

A VENDA PARA O PÚBLICO SURDO: DESAFIOS E SOLUÇÕES PARA O MELHOR ATENDIMENTO

Joel de Carvalho Fontenele

Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAR)

Kézia Raiane da Silva Oliveira

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), Campus Parnaíba

Lucas Mesquita Sousa

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), Campus Parnaíba

Rillary Émile Oliveira Gomes

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), Campus Parnaíba

Vitor de Sousa Mendes

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), Campus Parnaíba

RESUMO

Os surdos enfrentam um grande desafio de comunicação ao buscarem atendimento em ambientes comerciais, principalmente pela falta de profissionais qualificados para atender essa clientela. Nesse sentido, a comunicação entre surdos e ouvintes se dá por meio de uma língua de sinais conhecida como Língua Brasileira de Sinais, Libras. Portanto, é fundamental que as empresas invistam em funcionários que se comuniquem por meio da Libras ou mesmo que os treinem nessa área para melhor atender a essa necessidade. Isso porque a Libras representa a forma de comunicação e expressão da comunidade surda brasileira oficialmente reconhecida pela Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002. Um estabelecimento comercial com profissionais qualificados e aptos a manter contato dentro da Libras com clientes surdos, atendendo suas necessidades e desejos com informações precisas sobre os produtos, diminuirá muito as confusões e decepções para ambos. Este projeto comprovou sua relevância econômica e social para compreender como se dá o atendimento ao público surdo na cidade de Parnaíba, no estado do Piauí. Entre os deficientes auditivos severos, 15% nascem surdos e precisam de ajuda para aprender uma das formas de comunicação. Faz-se necessária a inclusão do surdo no meio em que vive. O foco principal deste trabalho é entender os desafios enfrentados pelo público surdo no atendimento prestado por empresas da cidade de Parnaíba-PI, buscando entender e viabilizar possíveis formas de melhorar a comunicação entre o vendedor e o cliente surdo e propondo possíveis sugestões para a problemática.

Palavras-chaves: Surdo. Atendimento. Público. Tecnologia.

1 INTRODUÇÃO

As pessoas surdas enfrentam um grande desafio de comunicação ao buscarem atendimento em estabelecimentos comerciais, principalmente devido à falta de profissionais qualificados no atendimento desses clientes. Isso ocorre por desconhecimento dos atendentes a respeito de como estabelecer uma comunicação eficaz com surdos (SOUZA *et al*, 2017).

Nos livros de gramática aprendemos que a comunicação está associada à linguagem e à interação na transmissão da mensagem entre um emissor e um receptor. Certamente, esta regra também se aplica na comunicação entre pessoas surdas, assim como entre os surdos e os ouvintes. Neste sentido, a comunicação dos surdos entre eles e dos surdos com os ouvintes acontece por meio de uma língua de sinais conhecida como Língua Brasileira de Sinais, LIBRAS (GOLLNER, SILVA e LEITE, 2019).

Com isso, faz-se necessário, ao setor comercial, buscar formas adequadas e satisfatórias de atendimento aos mais variados públicos, dentre eles, a comunidade surda. Assim, torna-se indispensável às empresas o investimento em colaboradores que fazem uso da Libras ou até mesmo capacitá-los nesta área para melhor atender a esta demanda. Isto porque a Libras representa a forma de comunicação e expressão da comunidade surda brasileira reconhecida oficialmente com a lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002 (GOLLNER, SILVA e LEITE, 2019).

Um estabelecimento comercial com profissionais qualificados e capazes de manter uma comunicação em Libras com os clientes surdos, atendendo suas necessidades e desejos com informações precisas sobre os produtos, diminuiria bastante o constrangimento e frustração para ambos (GOLLNER, SILVA e LEITE, 2019).

Entretanto, esta é uma realidade bem distante do cotidiano do consumidor surdo, que volta e meia se depara com funcionários do comércio tentando se comunicar por mímica ou gestos a eles desconhecidos os mesmo acabam ficando muito insatisfeitos com esse método de atendimento.

Diante disso, nos deparamos com a seguinte problemática: quais desafios o público surdo enfrenta no atendimento oferecido pelas empresas? Para responder a essa pergunta, esse trabalho teve como objetivo compreender os desafios enfrentados pelo consumidor surdo durante o processo de atendimento de vendas.

