



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Departamento de Comunicação Organizacional

VITÓRIA CAMARGOS DE SOUZA

A ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Brasília - DF

2023

VITÓRIA CAMARGOS DE SOUZA

A ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional.

Orientadora: professora Doutora Katia Belisário.

Brasília - DF

2023

VITÓRIA CAMARGOS DE SOUZA

A ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional.

Brasília, 13 de julho de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Katia Maria Belisário (orientadora)

Prof^a. Dra. Elen Cristina Geraldes (examinadora)

Prof^a. Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado (examinadora)

Prof^a. Dra. Delcia Maria de Mattos Vidal (suplente)

Ao meu irmão, Wellington Carlos Camargos de Souza, que me ensinou a valorizar a inclusão, a diversidade e a importância de lutar por um futuro mais acessível para todos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus pela força e resiliência que me trouxeram até aqui. Foi Ele que plantou em mim, ainda criança, o sonho de me tornar uma comunicadora e mudar a realidade da minha família e da minha comunidade. Agradeço pelo cuidado comigo e com a minha família e por estar sempre ao meu lado.

À minha mãe, Alzira da Conceição Camargos, por ser o meu maior exemplo de força e dedicação. Por ter sido a primeira mulher da família a se formar, apesar de todas as dificuldades enfrentadas na vida, e por me mostrar que era possível chegar mais longe. Ao meu pai, José Carlos de Souza, pela proteção e cuidado e ao meu irmão, Wellington Carlos Camargos de Souza, por me inspirar todos os dias da minha vida. Vocês são a minha base e o meu porto seguro.

À minha melhor amiga, Danielle Christina Sampaio Dias, pelo apoio incondicional e pela confiança que compartilhamos há 8 anos. Sua amizade tem sido fonte de conforto ao longo dessa jornada. Obrigada por nunca duvidar de mim, me motivar e me fazer acreditar que sou capaz. Me sinto verdadeiramente abençoada por tê-la ao meu lado.

À professora Verônica Araújo Leal por ter me incentivado, ainda no Ensino Médio, a seguir o meu sonho. A sua paciência, persistência e palavras de conforto foram essenciais para que eu pudesse escolher a comunicação como profissão.

À minha professora orientadora, Katia Belisário, pelo apoio e confiança durante o processo de desenvolvimento do presente trabalho. As suas críticas construtivas, as discussões e reflexões foram fundamentais ao longo de todo o percurso. Eternamente grata por todo o apoio.

Gostaria de expressar também minha profunda gratidão à Universidade de Brasília, ao seu corpo docente, técnicos administrativos, servidores públicos e colaboradores, por terem me proporcionado uma experiência tão enriquecedora. Em especial, à Faculdade de Comunicação e aos docentes que marcaram a minha jornada: Elen Geraldes, Fabíola Calazans, Delcia Maria, Janara Sousa, Liziane Guazina, Mônica Carvalho e outros.

Aos meus ídolos que tanto me inspiraram com sua arte, Taylor Swift e BTS.

“Não importa quem você é, de onde você vem, sua cor de pele ou sua identidade de gênero, apenas fale! Encontre seu nome e sua voz, falando por si próprio.”

(Kim Namjoon)

RESUMO

A comunicação exerce um papel fundamental na relação entre sociedade e universidade. Este estudo procura estabelecer os fatores envolvidos neste processo, além de investigar a acessibilidade comunicacional para as pessoas com deficiência, que ocupam somente 0,71% das cadeiras nas instituições de ensino superior (IES), segundo dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2021). A pesquisa tem como foco uma das principais universidades públicas do país, a Universidade de Brasília (UnB). A pergunta central é: a UnB proporciona uma comunicação acessível aos alunos com deficiência? Para responder a essa pergunta, foram utilizados diferentes autores, como Sasaki (2005), Chiavenato (2004) e Kunsch (2006), por meio de pesquisa bibliográfica sobre acessibilidade, comunicação organizacional, comunicação interna e web. Além disso, foram realizadas entrevistas com a Secretaria de Comunicação da Universidade, a fim de compreender os processos comunicacionais adotados. Também foi conduzida uma pesquisa de opinião para avaliar as percepções dos alunos com deficiência. Por fim, foi realizada a análise do Instagram da UnB, tendo como base as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018). Os resultados obtidos demonstram que ainda existem desafios substanciais para promoção da inclusão de pessoas com deficiência na Universidade de Brasília.

Palavras-Chave: Pessoas com deficiência; Comunicação Organizacional; Acessibilidade; Inclusão; Universidade.

ABSTRACT

Communication plays a fundamental role in the relation between society and the university. This study seeks to establish the factors involved in this process, in addition to investigating communication accessibility for people with disabilities, who occupy only 0.71% of chairs in higher education institutions, according to data from the National Institute of Educational Studies and Research Anísio Teixeira (INEP, 2021). The research focuses on one of the main public universities in the country, the University of Brasília (UnB). The central question is: does UnB provide accessible communication for students with disabilities? To answer this question, different authors were used, such as Sasaki (2005), Chiavenato (2004) and Kunsch (2006), through bibliographical research on accessibility, organizational communication, internal communication and the web. In addition, interviews were conducted with the University's Communication Department in order to understand the communication processes adopted. An opinion poll was also conducted to assess the perceptions of students with disabilities. Finally, the UnB Instagram was analyzed, based on the Web Content Accessibility Guidelines (WCAG, 2018). The results show that there are still substantial challenges to promote the inclusion of people with disabilities at the University of Brasília.

Keywords: Disabled students; Organizational communication; Accessibility; Inclusion; University.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1: ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.....	14
1.1 A deficiência: conceitos e dimensões.....	14
1.2 A acessibilidade: definição e tipos.....	16
1.3 A acessibilidade na web.....	18
CAPÍTULO 2: A ACESSIBILIDADE DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AO ENSINO SUPERIOR NO BRASIL.....	25
2.1 O histórico da acessibilidade no ensino superior.....	25
2.2 O papel da universidade pública e seus desafios.....	29
2.3 A acessibilidade na Universidade de Brasília (UnB).....	32
CAPÍTULO 3: A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A GESTÃO DA ACESSIBILIDADE NA UNIVERSIDADE.....	36
3.1 Comunicação, sociedade e universidade.....	36
3.2 A universidade enquanto organização complexa e seus processos comunicacionais.....	37
CAPÍTULO 4: PERCURSOS METODOLÓGICOS.....	42
4.1 Pesquisa Bibliográfica.....	42
4.2 Entrevista.....	43
4.3 Pesquisa de opinião: o survey.....	44
CAPÍTULO 5: RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	45
5.1 Entrevistas.....	45
5.1.1 Angélica Peixoto de Paiva Freitas - Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília (Secom/UnB).....	46
5.1.2 Karoline Marques Pires - Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília (Secom/UnB).....	49
5.2 A Acessibilidade Comunicacional na visão dos alunos com deficiência.....	51

5.3 Análise do Instagram da Universidade de Brasília (UnB).....	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
ANEXO I ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM A SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (Secom/UnB).....	78
ANEXO II PESQUISA DE OPINIÃO REALIZADA COM OS ALUNOS COM DEFICIÊNCIA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UnB).....	92

INTRODUÇÃO

No Brasil, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), aproximadamente 8,4% da população vive com algum tipo de deficiência. Essas pessoas enfrentam desafios significativos no acesso aos seus direitos básicos, como o direito à educação. A falta de estrutura e recursos adequados nas instituições de ensino, a falta de capacitação dos profissionais e a ausência de conscientização e inclusão são questões que contribuem para essa situação desafiadora. Essas barreiras restringem a plena realização e o acesso dessas pessoas ao exercício pleno da cidadania.

Nesse contexto, é crucial que as instituições de ensino ofereçam os recursos necessários para promover a inclusão de pessoas com deficiência. No entanto, os dados do Censo da Educação Superior de 2021 divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) revelam que apenas 0,71% das matrículas em instituições de ensino superior (IES) são ocupadas por pessoas com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento ou altas habilidades/superdotação.

O objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso é analisar a acessibilidade comunicacional para pessoas com deficiência da Universidade de Brasília (UnB), uma das principais instituições de ensino superior do país. Os objetivos específicos do estudo são os seguintes: a) conceituar acessibilidade e mapear os principais normativos legais sobre o assunto; b) analisar o histórico da acessibilidade nas universidades federais e na UnB; c) verificar os padrões de avaliação de acessibilidade com base nas normas em vigor; d) mapear a percepção dos discentes com deficiência sobre a acessibilidade comunicacional; e) analisar os aspectos de acessibilidade no canal de comunicação selecionado; f) verificar e mapear as estratégias comunicacionais utilizadas pela Secretaria de Comunicação da UnB de forma a compreender os processos.

A questão-problema que guiará o estudo é a seguinte: a comunicação da Universidade de Brasília (UnB) é acessível aos alunos com deficiência? Para responder a essa questão, o estudo analisará qual é a percepção dos estudantes com deficiência em relação às condições de acessibilidade oferecidas pela UnB e quais são os processos adotados pela Secretaria de Comunicação na promoção da

acessibilidade comunicacional, além de fazer uma análise breve do canal digital de comunicação de maior alcance, o Instagram.

A escolha desse tema se deu, em primeiro lugar, pelo fato de a autora ser irmã de uma pessoa com deficiência. Há 20 anos, meu irmão, Wellington Carlos Camargos de Souza, sofre de uma doença neurodegenerativa rara, a panencefalite esclerosante subaguda, causada pelo vírus do sarampo. O convívio com essa realidade tornou o tema da acessibilidade relevante e objeto de estudo deste trabalho.

Além disso, do ponto de vista acadêmico, observa-se a falta de discussões sobre o tema durante a graduação, o que também foi uma lacuna incômoda. Pensar e promover uma comunicação mais acessível é uma necessidade. A acessibilidade possibilita que todos os cidadãos tenham acesso ao conhecimento e à informação, sendo um requisito essencial para o pleno exercício da cidadania em uma sociedade democrática. Como estudante de uma universidade federal e irmã de uma pessoa com deficiência, sinto-me responsável por refletir sobre a acessibilidade e contribuir para a construção de uma universidade mais inclusiva, promovendo assim uma sociedade mais justa e igualitária.

Para realização deste trabalho foi feita uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório sobre o tema da acessibilidade, a fim de dissecar a história da acessibilidade e sua importância na sociedade, bem como dados atuais sobre o tema no país e os principais normativos legais sobre o assunto.

Para obter os resultados e respostas acerca da problematização do tema foi, em primeiro lugar, aplicada uma pesquisa por meio de questionário on-line para os estudantes com deficiência. Depois, foi realizada a análise do canal de comunicação digital mais utilizado pelos discentes da Universidade de Brasília, segundo os participantes do questionário. Em continuidade, foi feita uma entrevista com os responsáveis pelos canais digitais na Secretaria de Comunicação da UnB, mapeando as dificuldades encontradas no processo e as ações estratégicas adotadas.

O estudo foi realizado de forma qualitativa e quantitativa, com destaque à pesquisa de opinião e à entrevista semiestruturada. Ao mesmo tempo, foi necessária a análise e cruzamento dos levantamentos realizados durante a pesquisa bibliográfica.

A pesquisa se estrutura em cinco capítulos, além da presente introdução e das considerações finais. O primeiro apresenta os principais conceitos e tipos de acessibilidade, contando também com um mapeamento sobre a questão das pessoas com deficiência no contexto brasileiro, finalizando com destaque às diretrizes para promoção da acessibilidade na *web*.

Já o segundo capítulo apresenta um histórico da acessibilidade no contexto das instituições públicas de ensino superior com ênfase na Universidade de Brasília, sua organização e gestão da acessibilidade, contando com um mapeamento dos dispositivos legais sobre o tema.

O terceiro capítulo irá tratar sobre a comunicação organizacional enquanto processo essencial na gestão da acessibilidade nas Universidades, apresentando conceitos com base em diferentes referências. O destaque é para a comunicação integrada e a importância da capacitação no processo de mudança da cultura organizacional.

O quarto capítulo apresenta a pesquisa, contando com os diferentes métodos utilizados no mapeamento qualitativo e quantitativo de informações sobre a acessibilidade na Universidade de Brasília, sua caracterização, públicos e os instrumentos para coleta e análise de dados.

Já as análises dos resultados serão apresentadas no capítulo 5 que mostra a percepção da Secretaria de Comunicação (Secom) e estudantes com deficiência sobre a acessibilidade comunicacional na Universidade de Brasília, com base em entrevistas e na pesquisa de opinião realizadas. Ainda no mesmo capítulo, é apresentado uma análise sobre a acessibilidade no principal canal digital utilizado pelos discentes com deficiência. Por fim, é apresentada as considerações finais da pesquisa e perspectivas futuras.

CAPÍTULO 1: ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O presente capítulo apresenta os principais conceitos da acessibilidade. Para isso, mostra-se necessária também a definição da pessoa com deficiência e suas dimensões sociais. Além disso, é realizado um mapeamento das diretrizes de acessibilidade nos canais digitais, considerando que essas plataformas são grandes responsáveis pelo contexto informacional na contemporaneidade.

1.1 A deficiência: conceitos e dimensões

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE/2019), o Brasil tem 17,2 milhões de pessoas com alguma deficiência, representando cerca de 8,4% da população. Entre elas, foram identificadas pessoas com deficiência física, visual, mental, auditiva e, desses, mais de 5,3 milhões de pessoas disseram ter mais de uma deficiência. Mesmo representando uma parcela expressiva da população brasileira, as pessoas com deficiência ainda enfrentam diversas barreiras no acesso pleno aos seus direitos.

Assim, torna-se fundamental compreender adequadamente a natureza da deficiência - seus conceitos, abrangência e diversas manifestações - com o intuito de construir uma sociedade mais capacitada para acolher e incluir as múltiplas formas de expressão da diversidade humana.

A existência de corpos com diferenças marcantes sempre despertou curiosidade, espanto ou até indiferença por parte da sociedade (FOUCAULT, 2001, p. 69). Santos (2008) destaca que os discursos que procuram reduzir corpos apenas às diferenças é fundamental na construção das narrativas construídas por pessoas com corpos sem diferenças marcadas entre si mesmas.

A classificação dos corpos enquanto “anormais” e o surgimento de uma perspectiva baseada na “patologia” inicia junto ao chamado “Modelo médico da eficiência” (DINIZ, 2007). Sob essa perspectiva, a deficiência era vista como uma experiência individual, compreendida enquanto uma opressão provocada pelas restrições que uma pessoa enfrentava.

Esse cenário mudou a partir do século XX, quando ativistas e teóricos de movimentos sociais resolveram questionar a soberania do modelo médico proposto (Santos, 2008, p. 505). A partir desse momento, o discurso médico passa a não ser mais o único modelo possível no que se refere à deficiência. As ciências sociais vão

se consolidando enquanto narrativas alternativas (Santos, 2008, p. 506). Surge então o modelo social da deficiência, em crítica ao modelo médico (DINIZ, 2007). A contribuição dessa área do conhecimento foi um passo essencial na compreensão da pessoa com deficiência na sociedade.

A partir desse momento destaca-se que a desigualdade pela deficiência não está ligada somente aos problemas físicos, mas era constituída por diversas barreiras impostas pela sociedade à pessoa com deficiência (Barnes et al., 2002). O modelo social da deficiência defende que não há relação de causalidade entre lesão e deficiência, de tal forma que, segundo o modelo, a lesão seria mais uma característica corporal (como cor da pele, sexo) e a deficiência seria o resultado da discriminação sofrida pelas pessoas em função de uma sociedade que não está ajustada para incorporar a diversidade (DINIZ, 2005).

As barreiras ainda enfrentadas pelas pessoas com deficiência se articulam sob a perspectiva de que a deficiência é uma questão privada, responsabilidade da pessoa com deficiência e sua rede de apoio, se essa existir. Mas sob o ponto de vista do modelo social, a deficiência se torna uma questão a ser enfrentada em sociedade, com reivindicação de direitos e necessidade de adequação dos ambientes (e não da pessoa com deficiência) aos mais diversos corpos. Há, porém, algumas pontuações importantes sobre o modelo social.

Apesar da grande contribuição do modelo social da deficiência, ele foi, aos poucos, sendo problematizado por outras correntes teóricas. As teorias feministas foram essenciais nesse processo, questionando sobre os gravemente deficientes, aquelas pessoas que, independente das adaptações realizadas não seriam produtivos para o sistema capitalista (DINIZ, 2007). Além disso, as feministas foram responsáveis por repensar a questão da opressão do corpo deficiente também sob a perspectiva da desigualdade de raça, gênero, orientação sexual ou idade (SANTOS, 2008, p. 508), a partir de um discurso interseccional.

Já em 1977, o psiquiatra George L. Engel foi o responsável por desenvolver o modelo biopsicossocial. O objetivo era unir as perspectivas abordadas anteriormente tornando três fatores essenciais no entendimento da deficiência: o contexto no qual o desenvolvimento das características pessoais (biológicas ou psicológicas) ocorrem e o processo pelo qual acontecem. Esse foi o modelo adotado pela Organização

Mundial da Saúde (OMS) em 2002, quando foi criada a Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde (CIF).

No Brasil, o tema da acessibilidade começou a ser debatido somente com a Constituição Federal de 1988. Desde então, diversos dispositivos legais foram criados com o objetivo de promover a inclusão das pessoas com deficiência na sociedade brasileira. Porém, o cenário de equidade e de participação efetiva da pessoa com deficiência na sociedade brasileira não é uma realidade.

A hegemonia do modelo médico para compreender a deficiência no Brasil faz com que a medicina, a genética ou a reabilitação tenham mais força para garantir mudanças de melhoria nas condições de vida das pessoas deficientes do que o princípio de justiça da sociedade em promover adequação dos ambientes sociais às diversidades corporais. (DINIZ, 2007; CIF, 2003)

A falta de acessibilidade pode ser reconhecida de diversas formas na sociedade brasileira, inclusive no que diz respeito à acessibilidade comunicacional. Na sociedade contemporânea a informação é um fenômeno contínuo e chega ao cidadão por meio dos mais diferentes canais.

Em 2021, cerca de 90% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2021). Esse número demonstra a relevância da internet enquanto canal comunicacional no Brasil e a importância de garantir os recursos necessários para que esse canal seja acessível a todos.

O modelo biopsicossocial pode ser incorporado à compreensão do espaço digital, visto que tal conceito, segundo Camargo e Vidotti (2008, p. 2), busca fornecer procedimentos metodológicos que auxiliam os desenvolvedores nos processos de organização, armazenamento, representação, navegação, recuperação, apresentação, distribuição e disseminação da informação. Dessa forma, o modelo contribui para a construção de um ambiente digital mais acessível ao público com deficiência.

1.2 A acessibilidade: definição e tipos

A acessibilidade pode ser definida de diferentes formas, a depender do contexto em que ela está inserida. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) define acessibilidade por meio da norma NBR 9050 (2004) como a condição de percepção, alcance e entendimento para a utilização com autonomia e segurança

de edificações, espaços, equipamentos urbanos, mobiliários e elementos. Já autores como Santos e Ribas (2005, p. 52) afirmam que a acessibilidade engloba diversos aspectos, como emprego, saúde, educação e reabilitação do espaço urbano, que deve receber a pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida livre de barreiras arquitetônicas.

Por vezes a acessibilidade parece estar ligada somente ao que é físico, como o acesso aos espaços através de rampas, por exemplo. Porém, em um entendimento mais amplo, a acessibilidade está ligada à condição de possibilidade para a transposição dos entraves que representam as barreiras para a efetiva participação de pessoas nos vários âmbitos da vida social (UFC, 2014). Nesse caso, a acessibilidade está ligada à condição fundamental de participação do cidadão na sociedade, se apresentando em diversas dimensões.

A acessibilidade é um aspecto fundamental no pleno exercício da cidadania. Segundo Tânia Rodrigues (2016), em seu discurso na posse do cargo de secretária na pasta da Acessibilidade do Governo Municipal de Niterói, no Rio de Janeiro, afirmou que o Brasil apresenta uma legislação avançada no que diz respeito à participação da pessoa com deficiência na sociedade. Porém, segundo ela, a lei se torna “letra morta” frente aos desafios enfrentados no dia a dia. E eles são os mais diversos, desde o acesso aos espaços, até o acesso informacional.

Os autores Sardagna e Oliveira (2017, p. 122), dispõem que acessibilidade e inclusão são interdependentes. Isso se dá porque dispor de serviços (estatais ou privados) e participar ativamente da sociedade através da acessibilidade comunicacional é um condição fundamental para que as pessoas se compreendam de forma integrada na tessitura social. Porém, esse é um processo complexo. Pensar em uma sociedade mais inclusiva para as pessoas com deficiência abarca aspectos estruturais, físicos e comportamentais.

Sasaki (2005) afirma que “a acessibilidade não mais se restringe ao espaço físico, à dimensão arquitetônica”. Dessa forma, o autor separa o conceito de acessibilidade em 6 dimensões: atitudinal, arquitetônica, comunicacional, instrumental, metodológica e programática. Segundo ele, todas estão interligadas e são igualmente importantes, concluindo que a falta de uma pode comprometer as demais. No referido texto o autor apresenta as seguintes definições para cada dimensão:

Acessibilidade arquitetônica: sem barreiras ambientais físicas nos recintos internos e externos e nos transportes coletivos.

Acessibilidade comunicacional: sem barreiras na comunicação interpessoal (face a face, língua de sinais, linguagem corporal, linguagem gestual etc.), na comunicação escrita (jornal, revista, livro, carta, apostila etc., incluindo textos em braile, textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão, notebook e outras tecnologias assistivas) e na comunicação virtual (acessibilidade digital).

