



Facebook e Acessibilidade: Repercussão Estratégica do Projeto Curupira – Ifam¹

Tássia Patricia Silva do NASCIMENTO²

Dalmir PACHECO³

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Manaus, AM

Resumo

Esse artigo foi desenvolvido com o intuito de positivar as benesses advindas das redes sociais para os projetos institucionais de alcance social. Tomamos como referência para esse estudo, o caso do Projeto Curupira, do Instituto Federal do Amazonas, que trabalha, desde 2007, com a educação especial na perspectiva da educação inclusiva, o qual faz uso corrente do canal *Facebook* para interagir com um público bastante diversificado, divulgando além de cursos, temas pertinentes à questão da deficiência, em diversos âmbitos. O trabalho que apresentamos tem caráter quali-quantitativo, e utilizamos como instrumentos e técnica de pesquisa, entrevistas com os servidores envolvidos no projeto desde o ano de sua criação, os relatórios das ações e a demanda de público do próprio projeto.

Palavras-chave: facebook; projeto curupira; deficiência; inclusão.

O Núcleo de Acessibilidade e Educação Inclusiva do Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas– IFAM *Campus* Centro, cuja denominação é Projeto Curupira nasceu do da aprovação do edital nº003/2007 Incluir/MEC-SESu. O Projeto tem como propósito promover, orientar e incentivar as ações de Sensibilização, Interação e Valorização das Pessoas com Deficiência, tendo como impulso o paio do Instituto de Educação/IFAM, o qual é um dos centros de excelência da cidade de Manaus.

O Curupira entende que a conquista de condições apropriadas dá às pessoas com deficiência (PCD) uma vida autônoma, produtiva social e profissionalmente. Dessa forma, ao longo desses anos, tem promovido uma série de atividades que buscam atender aos seus objetivos: além dos cursos que oferece ao seu público-alvo, por outro lado, ajuda os alunos do Instituto a desenvolverem instrumentos pedagógicos, orienta

¹ Trabalho apresentado no IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 28 a 30 de maio de 2015.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Produção Publicitária do IFAM-AM, email: tassiapatricia.tp@gmail.com

³ Orientador do Trabalho. Professor Doutor do Curso de Publicidade do UFAM-AM, email: dalmirpacheco@gmail.com



docentes, desenvolve cartilhas, livros, instrumentos entre outros métodos, tudo voltado à pessoa com deficiência. Nessa caminhada, destaca-se que a acessibilidade comunicacional foi fator primordial.

Com a proposta cada vez mais amadurecida, o Projeto Curupira criou novos laços e tornou-se um ponto de referência em educação especial e inclusiva para a sociedade amazonense. Seu alcance social era tanto que foi preciso repensar a forma como a comunicação poderia ser mais acessível e, ao mesmo tempo, inclusiva de modo a atender seu público primeiro, as PCDs, mas que incluísse também alunos, pesquisadores, empregadores e associações. Desta feita, atualizar-se e inserir-se dentro das condições que o contexto social exigia era necessário.

Se em um primeiro momento o contato com o público se deu por meio de encontros e, *a posteriori*, por meio de panfletos, pequenos cartazes, e chamadas diretas em escolas e instituições, as quais por sinal, surtiram efeito, configurado, sobretudo na demanda significativa de público que participava das atividades propostas, nessa outra etapa, a comunicação teria que ser mais “otimizada”. Com o grande avanço tecnológico e crescente acesso às mídias sociais, investir apenas nessas chamadas para atrair o público segmentado do projeto tornou-se obsoleto e arcaico.

Então, em 5 de agosto de 2011, foi criado o *facebook* do Projeto Curupira que conseguiu atrair muitos seguidores direta ou indiretamente voltados para a questão da deficiência e da inclusão. E foi justamente pensando em uma maior dinâmica de comunicação e flexibilidade, rapidez e facilidade que o *facebook* do Projeto garantiu interação com seu público-alvo, possibilitando-lhe um retorno imediato sobre as questões apontadas, de modo que foi possível fazer um *feedback* mais detalhado de informações.

A escolha por esse tipo de mídia era bem clara: as redes sociais, inseridas dentro de um contexto tecnológico e fazendo parte da esfera *internet*, conseguem propagar uma grande demanda de informações em um curto espaço de tempo em uma grande escala populacional, o que possibilitou um retorno eficaz para o projeto.

