
A Comunicação Organizacional Integrada como elemento essencial para a inclusão das pessoas com deficiência na cultura corporativa¹

Daniela Priscila de Oliveira VERONEZI²
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este artigo propõe uma reflexão sobre a contribuição da comunicação organizacional integrada para a inclusão das pessoas com deficiência na cultura corporativa. Para tanto, apresenta as conquistas desses sujeitos, nas últimas décadas, com destaque para a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, aprovada pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2006, e que resultou, no Brasil, na instituição do Estatuto da Pessoa com Deficiência, em 2015. Paralelamente, traça-se um panorama da comunicação organizacional no país, com base em renomados autores, como Bueno (2003), Kunsch (2003) e Torquato (2004) e, na sequência, aborda-se a comunicação como elemento essencial para a inclusão desses sujeitos, com vistas ao estabelecimento da cidadania no âmbito corporativo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação organizacional integrada; inclusão, pessoas com deficiência; cultura; cidadania.

INTRODUÇÃO

Dados da Cartilha do Censo 2010 - Pessoas com Deficiência, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2012), apontam que 23,9% da população do país possui, ao menos, um tipo de deficiência, seja física ou intelectual. Além desses dados, o Censo 2010 também mensurou o percentual de brasileiros com deficiência, em grau de severidade maior, resultando em um total de 8,3%. Considerando um parâmetro ou outro, trata-se de um contingente expressivo da população brasileira, que deve ser tratado com dignidade e respeito.

Para que os direitos desses sujeitos, defendidos pela legislação brasileira, tornem-se parte da cultura das instituições é necessária, como salientado pela Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo e materializado pela Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (conhecida

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás - FIC/UFG. E-mail: danielaveronezi@gmail.com.

como Estatuto da Pessoa com Deficiência), a conscientização como estratégia de rompimento das barreiras comunicacionais que dificultam a ação.

Argumenta-se, nessa perspectiva, que a comunicação organizacional integrada, que consiste na convergência das diferentes áreas da comunicação em prol de uma atuação sinérgica, embasada na política global, bem como nos objetivos da instituição, com vistas à eficácia (KUNSCH, 2003), é imprescindível para a inclusão das pessoas com deficiência no âmbito corporativo. Para tanto, faz-se necessário analisar, no campo das reflexões teóricas acerca da comunicação organizacional, as discussões (ou a ausência delas) em relação à inclusão desses sujeitos, em busca de se estabelecer uma concepção que, neste estudo, denomina-se comunicação organizacional inclusiva.

Nesse contexto, Sasaki (2010) apresenta seis dimensões de acessibilidade das pessoas com deficiência no âmbito corporativo, que inclui a comunicacional e a atitudinal como duas delas, sendo as demais a arquitetônica, a metodológica, a instrumental e a programática. Com isso, notam-se diversas nuances para a inclusão, mas as comunicacionais e, por imbricação diretamente correlacionada, as atitudinais, como parte dessas dimensões, devem ser estudadas pela relevância que adquirem como elemento essencial e desencadeador do processo de inclusão desses sujeitos nas organizações, que estão presentes nesse ambiente de modo cada vez mais expressivo.

A comunicação é um elemento que se constitui na intersubjetividade e que se configura como essencial na produção social de sentidos em dado contexto sócio-histórico. Como tal, é capaz de aprofundar ou diluir estereótipos, estigmas e preconceitos. Nessa acepção, a inclusão das pessoas com deficiência deve permear o cerne dos processos comunicacionais, ao compor as fases de pesquisa, planejamento, implantação, controle e avaliação de planos estratégicos, ao imergir no composto da comunicação organizacional integrada que, segundo Kunsch (2003), contempla a administrativa, a interna, a institucional e a mercadológica, bem como ao transpor as barreiras comunicacionais.

