

Bancos mais acessíveis: um dever numa sociedade inclusiva



SISTEMA BANCÁRIO



Catarina Mangas

É doutorada em Ciências da Educação, com formação especializada na área de Educação Especial, Domínio Cognitivo e Motor.



Carla Freire

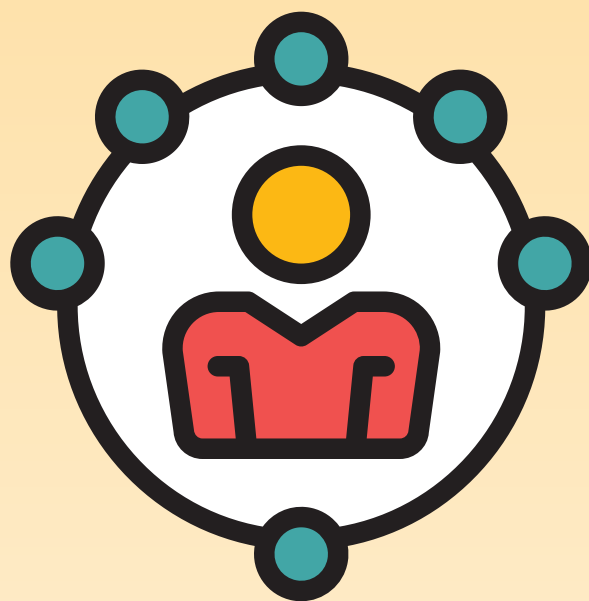
É doutorada em Engenharia Multimédia, com formação inicial em Novas Tecnologias da Comunicação e Pós-graduação em Audiodescrição.



Filipe Santos

É doutorado em informática, sendo especializado nas áreas da tecnologia educativa e tecnologias para a inclusão.

Os três autores são docentes na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria, onde lecionam e investigam na área da inclusão e da acessibilidade. Os estudos e projetos nacionais e internacionais em que têm participado, têm sido disseminados em conferências e outros encontros, em artigos de revistas científicas e em livros da especialidade.



Os bancos, como agentes centrais da vida económica, devem garantir que os seus serviços e produtos sejam acessíveis a todos, o que pressupõe a redução de barreiras arquitetónicas, materiais, comunicacionais e atitudinais. O investimento em acessibilidade não garante apenas o cumprimento das normas legais, mas também traz benefícios económicos, ampliando a carteira de clientes e fortalecendo a sua fidelidade. Neste sentido, importa apostar na formação contínua nesta área, de forma a criar uma cultura organizacional inclusiva, tornando o ambiente de trabalho mais saudável, produtivo e inovador, que atenda às características específicas dos funcionários, clientes e outros *stakeholders*.

A inclusão é indissociável da sociedade moderna, cabendo a cada um dos seus elementos um importante papel na sua promoção. As instituições têm, ainda, uma responsabilidade corporativa, expressa nas condições e serviços que proporcionam aos seus utentes ou clientes, considerando o respeito pelas suas circunstâncias e características cognitivas, físicas ou sensoriais. Desengane-se o leitor se considera que estes fatores dizem apenas respeito a pessoa com deficiência ou algum tipo de incapacidade! Falamos de questões que podem estar associadas à idade, ao género, ao nível de escolaridade, à cultura, à etnia, a uma condição temporária, a uma doença, ou a tantas outras dimensões da diversidade humana. No fundo, incluir é adotar práticas, políticas e atitudes que visem garantir que todos tenham acesso igualitário a oportunidades e recursos que permitam a plena participação.

As instituições bancárias, enquanto organizações que moldam a economia e a vida diária dos cidadãos têm, por isso, de garantir o acesso de todos às informações que preconizam e aos serviços de que dispõem. Este compromisso com a inclusão social é, atualmente, não só um dever, mas uma questão de conformidade regulatória. Nos últimos anos várias são as diretrizes relativas à acessibilidade e inclusão, das quais se destacam: o Decreto-Lei n.º 163/2006, que estabelece as normas técnicas de acessibilidade aplicáveis ao ambiente construído em Portugal, a Lei n.º 46/2006, de 28 de agosto, que proíbe e pune a discriminação em razão da deficiência e da existência de risco agravado

de saúde; o Decreto-Lei n.º 83/2018, de 19 de outubro, que transpõe a Diretiva (UE) 2016/2102 do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à acessibilidade dos *sites Web* e das aplicações móveis; e o Decreto-Lei n.º 82/2022, de 6 de dezembro, que transpõe a Diretiva (UE) 2019/882 relativa aos requisitos de acessibilidade de produtos e serviços.

