

Sem Limites: A Comunicação Institucional Desenvolvida em Empresas que Empregam Portadores de Deficiência - Um estudo de caso SENAC/MG ¹

Autoras: Ângela Maria Soares
Jordânia Pereira Silva

Faculdade Brasileira de Ciências Exatas, Humanas e Sociais – Fabrai

Orientadores: Carol do Espírito Santo
Marcelo Rodrigo de Avelar Bastos Alves

Resumo

A inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho é um tema cada vez mais discutido e pode ser considerado por parte das organizações um cumprimento da Lei, uma estratégia de imagem empresarial ou uma prática de empresa cidadã. Dentre outros estudos, este trabalho revela através de um estudo SENAC/MG, a importância do relacionamento e da aceitação do portador de deficiência no ambiente interno da organização e verifica, que a inclusão de portador de deficiência no seu quadro funcional, além de poder ser uma estratégia de comunicação organizacional, é, na organização estudada, um cumprimento de determinação legal, realizado de forma consistente, pois têm-se uma preocupação com a integração destes profissionais no ambiente corporativo da empresa, conforme verificado nos programas de inclusão existentes, voltados para essas pessoas.

Palavras-Chave: Imagem Institucional; Comunicação Institucional; Portador de Deficiência; Relações Públicas.

Introdução

No mundo contemporâneo, cada vez mais tem se falado em responsabilidade social. Termos como cidadania, empresa cidadã, voluntariado e inclusão social são cada vez mais frequentes. Percebe-se, com isso que, mais organizações e pessoas têm se dedicado a causas dessa natureza. Num país marcado por abismos sociais como o Brasil, o tema da inclusão não deve ser abordado apenas como uma questão social, mas também sob a perspectiva da gestão empresarial, ao possibilitar a inserção e a capacitação profissional. Aliando a carência de muitas comunidades e a necessidade de cumprir um papel social por parte das empresas, formou-se, assim, uma importante parceria: empresa e comunidade. O resultado dessa aliança

¹ Artigo inscrito na categoria: GT ABRAPCORP 8 - Estudos de Iniciação Científica, Pesquisa Experimental e Projetos desenvolvidos em Cursos de Graduação.

é a busca por uma sociedade mais justa e cooperativa. Tal ação empresarial é conhecida, hoje, como responsabilidade social, e desperta para a criação de estratégias para sua realização, como a elaboração de novas práticas nas relações profissionais e o trabalho com as diversidades, sejam socioculturais ou econômicas.

É nesse momento que aparecem os questionamentos, visto que os portadores de deficiência sofrem por exclusão social e pelo descaso das autoridades. Algumas leis foram criadas com o objetivo de garantir os direitos dos portadores de deficiência, a exemplo da Lei Federal nº 8.213 de 24 de julho de 1991, Art. 93, que obriga as empresas com 100 (cem) ou mais empregados a preencherem de 2% a 5% dos seus cargos com portadores de deficiência. Mas segundo dados do Censo de 2002 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, os chamados “portadores de deficiência” representam, hoje, uma parcela considerável da população brasileira, reunindo 24,5 milhões de pessoas (14,5% dos brasileiros) e estão inseridos em um subgrupo da comunidade ao qual se deve destinar a mesma atenção que aos demais. Algumas reflexões surgem sobre o tema, quando se pensa apenas se tratar de um cumprimento da Lei por parte das empresas ou uma estratégia de polimento da imagem empresarial. Mas também é possível imaginar, ainda, que é uma ação verdadeiramente social, livre de qualquer interesse.

Problema de Pesquisa

Mediante da discussão apresentada anteriormente, o trabalho teve como problema de pesquisa, a seguinte pergunta: Em que medida a inclusão de portadores de deficiência pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, regional Minas Gerais - SENAC/MG pode ser vista como estratégia de comunicação empresarial?

Naturalmente, questões secundárias foram abordadas, como a divulgação das ações sociais do SENAC/MG e a importância que elas têm para a instituição.

Hipótese

Considerou-se a seguinte hipótese para o problema de pesquisa:

- O SENAC/MG posiciona-se como uma empresa cidadã e utiliza ações de inclusão de portadores de deficiência como estratégia de comunicação empresarial com intuito de ajudar a promover sua imagem institucional e adquirir mais credibilidade junto ao seu público de interesse.

Objetivo

Avaliar em que medida a Inclusão de portadores de deficiência pode ser considerada uma ação estratégica de comunicação institucional, por meio de um estudo de caso do SENAC/MG, localizado em Belo Horizonte. Dentro do contexto em que se insere o objetivo geral, foram considerados os seguintes objetivos específicos: pesquisar há quanto tempo o SENAC/MG adota essa ação; verificar os meios de divulgação existentes junto aos públicos-alvo para essa ação; analisar a comunicação interpessoal existente entre os portadores de deficiência e demais funcionários da empresa; avaliar como a responsabilidade social tem sido trabalhada pela organização; mapear quantas e quais são as atividades praticadas pelos portadores de deficiência na empresa; conhecer as leis, decretos e atos legais que tratam da inclusão desse profissional nas empresas bem como as entidades responsáveis pela questão; avaliar os possíveis retornos que a empresa poderá obter adotando esse tipo de ação; identificar o papel assumido pelo profissional de Relações Públicas na mobilização social; verificar como a comunicação pode auxiliar no processo de construção e reforço da imagem institucional da empresa.

