

Práticas de comunicação nas mídias sociais: vozes e vivências de Pessoas com Deficiência e seus familiares à luz das teorias da prática

Communication practices in social media: voices and experiences of people with disabilities and their families considering theories of practice

(Gabriella Soares Pinto - Universidade Federal de Juiz de Fora - gsp.gabriella@gmail.com)

(Karoline Pinheiro Ferreira da Costa - Universidade Federal de Juiz de Fora - karolinepinheiro.ieq@gmail.com)

(Stela Cristina Hott Corrêa - Universidade Federal de Juiz de Fora - stela.correa@ufjf.br)

(Alcielis de Paula Neto - Universidade Federal de Juiz de Fora - alcielisneto@gmail.com)

(Solange Riveli de Oliveira - Universidade Federal de Juiz de Fora - solange.riveli@ufjf.br)

Resumo

As teorias da prática estabelecem que as práticas sociais se manifestam por ações e discursos integrando elementos materiais, habilidades e significados. Este estudo analisa as práticas de comunicação na produção e consumo de conteúdo nas mídias sociais por Pessoas com Deficiência (PcD) e seus familiares, à luz das teorias da prática. A pesquisa é exploratória-qualitativa, utilizando entrevistas em profundidade e análise de conteúdo com o Iramuteq. A comunicação das PcD nas redes sociais é um meio de trabalho, estudo, interação e entretenimento, enquanto para os familiares é uma forma de compartilhar conquistas, inspirar e defender a causa. Conclui-se que a comunicação das PcD nas mídias sociais simboliza sua inclusão na vida social, sendo o celular o elemento material dessa prática. Através das mídias sociais, as PcD expressam autonomia, autoconfiança e dão visibilidade à sua capacidade criativa e produtiva. Para os familiares, representa acolhimento, inspiração, confiança, expressão e voz. A pesquisa ressalta a importância de políticas públicas que financiem tecnologias assistivas e capacitem PcD e familiares no uso das mídias sociais; promovam redes de apoio entre famílias; conectem PcD experientes com iniciantes; e capacitem profissionais para valorizar a fé das PcD e familiares como recurso de resiliência.

Palavras-chaves: Mídias sociais; Pessoas com deficiência; Teorias da prática.

Abstract

Theories of practice suggest social practices are expressed through actions and speeches incorporating material elements, skills, and meanings. This study explores communication practices in social media content production and consumption by People with Disabilities (PwD) and their families, using practice theories. The research is exploratory and qualitative, using in-depth interviews and content analysis with Iramuteq. For PwD, social media is a tool for work, education, social interaction, and entertainment. Their families use these platforms to celebrate achievements, inspire others, and advocate for PwD rights. Findings show social media communication for PwD represents societal inclusion, with mobile phones as the primary engagement means. PwD demonstrate autonomy, self-confidence, and creative talents through these platforms. For family members, this communication fosters belonging, inspiration, trust, expression, and voice. The research emphasizes the need for public policies supporting assistive technology funding and social media training for PwD and families. It advocates support networks among PwD families, connecting experienced PwD with newcomers to social media, and training health, social care, and education professionals to recognize PwD' and families' faith as resilience resources in disability contexts.

Keywords: Social media; People with disabilities; Theories of practice.

Recebido em 09/04/2025

Revisado em 08/05/2025

Aceito em 27/05/2025



1. Introdução

A vulnerabilidade é um estado em que o ser humano se encontra suscetível a riscos de origem cultural, social, institucional, antropológico, biográfico, emocional, relacional e profissional (Torre, 2023). No universo do consumo, os estados de vulnerabilidade emergem das características biofísicas e psicossociais do consumidor, seus estados individuais e das condições ambientais fora do seu controle (Baker et al., 2005). Neste contexto, as pesquisas da vulnerabilidade no consumo destacam os trabalhos sobre a experiência de consumo das PcD, talvez, porque elas possam acomodar todas as condições de vulnerabilidade relatadas na literatura (Faria & Casotti, 2019), sendo estigmatizadas como incapazes, sujeitas ao preconceito, discriminação e exclusão. Além disto, elas estão sujeitas a danos econômicos, físicos ou psicológicos decorrentes das transações econômicas, mensagens mercadológicas (Baker et al., 2005) bem como das estruturas simbólicas que organizam as práticas de consumo limitando o seu bem-estar e sua capacidade de tomar decisões (Ramos et al., 2020). Grande parte destas pesquisas estão fundamentadas na *Consumer Culture Theory (CCT)* e na *Transformative Consumer Research (TCR)*. Portanto, há espaço para o estudo do consumo da PcD e de seus familiares sob os pressupostos das teorias da prática.

As práticas sociais são ações que se revelam por dizeres e fazeres que interligam conhecimento, projetos, propostas, tarefas, finalidades, crenças, emoções, regras, princípios, preceitos e instruções (Schatzki, 2005). Elas consistem em interações ativas entre os elementos materiais, competências e significados (Shove et al., 2012). Notadamente, as práticas de comunicação se desenvolvem em torno de diversos objetos de consumo, sendo que, atualmente, a maioria deles retira o agente do ambiente físico para levá-lo ao espaço virtual. São redes sociais, aplicativos, celulares, computadores, tecnologia de sensoriamento e compartilhamento de dados etc. que possibilitam ao indivíduo produzir e disseminar informação interativamente, construindo relacionamentos.

