

EXPLORANDO NUEVAS FRONTERAS: UN ESTUDIO DE CASO EN EDUCACIÓN CORPORATIVA Y COMUNICACIÓN ACCESIBLE EN COACH IT - CONSULTORIA EN TI

EXPLORANDO NOVAS FRONTEIRAS: UM ESTUDO DE CASO EM EDUCAÇÃO CORPORATIVA E COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL NA COACH IT - CONSULTORIA EM TI

EXPLORING NEW FRONTIERS: A CASE STUDY IN CORPORATE EDUCATION AND ACCESSIBLE COMMUNICATION AT COACH IT - CONSULTING IN IT



Ariadne BOTECHIA¹
e-mail: ariadne.botechia@unesp.br



Felipe Oliveira CAVALIERI²
e-mail: felipe@tedmarketing.com.br



Suely MACIEL³
e-mail: suely.maciel@unesp.br

Cómo hacer referencia a este artículo:

BOTECHIA, A.; CAVALIERI, F. O.; MACIEL, S. Explorando nuevas fronteras: Un estudio de caso en educación corporativa y comunicación accesible en Coach It - Consultoria en IT. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 19, n. 00, e024019, 2024. e-ISSN: 1982-5587. DOI: <https://doi.org/10.21723/riaee.v19i00.19014>



- | Enviado en: 17/08/2023
- | Revisiones requeridas en: 21/10/2023
- | Aprobado el: 19/11/2023
- | Publicado el: 08/02/2024

Editor: Prof. Dr. José Luís Bizelli
Editor Adjunto Ejecutivo: Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

¹ Universidad Estatal Paulista (UNESP), Bauru – SP – Brasil. Maestría por el Programa de Posgrado en Medios y Tecnología.

² Universidad Estatal Paulista (UNESP), Bauru – SP – Brasil. Maestría por el Programa de Posgrado en Medios y Tecnología.

³ Universidad Estatal Paulista (UNESP), Bauru – SP – Brasil. Profesora Asistente. Doctorado en Ciencias de la Comunicación (USP).

RESUMEN: Este artículo analiza un estudio de caso realizado en 2022 en Coach It IT Consulting, en Sorocaba, abordando la implementación de prácticas innovadoras de educación corporativa y estrategias de comunicación accesibles. Exploramos las interconexiones entre la educación corporativa, la comunicación accesible y las demandas específicas del sector de TI en la revisión crítica de la literatura. Se presenta la metodología del estudio de caso, seguida de los resultados y análisis. La conclusión destaca los principales hallazgos, cerrando con reflexiones sobre las contribuciones a los campos de la educación corporativa y la comunicación accesible. Este estudio tiene como objetivo enriquecer la comprensión de cómo las empresas pueden alinear las estrategias de aprendizaje corporativo con la promoción de la inclusión, contribuyendo a entornos organizacionales más adaptativos y equitativos.

PALABRAS CLAVE: Educación corporativa. Comunicación accesible. Deficiencia. Marketing e inclusión.

RESUMO: Este artigo analisa um estudo de caso realizado em 2022 na Coach It Consultoria em TI, em Sorocaba, abordando a implementação de práticas inovadoras de educação corporativa e estratégias de comunicação acessíveis. Exploramos as interconexões entre educação corporativa, comunicação acessível e as demandas específicas do setor de TI na revisão crítica da literatura. A metodologia do estudo de caso, seguida pelos resultados e análises, é apresentada. A conclusão destaca descobertas-chave, encerrando com reflexões sobre as contribuições para os campos da educação corporativa e comunicação acessível. Este estudo visa enriquecer a compreensão de como as empresas podem alinhar estratégias de aprendizagem corporativa à promoção da inclusão, contribuindo para ambientes organizacionais mais adaptativos e equitativos.

PALAVRAS-CHAVE: Educação corporativa. Comunicação acessível. Deficiência. Marketing e inclusão.

ABSTRACT: This article analyzes a case study carried out in 2022 at Coach It - IT Consulting, in Sorocaba, addressing the implementation of innovative corporate education practices and accessible communication strategies. We explore the interconnections between corporate education, accessible communication, and the specific demands of the IT sector in the critical literature review. The methodology of the case study, followed by the results and analyses, is presented. The conclusion highlights key findings, closing with reflections on the contributions to the fields of corporate education and accessible communication. This study aims to enrich the understanding of how companies can align corporate learning strategies with the promotion of inclusion, contributing to more adaptive and equitable organizational environments.

KEYWORDS: Corporate education. Accessible communication. Deficiency. Marketing and inclusion.

Introducción

La dinámica contemporánea del entorno corporativo está intrínsecamente ligada a la constante evolución tecnológica y a la imperiosa necesidad de inclusión (Maximiano, 2006). En este contexto, la intersección entre la educación corporativa y la comunicación accesible emerge como un campo de estudio esencial para promover entornos de trabajo más inclusivos y eficientes (Oliveira, 2004). Este artículo presenta un análisis en profundidad de un estudio de caso (Goode; Hatt, 1979) realizado en 2022 en Coach It - IT Consulting, con sede en la ciudad de Sorocaba, en el interior de São Paulo, que aborda la implementación de prácticas innovadoras de educación corporativa combinadas con estrategias de comunicación accesibles.

El objetivo principal de este estudio es analizar cómo la empresa Coach ha integrado prácticas innovadoras de educación corporativa, considerando las demandas específicas del sector TI, con estrategias de comunicación accesibles en su departamento de marketing. Buscaremos comprender los impactos de esta integración en el desarrollo profesional, la efectividad de la comunicación interna y la promoción de una cultura organizacional inclusiva.

Los objetivos de esta investigación trascienden el mero análisis superficial de las prácticas de Coach It. Guiados por la profesora Suely Maciel, nos adentramos en las entrañas de la empresa, realizando un minucioso y exhaustivo trabajo de campo que redefine la comprensión de la intersección entre la educación corporativa y la accesibilidad.

En un esfuerzo conjunto, dirigimos nuestro enfoque a la revisión de la planificación estratégica de Coach It, con especial énfasis en el capítulo y la carta del plan de marketing. Este enfoque específico reveló matices cruciales que antes habían escapado a la atención, especialmente en lo que respecta a la falta de accesibilidad en los canales y medios de comunicación de la empresa.

Al identificar este problema central, sentamos las bases para el diseño de la "Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad". Esta guía no es solo un documento teórico; es una respuesta práctica y tangible a la brecha de accesibilidad dentro de Coach It. De esta manera, no solo diagnosticamos el problema, sino que también brindamos una solución tangible que se materializa como un recurso educativo.