Novas tecnologias: *facebook* e a pessoa com deficiência

A revolução tecnológica tem delineado novos tempos e espaços, estruturando novos conceitos culturais e sociais que condicionam a vida humana. Pacheco (2013, pág. 10) afirma que:



A proliferação das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação proporcionou um terreno fértil para que esse modelo pautado na horizontalização organizacional funcionasse de forma mais global e popular, atingindo as mais diversas e distantes regiões, chegando ao planeta e às pessoas em geral (GONÇALVES, 2013, p.15).

As redes sociais possuem uma estrutura mais moderna e dinâmica de propagar mensagens, ideias ou informações. Há uma nova relação com o saber que se instaura. Pierre Lévy (2009) o chama de “ambientes virtuais de aprendizagem”. Trataremos do saber informacional, aquele no qual o indivíduo adquire a informação e fortifica seu conhecimento para relações mais transparentes com a realidade.

O *facebook* no Brasil foi uma das mídias mais acessadas, em janeiro de 2013. Um terço dos brasileiros, à época, utilizava essa mídia social e o país ocupava então o 2º lugar no ranking mundial. Tal fato possibilita que o classifiquemos como assim, pode ser classificada como uma mídia pública, transitória e rápida. Ela é pública, porém possui uma segmentação específica, no caso Pessoas com Deficiência, o que não exclui o público de forma ampla; rápida porque as mensagens são lançadas para atingir grande audiência em tempo curto, ou mesmo simultaneamente; e transitória, pois a intenção é que sejam consumidas imediatamente.

A sociedade evoluiu e se adaptou às transformações de atitudes, pensamentos e linguagens. Informações disseminam-se de forma cada vez mais rápida. O que torna complexo é atingir o público desejado, além de focar na divulgação de informações contundentes para a interação e inclusão, é importante utilizar ferramentas acessíveis que possibilitem às Pessoas com Deficiência construir seus próprios saberes, mas que também não as segreguem, que ampliem também suas relações com outros.

A Internet, as redes sociais, os *smartphones*, e as múltiplas mídias estão revolucionando nosso dia a dia. Todas ajudam a constituir relações, proporcionam comunicação facilitada à distância. Se, antes, para a pessoa com deficiência, o acesso às informações era limitado, hoje a rede social tornou-se uma ferramenta essencial para a divulgação de tudo que lhes interessa, de tudo o que nos interessa. De certa forma, o canal *facebook*, no caso do projeto Curupira, para além da informação de suas atividades, tem possibilitado criar espaços democráticos de inclusão.

Bem sabemos que a vida *on line* proporcionou uma maneira fácil e rápida de garantir informação clara e objetiva, servindo de apoio para aprendizagens ricas, complexas e diversificadas. Como diz Gonçalves (2003 p. 22), “o processo de comunicação se diversifica – de um para um, de um para muitos, de muitos para um, de



muitos para muitos.” E é nisso que o Curupira vem apostando seguramente: na potencialização de suas ações inclusivas, com informações mais ricas, com saberes mais complexos que se forjam no uso das redes sociais pelos indivíduos que tem como parâmetro a inclusão.

A busca por informações sobre deficiência, educação, inclusão e trabalho, por exemplo, têm ganhado espaço. O *facebook* torna-se referência importante na disseminação de inovação dessas e de outras informações. Para assim, compartilhar ideias e experiências vividas, tanto direta e indiretamente, a potencialização das novas tecnologias da comunicação e informação podem desencadear um processo de discussão sobre o mundo digital no que se refere ao mundo inclusivo, no qual a acessibilidade é o critério.

Como é operacionado o *facebook* de caráter institucional

A Comunicação do Projeto Curupira tem como um de seus objetivos promover a interação das Pessoas com Deficiência, e é através da rede social *facebook* que a página Projeto Curupira Espaço visa obter de maneira mais eficaz um *feedback* rápido para quem faz parte desta rede de comunicação e informação, bem como ampliar suas ações futuras, quando do seu planejamento.

O *feedback* é um método essencial para atingir o primor na comunicação e é definido como retorno. Em termos básicos, é a resposta de algo que publicamos. Só existe *feedback* quando há uma boa comunicação. E este método não é simplesmente para orientar alguém, despejar informações sem nenhum critério. *Feedback* é troca, comunicação e interação entre pessoas que possuem um objetivo em comum: inclusão, ou ainda, auxiliar pessoas na adequação ao processo de atendimento à Pessoa com Deficiência.