Fundamentação Teórica

Considerando-se a hipótese levantada, foi preciso entender alguns conceitos que, a partir da delimitação do problema de pesquisa, circunscreveram três principais áreas temáticas, objetos de investigação para fundamentação teórica do presente trabalho. São elas:

- Comunicação Organizacional;
- Responsabilidade Social Corporativa;
- A inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho.

No Brasil, segundo Bueno (2003), a comunicação empresarial existe como conceito há 25 anos e, no decorrer dos tempos, evoluiu mediante acontecimentos políticos e socioculturais. O que antes era um conjunto de atividades fragmentadas e desenvolvidas isoladamente por departamentos e profissionais sem qualquer vinculação, tornou-se um processo integrado que orienta o relacionamento da empresa ou entidade com seus públicos de interesse. É, então, uma área propícia de atuação para profissionais de comunicação. Esse novo perfil acarretou mudanças no comportamento das organizações, que se voltaram para conceitos relacionados à ética, transparência, missão, valores e profissionalismo como exercício da prática da cidadania. Tal importância ganhou reforço com o surgimento da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial - Aberje em 1967, que propiciou a inserção desse profissional no

contexto da comunicação organizacional. A associação vem contemplando, através da criação do prêmio Aberje, trabalhos de empresas que se destacam por exercerem as melhores práticas de comunicação empresarial.

Kunsch (1997), acredita que a complexidade existente no mundo contemporâneo globalizado, decorrente de uma competição cada vez mais acirrada no ambiente empresarial, tem acarretado o surgimento de organizações preocupadas em atender às necessidades sociais e mercadológicas. Nesse contexto, a autora propõe o uso do termo comunicação organizacional ao invés de comunicação empresarial, mesmo sabendo que ambos são terminologias usadas indistintamente em várias localidades, por apresentar maior amplitude, pois além de abranger todo o espectro das atividades de comunicação por ser uma pela junção entre: comunicação administrativa, comunicação institucional, comunicação interna e comunicação mercadológica, pode ser aplicado a todo e qualquer tipo de organização, não somente o que denominamos de empresa. A autora ressalta, ainda, que, no contexto organizacional, o profissional de Relações Públicas é o principal responsável pela construção e formação da identidade corporativa de uma organização, enfatizando os atributos a ela relacionados (missão, valores, filosofia e políticas).

As mudanças ocasionadas pelas transformações contemporâneas também trouxeram reflexos nas relações de trabalho e na comunicação com os atores internos. Surge, então, nas organizações, a comunicação interna, que pode ser definida como uma ferramenta estratégica criada para compatibilizar os interesses dos empregados e da empresa, através do uso do diálogo, da troca de informações, de experiências e da participação em todos os níveis.

Neves (1998), considera a comunicação interna como um importante braço da comunicação integrada. Assim como marketing e comunicação de marketing devem funcionar juntos no processo de comunicação, Recursos Humanos e Comunicação interna devem proceder da mesma maneira. O autor define como sendo papel do RH definir as estratégias, os objetivos e as mensagens centrais. Já o da Comunicação Interna é o de levar ao conhecimento do público interno essas mensagens, garantindo sua integridade até que chegue ao seu destinatário, visando a objetivos para com a empresa como motivação dos recursos humanos e auxílio na construção de um comportamento profissional necessário às características do negócio, além de conhecer a opinião, sentimentos e aspirações e também informar os recursos humanos. Estabelecer uma comunicação estratégica de acordo com Kunsch (2003) é uma maneira de tornar a comunicação organizacional a mais eficiente possível, isto é, excelente. Significa estabelecer metas e objetivos para a prática das decisões na área de comunicação, ou seja, definir o que se quer transmitir (mensagem), qual o canal ou meio (veículo) mais adequado,

qual o público (receptor) alvo, quando e onde e onde ela deve acontecer, considerando as ameaças e oportunidades do ambiente organizacional. As definições oriundas desse planejamento impactam diretamente na organização de processos e na base de responsabilidades assumidos pela empresa, além de ser considerada fator de sucesso empresarial.

No que tange a responsabilidade, mais do que um modismo, a responsabilidade social hoje é um assunto necessário, que deve ser obrigatório na agenda empresarial. Segundo Melo Neto (1999), a responsabilidade social pode ser compreendida como conjunto de ações voltadas para o social, objetivando minimizar a desigualdade social e contribuir para uma sociedade mais justa e ambientalmente sustentável.