Es crucial señalar que la Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad no es una literatura estática, sino un material dinámico que ha encontrado su lugar en la formación interna de la empresa. Este documento no solo destaca las fallas, sino que también empodera a los empleados para que se conviertan en agentes activos en la construcción de una comunicación más inclusiva.

Al alinear los objetivos de la investigación con este enfoque práctico y aplicado, no solo exploramos las brechas existentes, sino que también delineamos un camino claro para la mejora. El estudio de caso no es solo un análisis crítico; Es una narrativa de transformación e innovación, donde jugamos un papel clave no solo para observar la necesidad de cambio, sino también para ser agentes catalizadores de esta transformación.

Este artículo está estructurado de la siguiente manera: la siguiente sección ofrece una revisión crítica de la literatura relevante, explorando las interconexiones entre la educación corporativa y la comunicación accesible. Posteriormente, se presenta la metodología utilizada en el caso de estudio, seguida de los resultados alcanzados tras la implementación de la Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad en los medios digitales de la empresa. La conclusión destaca los principales hallazgos y sus implicaciones, cerrando con reflexiones sobre las contribuciones del estudio al campo de la educación corporativa y la comunicación accesible.

En definitiva, este estudio de caso en Coach tiene como objetivo enriquecer la comprensión académica de cómo las empresas pueden alinear las estrategias de aprendizaje corporativo con la promoción de la inclusión, contribuyendo así a la construcción de entornos organizacionales más adaptativos y equitativos.

Contexto histórico de la discapacidad

La forma en que la sociedad percibe a las personas con discapacidad ha evolucionado a lo largo de la historia, moldeada por los valores morales, éticos, religiosos y filosóficos adoptados por diferentes culturas en diferentes momentos. Comprender estas transformaciones culturales a lo largo del tiempo nos ayudó a comprender las razones que llevaron a la gerencia y a los empleados de Coach It a ignorar los recursos de accesibilidad web disponibles en los medios de comunicación de la empresa.

Solo después de esta investigación bibliográfica preliminar fue posible recopilar información histórica y comprender la evolución del concepto de discapacidad, con el fin de señalar los problemas de accesibilidad identificados en la empresa. Sin esta comprensión, sería imposible sensibilizar al equipo y convencer a la dirección para que mejore sus métodos de trabajo y formación.

Como argumenta Michel Foucault (2001, p. 69, nuestra traducción):

Las diferencias corporales, ya sea que califiquen como discapacidad o no, son expresiones de la diversidad humana. Sin embargo, la existencia de cuerpos con marcadas diferencias siempre ha despertado la curiosidad, el asombro o

la indiferencia de las personas en diferentes sociedades (...) lo que constituye en su existencia misma y en su forma, no sólo una violación de las leyes de la sociedad, sino también una violación de las leyes de la naturaleza.

Este estigma ha acompañado a la humanidad desde sus primeras civilizaciones, como lo evidencia Silva (1986), cuando menciona a los Chiricoa, un pueblo que habitaba la selva colombiana. Este grupo a menudo se mudaba, dejando atrás a las personas discapacitadas, los ancianos y los enfermos en la antigua vivienda de la tribu, debido a las necesidades de supervivencia.

Situaciones similares ocurrieron en otras civilizaciones, como en el Antiguo Egipto, donde las enfermedades graves, las discapacidades físicas y los problemas mentales se interpretaban como manifestaciones de demonios, espíritus malignos o castigos por pecados de vidas pasadas. La solución a estas adversidades dependía de las intervenciones divinas, de los sacerdotes o de las prácticas religiosas, como las oraciones, los exorcismos y las cirugías (Silva, 1986).

En cuanto a su presencia en la sociedad, las personas con discapacidad se podían encontrar en diversos estratos sociales, desde faraones, nobles y artesanos hasta esclavos, como lo demuestran los artefactos egipcios que muestran que algunas personas con discapacidad pudieron tener vida social y formar familias (Pereira; Saraiva, 2016).

En la Antigua Grecia, donde la fuerza física y la belleza estaban sobrevaloradas, la marginación era común para aquellos que no cumplían con los ideales de fuerza y belleza requeridos para los participantes en las guerras. Los individuos cuyas características no se alineaban con estos estándares a menudo eran excluidos y, en muchos casos, eliminados, con la excepción de los guerreros heridos y mutilados, que estaban protegidos por el Estado (Schewinsky, 2004). Los griegos veían a las personas con discapacidad como inútiles para la sociedad, considerándolas seres infrahumanos.

En Esparta y Atenas, los niños con discapacidades físicas, sensoriales y mentales eran etiquetados como infrahumanos, lo que justificaba su eliminación y abandono. Estas prácticas eran consistentes con los ideales de atletismo, belleza y estructuras de clase que sustentaban la organización socioeconómica de estas ciudades-estado. En Esparta, los niños discapacitados eran arrojados desde las rocas, mientras que en Atenas eran rechazados y abandonados en las plazas públicas o en los campos (Rodrigues; Maranhe, 2012, p. 13, nuestra traducción).

A principios del siglo XIX, la discapacidad se asociaba con la inutilidad, la dependencia y la discapacidad, y a menudo resultaba en abandono y exclusión. Las decisiones relativas a las personas con discapacidad se basaban en los preceptos morales y éticos de la época (Peranzoni;

Freitas, 2012). Sin embargo, durante el siglo XIX se produjo un cambio fundamental, con la ampliación de la atención especializada más allá de las instituciones, para incluir estudios específicos sobre los diferentes tipos de discapacidad (Fonseca, 2015).

El siglo XX fue testigo de una serie de cambios de paradigma significativos, que culminaron en avances para las personas con discapacidad. Durante este tiempo, la sociedad se ha organizado colectivamente para abordar los desafíos y satisfacer mejor las necesidades de las personas con discapacidad. La conciencia de los derechos humanos y el énfasis en la integración y la participación activa en la sociedad se han vuelto más prominentes. Después de la Segunda Guerra Mundial, se volvió a prestar atención a las personas con discapacidad, en gran parte debido a las diferentes formas de discapacidad resultantes de las heridas de guerra (Silva, 1986).

Es en el siglo XX, sin embargo, cuando asistimos al cambio de paradigma más radical, que es la consideración de los aspectos sociales en la definición del marco de la discapacidad. Esta comprensión condujo al modelo biopsicosocial que subyace en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, promulgada por las Naciones Unidas en 2006, y que sirve de parámetro para toda la legislación posterior emitida por los países signatarios de la convención. En el caso de Brasil, la Ley Brasileña de Inclusión (Brasil, 2015) es la principal disposición legal que sistematiza los derechos y deberes de las personas con discapacidad en una sola ley (Setubal; Fayan, 2019).