Neste contexto, as mídias sociais desempenham múltiplas funções simultaneamente, atendendo às necessidades humanas de comunicação, entretenimento, relacionamento interpessoal, formação identitária e estratégias de enfrentamento de desafios cotidianos (Yang et al., 2021). Elas facilitam o intercâmbio de informações ao criar um ecossistema de conhecimento nos quais os usuários experimentam, aprendem e compartilham soluções de forma interativa (Corrêa & Gosling, 2023). Em alguns casos, os usuários não apenas produzem e compartilham informações, mas também criam e oferecem produtos e serviços em ecossistemas digitais onde todos podem ser ao mesmo tempo clientes e fornecedores, como no caso do Airbnb. Desta forma, o consumo do serviço de “mídias sociais” está no cerne das práticas de comunicação atuais determinando seus procedimentos, engajamento e ressignificação que sai de uma lógica linear para uma lógica do tipo “muitos para muitos”.

Pessoas com deficiência usam as mídias sociais com finalidades diversas, como por exemplo, para se conectarem com outras pessoas, se entreterem por meio de jogos, iniciar e manter relacionamentos românticos, ou mesmo para se defenderem ou defenderem sua causa (Anderson et al., 2023). Além disto, a comunicação por meio das mídias sociais auxilia na autodeterminação das PcD uma vez que elas lhes dão autonomia para as interações necessárias à obtenção de serviços indispensáveis ao seu cotidiano como assistência médica ou serviços financeiros (Buchholz et al., 2019).

Por outro lado, as mídias sociais são amplamente utilizadas por famílias que têm



crianças com deficiência como fonte de obtenção de diferentes modalidades de apoio como emocional, informacional e financeiro (Araújo et al., 2018). Estas redes são constituídas principalmente de familiares e de pessoas de fora da família (amigos e vizinhos) que trocam informações sobre o acesso a serviços e a participação em grupos sociais. Há evidências de que estas famílias se identificam com os pares que reproduzem o mesmo cotidiano que o seu, pois esta é uma forma de se fortalecerem e criarem um laço de proteção social entre si (Bittencourt et al., 2011).

PcD e seus familiares se apropriam das mídias sociais como um objeto de consumo que facilita a vivência das práticas de comunicação que se revelam por meio da produção e consumo de conhecimento e informação (Corrêa & Gosling, 2021). As mídias sociais são, portanto, adquiridas, apropriadas e apreciadas por PcD e seus familiares de acordo com o sentido de consumo proposto por Warde (2017) dentro do contexto de materialidade, competência e significados das práticas sociais (Shove et al., 2012). Neste sentido, o objetivo deste trabalho é analisar as práticas de comunicação que se revelam por meio da produção e consumo de conteúdo nas mídias sociais por PcD e seus familiares à luz das teorias da prática.

Esta pesquisa se justifica pelo entendimento de que as práticas cotidianas das pessoas, enquanto consumidoras, contribui para a inovação na oferta da experiência de consumo, bem como traz à tona elementos favoráveis ao desenvolvimento de práticas de consumo mais inclusivas e sustentáveis (Silva et al., 2020). Assim, a pesquisa é reveladora do significado e efeitos dessas práticas sobre a vida e rotina dos entrevistados, possibilitando a emergência de sugestões que levem empresas e mídias sociais a adequarem o atendimento das experiências de consumo das PcD e de seus familiares às suas necessidades e desejos. Neste sentido, a pesquisa se enquadra no contexto da pesquisa transformativa do consumidor (*Transformative consumer research*) que é um movimento que estimula a pesquisa da experiência de consumo que resulta na promoção do bem-estar dos consumidores e na qualidade de vida de todos que são afetados pelo consumo (Mick et al., 2012).

2. Referencial Teórico

2.1. Teorias da prática

As teorias da prática decorrem de estudos no campo da filosofia e sociologia que na segunda metade do século vinte procuram entender como as estruturas sociais tornam a ação social possível, ao tempo em que a ação social cria as estruturas. Isto é, as práticas, enquanto ações humanas, são possíveis e moldadas pelas estruturas de regras e significados, e essas estruturas são, ao mesmo tempo, reproduzidas por meio do próprio fluxo da ação humana (Shove et al., 2012). A partir dos significados simbólicos destas ações se estabelecem quais desejos são considerados desejáveis e quais normas são consideradas legítimas, o que permite compreender a ação social, mesmo quando não existe um consenso normativo (Reckwitz, 2002).

Pelas teorias da prática a agência humana não é somente fruto do determinismo da estrutura social, assim como não é fruto exclusivo de fatores pessoais, como crenças, valores, preferências ou estilo de vida. Sendo assim, as práticas estão no centro entre a subjetividade humana e a estrutura social. Elas não estão apenas nos corpos e mentes humanas, mas também fora dos indivíduos nas relações sociais (Shove et al., 2012). Portanto, as práticas representam entidades que se estabelecem como rotinas compartilhadas e espacialmente dispersas que emergem no tecido social, reproduzem-se e desaparecem, mas também são desempenhos ou

<https://doi.org/10.20401/rasi.12.2.1070>



performances que consistem da interdependência entre diversos elementos, como formas de atividades corporais e mentais, coisas e seus usos, conhecimento e saberes, e estados emocionais. Como desempenho, uma prática social é “uma maneira rotinizada de mover corpos, manipular objetos, tratar assuntos, descrever coisas e compreender o mundo” (Reckwitz, 2002). Então, elas são padrões mentais cognitivos e comportamentos que localizam o agente no contexto social. Quando agentes e observadores compartilham a mesma estrutura simbólica - signos, símbolos, discurso e textos – as práticas são compreensíveis entre eles.