Para tanto, a pesquisa definiu como objetivos específicos: investigar pesquisas anteriores que tratam da relação entre consumidores surdos e empresas; identificar ferramentas utilizadas para dar maior acessibilidade no processo de vendas para pessoas surdas; verificar como o público surdo é atendido por empresas de Parnaíba e as dificuldades enfrentadas no ato da compra e, por fim, propor soluções para melhoria do atendimento de vendas do consumidor surdo.

Este artigo se justifica devido sua relevância social e econômica com a finalidade de entender como ocorre o atendimento ao público surdo da cidade de Parnaíba, estado do Piauí.

A problemática deste artigo se dá pela falta de capacitação dos profissionais para o atendimento comercial ao público surdo de Parnaíba. Dessa forma surge a necessidade de resolução da problemática para sanar a barreira existente na comunicação entre vendedor e cliente.

Além de sua relevância, esse projeto faz uma relação interdisciplinar entre duas disciplinas fundamentais para discutir essa temática: Gestão de vendas e Libras. A primeira por ter como foco as vendas, toda relação entre vendedor e cliente e sobre a questão da capacidade das empresas em atender a comunidade surda em todo o processo de venda, enquanto a segunda associa-se a comunicação com as pessoas surdas e a importância dessa comunicação no meio social.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

É notório que a pessoa surda encontra diversas dificuldades em momentos de comunicação como em feiras, lojas e supermercados. Como ressaltam Almeida, Sousa e Leal (2019, p. 2000) “há uma população surda, que possuem necessidades de comunicação específicas, que são economicamente ativas, mas que em muitos estudos, pesquisas, não são mencionadas, nem tampouco são alvo de preocupações das organizações”, ou seja, essa comunidade acaba ficando esquecida quando poderia ser alvo das empresas que ao investirem em capacitação profissional se destacariam pelo diferencial no atendimento.

Na pesquisa realizada por Arruda et al. (2021) em que os mesmos abordam os resultados sobre a visão dos colaboradores em relação ao atendimento do público surdo no setor comercial, concluíram que existe sim a necessidade de estratégias para atendimento do público surdo e identificou também que a maior parte dos participantes conhece a Libras mas não sabe utilizá-

la, os mesmos afirmam que têm interesse em se capacitar para proporcionar um melhor atendimento, mostrando assim que os colaboradores estão dispostos a oferecer o melhor atendimento possível.

De acordo com o site Agência Brasil, em 2019, o Instituto Locomotiva em conjunto com a Semana da Acessibilidade Surda elaborou um estudo sobre a população surda no Brasil. A pesquisa ressalta que 10,7 milhões de pessoas têm alguma deficiência auditiva, sendo 2,3 milhões com deficiência severa. Entre os que apresentam deficiência auditiva severa, 15% já nasceram surdos e necessitam de assistência para aprendizado de uma das formas de comunicação. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), afirma que na data de 24 de março de 2022, o Brasil contava com uma população de cerca de 214.388.866 pessoas e desse total cerca de 5% da população brasileira têm algum tipo de deficiência auditiva.

Diante disso surge a necessidade de incluir as pessoas surdas no meio em que vivem, levando em consideração a responsabilidade social para promover a inclusão desses e também fazendo uso de tecnologias que proporcionam mais facilidade na comunicação entre atendente (vendedor) e o consumidor surdo.

2.1 Responsabilidade Social

Responsabilidade social, também conhecida pela sigla RS, é um termo que define as práticas voluntárias das empresas para o seu meio social, ou seja, ações que buscam promover benefícios à sociedade e ao meio ambiente (OMIE, 2020).

Além disso, é importante ressaltar que a RS deve estar em constante evolução, tendo em vista as mudanças que a sociedade sofre e as novas questões que ela encara.

As empresas socialmente responsáveis prezam por sua postura e pela acessibilidade dos seus consumidores, levando em consideração que a comunidade atual está cada vez mais consciente e ativa nas questões sociais, refletindo notoriamente nas suas decisões diárias (FIA, 2019). Sendo assim, a aplicabilidade da responsabilidade social dentro das empresas deixa de ser somente agregação de valor e passa a afetar expressivamente nas vendas finais.