Esta pesquisa, que se encontra em fase inicial, é parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, nível Doutorado, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG) e acredita-se que sua validade reside em abarcar a inclusão das pessoas com deficiência na essência dos estudos acerca da comunicação organizacional, com vistas a amplificar concepções ainda adormecidas ou incipientes. Na prática, busca-se aproximar os direitos desses sujeitos,

garantidos na legislação, dos estudos a respeito da comunicação integrada como elemento imprescindível para a constituição da cidadania corporativa.

PANORAMA DA DEFICIÊNCIA NO BRASIL

Para se compreender o panorama da deficiência na história contemporânea do Brasil, faz-se necessário imergir em perspectivas internacionais acerca da conquista de direitos das pessoas com deficiência, uma vez que o país compactua com as diretrizes da Organização das Nações Unidas (ONU) nesse processo. Desse modo, salientam-se os direitos adquiridos por esses sujeitos, em especial a partir da década de 1980, que se destacou pela intensificação dos movimentos sociais em prol dessa significativa parcela da população.

Em 1981, ao reconhecer a responsabilidade dos governos em tratar com igualdade esses sujeitos, a ONU instituiu o Ano Internacional das Pessoas Deficientes, que é considerado de grande importância na abordagem do tema deficiência pelos organismos internacionais. No Brasil, esses êxitos repercutiram no processo de redemocratização do país e foram incorporados à Constituição da República Federativa do Brasil, que passou a vigorar em 1988.

Logo após a entrada em vigência da Constituição Federal, foi promulgada a Lei nº 8.213, em 24 de julho de 1991, que trata dos Planos de Benefícios da Previdência Social, além de outras providências, e estabeleceu a obrigatoriedade de que os profissionais reabilitados ou as pessoas com deficiência preencham de 2% a 5% dos cargos das organizações com cem ou mais empregados, percentual que varia de acordo com o porte da empresa.

O movimento em prol dos direitos desses sujeitos, resultou, em 2006, na Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo da ONU, aprovado com prerrogativa de emenda constitucional pelo Decreto Legislativo nº 186, de 2008, e com sua promulgação efetivada pelo Decreto nº 6.949, de 2009. Destaca-se que a Convenção, como parte da Constituição Federal, em seu artigo 8º, trata especificamente da importância da conscientização como estratégia de rompimento das barreiras comunicacionais que dificultam a ação.

Em decorrência dessa Convenção e de sua incorporação ao ordenamento jurídico brasileiro, foi instituída a Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015, que é o Estatuto da Pessoa

com Deficiência, que entrou em vigor em 2016, 180 dias após a sua publicação oficial. O Estatuto visa assegurar e promover a inclusão social, em igualdade de condições e direitos, com a equiparação de oportunidades, autonomia e acessibilidade a essa significativa parcela da população (BRASIL, 2015).

Salienta-se que esse Estatuto apresenta diversas barreiras que dificultam a inclusão das pessoas com deficiência, entre as quais se encontram as existentes na comunicação e na informação como sendo “qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens e de informações por intermédio de sistemas de comunicação e de tecnologia da informação” (BRASIL, 2015, p. 2). Com base na Convenção da ONU, o Estatuto define comunicação como:

forma de interação dos cidadãos que abrange, entre outras opções, as línguas, inclusive a Língua Brasileira de Sinais (Libras), a visualização de textos, o Braille, o sistema de sinalização ou de comunicação tátil, os caracteres ampliados, os dispositivos multimídia, assim como a linguagem simples, escrita e oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizados e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, incluindo as tecnologias da informação e das comunicações (BRASIL, 2015, p. 2).

Nessa perspectiva, com base nos estereótipos e estigmas sociais enfrentados pelas pessoas com deficiência no transcórre da história, foi necessária, conforme destaca Piovesan (2013), a criação de convenções internacionais para que os países signatários assegurem, promovam e protejam o pleno e igualitário exercício dos direitos humanos e das liberdades fundamentais desses sujeitos. Assim, a autora defende que a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo emerge, na comunidade internacional, como resposta à exclusão e à discriminação das pessoas com deficiência (PIOVESAN, 2013).