Os elementos das práticas sociais são materiais, competências e significados (Shove et al., 2012). Os materiais compreendem coisas, tecnologias, entidades físicas tangíveis e as coisas das quais os objetos são feitos. As competências englobam habilidades, *know-how* e técnicas. Os significados incluem os significados simbólicos, ideias e aspirações. Outros elementos das práticas incluem o entendimento sobre o que dizer e fazer, o procedimento representado por regras e instruções e o engajamento ou compromisso explicitado através de crenças, emoções, ânimos e afins (Warde, 2017).

Uma outra forma de compreender a prática, é através do Ciclo de Evolução das Práticas, o ciclo possui três estágios (Schatzki, 2005): (i) estímulos governamentais, organizacionais, biológicos e sociais, que incitam mudanças; (ii) o resistir de práticas tradicionais pertencentes ao *nexus* do cotidiano, frente a inovações e; (iii) o negociar do praticante diante às influências intrínsecas e extrínsecas. Uma vez estabelecida, a prática se mantém até que estímulos ocorram, inferindo uma mudança ou reorganização de elementos. Assim, a evolução de uma prática começa pelo estímulo que incentivar a mudança, passando pela resistência que ela encontrará para se estabelecer dentro do *nexus* do cotidiano do praticante, pela negociação que o praticante fará de acordo com suas motivações individuais e influências externas, para enfim, consolidar-se enquanto prática, rotinizada e habituada.

As práticas estabelecidas ao longo da vida do praticante estão consolidadas e ele tem a tendência de resistir à adoção de novas práticas para continuar com as que já possui. No entanto, estímulos externos ou internos podem perturbar a ordem do *nexus* de práticas do praticante, colocando novas práticas no seu campo de ação, de forma que as novas práticas passam a concorrer com as práticas já existentes, disputando o seu tempo e espaço. Assim, o praticante entra em um processo de negociação entre as práticas até que emerge um novo *nexus* em que novas práticas foram incorporadas ao dia a dia do praticante e outras foram excluídas (Ferreira & Christino, 2021). A negociação pode ser favorecida pelo compromisso a um projeto de identidade em que o praticante busca aliviar conflitos decorrentes da incongruência ideológica, e planejar e antecipar possíveis desalinhamentos, bem como estratégias de realinhamento.

A força da prática está no quanto os seus elementos formadores estão acoplados, pois este acoplamento dá sustentação à prática ajudando a ligar os fazeres e dizeres da prática (Shove et al., 2012). Caso contrário, uma vez desconectados, a prática deixa de existir. Os elementos devem ser acionados com sinergia, contribuindo para que a prática possa ocorrer com eficiência e possa se estabelecer, o que pode exigir adequação entre elementos novos e tradicionais, bem como entre práticas novas e aquelas já estabelecidas no cotidiano, principalmente no quesito temporalidade e espacialidade, o que evidencia a necessidade de um conhecimento holístico para que a intervenção e mudança/reorganização da prática possa ser efetiva (Shove et al., 2012).

Bens e serviços são elementos materiais adquiridos, apropriados e apreciados no desempenho da prática (Warde, 2017). Neste sentido, as práticas têm sido estudadas em diversos contextos do consumo, como por exemplo, práticas de alimentação com o uso de



marmittas (Ramos et al., 2020), práticas de banho e o consumo de produtos a ele associados (Silva et al., 2020), práticas de consumo de programas de televisão versus conteúdo de redes sociais (Feiereisen et al., 2019).

2.2. *Mídias sociais e PcD*

As mídias sociais são espaços online que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas (Gabriel & Kiso, 2020). Elas podem ser redes de relacionamento, entretenimento, profissionais e de nicho (Yanaze et al., 2022). As redes sociais de relacionamento são focadas em criar um espaço para a conexão entre pessoas e compartilhamento de experiências cotidianas favorecendo a formação de uma rede de amigos, como o caso do Facebook e do Instagram. As redes sociais de entretenimento, são focadas na oferta de conteúdo de mídia, como vídeos, fotos, transmissões em streaming, entre outras possibilidades como o YouTube. As redes sociais de relacionamento profissional, são focadas em criar um ambiente de apresentação, facilitando o networking, a captação de talentos e a busca por novas oportunidades de trabalho, como o LinkedIn. Por fim, as redes de nicho que geralmente são de menor porte e focadas em comunidades específicas como o ResearchGate para acadêmicos, e o Strava para entusiastas de atividades físicas, especialmente ciclismo e corrida.

As mídias sociais beneficiam o público e as empresas (Yanaze et al., 2022). No que tange às empresas, as mídias sociais favorecem a venda, mas principalmente o relacionamento interativo com o público, em que é possível fazer o acompanhamento do pós-venda, das reações dos clientes, e compreender suas necessidades e dores. Por sua vez, as motivações do público para o uso das mídias sociais incluem a busca de informações sobre produtos, a atualização por meio de notícias e de informações diversas, o entretenimento por meio de conteúdos, o preenchimento do tempo livre, a realização de trabalhos, a interação com diferentes culturas, o compartilhamento de hobbies ou mesmo do dia a dia, e o sentimento de pertencimento, dentre outros.