O cumprimento das normas que têm sido definidas, implica um sério compromisso dos bancos com as questões de inclusão e acessibilidade, que terá de passar por uma aposta na redução de barreiras arquitetónicas, materiais, comunicacionais e atitudinais. Estas medidas permitem melhorar a experiência do cliente e a sua satisfação com o serviço prestado, do funcionário, porque os colaboradores podem também encontrar, eles mesmos, desafios nos espaços onde trabalham, e de qualquer outro *stakeholder* que possa vir a ter contacto com a instituição.

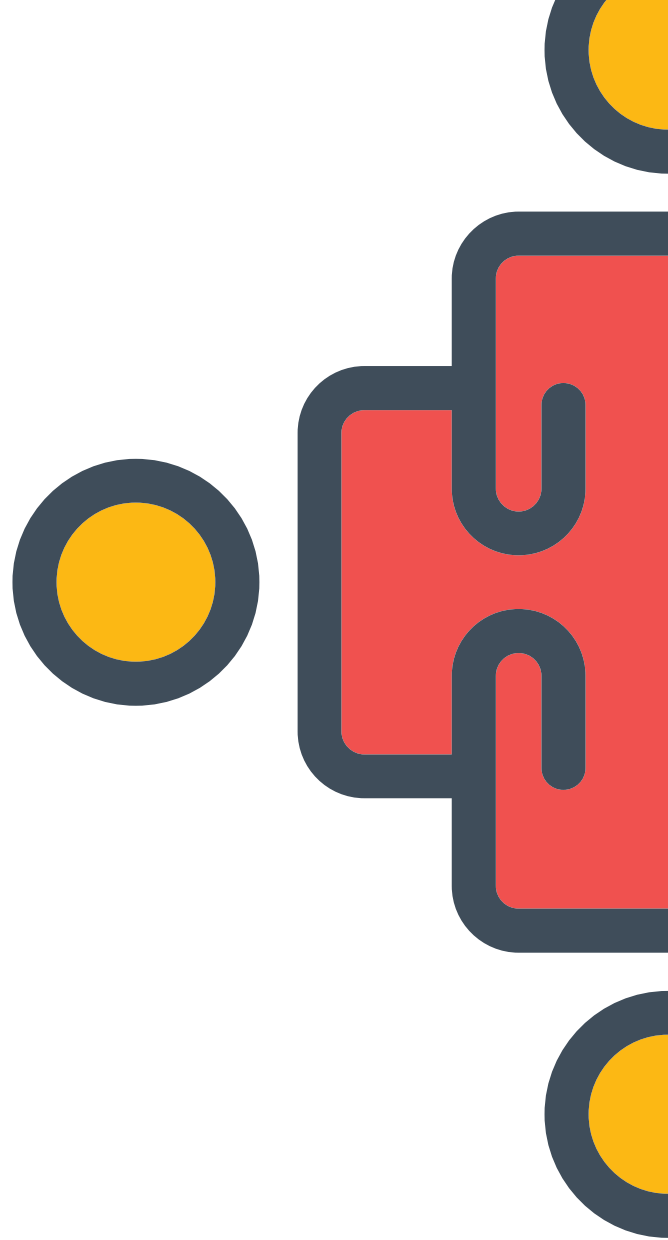
O *design* dos espaços físicos das agências tem de considerar a sua acessibilidade e usabilidade para todos, independentemente das suas características específicas. Falamos de elementos como rampas de acesso, portas automáticas, balcões de atendimento e caixas multibanco com alturas adequadas, mas, também, de degraus com contraste, corrimões adequados à segura deslocação de uma pessoa com deficiência visual, pisos podotáteis, secretárias e cadeiras adaptadas às diferentes condições, entre outros. Estes ambientes em que os funcionários e clientes têm as suas necessidades físicas atendidas, são uma mais-valia para que tenham conforto, segurança e independência, sentin-