Portanto, as empresas do setor comercial são cobradas diariamente por uma postura maior sobre a responsabilidade social que deve existir dentro da sua cultura organizacional, pois além de sua relevância social, a RS passa a ser um fator competitivo dentro das empresas que refletem nos seus lucros potenciais e na sua imagem empresarial (FIA, 2019). Levando em consideração também que esse ramo atua diretamente com a comunidade e ajuda a contribuir para o crescimento dela.

Segundo Lourenço (2018):

Empresa socialmente responsável está constantemente envolvida em ações sociais, o que não se confunde com assistencialismo, e sim com total comprometimento da instituição com sua função social, razão primeira para a sua existência.

Portanto, a imagem da empresa sempre está relacionada com o bem-estar dos consumidores. Dessa forma, é observado quais são as ações que essa empresa executa para promover a qualidade de vida de todos os envolvidos.

2.2 Aplicação Hand Talk e suas Contribuições

Quando a sociedade chama tecnologias, como dispositivos e aplicativos móveis, de “recursos que mudam a vida”, a expressão geralmente vem junta de uma boa dose de exagero. Entretanto, para os 360 milhões de pessoas em todo o mundo que são surdas ou que têm alguma deficiência auditiva, a revolução tecnológica do smartphone foi exatamente isso, permitindo que esses pudessem fazer uso dessa ferramenta para facilitar sua comunicação e assim conseguir fazer coisas que eram impossíveis há cinco ou dez anos (Razões para acreditar, 2017).

Uma aplicação que apresenta melhoria na comunicação dos surdos, chamada Hand Talk que foi desenvolvido pela Hand Talk Serviços LTDA.

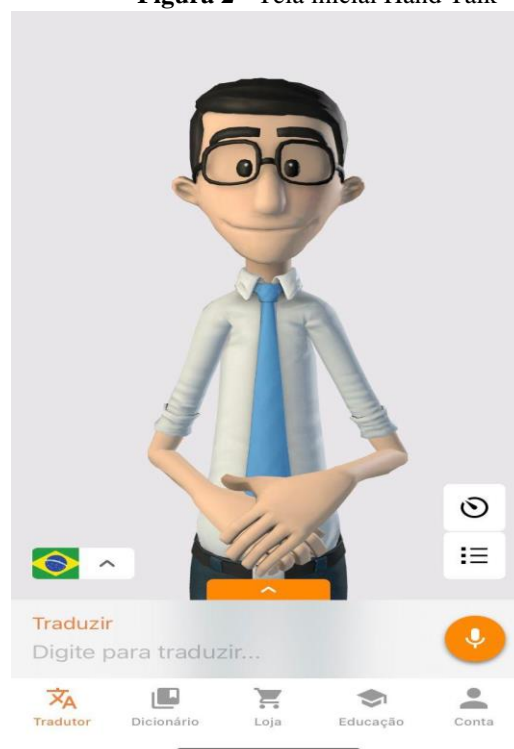
A Aplicação está disponível para várias plataformas, tratando-se de um tradutor de Libras em que é digitada uma palavra ou frase e um avatar na tela do celular gesticula fazendo os sinais correspondentes à frase digitada, permitindo assim, melhoria e facilidade na comunicação, permitindo que a pessoa surda sinta-se mais à vontade falando em sua língua (Hand Talk, 2021).

Figura 1- Símbolo Hand Talk



Fonte: Hand Talk (2022)

Figura 2 - Tela inicial Hand Talk



Fonte: Hand Talk (2022)

As figuras acima mostram o personagem símbolo da aplicação e a tela de início do aplicativo que tem disponível um dicionário no qual você pode ter a lista de palavras e ele faz o sinal correspondente na tela e a aba educação tem conteúdos educacionais sobre Libras, facilitando o processo de aprendizado e estudo.

É notório que as novas tecnologias vêm para somar nesse processo, e que as mesmas ainda têm muito para revolucionar no mercado do atendimento ao cliente.

2.3 Dicionário em Libras e Capacitação Gratuita

O dicionário padrão da língua e os dicionários unilingues são os tipos mais comuns de dicionários. Em nossos dias eles se tornaram um objeto de consumo obrigatório para as nações civilizadas e desenvolvidas (BIDERMANN, 1984). A equipe Acessibilidade Brasil juntamente com financiamento do Ministério da ciência, tecnologia e inovação criaram o dicionário em Libras, que está disponível online, este ajuda no processo de aprendizagem e consulta rápida, promovendo assim, uma ajuda no processo de comunicação.