Diversos codinomes pejorativos (“defeituosos”, “aleijados”, “inválidos” e “incapazes”) já foram atribuídos a esses sujeitos. No entanto, ao se organizarem em movimentos sociais, motivados por concepções internacionais, passaram a ser designados “pessoas deficientes”, “pessoas portadoras de deficiência”, como aparece no texto da Constituição Federal. A expressão “pessoa com deficiência” ganhou notoriedade com a Convenção da ONU, em 2006, com base no modelo social de deficiência, que considera que grande parte dos problemas enfrentados por essas pessoas está no modo como a

sociedade lida com o tema, ao contrário do que defende o modelo médico, que busca a cura para a deficiência que acomete os sujeitos que a portam (BAMPI et al., 2010).

Dito isso, ressalta-se que com este estudo não se pretende problematizar todas as nuances que envolvem a inclusão das pessoas com deficiência nas instituições, ao delimitar, como objeto de estudo, a comunicação organizacional, bem como as discussões que possam contribuir para o seu enriquecimento. No entanto, defende-se a comunicação integrada como esforço fundamental para a inclusão desses sujeitos no âmbito corporativo.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INCLUSIVA

Para que se possa compreender as nuances da comunicação organizacional³ no Brasil, na contemporaneidade, faz-se necessário, como propõe Torquato (2004), imergir em seu contexto sócio-histórico, que o autor apresenta em três fases, as quais coincidem com a industrialização e o crescimento econômico do país. Nas décadas de 1960 e 1970, a ênfase da comunicação organizacional se encontrava no produto. Na década de 1980, o foco recaiu na preocupação com a imagem institucional. A partir da década de 1990, o autor salienta o caráter estratégico que passou a permear a comunicação organizacional.

Bueno (2003), por sua vez, distingue cinco momentos da trajetória da comunicação empresarial no Brasil, que contempla desde sua constituição à consolidação como insumo estratégico. O primeiro momento, antes da década de 1970, caracterizou-se por uma comunicação fragmentada e desempenhada por profissionais de áreas diversas. O segundo, que compreendeu a década de 1970, é o período em que começou a surgir os primeiros profissionais e literaturas de comunicação, com a contribuição das universidades, resultando em mudanças imprescindíveis rumo à implantação de uma cultura de comunicação nas entidades, ainda que esses estudos iniciais se limitassem em considerar as atividades profissionais da área de maneira isolada.

Seguindo os momentos históricos delineados por Bueno (2003) em relação à comunicação empresarial, o terceiro, que emergiu na década de 1980, estimulou, ainda mais, o desenvolvimento da comunicação organizacional no Brasil, que passou a ser,

³ “‘Comunicação organizacional’, ‘comunicação empresarial’ e ‘comunicação corporativa’ são terminologias usadas indistintamente no Brasil para designar todo o trabalho de comunicação levado a efeito pelas organizações em geral” (KUNSCH, 2003, p. 149).

efetivamente, um campo de trabalho promissor, capaz de despertar o interesse de profissionais de todas as áreas. Na segunda metade dessa década, surgiu o quarto momento, impulsionado pela elaboração da Política de Comunicação Social da empresa Rhodia, que se tornou o primeiro *best-seller* da área e o primeiro caso de sucesso da comunicação empresarial no país. O quinto momento, apresentado pelo autor, referiu-se à década de 1990, na qual o conceito de comunicação corporativa se aprimora e passa a ser estratégico para as organizações.

Ao vislumbrar a comunicação corporativa sob um panorama estratégico, autores como Bueno (2003), Kunsch (2003), Torquato (2004), entre outros, passaram a analisar os novos paradigmas da área, com definições mais precisas de cada segmento que a compõe, sob uma perspectiva integrada. Como já mencionado, ainda que em outros termos, a comunicação integrada consiste no conjunto planejado, articulado e sinérgico das diferentes áreas da comunicação, destinando-se a preservar os valores, a alcançar o objetivo geral da instituição e a cumprir sua missão e visão. Deve nortear todos os processos comunicacionais produzidos na organização, com o intuito de propagar uma mensagem concisa, uniforme e coerente com os princípios corporativos.