De acordo com Gil (2001), a responsabilidade social faz parte da agenda das empresas que desejam sobreviver ao atual mundo capitalista e, apesar de algumas admitirem que o seu uso esteja voltado exclusivamente para os interesses lucrativos da organização, enfatiza-se, no entanto, que esse tipo de ação está voltado também para os valores éticos. Tais valores incluem o respeito aos funcionários, preservação do meio ambiente e comprometimento com a comunidade. Oded Grajew, Diretor-Presidente do Instituto Ethos, considera necessário uma relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona. Isso ocorre segundo ele, pela determinação de metas condizentes com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando o meio ambiente e a cultura, visando gerações futuras, respeitando as diversidades e contribuindo para a redução das desigualdades sociais.

Ser considerada empresa cidadã significa ter visibilidade e boa aceitação aos olhos de públicos distintos, oportunidade de agregar valor ao nome e transferir credibilidade nos produtos e/ou serviços oferecidos, seja qual for a ação praticada. No Brasil, cresce o investimento em projetos e programas sociais praticados por empresas nacionais e multinacionais. Algumas criam seus próprios institutos e neles implementam suas ações sociais, enquanto outras investem em patrocínios e apoios a projetos comunitários, podendo ter o apoio do governo, ONGs, empresas privadas e sociedade em geral.

É importante ressaltar que todas as ações praticadas, principalmente pelas empresas, devem estar coerentes com sua conduta, pois dificilmente conseguirão manter uma imagem que não tem sustentação, calcada apenas em aspectos externos. Sem ética nos negócios não pode haver responsabilidade social. Para Pinheiro e Gullo (2005), uma empresa é considerada ética e socialmente responsável quando possui a capacidade de ouvir os interesses de diferentes partes - acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, clientes, comunidade, governo e meio ambiente - e consegue incorporá-los no planejamento

de suas atividades, buscando atender e satisfazer às demandas de todos, promovendo sempre a excelência no seu atendimento. Esse tipo de atitude tem sido um diferencial perante os diversos públicos e, conseqüentemente, contribui para o sucesso institucional.

Dentre ações consideradas socialmente responsáveis, tem-se a inclusão de deficientes no mercado de trabalho, uma prática cada vez mais adotada pelas organizações. A criação de leis, que obrigam esse tipo de atitude, serviu para reforçar e contribuir para a inclusão dessas pessoas, consideradas excluídas socialmente. Inclusão, deficiência e leis são temas presentes nesta unidade.

O termo deficiência, segundo decreto 3.298 de 20 de dezembro de 1999, que dispõe sobre a Política Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, refere-se a toda e qualquer perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica, que incapacita a pessoa a desempenhar atividade, dentro de um padrão considerado normal para o ser humano. A deficiência implica prejuízos na locomoção, na coordenação de movimento, na fala, na compreensão de informações, na orientação espacial ou na percepção e contato com outras pessoas.

Sassaki (2003), afirma que, no decorrer dos anos, várias foram as denominações utilizadas para se referir às pessoas que apresentavam alguma limitação física, mental ou sensorial, dentre as quais citamos, por exemplo, expressões como “inválidos”, “incapazes”, “excepcionais” e “pessoas deficientes”, até que, por influência do Movimento Internacional de Pessoas com Deficiência, a Constituição de 1988 incorporou o termo pessoas portadoras de deficiência (PPD), o qual é aplicado na legislação ordinária. Apesar disso, adota-se também o termo “pessoa com necessidades especiais” ou “pessoa especial”. Este é um gênero que contém pessoas com deficiência, mas que também acolhe os idosos, as gestantes e qualquer outra situação que implica em tratamento diferenciado. Para o estudo deste artigo iremos considerar o termo “portador de deficiência”, conforme Sassaki (2003).

Apesar de ser um assunto que vem ganhado destaque atualmente, o portador de deficiência já existe desde nossos primórdios e, diferentemente do dias atuais, já teve um significado positivo. Márcio Tavares D’ Amaral, no livro intitulado Sem Limite: a inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho faz uma retrospectiva cronológica a respeito do assunto. Segundo ele, na Idade Média, o deficiente era considerado diferente, pois a marca que ele portava era vista como um sinal de Deus. Pode-se considerar que muitos portadores de deficiência, durante a inquisição, também foram queimados por serem considerados endemoniados. Na cultura atual, os portadores de deficiência assumiriam papéis diferentes e, segundo Márcio Tavares D’ Amaral, não seriam mais considerados sagrados ou divinos, mas

peças que sofrem com a exclusão e com a marginalidade do preconceito, peças pertencentes à camada da população dos considerados excluídos socialmente.