As PcD percebem nas mídias sociais uma forma de interação com outras pessoas que pode ir além dos laços de amizade por interesses comuns e alcançar a concretização de laços de relacionamento romântico (Anderson et al., 2023). De uma maneira geral, as mídias sociais contribuem com a construção da identidade social, autonomia, autoestima, pertencimento e visibilidade das PcD (Anderson et al., 2023), ainda que muitas optem pelo obscurantismo, adiando o momento em que revelarão sua deficiência ou a divulgando de forma limitada (Furr et al., 2016). De outro modo, as mídias sociais são fonte de informação para a suas decisões de compra, como o caso de consumidores com deficiência motora que pesquisam em redes sociais informações sobre a veículos adaptados (Faria et al., 2016) ou de turistas com deficiência que utilizam as mídias sociais de destinos inteligentes para a escolha de destinos turísticos, notadamente daqueles destinos inteligentes (Corrêa & Gosling, 2021).

Por meio das mídias sociais, PcD e seus familiares formam grupos de apoio recíproco (Abel et al., 2019). Os pais das PcD, normalmente de crianças, veem que as mídias sociais possibilitam a construção de uma imagem autêntica da vida de seus filhos, a conexão com o público, a conscientização e defesa da causa da PcD, e a monetização de conteúdo que auxilia nas despesas com os filhos (Borgos-Rodriguez et al., 2019). O ativismo da deficiência nas mídias sociais é uma ação comum às PcD e aos seus familiares (Borgos-Rodriguez et al., 2019; Sannon et al., 2023), ainda que as próprias mídias sociais careçam de ampla acessibilidade e do



estabelecimento de parceria com as PcD para co-design dos aplicativos (Hemsley et al., 2024).

A Lei Brasileira de Inclusão da PcD, sancionada em 2015, torna obrigatória a acessibilidade em sites brasileiros, mas não é isso que acontece (Lei No. 13.146/2015, 2019). O Movimento Web Para Todos (MWPT), é um grupo que reúne organizações, desenvolvedores e PcD que buscam mobilizar a sociedade para a causa da acessibilidade digital. O MWPT fez uma pesquisa em parceria com a BigData Corp que apontou que menos de 1% dos sites brasileiros passaram em todos os testes de acessibilidade (WPT, 2023). Em 2022, 1,6 milhões de brasileiros com mais de 2 anos possuíam algum tipo de deficiência (IBGE, 2023), portanto, investir em tecnologias acessíveis significa possibilitar mais autonomia e qualidade de vida para milhões de PcD (Sannon et al., 2023). Para caminhar neste sentido os algoritmos das mídias sociais precisam considerar a oralidade e audição de pessoas surdas na entrega de informações (Castro Júnior et al., 2024), enquanto os navegadores precisam apresentar leitores de telas com síntese de voz, conversores de fala para texto e ampliadores de tela (Baldassin et al., 2018). Contudo, se o desenvolvimento de tecnologias não levar em conta as necessidades e particularidades da PcD, podem surgir novas formas de exclusão social (Oliveira & Okimoto, 2022).

3. Metodologia

O objetivo deste trabalho é analisar as práticas de comunicação que se revelam por meio da produção e consumo de conteúdo nas mídias sociais por PcD e seus familiares à luz das teorias da prática. A inclusão dos familiares das PcD na pesquisa deve-se ao fato de que eles não são meramente observadores passivos, mas agentes ativos que influenciam e são influenciados pelas experiências da pessoa com deficiência (Dubost, 2018). Em muitos casos, eles atuam como intermediários entre a pessoa com deficiência e o ambiente social mais amplo, incluindo contextos digitais, portanto estudar suas percepções e estratégias de enfrentamento proporciona uma visão mais abrangente do contexto da deficiência nas práticas de comunicação por meio das mídias sociais.

Com natureza exploratória-qualitativa, o método empregado na coleta de dados foi a entrevista em profundidade (Creswell, 2014). Para a coleta de dados foi elaborado um roteiro de entrevistas. A seleção de entrevistados considerou se o participante era uma PcD ou seu familiar e se eles eram engajados no uso de suas redes sociais. Os primeiros entrevistados indicaram outros entrevistados que foram convidados a participar se estivessem dentro do perfil requerido, portanto a técnica de amostragem utilizada foi a amostragem por bola de neve.

Dessa forma, foram realizadas entrevistas individuais, tanto presencialmente quanto por videoconferência por meio do Google Meet e do Whatsapp, com 11 PcD e 10 familiares de PcD, estes constituídos de mães e pais. Este número foi decidido em função da saturação da amostra, ou seja, quando as entrevistas finais não retornaram novas informações acerca do tema, se decidiu interromper a busca por novos entrevistados. Foi utilizado um roteiro com questões específicas sobre o uso das redes sociais. Os dados foram coletados entre fevereiro e março/2022. As entrevistas tiveram duração média de 35 minutos.

O passo seguinte foi efetuar a análise de conteúdo (Krippendorff, 2019). As entrevistas transcritas foram transformadas em dois Corpus Textual (sendo um composto pelas entrevistas realizadas com PcD, e o outro com as entrevistas realizadas com familiares de PcD). A análise de conteúdo foi realizada com o apoio do software Iramuteq (de Souza et al., 2018). As 21 entrevistas geraram 21 textos organizados de acordo com as demandas do Iramuteq: As



perguntas foram excluídas, mantendo-se apenas as respostas completas, erros de digitação e pontuação foram corrigidos, siglas foram uniformizadas, palavras compostas foram unidas por *underline*, e sinônimos foram substituídos por uma única expressão. Muito embora o Iramuteq possibilite realizar a análise de similitude, a análise fatorial por correspondência e a nuvem de palavras, neste artigo será apresentada a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) (Camargo & Justo, 2013).