Entre las muchas reflexiones contemporáneas sobre la promulgación de la LBI, podemos dividir sus principales impactos sociales de la siguiente manera:

Igualdad de oportunidades: La ley establece que las personas con discapacidad tienen un derecho fundamental a la igualdad de oportunidades, lo que significa que no pueden ser discriminadas por su discapacidad. Esto afecta a todas las esferas de la sociedad, desde el empleo hasta la educación y la accesibilidad.

Accesibilidad: La accesibilidad es uno de los puntos clave de LBI. Exige que los edificios públicos, el transporte, los servicios de salud, la educación, la comunicación y la tecnología, etc., sean accesibles para todas las personas, incluidas las personas con discapacidad. Esto implica adaptaciones arquitectónicas, tecnológicas, metodológicas, actitudinales, programáticas y de los sistemas de información y comunicación para garantizar que nadie quede excluido.

Derecho a la educación: El LBI reforzó el derecho a la educación inclusiva, es decir, el derecho de las personas con discapacidad a estudiar en escuelas ordinarias, siempre que sea posible, en lugar de en escuelas especializadas. Esto promueve una mayor integración y oportunidades educativas para las personas con discapacidad.

Cambio en la percepción: El LBI también ha tenido un impacto en la forma en que la sociedad ve a las personas con discapacidad. Ayuda a combatir los estigmas y prejuicios reforzando la idea de que la discapacidad no es una limitación intrínseca, sino una cuestión social. Por lo tanto, promueve un cambio de percepción hacia las personas con discapacidad.

Mayor acceso al empleo: El LBI busca promover la inclusión de las personas con discapacidad en el mercado laboral. Las empresas con 100 o más empleados deben cubrir un porcentaje de sus puestos con personas con discapacidad, lo que garantiza una mayor inclusión en el ámbito laboral.

Acción afirmativa: La legislación promueve la acción afirmativa para las personas con discapacidad, fomentando la participación activa de esta población en diversos sectores de la sociedad. Esto abarca desde el acceso a la cultura hasta la participación en política.

Derecho a la toma de decisiones: El LBI reforzó el derecho de las personas con discapacidad a tomar decisiones sobre sus propias vidas, reconociendo su autonomía y capacidad. Esto es particularmente importante para las personas con discapacidad intelectual.

Responsabilidad legal: La legislación introdujo sanciones por discriminación por motivos de discapacidad, asegurando que quienes violen los derechos de las personas con discapacidad rindan cuentas legalmente, con penas de multa y prisión.

Innovación tecnológica: LBI ha fomentado el desarrollo de tecnologías de asistencia e innovaciones que promueven la inclusión, haciendo que la vida cotidiana sea más accesible para las personas con discapacidad.

Concienciación pública: La ley busca sensibilizar a la opinión pública sobre los derechos y retos a los que se enfrentan las personas con discapacidad, animando a la sociedad a ser más inclusiva y solidaria.

Este nuevo paradigma provoca cambios en la comprensión de la discapacidad, en la definición de lo que serían las barreras, en el establecimiento del papel "solidario" del conjunto de la sociedad y especialmente de las empresas privadas, en el enfrentamiento y superación de barreras y en la garantía del derecho de todas las personas a una vida autónoma, libre e independiente.

Explorando los Fundamentos Científicos de la Educación Corporativa: Un Análisis Exhaustivo

La educación corporativa es un campo dinámico que tiene bases sólidas en una intrincada red de teorías e investigaciones. Desde sus orígenes, este campo ha sido moldeado por pensadores visionarios y académicos que han buscado comprender y mejorar las prácticas de aprendizaje en las organizaciones. A medida que avanza el siglo XXI, estamos viendo una transformación en el enfoque de la educación corporativa, con un enfoque cada vez mayor en la accesibilidad.

La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (CDPD) establece principios fundamentales, reconociendo la igualdad de oportunidades, la accesibilidad, el respeto a la diversidad y la plena participación en la sociedad. Estos principios influyen directamente en la forma en que las empresas ven la educación corporativa. La accesibilidad se convierte no solo en una obligación ética, sino también en una estrategia vital para promover entornos de trabajo inclusivos.

En el contexto empresarial contemporáneo, las organizaciones reconocen que la diversidad, incluida la diversidad funcional, es un activo. La CDPD, al vincular los derechos de las personas con discapacidad a la educación y el empleo, cataliza un cambio de paradigma en la formación empresarial. Los programas educativos ahora buscan incorporar prácticas inclusivas, asegurando que todos los empleados, independientemente de sus habilidades, tengan un acceso equitativo al desarrollo profesional.

Sin embargo, para una correcta comprensión de la educación corporativa, es necesario conocer los pilares fundamentales de esta área, que radican en la comprensión profunda de la interconexión entre el aprendizaje y el desempeño organizacional.

Donald Kirkpatrick, famoso por su Modelo de Evaluación del Entrenamiento (2006), destaca la importancia de evaluar no solo las reacciones inmediatas de los participantes, sino también los aprendizajes, comportamientos y resultados. Su trabajo seminal estableció un marco sólido para evaluar la efectividad de los programas de capacitación, una contribución crucial a la base conceptual de la educación corporativa en este estudio de caso.

Además, Phillips (2005), con su enfoque para evaluar el retorno de la inversión (ROI) en formación, aportó una dimensión financiera tangible y fundamental a la viabilidad de esta investigación sobre educación corporativa. Sus contribuciones resaltan no solo la importancia del aprendizaje continuo, sino también la necesidad de alinear las inversiones en educación con los objetivos estratégicos de las organizaciones.

Otro punto esencial en la base científica de la educación corporativa y que se tuvo en cuenta en este trabajo es la teoría del aprendizaje organizacional propuesta por Peter Senge (1990). En su libro "La Quinta Disciplina", Senge destaca la importancia de construir organizaciones de aprendizaje, en las que el aprendizaje individual se entrelaza con el aprendizaje colectivo, creando una sinergia que impulse la innovación y la adaptación.

En un panorama más contemporáneo, la teoría del aprendizaje experiencial de Kolb (1984) define que "[...] El proceso por el cual se crea el conocimiento ocurre a través de la transformación de la experiencia. El conocimiento es el resultado de la combinación de la obtención y la transformación de la experiencia" (Kolb, 1984, nuestra traducción). Su idea de que el aprendizaje es un proceso cíclico que involucra experiencia, reflexión, conceptualización y experimentación resuena fuertemente con la educación corporativa, en la que la aplicación práctica del conocimiento es inherentemente valiosa.