Acessibilidade metodológica: sem barreiras nos métodos e técnicas de estudo (adaptações curriculares, aulas baseadas nas inteligências múltiplas, uso de todos os estilos de aprendizagem, participação do todo de cada aluno, novo conceito de avaliação de aprendizagem, novo conceito de educação, novo conceito de logística didática etc.), de ação comunitária (metodologia social, cultural, artística etc. baseada em participação ativa) e de educação dos filhos (novos métodos e técnicas nas relações familiares, etc.).

Acessibilidade instrumental: sem barreiras nos instrumentos e utensílios de estudo (lápiz, caneta, transferidor, régua, teclado de computador, materiais pedagógicos), de atividades da vida diária (tecnologia assistiva para comunicar, fazer a higiene pessoal, vestir, comer, andar, tomar banho etc.) e de lazer, esporte e recreação (dispositivos que atendam às limitações sensoriais, físicas e mentais etc.).

Acessibilidade programática: sem barreiras invisíveis embutidas em políticas públicas (leis, decretos, portarias, resoluções, medidas provisórias etc.), em regulamentos (institucionais, escolares, empresariais, comunitários etc.) e em normas de um geral.

Acessibilidade atitudinal: por meio de programas e práticas de sensibilização e de conscientização das pessoas em geral e da convivência na diversidade humana resultando em quebra de preconceitos, estigmas, estereótipos e discriminações (SASSAKI, 2005, p. 23).

A conceituação dessas dimensões facilita a elaboração de medidas efetivas que proporcionem a participação das pessoas com deficiência em diferentes contextos.

1.3 A acessibilidade na web

Um relatório produzido pela *BigData Corp* e o Movimento Web Para Todos (MWPT, 2019), indica que apenas 0,61% dos sites que estavam ativos até aquele momento eram acessíveis para pessoas com deficiência. Sites governamentais, que possuem “.gov.br” também foram analisados: 0,34% foram aprovados nos testes de acessibilidade, que avaliaram aspectos como presença de descrição de imagens, linguagem HTML, problemas em formulários e outras práticas. O relatório revela um problema urgente e muito negligenciado, a questão da acessibilidade na web.

A *World Wide Web Consortium* (W3C) é o consórcio responsável por manter as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG), que definem como tornar os conteúdos mais acessíveis para pessoas com deficiência. Reconhecido internacionalmente e liderado pelo inventor da web Tim Berners-Lee e pelo CEO Jeffrey Jaffe, o W3C tem uma equipe que trabalha em tempo integral a fim de desenvolver padrões gratuitos e abertos para web, “visando garantir a evolução da web e o crescimento de interfaces interoperáveis” (W3C, 2013).

O W3C iniciou suas atividades no Brasil em 2008, por iniciativa do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) e do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Além do desenvolvimento das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG), a organização coordena outras ações sobre o tema no Brasil e produziu também a Cartilha de Acessibilidade na Web, responsável por “orientar gestores, desenvolvedores, auditores, procuradores, promotores e cidadãos sobre a importância de se preocupar com e investir em acessibilidade na web” (W3C, 2018). A Cartilha pode ser consultada na íntegra no anexo 1 da presente pesquisa.

Com disposições essenciais na compreensão da acessibilidade na web, a Cartilha dispõe da seguinte definição

Acessibilidade na web é a possibilidade e a condição de alcance, percepção, entendimento e interação para a utilização, a participação e a contribuição, em igualdade de oportunidades, com segurança e autonomia, em sítios e serviços disponíveis na web, por qualquer indivíduo, independentemente de sua capacidade motora, visual, auditiva, intelectual, cultural ou social, a qualquer momento, em qualquer local e em qualquer ambiente físico ou computacional e a partir de qualquer dispositivo de acesso (W3C, 2018).

A fim de abarcar a complexidade da web, a Cartilha define alguns aspectos específicos que são essenciais na compreensão e aplicação da acessibilidade. Primeiramente, é essencial compreender que a influência da web está presente em todos os campos da atividade humana: educação, saúde, comunicações, informação, cultura, negócios e outros.

Dessa forma, torna-se fundamental a disponibilidade e livre acesso da web para todos. Para o W3C (2013), “é essencial que a web seja acessível, de modo a prover igualdade de acesso e de oportunidades para pessoas com diferentes

capacidades”. Reconhecendo que a acessibilidade é um pilar essencial na promoção da inclusão social de pessoas com deficiência. Outro aspecto essencial destacado na Cartilha é a reciprocidade. “Costuma-se pensar na acessibilidade como uma via de mão única, como se as pessoas fossem apenas receptoras. Porém isso está longe da verdade, especialmente no caso da web” (W3C, 2013). Destaca-se a importância da colaboração no processo de acessibilidade à web, levando em consideração o entendimento de que o espaço é uma construção coletiva.

O terceiro aspecto é a multiplicidade e a diversidade de fatores envolvidos, que se refere aos 7 componentes que devem trabalhar em conjunto para que a acessibilidade na web seja alcançada, sendo eles:

1. Conteúdo é a informação contida numa página ou aplicação web, incluindo: a informação natural, tal como texto, imagem e áudio; o código ou marcação, que define a estrutura, a forma de apresentação, etc.
2. Navegadores são os tocadores de conteúdo multimídia e outros agentes do usuário.
3. Tecnologia assistiva é aquela usada por pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, como é o caso dos programas leitores de tela, dos ampliadores de tela, dos teclados alternativos, entre outros.
4. O conhecimento do usuário, sua experiência e, em alguns casos, suas estratégias adaptativas para a utilização da web.
5. Desenvolvedores, designers, codificadores, autores, entre outros, incluindo pessoas com deficiência que são desenvolvedores e usuários que contribuem com conteúdo.
6. Ferramentas de autoria (*authoring tools*): softwares usados para criar sítios web
7. Ferramentas de avaliação: avaliadores de acessibilidade, validadores de HTML, validadores de CSS, entre outros (W3C, 2018).

Definidos os aspectos essenciais para promoção de uma web mais acessível a todos, torna-se necessário também conhecer as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018). A fim de corresponder às necessidades e promover a acessibilidade na web, o documento é dividido em diversas camadas de orientação:

- Princípios: As Diretrizes são regidas por quatro princípios - Perceptível, operável, compreensível e robusto.
- Diretrizes: As 13 diretrizes estabelecem os objetivos fundamentais para tornar o conteúdo mais acessível aos usuários com diferentes deficiências. Embora as diretrizes em si não sejam testáveis, elas fornecem uma estrutura e metas abrangentes que auxiliam a compreensão dos critérios de sucesso e a implementação das técnicas de forma mais eficaz.

- Critérios de sucesso: Cada diretriz é acompanhada por critérios de sucesso que podem ser testados, permitindo assim a utilização das diretrizes em situações que exigem requisitos e testes de conformidade. Para atender às necessidades de diferentes grupos e contextos, são estabelecidos três níveis de conformidade: A (nível mais básico), AA e AAA (nível mais avançado).
- Técnicas de tipo Necessária e de tipo Sugerida: Abrange uma ampla variedade de técnicas para cada uma das diretrizes e critérios de sucesso. Essas técnicas são informativas e são divididas em duas categorias: as técnicas necessárias para atender aos critérios de sucesso e as técnicas sugeridas.

Desta forma, o quadro 1 dispõe os princípios básicos e diretrizes para promoção de uma web mais acessível a todos a fim de facilitar a compreensão no que se refere aos processos comunicacionais. É importante pontuar que os critérios de sucesso e técnicas das Diretrizes, aspectos mais relacionados à tecnologia da informação, podem ser consultados na página das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018).

Tabela 1 - Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web 2.1.

Princípios	Diretrizes
<p>1. Perceptível</p> <p>A apresentação das informações e elementos da interface do usuário deve ser feita de maneira perceptível e compreensível para os usuários.</p>	<p>1.1 Alternativas em Texto</p> <p>É necessário fornecer alternativas textuais para todo o conteúdo não textual, como imagens ou vídeos. Essas alternativas podem ser na forma de descrições de imagem, também conhecidas como texto alternativo, que permitem a leitura por meio de leitores de tela utilizados por pessoas com deficiência visual.</p> <p>1.2 Mídias com base em tempo</p> <p>Para mídias baseadas em tempo, como vídeos gravados, áudios, GIFs e outros formatos, é fundamental inserir conteúdos em formato multimídia, incluindo elementos textuais, audiodescrição, áudio, língua de sinais e legendas, a fim de garantir a compreensão da mensagem transmitida.</p> <p>1.3 Adaptável</p>

	<p>Ao criar conteúdo, é importante garantir que ele possa ser apresentado de maneiras diferentes, como em um layout simplificado, sem perder informações ou estrutura. Isso significa que o conteúdo deve ser flexível e adaptável, permitindo que seja visualizado em diferentes formatos, resoluções de tela ou dispositivos, sem comprometer a sua integridade.</p> <p>1.4 Discernível</p> <p>É importante facilitar a audição e visualização de conteúdo para os usuários, o que inclui uma clara distinção entre o primeiro plano e o plano de fundo. Isso significa garantir um contraste adequado entre elementos, como texto e imagens, para facilitar a legibilidade e a compreensão.</p>
<p>2. Operável</p> <p>Os componentes da interface do usuário e a navegação devem ser projetados de forma a serem operáveis. Isso significa que os usuários devem ser capazes de interagir facilmente com os elementos da interface, como botões, menus e links, de maneira intuitiva e eficiente.</p>	<p>2.1 Acessível por Teclado</p> <p>É fundamental garantir que todas as funcionalidades do sistema sejam acessíveis por meio do teclado. Isso significa que os usuários devem ser capazes de navegar, interagir e acionar todas as opções e elementos da interface utilizando apenas as teclas do teclado, sem a necessidade de utilizar o mouse ou outros dispositivos de apontamento. Essa funcionalidade é especialmente importante para pessoas que possuem restrições motoras ou dificuldades em utilizar o mouse.</p> <p>2.2 Tempo Suficiente</p> <p>É essencial fornecer aos usuários tempo adequado para ler e utilizar o conteúdo disponibilizado. Isso significa permitir que os usuários tenham tempo suficiente para assimilar as informações apresentadas, ler o texto, navegar pelos elementos interativos e realizar ações necessárias sem pressa ou restrições de tempo. Garantir um tempo adequado de exposição ao conteúdo é particularmente importante para pessoas com deficiências visuais, cognitivas ou motoras, que podem precisar de mais tempo para processar as informações ou realizar interações.</p> <p>2.3 Convulsões e Reações Físicas</p>

	<p>Evitar a criação de conteúdo que seja conhecido por causar convulsões ou reações físicas adversas. Isso implica em tomar cuidado com elementos que possam desencadear estímulos intensos, como flashes de luz ou padrões em movimento rápido, que podem afetar negativamente pessoas com condições como epilepsia fotossensível.</p> <p>2.4 Navegável</p> <p>É essencial fornecer meios que auxiliem os usuários na navegação, localização de conteúdo e determinação de sua posição dentro do sistema. Isso pode ser alcançado através de elementos como menus de navegação bem estruturados, trilhas de navegação e links de retorno à página inicial. Além disso, é importante utilizar títulos claros e descritivos, bem como recursos de pesquisa e filtragem, para permitir que os usuários encontrem facilmente o que estão procurando.</p> <p>2.5 Modalidades de Entrada</p> <p>É importante facilitar para os usuários a operação da funcionalidade do sistema por meio de várias formas de entrada, além do teclado. Isso implica em oferecer suporte a diferentes dispositivos de entrada, como mouse, touchpad, tela sensível ao toque ou comandos de voz. Permitir que os usuários utilizem a forma de entrada mais adequada às suas preferências ou necessidades contribui para uma experiência mais inclusiva e acessível.</p>
--	--

<p>3. Compreensível</p> <p>É fundamental que a informação e a operação da interface de usuário sejam compreensíveis para os usuários. Isso implica em apresentar as informações de forma clara, concisa e de fácil entendimento, utilizando uma linguagem acessível e adequada ao público.</p>	<p>3.1 Legível</p> <p>É necessário garantir que o conteúdo textual seja legível e compreensível para os usuários. Isso envolve utilizar uma combinação adequada de fontes, tamanhos e cores de texto que sejam de fácil leitura em diferentes dispositivos e ambientes. Além disso, é importante adotar uma linguagem clara, concisa e adaptada ao público, evitando terminologias complexas quando possível.</p> <p>3.2 Previsível</p> <p>É essencial garantir que as páginas da web sejam exibidas e funcionem de maneira previsível para os usuários. Isso significa que os elementos e conteúdos das páginas devem ser consistentes em diferentes navegadores, dispositivos e tamanhos de tela. Além disso, os comportamentos e interações dos elementos devem seguir padrões conhecidos e esperados pelos usuários.</p> <p>3.3 Assistência de Entrada</p> <p>É importante auxiliar os usuários a evitar e corrigir erros durante a interação com o sistema. Isso envolve fornecer feedback claro e informativo quando ocorrem erros, indicando o motivo do problema e oferecendo orientações sobre como corrigi-lo.</p>
<p>4. Robusto</p> <p>O conteúdo deve ser robusto o bastante para ser interpretado de maneira confiável por uma ampla variedade de agentes de usuário, incluindo tecnologias assistivas.</p>	<p>4.1 Compatível</p> <p>É fundamental maximizar a compatibilidade entre os agentes de usuário atuais e futuros, incluindo as tecnologias assistivas. Isso implica em desenvolver o conteúdo de forma flexível e seguindo os padrões e especificações atualizados, levando em consideração as mudanças tecnológicas e avanços que possam ocorrer ao longo do tempo.</p>

Fonte: Elaboração da autora.

CAPÍTULO 2: A ACESSIBILIDADE DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AO ENSINO SUPERIOR NO BRASIL

No presente capítulo é apresentado um histórico da acessibilidade para pessoas com deficiência no ensino superior, com um mapeamento dos dispositivos legais relacionados ao tema. Depois, é realizada uma análise do papel da universidade e os desafios enfrentados no processo de inclusão das pessoas com deficiência no âmbito educacional. Finalizando, a acessibilidade é apresentada no cenário da Universidade de Brasília (UnB).

2.1 O histórico da acessibilidade no ensino superior

No campo educacional e, em destaque, no contexto acadêmico, a acessibilidade se mostra essencial na promoção do acesso ao ensino. Menezes (2018, p. 13) pontua que as instituições de ensino superior (IES) devem se posicionar enquanto um espaço democrático na multiplicação de conhecimento e de práticas educativas e inclusivas.

No cenário brasileiro, as discussões sobre o acesso à educação para pessoas com deficiência tiveram início com a Constituição Federal, em 1988. Contudo, apesar dos diversos avanços legais relacionados à acessibilidade no Brasil desde então, as dificuldades enfrentadas pelas pessoas com deficiência são diversas. Por isso, faz-se necessário o mapeamento e o entendimento desses dispositivos legais. O quadro 1 apresenta algumas das principais leis referentes à inclusão e acessibilidade das pessoas com deficiência ao ensino superior.

Tabela 2 - Dispositivos legais: A acessibilidade no ensino superior.

Ano	Dispositivo legal	Conteúdo normativo
1988	Constituição Federal - Art. 208, inciso III	Estabelece atendimento educacional especializado às pessoas com deficiência, preferencialmente na rede regular de ensino.
1994	Portaria nº 1.793 do Ministério da Educação	Recomenda a inclusão de conteúdos relativos aos aspectos de integração da pessoa com deficiência e necessidades educacionais especiais nos currículos de formação de docentes.

1996	Lei nº 9.394 - Diretrizes e bases da educação nacional	Define a educação especial e assegura o atendimento dos estudantes com necessidades educacionais especiais, estabelecendo também os critérios para caracterização das instituições com atuação exclusiva em educação especial.
1999	Decreto nº 3.298	Dispõe sobre a Política de Integração dos Estudantes com Necessidades Educacionais Especiais. A educação especial é definida como uma modalidade transversal a todos os níveis de ensino.
2002	Lei nº 10.436 - Língua Brasileira de Sinais (Libras)	Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais (Libras) e reconhece como meio legal de comunicação e expressão.
2002	Portaria nº 2.678 do Ministério da Educação	Aprova o projeto do Sistema Braille para a língua portuguesa e recomenda seu uso em todo o território nacional.
2004	Decreto nº 5.296/2004	Institui o Programa de Acessibilidade na Educação Superior (Incluir) e propõe ações que garantem o acesso pleno de pessoas com deficiência às instituições federais de ensino superior (Ifes).
2005	Lei nº 11.096 - Programa Universidade para Todos (PROUNI)	Institui o programa do Ministério da Educação que concede bolsas em instituições privadas de ensino superior. Pessoas com deficiência podem concorrer a bolsas integrais.
2005	Decreto nº 5.626/2005	Regulamento a Lei nº 10.436, que dispõe sobre a Libras. Institui a inclusão da Libras como disciplina curricular.
2007	Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE)	Dentre as recomendações, o documento dispõe sobre a acessibilidade arquitetônica dos prédios escolares e a implantação de recursos multifuncionais, além da formação docente para o atendimento educacional especializado (AEE).
2011	Decreto nº 7.612 - Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (Plano Viver sem Limite)	Em seu art. 3º estabelece a garantia de um sistema educacional inclusivo. Se baseia na Convenção sobre os direitos das pessoas com deficiência que recomenda a equiparação de oportunidade. O Plano é dividido em quatro eixos: Educação, inclusão social, acessibilidade e saúde.

		Entre outras questões, o eixo educacional prevê: A implantação de salas de recursos multifuncionais, educação bilíngue para formação de professores e tradutores-intérpretes em Língua Brasileira de Sinais (Libras) e os Programas Escola Acessível, Caminho da Escola e Acessibilidade no Ensino Superior.
2014	Lei nº 13.005/2014 - Plano Nacional de Educação (PNE)	Estabelece as bases da Política Educacional Brasileira de 2014 a 2024. Especialmente a meta nº 4 foi alvo de críticas: a redação aprovada estabelece que a educação para alunos com deficiência deve ser oferecida “preferencialmente” no sistema público de ensino. A questão é que isso contraria outros dispositivos legais que estabelecem a universalização da educação básica para todas as pessoas em escolas comuns, sem o termo “preferencialmente”.
2015	Lei nº 13.146 - Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI)	Aborda em seu capítulo IV o direito à educação. Objetiva garantir acesso, permanência, participação e aprendizagem, por meio de recursos de acessibilidade que eliminem barreiras, entre outras medidas.
2016	Lei nº 13.409	Altera a Lei nº 12.711 e dispõe sobre a reserva de vagas para pessoas com deficiência nos cursos técnico de nível médio e superior das instituições federais de ensino.

Fonte: Elaboração da autora.

O contexto e as influências internacionais foram importantes para o desenvolvimento dos princípios de inclusão de estudantes com deficiência e necessidades educacionais especiais no Brasil. No século XX, alguns documentos internacionais criados em diferentes momentos históricos tornaram-se essenciais para orientar o desenvolvimento dessa discussão.

O primeiro, e talvez mais importante marco da história no campo dos direitos humanos foi a Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH), documento elaborado em dezembro de 1948, período pós-guerra. É um texto de referência ética, que estabelece os direitos naturais de todos os seres humanos, independentemente de nacionalidade, cor, sexo, orientação religiosa e política

(TONELLO, 2001). Neste documento a educação é definida como uma garantia básica a todo e qualquer cidadão, como é possível observar em seu Artigo 26º:

Toda a pessoa tem direito à educação. A educação deve ser gratuita, pelo menos a correspondente ao ensino elementar fundamental. O ensino elementar é obrigatório. O ensino técnico e profissional deve ser generalizado; o acesso aos estudos superiores deve estar aberto a todos em plena igualdade, em função do seu mérito. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1948)

Em 1989 outro marco histórico internacional de grande importância surge, a Convenção Sobre os Direitos Da Criança, adotada pela Assembleia das Nações Unidas e ratificada no Brasil em 1990. O documento enuncia um conjunto amplo de direitos fundamentais às crianças, como direitos civis, políticos, sociais, econômicos e culturais.

O quinto princípio estabelecido pela Convenção define os direitos das crianças com deficiência. Para a Convenção, a criança deficiente tem direito a cuidados especiais, educação e formação adequada, que lhe permitam ter uma vida plena e decente, em condições de dignidade, e atingir o maior grau de autonomia e integração social possível (UNICEF, 2009).

Posteriormente, a Conferência Mundial da Educação para Todos de 1990 foi responsável por ratificar o direito de toda criança à educação, direito proclamado na DUDH em 1948. Dividido em 10 artigos, a Declaração procura satisfazer as necessidades básicas de aprendizagem, universalizar o acesso à educação e desenvolver uma política de apoio, entre outras definições estabelecidas no documento.

Surgiu então, em 1994, a Conferência Mundial sobre Necessidades Educacionais Especiais em Salamanca, na Espanha. O documento, denominado “Declaração de Salamanca” define o compromisso com a Educação para Todos, apoiando a Linha de Ação para as Necessidades Educativas Especiais (NEE) e reconhecendo a urgência da inclusão de todas as crianças, jovens e adultos com NEE no sistema comum de educação.

Seguindo essa linha de pensamento, Lima (2021) destaca que a simples intenção do sistema educacional na inclusão do aluno com deficiência não é suficiente. É de suma importância que todos os indivíduos que convivem com a

diversidade também coloquem em prática a inclusão no seu cotidiano, tornando a pessoa com deficiência parte integrante do todo (LIMA, 2021, p.57).

