e identitários sejam valorizados e protegidos. Parte dessa tomada de consciência pode ser resultado de um trabalho de relações públicas, no sentido de que o profissional da área pode atuar como ativista organizacional e responsável pela abertura das organizações para problemáticas da sociedade (CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018).

Para tal, as relações-públicas atuam diretamente na chamada “comunicação interna”, sendo esta, internacionalmente, reconhecida como uma das principais especialidades das Relações Públicas e uma das que mais cresce no âmbito acadêmico e profissional (LEE; YUE, 2020). Na atividade de comunicação interna encontram-se processos interacionais com e entre os trabalhadores, mediados por diversos aparatos midiáticos e tecnológicos (OLIVEIRA; PAULA, 2017). O relações-públicas, como profissional de comunicação, atua na gestão de meios, processos e linguagens que estão presentes nessas interações. Cabe então aos profissionais de comunicação e Relações Públicas atuantes na cena organizacional atentarem-se para os seus papéis como cidadãos, suas corresponsabilidades morais e cívicas (PERUZZO, 2021) enquanto projetistas de ações, programas e gestores de comunicação.

No cenário organizacional também estão presentes os trabalhadores com deficiência. Para esse amplo e diverso contingente de pessoas, no que diz respeito à oportunidade de emprego, a situação é mais complexa. Apenas 28,3% das pessoas com deficiência em idade ativa (14 anos ou mais) estão inseridas na força de trabalho, em comparação com os 66,3% das pessoas sem deficiência (IBGE, 2021). Isso ocorre mesmo com a existência da Lei de Cotas (BRASIL, 1991), a qual determina que

empresas com mais de 100 funcionários devem destinar de 2% a 5% de suas vagas a colaboradores reabilitados ou pessoas com deficiência.

E, mesmo quando incluídas, encontram outras barreiras no exercício profissional, decorrentes de estigmas, preconceitos e falta de acessibilidade (PEREIRA; PASSERINO, 2018). A partir de tais considerações, este trabalho objetiva compreender a acessibilidade enquanto fator de garantia da cidadania para pessoas com deficiência nas organizações a partir do olhar das Relações Públicas. Para tal, emprega-se um procedimento metodológico qualitativo para a realização de uma pesquisa bibliográfica e uma sondagem da opinião de 10 graduados e graduandos em Relações Públicas, a partir da aplicação de um questionário no *Google Forms* com um grupo de controle/pré-selecionado.

O trabalho está organizado em cinco seções (desconsiderando a introdução já apresentada): 1) uma reflexão sobre o histórico da atividade de Relações Públicas nas organizações, com ênfase na promoção da cidadania; 2) uma seção acerca dos recursos de acessibilidade necessários para a inclusão de pessoas com deficiência na comunicação; 3) apresentação dos procedimentos metodológicos; 4) exposição dos resultados obtidos e a discussão destes; 5) as considerações “finais” (tidas como iniciais, pelo caráter embrionário da questão).

RELAÇÕES PÚBLICAS E CIDADANIA NAS ORGANIZAÇÕES

A história das Relações Públicas no Brasil é fortemente marcada pelo contexto sociopolítico do século XX, em especial pelo desenvolvimento econômico e industrial do país e pela ditadura militar (KUNSCH, 2006). Kunsch (1997) afirma, a partir de uma pesquisa ampla na área, que a influência dos militares se deu de fato na prática das Relações Públicas não só no âmbito governamental, mas também no contexto das organizações privadas.

Embora a atividade já existisse desde o começo do século, foi a partir da década de 1950, com a chegada das multinacionais, que as Relações Públicas se ampliaram. As empresas estrangeiras que chegaram ao país “trouxeram consigo uma cultura de valorização da comunicação, sobretudo das áreas de propaganda e relações públicas” (KUNSCH, 2022, p. 17). Ainda, com a ampliação das indústrias de comunicação e de

cultura na mesma década (e nas seguintes) e a ampliação dos meios de comunicação, viu-se uma grande abertura de oportunidades para a área (KUNSCH, 2022).

Naquele momento histórico, as Relações Públicas instalaram-se como uma atividade fortemente ligada ao setor empresarial (KUNSCH, 2022). Tal característica basilar deu-se pela influência direta que as Relações Públicas possuíam do paradigma norte-americano, “para falar sobre a história das relações públicas no país, o ponto de partida para as narrativas recorrentes era, sempre, descrever o que ocorreu nos Estados Unidos” (KUNSCH, 2022, p. 18).