Hoy en día, a medida que las empresas buscan adaptarse a un mundo más inclusivo, la aplicación de los principios de la CDPD y la LBI en la formación profesional se vuelve imperativa. Este enfoque no solo cumple con las obligaciones éticas y legales, sino que también contribuye a entornos de trabajo más productivos, innovadores y socialmente responsables.

El propósito de este tema es presentar, aunque sea superficialmente, algunos aspectos importantes en este vasto campo de las bases científicas de la educación corporativa. A medida que profundizamos en las complejidades de este campo, es imperativo comprender la riqueza teórica y práctica que sustenta la constante evolución de la educación en las organizaciones modernas. Este panorama multifacético de teorías e investigaciones proporciona no solo una comprensión sólida, sino que también arroja luz sobre las posibilidades futuras, donde el aprendizaje continuo es una brújula vital en el viaje organizacional.

Contextualización del estudio de caso

En el escenario altamente dinámico de las Tecnologías de la Información (Beal, 2004), Coach se destaca como una empresa que reconoce la importancia estratégica de mantener a sus profesionales actualizados y capacitados. Este estudio de caso surge de la necesidad de comprender cómo las prácticas de educación corporativa y la implementación de estrategias de comunicación accesible pueden converger para optimizar el desempeño organizacional y promover un entorno de trabajo inclusivo.

Coach It, con sus impresionantes 20 años de experiencia, es una entidad sólida en el escenario de la tecnología de la información (TI). Su impacto se evidencia en su expansión internacional, con más de 150 empleados distribuidos estratégicamente en siete oficinas en todo el mundo: tres en Brasil, una en España, una en los Países Bajos, una en Canadá y una en México.

A lo largo de su historia, la compañía se ha consolidado como un referente en el sector, destacando no solo por la amplitud de su presencia global, sino también por su excelencia técnica y su apuesta por la innovación. Sorprendentemente, a pesar de esta solidez y éxito, Coach It nunca había realizado esfuerzos significativos en el ámbito de la accesibilidad comunicacional en su formación corporativa.

Esta brecha se vuelve aún más intrigante en el escenario actual, en el que la inclusión y la diversidad son reconocidas como factores esenciales para el crecimiento y la sostenibilidad de las organizaciones. Coach It, aunque ha prosperado en una industria conocida por su constante evolución, se ha dado cuenta de la necesidad de adaptarse no solo tecnológicamente, sino también en términos de prácticas internas, reconociendo la importancia estratégica de invertir en el desarrollo de nuevas habilidades para sus empleados.

Es esencial entender que, a pesar de la experiencia técnica acumulada durante dos décadas, Coach It IT Consulting reconoció que la verdadera innovación no se limita a la excelencia técnica. Está intrínsecamente ligado a la capacidad de fomentar entornos inclusivos y adaptables. La decisión de embarcarse en este estudio de caso refleja no solo la madurez de la empresa, sino también el compromiso de afrontar nuevos retos y evolucionar en línea con las demandas contemporáneas.

El desarrollo de estrategias de educación corporativa centradas en la comunicación accesible representa así un nuevo capítulo en la historia de Coach It. Por lo tanto, este estudio busca no solo resaltar el estado actual de la compañía en relación con esta iniciativa, sino también ofrecer información valiosa sobre cómo las empresas establecidas pueden incorporar prácticas inclusivas de manera efectiva y transformadora.

Metodología

La metodología adoptada para este estudio de caso implicó un enfoque cualitativo, con recolección de datos a través de ⁴ validadores automáticos de accesibilidad, análisis de documentos, entrevistas semiestructuradas y observación participante.

Goode y Hatt (1979, p. 421-422, nuestra traducción) definen el estudio de caso como un método para observar la realidad social. "No es una técnica específica, es un medio para organizar los datos sociales preservando el carácter unitario del objeto social estudiado".

Se contó con la participación de profesionales de diferentes niveles jerárquicos, que aportaron una visión integral de las prácticas educativas corporativas y de la comunicación accesible en Coach It.

La realización de esta investigación estuvo guiada por una metodología robusta y multifacética, diseñada para sondear las profundidades de la comunicación de la empresa y, en definitiva, generar un manual de buenas prácticas que resultara no solo teóricamente relevante, sino aplicable en la práctica. Dividida en cuatro etapas diferenciadas, la metodología fue diseñada para ofrecer una visión holística de la accesibilidad en la comunicación corporativa.

Paso 1: Validación de la Accesibilidad del sitio web institucional

La primera etapa consistió en validar la accesibilidad del sitio web institucional de Coach It. Se emplearon herramientas automáticas como Jigsaw⁵ y el monitor de accesibilidad portugués del gobierno llamado Access Monitor⁶ para una cuidadosa evaluación técnica, como se puede ver en las siguientes imágenes:

⁴ Según el sitio web Web for All Movement, son herramientas automáticas que buscan el código de una página y emiten informes que indican las barreras de accesibilidad para que el desarrollador las corrija. Se recomienda que dichos validadores se basen en los principios del W3C (World Wide Web Consortium) contenidos en la versión 2.1 de las WCAGs (Web Content Accessibility Guidelines).

⁵ Disponible en: <https://jigsaw.w3.org/css-validator/>. Accedido: 10 dic. 2023.

⁶ Disponible en: <https://accessmonitor.acessibilidade.gov.pt/>. Accedido: 10 dic. 2023.

Figura 1 – Análisis automático de la página de apertura del sitio web institucional



Pie de foto: Los comentarios del programa de validación Access Monitor señalaron que el sitio se navega a través de una sola página con la existencia de un banner sin texto alternativo, y se observa la ausencia de subtítulos en la programación del código CSS.