O campo da educação a distância (EAD) é progressista no Brasil e no mundo; inúmeras instituições de ensino oferecem algum tipo de curso a distância. O desenvolvimento das novas

tecnologias e a facilidade de acesso têm possibilitado uma ampliação da oferta de ensino a distância, o que resulta em um maior atendimento (Santos et al., 2015).

O portal da Escola Virtual Gov oferece diversos cursos de forma gratuita na modalidade EAD, entre eles está o curso de Introdução à Libras que consiste de 60h de carga horária, no qual o colaborador pode adquirir uma capacitação básica para auxiliar no seu processo de atendimento.

3 METODOLOGIA

Antes de mais nada é preciso esclarecer que metodologia é entendida como o conhecimento crítico dos caminhos do processo científico, indagando e questionando acerca de seus limites e possibilidades (DEMO, 1989, pág. 19). Neste projeto foi implantada uma proposta metodológica qualitativa. Martins (2004, pág. 295), ressalta que a metodologia qualitativa, mais do que qualquer outra, levanta questões éticas, principalmente, devido à proximidade entre pesquisador e pesquisados.

Segundo Gil (2002, p. 17) “A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não pode ser adequadamente relacionada ao problema”. Diante disso surge a necessidade da utilização da pesquisa bibliográfica por meio de artigos, revistas, periódicos e outros com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre os desafios enfrentados pelo público surdo durante o processo de vendas.

O levantamento e a coleta de dados foram apurados por meio de uma entrevista com 3 participantes. Rosa e Arnoldi (2006) resumem a pesquisa como “uma atividade de apuração capaz de ofertar e, assim, produzir um novo conhecimento a respeito de uma área ou de um fenômeno, compilando em relação ao que já se sabe”.

Os resultados absorvidos foram representados por meio de um canvas da proposta de valor que fornece uma metodologia comprovada de sucesso (OSTERWALDER et al., 2019). Além disso, ele é uma ferramenta desenvolvida com o intuito de examinar ainda mais profundamente os desejos e as necessidades dos clientes para que assim seja mostrado o seu ponto de vista e que ajustes as empresas precisam fazer para agradá-los (ESPM, 2020).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O instrumento abordado na metodologia desse projeto foi a realização de entrevistas com três participantes surdos que são consumidores do comércio da cidade de Parnaíba-PI, dentre eles dois são do sexo feminino e um é do sexo masculino, com idades 19, 32 e 41 anos. Tendo em vista o objetivo da pesquisa, a entrevista se resumiu em perguntas que esclarecem pontos importantes dentro da problemática.

Nas entrevistas pudemos observar que uma das maiores dificuldades que o consumidor surdo enfrenta para realizar sua compra é a comunicação, pois as empresas nem sempre possuem profissionais capacitados para atender a esse público, e este acaba por ter que recorrer a pessoas ou outras formas de comunicação, como celulares, escrita, gesticulação e outros.

Observamos que uma das perguntas abordadas obteve respostas em comum, ela indagava: Como se sente quando não tem profissionais adequados para atender você em uma determinada empresa? Esses afirmaram que se sentem muito chateados por não ter profissionais que possam atendê-los adequadamente utilizando a sua primeira língua.

Outra pergunta que foi feita aos entrevistados era como eles se sentiam quando alguém se comunicava com eles por meio de mímicas em vez da Libras, eles responderam que em parte ficam acolhidos por tentarem se comunicar com eles de alguma forma, mas por outro lado, ficam tristes pelo fato de as pessoas não conseguirem fazer uma comunicação de forma correta e eficaz. Além disso, outra questão levantada por eles na entrevista foi a dificuldade durante o

processo de vendas, relataram que é muito complicado explicar aos vendedores o que eles realmente querem comprar.

Mais um questionamento feito foi se eles já deixaram de ir a algum estabelecimento comercial por conta da sua comunicação, um dos entrevistados relatou que nunca se privou de ir aos lugares por conta disso, mas os demais declararam que geralmente tem receio e vergonha de se comunicar.