Os paradigmas norte-americanos atribuíam às Relações Públicas um olhar gerencialista, de forma que a área chega a ser reconhecida como uma função da organização e como um subsistema organizacional (HENRIQUES, 2021). Tais olhares acabam por atribuir às práticas de Relações Públicas pouca atenção para a sociedade, de maneira que manteve-se a centralidade das atividades no âmbito organizacional (HENRIQUES, 2021). Kunsch (2022, p. 18) afirma que, até o início dos anos 1980,

a literatura brasileira sobre relações públicas, geralmente, era toda centrada em uma perspectiva pragmática e funcionalista, sempre com a preocupação de como as empresas deviam se relacionar com seus públicos para melhorar sua “imagem” e serem bem aceitas, estabelecendo-se condições favoráveis para a venda de seus produtos e serviços, sem uma visão mais ampla do contexto sociocultural.

De forma geral, as perspectivas de qual o papel da área são várias, distintas e dependentes do contexto em que elas se desenvolvem. Moss, Likely, Sriramesh e Ferrari (2017), em uma pesquisa global, concluem que é inviável propor uma fórmula universal para a função e a estrutura do que são e como funcionam as Relações Públicas. No cenário latinoamericano, por exemplo, é uma profissão consolidada e com forte desenvolvimento acadêmico e profissional, marcada pela liderança brasileira (ARZUAGA-WILLIAMS, 2019).

Eiró-Gomes e Raposo (2020, p. 93) acreditam que parece que a função das Relações Públicas “continua associada a períodos menos profícuos da sua história”, no que tange o imaginário coletivo que se tem sobre a profissão (e por parte das organizações). Tem-se assim, ainda, que nas últimas décadas,

os estudos sobre o papel dos profissionais e das relações públicas e da comunicação organizacional em todo o mundo estão concentrados

quase que exclusivamente nos assuntos relativos ao desempenho de papel, ou seja, na identificação de padrões de tarefas, atividades, competências ou conteúdos constituintes dos papéis (ARZUAGA-WILLIAMS, 2019, p. 143, tradução nossa).

Entretanto, é inegável que desde a década de 1980, no Brasil e no mundo, as Relações Públicas passaram por algumas transformações. No contexto nacional esse impulso transformacional se deu especialmente a partir do fim da ditadura militar e do desenvolvimento de outras correntes no âmbito acadêmico - como das Relações Públicas na Contramão (PERUZZO, 1986) e/ou Relações Públicas Comunitárias (KUNSCH; KUNSCH, 2007). Kunsch (2022, p. 29) explica que a área no Brasil “entrou no século XXI vendo-se impulsionada a repensar seus conceitos tradicionais do passado e incorporar novas concepções frente às demandas dos novos tempos da sociedade” (KUNSCH, 2022, p. 29).

Nos estudos latino-americanos dos profissionais de comunicação organizacional e de Relações Públicas destacam-se as preocupações com o papel de tais profissionais, em especial sobre a função política e social da profissão em estudos sobre desenvolvimento e mudança social, e sobre a influência no meio social (ARZUAGA-WILLIAMS, 2019).

Else Lemos (2017), em uma revisitação histórica do desenvolvimento das correntes de Relações Públicas no Brasil, encontra que a área evoluiu para além do paradigma dominante do mundo corporativo, para alcançar uma visão ampla dos interesses públicos e dos valores sociais. A exemplo disso, tem-se a conceituação proposta por Henriques (2021, p. 166), para quem “as relações públicas, em seu entendimento amplo, são um campo de práticas comunicativas nas quais toda a sociedade está empenhada, compondo a vasta gama de fenômenos que se dão no espaço público”.

A preocupação da área e da atividade profissional, a partir de sua essência na disputa de interesses (HENRIQUES, 2009), passa a se alocar no terreno da cidadania, mas isso não necessariamente retira o peso da atuação nos negócios corporativos e nos interesses privados (HENRIQUES, 2021). Passa-se a exigir que o profissional atuante na cena organizacional atente-se para os seus papéis como cidadãos, suas corresponsabilidades morais e cívicas (PERUZZO, 2021) enquanto projetistas de ações, programas e gestores de comunicação.