Para Kunsch (2003, p. 180), “trata-se de uma visão macro e estratégica, pois as ações táticas de comunicação ficarão a cargo de cada subárea específica”. Segundo a autora, o esforço conjunto dessas subáreas (relações públicas, jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, editoração multimídia, propaganda institucional, marketing, promoção de vendas, merchandising, entre outras especialidades), constitui o composto da comunicação integrada, com vistas a destacar a identidade da organização, a agregar valor à marca - bem como aos seus produtos e serviços - e a consolidar a imagem e a reputação corporativa junto aos públicos de interesse.

Figura 1: Composto da Comunicação Organizacional Integrada



Fonte: Kunsch (2003, p. 151).

Com base nesses conceitos, apresentados pela autora, os profissionais de comunicação, das mais diversas especialidades, unem esforços em prol da maximização da eficiência dos processos e da ampliação dos objetivos e resultados alcançados, que almejam um foco comum, eliminando-se a sobreposição de tarefas. Desse modo, o modelo apresentado por Kunsch (2003) pressupõe a comunicação organizacional integrada como a junção das comunicações administrativa, interna, institucional e mercadológica, explanadas a seguir:

- comunicação administrativa: processa-se no interior das organizações e abarca as funções administrativas, possibilitando orientar, atualizar, ordenar e reordenar o sistema organizacional, por meio da convergência de fluxos (ascendente, descendente, horizontal, transversal e circular) e de redes (formal e informal). O fluxo ascendente refere-se à comunicação enviada dos funcionários para a direção; o descendente pressupõe o caminho inverso, da direção para os funcionários; o

lateral processa-se entre pares e pessoas com hierarquias semelhantes; o transversal, que ocorre em organizações flexíveis e com gestão mais participativa, possibilita a comunicação entre hierarquias diversas; e o circular efetiva-se em corporações informais, conferindo dinamicidade ao trabalho. A rede formal emerge da estrutura organizacional, por meio de veículos institucionalizados, e a informal resulta das interações sociais entre os membros do corpo funcional;

- comunicação interna: refere-se a uma atividade planejada, com objetivos delineados e bem definidos, de modo a estimular o diálogo e a máxima interação entre a organização e os seus funcionários, com vistas à compatibilização de interesses. A comunicação interna, administrada de modo eficiente, contribui para a constituição de cidadãos envolvidos nos assuntos pertinentes ao âmbito organizacional, bem como aos que ocorrem no Brasil e no mundo;

- comunicação institucional: trata-se da construção e do fortalecimento da identidade e da imagem corporativa junto aos públicos de interesse, de forma que haja coesão entre a identidade, ou seja, o que a empresa é, faz e diz - sua personalidade - e a imagem, que condiz com a percepção formada na cabeça dos públicos em relação à organização. A semelhança entre esses dois elementos e a perpetuação da imagem da instituição ao longo do tempo resultam na consecução de uma reputação vigorosa, positiva e coerente com os valores da corporação;

- comunicação mercadológica: direciona-se à divulgação da oferta dos produtos e serviços da organização, buscando conquistar os consumidores e os demais públicos de interesse. Relaciona-se aos sentidos produzidos no âmbito da comunicação persuasiva para alcançar o mercado-alvo.