Em resposta aos problemas sociais da atualidade surge um novo movimento, denominado de inclusão, conseqüência de uma visão social de um mundo democrático, onde devem ser respeitados os direitos e deveres das peças, não importando o sexo, idade, origens étnicas, opção sexual ou deficiências. De acordo com Werneck (1997), na sociedade inclusiva não somos bonzinhos, somos cidadãos responsáveis e preocupados com a qualidade de vida de nosso semelhante, indiferente ao que ele seja ou pareça ser. Trata-se de um compromisso a ser assumido por cada um de nós. Segundo ela, o termo ainda é recente no Brasil, tendo sido incorporado às reflexões e aos objetivos profissionais que tratam a questão da deficiência a partir de 1999, e tem por objetivo, oferecer iguais oportunidades a cada pessoa, sem exceção, respeitando-a em sua dignidade. Quando se fala em inclusão, fala-se em ética, um assunto a ser tratado em todo e qualquer ambiente, desde uma sala de aula, até os encontros mais informais

As iniciativas de inclusão dos portadores de deficiência no mercado de trabalho surgiram como forma de mostrar que as deficiências não comprometem, tampouco impedem a produtividade desses profissionais. A inclusão dos portadores de deficiência no mercado de trabalho é garantida pela Lei Federal nº 8.213 de 24 de julho de 1991, que proíbe qualquer ato discriminatório a respeito do salário ou da admissão em emprego dessas peças. A partir dessa Lei, as empresas possibilitaram novas oportunidades aos deficientes. Algumas cláusulas e punições, previstas na Lei, merecem ser destacadas:

- A empresa com 100 (cem) ou mais empregados é obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou peças portadoras de deficiência, habilitadas. O percentual aplicado é sempre de acordo com o número total de empregados das empresas, distribuídos da seguinte forma:

- I. Até 200 empregados – 2%
- II. de 201 a 500 empregados – 3%
- III. de 501 a 1000 empregados – 4%
- IV. de 1001 empregados em diante – 5%

A política de inclusão de portadores de deficiência pelas organizações como recursos humanos, pode ser entendida e desdobrada como mote para ações de divulgação da organização. Tal uso, enquanto estratégia de comunicação para construção e gestão de imagem institucional, dentro do conceito de Responsabilidade Social Empresarial, é objeto de estudo deste trabalho.

Objeto e corpus empírico

Foi escolhida a instituição Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC, onde realizou-se um estudo de caso, considerando o Centro de Formação Profissional, Central de Informações e Matrículas e a Sede Administrativa da regional SENAC/MG, em Belo Horizonte, localizados à Rua Tupinambás, 1038, 1062 e 1086. A escolha dessas unidades se deveu ao fato de nelas concentrarem funcionários portadores de deficiência e também pela razão de a maioria dos cursos constarem neste local, o que nos possibilitou a realização da entrevistas com esses funcionários e com gestores da organização. A questão da temporalidade para cumprimento deste projeto também foi um fator considerado.

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de Minas Gerais - SENAC/MG é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, criada pelo Decreto Lei nº 8621 de 10 de janeiro de 1946 e sustentada pela relevância de suas atividades. A empresa atua há mais de 60 anos no Distrito Federal e em todos os estados, em quase 2.500 municípios e já formou mais de 40 milhões de pessoas para o mercado de trabalho, em todo o Brasil.

Sua missão é promover a educação profissional, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade. Seu objetivo é garantir o direito ao trabalho de qualidade e contribuir para a construção da cidadania. O SENAC/MG oferece aos seus clientes mais de 400 cursos em áreas como: Comércio, Comunicação, Imagem Pessoal, Informática, Saúde, Lazer e Desenvolvimento Social, Meio Ambiente, além dos cursos Técnicos, de Graduação e Pós-Graduação Lato Sensu e cursos EAD (Educação à Distância). Com uma vasta variedade de produtos e serviços, o SENAC busca responder às necessidades do desenvolvimento da gestão empresarial, da formação e qualificação de profissionais.

Além de ser considerada referência nacional em educação profissional, a entidade, consciente da responsabilidade social, do dever de contribuir para a inclusão de segmentos socialmente excluídos e para a melhoria de padrões éticos, também realiza Programas de Ações Sociais. Internamente, com práticas de uma organização socialmente responsável, e externamente, na prestação de serviços a populações carentes e outras organizações para que estas realizem ações socialmente responsáveis. Citamos alguns desses serviços: Aprendizagem Comercial; o CEPLAD; o SENAC; Adoção da praça sem; Programa de Alimentos Seguros – PAS; Entre outros.