Os ambientes de trabalho devem ser espaços nos quais todos os funcionários são tratados com igualdade, respeito e dignidade. Isso envolve a promoção de valores como diversidade, equidade e inclusão, que são fundamentais para o exercício pleno da cidadania. Entretanto, “ao priorizarem os interesses do capital, na lógica do modo de produção capitalista, [as organizações] acabam incentivando o individualismo, o hedonismo, a competição e o consumismo” (PERUZZO, 2021, p. 279).

Molleda e Ferguson (2004 *apud* ARZUAGA-WILLIAMS, 2019), em estudo realizado, encontram que no Brasil existe uma preocupação das Relações Públicas com os papéis sociais referentes ao bem-estar dos trabalhadores que implicam em, por exemplo, construção de iniciativas que façam com que as organizações se conscientizem e busquem esse bem-estar.

Assim, no que se refere à cidadania, “uma pessoa sem acesso isonômico às informações, no contexto da era da informação, passa a estar em situação de vulnerabilidade social e está privada de sua cidadania plena” (BONITO; SANTOS, 2019, p. 139). Passa-se a compreender então que o acesso à informação, como fator para a inclusão, bem-estar e desenvolvimento profissional, é essencial nas organizações, fator este privado das pessoas com deficiência quando do enfrentamento de barreiras comunicacionais.

ACESSIBILIDADE E ACESSO À INFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

A situação da cidadania plena ser privada dos indivíduos pelo não acesso à informação (BONITO; SANTOS, 2019) é a realidade de muitos casos de pessoas com deficiência nas organizações (PEREIRA; PASSERINO, 2018). Morgado e Rottoli (2005) explicam que a informação é o exercício da cidadania, uma vez que é a partir do acesso a ela que o indivíduo alcança os meios para a ação tanto individual (como no exercício profissional digno) quanto coletivo. Assim, cria-se uma relação de interdependência e de intersecção entre comunicação e cidadania, especialmente no que se refere à inclusão de pessoas com deficiência (no ponto de vista da acessibilidade e das condições de acesso) (MOURA *et al.*, 2012).

Sasaki (2009, p. 2) conceitua a acessibilidade como “uma qualidade, uma facilidade que desejamos ver e ter em todos os contextos e aspectos da atividade humana”. A acessibilidade pode ser entendida como “a condição de acesso” em

detrimento das barreiras impostas em diversas dimensões da vida cotidiana. Sasaki (2009) elenca seis dimensões da acessibilidade: 1) arquitetônica (sem barreiras físicas); 2) comunicacional (sem barreiras na comunicação entre as pessoas); 3) metodológica (sem barreiras nos métodos e técnicas para desempenho de atividades); 4) instrumental (sem barreiras de instrumentos e ferramentas); 5) programática (sem barreiras impregnadas em políticas, legislações e normas); e 6) atitudinal (sem preconceitos, estereótipos, estigmas e discriminações).

Aqui centra-se especificamente na dimensão comunicacional, no que diz respeito ao acesso à informação e à comunicação que circulam no ambiente interno das organizações. Para tal, existe um leque de recursos de acessibilidade e tecnologias de naturezas distintas que possibilitam o acesso à informação. Greco e Jankowska (2020) nomeiam de *Media Accessibility* as modalidades e formatos de produtos midiáticos e comunicacionais que, por essência, possibilitam o acesso a objetos, serviços e artefatos midiáticos e não midiáticos que não poderiam ser acessados parcial ou totalmente em sua forma original.

Diversos tipos de recursos de acessibilidade estão disponíveis atualmente. Eles abrangem várias naturezas, como os de natureza na tradução entre línguas para atender a estrangeiros e pessoas não alfabetizadas na língua original; os de natureza na tradução intersemiótica (como as modalidades de tradução audiovisual acessível (ARAÚJO; ALVES, 2017) (Legendagem para Surdos e Ensurdidos, Audiodescrição e Janela de Língua de Sinais)); e outros tipos de formato e linguagens que facilitam/possibilitam o acesso à informação simplesmente pela forma que são concebidos, como o áudio (por sua natureza sonora) para pessoas com deficiência visual, linguagens táteis (como o Braille) etc.