A Declaração de Salamanca se tornou, no Brasil, uma referência que marcou um novo momento para a Educação Especial, denominada posteriormente como Educação Inclusiva. Outro marco internacional no processo de inclusão da pessoa com deficiência nos sistemas educacionais foi a Carta do Terceiro Milênio, aprovada em Londres pela Assembléia Governativa da Rehabilítations Internacional em novembro de 1999.

Segundo o documento, direitos humanos básicos estavam rotineiramente sendo negados a parte da população mundial, destacando:

Nós buscamos um mundo onde as oportunidades iguais para as pessoas com deficiência se tornem uma sequência natural de políticas e leis sábias, que apoiem o acesso a, e a plena inclusão, em todos os aspectos da sociedade. (CARTA DO TERCEIRO MILÊNIO, 1999)

Portanto, a partir dessa breve conceituação e contextualização, percebe-se a necessidade de compreender os conceitos e as diferentes dimensões da acessibilidade. No próximo tópico será abordado como estes conceitos se relacionam ao ambiente universitário, com destaque ao histórico do tema na Universidade de Brasília.

2.2 O papel da universidade pública e seus desafios

Atualmente, somente cerca de 0,71% das matrículas em instituições de ensino superior (IES) são ocupadas por pessoas com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento ou altas habilidades/superdotação, segundo dados do Censo da Educação Superior de 2021 divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep).

No quadro 2 é possível observar ainda que o aumento percentual ao total de matrículas em cursos de graduação em 10 anos (2011 - 2021) foi somente de +0,38%, atingindo em 2021 o total de 63.404 matrículas, segundo dados do mesmo Censo.

Tabela 3 - Matrículas em cursos de graduação: Alunos com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento ou altas habilidades/superdotação no Brasil de 2011 a 2021.

Ano	Número de Matrículas de Alunos com Deficiência, Transtornos Globais do Desenvolvimento ou Altas Habilidades/Superdotação	Percentual em Relação ao Total de Matrículas em Cursos de Graduação
2011	22.367	0,33%
2012	26.483	0,38%
2013	29.034	0,40%
2014	33.377	0,43%
2015	37.927	0,47%
2016	35.891	0,45%
2017	38.272	0,46%
2018	43.633	0,52%
2019	48.520	0,56%
2020	55.829	0,64%
2021	63.404	0,71%

Fonte: Elaboração da autora.

A sub-representação das pessoas com deficiência nas instituições de ensino superior se deve a diversas questões. É importante entender quais são os fatores responsáveis por influenciar esse processo e como eles se relacionam, a fim de criar uma educação mais inclusiva e, conseqüentemente, uma sociedade com mais equidade de oportunidade.

As universidades públicas são regidas pelo artigo 207 da Constituição Federal de 1988, que dispõe: “As universidades gozam, na forma da lei, de autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial e obedecerão ao princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão” (BRASIL,1988).

O ensino constitui a base do conhecimento dos estudantes, são as aulas, monitorias, laboratórios e etc. São as atividades que buscam formar os estudantes em determinada área do conhecimento. Já a pesquisa é a materialização daquilo que é ensinado, do conhecimento adquirido. A extensão constitui o principal pilar entre universidade e sociedade. É nesse eixo que é estabelecido o processo de troca de conhecimento entre universidade e sociedade.

Atualmente o Ensino Superior no Brasil conta com 2.574 instituições, sendo mais de 87% (2.261) privadas, e pouco menos de 13% públicas (313), de acordo com dados do Censo da Educação Superior (2021), uma publicação do Ministério da Educação . Apesar das disparidades de acesso entre as instituições, as universidades públicas são protagonistas na produção de conhecimento no Brasil. A tríade ensino, pesquisa e extensão, além de contribuir para a produção universitária, contempla o papel solidário, social e cultural para com a sociedade (MOITA e ANDRADE, 2005).

Instituído em 2014, o Plano Nacional de Educação (Lei 13.005) determina que a extensão é uma atividade obrigatória na graduação e pós-graduação. Para reforçar, o Ministério da Educação (MEC) incluiu, em 18 de dezembro de 2018, a resolução nº 7 que dispõe que os créditos curriculares dos estudantes devem ser no mínimo 10% voltados para atividades de extensão.

Essas disposições legais surgiram com o objetivo de afirmar a importância da relação entre universidade e sociedade. A partir dessa questão, é importante compreender que a relação entre universidade e sociedade desempenha um papel crucial no desenvolvimento e progresso de ambas as esferas.

Um relatório publicado pela *Clarivate Analytics* para a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), em 2021, revela que as Instituições Públicas de Ensino Superior são responsáveis por cerca de 60% da produção científica do país. Esse número revela a grande importância da Universidade Pública para a sociedade brasileira.

Apesar disso, a Agência Câmara de Notícias destaca que somente no início de 2019, os cortes no Ministério da Educação foram de quase 30% para a Universidade de Brasília (UnB), a Universidade Federal da Bahia (UFBA) e a Universidade Federal Fluminense (UFF). A notícia destaca ainda que a justificativa do então

ministro da educação, Abraham Weintraub, foi de que as instituições promoviam “balbúrdia”.

O investimento em educação no Brasil alcançou, em 2022, o menor patamar desde 2012, conforme estudo divulgado pelo Instituto de Estudos Socioeconômicos - Inesc (2022). O estudo destaca ainda que, entre 2019 e 2021, a execução dos gastos com educação diminuiu R\$ 8 bilhões em termos reais (de R\$ 126,6 bilhões para R\$ 118, 4 bilhões). Já em 2022, a pesquisa indicou que o valor autorizado para a pasta (R\$ 123,7 bilhões) foi R\$ 6,2 bilhões menor que a verba de 2021 (129,8 bilhões).

O preconceito que permeia as universidades públicas brasileiras não é unânime e pode ser influenciado por diversos fatores. Dentre eles, destaca-se a falta de informação, que contribui para a disseminação de discursos de ódio, impulsionados pelo cenário político radical e polarizado que o Brasil vive há anos. O pesquisador Jessé Souza (2019, p. 54) ressalta em seu livro *A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato* que a polarização política tem sido utilizada como uma ferramenta para desqualificar as universidades públicas, criando uma narrativa de que essas instituições são ideologicamente enviesadas e que, por isso, não merecem financiamento público.

A estigmatização das instituições públicas de ensino superior e os discursos contrários a esses locais são frequentes. Mas, para além da bipolarização política, discursos, preconceitos e outros fatores, qual é o papel das instituições públicas nesse processo? Como essas instituições têm se comunicado com a sociedade? Essa comunicação tem sido efetiva? Essas perguntas são fundamentais para que se possa entender as barreiras entre a relação universidade e sociedade.

2.3 A acessibilidade na Universidade de Brasília (UnB)

Inaugurada em 1962 e com importante contribuição à produção científica no Brasil, a Universidade de Brasília (UnB) foi reconhecida nacionalmente como a primeira universidade federal do país a adotar a reserva de vagas para negros ainda em 2004 e iniciou sua história frente à inclusão de pessoas com deficiência em 1988, por meio de uma comissão iniciada pelo Decanato de Ensino e Graduação (DEG). A comissão tinha como objetivo a promoção de ações de mobilização sobre

a inclusão de pessoas com deficiência no ambiente universitário, mas teve suas atividades pausadas por não apresentarem resultados satisfatórios.

Em 1990, uma nova comissão é criada e a partir dela, surge o projeto de pesquisa sobre o ensino especial. A comissão só foi consolidada em 1994 por meio da resolução DEG/UnB 002/1994 que organizou, com setores internos e externos da UnB, estratégias para promoção do acesso e permanência de pessoas com deficiência no ambiente universitário. Desta forma, em 1998, a Diretoria de Desenvolvimento Social (DDS) apresentou um novo projeto que estabelecia uma política permanente de atenção à pessoa com deficiência na UnB.

Já em 1999, a Universidade contou com a criação do Programa de Apoio às Pessoas com Necessidades Especiais (PPNE). Vinculado à vice-reitoria, o programa surgiu após diversas discussões sobre o ingresso e diplomação dos estudantes com deficiência e necessidades educacionais específicas. Somente em 2017 a UnB instituiu a comissão responsável por elaborar a Política de Acessibilidade da Universidade, por meio do Ato da Reitoria, nº 1678/2017. A Política contou com o apoio de diferentes setores estratégicos - apresentados no quadro 3 - e com a comunidade acadêmica através de consultas públicas, sendo aprovada em 2019.

Segundo disposto no documento artigo 1º, a Política de Acessibilidade da UnB (2019) tem como objetivo:

Zelar pela aplicação da legislação sobre direitos das pessoas com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento, altas habilidades, superdotação e transtornos funcionais, bem como das normas técnicas e recomendações vigentes, nas ações, atividades e projetos promovidos e implementados pela Universidade de Brasília (UnB, 2019).

Sobre o público-alvo da Política, o documento compreende o corpo discente e docente, servidores técnico-administrativos e a comunidade acadêmica em geral identificados como: Pessoas com deficiência, pessoas com transtornos globais do desenvolvimento, pessoas com altas habilidades e superdotação e pessoas com transtornos globais específicos. O título IV da Política trata sobre a acessibilidade nas comunicações e no acesso a informações.

Quanto à garantia de acessibilidade nos portais da Universidade de Brasília, serão observadas as seguintes condições: I inclusão de requisitos de acessibilidade previstos nas normas governamentais e na legislação vigente ou por associações industriais, mas, preferencialmente, nas recomendações para acessibilidade ao conteúdo na Web, do World Wide Web Consortium (W3C) e-MAG; II disponibilização de interpretação em Libras e audiodescrição de conteúdos (UnB, 2019).

Logo depois, em 2020, é criada a Diretoria de Acessibilidade (DACES). O objetivo, segundo disponibilizado no site da da Universidade, é “estabelecer uma política permanente de atenção às pessoas com deficiência e/ou necessidade educacionais específicas na UnB e assegurar sua plena inclusão à vida universitária”. Segundo o Projeto Político-Pedagógico Institucional (2018), um dos princípios da UnB é “promover as condições de acessibilidade e a construção de um ambiente de trabalho e estudo inclusivo, respeitoso, solidário e colaborativo”. No quadro 3 é possível observar quais são os setores estratégicos da Universidade que compõem o núcleo de acessibilidade.

Tabela 4 - Setores que compõem o núcleo de acessibilidade da UnB.

DACES	Diretoria de Acessibilidade
DAC	Diretoria de Assuntos Comunitários
FE	Faculdade de Educação
SAA	Secretaria de Administração Acadêmica
BCE	Biblioteca Central
IL	Instituto de Letras
INFRA	Secretaria de Infraestrutura
DGP	Decanato de Gestão de Pessoas
DEG	Decanato de Ensino e Graduação
CPD	Centro de Informática
PRC	Prefeitura do Campus

Fonte: Elaboração da autora.

De acordo com dados da Reitoria da Universidade de Brasília (2022), a instituição conta com 431 estudantes cadastrados na Diretoria de Acessibilidade (DACES), vinculada ao Decanato de Assuntos Comunitários (DAC). Desses, 158 são estudantes com transtornos funcionais específicos, como dislexia, déficit de atenção e hiperatividade. Os outros 273 estudantes são pessoas com alguma deficiência.

Sobre o público atendido pela Diretoria de Acessibilidade (DACES), conforme descrito no artigo 3º da resolução nº 0050/2019 do Conselho de Administração, compreende pessoas com deficiência visual (Cegueira e baixa visão), surdez, deficiência auditiva, surdocegueira, deficiência física, deficiência intelectual e deficiência múltipla, pessoas com transtorno de espectro autista, com autismo, síndrome de Asperger, síndrome de Rett e transtorno desintegrativo de infância, pessoas com Transtornos Funcionais Específicos (TFE), como dislexia, disortografia, disgrafia, discalculia, Trastorno de Déficit de Atenção (TDAH) e hiperatividade, além das pessoas com altas habilidades/superdotação.

Dentre os diversos projetos e atividades desenvolvidos pela DACES para promoção da acessibilidade na UnB, estão:

- Produção de material acessível: A DACES, em parceria com o Laboratório de Apoio às Pessoas com Deficiência Visual da Faculdade de Educação (LDV) e a Biblioteca Digital e Sonora (BDS) faz a produção de materiais acessíveis para estudantes com deficiência visual (cegueira e baixa visão);
- Acompanhamento acadêmico: A DACES realiza o acompanhamento acadêmico dos estudantes com deficiência de forma a promover a acessibilidade metodológica. Para isso, são realizados atendimentos individuais e em grupo com estudantes e sua rede de apoio e contatos telefônicos;
- Acessibilidade nas comunicações e nas informações: A DACES, em parceria com o Instituto de Letras, fornece auxílio de intérprete de Libras em atividades da Universidade;
- Laboratório de Informática: A DACES possui um Laboratório de Informática em seu espaço físico, tendo como objetivo atender aos acadêmicos com deficiência no desenvolvimento de trabalhos e pesquisas;
- Transporte no campus: A DACES oferece transporte no campus para estudantes com deficiência física e mobilidade reduzida, visando a garantia da mobilidade inclusiva na UnB.

CAPÍTULO 3: A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A GESTÃO DA ACESSIBILIDADE NA UNIVERSIDADE

Neste capítulo, são abordadas as relações entre a Comunicação Organizacional e a gestão da acessibilidade na universidade, com o objetivo de estabelecer de que maneira esses dois processos se conectam. O foco está em compreender como a Comunicação Organizacional desempenha um papel fundamental na promoção e implementação da acessibilidade dentro do ambiente universitário.

3.1 Comunicação, sociedade e universidade

A comunicação é um processo essencial na relação entre universidade e sociedade. Kunsch (1992) destaca que:

A universidade, como centro da produção sistematizada do conhecimento, necessita canalizar suas potencialidades no sentido da prestação de serviços à comunidade, revigorando os seus programas de natureza cultural e científica e procurando irradiar junto à opinião pública a pesquisa, os debates, as discussões e os progressos que gera nas áreas de ciências, tecnologia, letras, artes e etc. Isto só é possível mediante a comunicação, que viabiliza o relacionamento entre a universidade e os seus diversos públicos. Daí a importância de um sistema planejado de comunicação para difundir de forma eficiente e eficaz a sua produção científica e, com isso, abrir suas portas a todos os segmentos da sociedade civil (KUNSCH, 1992, p. 9-10).

O entendimento da relação entre universidade e sociedade perpassa pela compreensão da comunicação pública, conceito que permite a melhor compreensão deste cenário. Segundo Duarte (2009, p. 126), a comunicação pública está relacionada à interação e ao fluxo de informações que estão relacionadas a temas de interesse coletivo. Já Bueno (2012, p. 136) destaca que “A comunicação de interesse público busca abranger as ações e atividades que têm como endereço a sociedade”.

Para isso, é essencial destacar a diferença entre comunicação pública, comunicação política e comunicação governamental. Segundo Brandão (2007), enquanto a comunicação política se associa ao marketing político, a comunicação governamental visa prestar contas do governo à sociedade. Já a comunicação pública, destaca a autora, é detentora e divulgadora de informação de interesse

coletivo. Matos (1999, p. 33) destaca ainda que “a comunicação pública remete ao processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade: um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país”.

Portanto, o intuito da comunicação pública é transmitir informação de interesse público, promovendo diálogo entre Estado e sociedade e, conseqüentemente, promovendo cidadania. Duarte (2007, p. 64) destaca:

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo.

Desta forma, é possível compreender que a comunicação pública engloba um processo essencial na relação universidade e sociedade, uma vez que esta garante a transmissão de informações de interesse social, promovendo diálogo e se alinhando ao princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, segundo garantido no artigo 207 da Constituição Federal (1988).

Portanto, pode-se concluir que a relação comunicacional entre universidade e sociedade é fundamental. Porém, na sociedade brasileira ainda há muitas barreiras nesse processo. A fim de compreender essas problemáticas, mostra-se necessária a explanação sobre os processos comunicacionais que ocorrem na Universidade enquanto organização.

3.2 A universidade enquanto organização complexa e seus processos comunicacionais

A universidade é definida de diferentes formas em contextos históricos distintos. Kerr (1982) defende que a universidade moderna é representada por uma multiversidade, apresentando uma organização inconsistente. Isso, segundo o autor, se deve ao fato da universidade ser composta por várias comunidades com objetivos diferentes entre si. Já Baldrige *et al* (1982) destaca a universidade enquanto organização complexa, aglutinadora do saber produzido pela sociedade e detentora

de objetivos, sistemas e estruturas hierárquicas e diferentes de outras organizações burocráticas.

Em resumo, a universidade é uma organização complexa, portadora de características peculiares que a diferencia de outras organizações (Santo e Oliveira, 2007, p. 4). Neste sentido, Estrada (2000) define que essas são organizações singulares, com diversidade de objetivos, compostas por diversas sub-culturas e grupo profissional independente no modo de atuação mas colaborativo nos recursos. E enquanto organização complexa, torna-se necessária a compreensão dos processos comunicacionais das universidades.

A comunicação deve ser compreendida como fenômeno inerente às organizações. Afinal, organizações são constituídas por pessoas que se comunicam por meios de diversos processos comunicacionais. Nesse contexto, considerando a diversidade humana e todas as variáveis que influenciam a comunicação organizacional, é necessário entender esse fenômeno. Taylor (2005) ressalta que “as organizações se auto-organizam e o fazem como resultado da dinâmica da interação local. A auto-organização é um fenômeno comunicacional” (TAYLOR, 2005, p. 215). O autor defende que mais do que a transmissão de mensagens ou conhecimento, o processo comunicacional deve ser entendido como uma atividade que tem como resultado a formação de relacionamento.

O processo comunicacional que ocorre no âmbito organizacional é de fato complexo e engloba as relações entre o sistema macro (estrutura social) e o sistema micro (organização). Mas “comunicar é criar vínculos” (BALDISSERA, 2000, p. 20). Kreps (1990) entende a comunicação organizacional como o processo fundamental para obtenção de informações pertinentes às mudanças organizacionais. Segundo ele, a informação constitui uma variável que une a comunicação à organização, processo fundamental na manutenção da estrutura organizacional.

Para Riel (1995) a comunicação organizacional é o processo que engloba relações públicas, estratégias organizacionais, marketing corporativo, propaganda corporativa, comunicação interna e externa formando um grupo de atividades voltadas para os públicos com os quais a organização se relaciona. Já Goldhaber (1991) define a comunicação organizacional como o “fluxo de mensagens processadas em uma rede de relações interdependentes”.

Segundo Kunsch (2006), a comunicação organizacional, na forma em que se acha configurada hoje, é fruto da Revolução Industrial.

Esta, com a conseqüente expansão das empresas a partir do século XIX, propiciou o surgimento de mudanças radicais nas relações de trabalho, nas maneiras de produzir e nos processos de comercialização. Nesse contexto é que se devem buscar as causas do surgimento da propaganda, do jornalismo empresarial, das relações públicas e da própria comunicação organizacional como um todo. (KUNSCH, 2006)

A autora defende que essas mudanças obrigaram as organizações a buscarem novas formas de comunicação com o público interno e com o público externo. Posteriormente, o processo se transformou novamente, com o fenômeno da globalização e revolução tecnológica da informação e da comunicação. A autora defende:

As organizações, como partes integrantes da sociedade, são diretamente afetadas por todas essas novas mudanças e, conseqüentemente, a sua comunicação assume novas formas de atuação. Deixa de ter uma função apenas técnica e instrumental para ser estratégica. As ações de comunicação precisam ser muito mais bem pensadas estrategicamente e planejadas com base em pesquisas científicas e análise de cenários. Daí a necessidade de se ter uma visão abrangente e integrada da comunicação, unindo o trabalho de relações públicas frente à comunicação institucional e o de marketing frente à comunicação mercadológica, como veremos mais adiante. (KUNSCH, 2006)

Assim como Kunsch (2006) outros estudiosos defendem que, a partir dos anos 90, a comunicação das organizações passou de tática para estratégica. Segundo Bueno (2003), nesse novo contexto, a comunicação rompe os limites tradicionais e passa a se tornar parte essencial no organograma. Assumindo o lado estratégico, a comunicação se integra a outros setores e departamentos das organizações, promovendo, segundo Torquato (1986), sinergia internamente e comportamentos e atividades favoráveis externamente. Segundo ele, esta “é a mais desenvolvida, tanto do ponto de vista conceitual quanto dos pontos de vista operacional e tecnológico” (Torquato, 2002, p. 34).

Esse novo modelo comunicacional reúne o lado mercadológico ao institucional, processos anteriormente antagônicos. Kunsch (1997) adiciona ainda a comunicação interna como parte essencial no processo.

A comunicação integrada permite que se estabeleça uma política global, em função de uma coerência maior entre os programas, de uma linguagem comum e de um comportamento homogêneo, além de se evitarem as sobreposições de tarefas. Os diversos setores trabalham de forma conjunta,

tendo ante os olhos os objetivos gerais da organização e ao mesmo tempo respeitando os objetivos específicos de cada um (KUNSCH, 1997, p. 115).

A autora defende que a comunicação integrada é formada por três grandes áreas: as Relações Públicas, a Comunicação Interna e o Marketing. Para Kunsch (2003, p. 149 a 165), a integração entre essas três grandes áreas da comunicação permite que a uma organização se relacione com seus diversos públicos. Desta forma, não sendo possível o desenvolvimento de uma comunicação efetiva sem o pleno funcionamento dessas três áreas, em um processo cotidiano de atuação da comunicação organizacional, como disposto na figura 1.