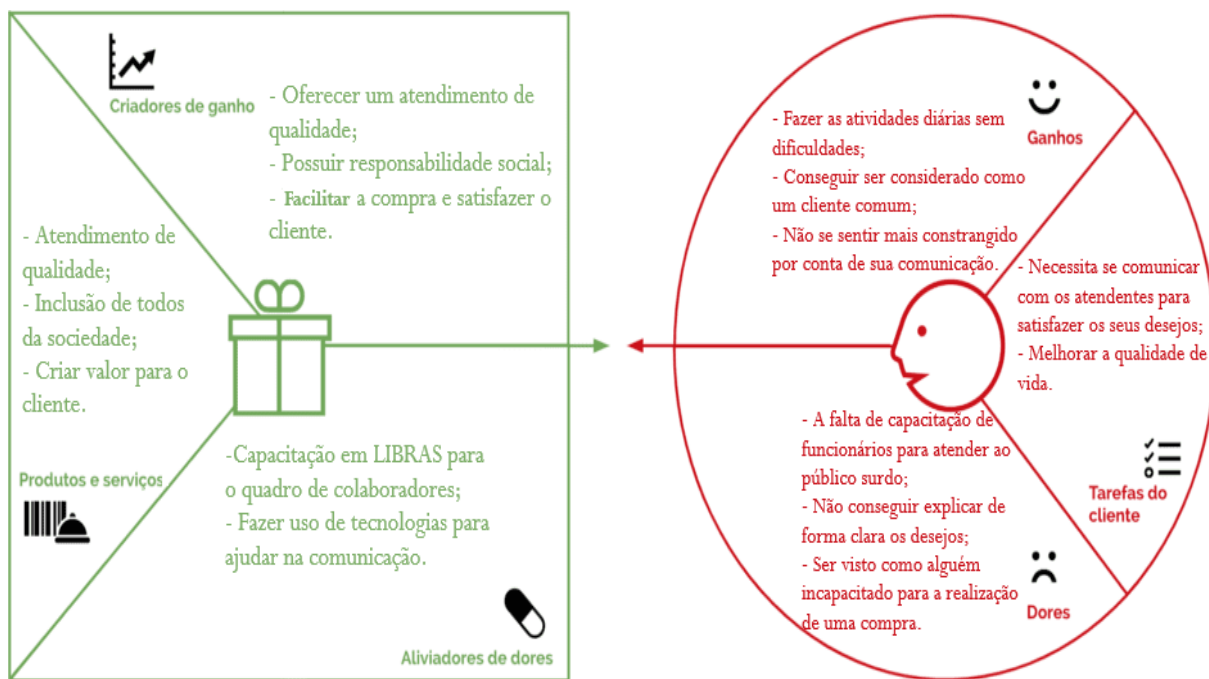
Com o intuito de analisar se as empresas da cidade de Parnaíba estão buscando se enquadrar na realidade da comunidade surda, a pergunta realizada foi se eles já observaram em algum estabelecimento, se possui algum tipo de ferramenta que possa auxiliá-los durante o atendimento. Os entrevistados relataram que nenhuma empresa na cidade possui tais recursos e que muitas vezes é até difícil encontrar alguém que utilize a Libras para se comunicar.

Para melhorar o atendimento ao público surdo, durante a entrevista os interrogados sugeriram uma capacitação para os funcionários das empresas com o intuito de quebrar a barreira existente na comunicação.

Outro fator importante que foi perguntado aos entrevistados foi em relação ao grau de satisfação com o atendimento do comércio na cidade de Parnaíba-PI, estes responderam que o atendimento do comércio para pessoas surdas deixa a desejar e apesar dos atendentes buscarem de certa forma acolher e satisfazer as suas necessidades, este ainda encontra muitas dificuldades.

O canvas da proposta de valor, sugerido na metodologia, foi desenvolvido com o intuito de expor ainda mais profundamente os desafios enfrentados pelo público surdo e as possíveis soluções que devem existir por parte das empresas. Essa ferramenta demonstra de forma clara quais são suas principais dificuldades e o que as empresas podem fazer para melhorar e ganhar a confiança dos seus clientes.

Figura 3 - Canvas da proposta de valores



Fonte: Os autores.

A utilização desse recurso serviu para mostrar a visão integral de ambos os lados. Para o cliente surdo foi possível analisar as suas principais dores e quais as suas necessidades diárias no comércio. Já para as empresas, o Canvas detalhou o que as empresas podem realmente fazer para mudar esse cenário atual e como agir para conquistar esses clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante disso, nos deparamos com a seguinte problemática: quais desafios o público surdo enfrenta no atendimento oferecido pelas empresas? Para responder a essa pergunta, esse trabalho teve como objetivo: compreender os desafios enfrentados pelo consumidor surdo durante o processo de atendimento de vendas.