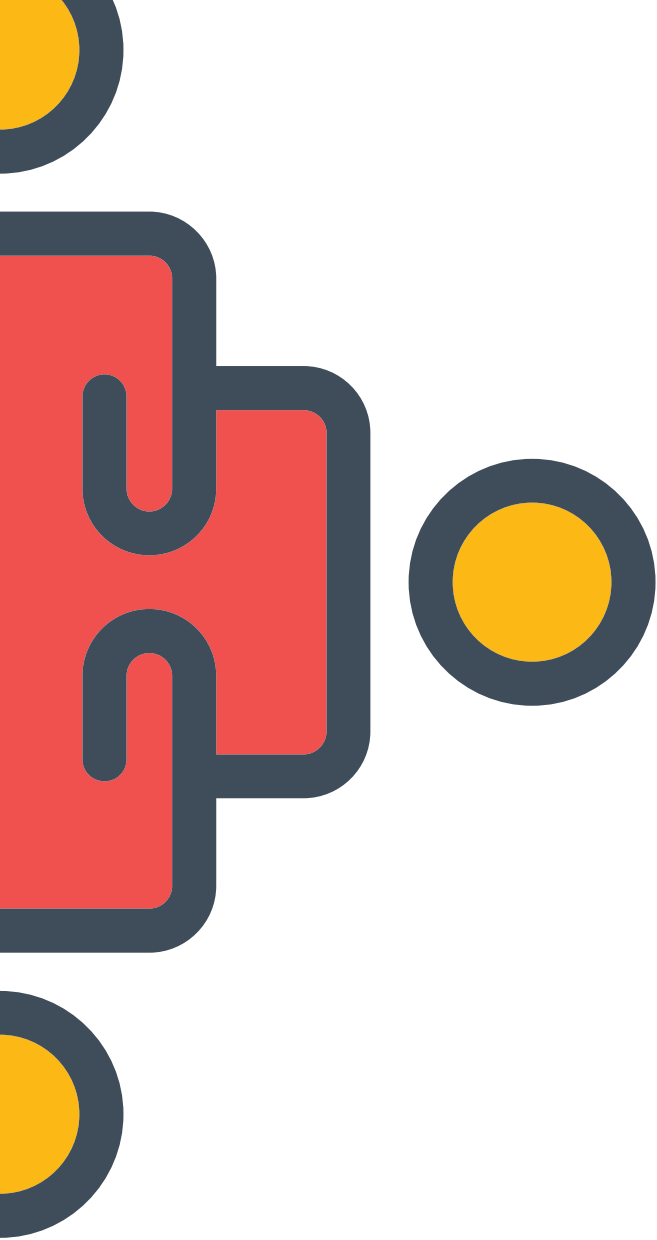
do-se bem acolhidos. No entanto, não basta considerar as características do espaço, já que a interação entre as entidades bancárias e as pessoas que as procuram implica, acima de tudo, o estabelecimento de relações de confiança, que só são geradas quando a comunicação é clara e eficaz para todos.

Uma comunicação acessível pressupõe, neste sentido, a disponibilização da informação em vários formatos (escrito, áudio, visual) e a construção de recursos flexíveis (ex. aplicações, páginas Web), em que se possa ajustar o tamanho da fonte, o contraste das cores, escolher a língua ou seleccionar a forma como se acede aos conteúdos (por exemplo através de leitor de ecrã). A tecnologia pode, neste contexto, tornar os serviços bancários mais eficazes e convenientes, mas também implica que os bancos se adaptem, de forma contínua. Desta forma, poder-se-á garantir que, por um lado, os funcionários tenham condições para exercer o trabalho de forma eficaz, através da redução de barreiras que possam limitar o seu desempenho, promovendo a melhoria da sua produtividade e respeitando os seus direitos e dignidade; e que, por outro lado, os clientes possam aceder e conduzir as suas operações bancárias com plena segurança e máxima eficiência, assegurando a proteção dos dados e a efetividade das transações.