No que tange a inclusão de portadores de deficiência, a entidade, ao longo de seus 60 anos vem desenvolvendo projetos de forma não sistematizada, em parcerias com órgãos públicos como as prefeituras, subsecretarias regionais do trabalho, e outras organizações não-governamentais. Destacamos os seguintes projetos:

- “Sem Limite” (SENAC/RJ, 2000) – projeto que serviu de fonte inspiradora para o tema deste trabalho, tem como foco principal a inclusão social de pessoas portadoras de deficiência no mercado de trabalho, tendo como premissa o desenvolvimento profissional contínuo e dos talentos pessoais, objetivando a promoção dessas pessoas no mercado de trabalho e a difusão dessa perspectiva de ação de responsabilidade social na própria instituição. O programa foi implementado em 2000, pelo SENAC RIO, e atua por meio de consultoria, realizando workshops e visitas técnicas.
- Programa Deficiência & Competência (SENAC, 2002) – criado em nível nacional, com o propósito de definir ações adequadas e sistemáticas, na esfera de atuação do SENAC. Os objetivos gerais desse programa consistem em ampliar o acesso e a inclusão das pessoas com deficiência nas ações educacionais do SENAC, com fundamento no princípio do direito ao exercício pleno da cidadania; e apoiar a inserção dessas pessoas no mercado de trabalho.

Metodologia

Para realização deste trabalho, o levantamento de dados e a obtenção das informações ocorreram com o público interno (funcionários portadores de deficiência do SENAC/MG e gestores das áreas de Recursos Humanos, Administrativa, Marketing e Comunicação do SENAC/MG); e o público externo (usuários e ex-usuários dos produtos e/ou serviços do SENAC/MG).

Foi utilizado o modelo de pesquisa exploratória com levantamento de dados primários e secundários envolvendo pesquisas bibliográficas, documental, entrevista e observação. Outro modelo utilizado foi a pesquisa conclusiva do tipo descritiva.

Análise da pesquisa realizada com funcionários portadores de deficiência

Foram realizadas pesquisas exploratórias com cinco funcionários portadores de deficiência, por meio de entrevistas no SENAC/MG, na unidade do Centro de Formação Profissional de Belo Horizonte - CFP/BH, sendo desse total, dois do sexo feminino e três do sexo masculino, com idade variando entre 28 e 35 anos. Foi constatado que a maioria possui o ensino médio completo, sendo que dois são graduandos, um cursando Administração e outro com matrícula trancada em Publicidade.

O cargo ocupado pela maioria corresponde ao de auxiliar administrativo, sendo que um entrou na empresa como auxiliar e, hoje, o cargo de assistente administrativo. As funções exercidas são de atendimento ao público, serviços administrativos internos, lançamento de notas fiscais,

requisição, apoio e suporte ao setor, e de auditor, como função à parte. Quanto ao tempo de empresa apresentado pela maioria, remete a quatro anos já completos.

Todos os entrevistados possuem deficiência de origem congênita, sendo que dois apresentam deficiência auditiva, que compromete a fala. Um dos funcionários apresenta deficiência visual, com perda total da visão esquerda, possuindo visão direita parcial agravada com problemas de catarata, astigmatismo, hipermetropia e ceratocone (cone da córnea – as imagens são vistas como se fossem através de um cone); dois funcionários apresentam deficiência física, um com atrofiamento do membro inferior direito (perna) e outro com monoplegia no braço direito (o braço apresenta tamanho menor).

Quando perguntados sobre a obtenção de informações a respeito da vaga no Senac/MG, a maioria foi unânime em afirmar que ficou sabendo por indicação de algum conhecido e, em um dos casos, o funcionário havia feito curso e, posteriormente, a inscrição no Banco de Oportunidades da instituição. Todos já haviam trabalhado em outras empresas, exercendo funções diversificadas como efetivos ou estagiários nas áreas administrativas e de saúde.

A respeito da contratação deles pelo SENAC/MG, três dos funcionários admitiram terem sido contratados pela competência, mas o fato de serem portadores de deficiência foi um facilitador; um funcionário afirmou ter sido contratado fundamentalmente por ser portador de deficiência, sendo a competência um fator secundário; e apenas um afirmou ter sido contrato independentemente do fato ser portador de deficiência. Mas afora as justificativas para a contratação, todos sentem que a organização respeita e valoriza o trabalho por eles prestado. No que tange ao salário, a maioria afirmou não haver desigualdade salarial em relação a outras pessoas que trabalham no mesmo cargo e um dos funcionários afirmou não ter conhecimento de valores dos salários de outras pessoas.

De maneira geral, a maioria afirmou já ter participado de cursos de capacitação oferecidos pela instituição, não exclusivamente em turmas formadas por alunos que portam deficiência, mas cursos diversos, sendo que apenas um dos funcionários mencionou não ter participado de nenhum curso. Foi mencionada por dois funcionários a existência de palestras envolvendo profissionais do SENAC/MG e mesmo convidados externos para ministrarem palestras sobre assuntos relacionados aos portadores de deficiência, com participação não somente dessas pessoas, mas aberta aos demais funcionários interessados. No entanto, dois funcionários alegaram não haver reuniões no setor, palestras e também a falta de um intérprete libras no SENAC/MG e de pessoas (funcionários) que conheçam essa linguagem. Apenas um funcionário não opinou a respeito.