Na comunicação com os trabalhadores das organizações (comunicação interna), podem ser utilizados recursos de acessibilidade nas publicações e canais internos: legendas em vídeos corporativos, contratação de intérprete de Libras para eventos e palestras, versões alternativas de boletins, newsletters e jornal mural (como versões em áudio, braille etc.), assim como audiodescrição dos conteúdos visuais e descrição de imagens nas publicações internas e em apresentações corporativas (OLIVEIRA; ANDRELO; MACIEL, 2023; PEREIRA; PASSERINO, 2018).

Oliveira, Andrelo e Maciel (2023, p. 9) afirmam que o uso de tais recursos para o acesso à informação “possibilita que os empregados com deficiência tenham acesso à mensagens institucionais e construam sentidos para a formação de opiniões a partir da compreensão dos comunicados e informações que todos os demais sujeitos organizacionais já possuíam”. Dessa forma, esses sujeitos podem dialogar e participar ativamente da vida organizacional (OLIVEIRA; ANDRELO; MACIEL, 2023),

A partir de tais considerações, questiona-se qual o papel das Relações Públicas quanto à acessibilidade na comunicação no ambiente organizacional. Considera-se a comunicação interna como uma especialização e/ou subdisciplina das Relações Públicas (LEE; YUE, 2020), e que este profissional possui os melhores entendimentos dos processos comunicacionais com o público interno (TKALAC VERČIČ; ŠPOLJARIĆ, 2020). Pereira e Figueiró (2020, p. 60, tradução nossa) afirmam que “é dever da sociedade e das organizações, enquanto instituições sociais, promover espaços que garantam o acesso de todas as pessoas e assegurem seus direitos, dignidade e o exercício da cidadania”, e isto pode ser possível a partir da atuação das Relações Públicas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para se atingir os objetivos do trabalho, realizou-se, a partir de um caráter qualitativo e uma abordagem exploratória, uma pesquisa bibliográfica sobre as temáticas da cidadania nas organizações empresariais, recursos de acessibilidade a/na comunicação e papel das Relações Públicas frente às transformações sociais e a inclusão de pessoas com deficiência.

Também realiza-se uma sondagem da opinião de 10 graduados e graduandos em Relações Públicas, a partir da aplicação de um questionário no *Google Forms* com um grupo de controle/pré-selecionado da Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Bauru/SP. A escolha dos respondentes deu-se pela familiaridade destes com a temática da acessibilidade da/na comunicação, a partir de práticas laboratoriais e de extensão, participação em grupos de pesquisa e cumprimento de disciplinas.

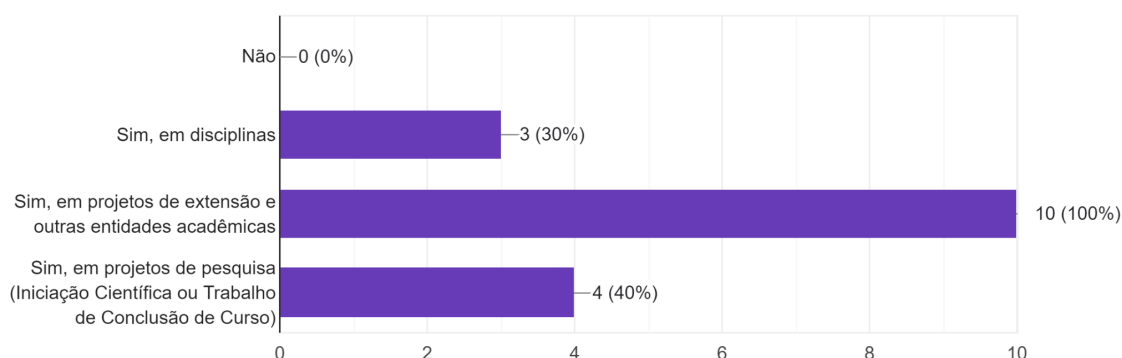
O questionário é composto por seis questões fechadas e duas abertas. As questões fechadas variam em formatos, como de múltipla escolha e indicação de opiniões em escalas (de 1 a 7). Já as duas questões abertas objetivam apreender com

maior profundidade as opiniões e perspectivas dos respondentes. As respostas são analisadas descritivamente e à luz do referencial teórico elaborado a partir da pesquisa bibliográfica.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O questionário foi aplicado entre 8 e 12 de abril de 2023. Seis respondentes estão se graduando e quatro são graduados em Relações Públicas. Todos tiveram contato com a temática em projetos de extensão e entidades acadêmicas, enquanto quatro deles realizaram projetos de pesquisa no tema (de iniciação científica e/ou trabalho de conclusão de curso) e três aprenderam sobre também em disciplinas, conforme figura abaixo.