Quer de forma presencial, quer em plataformas *online*, o uso de uma linguagem simples e direta é uma prática que facilita o entendimento, garantindo que todos possam compreender as informações necessárias para que, no caso do funcionário, possa exercer as suas funções sem barreiras e, no caso do cliente, possa tomar decisões financeiras informadas. Para auxiliar a democratização do acesso à informação, os bancos terão, ainda, nas situações em que é necessário usar uma linguagem mais técnica ou jurídica, como nos contratos, de prestar apoio contínuo e próximo ao cliente.

Para além da necessidade de redução de barreiras arquitetónicas, materiais e comunicacionais, é crucial promover a acessibilidade atitudinal, a qual se refere às atitudes e comportamentos humanos que podem promover o respeito, a empatia e a valorização da diferença. Esta dimensão é fundamental para que as restantes barreiras sejam ultrapassadas, na medida em que tem o potencial de eliminar o preconceito e a discriminação. No que se refere aos funcionários, a acessibilidade atitudinal potencia um espaço de trabalho colaborativo e equitativo, onde todos têm as mesmas oportunidades de crescimento e de desenvolvimento. Assim, quando se promovem as atitudes inclusivas, o ambiente de trabalho torna-se mais saudável, o que se reflete em equipas mais produtivas e comprometidas com a missão da instituição. Quanto aos clientes, a acessibilidade atitudinal permite um atendimento personalizado, em função das particularidades de cada pessoa, seja em termos de deficiência, de idade, de habilitações académicas, entre outras especificidades. Neste sentido, o facto das agências bancárias terem funcionários capacitados para atender pessoas com diferentes características ou condições, potencia espaços inclusivos, onde os clientes se sentem bem, respeitados e atendidos de forma adequada.





Para o efeito, a formação é imprescindível, não só como forma de os habilitar para lidar com a diferença, mas para os sensibilizar para o seu papel enquanto promotores de práticas inclusivas, o que contribui para o desenvolvimento de uma cultura organizacional que reduz estereótipos e valoriza a diversidade. A título de exemplo, o desejo de auxiliar uma pessoa cega a deslocar-se da entrada da agência bancária até ao balcão pode ser comprometido, nomeadamente por subestimar a pessoa ao presumir a sua incapacidade de realizar a tarefa de forma autónoma ou por usar termos inapropriados ou condescendentes. Neste sentido, formação (e.g. em diversidade e inclusão no ambiente de trabalho, acessibilidade documental, atendimento humanizado, linguagem simples) permite o desenvolvimento de um ambiente de trabalho inclusivo, acolhedor e acessível, com potencial para fortalecer a reputação da instituição bancária e fidelização dos seus clientes. Embora a Inteligência Artificial possa, atualmente, servir como uma ferramenta de apoio valiosa neste contexto, a sensibilização e a capacitação humana continuam a ser fundamentais para garantir a plena inclusão.

No fundo, a melhor abordagem para criar uma experiência verdadeiramente acessível é integrar os princípios da acessibilidade no processo de conceção e desenvolvimento, ou seja, na cultura institucional. Quando a acessibilidade está presente em todas as fases do ciclo de vida de um produto ou serviço, e quando as suas características e funcionalidades são integradas na conceção e no conteúdo, o resultado é um produto inclusivo e benéfico para todos.

As estratégias e ferramentas de acessibilidade são, pelo exposto, uma forma de garantir a dignidade dos funcionários e dos clientes, mas também trazem um retorno significativo para os bancos. Ao assegurarem que os seus meios físicos e digitais são concebidos para acomodar a diversidade humana, abrem a possibilidade de beneficiar mais pessoas, seja em termos de disponibilização de espaços de trabalho mais organizados e otimizados, o que permite a melhoria de satisfação dos funcionários e potencial aumento da eficiência operacional; seja na ampliação da carteira de clientes e fortalecimento da fidelidade desses consumidores. Pessoas que se sentem valorizadas e respeitadas estão mais propensas a manter relacionamentos duradouros, que se podem refletir nos colaboradores e na sua maior produtividade e satisfação com o local de trabalho e, também, na confiança dos clientes nos serviços e produtos da instituição.

Uma instituição bancária que valoriza a diversidade e incentiva a inclusão, promove uma cultura de respeito e inovação que beneficia a organização como um todo.

Investir na acessibilidade é investir no futuro! 