4. Resultados

As entrevistas geraram dez corpus textuais provenientes das entrevistas realizadas com familiares de PcD, e onze corpus textuais resultantes das entrevistas realizadas com PcD. As entrevistas foram gravadas em vídeo e áudio e em seguida transcritas. Cada um destes corpus foram divididos em Segmentos de Texto (ST). Os STs são o ambiente das palavras ou unidades de contexto. As unidades de contexto são denominadas de unidades de contexto elementar quando possuem cerca de três linhas ou são chamadas de unidades de contexto iniciais quando correspondem a uma entrevista inteira (Camargo & Justo, 2013). O número de linhas do ST é estabelecido pelo software em função do tamanho do corpus, mas também pode ser estabelecido pelo próprio pesquisador.

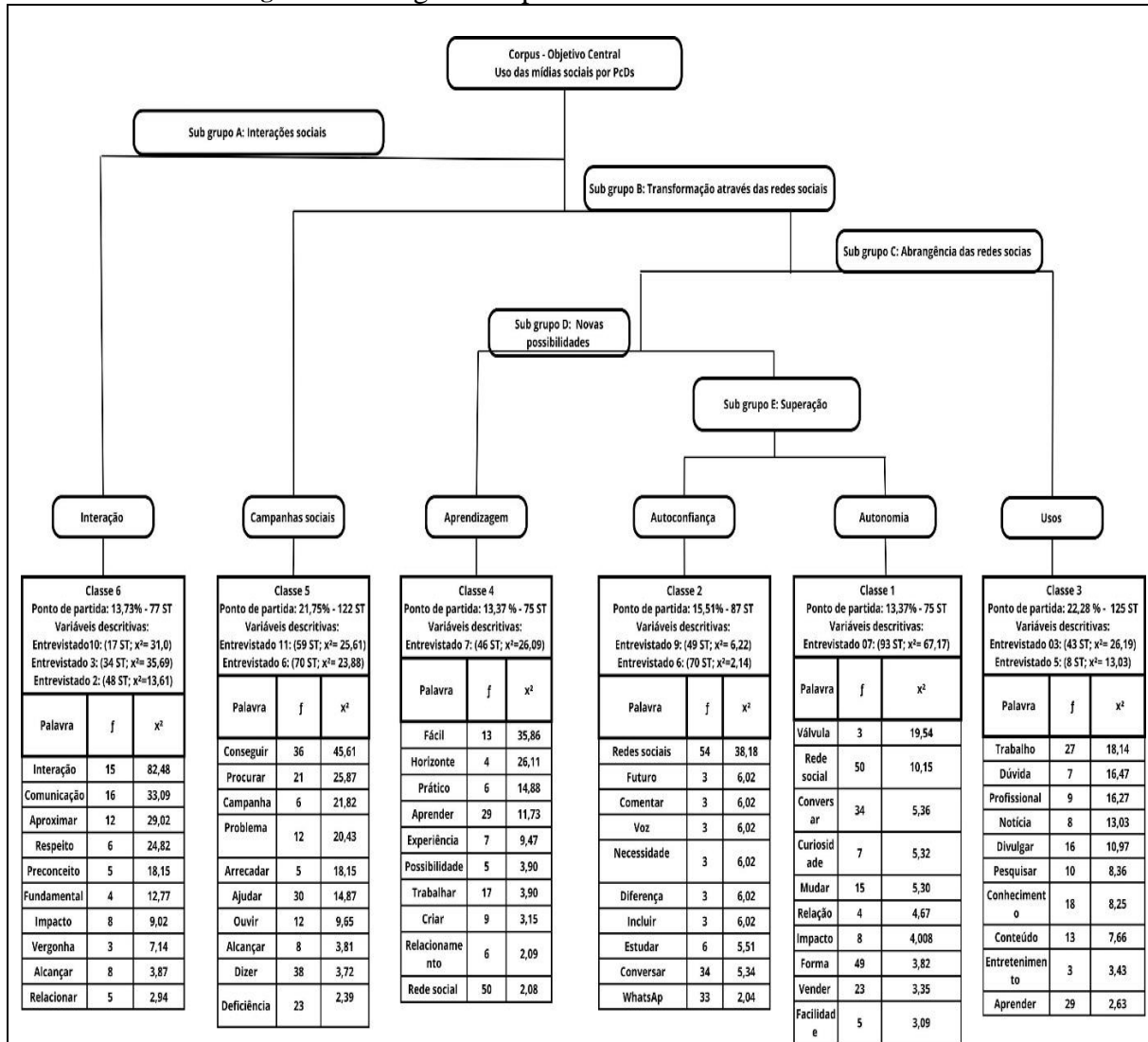
O software roda a CHD que é um método de classificação que separa os ST em classes de acordo com os seus vocabulários (de Souza et al., 2018). Cada classe agrupa segmentos de texto associados entre si por possuírem vocabulário semelhante. Mas, as classes são distintas entre si por terem vocabulários diferentes. A CHD retorna um dendrograma com as classes criadas pelo software. Cada classe é representada pelas palavras que representam os ST, sendo que estas palavras são organizadas da mais frequente para a menos frequente. Para associar uma palavra a uma classe, o software faz um teste qui-quadrado que mede a força da associação de cada palavra às classes até encontrar a classe em relação à qual a palavra tem o seu maior qui-quadrado com o melhor nível de significância (Mazieri et al., 2022). Ao final cada classe apresenta um dicionário com as palavras estatisticamente significativas para ela (qui-quadrado > 3,84). O dendrograma também ilustra a ligação entre as classes mostrando como elas estão associadas. Cabe ao pesquisador nomear cada classe e os subgrupos (subcorpus) associados.