Figura 1 - contato com a temática e/ou participação em atividades que a tangenciem



Fonte: autoria própria, 2023.

Uma das questões fechadas diz respeito ao conhecimento deles acerca de recursos de acessibilidade comunicacional para pessoas com deficiência sensorial (visual ou auditiva) ou cognitiva, a partir de uma listagem de alguns. Nela, todos indicaram conhecer a Audiodescrição (de imagens estáticas, produtos audiovisuais, cenários, peças teatrais etc.), a Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE), a Língua Brasileira de Sinais (Libras), a consideração de um contraste visual de cores para pessoas com baixa visão e o Braille. Já as formas e formatos de tipografia (também para possibilitar o acesso para pessoas com baixa visão e a compreensão para pessoas com dislexia e deficiências cognitivas) são conhecidas por nove deles. Por fim, oito

reconheciam a disponibilização da informação em formatos alternativos (como versões em áudio), a Linguagem Simples e a Leitura Fácil como recursos de acessibilidade.

Em outra questão, foi proposta a escolha da importância de competências de Relações Públicas em uma escala de 1 a 3 (sendo 1 menos importante, e 3 mais). Os respondentes indicaram que o mais importante é o desenvolvimento de competências estratégicas e de planejamento, em segundo lugar as competências de gestão de cultura organizacional e em terceiro as competências técnicas e operacionais.

Percebe-se, a partir das respostas, um alinhamento para o olhar estratégico da profissão, de maneira que a consideração de um fator social (a inclusão de pessoas com deficiência) constitui tal esfera mais reflexiva. Este aspecto está alinhado à tendência da visão latinoamericana de Relações Públicas, mais preocupada com a mudança social (ARZUAGA-WILLIAMS, 2019).

Ainda, todos reconheceram, em outra questão, que não existe uma prática inclusiva de Relações Públicas para pessoas com deficiência que não considere o “operacional” da utilização de recursos de acessibilidade nas comunicações produzidas, especialmente após um estudo dos públicos e levantamento das principais necessidades para o acesso à informação. Alguns, ainda, priorizam a utilização de recursos como Audiodescrição, Legendagem e Janela de Libras em qualquer cenário. O respondente (R9) explica que utilizaria *“todos os necessários, de acordo com a necessidade dos trabalhadores. Mas também, a partir do Desenho Universal, acredito que todos recursos deveriam estar disponíveis sempre para todo e qualquer trabalhador escolher como prefere/como pode acessar a informação e a comunicação.”*

A última questão é “qual você acredita que seja o principal papel das Relações Públicas na promoção da acessibilidade na/da comunicação para/com pessoas com deficiência no ambiente organizacional?”. Os respondentes indicaram: 1) criar planejamentos de ações e estratégias considerando a acessibilidade (R1, R2, R7, R10); 2) promover o acesso à informação e à comunicação (R2, R3, R6, R8); 3) promover a diversidade (R4, R6; R7); 4) promover a integração e criar espaços de participação (R5, R9); 5) como ativistas organizacionais, promover a conscientização dos atores (R9, R10); 6) criar uma cultura inclusiva (R7, R9, R10).

Em relação ao primeiro ponto, em consonância com a escala apresentada de uma questão interior, valoriza-se a competência profissional para o desenvolvimento de

planejamentos e estratégias que considerem a acessibilidade. O R2 acredita que as Relações Públicas são como “pontes de comunicação”, *“entre um indivíduo (seja ele interno ou externo) até a empresa/organização. Promover a acessibilidade dentro dos conceitos das relações públicas, nada mais é do que permitir o direito das pessoas com deficiência de adquirir a comunicação, informação, entretenimento de forma livre, autônoma e correta e o profissional de RP pode garantir por meio de estratégias de comunicação e planejamento possibilitar essa acessibilidade.”*

O 5º e o 6º papel indicados (promover a conscientização dos atores, como ativistas organizacionais e criar uma cultura inclusiva, respectivamente), se aproximam quando traz-se a centralidade para a questão cultural. A partir de práticas que visem a educação e conscientização pode-se criar uma cultura de inclusão. A R7 conta: *“acredito que o principal papel das relações públicas é de criar uma cultura organizacional inclusiva e diversa, que promova ações e capacitações de colaboradores sem deficiência para que as barreiras da acessibilidade sejam rompidas, a começar com discursos discriminatórios e capacitistas. Posteriormente, as outras barreiras da acessibilidade também devem ser rompidas para que, de fato, haja a inclusão dessa minoria”*.