Figura 1 - Comunicação Organizacional Integrada



Fonte: Adaptado pela autora (KUNSCH, 2003).

Sobre a relevância da comunicação interna nesse processo, Vieira (2004) define que é essencial que as organizações envolvam seus departamentos em seus processos internos, defendendo uma comunicação menos formal e mais programada, a fim de obter melhores resultados. Já Nassar (2005) defende que o sucesso de uma organização depende da importância que é atribuída à comunicação interna, pois “a mesma desempenha um papel preponderante na

formação do clima organizacional e na construção da imagem institucional perante o público interno” (NASSAR, 2005).

Organizações são feitas de pessoas, portanto são complexas e estão ligadas a diferentes contextos, culturas e perspectivas, principalmente quando se trata das organizações universitárias. Isso atribui uma alta complexidade à comunicação interna, necessária nos processos de integração das sub-culturas e diversidades do ambiente universitário. Para Argenti (2011), as organizações vivem em constante mudança e o modo como elas se organizam e se adaptam a essas questões é o que determina o sucesso de seus negócios. Chiavenato (2004) afirma ainda que, enquanto atividade administrativa, a comunicação interna precisa ser fonte de informação e promover um ambiente que promova o melhor desempenho da equipe.

Portanto, enquanto fonte de informação e promotora de conhecimento a comunicação interna é essencial para a construção da cultura organizacional. Chiavenato (2005, p. 126) defende que a cultura organizacional é o conjunto de hábitos e crenças, compartilhadas pelos colaboradores de determinada organização, que caracteriza sua mentalidade e modo de agir.

O processo de modificação de uma cultura organizacional é longo e demorado, exigindo esforço de todos os membros da organização e processos muito bem definidos, visto que uma cultura é construída por todos (ROBBINS, 2009, p. 226). A acessibilidade da pessoa com deficiência, enquanto tema de relevância na promoção de uma sociedade mais inclusiva, ainda não é uma realidade para grande parte da sociedade brasileira. Na educação, assim como exposto anteriormente, a representação desse público é mínima e a acessibilidade passa longe de ser uma realidade no ensino superior brasileiro.

A partir disso, é possível observar a importância da comunicação organizacional na promoção da acessibilidade nas instituições de ensino superior (IES) brasileiras. É necessário que o tema seja amplamente informado internamente, promovendo o conhecimento e a mudança na cultura organizacional nessas instituições. Para Curvello (2012), a comunicação organizacional no âmbito da comunicação interna exerce um papel estratégico fundamental e defende que, alinhado às políticas de administração de recursos humanos, visa integrar os públicos aos principais objetivos da organização.

CAPÍTULO 4: PERCURSOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão descritos os percursos, métodos e procedimentos utilizados no desenvolvimento do estudo. Além da pesquisa bibliográfica abordada nos primeiros capítulos, os resultados da pesquisa foram compostos também pela realização de entrevistas e a aplicação de questionário.

4.1 Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica é “o levantamento de toda a bibliografia publicada, visando fazer com que o pesquisador tenha contato com o que já foi produzido sobre determinado assunto” (LAKATOS e MARCONI, 1995, p. 14) . Já Duarte (2006, p. 51) esclarece que:

Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões.

A revisão da literatura permite que o pesquisador se aprofunde na problemática, fazendo com que os esforços do estudo se concentrem em tópicos e questões ainda não pesquisadas. Segundo Duarte (2006, p. 54), "ao passo que o pesquisador vai lendo sobre o assunto de seu interesse, lacunas vão sendo descobertas e novas ideias de investigação surgem". A fim de organizar a pesquisa bibliográfica, o autor sugere algumas etapas a serem seguidas pelos pesquisadores, sendo elas: a identificação do tema e assuntos, a seleção das fontes, a localização e obtenção do material e a leitura e transcrição dos dados (DUARTE, 2006, p. 53 a 61).

A pesquisa bibliográfica apresentada no presente estudo teve como objetivo principal a compreensão da acessibilidade comunicacional enquanto fator essencial para promoção do acesso à universidade. Desta forma, foi apresentado os conceitos e dimensões da acessibilidade comunicacional e todos os temas relacionados, mapeando as principais normas relacionadas à promoção da inclusão nos canais digitais de comunicação. A pesquisa bibliográfica foi realizada ao longo de 4 meses, de março a junho de 2023.

4.2 Entrevista

De acordo com Fontana e Frey (1994), as entrevistas são instrumentos comuns mas muito importantes para compreender a condição humana. Selltiz *et al.* (1987, p. 34) definem que as entrevistas em profundidade são úteis para estudos exploratórios, que tratam sobre conceitos ou percepções. Duarte (2006, p. 62), destaca :

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que deseja conhecer (DUARTE, 2006, p. 62).

No caso da presente pesquisa, foi realizada uma entrevista semi-estruturada, com um roteiro pré-definido e novas questões que surgiram a partir do desenvolvimento da conversa. A transcrição completa da entrevista pode ser consultada no anexo I. Segundo Duarte, “O roteiro da entrevista semi-aberta exige poucas questões, mas suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade” (DUARTE, 2006, p. 64).

A fim de compreender como o processo comunicacional funciona na Universidade de Brasília, servidoras da Secretaria de Comunicação (Secom/UnB) contribuíram na pesquisa. Por fim, foram muitas as tentativas sem êxito de entrevistar a Diretoria de Acessibilidade (DACES/UnB). O objetivo seria compreender o funcionamento da DACES, além de verificar se há ações voltadas para a promoção da acessibilidade comunicacional. Porém, a pesquisadora encontrou dificuldades nesse processo.

O primeiro contato com a Diretoria foi realizado na primeira semana do mês de março. A resposta obtida foi de que a realização da entrevista com a Diretora de Acessibilidade somente seria possível mediante a apresentação de documentação do Comitê de Ética de Pesquisa da UnB. A autora então verificou com a sua orientadora sobre a documentação necessária e foi informada de que o período de espera do Comitê era maior do que o prazo de entrega final da presente pesquisa, fato que foi informado para a DACES por e-mail. Depois, não houve mais resposta.

Em uma tentativa de conseguir alguma resposta, a autora se dirigiu à DACES na primeira semana de junho. A visita também não gerou nenhum resultado. A orientação da secretária foi de que um novo e-mail fosse encaminhado..

Prontamente, outro e-mail foi encaminhado, mas também sem respostas. Todas as tentativas de contato foram realizadas pela autora mediante cópia para a professora orientadora. Desta forma, essa entrevista não foi realizada. Apesar disso, todo o material encontrado a respeito da Diretoria foi citado na pesquisa bibliográfica.

Dessa forma, a pesquisa prosseguiu com a entrevista com duas servidoras da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília (Secom/UnB) e com dois discentes com deficiência. No capítulo a seguir há a transcrição das respostas e análise dos resultados obtidos.

4.3 Pesquisa de opinião: o *survey*

A pesquisa de opinião, de acordo com Novelli (2006, p. 165), tem se mostrado um importante instrumento de pesquisa na contemporaneidade, destacando que sua aplicação extrapolou o campo político e se tornou um método reconhecido pela Comunicação Social. Além disso, no caso da presente pesquisa, era de grande importância compreender qual era o entendimento do público com relação à acessibilidade na universidade. Os dados quantitativos gerados pela pesquisa de opinião facilitam esse processo.

A pesquisa quantitativa teve como público os alunos com deficiência da Universidade de Brasília (UnB). O questionário foi feito através da plataforma Google Formulário e tinha 28 perguntas, conforme pode ser consultado no Anexo II deste trabalho. A fim de alcançar o público desejado, o formulário foi encaminhado para a Diretoria de Acessibilidade, que realizou a distribuição do link de acesso para os mais de 430 discentes cadastrados na DACES.

Além disso, o questionário foi encaminhado por meio do WhatsApp, Telegram, Instagram e foi também compartilhado pela Secretaria da Faculdade de Comunicação para todos os discentes cadastrados. O objetivo da pesquisa de opinião foi obter dados quantitativos a respeito da acessibilidade comunicacional digital na UnB, além de levantar também dados gerais sobre o tema.

CAPÍTULO 5: RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo apresenta a análise dos resultados obtidos a partir das entrevistas, questionário e análise do Instagram da Universidade de Brasília.

5.1 Entrevistas

As entrevistas com as servidoras da Secretaria de Comunicação da UnB (Secom) foram realizadas no dia 5 de junho de 2023 de forma remota, por meio da plataforma *Google Meets*, em razão da greve dos técnicos administrativos que teve início no dia 02 de junho de 2023. A mobilização foi realizada após a cassação do direito de receber a URP (Unidade de Referência de Preço), parcela referente a 1/4 dos salários de quase cinco mil servidores ativos e aposentados, em 24 de maio.

A Secom trabalha na promoção da transparência em relação aos atos de administração e aos eventos da Universidade que impactam a comunidade acadêmica. Este é um papel fundamental, pois a Secom é a responsável pela preservação da imagem institucional e pela promoção da responsabilidade ética, intelectual e administrativa da Universidade. Dentro desse contexto, tanto as iniciativas promovidas pela Secom quanto os produtos resultantes de seu trabalho têm como objetivo estabelecer uma conexão entre a sociedade e a realidade do ambiente universitário.

Conforme disponibilizado no UnB Notícias, portal informativo da instituição, os valores desenvolvidos pela Secom incluem a verdade, apartidarismo e respeito aos princípios da Universidade, além da valorização da diversidade, integração da comunidade acadêmica e uso racional dos recursos públicos. Destaca-se também que a Secretaria produz conteúdos com foco no interesse social, com pautas que priorizam a ciência e os serviços, em conformidade com a missão institucional da UnB de divulgar o conhecimento.

A equipe da Secom é formada por produtores culturais, revisoras, jornalistas, designers e fotógrafos, além de profissionais das relações públicas, administração e tecnologia da informação. As entrevistadas, Karoline Marques Pires e Angélica Peixoto de Paiva Freitas, são responsáveis pelo Núcleo de Mídias Sociais da Secom e fazem parte da Coordenação de Jornalismo Institucional e Científico.

O objetivo da entrevista com as servidoras foi compreender o funcionamento da Secom, as principais dificuldades enfrentadas e como a acessibilidade é trabalhada na rotina de produção de conteúdo. Foram feitas oito perguntas às entrevistadas, sendo elas:

1. Qual a formação, quais cargos vocês ocupam aqui na Secretaria de Comunicação da UnB e como é a rotina de trabalho enquanto servidoras?
2. Quais são os canais digitais oficiais da UnB? Como é o processo de seleção dos conteúdos que vão para esses canais digitais?
3. No que se refere à divulgação científica do que é produzido na UnB, como isso chega aos canais digitais?
4. Há, nos manuais de identidade visual e de tom e voz, algum direcionamento no que se refere à acessibilidade para pessoas com deficiência? Neste caso estamos falando, por exemplo, da utilização de imagens com alto contraste e descrição de imagem.
5. Relacionado a isso, como a acessibilidade é incluída na produção de conteúdos da Secom? Por exemplo, quando temos a produção de um vídeo, há a inclusão de um intérprete de libras e preocupação com a legendagem?
6. Na equipe de comunicação da Secom existe algum colaborador com deficiência? Se não, há alguma ação que promova a inclusão de pessoas com deficiência na equipe?
7. Por fim, gostaria de saber, enquanto profissional de comunicação, como você entende a importância da acessibilidade para pessoas com deficiência? E no contexto da universidade, como você entende isso?

5.1.1 Angélica Peixoto de Paiva Freitas - Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília (Secom/UnB)

Angélica é mestra em Comunicação pela Universidade de Brasília (2018), bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário do Triângulo (2010), Doutoranda em Direitos Humanos (2023) e produtora cultural da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília. A linha de pesquisa de Angélica durante o mestrado foi a representação de Brasília na revista Traços e na série Distrito Cultural. Agora, a pesquisadora se dedica a

compreender a percepção dos calouros sobre o processo de ingresso na Universidade de Brasília.

Durante a entrevista, sobre as funções atribuídas ao Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da UnB, Angélica destacou:

Nós trabalhávamos, até pouco tempo, antes de uma reformulação interna da Secretaria de Comunicação, na linha de frente das Comunicações Institucionais. Então, a gente atuava muito ali nas campanhas institucionais, na comissão de boas-vindas para recepção dos calouros e também no recebimento, gestão e registro das solicitações de divulgação. Já completou um ano e meio que, com a reformulação estrutural dos núcleos e coordenações dentro da Secom, eu e Carol ficamos dentro da coordenação de mídias sociais. Mas nós continuamos nessa vertente também do recebimento e agora cadastramento das solicitações de divulgação. Agora, a gente vem com essa conexão com a equipe de produção de conteúdo, que é a equipe que gerencia, distribui e produz as matérias, pautas e publicações que vão para todos os nossos canais institucionais, que seriam: o Notícias, o UnB Ciência, a UnB Agenda, o informativo semanal que é o UnB Hoje, a revista Darcy e também os nossos três perfis oficiais nas redes sociais: Instagram, Facebook e Twitter. Então tudo que chega à Secom é avaliado, a gente tem aí os nossos critérios de noticiabilidade que funcionam como filtros e direcionam cada perfil de solicitação para seu canal adequado. Então dependendo do canal de saída são colegas diferentes que vão produzir esses textos, entrevistas, fotos e, eventualmente, artes gráficas para ilustrar alguma especificidade.

Segundo ela, a produção de conteúdos para os canais digitais de comunicação da UnB são feitos de forma colaborativa, com os membros de outros núcleos e coordenações. Isso acontece, entre outros fatores, porque a equipe no Núcleo de Mídias Sociais é formada somente por ela e Karoline Marques Pires.

A falta de recursos humanos sobrecarrega a equipe, fazendo com que a colaboração dos outros núcleos e coordenações seja essencial. Nesse sentido, o Núcleo de Mídias Sociais tem a função de direcionar a produção de conteúdos por outros setores, fazendo com que as abordagens sejam sempre condizentes às mensagens e canais utilizados. Ela destaca que:

Somos eu e Karol nas Mídias, mas isso não impede que outros colegas contribuam em produções de conteúdo junto com a gente. Quando dizemos que somos nós duas, queremos dizer que somos nós que gerenciamos o que vai entrar de conteúdo, distribuimos o calendário, fazemos também postagens, colocamos os conteúdos no ar e muitas vezes damos esse direcionamento, quando não somos nós que produzimos os conteúdos. Damos esse direcionamento para outros colegas que vão produzir, por exemplo, vídeos, entrevistas, né? Aí a gente conversa, “Olha, vamos dar essa abordagem? Esse conteúdo pode ficar interessante dessa forma”.

Para ela, esse é um trabalho complexo, principalmente devido à relevância da instituição. A servidora destaca que:

A gente trabalha o tempo inteiro com a noção de que nós estamos lidando com o posicionamento de uma instituição muito maior, muito mais complexa e que tem que agir politicamente e estrategicamente para diferentes públicos.

Segundo Angélica, o trabalho com as redes sociais têm um impacto muito grande para a instituição. Ela destaca que a interação é um fator importante no entendimento das questões da universidade:

Porque as redes sociais são os locais de interação, diferente de outros canais. Não é que não tenha interação nesses outros canais, igual a revista Darcy, existe um espaço do leitor onde a interação é promovida. Mas não é síncrono como nas redes sociais, né? É uma coisa impressionante, sei lá, em 30 segundos de uma publicação a gente tem cinco mil visualizações.

Esse fator de relevância das redes sociais é essencial no entendimento da importância da acessibilidade comunicacional para a UnB. O poder de distribuição dos conteúdos pelo Facebook, Instagram e Twitter oficiais da Universidade apresenta a importância de que esses conteúdos sejam acessíveis para todos. Como destacado anteriormente, por vezes a acessibilidade é ligada somente ao que é físico, como a acessibilidade arquitetônica. Porém, o conceito de acessibilidade é muito mais amplo e está ligado à transposição de barreiras para a efetiva participação de todos (UFC, 2014). Sobre essa questão, a servidora destaca duas limitações principais enfrentadas pelo Núcleo de Mídias Sociais da Secom:

Nós temos duas questões, duas limitações principais, né Karol? Você me corrija se achar que existem outras questões também. A primeira limitação é tecnológica, que é por exemplo, da estrutura do Portal, que inclusive vai passar por uma transição nos próximos meses de desenvolvedor da página. E a outra é uma limitação humana, de treinamento, de capacitação e de reforço na equipe porque, querendo ou não, é mais uma demanda que vai exigir tempo, dedicação. Ou seja, é mais uma tarefa a ser agregada nessa dinâmica imensa do dia a dia. Então, eu vejo como esses dois pilares.

Sobre esse fator, torna-se necessário pontuar que a acessibilidade comunicacional não é um tópico que integra a formação de comunicadores, um dos motivos pelos quais a presente pesquisa foi desenvolvida. Para isso, é essencial pensar no processo de capacitação interna dos servidores, técnicos, corpo docente e outros colaboradores da Universidade, no sentido de promover a acessibilidade de forma atitudinal. Nesse sentido, Angélica destaca também :

Esse tema da acessibilidade está muito em destaque e é uma das nossas urgências e prioridades. Então essa questão da busca do nosso aperfeiçoamento humano e técnico de ferramentas e instrumentos, porque a gente entende que ela é muito necessária, mas também tem que ser algo

orgânico e integrado nas funções do dia a dia, né? Para que isso não represente demandas extras que consumam o nosso tempo, o nosso fluxo de produção ou que a gente tenha reforços efetivos de gente para atuar nessa linha de frente para que as coisas possam acontecer.

A disponibilidade e o interesse pelo tema é essencial para que a acessibilidade comunicacional comece a ser um dos fatores essenciais para produção de conteúdo da Secretaria de Comunicação da UnB, fatores que são de claro interesse para as servidoras entrevistadas, Angélica e Karoline.

5.1.2 Karoline Marques Pires - Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília (Secom/UnB)

Mestra em Comunicação (2018), Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Comunicação Organizacional (2014) e Doutoranda em Direitos Humanos (2023) pela Universidade de Brasília (UnB), Karoline Marques Pires compõe também a equipe da Secretaria de Comunicação da UnB como produtora cultural. Sua linha de pesquisa é voltada à Lei de Acesso à Informação (LAI), demonstrando seu interesse em explorar as implicações legais e os aspectos comunicacionais relacionados ao acesso à informação.

Durante a entrevista, Karoline destacou sobre os critérios de seleção de conteúdos do Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da UnB:

Então, a gente tende a definir conteúdos diferentes dependendo da mídia social com que a gente trabalha. A gente tem o Facebook, o Instagram e o Twitter né? E o Twitter a gente usa mais para divulgar o que a comunidade acadêmica produz em termos de eventos, de atividades mais específicas. Por exemplo, o Instituto de Letras está fazendo uma palestra sobre José de Alencar amanhã. Isso não vale um post no feed do Instagram para 130 mil pessoas saberem que vai ter uma palestra específica sobre isso. Então no Twitter, como tem essa questão de microblog de ser uma coisa mais rápida, a gente tenta divulgar os eventos que estão sendo produzidos pela comunidade, como forma de dar uma visibilidade maior. Já o Facebook e o Instagram a gente usa mais para conteúdos que abrangem mais pessoas da comunidade e que sejam mais institucionais. Então, editais de seleção de ingresso a gente divulga mais, claro que também vai para o Twitter em algum momento, mas assim, o principal deles é Facebook e Instagram.

Sobre esse processo, Karoline destaca também a complexidade no gerenciamento das mídias sociais. Segundo ela, é necessário compreender o momento para trabalhar cada comunicação, a fim de não gerar crises maiores do que a instituição já costuma enfrentar:

Às vezes tem alguma crise institucional também que está rolando na Universidade, então a gente precisa ter muita ciência para não postar um

conteúdo que tenha, de alguma maneira, uma relação com essa crise que está acontecendo. A gente tem que dosar também o que a gente publica em termos de não aumentar aquilo que já está gerando uma crise para instituição naquele momento.

Sobre a acessibilidade comunicacional nos canais digitais de comunicação da Universidade, Karoline destaca que esse é sim um tópico que faz parte da rotina da Secom. Porém, não é de uma forma sistematizada ou definida:

Eu acho que a acessibilidade não é pensada em cada coisa que a gente faz, nesse sentido mais específico. Mas assim, de forma ampla, ela é pensada. No sentido de que a gente quer promover mais acessibilidade nos nossos produtos e serviços. Mas a gente não especificamente pensa em atividades separadas. E aí, por exemplo, hoje o que a gente tem de mais acessível é o nosso Portal, ele tem várias questões de contraste, fonte menor e maior, tem libras, ele tem tudo isso. Então eu acho que em termos do que a gente tem hoje, o Portal é o nosso canal com mais acessibilidade. Nas redes sociais a gente tenta o máximo que a gente consegue, promover, mas assim, a gente tem uma questão de sobrecarga que a gente não consegue fazer o mínimo. Por exemplo, uma coisa que a gente tava tentando fazer era a descrição das imagens, para a gente poder disponibilizar para o público. Mas isso é até uma coisa que a gente tava conversando para poder buscar treinamento sobre isso. Primeiro que a gente não sabe direito como fazer a descrição das imagens, a gente não sabe exatamente o que precisa colocar. E segundo, que tem umas imagens que parecem um TCC, são muito complexas. Geralmente são as do Twitter, que a gente utiliza as imagens dos eventos que as unidades disponibilizam para a gente, e aí, a unidade não tem a mesma noção de identidade visual. Enfim, então assim, a gente não sabe nem por onde começar. E aí, dependendo da imagem a gente faz sim. Outra coisa que a gente faz é colocar legenda nos vídeos, a gente tenta sempre colocar. Mas assim, a acessibilidade nas redes é basicamente isso. Fora, claro, os mecanismos de acessibilidade que as próprias redes sociais possuem, né? Legendas automáticas, contraste, elas já tem.