O programa repartiu o **corpus textual dos familiares das PcD** em 674 segmentos de texto (ST), retendo 81,75% (551 ST) na Classificação Hierárquica Descendente (CHD), o que é considerado um bom aproveitamento, visto que o mínimo é de 75% ou mais (de Souza et al., 2018). Nestes segmentos emergiram 23.174 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos), das quais 1.132 são palavras distintas e 571 são palavras com uma única ocorrência (*Hapax*). No **corpus textual das PcD** foram identificados 704 ST com aproveitamento de 79,69% deles na CHD (561 ST). Este corpus retornou 24.589 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos) na análise CHD, sendo 2.814 palavras distintas e 1.374 *hapax*.

O corpus textual do PcD foi categorizado em seis classes: Classe 1, “Autonomia”, com 75 ST (13,37%); Classe 2, “Autoconfiança”, com 87 ST (15,51%); Classe 3, “Usos”, com 125 ST (22,28%); Classe 4, “Aprendizagem”, com 75 ST (13,37%); Classe 5, “Campanhas sociais”, com 122 ST (21,75%) e Classe 6, “Interação”, com 77 ST (13,73%). A seguir, a Figura 1 retrata a disposição dessas classes em um dendrograma que detalha a lista de palavras de cada classe originadas a partir do teste qui-quadrado.



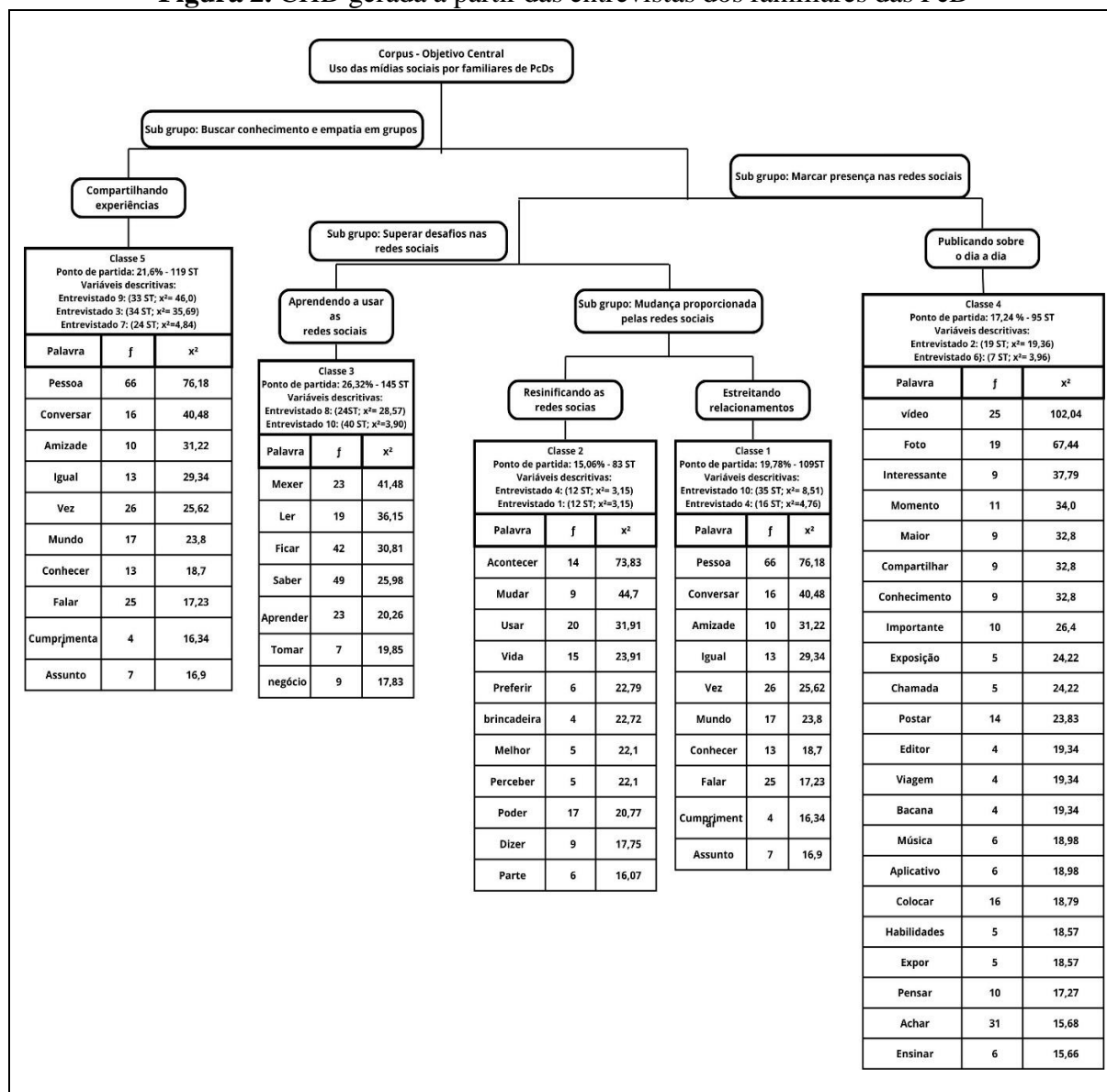
Figura 1. CHD gerada a partir das entrevistas com as PcD



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

O conteúdo analisado do corpus textual dos familiares gerou 5 classes assim denominadas: Classe 1 “Estreitando relacionamentos” (109 ST; 19,78%), Classe 2 “Ressignificando as redes sociais” (83 ST; 15,06%), Classe 3 “Aprendendo a usar as redes sociais” (145 ST; 26,32%), Classe 4 “Publicando sobre o dia a dia” (95 ST; 17,24%) e Classe 5 “Compartilhando experiências” (119 ST; 21,6%) (Figura 2).