As Relações Públicas, de forma geral, passam por transformações no olhar dado para a sua atuação e papel na sociedade, em especial na consideração de seu papel fundamental de conscientização e abertura de espaços para os públicos em situação de vulnerabilidade social, como a “consciência social” das organizações (BOWEN, 2005 *apud* CABRAL; GONÇALVES; SALHANI, 2018) e promovendo oportunidades de participação, neste caso, de inclusão social de pessoas com deficiência.

CONSIDERAÇÕES “FINAIS”

Este trabalho objetivou compreender a acessibilidade enquanto fator de garantia da cidadania para pessoas com deficiência nas organizações a partir do olhar das Relações Públicas. Assim, acredita-se que a compreensão mais ampla de como a acessibilidade pode fazer parte das diversas práticas de Relações Públicas possibilita a promoção da cidadania das pessoas com deficiência.

Conclui-se que muitos são os papéis dos relações-públicas na promoção da cidadania de pessoas com deficiência nas organizações, com destaque para a consideração central destes como agentes de mudança a partir de práticas estruturais: criação de planejamentos, promoção de mudança de cultura etc. Destaca-se que é necessário um alinhamento entre a inclusão da pauta no desenvolvimento de estratégias e planejamentos e a parte mais técnica e operacional da construção de publicações e processos comunicacionais mais acessíveis no que diz respeito ao acesso à informação.

Reconhece-se que ainda há mais a ser explorado no campo, especialmente no que tange ao “como” realizar tais práticas e enfrentar as barreiras impostas socialmente. Ainda, a partir da menção do papel das Relações Públicas de conscientizador da organização e de promotor do bem-estar dos funcionários, para além dos interesses econômicos e produtivos, identifica-se uma possibilidade futura de aprofundamento do papel educativo das Relações Públicas para a promoção de uma mudança social e da cidadania. Este trabalho é apenas uma sondagem inicial, que deve ser aprofundada em oportunidades futuras.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, V. L. S.; ALVES, S. F. Tradução Audiovisual Acessível (TAVA): audiodescrição, janela de libras e legendagem para surdos e ensurdecidos. **Trab. linguist. apl.**, Campinas, v. 56, n. 2, p. 305-315, 2017.

ARZUAGA-WILLIAMS, M. Latin American perspectives on the role of professionals in organizational communication and public relations. **Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación**, v. 17, n. 34, p. 135-154, 2019.

BONITO, M.; SANTOS, L. C. Repensar os processos e as práticas jornalísticas pela ótica da acessibilidade comunicativa. **Alterjor**, v. 20, n. 2, p. 133-147, 2019.

BRASIL. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. **Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências**. Brasília, DF, 1991.

CABRAL, R.; GONÇALVES, G.; SALHANI, J. Violência organizacional: reflexões a partir da perspectiva dos estudos para a paz. **Organicom**, v. 15, n. 28, p. 247-264, 2018.

CARARETO, M.; ANDRELO, R.; RUÃO, T. O impacto da comunicação organizacional na sociedade: reflexões iniciais a partir da percepção de gestores em agências de comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 14, online. **Anais [...]**. São Paulo: Abrapcorp, 2020. Disponível em: <[https://abrapcorp2.org.br/site/manager/arq/\(cod2_23209\)Artigo_Abrapcorp_2020_Mariana_Carareto.pdf](https://abrapcorp2.org.br/site/manager/arq/(cod2_23209)Artigo_Abrapcorp_2020_Mariana_Carareto.pdf)>. Acesso em 10 fev. 2023.

CARARETO, M.; CALONEGO, R.; ANDRELO, R. Novas estratégias comunicacionais diante da pandemia de Covid-19: reflexões sobre o papel público da comunicação organizacional. **Revista Internacional de Relaciones Públicas**, n. 21, v. 11, p. 227-246, 2021.