A Comunicação do *Projeto Curupira Espaço* utiliza da política de filtragem de mensagens e postagens; a página tem o intuito exclusivo de propor uma ação contundente em torno da inclusão da pessoa com deficiência, e atender as expectativas desse público primeiro, e também daquelas pessoas que, no seu dia a dia, convivem com a deficiência de um parente, amigo, aluno. Dessa forma, as notícias sobre o projeto são marcadas, vão diretamente para a página chamada Registro de atividades, na qual se forem relacionadas à divulgação de informações sobre inclusão, é possível aceitar a postagem.



O Projeto Curupira possui atualizações diárias em sua página, o que garante informações rápidas. Dentre elas, as informações estão relacionadas a Leis, Saúde, Educação, o que contribui para o conhecimento de todos. A página por si só não possui como interlocutores apenas PCDs, isto é, atendemos as Associações e Secretarias que lidam com a questão da deficiência, como por exemplo, a SEPED (Secretaria da Pessoa com Deficiência); estabelecemos também contatos com as famílias que precisam de auxílio na convivência com seus parentes no seu meio social, docentes que trabalham com necessidades específicas de aprendizagem de alunos com deficiência.

O *facebook* também tem sido uma grande ferramenta para parcerias de cursos de qualificação profissional, palestras e eventos, sempre com o intuito de levar a temática da Inclusão ao público. Através dele também se pode tirar dúvidas frequentes sobre as informações citadas, ou até mesmo agendar visitas para conhecer do Espaço onde se atendem Pessoas com ou sem Deficiência.

Estudo comparativo das mídias

O Projeto Curupira, no início de suas atividades sempre se preocupou com a comunicação de suas ações; afinal, para que cada vez mais pudesse se fazer conhecer era necessário investir na divulgação de suas ações. Com a implantação de suas redes de comunicação, desejava atingir seu público de modo simples e direto. Dessa forma, saber se comunicar significa fazer a trocar de informações e estabelecer com êxito a disseminação da mensagem.

Partindo do princípio de que “trocar informação significa tornar comum uma mensagem ou informação” (CHIAVENATO, 2000, p. 142) ou de que a comunicação “pode ser definida simplesmente como o processo de se passar informações e entendimentos de uma pessoa para outra” (SCANLAN, 1979, p.372), a divulgação das ações do Projeto Curupira era feita por meio de panfletos, pequenos cartazes e chamadas diretas em escolas e instituições; para o início das atividades, era algo inovador e as expectativas foram boas, já que o público atingido com essa estratégia de comunicação foi bastante significativo.

Embora essas chamadas ao Projeto curupira surtiram efeito positivo para aquele momento da atualidade, era possível encontrar alguns pontos negativos em sua estratégia de comunicação, como a demora de um *feedback*, ou seja, o público não internalizava de forma coesa a informação comunicada e isso gerava o segundo ponto negativo que era o desgaste da informações rotineiras, ou seja, era preciso fazer o dobro



e muitas vezes triplo de panfletos, e tendo que ir várias vezes ao mesmo estabelecimento para gerar um maior incentivo ao público-alvo.

Levava-se em consideração que os panfletos também não possuíam a acessibilidade necessária para que nosso público-alvo se sentisse incluído satisfatoriamente. Um exemplo disso era o caso dos os surdos e cegos que não tinham acessibilidade adequada para o entendimento da nossa mensagem. Por conta dessas falhas encontrávamos uma fragmentação no objetivo central do projeto que era informação.

No entanto, com o grande avanço das mídias e o grande público participando ativamente delas, houve a necessidade de se criar indiretamente um plano de marketing que visasse identificar as oportunidades que poderiam gerar bons resultados para a organização, mostrando como penetrar com sucesso para obter as posições desejadas nos mercados (COBRA, 1992).

O plano visava criar uma mídia que fosse pública, transitória e rápida. Considerando-se esses requisitos, a escolha pelo uso do *facebook* nos pareceu mais viável. Era pública, porque, na medida em que as mensagens não são endereçadas a ninguém em particular, seu conteúdo estava aberto ao critério público. Rápida porque as mensagens são endereçadas para atingir grande audiência em tempo relativamente curto, ou mesmo, simultaneamente. Transitória, pois a intenção é de que sejam consumidas imediatamente.

Em 5 de agosto de 2011, foi criado, então o *facebook* do Projeto (figura 1) que usa como denominação Projeto Curupira Espaço. É inegável que seu uso otimizou o processo de informação que procurávamos alcançar, ele superou em muitos aspectos a comunicação obsoleta dos panfletos, cartazes e visitas nas escolas, pois o público conseguia interagir ao mesmo tempo em que adquiria as informações necessárias.