A questão da necessidade de capacitação sobre a promoção da acessibilidade, já mencionada anteriormente pela Angélica, aparece também no discurso de Karoline. Sobre a modificação da cultura organizacional, Robbins (2009) destaca que esse é um processo demorado e que exige esforço de toda uma organização, além de claro, processos bem definidos.

Para Curvello (2012) a comunicação organizacional exerce um papel estratégico fundamental nas instituições e que, alinhado às políticas de recursos humanos, integra os públicos internos aos objetivos da organização. Esse entendimento é fundamental para a problemática estabelecida anteriormente, uma vez que fornece uma proposta para que a acessibilidade se torne parte da Universidade como um todo.

Primeiramente, a mudança é interna e depende de planejamento estratégico e integração. Esse é um processo diretamente conectado ao conceito de comunicação integrada de Margarida Kunsch, que estabelece que o relacionamento entre organização e seus públicos deve acontecer por meio da integração de três grandes áreas: as Relações Públicas, a Comunicação Interna e o Marketing (Kunsch, 2003, p. 149 a 165).

No caso da UnB, enquanto organização complexa, esse processo é ainda mais fundamental. Sem um desenvolvimento e integração contínua entre a comunicação institucional, administrativa e mercadológica, não será possível promover uma Universidade mais acessível.

Por fim, Karoline destaca que:

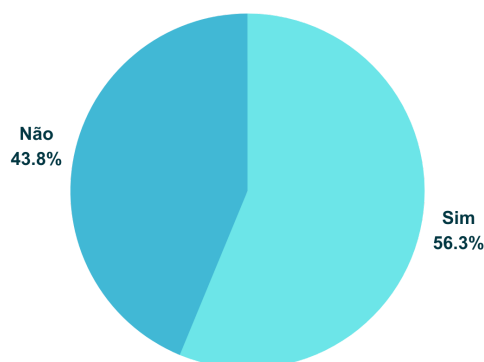
Na minha opinião, esse é um tema de muita relevância. Inclusive, eu queria ter mais consciência em relação à acessibilidade para que eu pudesse pensar em mais alternativas para isso, porque eu não tenho um treinamento da Instituição e pessoal para lidar com uma comunicação mais acessível. Mas eu entendo que é um tema de muita relevância, ainda mais dentro de uma Universidade, em que a gente lida com públicos tão diversos. Então a minha expectativa é que a gente possa, cada vez mais, oferecer conteúdos que sejam mais acessíveis e desejo que a Universidade tenha um espaço também mais acessível, porque além da comunicação a gente sabe que os entraves aqui na UnB são grandes em relação a isso.

5.2 A Acessibilidade Comunicacional na visão dos alunos com deficiência

Com o objetivo de compreender quais são os principais desafios enfrentados pelos discentes no acesso à esses conteúdos, as principais questões abordadas no questionário foram: quais são os canais digitais mais utilizados, quais são os recursos necessários para atendê-los, quais são as maiores dificuldades enfrentadas, de que forma eles acessam as informações da Universidade, entre outros.

O questionário foi aplicado através da plataforma Google Formulário de 16 de maio de 2023 a 28 de junho de 2023 para os alunos com deficiência da Universidade de Brasília, o roteiro do questionário aplicado pode ser consultado no Anexo II. Ao todo, obtivemos 32 respostas, sendo 18 pessoas com deficiência e 14 pessoas sem deficiência, conforme o gráfico 1.

Gráfico 1 - Público respondente da pesquisa de opinião.



Fonte: Elaboração da autora.

Nota-se no gráfico acima que 43,8% das pessoas que acessaram o questionário não se identificavam como pessoas com deficiência. O fato desse quantitativo significativo ter acessado o formulário pode ter sido um erro na formulação e na utilização do termo “pessoa com deficiência”, isso porque o questionário procurava alcançar todos os públicos atendidos pela DACES, sendo elas as pessoas com deficiência visual (Cegueira e baixa visão), surdez, deficiência auditiva, surdocegueira, deficiência física, deficiência intelectual e deficiência múltipla, pessoas com transtorno de espectro autista, com autismo, síndrome de Asperger, síndrome de Rett e transtorno desintegrativo de infância, pessoas com Transtornos Funcionais Específicos (TFE), como dislexia, disortografia, disgrafia, discalculia, Transtorno de Déficit de Atenção (TDAH) e hiperatividade, além das pessoas com altas habilidades/superdotação.

Ao utilizar o termo "pessoa com deficiência", algumas pessoas com Transtornos Funcionais Específicos (TFE), Transtorno de Déficit de Atenção (TDAH), hiperatividade e pessoas com altas habilidades/superdotação podem não terem se identificado. Isso ocorre devido ao fato de que, no contexto jurídico brasileiro, essas condições não são legalmente classificadas como deficiências. O entendimento de que o TDAH não é categorizado como uma deficiência baseia-se na natureza do transtorno, considerado uma disfunção, o que o exclui do escopo do Estatuto da Pessoa com Deficiência.

Esse fato ocorre porque o TDAH não representa uma condição que impeça completamente o indivíduo de desempenhar uma função específica, mas sim que dificulta a realização da mesma, similarmente ao que acontece com pessoas com altas habilidades/superdotação. Portanto, a fim de abranger todos os públicos desejados, seria necessário especificar com maior clareza o objetivo da pesquisa. Dessa forma, a pesquisa poderia englobar todas as condições que podem apresentar dificuldades no acesso aos conteúdos produzidos nos canais digitais da Universidade de Brasília, incluindo pessoas com Transtornos Funcionais Específicos (TFE), Transtorno de Déficit de Atenção (TDAH), hiperatividade e pessoas com altas habilidades/superdotação.

Para melhor visualizar o perfil dos estudantes participantes no questionário, gerou-se na tabela 5, que apresenta um resumo da diversidade de gênero, deficiência e curso dos participantes do formulário.

Tabela 5 - Perfil dos estudantes participantes da pesquisa de opinião.

Dados	Descrição	Número de participantes
Gênero	Feminino	9
	Masculino	6
	Não-binário	3
Cor/etnia	Branca	12
	Parda	6
Idade	De 18 a 24 anos	12
	De 36 a 49 anos	4
	De 25 a 35 anos	2

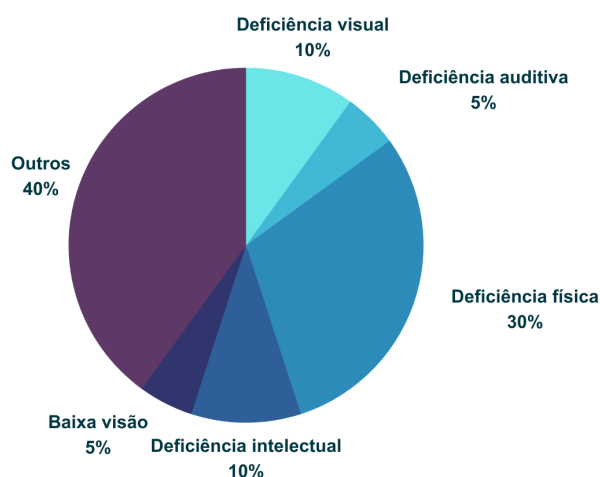
Fonte: Elaboração da autora.

A partir dos dados apresentados na tabela acima é possível identificar que houve maior participação de pessoas do gênero feminino (50%) em comparação com as do gênero masculino (33,3%) e pessoas não-binárias (16,7%). Sobre a cor dos participantes, as pessoas brancas representam cerca de 67% dos participantes, enquanto as pessoas pardas representam cerca de 33,3%. Não houve registro de nenhum participante nas opções para pessoas indígenas, pretas e amarelas.

Também é possível notar que 66,7% dos participantes têm entre 18 e 24 anos, enquanto 22,2% pertencem ao grupo que tem entre 36 e 49 anos e pouco mais de 11% têm entre 25 e 35 anos.

Outros dados sobre os participantes do formulário foram captados, a fim de compreender o público respondente de forma mais completa. De modo geral, cerca de 62% dos participantes não possuem outra ocupação além da Universidade. Dentre os que trabalham, 33% são estagiários e 20% são autônomos ou empreendedores.

Gráfico 2 - Tipos de deficiência dos participantes da pesquisa de opinião.



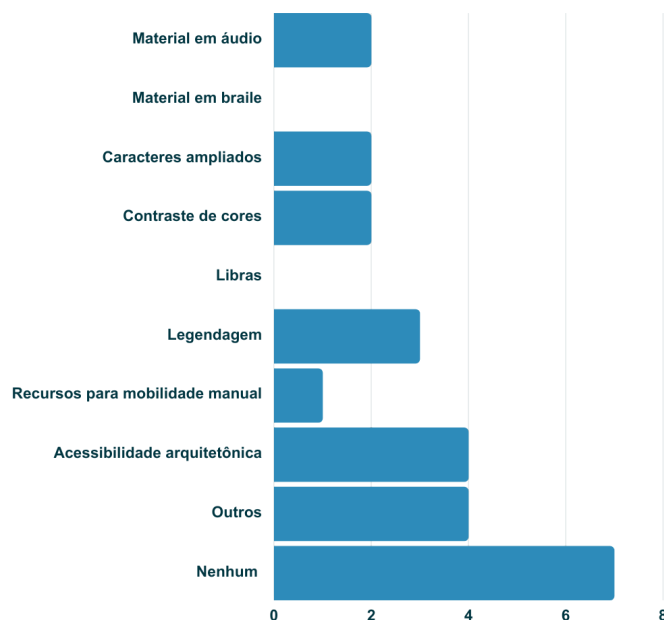
Fonte: Elaboração da autora.

Sobre as deficiências dos participantes, é possível observar no gráfico 2 que cerca de 40% dos participantes selecionaram a opção “Outro”, indicando que, dentre as alternativas disponibilizadas no questionário, nenhuma se encaixava. Em seguida, a deficiência física foi a opção que mais se destacou, com 30%. É importante destacar que, nessa pergunta, o participante podia marcar mais de uma opção, em função das pessoas com mais de uma deficiência.

Seguindo, o formulário contou com a seguinte pergunta: “Quais dos recursos de acessibilidade listados abaixo são necessários para você? (Marque mais de uma

opção, se necessário)”. Compreender as demandas dos discentes é uma questão fundamental para promoção da acessibilidade comunicacional na UnB.

Gráfico 3 - Recursos de acessibilidade demandados pelos participantes da pesquisa de opinião.

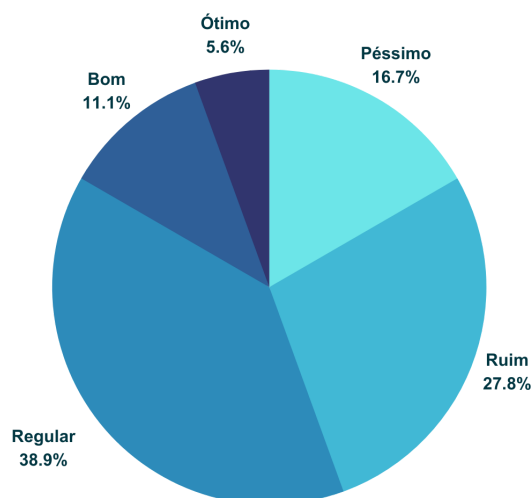


Fonte: Elaboração da autora.

Desta forma, é possível observar que cerca de 36% dos discentes demandam os seguintes recursos de acessibilidade: material em áudio, caracteres ampliados, contraste de cores e legendagem. Todos esses recursos podem ser alcançados nos canais digitais da Universidade através da adaptação dos conteúdos, processo que deve ser parte da rotina da Secom/UnB. O contraste de cores, os caracteres ampliados e a legendagem de conteúdo podem fazer parte do processo de produção desses materiais, como fatores integrantes. Assim, esse processo não se torna uma demanda a mais para a Secretaria.

Sobre a questão da acessibilidade na UnB, cerca de 44% dos participantes avaliam a acessibilidade como ruim ou péssima. No gráfico 4 é possível verificar os resultados gerados.

Gráfico 4 - Avaliação da acessibilidade na UnB por parte dos participantes da pesquisa de opinião.



Fonte: Elaboração da autora.

Em espaço disponibilizado para justificar a avaliação dada à acessibilidade na UnB, assuntos relevantes foram abordados. Houve 4 relatos sobre a falta de preparo do corpo docente com relação à acessibilidade em sala de aula e aos conteúdos abordados. Segundo relato, “Os professores, em sua maioria, esquecem de fornecer o material com letras ampliadas”. Outro relato destaca:

No meu caso, acredito que se os professores tivessem uma ferramenta de relatório sobre a aula ocorrida e a seguinte, como uma ementa atualizada, ajudaria os alunos que sofrem com TDAH e, no meu caso específico, me ajudaria a manter a regularidade com a disciplina que estou cursando e não "esquecer completamente" da matéria, devido à seqüela.

Sobre a acessibilidade arquitetônica, foram ao todo 3 relatos. Dentre as questões expostas pelos alunos, é possível citar a falta de acessibilidade ao transporte público, falta de manutenção de calçadas, corrimão e mobiliário precário. Um discente destaca que “a dificuldade no acesso à UnB se inicia no transporte público e vai até prédios que pessoas que fazem uso de cadeira de rodas não conseguem acessar”.

Houve também outros 2 relatos relacionados à falta de acessibilidade comunicacional. Um aluno destaca: “Informações (avisos, inscrições, editais, etc) confusas, é difícil de acompanhar e de saber onde procurar e perguntar, de forma que algumas pessoas acabam prejudicadas”. Outro apresenta suas dificuldades: “O

acesso à informação é difícil, a comunicação é truncada, pouco objetiva e confusa, há muitos melindres nos relacionamentos sociais, há dificuldade dos docentes de adaptar instrumentos didáticos e de avaliação.”.

Sobre as maiores dificuldades na rotina enquanto discente da Universidade de Brasília, os participantes citam as barreiras na comunicação interpessoal, escrita e/ou virtual com toda a comunidade acadêmica como a maior delas (66,7%). Na tabela 6 é possível observar os resultados obtidos.

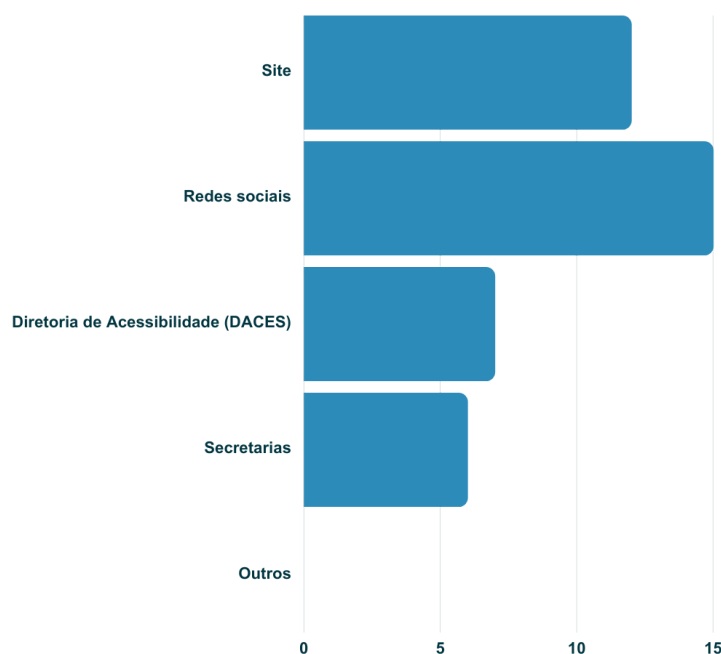
Tabela 6 - Principais dificuldades enfrentadas por parte dos participantes da pesquisa de opinião.

Tipos	Número de participantes
Arquitetônica - Barreiras ambientais físicas nos recintos internos e externos e nos transportes coletivos.	6
Comunicacional - Barreiras na comunicação interpessoal, escrita e/ou virtual com toda a comunidade (docentes, discentes e corpo técnico).	12
Metodológica - Barreiras nos métodos e técnicas de estudo praticados em sala de aula.	9
Instrumental - Barreiras nos instrumentos e utensílios de estudo, atividades da vida diária e de lazer, esporte e recreação.	6
Programática - Barreiras e dificuldades de acesso à políticas, regulamentos e normas.	6
Outros	4

Fonte: Elaboração da autora.

Outra questão abordada no formulário foi os canais comunicacionais pelos quais os discentes acessam as informações da Universidade. Esse é um ponto essencial para entender qual é o peso dos canais digitais da UnB na comunicação entre Universidade e aluno. Os participantes do formulário apontaram as redes sociais como principal canal de acesso informacional, destacando também o site, conforme disposto no gráfico 5.

Gráfico 5 - Canais mais acessados por parte dos participantes da pesquisa de opinião.



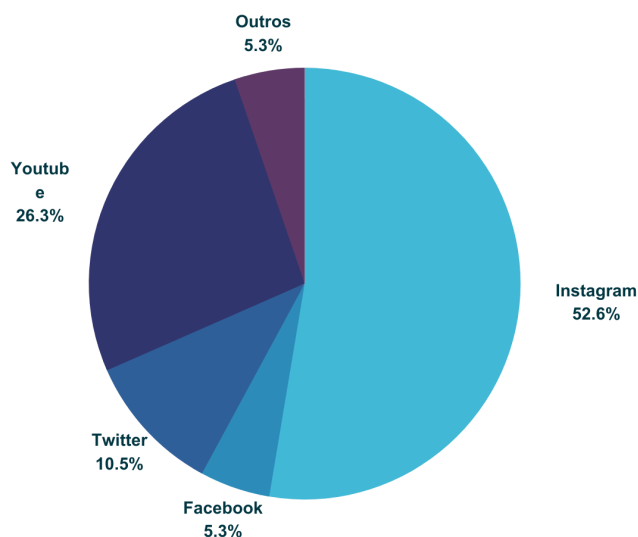
Fonte: Elaboração da autora.

Os resultados apresentados evidenciam a relevância das redes sociais na divulgação de informações da Universidade. A Universidade de Brasília possui um número significativo de seguidores em suas plataformas: mais de 130 mil no Instagram, 122 mil no Facebook e mais de 116 mil no Twitter. Esses números demonstram que, além da comunidade acadêmica composta por cerca de 57 mil pessoas (Senado Notícias, 2022), há também uma representação expressiva de outros públicos nessas redes.

Portanto, as redes sociais desempenham um papel fundamental como ferramentas de promoção da Universidade para além da comunidade acadêmica, e a garantia da acessibilidade dos conteúdos produzidos é crucial nesse processo. Neste sentido, cerca de 94,1% (16) dos participantes do questionário consideram os canais digitais da UnB acessíveis, o que representa um resultado positivo.

Sobre as redes sociais mais utilizadas, o Instagram foi destacado como principal. O Youtube e o Twitter também aparecem na frente, conforme apresentado no gráfico 6.

Gráfico 6 - Redes sociais mais acessadas por parte dos participantes da pesquisa de opinião.



Fonte: Elaboração da autora.

Os resultados obtidos demonstram que as redes sociais são ferramentas essenciais para a comunicação entre Universidade e alunos. Por isso, a promoção da acessibilidade nesses canais é essencial e deve ser incorporada ao processo de produção dos conteúdos, garantindo assim que todos tenham pleno acesso comunicacional, gerando mais inclusão.

5.3 Análise do Instagram da Universidade de Brasília (UnB)

O Instagram foi apontado como a rede social mais usada pelos alunos com deficiência na pesquisa de opinião apresentada na última seção. A análise será realizada a partir das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018) da *World Wide Web Consortium* (W3C).

O perfil oficial da Universidade de Brasília no Instagram tem mais de 136 mil seguidores e 1.346 publicações. Dentre os perfis de todas as universidades, públicas e privadas, a UnB ocupa o 11º lugar no ranking das mais seguidas do Brasil (UniRank, 2023). O objetivo da presente análise é verificar se as diretrizes básicas previstas no documento de Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG,

2018) da *World Wide Web Consortium (W3C)* estão sendo seguidas no perfil da UnB no Instagram.

Primeiramente, é necessário destacar que a plataforma do Instagram já disponibiliza ferramentas que podem ser utilizadas para criar um ambiente mais inclusivo. Segundo o site oficial da plataforma, são eles:

- Modo escuro: Esse recurso permite que o usuário inverta as cores da tela, proporcionando um fundo preto com texto branco. Essa função é especialmente útil para pessoas com deficiências visuais que são sensíveis à luz;
- Texto alternativo para legendas: Também conhecido como "texto ALT", esse recurso é destinado a pessoas com deficiência que utilizam leitores de tela. Quando um leitor de tela encontra uma imagem em uma página, normalmente ela é lida apenas como "imagem", impossibilitando que a pessoa com deficiência saiba o que está na imagem. Com o texto alternativo, é possível fornecer uma descrição detalhada dos elementos presentes na imagem, que é lida pelo leitor de tela, garantindo a acessibilidade do conteúdo visual para pessoas com deficiência visual;
- Legendas automáticas para vídeos: Esse recurso permite que o usuário ative legendas automáticas para todos os vídeos publicados na plataforma. No entanto, é importante testar o recurso antes da publicação, pois as legendas geradas automaticamente podem conter erros e não capturam elementos visuais do vídeo, fornecendo apenas a transcrição do áudio falado;
- Texto grande: Os usuários podem aumentar o tamanho do texto nas configurações do aplicativo, tornando-o mais legível para pessoas com deficiências visuais ou dificuldade em ler textos menores;
- Compatibilidade com leitores de tela: O Instagram é compatível com leitores de tela em dispositivos móveis, permitindo que pessoas com deficiência visual acessem e interajam com o conteúdo da plataforma. (Instagram, 2021)

Seria benéfico se esses recursos de acessibilidade disponíveis no Instagram fossem amplamente divulgados nas publicações da UnB, a fim de facilitar o acesso a essas ferramentas, que nem sempre são conhecidas pela maioria dos usuários. Uma maneira eficaz de fazer isso seria incluir informações sobre esses recursos nas legendas das publicações, incentivando os usuários a utilizá-los ao criar conteúdos. Ao fazer isso, há a conscientização dos seguidores sobre a disponibilidade dessas ferramentas e como ativá-las.