EIRÓ-GOMES, M.; RAPOSO, A. O papel dos profissionais de relações públicas na responsabilidade social corporativa: algumas notas a partir da realidade portuguesa. **Comunicação e Sociedade**, p. 89–107, 2020.

HENRIQUES, M. S. Relações Públicas e suas questões. In: CARDOSO, A. (Org.). **50 anos de histórias das Relações Públicas em Minas Gerais e Espírito Santo**. Divinópolis, MG: Gulliver, 2021, p. 165-179.

HENRIQUES, M. S. Relações Públicas: o futuro da atividade é o futuro da profissão?. **Organicom**, ano 6, n. 10/11, ed. especial, p. 128-133, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. **Pesquisa nacional de saúde 2019 - ciclos de vida**: Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101846>. Acesso em 10 dez. 2022.

KUNSCH, M. M. K. Relações Públicas no Brasil: retrospectiva, evolução conceitual e das práticas profissionais. In: KUNSCH, M. M. K.; LIMA, F. P.; SAMPAIO, A. O. (Orgs.). **Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: ABRAPCORP, 2022, p. 15-35.

KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, W. L. (Orgs.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo, Summus, 2007

KUNSCH, M. M. K. Gestão das Relações Públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil. **Organicom**, ano 3, n. 5, p. 31-61, 2006.

KUNSCH, M. M. K. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

LEE, Y.; YUE, C. A. Status of internal communication research in public relations: an analysis of published articles in nine scholarly journals from 1970 to 2019. **Public Relations Review**, v. 46, n. 3, 2020.

LEMOS, E. **A era pós-disciplinar e o ambiente contemporâneo de relações públicas: cosmovisão ampliada da disciplina**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2017.

MONSALVE, A. M. S.; ATHAYDES, A. S. Novas cidadanias e nova capacidade de influência nas decisões estratégicas. **Organicom**, v. 18, n. 37, p. 84-99, 2021.

MOSS, D.; LIKELY, F.; SRIRAMESH, K.; FERRARI, M. Structure of the public relations/communication department: Key findings from a global study. **Public Relations Review**, v. 43, p. 80-90, 2017.

MOURA, D. O. *et al.* Comunicação e Cidadania: o olhar dos formandos em Comunicação/UnB entre os anos 2001 e 2011. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE MÍDIA CIDADÃ, 8, 2012,

Brasília. **Anais** [...]. São Paulo: ABPCom, 2012. Disponível em: <<http://abpcom.com.br/wp-content/uploads/2020/05/GT2-13.pdf>>. Acesso em 25 dez. 2022.

MUMBY, D.; STOHL, C. Disciplining Organizational Communication Studies. **Management Communication Quarterly**, n. 10, v. 1, p. 50-72, 1996.

OLIVEIRA, G. F. ; ANDRELO, R.; MACIEL, S. Comunicação com empregados e a inclusão de pessoas com deficiência nas organizações: questões de acesso e de cultura inclusiva. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 17, 2023, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. São Paulo: Abrapcorp, 2023. Disponível em breve.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida. Aproximações entre a prática da Comunicação Organizacional e a produção acadêmica do campo. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 14, n. 27, p. 374-384, 2017.

PEREIRA, Ana Cristina Cypriano; FIGUEIRÓ, Gabriel de Abreu. The Communicational Dimension for the Inclusion of People with Disabilities in Organization. **Développement Humain, Handicap et Changement Social**, v. 26, n. 1, p. 49–62, 2020.

PEREIRA, A. C. C.; PASSERINO, L. M. Comunicação e cidadania no processo de inclusão de Pessoas com Deficiência nas Organizações. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 12, 2018, Goiânia. **Anais** [...]. São Paulo: Abrapcorp, 2018. Disponível em: <http://portal.abrapcorp2.org.br/wp-content/uploads/2019/02/Anais_Abrapcorp_2018_GPs_ISB_N.pdf>. Acesso em 10 mar. 2022.

PERUZZO, C. M. K. Cidadania nas organizações empresariais: provocando reflexões sobre respeito à diversidade. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 44, n. 2, p. 275-290, 2021.

PERUZZO, C. K. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.

SASSAKI, R. K. Inclusão: Acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, São Paulo, Ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

TKALAC VERČIČ, A.; ŠPOLJARIĆ, A. Managing internal communication: How the choice of channels affects internal communication satisfaction. **Public Relations Review**, v. 46, n. 3, 2020.