Ressalta-se que um dos seus muitos pontos positivos dessa mídia é que as mensagens poderiam ser transcritas como de costume e, ao mesmo tempo poderiam ser passadas em libras para os surdos; além de claro, as informações serem passadas em tempo real, abrindo-se, deste modo, um canal para que nossos interlocutores pudessem, no seu tempo, sugerir cursos, *posts* e fazer referência a outros lugares que também trabalham com essa temática da deficiência.



Figura 1– Facebook Curupira

Fonte: arquivo pessoal

O *facebook* do Projeto Curupira incorporou além de sua identidade seu caráter social, pois essa rede social através de seu grande alcance populacional fez com que um órgão ou serviço pudesse fazer parte de uma dinâmica de interação com os demais indivíduos de uma sociedade ou grupo, gerando assim, um ambiente de conforto, entretenimento e permuta de informações de um modo bem mais descontraído, fortalecendo os objetivos centrais do Instituto, do espaço e do serviço é disseminar suas ações e captar um público cada vez mais fiel e preocupado com a temática da inclusão e da pessoa com deficiência.

O *facebook* do projeto não só gerou flexibilidade nas mensagens como teve um retorno positivo para além do que esperávamos, pois possibilitou ao projeto parcerias com empresas para as quais a PCD poderá ser encaminhada após a finalização do curso disponibilizado pelo projeto; outros institutos de ensino, assessorias de comunicação como emissoras de TV, rádios e jornais locais também participam da rede hoje. O público se tornou indiretamente mais ampliado, são professores, gestores e profissionais que trabalham com pessoas com deficiência.

Com uma comunicação mais bem fortificada e com o marketing direto otimizado e segmentado, o Projeto Curupira abriu fronteiras para além do ambiente do IFAM, trabalhando hoje com todos os municípios do Amazonas onde o instituto tem sede e em outros nos quais as ações na área de formação de professores em educação especial e inclusiva chegaram, como é caso dos municípios de Iranduba, Itacoatiara, Presidente Figueiredo, Tefé, Eirunepé, dentre tantos. Mantém-se, dessa forma, um público ativo, reforçando cada vez mais o objetivo do projeto que é a promoção da acessibilidade e suas ramificações, para assim tornar a PCD empoderada, promovendo sua inclusão no ambiente social e profissional.



Procedimentos metodológicos da pesquisa

Utilizamos como ferramenta de apoio a esta pesquisa, os relatórios finais do Projeto Curupira que são apresentados anualmente ao Ministério da Educação (MEC). Neles, como em todos os relatórios, são retomados as metas do início do planejamento e como elas foram atingidas, usando esta ou aquela metodologia. São apresentados anualmente com a estimativa, magnitude e amplitude de público que procura o Projeto Curupira.

É importante ressaltar que esses relatórios começaram a fazer parte dos procedimentos de avaliação do projeto a partir de 2009, sendo, portanto, neste período bienal; tomamos também os dados dos relatórios dos anos de 2010, que foi anual e os dos anos de 2011 e 2012, os quais que foram feitos com uma única estatística. Esses relatórios foram utilizados para servir como parâmetro de credibilidade do Projeto em relação ao público direto ou indiretamente segmentado que ele concentra.

O objetivo central da busca desses relatórios foi estabelecer uma comparação entre os anos em que o Projeto não possuía acesso à rede e aqueles a partir do ano em que já ele possuía um perfil ativo na rede. Quais mudanças ocorreram? As informações gozaram de maior disseminação? Perguntas desse gênero compunham a proposta que queríamos atingir com a comparação desses relatórios.

Também fizemos entrevista com o coordenador do projeto, no sentido de, a partir de sua fala, visualizar o papel do *facebook* hoje para as ações em curso e aquelas que poderão ser propostas nos planos de ação futuros do projeto. Ocorreram também entrevistas com os colaboradores mais antigos do projeto que presenciaram as mudanças ocorridas desde sua criação. Fato que nos garantiu uma maior positividade em relação aos dados expostos nesse artigo.

O trabalho pretendeu mesmo fazer uma descrição detalhada do plano comunicativo do Espaço Curupira desde seu início (com panfletos) bem como proceder ainda que parcialmente uma análise sobre o papel das redes sociais, dos seus impactos, em projetos dessa natureza.