Para tanto, a pesquisa definiu como objetivos específicos: investigar pesquisas anteriores que tratam da relação entre consumidores surdos e empresas; identificar ferramentas utilizadas para dar maior acessibilidade no processo de vendas para pessoas surdas; verificar como o público surdo é atendido por empresas de Parnaíba e as dificuldades enfrentadas no ato da compra e, por fim, propor soluções para melhoria do atendimento de vendas do consumidor surdo.

O presente artigo teve como foco principal entender quais os desafios que o público surdo enfrenta no atendimento oferecido pelas empresas da cidade de Parnaíba-PI, buscando a compreensão e quais as possíveis formas para melhorar essa comunicação entre o vendedor e o cliente surdo.

Foram realizadas três entrevistas que contribuíram de forma significativa para o alcance dos objetivos, com isso, foi possível compreender como ocorre essa comunicação e quais as maiores dificuldades durante o processo de atendimento ao consumidor surdo.

Identificou-se que os consumidores surdos não conseguem ter uma comunicação eficiente com os vendedores do comércio, pois os mesmos não sabem se comunicar por meio da Libras, apesar de tentarem estabelecer comunicação por outras maneiras, tais como mímica e escrita. Diante disso, consideram que o atendimento do comércio ao cliente surdo deixa a desejar.

Como solução para essa problemática, sugere-se a capacitação dos funcionários das empresas na Língua Brasileira de Sinais (Libras), permitindo uma comunicação adequada e consequente melhoria no atendimento ao cliente.

Outra sugestão é a adoção de ferramentas tecnológicas que facilitem a comunicação entre surdos e ouvintes, tal como o aplicativo Hand Talk, que permite que o vendedor consiga converter um texto escrito em sinais para a compreensão do consumidor surdo e a utilização do dicionário virtual.

Um fator intrigante que foi evidenciado pelos entrevistados e analisado após a entrevista é a falta de interesse por parte das empresas, pois infelizmente a grande maioria não demonstram uma flexibilidade para tentarem se adaptar à realidade da comunidade surda.

Diante disso, sugere-se novas pesquisas direcionadas às empresas e a esse público, com o intuito de analisar a posição e a visão delas sobre a problemática discutida neste trabalho para que assim possa ser sanada todas as barreiras da mesma.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Nubia Regia de; SOUSA, Liliane Barbosa de; LEAL, Ranieri. **O atendimento aos surdos no setor comercial de Araguaína – TO**. Revista Philologus, ano 25, nº 75. Rio de Janeiro: CiFEFiL, set./dez. 2019. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/rph/ANO25/75supl/144.pdf> . Acesso em 22 de maio de 2022.

ARRUDA, Dayane Maximiano et al. **A importância do atendimento do público surdo no setor comercial: A visão dos colaboradores.** Revista Campo do Saber. 2021. Disponível em: <https://periodicos.iesp.edu.br/index.php/campodosaber/article/view/373>. Acesso em 27 jun. 2022.

BRASIL. Lei Nº 10.436, de 24 abr. 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2002.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. **O dicionário padrão da língua.** 1984. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/107592/ISSN1981-5794-1984-28-28-43.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 15 jan. 2023.

DEMO, Pedro. **Introdução a metodologia da ciência.** 1985. Disponível em: <http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/attach/74301206/DEMO-Introducao-a-Metodologia-da-Ciencia.pdf>. Acesso em 27 maio 2022.

DICIONÁRIO LIBRAS. 2022. Disponível em: <https://www.ines.gov.br/dicionario-de-libras/>. Acesso em 16 jan. 2023.

EMPRESA JÚNIOR ESPM. **Canvas da proposta de valor.** Uma página com curiosidades sobre o método de pesquisa. 30 jun. 2020. Disponível em: <https://empresajrespm.com.br/canvas-de-proposta-de-valor-passo-a-passo-para-criar-o-seu/>. Acesso em 15 maio 2022.

ESCOLA VIRTUAL. **Introdução à Libras.** Página com informações sobre o curso. Disponível em: <https://www.escolavirtual.gov.br/curso/11>. Acesso em 16 jan. 2023.