Figura 2. CHD gerada a partir das entrevistas dos familiares das PcD



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Ambos dendogramas apresentam a divisão do corpus em subcorpus (subgrupos). O corpus das PcD foi dividido em cinco subgrupos e o corpus dos familiares das PcD foi dividido em quatro subgrupos, os subgrupos foram nomeados em função das interpretações das classes e suas associações.

Assim, o corpus textual das PcD (Figura 1) possui o Subgrupo A nomeado “Interações sociais”, composto pela Classe 6 de “Interação”. O Subgrupo B nomeado “Transformações através das redes sociais”, composto pela Classe 5 de “Campanhas sociais” e pelo Subgrupo C. O Subgrupo C nomeado “Abrangência das redes sociais” é composto pela Classe 3 de



“Usos” e pelo Subgrupo D. O Subgrupo D é nomeado de “Novas possibilidades” é composto pela Classe 4 de “Aprendizagem” e pelo Subgrupo E. Por fim, o Subgrupo E é nomeado de “Superação” é composto pelas Classes 1 e 2, denominadas “Autonomia” e “Autoconfiança” respectivamente.

No corpus textual dos Familiares das PcD (Figura 2) estão presentes o Subgrupo 1 nomeado “Buscar conhecimento e empatia em grupos”, o qual é composto pela Classe 5 “Descobrir-se”; O Subgrupo 2 nomeado “Marcar presença nas redes sociais” composto pela Classe 4 “Produzindo e compartilhando conteúdo”; O Subgrupo 3 nomeado “Superar desafios nas redes sociais” constituída pela Classe 3 “Aprendizagem”. E, por fim, o Subgrupo 4 nomeado “Mudanças proporcionadas pelas redes sociais” formada pelas duas Classes 2 e 1 a “Significado das redes sociais” e o “Estreitando relacionamentos”.

5. Análise dos resultados

A análise dos dendogramas é feita com a sua leitura a partir da esquerda para a direita observando a divisão do corpus em subcorpus, denominados de subgrupos nas Figuras 1 e 2, e suas relações. O software permite acessar os ST (ou unidades de contexto elementar) correspondentes aos dicionários de palavras de cada classe para a partir da sua interpretação dar um título às classes e aos subcorpus encontrados.

5.1. Práticas de comunicação das PcD nas mídias sociais

Observando a Figura 1, referente ao corpus das entrevistas com as PcD, percebe-se que ele foi dividido inicialmente em dois subgrupos A (Interações sociais) e B Transformações através das redes sociais). O subgrupo B foi dividido nos subgrupos C (Abrangência das redes sociais) e D (Novas possibilidades). E por fim, o subgrupo D foi dividido entre a classe Aprendizagem e o subgrupo E (Superação), que por sua vez é dividido e nas Classes 1 (Autonomia) e 2 (Autoconfiança).

Na análise dos STs correspondentes às palavras da Classe 1 percebe-se que as mídias sociais representam uma mudança na materialidade da prática de comunicação que proporcionou autonomia para as PcD. Os ST desta classe indicam que com a rede social Facebook surgiram ferramentas de acessibilidade e de visibilidade. Essas ferramentas funcionaram como estímulos para que as PcD migrassem suas práticas de comunicação para as novas redes sociais que estavam surgindo, ou seja, não houve resistência no ciclo de evolução da prática (Ferreira & Christino, 2021).

Além de autonomia, a prática de comunicação por meio das mídias sociais proporcionou autoconfiança nas PcD. Os ST da Classe 2 indicam que as mídias sociais permitiram maior visibilidade do entrevistado e descobertas sobre si mesmo e sobre o mundo, fortalecendo a autoconfiança da PcD. A palavra “conversar” nesta classe revela a autoconfiança dos entrevistados para conversar relata o entrevistado 2: “hoje eu tenho muito mais facilidade para falar sobre a minha deficiência e para falar em público, conversar sobre isso com as outras pessoas. (...) Então eu acho que me ajudou nesse sentido” (ENT02).

A autoconfiança e a autonomia proporcionadas pela prática de comunicação por meio das mídias sociais significam superação para a PcD conforme relatado pelo entrevistado 6: “eu



passava por situações antigamente que eu era obrigado a passar por elas, e eu não tinha voz, eu tinha que ficar calado, hoje em dia eu não preciso mais”.

As Classes 3 e 4 revelam o desempenho da PcD na prática de comunicação por meio das mídias sociais significando novas possibilidades (Subgrupo D) para a PcD. Nesta prática, a PcD vê uma possibilidade de aprendizagem (Classe 4) e de usos (Classe 3) diversos como ter uma atividade profissional, trabalhar, entreter, divulgar conteúdos, esclarecer dúvidas e pesquisar notícias e conhecimentos.