Fuente: Elaboración propia

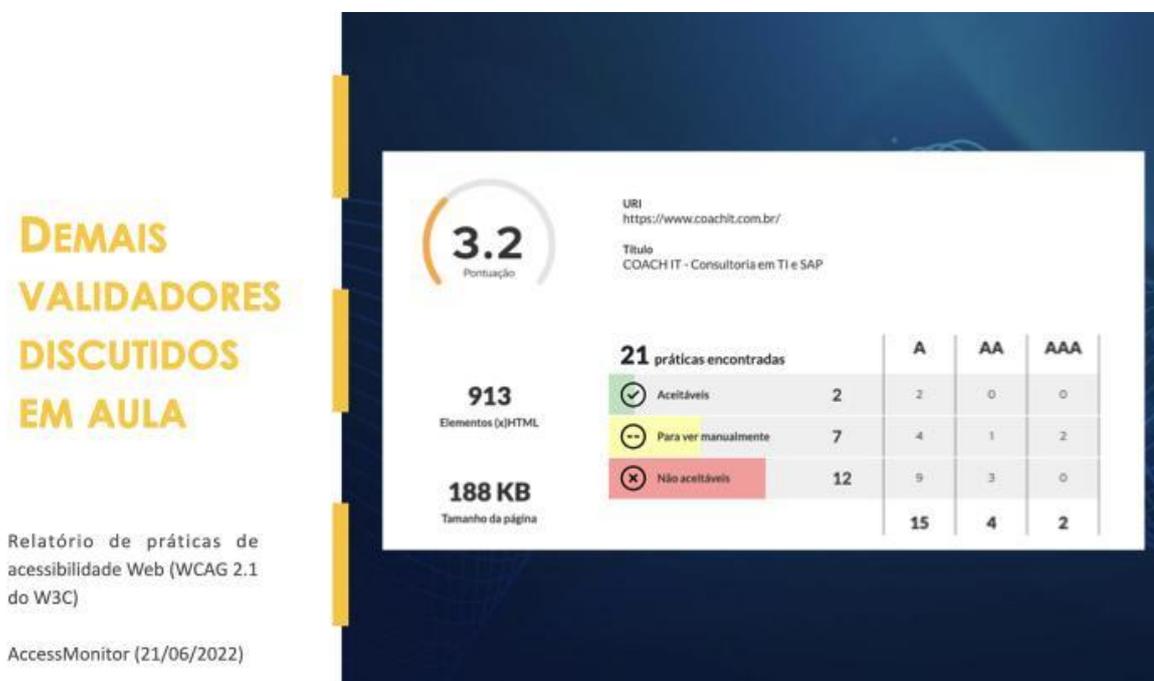
Figura 2 - Análisis automático de la página de apertura del sitio web institucional



Subtítulos: Ausencia de un icono para interpretar el contenido del sitio a la lengua de señas brasileña; ausencia de existencia o referencia a la función de audiodescripción; Descripción de la imagen a través de un atributo de texto alternativo inexistente.

Fuente: Elaboración propia

Figura 3 – Análisis de las características de accesibilidad por parte del validador automático Access Monitor el 21/06/2022



Subtítulos: La puntuación de las características de accesibilidad del sitio fue de 3,2 sobre 10,0 puntos. Se encontraron un total de 21 prácticas de accesibilidad en toda la programación del sitio, que constaba de 913 elementos HTML. Entre estas prácticas, solo 2 de ellas fueron clasificadas como aceptables por el software, otras 7 carecían de revisión manual y otras 12 prácticas fueron clasificadas como inaceptables.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1 – Resumen del análisis manual de la web institucional de Coach It, realizado el 06/01/2022

Navegación con el teclado	Ausente
Enlace de acceso directo	Ausente
Descripción de la imagen (texto alternativo)	Ausente
Contraste de colores	Insuficiente
Idioma de la página	Ausente
Traducción en Lengua de Señas Brasileña	Ausente
Página de accesibilidad	Ausente

Fuente: Elaboración propia

Este punto de partida técnico fue esencial para comprender las barreras iniciales encontradas por usuarios con diferentes necesidades. A través de estos validadores automáticos, se logró identificar que los recursos de accesibilidad a la comunicación fueron ignorados desde

la concepción del proyecto de desarrollo hasta la programación del sitio web institucional de la empresa.

Paso 2: Análisis cualitativo manual de las redes sociales

El segundo paso consistió en un análisis cualitativo manual de las plataformas de redes sociales de Coach It, incluidas YouTube, LinkedIn, Facebook e Instagram. Este análisis exhaustivo reveló graves problemas de accesibilidad en el contenido publicado, lo que pone de manifiesto importantes lagunas en la representación y entrega de información para las personas con discapacidad.

Ilustración 4 – Análisis manual de las funciones de accesibilidad de YouTube



Subtítulos: La función de subtítulos automáticos (CC - *closed caption*) ayudó mucho al canal de la compañía, ya que no hubo preocupación por la inclusión de subtítulos. Al tener sucursales en otros países, surge otra necesidad latente: traducir todo el contenido de video al portugués, inglés y español, de lo contrario estarán impidiendo que el público de estas localidades tenga acceso al mensaje institucional. El contenido en formato clip o *presentación de diapositivas* (imagen + banda sonora) debe ir acompañado de un texto auxiliar o al menos un enlace que dirija a una página del sitio web de la empresa, con todo este contenido transcrito. También se aconseja el uso de una ventana con traducción a libras, ya que muchas personas con discapacidad auditiva no saben leer y escribir en el idioma portugués.

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 – Análisis manual de las funciones de accesibilidad de LinkedIn



Subtítulos: El primer reto a la hora de producir contenido accesible en las redes sociales es crear un mensaje con al menos dos vías de recepción totalmente separadas (vista y oído). Esto significa que aquellos que no pueden ver necesitan entender el mensaje completo, y aquellos que no pueden oír también necesitan entender el mensaje completo. Actualmente, todos los puestos de la empresa son extremadamente visuales y, por lo tanto, deben adaptarse a las personas ciegas o con baja visión. Aumentar el contraste de los colores de las publicaciones y el cuerpo de la fuente del texto de la obra de arte ayudaría a llegar a esta audiencia. La reducción de los períodos de oración (texto corto y el uso del habla directa) también puede ayudar a facilitar la comprensión de las personas con discapacidad intelectual (TEA, TDAH, síndrome de Down, etc.). Por último, sería importante incluir más producciones de vídeo o medios exclusivamente sonoros (con el texto correspondiente en el cuerpo del post), para variar un poco del formato tradicional de post carrusel.

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 – Análisis manual de las funciones de accesibilidad de Facebook



Subtítulos: Al parecer, la empresa no cuenta con diferentes estrategias de producción de contenidos entre las tres redes sociales, por lo que las notas anteriores se aplican a todas ellas. Sin embargo, un aspecto importante del comportamiento de los usuarios tanto de Facebook como de Instagram es que, en estas redes, las fotos y los vídeos son los principales formatos de contenido que se consumen. Ante esto, es necesario acceder a las funciones avanzadas de publicación e incluir "Alt Text" o "Alt Text" en todas las publicaciones. Solo entonces las tecnologías de asistencia, como los lectores de pantalla, podrán describir en audio la imagen publicada. **IMPORTANTE:** El reto a la hora de rellenar este campo adicional es ser muy específico y a la vez conciso para no aburrir al oyente con detalles innecesarios. La foto siempre debe informar y no solo decorar el post.