A comunicação integrada, segundo Kunsch (2003), possibilita o estabelecimento de uma política corporativa em razão de uma maior sinergia entre as estratégias comunicacionais, que resulta em uma linguagem unificada e evita a sobreposição de tarefas. As diversas subáreas atuam de modo conjunto, tendo como perspectiva o cumprimento dos objetivos gerais da organização e, paralelamente, respeitando os objetivos específicos de cada uma. A autora elenca diversos meios de comunicação que são utilizados para que o composto da comunicação organizacional integrada se viabilize. A seguir apresentam-se alguns exemplos de cada categoria abordada por Kunsch (2003):

- meios orais: diálogos, reuniões, conversas telefônicas, rádios;
- meios escritos: boletins, revistas, jornais, panfletos;

-
- meios pictográficos (ilustrações): mapas, pinturas, diagramas;
 - meios escrito-pictográficos (escritos e ilustrações): cartazes, gráficos, vídeos legendados;
 - meios audiovisuais: vídeos (institucionais, promocionais, de treinamento), televisão corporativa;
 - meios telemáticos (telecomunicação e informática): intranets, e-mails, sites;
 - meios presenciais pessoais: teatros nas organizações.

Após apresentar as redes, os fluxos e os veículos que constituem o composto da comunicação organizacional integrada, é importante salientar que os processos comunicacionais são permeados por barreiras que impedem a livre circulação de informações. Kunsch (2003) afirma que há barreiras gerais, como mecânicas ou físicas (barulho), fisiológicas (surdez, gagueira), semânticas (desconexão de repertório entre emissor e receptor) e psicológicas (preconceitos e estereótipos).

A autora também apresenta barreiras referentes especificamente à comunicação organizacional, como as pessoais (personalidade de cada um e seus valores), as administrativas/burocráticas (modo como as organizações atuam e processam suas informações), o excesso de informação (sobrecarga advinda de diferentes segmentos e formas) e as comunicações incompletas e parciais (informações fragmentadas e distorcidas). Também cita outras como a audição seletiva, juízos de valor, credibilidade da fonte, diferenças de *status*, pressão do tempo, entre outras.

É importante que a comunicação organizacional integrada busque transpor essas barreiras para a construção de uma cultura coerente com os princípios e valores institucionais. A cultura e a comunicação constituem um sistema dinâmico de construção no qual a primeira deve ser continuamente compartilhada pelas pessoas envolvidas, de forma a não se cristalizar (BALDISSERA, 2008). Assim, a cultura corporativa configura-se como elemento norteador das organizações, ao passo que é permeada por princípios e valores que perpassam as construções e desconstruções que envolvem suas relações sociais internas e externas.

Na consecução dessas relações, é fundamental que a comunicação seja compreendida como processo no qual as pessoas possam explorar suas potencialidades e se desafiar como sujeitos sociais (MARCHIORI, 2008). Desse modo, a produção e o compartilhamento de sentidos se concretizam por meio dos processos de comunicação, que reconhecem e renovam a cultura organizacional, ou seja, a comunicação forma a

cultura, por meio da construção de significados. Para Baldissera (2000), a cultura corporativa é o conjunto de crenças e valores específicos de uma dada organização, materializada por meio de hábitos, mitos, ritos e tabus, bem como dos estilos de direção, dos comportamentos, das concepções, dos rompimentos e das ressignificações. Nessa acepção, a cultura organizacional representa os aspectos identitários que tornam uma organização singular, diferenciando-a das demais.

A identidade organizacional corresponde à maneira como a empresa busca ser concebida pelos públicos de interesse, ao passo que a imagem abarca a forma como o público a compreende e a nota. Esses dois conceitos devem sempre estar concatenados, para que fluam e se modifiquem de forma harmônica, evitando ruídos entre a concepção e a aparência da instituição. A comunicação organizacional integrada é um elemento preponderante para que mensagens-chave sejam compartilhadas com os públicos de interesse, de maneira transparente e fundamentada no diálogo e na interação, contribuindo para “a construção de uma identidade corporativa forte e sintonizada com as novas exigências e necessidades da sociedade contemporânea” (KUNSCH, 2003, p. 80).

Com isso, a imagem da organização também se fortalece junto aos seus públicos estratégicos e, progressivamente, converte-se em uma reputação corporativa consolidada, fruto da credibilidade e da confiança desses públicos nas políticas institucionais. Dessa maneira, é imprescindível compreender que a comunicação como processo e sua coexistência com a cultura organizacional estimula o desenvolvimento de faces e interfaces que se apresentam com relevância nos espaços corporativos, ao passo que a justaposição entre cultura e comunicação, preconizado pela academia, reverbera nas práticas organizacionais (MARCHIORI, 2008).