Resultados e discussão

Com o relatório bienal de 2009 (Figura 2), verificamos que apenas com o marketing, através panfletos, pequenos cartazes, e chamadas diretas em escolas e instituições o projeto atingia grande público e possuía estimativas consideráveis para suas atividades. Podemos constatar que as atividades desenvolvidas pelo projeto eram cursos, oficinas e mesa redonda.

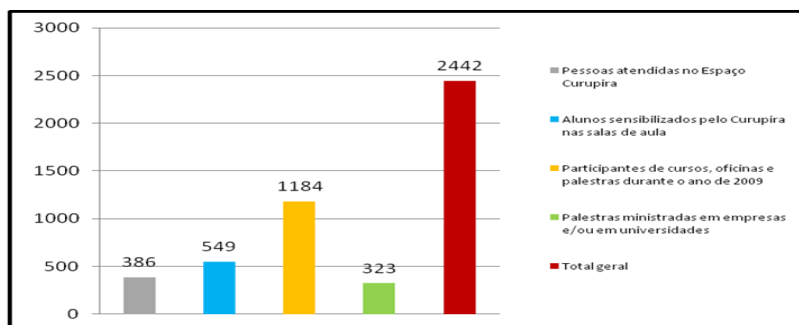


Figura 2 – Total de pessoas atingidas pelo Projeto Curupira 2009

Fonte: Banco de Dados - Projeto Curupira 2009

É possível perceber que já gozávamos de credibilidade ainda no começo das atividades do projeto, levando em consideração que as estratégias de divulgação das atividades desenvolvidas eram ainda muito aboletas para a época.

Ainda com os relatórios, damos prosseguimento ao de 2010 (Figura 3).

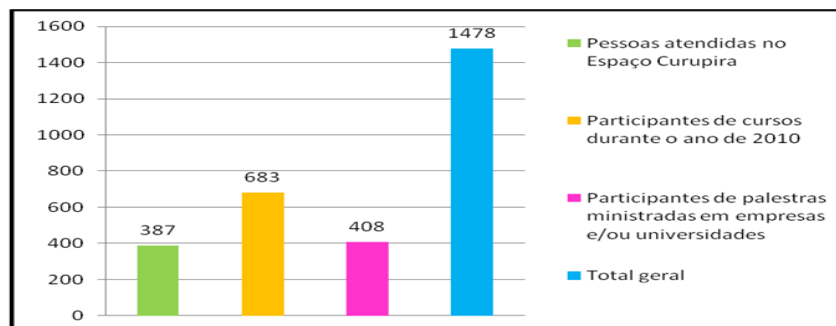


Figura 3 – Pessoas atingidas pelo Projeto Curupira 2010

Fonte: Banco de Dados - Projeto Curupira 2010

No ano de 2010, os índices levados em consideração para a estatística diminuíram e público também diminuiu. Diante de uma observação mais profunda, podemos perceber que, como a comparação até momento era feira por ano, então relativamente sofremos uma perda de público.

Isso pode se dá por inúmeros fatores, como estamos analisando a divulgação do projeto, como uma fonte de estratégia para traír o público e, conseqüentemente, disseminar a ideia de inclusão. Um dos fatores que pode ter sido o fator deficiente para a pouca demanda de público pode ter sido a permanência nas referidas estratégias de divulgação, uma vez que, em 2010 acontecia a exploração das grandes tecnologias como fonte de divulgação; as redes sociais estavam dando um grande passo em relação a jovens, cada vez mais as empresas estavam aderindo a esse serviço, como um meio de manter mais próximo do seu cliente.

Diante disso, no ano seguinte, o Projeto Curupira aderiu a um perfil no *facebook*, o que trouxe novamente a procura do público por nossas atividades. A relação emissor - receptor se tornou mais dinâmica; o público possuía uma informação em tempo real, desfazia suas dúvidas, lia notícias importantes relacionadas ao tema da deficiência e inclusão, conhecia os cursos e palestras desenvolvidas pelo projeto; o *feedback* se tornou imediato e com isso a flexibilização da informação também.

Tivemos também a adesão de um público mais diversificado, como gestores, pedagogos, assistentes sociais, psicólogos, órgão públicos, empresas e associações diversas, além do público-alvo, as pessoas com deficiência.

Os dados a seguir mostram o relatório dos anos de 2011 e 2012 (Figura 4) que foram feitos com uma única estatística.