A maioria ponderou como sendo bom o relacionamento existente com os demais funcionários do setor no qual estão envolvidos, sendo que dois entrevistados consideraram ótimo. Mas todos concordaram que há sinergia, espírito de equipe, companheirismo e compartilhamento do conhecimento de forma a proporcionar ajuda mútua para o exercício das funções, e sentem-se verdadeiramente integrados ao ambiente de trabalho. Na opinião de um dos entrevistados, essas características são incomparáveis a outros lugares onde já trabalhou.

Em relação às condições de trabalho existentes, com exceção de um funcionário que considerou como “boa”, os demais julgaram ser “ótima”. Todos, porém, consideraram o local de trabalho compatível com as suas limitações. Foram unânimes, também, em afirmar que enxergam possibilidade de crescimento na empresa.

Quando questionados se já haviam sofrido algum constrangimento e/ou discriminação no local de trabalho, a resposta foi negativa, na sua maioria, sendo que um dos funcionários que respondeu o questionário manualmente chegou a sinalizar como sendo afirmativo, optando no final como negativo, sem mais explicações que justificassem a mudança.

Perguntamos se os funcionários tinham conhecimento dos direitos por eles adquiridos na constituição e a resposta foi positiva, apesar de terem ponderado que não conhecem todos, e sim alguns. Quanto à inclusão de portadores de deficiência no quadro funcional feita pelo SENAC/MG, três funcionários consideraram como sendo um compromisso socialmente responsável, que faz parte da cultura da empresa, um funcionário mencionou tratar-se de apenas um cumprimento legal e outro considerou como sendo uma oportunidade. No que se refere aos programas sociais do SENAC/MG, todos confirmaram ter conhecimento. Por fim, quando questionados a respeito da maior dificuldade encontrada pelo portador de deficiência, ao tentar se inserir no mercado de trabalho, foi mencionada a falta de oportunidade por parte de algumas empresas, o que não possibilita ao profissional adquirir experiência, sendo esse um quesito exigido quando se procura emprego. Dois funcionários citaram que empresas, inclusive o SENAC/MG, não dispõem de um intérprete ou pessoas que conheçam libras, alegaram também a falta de palestras, reuniões, treinamento, aspectos considerados importantes, quando já inseridos no ambiente de trabalho. Um entrevistado alegou a falta de preparo de funcionários no trato com pessoas que portam deficiência o que, segundo ele, poderia estar relacionado às despesas que a empresa poderia ter para adaptar o local e treinar pessoas para lidar com tal situação, argumentando que é necessário tentar, ou seja, fazer cada qual sua parte. O entrevistado finaliza, comentando experiências pelas quais já passou, desafiando seus próprios limites, e de pessoas que o desencorajaram ao longo da vida social e profissional. Seguindo essa mesma concepção, outro funcionário comenta que a dificuldade

existe, mas o esforço vem da própria pessoa; se a opção for se sentir sempre como o coitado, o incapaz, assim as pessoas e o mundo o verão.

Considerações sobre as pesquisas com usuários e ex-usuários dos produtos e serviços do SENAC/MG

Para o levantamento de dados referente aos usuários e ex-usuários de serviços oferecidos pelo SENAC/MG, foram realizadas pesquisas com trezentos e quarenta pessoas que foram escolhidos através de amostragem auto-gerada. Através da técnica de questionário estruturado, contendo perguntas fechadas claras e objetivas, as pessoas foram abordadas pessoalmente, por telefone ou e-mail. Foi constatado que a maioria já havia sido cliente do SENAC/MG e soube dos produtos e serviços através de indicação. Pouco mais da metade dos entrevistados, disseram não ter confundido o nome SENAC com o de outras entidades que apresentam nomes semelhantes ou localidades próximas, que prestam serviços ou disponibilizam produtos parecidos com o da entidade. Curso é a primeira palavra que remete à instituição na mente de grande parte das pessoas. Uma outra palavra citada foi oportunidade. Muitos usuários ou ex-usuários utilizam ou já utilizaram o telefone (0800 e outros) como meio de obter informações de produtos e/ou serviços do SENAC/MG.

Selecionamos alguns itens que foram pontuados pelos entrevistados. A maioria considera como boa a prática de divulgação utilizada pela entidade, assim como as instalações internas. A qualidade dos produtos e serviços também foi considerada boa, juntamente com o atendimento prestado pelos funcionários. Quanto à localização, um grande número de pessoas considerou como sendo boa. Os preços praticados pelo SENAC/MG foram considerados pela maioria como bons, seguido de um número significativo de pessoas que considerou regular.

Em relação aos projetos sociais desenvolvidos pela instituição, a maioria alegou não conhecer, embora um número bem significativo afirmou ter conhecimento de um desses projetos, o Menor Aprendiz. A inclusão de portadores de deficiência no aspecto profissional ou social foi citado em percentagem considerada irrelevante e, nesse contexto, muitos, conseqüentemente, afirmaram não conhecer nenhuma atividade desempenhada pelo SENAC/MG voltada para essas pessoas.