FIA. **Responsabilidade Social: O que é, importância e exemplos.** 29 ago. 2019. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/responsabilidade-social/>. Acesso 27 maio 2022.

GANDRA, Alana. **País tem 10,7 milhões de pessoas com deficiência auditiva, diz estudo.** Agência Brasil, Rio de Janeiro, 13 out. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-10/brasil-tem-107-milhoes-de-deficientes-auditivos-diz-estudo>. Acesso em 27 maio 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLLNER, André Petris.; SILVA, Jessica Mayara T. Rodrigues.; LEITE, Juliane Alves. **Atendimento à pessoa surda no varejo:** Um estudo exploratório sobre o relacionamento comercial entre surdos e o comércio de Pindamonhangaba (SP). 2020. Disponível em: <https://periodicos.fabad.edu.br/index.php/RICF/article/view/13/23>. Acesso em 25 abr. 2022.

GOOGLE PLAY. **Hand Talk tradutor para LIBRAS.** Página da aplicação na loja de dispositivos Android. 25 abr. 2022. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.handtalk&hl=pt_BR&gl=US. Acesso em 13 maio 2022.

HAND TALK. **Hand Talk: Negócio combina inovação tecnológica com impacto social para proporcionar acessibilidade digital a milhões de pessoas surdas.** 23 agos. 2021.

Disponível em:
<https://docs.google.com/document/d/1cQm0IESm2etYzzext6afC2Vi7DjwHdryIouRCr4C038/edit#heading=h.gjdgxs>. Acesso em 27 maio 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pessoas com deficiência**. Dados coletados pelo IBGE sobre pessoas com deficiência auditiva. 2010. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/20551-pessoas-com-deficiencia.html>. Acesso em 27 maio 2022.

LOURENÇO, Luana. **A importância da responsabilidade social nas empresas**. Você sabe o que é responsabilidade social das empresas? Migalhas n.5354. 25 set. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/288883/a-importancia-da-responsabilidade-social-nas-empresas>. Acesso em 15 maio 2022.

MARTINS, Heloisa H. T. de Souza. **Metodologia qualitativa de pesquisa**. 08 ago. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/4jbGxKMDjKq79VqwQ6t6Ppp/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 22 maio 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Censo Demográfico de 2020 e o mapeamento das pessoas com deficiência no Brasil**. Departamento de Ações Programáticas e Estratégicas Coordenação Geral de Saúde da Pessoa com Deficiência. 08 maio 2019. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoespermanentes/cpd/documentos/cinthia-ministerio-da-saude>. Acesso em 22 abr. 2022.

OMIE. **Responsabilidade social: O que é e por que é importante?**. 26 out. 2020. Disponível em: <https://blog.omie.com.br/blog/responsabilidade-social>. Acesso em 20 jun. 2022.

OSTERWALDER, Alexander; BERNARDA, Greg; PIGNEUR, Yves; SMITH, Alan. **Value Proposition Design: Como construir propostas de valor inovadoras**. Alta Books, 2019. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=7qCkDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=value+proposition+design&ots=iBSEfbJH8&sig=ymt0KxvCzRDEgEai__ycPH5s4BE#v=onepage&q=value%20proposition%20design&f=false. Acesso em 27 maio 2022.

RAZÕES PARA ACREDITAR. **A tecnologia a favor dos surdos e deficientes auditivos**. Uma análise sobre a tecnologia e sua influência na comunicação. 15 set. 2019. Disponível em <https://razoesparaacreditar.com/tecnologia-favor-surdos-e-deficientes-auditivos/>. Acesso em 15 maio 2022.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto; ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para a validação dos resultados**. Belo Horizonte. 2006, pág. 112. Acesso em 14 jan. 2022.

SANTOS, Lara Ferreira et al. **Desafios tecnológicos para o ensino de libras na educação a distância**. São Paulo. 18 mar. 2015. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/comunicacoes/article/view/2252/1647>. Acesso em 16 jan. 2023.



GESTÃO, INOVAÇÃO E MERCADO: UM OLHAR INTERDISCIPLINAR
DA CONTABILIDADE E ÁREAS AFINS

SOUZA, Maria Fernanda N. Silveira de et al. **Principais dificuldades e obstáculos enfrentados pela comunidade surda no acesso à saúde: uma revisão integrativa de literatura.** Revista CEFAC, São Paulo, jun. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-0216201719317116>. Acesso em 22 abr. 2022.