Portanto, aqui a análise será realizada tendo como objeto de estudo as publicações realizadas no perfil oficial da UnB no Instagram de 1 de maio a 15 de maio de 2023. A análise será realizada através das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018), que são regidas por quatro princípios - Perceptível, operável, compreensível e robusto. Cada princípio possui uma série de diretrizes que detalham as melhores práticas de acessibilidade.

Na tabela 7 é possível visualizar a análise da aplicação de cada uma dessas diretrizes nas 17 publicações realizadas no perfil oficial da UnB no Instagram de 1 de maio a 15 de maio de 2023. É importante ressaltar que as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018) foram pensadas originalmente para aplicações em sites e páginas da *web*. No entanto, na presente análise, eles serão aplicados a fim de analisar o conteúdo e as peças gráficas produzidas para o Instagram oficial da UnB, dentro dos limites de cada tópico. As Diretrizes que não forem aplicáveis à análise serão descartadas.

A seguir, na tabela 7 é apresentada uma compreensão da aplicação dessas diretrizes ao conteúdo analisado, iniciando pela análise do princípio perceptível (WCAG, 2018). A fim de facilitar a visualização da tabela, os princípios foram identificados da seguinte forma:

1.1 - Alternativas em texto: Fornecer alternativas textuais para todo o conteúdo não textual, como imagens ou vídeos. Essas alternativas podem ser na forma de descrições de imagem, também conhecidas como texto alternativo, que permitem a leitura por meio de leitores de tela utilizados por pessoas com deficiência visual.

1.2 - Mídias com base em tempo: Para mídias baseadas em tempo, como vídeos gravados, áudios, GIFs e outros formatos, é fundamental inserir conteúdos em formato multimídia, incluindo elementos textuais, audiodescrição, áudio, língua de sinais e legendas, a fim de garantir a compreensão da mensagem transmitida.

1.3 - Adaptável: Ao criar conteúdo, é importante garantir que ele possa ser apresentado de maneiras diferentes, como em um layout simplificado, sem perder informações ou estrutura. Isso significa que o conteúdo deve ser flexível e adaptável, permitindo que seja visualizado em diferentes formatos, resoluções de tela ou dispositivos, sem comprometer a sua integridade.

1.4 - Discernível: Facilitar a audição e visualização de conteúdo para os usuários, o que inclui uma clara distinção entre o primeiro plano e o plano de fundo. Isso significa garantir um contraste adequado entre elementos, como texto e imagens, para facilitar a legibilidade e a compreensão (Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web, 2018)

A Diretriz 1.3 não será analisada por não ter aplicação clara às publicações do Instagram. A adaptabilidade dos conteúdos da rede social para os diferentes formatos, resoluções e dispositivos será realizada pelos recursos da plataforma Instagram em si, e não deve ser analisada com relação aos conteúdos produzidos pela UnB. As Diretrizes que forem corretamente identificadas nas publicações estarão em verde e as que não forem identificadas, em vermelho. Em branco, estará representada a Diretriz 1.2, quando não se tratar de uma mídia baseada em tempo (Vídeos, áudios, GIFs e outros formatos). A seguir, na tabela 7, é apresentada a análise da aplicação dessas diretrizes ao conteúdo analisado:

Tabela 7 - Aplicação das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018) no Instagram da UnB.

Data	Tema da publicação	1.1	1.2	1.4
01/05/23	Dia do Trabalhador			
02/05/23	Segurança no campus: Dica para transporte público			
02/05/23	Inscrições para o projeto Rondon 2023			
03/05/23	Edital de auxílio para desenvolvimento de oficinas comunitárias de arte e cultura			
04/05/23	Projeto Tipologia da Inclusão Produtiva Rural			
05/05/23	UnB reajusta auxílio socioeconômico para estudantes da graduação			
05/05/23	Certificação de Habilidade Específica de 2023			
08/05/23	Segurança no campus: Estacionamento			
09/05/23	Edital de dupla diplomação e mudança de curso			
10/05/23	Projeto de extensão Caiaque Comunitário			
11/05/23	Pesquisa da UnB sobre o maior desastre socioambiental em curso no mundo em Maceió			
12/05/23	Abertura de editais da Diretoria de Esporte e Atividades Comunitárias (Deac/DAC)			
13/05/23	Reportagem especial da Revista Darcy			
13/05/23	Inscrição para Certificação de Habilidade Específica			
14/05/23	Dia das Mães			
15/05/23	Ações da Campanha Maio Amarelo 2023			
15/05/23	Segurança no campus: Estacionamento			

Fonte: Elaboração da autora.

A partir da análise acima, é possível observar que a diretriz menos presente nas publicações do período é a alternativa em texto. Essa diretriz é essencial para utilização dos softwares leitores de tela, muito usados por pessoas com deficiência visual. A falta desses conteúdos podem dificultar o acesso à informações relevantes, como mostrado abaixo.

Figura 2 - Publicação realizada no dia 02 de maio de 2023 no perfil oficial da UnB no Instagram.



Fonte: Instagram @unb_oficial, 02 de maio de 2023.

Na situação da publicação mostrada na figura 1, a informação mais importante é exibida na imagem e não é descrita na legenda. Isso pode dificultar o acesso ao conteúdo para usuários com deficiência visual, que dependem de *software* de leitura de tela, ou para aqueles com baixa visão, daltonismo, deficiência cognitiva e outras condições semelhantes.

Uma solução adequada seria fornecer uma descrição adequada da imagem por meio da ferramenta de "texto alternativo para legendas" e disponibilizá-la na legenda usando a hashtag #Descriçãodeimagem. É importante disponibilizar a descrição em ambos os espaços, porque a ferramenta de texto alternativo só pode ser lida pelos *softwares* de leitura de tela. Ou seja, se a descrição estiver disponível

apenas na ferramenta de texto alternativo, pessoas com baixa visão, daltonismo, deficiência cognitiva e sem acesso a esses recursos específicos não conseguiriam acessar o conteúdo.

Mas, afinal, qual é a forma correta de realizar a descrição de imagens para as redes sociais? Segundo o site do Movimento Web para Todos (MWPT, 2020), a descrição de imagem deve ser realizada respeitando os seguintes critérios:

Use a fórmula simplificada: formato + sujeito + paisagem/contexto + ação; identifique os elementos relevantes na imagem; mencione as cores; use verbos no presente e evite gerúndio; elimine pleonasmos; não use adjetivos; descreva apenas o que tiver certeza; coloque o nome da pessoa ou substantivo primeiro, depois use pronome pessoal. (Movimento Web Para Todos, 2020).

Já o Centro Tecnológico de Acessibilidade (CTA) do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS), destaca que, ao criar o texto alternativo, “uma estratégia útil é se perguntar: Se eu não pudesse usar esta imagem, o que eu escreveria em seu lugar?”. Desta forma, é mais provável que a descrição textual corresponda adequadamente ao que a imagem transmite. O CTA destaca ainda que:

Não utilize as palavras “imagem de...” para iniciar uma descrição. Os leitores de tela informam automaticamente ao usuário que o elemento lido é uma imagem, sendo desnecessário repetir a informação no texto alternativo. Porém, no caso de capturas de tela, fotos e/ou retratos, é recomendável indicar qual é a natureza da imagem. Assim, quando necessário, utilize as frases “captura de tela de...”, “foto de...”, “pintura de...” no início da descrição. Verifique se a imagem passa algum conteúdo relevante ou é apenas decorativa. Imagens puramente decorativas, que não acrescentam conteúdo ao texto, não devem ser descritas. Utilize pontuação e acentuação adequadas em todas as frases. Também é importante que as palavras estejam corretamente escritas, para evitar que o leitor de tela se confunda durante a leitura do texto (Instituto Federal do Rio grande do Sul, 2020)

Desta forma, a descrição da imagem 1 seria: Segurança se faz em comunidade. Dentro do ônibus ou metrô, mantenha sua bolsa, com pertences, dinheiro, cartões, junto a você e, de preferência na frente do corpo, onde você possa vê-la com facilidade. Telefones de contato da Segurança UnB 24h. Campus Darcy Ribeiro, telefone: 31076222. Faculdade UnB Ceilândia, telefone: 31078423 ou 31078432 ou 31078403. Faculdade UnB Gama, telefone: 31078901 ou 31078902 ou 31078905 ou 31078945. Faculdade UnB Planaltina, telefone: 31078215 ou 31078206. A marca UnB Comitê de Segurança assina a imagem.

O princípio 2 das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018) é o operável e se refere aos componentes da interface do usuário e a navegação, que devem ser projetados de forma a serem operáveis. Isso significa que os usuários devem ser capazes de interagir facilmente com os elementos da interface, como botões, menus e links, de maneira intuitiva e eficiente. Esse fator não se relaciona aos conteúdos produzidos pela UnB e sim à plataforma Instagram em si. Por isso, não será analisado.

O princípio 3 das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG, 2018) é o compreensível e se refere à apresentação das informações de forma clara, concisa e de fácil entendimento, utilizando uma linguagem acessível e adequada ao público. As diretrizes do princípio são:

3.1 Legível: Garantir que o conteúdo textual seja legível e compreensível para os usuários. Isso envolve utilizar uma combinação adequada de fontes, tamanhos e cores de texto que sejam de fácil leitura em diferentes dispositivos e ambientes. Além disso, é importante adotar uma linguagem clara, concisa e adaptada ao público, evitando terminologias complexas quando possível;

3.2 Previsível: Garantir que as páginas da web sejam exibidas e funcionem de maneira previsível para os usuários. Isso significa que os elementos e conteúdos das páginas devem ser consistentes em diferentes navegadores, dispositivos e tamanhos de tela. Além disso, os comportamentos e interações dos elementos devem seguir padrões conhecidos e esperados pelos usuários.

3.3 Assistência de entrada: Auxiliar os usuários a evitar e corrigir erros durante a interação com o sistema. Isso envolve fornecer feedback claro e informativo quando ocorrem erros, indicando o motivo do problema e oferecendo orientações sobre como corrigi-lo.

As Diretrizes 3.2 e 3.3 não serão analisadas por não apresentarem aplicação clara às publicações do Instagram. A previsibilidade e a assistência de entrada será realizada pelos recursos da plataforma Instagram em si, e não deve ser analisada com relação aos conteúdos produzidos pela UnB.

Desta forma, será realizada a análise somente da legibilidade das publicações. Alguns dos aspectos mais importantes dessa diretriz são:

- Contraste: Garantir um contraste adequado entre texto e plano de fundo.
- Tamanho e estilo da fonte: Utilizar tamanhos de fontes adequados, permitindo que o texto seja lido sem dificuldade. É importante evitar o uso de fontes estilizadas que possam dificultar a leitura.
- Espaçamento e alinhamento: Garantir que o espaçamento seja suficiente para facilitar a leitura, além de evitar a sobreposição de caracteres.
- Organização do conteúdo: Utilizar uma estrutura de disposição dos conteúdos de forma clara.

- Linguagem simples: Utilizar uma linguagem clara e objetiva para transmitir os conteúdos (Diretrizes para Acessibilidade de Conteúdo Web, 2018).

Com relação aos aspectos mencionados, é possível observar, de forma geral, que as publicações analisadas apresentam conformidade à Diretriz. Há uma organização clara dos conteúdos e a linguagem utilizada é de fácil entendimento, proporcionando, inclusive, maior acessibilidade aos documentos da Universidade que geralmente possuem uma linguagem muito técnica, como editais. Essa análise pode ser observada, por exemplo, na publicação da figura 3.

Figura 3 - Publicação realizada no dia 05 de maio de 2023 no perfil oficial da UnB no Instagram.



Fonte: Instagram @unb_oficial, 02 de maio de 2023.

Através da imagem, é possível observar que a peça utilizada na publicação tem informações claras e objetivas, contendo todas as informações necessárias para promoção da informação. Tema do edital, período de inscrição, site, além de dispor na legenda o público para o qual o edital é direcionado: “A obtenção da certificação é pré-requisito para o ingresso nos cursos de graduação em Artes Cênicas (bacharelado/licenciatura), Artes Visuais (bacharelado/licenciatura) e Música (bacharelado/licenciatura) oferecidos pela UnB”.

A linguagem clara e objetiva é essencial para promoção da acessibilidade de todos os grupos, não somente das pessoas com deficiência. Essa é uma lacuna na comunicação entre universidade e sociedade, e deve ser um dos pilares para promoção de uma universidade mais acessível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal analisar a acessibilidade comunicacional para pessoas com deficiência nos canais digitais da Universidade de Brasília (UnB), uma das principais instituições de ensino superior do país. A pergunta de pesquisa foi: a comunicação digital da Universidade de Brasília (UnB) é acessível aos alunos com deficiência?

O percurso metodológico incluiu uma pesquisa bibliográfica, uma pesquisa de opinião direcionada aos alunos com deficiência, a análise do Instagram da UnB e as entrevistas com as servidoras responsáveis pela gestão dos canais digitais da Universidade.

A partir da pesquisa bibliográfica foi possível mapear os principais dispositivos legais relacionados à inclusão da pessoa com deficiência no ensino superior, destacando que essas preveem o acesso e a permanência dessas pessoas em todas as etapas e modalidades de ensino. A Política de Acessibilidade da Universidade de Brasília, assim como as demais ações destacadas, demonstram que a Universidade está em conformidade com esses normativos.

Porém, por meio das respostas da pesquisa de opinião feita com alunos da Universidade de Brasília nos meses de maio e junho deste ano, foi possível perceber que ainda há desafios na promoção de uma UnB mais acessível. Os principais relatos destacam a falta de acessibilidade metodológica, arquitetônica e comunicacional. Em termos comunicacionais, é possível notar, com a análise realizada, que algumas diretrizes importantes na promoção da acessibilidade comunicacional ainda não são aplicadas pela Secretaria de Comunicação.

A entrevista com as servidoras no Núcleo de Mídias Sociais da Secretaria de Comunicação da UnB revela também dificuldades nesse processo. Além da falta de capacitação dos profissionais, há também a questão da falta de recursos humanos. Como foi possível observar na análise do Instagram da UnB, produzir conteúdos com base nas Diretrizes de Acessibilidade é uma questão que demanda tempo, capacitação e disponibilidade dos profissionais envolvidos.

Apesar das limitações de tempo e disponibilidade, foi possível concluir com a presente pesquisa que a comunicação desempenha um papel fundamental na inclusão de pessoas com deficiência nas universidades públicas. Isso porque um

ambiente universitário inclusivo requer a efetiva troca de informações, experiências, ideias e conhecimento entre todos os membros da comunidade acadêmica. Para que isso seja uma realidade, é essencial garantir que as pessoas com deficiência tenham acesso pleno e igualitário à comunicação, seja por meio de recursos de acessibilidade, como intérpretes de Libras, legendas em vídeos, materiais em formatos acessíveis ou tecnologias assistivas.

Além disso, uma comunicação inclusiva também envolve a sensibilização e o treinamento dos docentes e demais profissionais envolvidos, como os profissionais da comunicação, para que estejam preparados para atender às necessidades específicas dos estudantes com deficiência. Ao promover uma comunicação acessível e inclusiva, as universidades públicas podem garantir que todas as pessoas, independentemente de suas habilidades, tenham igualdade de oportunidades no acesso à educação superior.

Por fim, apesar das limitações de tempo e da ausência da entrevista com a Diretoria de Acessibilidade da UnB (DACES), esta monografia contribui para a reflexão sobre a necessidade de formar profissionais da comunicação que saibam lidar com a acessibilidade comunicacional enquanto parte fundamental de suas atribuições. Além disso, é necessário que medidas efetivas sejam tomadas pela Universidade de Brasília, como a capacitação de seus profissionais e a disponibilização de recursos de acessibilidade para os alunos com deficiência. Sem essas mudanças, não será possível imaginar que a quantidade de alunos com deficiência matriculados no ensino superior no Brasil seja maior do que o atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JANONE, Lucas. Brasil tem mais de 17 milhões de pessoas com deficiência, segundo IBGE. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, 26 de ago. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-mais-de-17-milhoes-de-pessoas-com-deficiencia-segundo-ibge/>. Acesso em 04 de jun. 2023.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Censo da Educação Superior 2021**. Brasília, 04 de nov. 2022. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2021/a_presentacao_censo_da_educacao_superior_2021.pdf. Acesso em: 10 maio 2023.

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 9050**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: https://emap.fgv.br/sites/default/files/2021-05/abnt_nbr_9050_.pdf. Acesso em: 04 jul. 2023.

SANTOS, Aguinaldo; SCHMITZ, Lisana; RIBAS, Viviane. **Acessibilidade de habitações de interesse social ao cadeirante: um estudo de caso**. Ambiente Construído, Porto Alegre, p. 55 - 75, jan./mar. 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277036657_Acessibilidade_de_habitacoes_de_interesse_social_ao_cadeirante_um_estudo_de_caso. Acesso em 10 de fev. 2023.

CONCEITO de Acessibilidade. **Portal da Universidade Federal do Ceará (UFC)**, 2023. Disponível em: <https://www.ufc.br/acessibilidade/conceito-de-acessibilidade>. Acesso em 12 de maio de 2023.

TÂNIA Rodrigues assume, pela terceira vez, a pasta da Acessibilidade com foco nos projetos aliados à saúde e ao esporte. **Niterói sempre à frente**, Rio de Janeiro, 1 de jun. 2022. Disponível em: <http://www.niteroi.rj.gov.br/2022/06/01/tania-rodrigues-assume-pela-terceira-vez-a-pasta-da-acessibilidade-com-foco-nos-projetos-aliados-a-saude-e-ao-esporte/>. Acesso em 12 de maio de 2023.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação**. Revista Nacional de Reabilitação (Reação), São Paulo, Ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/211/o/SASSAKI_-_Acessibilidade.pdf?1473203319. Acesso em 04 de jul. 2023.

SANTOS, Wederson R. **Justiça e Deficiência: a visão do Poder Judiciário sobre o BPC**. Revista Sociedade em Debate Pelotas, v. 12, n. 2, p. 165-186, 2006. Disponível em: http://old.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000136&pid=S0103-7331200800030000800025&lng=es. Acesso em 11 de fev. 2023.

SANTOS, Wederson R. **Pessoas com deficiência: nossa maior minoria**. Revista de Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 18, p. 501 - 519, 08 de dez. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/physis/a/SDWpCmFGWGn69qtRhdqqGSy/?lang=pt>. Acesso em: 16 de fev. 2023.

BRASIL. **Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet: Dados são referentes a 2019 e representam um crescimento de 3,6 pontos percentuais em relação a 2018**. Brasília, 14 abr. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acesso em: 16 maio. 2023.

BRASIL. Casa Civil. Governo Federal. **90% dos lares brasileiros já tem acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa**: segundo a pesquisa nacional por amostra de domicílios, isso significa 65,6 milhões de domicílios conectados, portanto, 5,8 milhões a mais do que em 2019. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, isso significa 65,6 milhões de domicílios conectados, portanto, 5,8 milhões a mais do que em 2019. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>. Acesso em: 02 jul. 2023.

Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.1. **World Wide Web Consortium**, 05 de Junho de 2018. Disponível em <https://www.w3c.br/traducoes/wcag/wcag21-pt-BR/>. Acesso em 01 de jun. 2023.

BRASIL, Ministério da Educação. **Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP): Censo da Educação Superior 2021**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 03 nov. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/centso-da-educacao-superior/resultados>. Acesso em: 10 fev. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Produção Científica e projetos de extensão: a balbúrdia das universidades federais**. TXT Revista. 2021. Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/experimental/revistatxt/2021/08/28/producao-cientifica-e-projetos-de-extensao-a-balburdia-das-universidades-federais>. Acesso em: 10 fev. 2023.

ESCOBAR, Herton . **Dados mostram que ciência brasileira é resiliente, mas está no limite**. Jornal da USP. São Paulo, 11 jun. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/politicas-cientificas/dados-mostram-que-ciencia-brasileira-e-resiliente-mas-esta-no-limite/>. Acesso em: 8 fev. 2023.

Universidade Federal de São Paulo. **Ciência ou doutrinação? Visões sobre as universidades públicas refletem a polarização da sociedade brasileira atual**. Sou_Ciência, São Paulo, 30 nov. 2021. Disponível em: <https://souciencia.unifesp.br/destaques/sociedade-fala/ciencia-ou-doutrinacao>. Acesso em: 10 fev. 2023.

BRASIL. Resolução n. 7, de 7 de dez. de 2018: estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior brasileira e regimenta o disposto na meta 12.7 da lei n. 13.005/2014, que aprova o **Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências**; 2018a. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 02 de fev. 2023.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Lei 13.146: Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Brasília, DF. Senado Federal, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao

Compilado.htm. Acesso em: 2 fev. 2023.