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 – Análisis manual de las funciones de accesibilidad de Instagram



Subtítulos: Siguiendo, hablando de audiodescripción de imágenes, nos dimos cuenta de algunas publicaciones con fotos de la oficina de la empresa, el equipo reunido, la sala de café, etc. En estos posts, lo que comunica no son las fotos, sino el contenido verbal transcrito en el cuerpo del post. Una vez más, para aquellos que pueden ver y no tienen ningún tipo de discapacidad intelectual, el mensaje es claro. Sin embargo, siguiendo los principios de accesibilidad y la Ley Brasileña de Inclusión (LBI), es fundamental añadir esta "mirada fotográfica" a la descripción (o audiodescripción en el caso de los vídeos). Ejemplo de descripción de la mirada fotográfica: Habitación grande y vacía con varios ordenadores y puestos de trabajo enfrentados, con una gran mesa de reuniones en el centro. Esta descripción del tablero complementa el mensaje del texto que sigue: "Un espacio de trabajo compartido marca la diferencia cuando queremos mantener al equipo unido".

Fuente: Elaboración propia

Paso 3: Entrevistas semiestructuradas de liderazgo

Para comprender el enfoque de la empresa hacia las personas con discapacidades sensoriales, motoras o cognitivas en sus campañas de marketing, los investigadores pasaron al tercer paso. Se realizaron entrevistas semiestructuradas con supervisores y otros líderes de Coach It.

Tabla 2 – Cuestionario sobre conocimientos previos sobre accesibilidad y discapacidad

Número	Pregunta
1	¿Cómo defines el concepto de discapacidad y qué importancia tiene entenderlo en tu entorno laboral?
2	En su opinión, ¿qué significa la accesibilidad y cómo cree que puede integrarse eficazmente en nuestro contexto laboral?
3	Teniendo en cuenta la presencia cada vez mayor de personas con discapacidad en las redes sociales, ¿cómo puede su equipo garantizar una comunicación accesible e inclusiva?
4	¿Podría compartir alguna experiencia personal o profesional significativa que involucre interacciones con personas con discapacidades?
5	En los próximos cinco años, ¿cuáles son los planes de la compañía para fomentar una cultura más inclusiva y accesible, especialmente en relación con la expansión del personal y las operaciones?

Fuente: Elaboración propia

Este paso reveló percepciones internas sobre la accesibilidad y las brechas en las estrategias de marketing de la empresa, como se puede ver en un correo electrónico enviado por el CEO de la compañía en junio de 2022.

Al identificar el problema de la falta de accesibilidad en nuestros canales y medios de comunicación, podemos ajustar nuestro posicionamiento de marca, frente a nuestros valores que permean la inclusión y el acceso pleno a nuestros recursos de comunicación, siguiendo las métricas determinadas por estándares y otros similares (MARCELO CORREA MOREIRA, CEO COACH IT, nuestra traducción).

Paso 4: Observación participante en la vida cotidiana de la empresa

La última etapa estuvo marcada por una profunda inmersión en la vida cotidiana de Coach. Entre los meses de junio y noviembre de 2022, los investigadores participaron activamente en el ambiente de trabajo, compartiendo experiencias con los empleados. Esta observación participante proporcionó una comprensión holística de cómo la falta de información y conocimiento sobre las discapacidades afectaba la comunicación interna y externa de la empresa.

Figura 8 – Formación en comunicación accesible, equipo Coach It - Unidad Sorocaba



Fuente: Colección de autores

Figura 9 - Evento de educación corporativa sobre accesibilidad



Fuente: Colección de autores

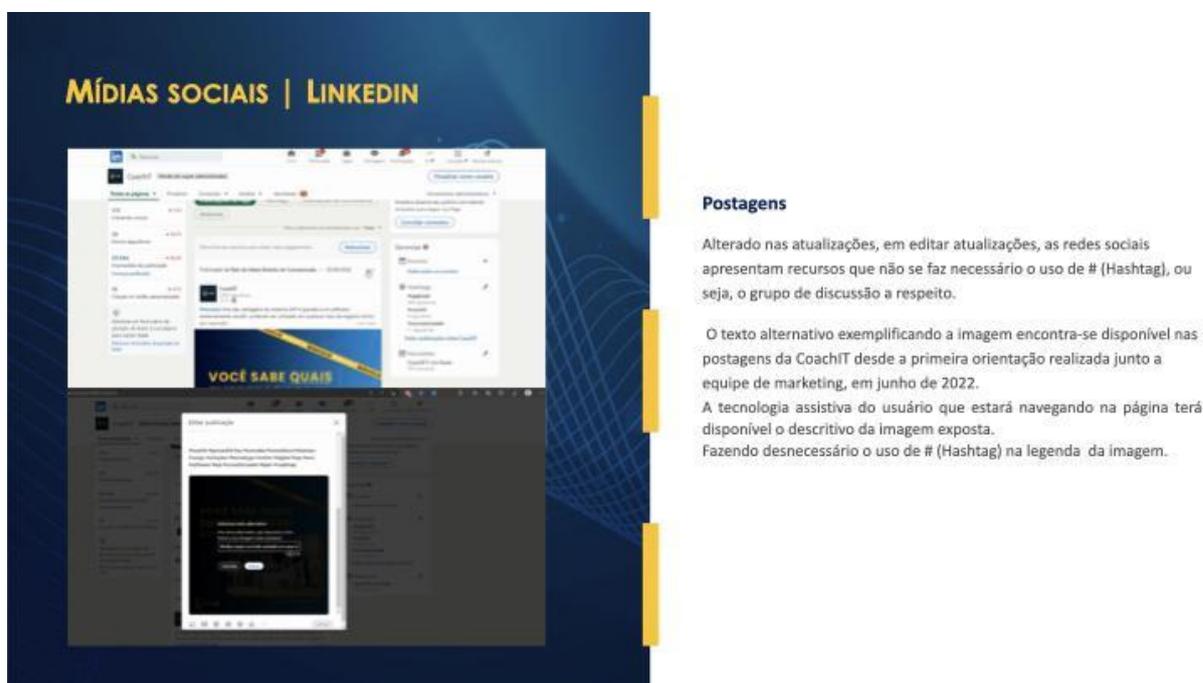
Mejoras en la accesibilidad en los medios digitales de Coach It tras la incorporación de la "Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad"

La incorporación de la "Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad" en la formación interna del equipo de marketing supuso notables mejoras en los medios digitales de la compañía, incluyendo la página web, Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube.

El sitio web de Coach It ha sufrido notables transformaciones. La navegación se ha vuelto más intuitiva y cumple con las pautas de accesibilidad. Se han optimizado los elementos visuales y se ha repensado la estructura del sitio para garantizar una experiencia más inclusiva para todos los usuarios, independientemente de sus capacidades.