Questionamos aos entrevistados se eles consideram que o SENAC/MG tem preocupação com questões sociais e/ou com a melhoria da sociedade e a maioria respondeu afirmativamente. Se comparado ao desconhecimento de grande parte das pessoas em relação aos projetos sociais, pode parecer, num primeiro momento, contraditório, mas ao serem indagados em relação a esse aspecto, relataram que essa preocupação está relacionada ao nome ou marca da empresa,

considerado forte e com objetivo proposto de educar e qualificar pessoas. Certamente indicariam a outras pessoas os produtos e/ou serviços por ela oferecidos.

Por fim a nota 8 foi atribuída pela maioria ao SENAC/MG, com as demais pontuações se diferenciando com pequenas alterações.

Análise da Pesquisa exploratória junto a gestores do SENAC/MG

Durante o processo de pesquisa, foi realizada entrevistas com o público interno junto aos gestores. Todos souberam definir a missão da empresa, que foi descrita formalmente e informalmente, como também confirmaram estar ela coerente com os negócios da empresa, com ressalvas de melhorias para melhor acompanhar as exigências do mercado.

A responsabilidade social definida por duas das gestoras, teve como referência o conceito adotado pelo Instituto Ethos, que preza a existência de uma relação ética e transparente da empresa com os públicos com os quais ela se relaciona. Todos têm conhecimento dos programas sociais desenvolvidos pela empresa, sendo que a maioria participou e participa dos projetos desenvolvidos pela instituição. Essa participação é compartilhada com os demais setores, gerando troca de idéias que são trabalhadas para esse fim.

Quanto à inclusão de portadores de deficiência no quadro funcional da empresa, reconhecem que a obrigatoriedade existe, mas é uma ação trabalhada com foco a torná-la mais do que uma exigência legal, a existência da estratégia mercadológica é citada como forma de despertar o interesse de outras pessoas e, mesmo, empresas para tal assunto. Todos os gestores consideraram que esse tipo de ação contribui para a construção da imagem institucional da empresa.

A maioria confirmou não haver pessoas no setor onde atuam que portam deficiência, mas a maioria compartilhou de experiência com funcionários que já trabalharam e, mesmo, que trabalham em outras áreas atualmente. No aspecto geral, o relacionamento interpessoal deles com os demais funcionários foi considerado normal, mas há ressalvas por parte de algumas opiniões de que se pode melhorar o tratamento de forma a haver mais compreensão, paciência, respeito e tolerância.

Em relação a existir programas de capacitação social e profissional para essas pessoas, foi respondido, em maior número, que é uma das pretensões da empresa e que, hoje, isso ocorre em parceria com outras instituições, mas que os cursos ocorrem normalmente e não impedem a participação dos portadores de deficiência, sendo cada caso analisado antes da efetivação da matrícula. Foi ressaltado pelo gestor de RH haver realização de palestras e cursos voltados para assuntos dessa importância dos quais os funcionários participam, indistintamente

Quanto às instalações e serviços estarem adaptados às dificuldades encontradas pelo portador, há divergências, pois uma das gestoras assume que está condizente, sendo que a maioria confirma que há planejamento para se melhorar, estando o processo em andamento, não somente em Belo Horizonte, como nas demais unidades do SENAC/MG.

A divulgação, por parte do SENAC/MG, foi considerada pela maioria como uma prática de informar à sociedade os resultados obtidos e suas ações. Em umas das entrevistas, relatou-se que, quando se faz referência ao negócio da empresa, essa divulgação torna-se mais delicada devendo ser trabalhada com esmero, a fim de não comprometer o seu verdadeiro intuito, que é educar. A instituição foi reconhecida por todos os gestores como uma empresa cidadã.

Todos também concordaram que a entidade tem conseguido atender às expectativas de seus clientes, fornecedores, investidores, parceiros e comunidade em geral, mas é um processo trabalhado constantemente, visando à melhoria. De forma geral, também foi confirmado que o SENAC/MG consegue refletir para seus públicos os conceitos por ele empregados, mas na visão de um dos gestores, esse é um aspecto a melhorar.

Quanto às ferramentas de comunicação utilizadas pela entidade, internamente foram aceitas pela maioria como satisfatórias, sendo que externamente há ressalvas, não só no aspecto de se satisfazer integralmente a todos os públicos, o que na visão de um dos gestores foi considerado um assunto complicado, ainda mais por se tratar de diversos públicos. Em outra opinião, há restrições em relação ao site. Um dos gestores considerou eficazes todas as ferramentas utilizadas.

Quando perguntado sobre quais estratégias poderiam ser consideradas eficazes, cada gestor respondeu focando na sua área de atuação, alegando sua importância, não somente em desenvolver ações que beneficiem a própria empresa, mas também em trazer resultados positivos tanto para o público interno como para o externo. Por fim, foi constatado que o profissional de Relações Públicas está presente na maioria dos setores entrevistados.