CARTA CAPITAL. Abraham Weintraub diz que universidades federais “têm cracolândia”: **Ministro falou sobre momento fiscal do MEC e afirmou que a pasta quer reduzir custos com folhas de pagamento de servidores, via Future-se.** São Paulo, 23 set. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/educacao/abraham-weintraub-diz-que-universidades-federais-tem-cracolandia/>. Acesso em: 24 abr. 2023.

CÂMARA LEGISLATIVA. Ministro nega cortes em universidades e diz que educação básica é prioridade: **Convocado a comparecer ao Plenário da Câmara dos Deputados nesta quarta-feira (15), Abraham Weintraub afirmou que governo está cumprindo contingenciamento previsto em lei.** Brasília, 15 maio. 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/557622-ministro-nega-cortes-em-universidades-e-diz-que-educacao-basica-e-prioridade>. Acesso em: 30 abr. 2023.

SECRETARIA DE ACESSIBILIDADE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Universidade Federal do Ceará (org.). **Conceito de Acessibilidade.** Disponível em: <https://www.ufc.br/acessibilidade/conceito-de-acessibilidade>. Acesso em: 10 maio 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.** 3 ed. Rio de Janeiro, 2015. 163 p. Disponível em: <http://acessibilidade.unb.br/images/PDF/NORMANBR-9050.pdf>. Acesso em: 10 maio 2023.

GOMES, Telma Cristina Freitas; FRANCISCO, Naya Prado Fernandes. **Acessibilidade: Revisão bibliográfica.** 2008. 3 f. Revisão bibliográfica - Curso de Curso de Graduação em Terapia Ocupacional, Faculdade de Ciências da Saúde, Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, SP, 2008. Disponível em: https://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2008/anais/arquivosINIC/INIC1382_01_A.pdf. Acesso em: 10 maio 2023.

RODRIGUES, Tânia. Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro. **Acessibilidade e Cidadania**. Revista da Emerj, Rio de Janeiro, v. 19, n. 73, p. 249-252, jun. 2016. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerjonline/edicoes/revista73/revista73_249.pdf. Acesso em: 10 maio 2023.

BRASIL. Resolução n. 7, de 7 de dez. de 2018: estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior brasileira e regulamenta o disposto na meta 12.7 da lei n. 13.005/2014, que aprova o **Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências**; 2018. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=ddezembro-2018-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 02 de fev. 2023.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Lei 13.146: Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Brasília, DF. Senado Federal, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm. Acesso em: 2 fev. 2023.

BRASIL. **Portaria MEC N.º 1.793, de dezembro de 1994**. Estabelece a necessidade de complementar os currículos de formação de docentes e outros profissionais que interagem com portadores de necessidades especiais. Brasília, DF. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/port1793.pdf>. Acesso em: 10 maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**: Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 10 maio de 2023.

BRASIL. **Decreto Nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999**. Regulamenta a Lei nº 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. Brasília, DF, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 10.436, de 24 de abril de 2002.** Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Brasília, DF. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10436.htm. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Portaria MEC Nº 2.678, de 24 de setembro de 2002.** Aprova o projeto da grafia braille para a língua portuguesa, recomenda seu uso em todo o território nacional e estabelece diretrizes e normas para a utilização, o ensino, a produção e a difusão do Sistema Braille em todas as modalidades de ensino. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.depae.prograd.ufu.br/legislacoes/portaria-mec-no-2678-de-24-de-setembro-de-2002>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Decreto Nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004.** Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Brasília, DF. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil03/ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 11.096, de 13 de janeiro de 2005.** Institui o Programa Universidade para Todos - PROUNI, regula a atuação de entidades beneficentes de assistência social no ensino superior; altera a Lei nº 10.891, de 9 de julho de 2004, e dá outras providências. Brasília, DF. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11096.htm. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Decreto Nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005.** Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Brasília, DF. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2005/decreto-5626-22-dezembro-2005-539842-publicacaooriginal-39399-pe.html>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Decreto Nº 7.612, de 17 de novembro de 2011.** Institui o Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência - Plano Viver sem Limite. Brasília, DF. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/decreto/d7612.htm. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 13.005, de 25 de junho de 2014.** Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE e dá outras providências. Brasília, DF. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2014/lei-13005-25-junho-2014-778970-publicacaooriginal-144468-pl.html>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 13.146, de 6 de julho de 2015.** Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, DF. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 13.409, de 28 de dezembro de 2016.** Altera a Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012, para dispor sobre a reserva de vagas para pessoas com deficiência nos cursos técnico de nível médio e superior das instituições federais de ensino. Brasília, DF. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2016/lei-13409-28-dezembro-2016-784149-publicacaooriginal-151756-pl.html>. Acesso em: 10 maio de 2023.

GARCIA, Raquel de Araújo Bonfim. **Acessibilidade no Ensino Superior na Perspectiva de Alunos com Deficiência: contribuições da Psicologia Escolar à luz da Teoria Histórico-Cultural.** 2016. 147 f. Dissertação (Pós-Graduação) - Curso de Pós-Graduação em Psicologia, Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2016. Disponível em: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/3035>. Acesso em: 10 maio 2023.

KUNSCH, M. M. Krohling. **Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas** In: MARCHIORI, Marlene. Faces da cultura e da

comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, pp.167-190.

GRACIOLA, Ana Rita. **Acessibilidade Comunicacional: Os processos de comunicação na inclusão social de pessoas com deficiência.** Porto Alegre: UFRGS, 2014. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/108590>. Acesso em 16 de maio de 2023.

BRASIL. Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos. Governo Federal (org.). **Acessibilidade Digital:** Acessibilidade digital é a eliminação de barreiras na web. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-digital>. Acesso em: 02 jul. 2023.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade.** São Paulo: Loyola, 1992. 54 p. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=7Ept-dPEXT8C&oi=fnd&pg=PA9&dq=comunica%C3%A7%C3%A3o+entre+universidade+e+sociedade&ots=5kHWAJzhub&sig=zCwG7ATsUovr_cQSeGFC7igr5MI&redir_esc=y#v=onepage&q=comunica%C3%A7%C3%A3o%20entre%20universidade%20e%20sociedade&f=false. Acesso em: 02 jul. 2023.

ANEXO I ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM A SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (Secom/UnB)

1. Primeiramente, gostaria de conhecê-las. Nome completo. Qual a formação, quais cargos vocês ocupam aqui na Secretaria de Comunicação da UnB e como é a rotina de trabalho na Secom.

Karoline: Meu nome é Karoline e eu sou sua veterana. Eu sou formada em Comorg também, sou da terceira turma. Formei em 2014 e aí depois de sair da graduação eu comecei a estudar para concurso e passei no daqui da UnB. E aí eu tenho o mesmo cargo que a Angélica aqui que é de produtora cultural. E aí isso foi em 2016, depois eu entrei para o mestrado lá na FAC também e eu estudei a Lei de Acesso à Informação nas universidades. A LAI, inclusive, é uma forma importante de você conseguir dados sobre acessibilidade. Enfim, e aí eu terminei o mestrado em 2018 e comecei, no ano passado, o doutorado em Direitos Humanos com o mesmo tema da Lei de Acesso à Informação.

Angélica: Pois é, eu também estou na UnB como produtora cultural desde 2014 e na Secom desde 2015. Nós trabalhávamos, até pouco tempo, antes de uma reformulação interna da Secretaria de Comunicação, na linha de frente das Comunicações Institucionais. Então a gente atuava muito ali nas campanhas institucionais, na comissão de boas-vindas para recepção dos calouros e também no recebimento e, de certa forma, gestão e registro das solicitações de divulgação. Não só pautas, mas nas solicitações como um todo e já completou um ano e meio que, com a reformulação estrutural dos núcleos e coordenações dentro da Secom, eu e Carol ficamos dentro da coordenação de mídias sociais. Mas nós continuamos nessa vertente também do recebimento e agora cadastramento das solicitações de divulgação. Agora, a gente vem com essa conexão com a equipe de produção de conteúdo, que é a equipe que gerencia, distribui e produz as matérias, pautas e publicações que vão para todos os nossos canais institucionais que seriam: o Notícias, o UnB Ciência, a UnB Agenda, o informativo semanal que é o UnB Hoje, a revista Darcy e também os nossos três perfis oficiais nas redes sociais: Instagram, Facebook e Twitter. Então tudo que chega à Secom é avaliado, a gente tem aí os

nossos critérios de noticiabilidade que funcionam como filtros e direcionam cada perfil de solicitação para seu canal adequado. Então dependendo do canal de saída são colegas diferentes que vão produzir esses textos, entrevistas, fotos e eventualmente artes gráficas para ilustrar alguma especificidade. Também tô no doutorado junto com a Carol nos direitos humanos, e agora o meu tema de pesquisa mudou bastante do mestrado para cá. No mestrado eu estudei a representação de Brasília na revista Traços e na série Distrito Cultural e agora eu tô estudando o ingresso na universidade, a percepção dos calouros sobre o processo de ingresso e os primeiros passos na universidade e esse assunto da acessibilidade nos interessa muito.

2. Inclusive a Angélica já começou a responder a minha segunda pergunta, que seria justamente quais são os canais oficiais que a UnB tem no campo digital? E aí, eu queria pular já para a próxima que você começou a falar um pouco, mas eu queria saber exatamente como é o processo de seleção dos conteúdos que vão para as redes sociais? Então, chega ali uma pauta, isso passa por mais alguns setor? Como funciona esse processo de seleção desses conteúdos?

Karoline: Então, a gente tende a definir conteúdos diferentes dependendo da mídia social com que a gente trabalha. A gente tem o Facebook, o Instagram e o Twitter né? E o Twitter a gente usa mais para divulgar o que a comunidade acadêmica produz em termos de eventos, de atividades mais específicas. Por exemplo, o Instituto de Letras está fazendo uma palestra sobre José de Alencar amanhã. Isso não vale um post no feed do Instagram para 130 mil pessoas saberem que vai ter uma palestra específica sobre isso. Então no Twitter, como tem essa questão de microblog de ser uma coisa mais rápida, a gente tenta divulgar os eventos que estão sendo produzidos pela comunidade, como forma de dar uma visibilidade maior. Já o Facebook e o Instagram a gente usa mais para conteúdos que abrangem mais pessoas da comunidade e que sejam mais institucionais. Então, editais de seleção de ingresso a gente divulga mais, claro que também vai para o Twitter em algum momento, mas assim, o principal deles é Facebook e Instagram. Campanhas institucionais, a gente tem uma campanha que é feita anualmente e engloba o que é

a missão da universidade naquele ano. Então, por exemplo, esse ano se chama “O Futuro é Agora”, aí no ano passado era de 60 anos “Atuante como sempre, necessária como nunca”. Aí já teve “UnB sua linda”, todo ano tem uma campanha diferente.

Angélica: É uma temática que, digamos assim, engloba não só a comunicação, mas as atividades que são produzidas pelas unidades como um todo, né? Tanto as unidades acadêmicas, quanto as unidades administrativas.

Karoline: E aí, a gente tem esses conteúdos que são mais abrangentes e que a gente direciona com mais cuidado para o Instagram e para o Facebook. Tem também a questão dos programas internos da UnB também, para estudantes, técnicos, docentes. Por exemplo, a assistência estudantil, a gente tende a tentar destrinchar ao máximo que a gente pode o conteúdo da assistência no Twitter, no Instagram e no Facebook porque é uma forma de alcançar mais pessoas. Geralmente as demandas que vem de fora chegam por e-mail e tanto eu, quanto a Angélica temos acesso e o editor de conteúdo do Portal também. Então, geralmente a gente tenta fazer uma divulgação casada. Se o tema vale Instagram e Facebook por exemplo, a gente tenta conversar com o editor para ver se vale uma matéria também, para que a gente possa chamar de forma casada esse conteúdo. Porque a matéria ela vai pegar fonte, ela vai ter muito mais conteúdo do que só a legenda do post ali que a gente faz. Então, a gente tenta fazer essa divulgação casada. E aí quando são esses eventos específicos de unidades acadêmicas, aí não, a gente nem passa pelo editor, a gente já divulga direto no Twitter. Por exemplo, esse exemplo que eu te falei, aí já vai direto porque é uma coisa bem mais rápida, não dá nem tempo de divulgar assim, de forma mais aprofundada. Outra coisa que a gente faz também é divulgação casada de matéria científica. A gente tem um portal chamado UnB Ciência, que é um portal onde a gente faz a divulgação de pesquisas que são desenvolvidas na Universidade. Então a gente tenta ao máximo conversar com o repórter que está fazendo a matéria e com o editor para que a gente divulgue essas pesquisas que estão sendo desenvolvidas da forma mais atraente possível para quem vai ler, né? Então geralmente são matérias que vale feed tanto do Facebook, quanto do Instagram. O que mais, Angélica? É, informes também.

Informes tipo, do gabinete da Reitoria. Por exemplo, a questão da greve dos técnicos. A gente obviamente chama nas redes porque é um assunto que interessa todo mundo. Informes administrativos assim, de grande relevância, de grande impacto para a Universidade, a gente costuma divulgar.

Angélica: Essa questão dos critérios de noticiabilidade, eles vão reger basicamente toda essa lógica de distribuição interna, que para a gente já tá muito automatizado, né? Assim, a gente ao longo do tempo foi incorporando esse fluxo. Mesmo porque é um fluxo significativo e a gente precisa dar celeridade e vazão para o que chega, né? Mas então, por exemplo, como a Karol mencionou, os eventos corriqueiros, diários, são dezenas na Instituição por dia nas diferentes unidades acadêmicas e administrativas. Então, por exemplo, a gente não tem nem estrutura de profissionais para fazer uma abordagem mais aprofundada ou mesmo cobertura de tudo que acontece. E aí, a gente tem também uma característica de formalidades que se a gente fosse abordar em profundidade, “olha, a mesa tal se constituiu...”. Essas coisas nos tomaria muito esforço, muito tempo, para pouca efetividade e a gente avalia que para pouco interesse público, né? Nesse aprofundamento de tudo o que acontece. Mas claro, há eventos que a gente avalia pela dimensão, pela proporção do público envolvido. Por exemplo, a SBPC no ano passado. Aí já entra numa outra dimensão, digamos assim, de abordagem interna. Porque foi um evento que não foi restrito a uma unidade, a um departamento de uma faculdade, por exemplo. Foi um evento que mobilizou toda a Instituição. Nós tivemos a paralisação das aulas para que toda comunidade acadêmica pudesse participar das atividades, nós tivemos um contingente de visitantes muito significativo e foi um evento que utilizou uma estrutura física da instituição muito mais abrangente. Ou seja, restaurante universitário, os auditórios e o Centro Comunitário, né? Esse foi um evento que nos mobilizou enquanto Secretaria de Comunicação como um todo. Isso requereu de nós um acompanhamento, constituição até de comissões estratégicas para definir o que cobriríamos, como cobriríamos. Parte do evento ficou, por exemplo, em função de produção da equipe de comunicação da própria SBPC. Então houve uma divisão de esforços para que a gente conseguisse abordar o que era de mais importante que estava acontecendo durante toda aquela semana. E aí, a gente conseguiu, com isso, fazer chamadas prévias, produzir identidade visual específica, o que é um

ponto que a gente não faz para outras atividades internas, corriqueiras. A gente não tem a capacidade de produzir identidade visual e arte gráfica para esses eventos corriqueiros. E aí, a gente fez sucessivas chamadas, fizemos nesse caso uma cobertura diária nas redes sociais, digamos assim, um fechamento do dia lembrando momentos atividades de destaque. Por que eu tô falando isso? Para tentar te dar essa dimensão do que é cotidiano, que é corriqueiro, e que tem um volume muito significativo e de eventos que tem uma proporção muito maior institucionalmente e que, aí sim, vai nos mobilizar enquanto equipe como um todo e também os nossos canais de saída como um todo. Por exemplo, aquele aluno da arquitetura que desenvolveu um jogo. É uma coisa assim, a noção do ineditismo é um peso muito significativo em qualquer critério. O inusitado então nesse caso, do estudante de graduação desenvolver um jogo que foi premiado, hoje isso é interessante e tem uma abrangência. Aí fizemos o que, produzimos uma matéria para o UnB Ciência abordando detalhes daquela história, né? Então a gente quer mostrar o que pode, digamos assim, ir além dos muros da instituição.

3. Muito importante vocês falarem sobre isso, né? Sobre essa carga de trabalho, eu imagino que realmente seja muito grande. Afinal, a gente está falando de uma universidade com uma comunidade acadêmica muito grande. E aí, eu queria saber melhor como funciona a equipe de vocês. São só vocês duas responsáveis pelas redes sociais? Como é a estrutura da equipe?

Karoline: Você pode acessar aqui pela aba “Equipe”, no site (Portal UnB Notícias).

Angélica: Pois é, hoje nós somos divididos em três coordenações, né Karol?

Karoline: Somos. Coordenação de produção de conteúdo, coordenação de comunicação institucional e coordenação de comunicação visual.

Angélica: Isso. Então são três grandes coordenações e dentro das coordenações nós vamos ter as especificidades dos núcleos. O nosso núcleo de mídias sociais está dentro da coordenação de jornalismo institucional e científico. Ou seja, trabalhamos diretamente com o outro núcleo da produção de conteúdo.

Karoline: E somos somente nós duas nas redes sociais.

Angélica: Isso, mas isso não impede, por exemplo, que outros colegas contribuam em produções de conteúdo junto com a gente.

Karoline: E isso na verdade acontece muito.

Angélica: Quando dizemos que somos nós duas, queremos dizer que somos nós que gerenciamos o que vai entrar de conteúdo, distribuimos o calendário...

Karoline: Somos nós que respondemos os directos também.

Angélica: Que fazemos também postagens, colocamos os conteúdos no ar e muitas vezes damos esse direcionamento quando não somos nós que produzimos os conteúdos. Damos esse direcionamento para outros colegas que vão produzir, por exemplo, vídeos, entrevistas, né? Aí a gente conversa, “Olha, vamos dar essa abordagem? Esse conteúdo pode ficar interessante dessa forma”.

4. Legal, muito bom. Inclusive, eu acompanhei o lançamento da campanha “O Futuro é Agora” da UnB e eu vi que vocês lançaram uma nova identidade visual também. Todo ano vocês também lançam uma nova identidade visual? Como funciona o manual de tom e voz que é utilizado nas redes sociais? Também muda?

Karoline: Geralmente essas campanhas institucionais são lançadas em dezembro para em janeiro a gente já começar a utilização. Daí, o nosso núcleo de design ele faz a parte visual, né? E também o manual de identidade visual dela. Então todo ano tem essa mudança sim. Claro que respeita as questões da marca principal da UnB, mas geralmente tem um manual específico para a campanha daquele ano. E aí o que a gente tenta nas redes sociais, em relação à campanha, é sempre utilizar o *slogan* dela nas nossas publicações de alguma maneira e também os *layouts* que são disponibilizados da campanha, alguma identidade visual que sempre fique

lembrando da campanha. Mas por exemplo, o tom que a gente utiliza, a nossa postura não depende muito da campanha, mas do conteúdo.

Angélica: Depende do momento, do contexto.

Karoline: Por exemplo, a gente tava conversando sobre isso semana passada. A gente vai ter resultado de processo seletivo essa semana, só que a gente está em um momento de greve, as pessoas estão super estressadas pois elas perderam seus direitos. E aí não dá para a gente fazer um post assim, super comemorativo, fingindo que tá tudo bem, porque não tá. É mais nesse sentido, a gente vê o *time* também em relação ao que está acontecendo na Universidade. Às vezes tem alguma crise institucional também que está rolando na Universidade, então a gente precisa ter muita ciência para não postar um conteúdo que tenha, de alguma maneira, uma relação com essa crise que está acontecendo. A gente tem que dosar também o que a gente publica em termos de não aumentar aquilo que já está gerando uma crise para instituição naquele momento.

