

ENDOMARKETING EM RELAÇÕES PÚBLICAS: A COMUNICAÇÃO INTERNA DAS ORGANIZAÇÕES VOLTADA AOS COLABORADORES COM DEFICIÊNCIA

Lorena Maranhão¹. Nirave Reigota Caram².

¹Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração –
lorenamaranh@gmail.com

²Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração –
nirave.caram@usc.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica voluntária

Agência de fomento: Não há

Área do conhecimento: Sociais Aplicadas – Relações Públicas

As empresas modernas necessitam de uma imagem consolidada no mercado, por isso estão investindo o máximo para alcançar este objetivo. Desde a criação da Lei de Cotas nº 8.213 de 24 de julho 1991, as empresas que tem mais de cem funcionários devem, obrigatoriamente, contratar pessoas com deficiência. Assim, no âmbito das organizações, a inclusão de colaboradores com deficiência também deve ser discutida. Tais empresas que possuem colaboradores com esta condição, principalmente, auditiva e visual, necessitam modificar sua comunicação interna e adaptar as ações de endomarketing. Por meio de pesquisa bibliográfica, documental e realização de pesquisa em campo de caráter qualitativo, esta pesquisa objetiva investigar a comunicação interna de empresas da região de Bauru voltada aos colaboradores com deficiência auditiva e visual, focando na necessidade de inclusão comunicacional organizacional destes colaboradores em particular, sob a ótica deste público. No decorrer da pesquisa, foi possível concluir que, algumas empresas que atualmente possuem colaboradores deficientes, só os têm, devido à Lei de Cotas, e geralmente não há uma adaptação da comunicação interna destas empresas para agregar o colaborador com deficiência auditiva e visual.

Palavras-chave: Endomarketing. Relações Públicas. Comunicação Interna. Acessibilidade.