No trabalho intelectual sério e crítico não existem “inícios absolutos” e poucas são as continuidades inquebrantadas. [...] O que importa são as rupturas significativas - em que velhas correntes de pensamento são rompidas, velhas constelações deslocadas, e elementos novos e velhos são reagrupados ao redor de uma nova gama de premissas e temas. Mudanças em uma problemática transformam significativamente a natureza das questões propostas, as formas como são propostas e a maneira como podem ser adequadamente respondidas. Tais mudanças de perspectiva refletem não só os resultados do próprio trabalho intelectual, mas também a maneira como os desenvolvimentos e as verdadeiras transformações históricas são apropriados no pensamento e fornecem ao Pensamento, não sua garantia de “correção”, mas suas orientações fundamentais, suas condições de existência. É por causa dessa articulação complexa entre pensamento e realidade histórica, refletida nas categorias sociais do pensamento e na contínua dialética entre “poder” e “conhecimento” que tais rupturas são dignas de registro (HALL, 2003, p. 131).

Com essa reflexão de Hall (2003), conceber a inclusão social das pessoas com deficiência na cultura corporativa a partir das reflexões teóricas acerca da comunicação organizacional integrada propostas por Kunsch (2003) e por outros pesquisadores da área, coaduna com os desafios intelectuais impostos, cotidianamente, aos consagrados estudiosos e, também, aos iniciantes, já que, conforme defende Cucho (1999), as identidades são processos fluidos, que se constroem e se reconstróem constantemente no interior das trocas sociais. Desse modo, defende-se, mais uma vez, a comunicação organizacional inclusiva como elemento fundamental para a mudança cultural no ambiente corporativo.

Trata-se, pois, de uma política cultural definida pela ideia de cidadania cultural, em que a cultura não se reduz ao supérfluo, entretenimento, aos padrões do mercado, à oficialidade doutrinária (que é ideológica), mas se realiza como direito de todos os cidadãos, direito a partir do qual a divisão social das classes ou a luta de classes possa manifestar-se e ser trabalhada porque no exercício do direito à cultura, os cidadãos, como sujeitos sociais e políticos, se diferenciam, entram em conflito, comunicam e trocam suas experiências, recusam formas de cultura, criam outras e movem todo o processo cultural (CHAUÍ, 2008, p. 66).

Assim, para que a inclusão das pessoas com deficiência se torne uma prática social e não apenas uma obrigação legal, é essencial que a comunicação organizacional integrada propicie tal experiência. Pode-se dizer que o preconceito, o estigma e o estereótipo, em grande parte, devem-se à desinformação dos membros organizacionais acerca das potencialidades das pessoas com deficiência. Sabe-se que a deficiência pode abarcar certas limitações, de formas e graus variados, mas, em geral, não impossibilita que esses sujeitos apresentem resultados e alcancem as metas estabelecidas.

É importante destacar que a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, o Estatuto da Pessoa com Deficiência, entre outros, agregam valor e alavancam os processos de inclusão social, de maneira formal, mas que, para se tornarem efetivos, seus direcionamentos devem ser concebidos como diretrizes institucionais. A inclusão deve estar em todas as fases de concepção do plano estratégico da organização (pesquisa, planejamento, implantação, controle e avaliação) e permear os processos comunicacionais de maneira integrada, coesa, estruturada, pautada em uma mensagem única. Para tanto, todas as áreas da comunicação devem buscar, em suas especialidades, a inclusão em seus fluxos, redes e veículos.