En las redes sociales, como Facebook, Instagram y LinkedIn, las publicaciones ahora van acompañadas de descripciones detalladas y texto alternativo, lo que hace que el contenido visual sea accesible para quienes utilizan lectores de pantalla. Los videos publicados en YouTube ahora incorporan subtítulos automáticos y descripción de audio, lo que permite a las personas con discapacidades auditivas o visuales disfrutar del contenido sin barreras.

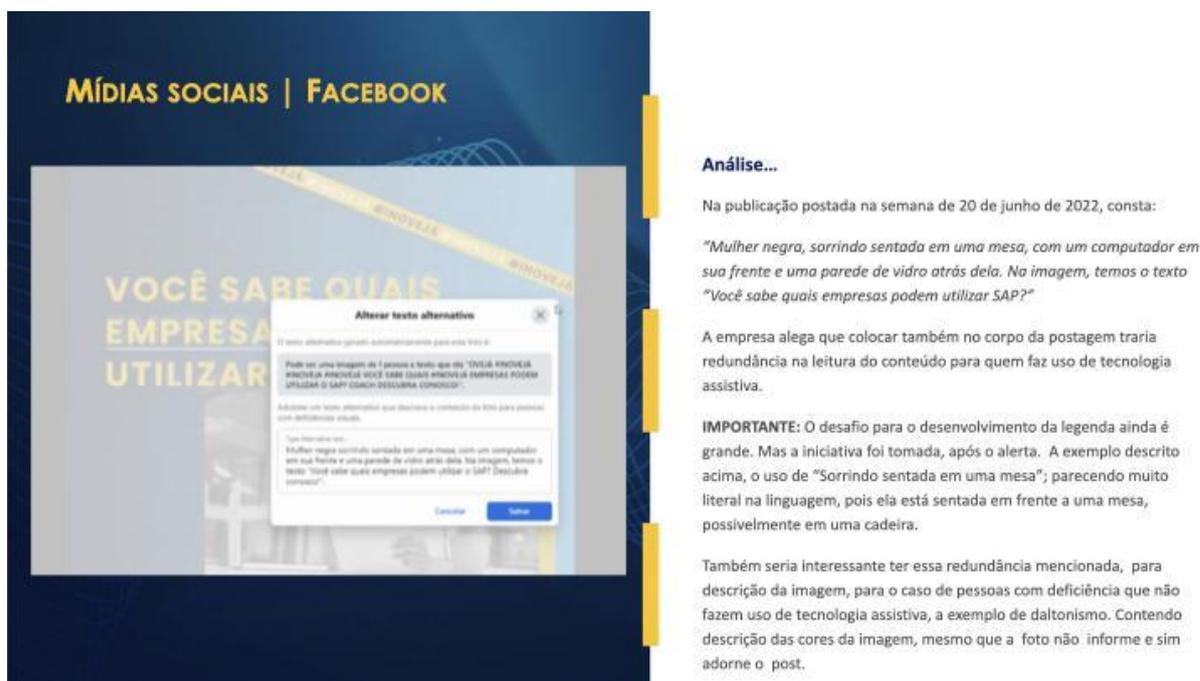
Figura 10 – Correcciones y adaptaciones razonables en LinkedIn



Pie de foto: Cambiado en las actualizaciones, en las actualizaciones de edición, las redes sociales presentan características en las que no es necesario usar # (Hashtag), es decir, el grupo de discusión al respecto. El texto alternativo que ejemplifica la imagen ha estado disponible en las publicaciones de CoachIT desde la primera orientación realizada con el equipo de marketing, en junio de 2022. La tecnología de asistencia del usuario que estará navegando por la página tendrá disponible la descripción de la imagen expuesta.

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 – Correcciones y adaptaciones razonables en Facebook



Pie de foto: La publicación publicada la semana del 20 de junio de 2022 dice: "Mujer negra, sonriendo sentada en un escritorio, con una computadora frente a ella y una pared de vidrio detrás de ella". En la imagen, tenemos el texto: "¿Sabes qué empresas pueden usar SAP?". **IMPORTANTE:** El reto para el desarrollo del subtítulo sigue siendo grande. Pero la iniciativa se tomó después de la alerta. Como se describió anteriormente, el uso de "Sonriente sentada en una mesa" parece muy literal en el lenguaje, ya que ella está sentada frente a una mesa, posiblemente en una silla. También sería interesante que se mencionara esta redundancia para la descripción de la imagen, en el caso de personas con discapacidad que no utilizan tecnología de asistencia, como el daltonismo, que contenga una descripción de los colores de la imagen, incluso si la foto no informa, sino que adorna la publicación.

Fuente: Elaboración propia

La formación interna del equipo de marketing puso de manifiesto la importancia de tener en cuenta la diversidad de audiencias a la hora de crear campañas. La mejora de la comprensión de las discapacidades sensoriales, motoras y cognitivas ha influido directamente en el enfoque de marketing de Coach It, lo que ha dado lugar a contenidos más inclusivos e impactantes.

Estos cambios no solo alinean a Coach It con los estándares éticos y legales, sino que también fortalecen la reputación de la empresa como defensora de la inclusión. Los clientes ahora perciben a Coach It no solo como un líder en consultoría de TI, sino también como una empresa comprometida con los valores de equidad y accesibilidad.

En resumen, la incorporación de la "Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad" en la formación interna del equipo de marketing de Coach It ha demostrado ser un catalizador eficaz para mejoras sustanciales en los medios digitales. Estos cambios no solo responden a las

demandas de la era digital, sino que también posicionan a Coach It como un referente de prácticas inclusivas en su industria.

Conclusión

Este estudio de caso exploró la intersección crucial entre la comunicación accesible y la educación corporativa, analizando de cerca la experiencia de Coach It, una empresa de consultoría de TI con más de dos décadas de experiencia y una amplia presencia global. Inicialmente, al contextualizar la empresa, se destacó su solidez y éxito, con más de 150 empleados distribuidos en varias oficinas alrededor del mundo.

En el ámbito de la accesibilidad, se puso de manifiesto que, a pesar de la madurez de Coach It, la empresa no había desarrollado previamente estrategias específicas de educación corporativa orientadas a la inclusión y la accesibilidad. Este escenario motivó una amplia investigación realizada por los investigadores Ariadne Botechia y Felipe Oliveira Cavalieri, supervisados por la profesora Dra. Suely Maciel.