Conclusão

O presente trabalho foi desenvolvido em função do seguinte problema de pesquisa: “Em que medida a inclusão de portadores de deficiência pelo SENAC/MG pode ser considerada uma estratégia de comunicação ou de marketing?”. A hipótese de trabalho foi que: “o SENAC/MG posiciona-se como uma empresa cidadã e utiliza ações como a inclusão de portadores de deficiência em sua unidade localizada em Belo Horizonte, como estratégia de comunicação empresarial, que ajuda a promover a sua imagem institucional e adquirir mais credibilidade junto ao seu público de interesse”.

A partir do levantamento de informações realizado na pesquisa exploratória com análise de dados secundários, documental, detectou-se que a prática de inclusão dessas pessoas no quadro funcional da empresa em questão é de uma obrigatoriedade legal, uma vez que a Lei Federal nº 8.213 Art. 93, que obriga as empresas com 100 (cem) ou mais empregados a preencherem de 2% a 5% dos seus cargos com portadores de deficiência, vigora desde 24 de julho de 1991. Tal informação, confrontada com as que foram levantadas em entrevistas em profundidade com os funcionários portadores de deficiência e gestores das áreas de Administração, Comunicação, Marketing e Recursos Humanos, apontou que o SENAC/MG adota a ação de inclusão destes funcionários desde 2003. Foi uma manifestação registrada pela maioria dos entrevistados ao serem questionados sobre esse aspecto, conforme verificou-se em entrevista cedida pelo gestor de RH, responsável pela contratação desses funcionários, quando confirmou esse mesmo período. Portanto, não é uma ação que sempre existiu na sua cultura institucional, tendo sido manifestada após o período de obrigatoriedade legal.

Constatou-se, também, que há pouca divulgação das ações sociais, a verificar pela dificuldade em encontrar materiais que explicitem tais informações. Isso se confirmou nas pesquisas realizadas, em que se comprovou que 48% dos entrevistados não têm conhecimento de nenhum projeto social da empresa e 93% não tem nenhum conhecimento de atividades voltadas para pessoas portadoras de deficiência, o que evidenciou a não vinculação do público com tal imagem. Consequentemente invalidou a idéia de que a prática de inclusão de portadores de deficiência seja considerada uma estratégia de comunicação empresarial que visa promover a imagem institucional do SENAC/MG, apesar de haver intenção, segundo entrevista com gestor administrativo, onde este relatou que a empresa está passando por modificação, visando a tornar essas ações mais acessíveis aos seus públicos, exemplificando o seu site como um dos meios para isso.

Concluiu-se, então, que a inclusão de portadores de deficiência é um cumprimento de determinação legais (como já citado), realizado de forma consistente, pois existe uma preocupação com a integração de tais profissionais ao ambiente corporativo, a verificar pela existência dos projetos mencionados: “Sem Limite” e “Deficiência e Competência”. Mas não há indícios de que tal fato seja utilizado como estratégia, ou elemento que faça parte de uma estratégia de comunicação institucional para criação de uma imagem de empresa socialmente responsável. Reconheceu-se, por fim, que este projeto fomentou a discussão e constituiu uma parte de toda a luta já existente e do caminho a ser percorrido.

Referências Bibliográficas

ABERJE. **Comunicação empresarial: estratégia de organizações vencedoras**. Volume 2 / organizador Paulo Nassar. São Paulo: 2006.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.

DEFICIENTE ON LINE. Disponível em: <<http://www.deficiente.com.br/Noticia-1375.html>>. Acesso em: 8 de set. de 2007. SENAC MG. Disponível em: <<http://www.mg.senac.br/v2005/sobreosenac/default.htm>>. Acesso em: 25 jul. 2007. SENAC. Disponível em: <<http://www.senac.com.br/conheca/deficiencia.html>>. Acesso em: 6 de set. de 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoal: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 10 set. 2007.

KUNSCH, Margarida Maria krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MELO NETO, Francisco de Paulo de; César Froes. **Responsabilidade Social cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

NEVES, Roberto de Castro. **Imagem empresarial: como as organizações (e as pessoas) podem proteger e tirar partido do seu maior patrimônio**. 3 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

PINHEIRO, Duda; GULLO, José. **Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e negócios da empresa**. São Paulo: Atlas, 2005.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. 5. ed. Rio de Janeiro: WVA, 2003.

SENAC. DN. **Deficiência e competência: programa de inclusão de pessoas portadoras de deficiência nas ações educacionais do Senac**. Rio de Janeiro: Senac. 2002.

SENAC. RIO. **Sem limite: inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho / IBDD [Coord.]** – Rio de Janeiro: Senac. 2002. 144 p.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL, Departamento Nacional. **Deficiência e competência: programa de inclusão de pessoas portadoras de deficiência nas ações educacionais do SENAC**. Rio de Janeiro: SENAC, 2002.

WERNECK, Claudia. **Ninguém mais vai ser bonzinho, na sociedade inclusiva**. Rio de Janeiro: WVA, 1997.