Com a comunicação organizacional inclusiva que, neste estudo, foca-se nas pessoas com deficiência, almeja-se, justamente, posicionar a inclusão desses sujeitos na essência das políticas e diretrizes institucionais, ou seja, concebê-la sob uma perspectiva unificada e alinhada ao planejamento estratégico, em lugar de suprimi-la ou reduzi-la a execuções fragmentadas e esporádicas. Destaca-se que mesmo a comunicação integrada, abordada na literatura das últimas décadas, ainda não é uma realidade que abrange as corporações de forma unânime, ao contrário, paulatinamente, estabelece-se no Brasil.

CONSIDERAÇÕES

Em uma sociedade fortemente permeada por preconceitos, estigmas e estereótipos, conquistas podem ser notadas na contemporaneidade, principalmente no campo legal, ao passo que discursos, antes silenciados, neste momento, ao menos passaram a compor a pauta das discussões públicas. Entre as mudanças que têm ganhado visibilidade, encontra-se a defesa dos direitos das pessoas com deficiência.

É importante mencionar, mais uma vez, que este estudo se encontra em estágio inicial e que não busca alcançar totalidades, tampouco limitar a dificuldade de inclusão das pessoas com deficiência às barreiras comunicacionais. No entanto, defende-se que a comunicação é imprescindível para o amadurecimento das organizações acerca de uma temática que embora esteja presente no campo legislativo e nas discussões públicas, na prática, ainda segue relegada ao descaso, ao silenciamento, ao apartamento desses sujeitos do convívio social.

Portanto, agregar ao modelo da comunicação organizacional integrada a inclusão das pessoas com deficiência é um desafio para a continuidade deste estudo, que defende que a comunicação, como elemento determinante da formação cultural, é preponderante no efetivo processo de inclusão desses sujeitos, já que é capaz de transpor barreiras que cristalizam a cultura e de contribuir para a construção de novos processos de identificação das pessoas com deficiência e, por consequência, da edificação da cidadania no âmbito corporativo, ao dirimir preconceitos, estigmas e estereótipos presentes nas instituições e atribuir direitos e deveres a esses públicos compatíveis aos dos demais sujeitos sociais.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, R. **Comunicação organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem.** São Leopoldo: Ed. da Unisinos, 2000. p. 13-39.

_____. Comunicação Organizacional: uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade. In: OLIVEIRA, I.; SOARES, A. T. **Interfaces e tendências da comunicação.** São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 149-177.

BAMPI, L.; GUILHEM, D.; ALVES, E. Modelo Social: uma nova abordagem para o tema deficiência. **Revista Latino-americana de Enfermagem**, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 1-9, jul./ago. 2010.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 5. out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 22 jun. 2019.

_____. Decreto nº 186, de 9 de julho de 2008. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 10 jul. 2008. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/2008/decretolegislativo-186-9-julho-2008-577811-publicacaooriginal-100742-pl.html>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 26 ago. 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm>. Acesso em: 25 jun. 2019.

_____. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 24 jul. 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8213cons.htm>. Acesso em: 26 jun. 2019.

_____. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 6 jul. 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm>. Acesso em: 22 jun. 2019.

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa.** São Paulo: Manole, 2003.

CHAUÍ, M. Cultura e democracia. In: **Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales.** Ano 1, n. 1, jun. Buenos Aires: CLASCO, 2008, p. 53-76.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: Edusc, 1999, p. 175-200.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** SOVIK, L. (Org.). Trad.: Adelaine La Guardiã Resende et al. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília, DF: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

IBGE. **Cartilha do Censo 2010: pessoas com deficiência.** 2012. Disponível em: <<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/cartilha-censo-2010-pessoas-com-deficiencia-reduzido.pdf>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

MARCHIORI, M. Comunicação Organizacional e perspectivas metateóricas: interfaces e possibilidades de diálogo no contexto das organizações. In: OLIVEIRA, I.; SOARES, A. T. (Orgs.). **Interfaces e tendências da comunicação**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008. p. 179-200.

PIOVESAN, F. **Direitos Humanos e o Direito Constitucional Internacional**. 14. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2013.

SASSAKI, R. K. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. 8. ed. Rio de Janeiro: WVA, 2010.

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.