Angélica: Essa noção das campanhas institucionais extrapolam a Secom. Então nesse ponto das campanhas institucionais, a gente busca um alinhamento muito estreito com visões e estratégias principalmente com a administração superior. Então, por exemplo, nós começamos o ano com bloqueios orçamentários muito significativos para a Universidade, que chegaram quase a ameaçar até o pagamento das bolsas de assistência, enfim, salários. Foi um momento assim, muito crítico, na entrada de 2023. Então, a gente vendo esse contexto da urgência, o futuro é agora! Ou seja, precisa valorizar a instituição agora, se atentar às demandas da educação, ao sustento da instituição, ao funcionamento do que está em acontecendo agora, pensando no andamento do que está adiante. Isso é para exemplificar que é a urgência de abordar determinadas questões que determinam o direcionamento das campanhas, a gente precisa seguir essa lógica de dançar conforme a música mesmo, no cenário interno e externo. Então, por exemplo, a gente comemorou os 60 anos da Universidade no ano passado, foram criadas várias comissões de trabalho para desenvolvimento de atividades, de projetos ao longo do ano. A gente tava falando para dentro da Universidade mas também para fora, para ex-alunos, a gente

estava se reafirmando nacionalmente com uma instituição que é necessária. Nós não somos descartáveis, não somos qualquer coisa, né? Mostrando, olha, nós temos o nosso valor, nós temos nossa história, mas também estamos de olho no que a gente faz e nos próximos anos. Então isso determinou o *slogan* de 2022, “Atuante como sempre, necessária como nunca”. Então esse contexto, o que tá rolando, o que tá pegando no momento é o que vai ditar o mundo das campanhas e para onde a gente vai, porque é isso não é só um discurso. Há ações políticas externas, reformulações internas na universidade como um todo, que vão dialogar com o tema em voga, né? E aí, nas redes a gente tenta, nessas viradas de chave, nos situar também, é um momento ali de ajustes até pra gente. Esse ano ele ainda ficou mais evidente porque nós tivemos o encerramento da campanha dia 14 ou 15 de dezembro de 2022, que foi a data que completa o aniversário da Lei de Fundação da Universidade, ou seja, encerramos os 60 e aí nós tivemos ali um momento também terminando o ano, mas o semestre tava ainda no meio. Enfim, foi um momento ali de transição que a gente precisou entrar com uma identidade visual temporária, que não era nem da campanha de 2022, nem da de 2023, que ainda estava em elaboração para depois ser lançada oficialmente no Conselho Universitário a campanha de 2023. Nós tínhamos já a identidade visual macro da campanha, mas passamos ali ainda por algumas semanas de adaptação, de testes e de ajustes para essa identidade nas redes sociais que requerem um dinamismo e uma flexibilidade maior até do que entra, por exemplo, no Portal UnB. Porque todo o conteúdo visual do Portal é produzido diretamente pela equipe de design, mas nós nas redes sociais temos uma demanda tão grande, cíclica, variada, né Carol? Que a gente precisa ser pautado pelo design. Olha, a referência é essa, a gente pode usar isso aqui, mas nós que produzimos o conteúdo. Então nós não temos que repassar para o design tudo que entra nas redes. Então, por exemplo, postagens, stories, o próprio Radar UnB. Então isso é feito por mim e pela Karol diretamente, a gente não precisa falar: “Ó design, tá aqui o texto e a foto, a gente precisa que vocês elaborem tal card em tal formado...”. Então isso também exige da gente esses ajustes estruturais de identidade visual para que a gente tenha condição de produzir e colocar no ar com mais celeridade.

Entrevistadora: Legal. Eu acho que a gente nem consegue imaginar a complexidade desse trabalho, porque realmente, além de ser muito conteúdo, essa questão da adaptabilidade daquilo que tá acontecendo na UnB. Eu imagino que o cenários mudam muito rapidamente, então deve ser realmente muito complicado de acompanhar.

Angélica: Só para eu te dar um exemplo assim, da sensibilidade das postagens, se não me engano, deve ter sido ali para outubro, novembro do ano passado, que nós entramos com aquela chamada dos direitos humanos, que foi a transição de Diretoria de Diversidade para Secretaria de Direitos Humanos, a primeira edição dos editais de direitos humanos que premiaram projetos, pesquisas. No dia que nós entramos com essa postagem foi o dia que explodiu o caso da briga no RU (Restaurante Universitário), do banheiro.

Entrevistadora: E esse caso foi grande, né? Extrapolou a comunidade acadêmica da UnB.

Karoline: Sim, isso acontece direto. A gente precisa adaptar sempre os conteúdos.

Angélica: Pois é, então a gente precisa ter esse termômetro, né? Porque as redes sociais são os locais de interação, diferente de outros canais. Não é que não tenha interação nesses outros canais, igual a revista Darcy, existe um espaço do leitor onde a interação é promovida. Mas não é síncrono como nas redes sociais, né? É uma coisa impressionante, sei lá, em 30 segundos de uma publicação a gente tem cinco mil visualizações e aí a sincronidade da resposta, do retorno é imediata.

5. E agora uma dúvida que me surgiu, no caso de alguma crise que tenha surgido, como é que é o processo? Como vocês seguem nesse gerenciamento?

Karoline: Nesses casos a gente tem uma reunião com a nossa superior, a Secretária de Comunicação, e dependendo da situação com as outras coordenações também, para a gente chegar em um consenso sobre como agir

naquele caso específico. Geralmente, quando tem alguma crise muito grande, é formulado uma nota de posicionamento institucional para que seja divulgada. Então assim, quando alguém vem cobrar alguma coisa nas redes sociais, a gente costuma encaminhar a nota. Mas assim, essa questão do posicionamento vai muito além da gente em termos de hierarquia, né? E aí nos cabe administrar também o feedback das pessoas em relação à crise, então a gente tenta acompanhar e vai enviando para administração superior o que está acontecendo. E aí, dependendo do tamanho da crise, a gente vai encontrando novas soluções.

Angélica: Nesses casos as redes são o melhor termômetro. Geralmente, qualquer crise, digamos assim, ganha proporção nas redes, na sequência para imprensa e aí chega por meio da assessoria de imprensa os questionamentos de jornalistas, e aí a gente vê quando a coisa já tá grande demais. A gente faz esse termômetro, né? A gente pega *prints*, “Olha, chegaram, sei lá, 30/40 comentários sobre esse ponto”. E aí a gente alerta sobre o que tá acontecendo, né? Olha, essa é uma questão sensível que requer uma atenção especial da administração para direcionar como vai ser a condução desse caso.

Karoline: A gente geralmente pega essa nota, que é esse posicionamento e envia para as pessoas que perguntaram. A gente não tende a aumentar a crise mais do que ela já cresceu. Então, por exemplo, dificilmente a gente vai publicar a nota no *feed* para que a situação não chegue a mais pessoas. A gente responde quem pergunta, mas para publicar no feed tem que ser uma questão realmente muito grande. Por exemplo, a gente chegou a publicar agora na greve dos técnicos porque é uma coisa que tá influenciando a Universidade inteira, né? Tem setor fechado, a Biblioteca está fechada, então não tem como a gente não falar sobre. Teve um caso também, em 2016, que foi o assassinato de uma estudante aqui dentro da Universidade. E aí essa foi uma coisa também que a gente não tinha como simplesmente só responder as pessoas na época. Na verdade, a gente nem tinha Instagram. Essa rede não era tão famosa como é hoje. Então a gente usou o Facebook na época e a gente colocou a nota direto, por conta da situação em si.

Angélica: Mas em outros momentos, como a gente teve também recentemente aquela história da violência contra uma estudante no caminho entre o RU e a FE, e aí mesmo já é uma questão que exige da instituição uma postura. Porque o caso aconteceu e nós não podíamos expor ninguém. O caso foi imediatamente conduzido para polícia, né? Enfim, mas a instituição não podia expor ninguém e nem tomar frente de um processo que extrapolou a instância institucional e administrativa. Então não era um caso, por exemplo, em que a gente tinha que soltar uma publicação sobre isso, até porque era um caso muito sensível. Então assim, a gente trabalha o tempo inteiro com a noção de que nós estamos lidando com o posicionamento de uma instituição muito maior, muito mais complexa e que tem que agir politicamente e estrategicamente para diferentes públicos. Então assim, essa noção de que o que a gente tá falando, com quem a gente tá falando, por que que a gente tá falando isso, que mensagem nós queremos transmitir para cada público, são elementos que norteiam muito esses nossos critérios de noticiabilidade e de postura no dia a dia, né?

Karoline: Cada coisa é uma coisa, não tem um padrão, um manual. Nós temos noções gerais do que fazer em momentos de crise, mas cada situação é única.

Entrevistadora: Bom, muito obrigada pela resposta sobre gestão de crise. E eu acho que é isso, né? A gente aprende muito isso em Comorg. Cada crise é uma crise, cada organização se comunica com um público diferente, então é realmente muito importante essa adaptabilidade.

6. E aí, vocês falaram um pouco sobre o processo de criação de manuais de identidade visual, design, como esses conteúdos surgem, né? Mas então como a acessibilidade entra nesse processo? Como a Secom pensa na acessibilidade desses conteúdos para o público com deficiência? Esse ponto já é trabalhado na Secom ou não?

Angélica: Eu acho que aí, Vitória, nós temos duas questões, duas limitações principais, né Karol? Você me corrija se achar que existem outras questões também. A primeira limitação é tecnológica, que é por exemplo, da estrutura do Portal, que

inclusive vai passar por uma transição nos próximos meses de desenvolvedor da página. E a outra é uma limitação humana, de treinamento, de capacitação e de reforço na equipe porque, querendo ou não, é mais uma demanda que vai exigir tempo, dedicação. Ou seja, é mais uma tarefa a ser agregada nessa dinâmica imensa do dia a dia. Então, eu vejo como esses dois pilares.

Karoline: Mas assim, por exemplo, eu acho que a acessibilidade não é pensada em cada coisa que a gente faz, nesse sentido mais específico. Mas assim, de forma ampla, ela é pensada. No sentido de que a gente quer promover mais acessibilidade nos nossos produtos e serviços. Mas a gente não especificamente pensa em atividades separadas. E aí, por exemplo, hoje o que a gente tem de mais acessível é o nosso Portal, ele tem várias questões de contraste, fonte menor e maior, tem libras, ele tem tudo isso. Então eu acho que em termos do que a gente tem hoje, o Portal é o nosso canal com mais acessibilidade. Nas redes sociais a gente tenta o máximo que a gente consegue, promover, mas assim, a gente tem uma questão de sobrecarga que a gente não consegue fazer o mínimo. Por exemplo, uma coisa que a gente tava tentando fazer era a descrição das imagens, para a gente poder disponibilizar para o público. Mas isso é até uma coisa que a gente tava conversando para poder buscar treinamento sobre isso. Primeiro que a gente não sabe direito como fazer a descrição das imagens, a gente não sabe exatamente o que precisa colocar. E segundo, que tem umas imagens que parecem um TCC, são muito complexas. Geralmente são as do Twitter, que a gente utiliza as imagens dos eventos que as unidades disponibilizam para a gente, e aí, a unidade não tem a mesma noção de identidade visual. Enfim, então assim, a gente não sabe nem por onde começar. E aí, dependendo da imagem a gente faz sim. Outra coisa que a gente faz é colocar legenda nos vídeos, a gente tenta sempre colocar. Mas assim, a acessibilidade nas redes é basicamente isso. Fora, claro, os mecanismos de acessibilidade que as próprias redes sociais possuem, né? Legendas automáticas, contraste, elas já tem.

Angélica: Esse tema da acessibilidade está muito em destaque e é uma das nossas urgências e prioridades. Então essa questão da busca do nosso aperfeiçoamento humano e técnico de ferramentas e instrumentos, porque a gente entende que ela é

muito necessária, mas também tem que ser algo orgânico e integrado nas funções do dia a dia, né? Para que isso não represente demandas extras que consumam o nosso tempo, o nosso fluxo de produção ou que a gente tenha reforços efetivos de gente para atuar nessa linha de frente para que as coisas possam acontecer.

7. Para vocês, qual é a importância da acessibilidade na comunicação da UnB?

Karoline: Na minha opinião, esse é um tema de muita relevância. Inclusive, eu queria ter mais consciência em relação à acessibilidade para que eu pudesse pensar em mais alternativas para isso, porque eu não tenho um treinamento da Instituição e pessoal para lidar com uma comunicação mais acessível. Mas eu entendo que é um tema de muita relevância, ainda mais dentro de uma Universidade, em que a gente lida com públicos tão diversos. Então a minha expectativa é que a gente possa, cada vez mais, oferecer conteúdos que sejam mais acessíveis e desejo que a Universidade tenha um espaço também mais acessível, porque além da comunicação a gente sabe que os entraves aqui na UnB são grandes em relação a isso.

Angélica: Eu queria também trazer também uma noção de acessibilidade que foge um pouco necessariamente das pessoas com deficiência e que eu acho que hoje é a principal dificuldade da Universidade como um todo, que é a linguagem simples. É um tema que permeia toda a minha pesquisa do Doutorado e que eu acho que funciona como um critério extra oficial de seleção, desde de um primeiro momento dos processos seletivos, até a chegada do estudante na Universidade e a saída. E há a necessidade de adaptar as comunicações para que elas sejam claras, concisas e objetivas. Porque o que eu percebo é, na tentativa de se buscar e de garantir a isonomia, a isenção e a precisão das informações, a gente cai em tecnicismos, em formalidades e isso puxa muito do viés burocrático da administração pública que, ao invés de simplificar e de permitir que qualquer pessoa, principalmente as que têm algum tipo de deficiência e precisam de mais instrumentos para entender e se apropriar das informações, dificulta esse processo. Porque às vezes você tem todas as ferramentas de acessibilidade, mas o que está ali é indescritível intelectualmente para qualquer pessoa, você tem que ler, reler várias e várias vezes. Então eu acho

que esse é um ponto que a Universidade como um todo, tanto para o público externo, quanto para o público interno, precisa trabalhar. A hipótese que eu vou trabalhar agora na tese é que existem critérios extra oficiais de seleção e quando o ingresso acontece, há uma falta de clareza e de disponibilidade das informações nos canais institucionais e isso pode se tornar um impeditivo da permanência. Então assim, pensando em uma construção das políticas de permanência, que é um tema em discussão nos decanatos, a clareza, a acessibilidade e a disponibilidade das informações deveria ser a primeira política de permanência. Essa é uma questão que eu trago e eu não sei se extrapola o seu recorte, mas eu vejo como uma reação em cadeia, sabe? Eu vejo uma acessibilidade que extrapola os recursos técnicos de acesso.

ANEXO II PESQUISA DE OPINIÃO REALIZADA COM OS ALUNOS COM DEFICIÊNCIA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UnB)

Seção 1 de 5 - Apresentação

Prezado(a),

Sou estudante de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação (FAC). Estou pesquisando sobre a ACESSIBILIDADE NOS CANAIS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO DA UNB. Convido você para participar e contribuir para que possamos construir uma comunicação mais acessível e uma Universidade mais inclusiva.

Portanto, se você se identifica como sendo uma PESSOA COM DEFICIÊNCIA, estudante da UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, conto com seu apoio e colaboração. A pesquisa é anônima. Os dados coletados serão analisados exclusivamente para finalidades acadêmicas e irão compor produções de artigos, resumos, seminários, congressos e outras categorias de produção científica e intelectual. Este questionário tem tempo estimado de resposta entre 10 e 15 minutos. Em caso de qualquer dúvida, você poderá entrar em contato:

Pesquisadora:

Vitória Camargos de Souza (UnB - Faculdade de Comunicação, Departamento de Comunicação Organizacional) | E-mail: vitoria.souza_19com@fac.unb.br

1. Você é uma Pessoa com Deficiência (PcD)?*

- Sim (Continuar para a próxima seção)
- Não (Ir para a seção 5)

**Pergunta obrigatória*

Seção 2 de 5 - A Acessibilidade Comunicacional na Universidade de Brasília

2. Qual é o seu tipo de deficiência? (Marque mais de uma opção, se necessário)*

- Deficiência visual

- Deficiência auditiva
- Deficiência física
- Deficiência intelectual
- Baixa visão
- Cegueira
- Surdez
- Surdocegueira
- Outro(s)

2.1 Se a sua deficiência não foi contemplada, digite abaixo.
(Texto de resposta curta)

3. Quais dos recursos de acessibilidade listados abaixo são necessários para você? (Marque mais de uma opção, se necessário)*

- Material em áudio
- Material em braile
- Material com caracteres ampliados
- Material com contraste de cores
- Material em libras
- Legendagem
- Acessibilidade arquitetônica
- Recursos para mobilidade manual e elétrica
- Nenhum
- Outros

4. Como você avalia, de maneira geral, a acessibilidade na Universidade de Brasília?*

- Péssimo
- Ruim
- Regular
- Bom
- Ótimo

4.1 Se possível, justifique sua resposta.

(Texto de resposta curta)

5. Quais são as suas maiores dificuldades no dia a dia enquanto discente da UnB? (Marque mais de uma opção, se necessário)*

- Arquitetônica - Barreiras ambientais físicas nos recintos internos e externos e nos transportes coletivos.
- Comunicacional - Barreiras na comunicação interpessoal, escrita e/ou virtual com toda a comunidade (docentes, discentes e corpo técnico).
- Metodológica - Barreiras nos métodos e técnicas de estudo praticados em sala de aula.
- Instrumental - Barreiras nos instrumentos e utensílios de estudo, atividades da vida diária e de lazer, esporte e recreação.
- Programática - Barreiras e dificuldades de acesso à políticas, regulamentos e normas.
- Outros

5.1 Se possível, justifique sua resposta.

(Texto de resposta curta)

6. Como você acessa as informações da Universidade (datas de matrícula, editais e outros)? (Marque mais de uma opção, se necessário)*

- Site
- Redes sociais
- Diretoria de Acessibilidade (DACES)
- Secretarias
- Outros

7. Você costuma utilizar algum canal de comunicação digital da UnB? (Como site, Instagram, Facebook, Youtube e outros)*

- Sim

Não

7.1 Se respondeu sim na questão anterior, você considera que esses canais são acessíveis para você?

Sim

Não

8. Indique abaixo quais são as redes sociais utilizadas por você. (Marque mais de uma opção, se necessário)*

Site

Instagram

Facebook

Twitter

Youtube

Outros

**Pergunta obrigatória*

Seção 3 de 5 - Informações gerais do público

9. Qual é a sua idade?*

Até 17 anos

De 18 a 24 anos

De 25 a 35 anos

De 36 a 49 anos

+ de 50 anos

10. Em qual região administrativa você mora?*

(Resposta em lista suspensa)

- Água Claras
- Arniqueira
- Brazlândia
- Candangolândia
- Ceilândia

- Cruzeiro
- Fercal
- Gama
- Guará
- Itapoã
- Jardim Botânico
- Lago Norte
- Lago Sul
- Núcleo Bandeirante
- Paranoá
- Park Way
- Planaltina
- Plano Piloto
- Recanto das Emas
- Riacho Fundo
- Riacho Fundo II
- Samambaia
- Santa Maria
- São Sebastião
- SCIA/Estrutural
- SIA
- Sobradinho
- Sobradinho II
- Sol Nascente/Pôr do Sol
- Sudoeste/Octogonal
- Taguatinga
- Varjão
- Vicente Pires
- Outro

11. Como você se declara em relação à sua cor/etnia?*

- Amarela
- Branca

- Indígena
- Parda
- Preta
- Prefiro não dizer

12. Com qual gênero você se identifica?*

- Masculino
- Feminino
- Não-binária
- Prefiro não dizer

13. Além de estudante, você possui outra ocupação?*

- Sim
- Não

13.1 Se você respondeu sim na questão anterior, qual é a sua outra ocupação?

- Estagiário
- Servidor Público
- Empregado mediante contratação com carteira de trabalho assinada
- Empregado autônomo ou empreendedor
- Empresário (empresa com mais de 10 empregados/colaboradores)
- Profissional liberal (advogado, médico, dentista, fisioterapeuta, psicólogo, jornalista, publicitário ou outros)
- Empregado doméstico
- Do lar
- Outro

14. Qual é a sua renda mensal familiar?*

- De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 1.320,00- R\$ 2640,00)
- De 2 a 5 salários mínimos (R\$ 2.640,01 - R\$ 6.600,00)
- De 5 a 10 salários mínimos (R\$ 6.600,01 - R\$ 13.200,00)
- De 10 a 20 salários mínimos (R\$ 13.200,01 - R\$ 26.400,00)

- Acima de 20 salários mínimos (acima de R\$26.400,01)
- Prefiro não dizer

15. Qual é o seu estado civil atual?*

- Casado ou morando com companheiro (a)
- Divorciado ou separado
- Solteiro
- Viúvo
- Prefiro não dizer

16. Você tem filhos?*

- Sim, tenho 1
- Sim, tenho 2
- Sim, tenho 3
- Sim, tenho mais de 3
- Não tenho filhos
- Prefiro não dizer

17. Qual é a sua religião?*

- Católico
- Evangélico
- Umbanda, Candomblé e outras religiões de matriz afro-brasileira
- Budismo, Hinduísmo e outras religiões orientais
- Islamismo
- Espírita
- Espiritualista
- Judaísmo
- Não tenho religião
- Prefiro não dizer

18. Qual foi sua modalidade de ingresso na Universidade de Brasília?*

- Vestibular tradicional
- PAS
- ENEM
- Vagas remanescentes
- Admissão para portador de diploma de curso superior
- Transferência facultativa
- Transferência obrigatória
- Outros

19. Qual é o seu semestre atual?*

- 1°
- 2°
- 3°
- 4°
- 5°
- 6°
- 7°
- 8° ou mais

20. Qual é a sua Faculdade na UnB?*

- Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária
- Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
- Faculdade de Ciência da Informação
- Faculdade de Ciências da Saúde
- Faculdade de Comunicação
- Faculdade de Direito
- Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas
- Faculdade de Educação
- Faculdade de Educação Física
- Faculdade de Medicina

- Faculdade de Tecnologia
- Faculdade UnB Ceilândia
- Faculdade UnB Gama
- Faculdade UnB Planaltina

21. Qual é o seu curso de graduação?*

(Texto de resposta curta)

22. A fim de entender melhor qual é o seu ponto de vista sobre a promoção da acessibilidade na UnB, esta pesquisa propõe uma entrevista com os estudantes (presencial ou remota) que será realizada posteriormente com a pesquisadora. Você gostaria de contribuir? As entrevistas terão, no máximo, 30 minutos de duração.*

- Sim (Continuar para a próxima seção)
- Não (Ir para a seção 5)

**Pergunta obrigatória*

Seção 4 de 5 - Informações de contato para entrevista

23. Informe abaixo o seu endereço de e-mail e/ou número de telefone para agendamento da entrevista.

(Texto de resposta curta)

Seção 5 de 5 - Obrigada pela participação!

24. Se você tiver alguma sugestão ou feedback, sinta-se à vontade para escrever no espaço abaixo. Ajude também compartilhando o formulário com outras pessoas!

(Texto de resposta longa)