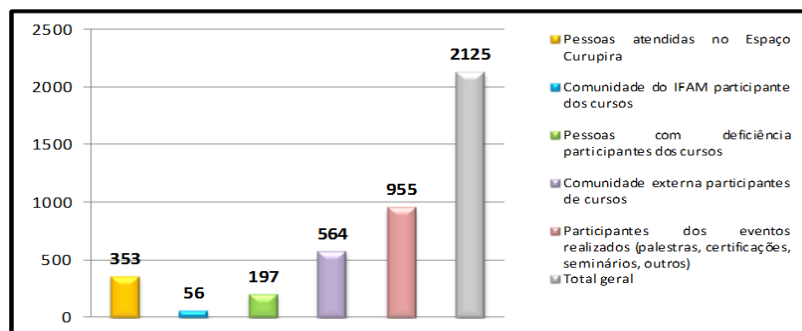


Figura 4 – Pessoas atingidas pelo Projeto Curupira 2011-2012

Fonte: Banco de Dados - Projeto Curupira 2011 – 2012.

A princípio notamos que em comparação a 2009, o público geral diminuiu em relação aos anos 2011 e 2012, analisados juntamente; no entanto, esses últimos anos tiveram um aumento significativo em relação ao ano de 2010. Mas o que é importa de



ser observado é que a grande vantagem de ser trabalhar com uma rede social como estratégia de divulgação das atividades do projeto é que podemos ter uma maior probabilidade de constância dos dados.

As oscilações de público que procurasse o projeto ainda existiriam, mas por outro lado, no campo virtual, ou seja, teríamos uma ferramenta segura, de controle social e assim sempre teríamos como implementar de forma direta nossas informações, um *feed* de notícias desses indivíduos, o que sempre nos manteria como um nível de proximidade relativo junto a esse público, assim a constância de público seria possível nos anos seguintes.

Conclusão

O Coordenador do Projeto Curupira, Dalmir Pacheco, nos afirma que desde o início de suas atividades em 2007, o projeto tem procurado diferente formas de comunicar seu público-alvo de suas atividades bem como estabelecer com eles um canal de escuta constante. Ele afirma também que *facebook* tem sido uma excelente ferramenta de interação, pelo fato de a grande maioria das PCDs terem dificuldade de locomoção e comunicação. Nesse sentido, o canal facebook ajuda na comunicação, possibilita a celeridade das informações e fideliza cada vez mais um público diversificado que se interessa por inclusão.

Os dados de 2013 não foram apresentados porque comporão com o corrente ano de 2014 um único relatório. Ainda estão sendo coletadas as informações. No entanto, já é possível observar o grande número de interessados em nossas atividades, o que motivou a criação de uma Assessoria de Comunicação, na qual se trabalhasse apenas com questões de divulgação e controle de público nas atividades do Projeto.

O objetivo é que com o *facebook*, sendo um meio de comunicação ativo e primordial do Projeto, possamos uma maior esfera de pública, uma vez que, já possuímos visibilidade em todo o Brasil e também em Portugal, por conta da publicação de seus trabalhos em ventos internacionais e revistas que tratam da inclusão e da pessoa com deficiência.

Todo trabalho do projeto, como essa nova maneira de utilizar as redes sociais, é ainda à ideia de levar à pessoa com deficiência à construção de uma consciência social dos seus direitos e deveres enquanto cidadão e de modo igual construir com ele um



canal de comunicação com a sociedade que também precisa ser assumir inclusiva para evitar estereótipos.

De outro modo, promover e intensificar ações que garantam o acesso, permanência e sucesso de pessoas com deficiência nos espaços em que ela ocupa não é mais apenas tarefa do Espaço Curupira/IFAM, mas de todos nós que acreditamos na inclusão. E inclusão se começa com acessibilidade, com comunicação.

Referências

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**: Rio de Janeiro: Campus, 2000.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing**. São Paulo: Atlas, 1992.

IFAM. Projeto CURUPIRA. **Relatório Anual 2009**. Manaus, 2009

_____. **Relatório 2010**. Manaus, 2010.

_____. **Relatório 2011-2012**. Manaus, 2012.

PACHECO, D.; Negreiros, J. **Tecnologia e Educação. Um estudo sobre a interatividade de tecnologia na escola: Experiências Interativas no ensino de ciência**. Manaus: BK Editora, 2012.

LÉVY, P. **Cibercultura**: São Paulo: Editora 34, 2009.

GONÇALVES, Lilian S. **Neoromarketing aplicado à redação publicitária: Descubra como atingir o subconsciente do seu consumidor**: São Paulo: Novatec Editora, 2013.

SCANLAN, Burt K. **Princípios de administração e comportamento organizacional**: São Paulo: Atlas, 1979.