Los objetivos de la investigación se trazaron a partir de un trabajo de campo que implicó la revisión de la planificación estratégica de la empresa, con un enfoque particular en el capítulo y la letra del plan de marketing. Se detectó la falta de accesibilidad en los canales y medios de comunicación de la empresa, lo que llevó a la creación de la "Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad". Esta guía se ha convertido en una herramienta didáctica crucial utilizada en la formación interna de la empresa, con el objetivo de sensibilizar a los empleados sobre la importancia de una comunicación accesible.

La metodología adoptada fue rigurosa e implicó varias etapas. Inicialmente, la validación de la accesibilidad del sitio web institucional se realizó a través de aplicaciones web especializadas. Luego, un análisis cualitativo manual del contenido en las plataformas de redes sociales reveló serios problemas de accesibilidad. Se realizaron entrevistas semiestructuradas con supervisores y líderes para comprender la consideración de las personas con discapacidad en las campañas de marketing. Finalmente, se llevó a cabo una observación participante para comprender mejor cómo la falta de información y conocimiento sobre la discapacidad impactaba en el material publicitario.

Este estudio de caso proporciona una contribución significativa al campo de la educación corporativa al resaltar la importancia de una comunicación accesible e inclusiva. Al abordar las brechas existentes en el enfoque de Coach It y desarrollar estrategias concretas, el

trabajo presenta un modelo replicable para otras organizaciones que buscan promover la accesibilidad en sus entornos corporativos y medios digitales. La concienciación, la educación y la acción práctica emergen como pilares clave para crear entornos de trabajo verdaderamente inclusivos, empoderando a las empresas para que alcancen su máximo potencial humano.

A medida que recorrían cada etapa, los investigadores no solo recopilaron datos, sino que construyeron una narrativa cohesiva que culminó en la formulación de la "Guía de mejores prácticas de accesibilidad de Coach". Este documento no es solo el resultado de una búsqueda; Es la materialización de un viaje que reveló no solo problemas, sino también soluciones aplicables, contribuyendo significativamente al campo de la educación y la comunicación accesible en entornos corporativos.

REFERENCIAS

BEAL, A. **Gestão estratégica de informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

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: Câmara dos Deputados, 2015. Disponible en: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm. Acceso en: 20 nov. 2022.

FONSECA, R. T. O trabalho protegido do portador de deficiência. **Revista da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo**, São Bernardo do Campo, v. 7, 2015. Disponible en: <https://revistas.direitosbc.br/fdsbc/article/view/764>. Acceso en: 20 nov. 2022.

FOUCAULT, M. **Os anormais**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GOODE, W. J.; HATT, P. **Métodos em Pesquisa Social**. São Paulo. Companhia Editora Nacional, 1979.

KIRKPATRICK, D.; KIRKPATRICK, J. **Evaluating Training Programs**. [S. l.]: Barrett-Koehler Publishers, Inc, 2006.

KOLB, D. A. **Experiential learning**: experience as the source of learning and development. Nova Jersey: Prentice Hall, 1984.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.

MOVIMENTO WEB PARA TODOS. **Descomplicando os validadores automáticos de acessibilidade digital**. Disponible en: <https://mwpt.com.br/descomplicando-os-validadores-automaticos-de-acessibilidade-digital/>. Acceso en: 01 enero 2024.

OLIVEIRA, O. J. **Gestão da qualidade**: tópicos avançados. São Paulo: Thompson Pioneira, 2004.

PERANZONI, V. C.; FREITAS, S. N. A evolução do (pre)conceito de deficiência. **Revista Educação Especial**, [S. l.], p. 15–20, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/educacaoespecial/article/view/5253>. Acesso em: 30 agosto 2022.

PEREIRA, J. A. **Acessibilidade para pessoas com deficiência física e/ou sensorial à hotelaria**: na perspectiva do consumo coletivo. 2016. Dissertação (Mestrado em Consumo, cotidiano e desenvolvimento social) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2016.

PHILLIPS, P. P.; PHILLIPS, J. J. **Return on Investment (ROI) Basics**. Alexandria, VA: ASTD Press, 2005.

RODRIGUES, O. M. P. R.; MARANHE, E. A. A história da inclusão social e educacional da pessoa com deficiência. In: CAPELLINI, V. L. M. F.; RODRIGUES, O. M. P. R. (org.). **Educação inclusiva**: Fundamentos históricos, conceituais e legais. Bauru, SP: UNESP - FC, 2012. v. 12. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/284714199_EDUCACAO_INCLUSIVA_FUNDAMENTOS_HISTORICOS_CONCEITUAIS_E_LEGAIS. Acesso em: 20 nov. 2022.

SCHEWINSKY, S. R. A barbárie do preconceito contra o deficiente: todos somos vítimas. **Acta Fisiátrica**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 7-11, 2004. DOI: 10.11606/issn.2317-0190.v11i1a102465. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/actafisiatrica/article/view/102465>. Acesso em: 11 dic. 2023.

SENGE, P. M. **A Quinta Disciplina**: arte e prática da organização que aprende. 11. ed. São Paulo: Ed. Nova Cultural, 1990.

SETUBAL, J. M.; FAYAN, R. A. C. (org.). **Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência - Comentada**. Campinas, SP: Fundação FEAC, 2016.

SILVA, O. M. **A Epopéia ignorada**: a pessoa deficiente na história do mundo de ontem e de hoje. São Paulo: CEDAS, 1986.

CRediT Author Statement

Reconocimientos: No aplicable.

Financiación: No aplicable.

Conflictos de intereses: No hay conflictos de intereses.

Aprobación ética: El trabajo no necesitó pasar por ningún comité de ética.

Disponibilidad de datos y material: No, porque el trabajo se desarrolló en un entorno corporativo y se refería a la política de formación interna de la empresa.

Contribuciones de los autores: **Ariadne Botechia** - Fue la encargada de presentar nuestro proyecto de investigación a la empresa COACH IT y medió en todos los contactos con la dirección. Participó activamente en cada etapa de la obra y estuvo presente en las reuniones realizadas en la oficina de Sorocaba. **Felipe Oliveira Cavalieri** - Fue el responsable de escribir la obra y de darle formato. Participé activamente en cada etapa, desde el análisis de accesibilidad hasta la capacitación y recopilación de datos. **Suely Maciel** - Fue la supervisora de la obra, participando activamente con valiosas ideas e indicando textos que resultaron fundamentales para la comprensión de los temas: Accesibilidad, Educación y Ciencia; fue ella quien condujo la obra para que tuviera el rigor científico adecuado.

Procesamiento y edición: Editora Iberoamericana de Educación - EIAE.
Corrección, formateo, normalización y traducción.