Este desempenho é ilustrado pelo entrevistado 4 ao mostrar que com a comunicação via rede social digital “surgiu um novo mercado, então eu acho isso muito interessante das redes sociais porque agora existe uma nova forma de empreender, de vender produtos, de postar conteúdo, e isso foi muito bom”, o que é complementado pelo entrevistado 8 que informa que por meio delas ele pode trabalhar mais facilmente de acordo com suas necessidades: “Tudo do meu dia depende de outra pessoa então se eu tenho que sair é uma despesa muito grande, é uma logística enorme, e a rede social possibilita que eu possa trabalhar na minha casa, que eu pare no meio do dia para tomar banho que demora e que eu possa fazer xixi” (ENT08).

Mas, a prática requer a competência do praticante para o desempenho da prática (Shove et al., 2012). A classe 4 também revelou a busca de conhecimento acerca do manuseio da rede social digital para que a PcD conseguisse alcançar os seus objetivos. Então, a aprendizagem da PcD também significa a sua auto capacitação para conseguir se comunicar via rede social digital conforme relatado pelo entrevistado 9: “No começo eu achava difícil, mas, de tanto mexer durante o dia eu aprendi. Eu sei mais no Facebook do que no Instagram” (ENT09).

As novas possibilidades e usos da prática de comunicação nas mídias sociais revelam a Abrangência das Redes Sociais (Subgrupo C), que juntamente com as Campanhas Sociais (Classe 5) realizada pela PcD se traduzem por Transformações Através das Redes Sociais (Subgrupo B). As campanhas sociais, seja para si mesmo ou para terceiros, é bastante citada entre os entrevistados e apresenta principalmente elementos materiais, como as mídias sociais digitais, e significados, como o sentimento de utilidade e de gratificação, conforme revelado pelo entrevistado 6: “eu divulgo loja de amigo meu, divulgo amigo meu que está precisando de alguma coisa, campanha, qualquer coisa que me pedem eu divulgo porque a gente tem que ser útil” (ENT06). O entrevistado 11 mostra que a amplitude dessas Campanhas Sociais é “muito grande, com certeza foi uma ajuda muito grande, que com isso não só ajudou várias pessoas da família, nós conseguimos com essa ajuda pagar mais da metade da cirurgia” (ENT11).

A Classe 5 também mostra que as Campanhas Sociais por meio da prática de comunicação por meio das mídias sociais é um meio de dar voz à PcD, expor situações que antes não seriam levadas adiante e solucionar problemas conforme exposto pelo entrevistado 11: “Através das redes sociais você consegue falar, expor e resolver seus problemas” (ENT11). A análise da análise dos STs que formam o subgrupo Interações sociais reduz todo o significado da prática de comunicação nas redes sociais digital para a PcD: Interação (Classe 6). Para os respondentes essa prática permite interagir com quem está distante, interagir com pessoas com a mesma deficiência, interagir com profissionais ou pessoas que relatam sobre a sua deficiência, divulgar o trabalho e alcançar novos clientes, entre outros. A prática significa então a aproximação entre pessoas distantes por meio da comunicação.



O alcance das Interações Através das Redes Sociais permitiu ao entrevistado 10 conhecer outras deficiências e soluções: “a rede social permitiu interação com algumas partes do mundo da deficiência auditiva, por exemplo, já entrei em contato com um advogado surdo que possui implantes cocleares nos dois ouvidos através do Instagram” (ENT10). Por outro lado, interagindo, o entrevistado 2 compreendeu situações preconceituosas que podem ocorrer coma a PcD: “Mesmo sendo PcD eu nunca tinha ouvido falar no termo capacitismo e quando eu ouvi a primeira vez foi no Instagram” (ENT02).

5.2. *Práticas de comunicação dos familiares das PcD nas mídias sociais*

Os ST do corpus textual dos Familiares das PcD foram divididos no subgrupo A (Buscar Conhecimentos e Empatia em Grupos), correspondente à Classe 5 (Compartilhando Experiências), e no subgrupo B (Marcar Presença nas Redes Sociais). Este último subgrupo foi dividido nos subgrupos C (Superar Desafios nas Redes Sociais) e na Classe 4 (Publicando sobre o Dia a Dia). E, os ST do subgrupo C foram separados na Classe 3 (Aprendendo a usar as redes sociais) e no subgrupo E (Mudanças Proporcionadas pelas Redes Sociais), que por sua vez divide-se entre as Classes 2 (Resignificando as redes sociais) e 1 (Estreitando relacionamentos).

Na análise da Classe 5 (Compartilhando Experiências) nota-se que as entrevistadas (mães) buscam grupos de apoio relacionados ao tipo de deficiência dos seus filhos para se sentirem acolhidas e gerar acolhimento também, principalmente quando o diagnóstico gera aflições na família. Neste sentido, elas buscam saber sobre o que é a deficiência e como cuidar do filho. O objetivo principal é encontrar pessoas com o mesmo diagnóstico, e assim conhecer outras realidades que convergem com a da família.

Esta classe revela o desempenho da prática e suas motivações. Nota-se que a fonte de informação e apoio vem do outro (médico, neurologista, mãe, associação, escola) e de Deus, o que mostra a importância da fé para estas entrevistadas. A entrevistada 3 do grupo de familiares mostra como a prática de comunicação por rede social auxilia na busca de apoio e na progressão do tratamento

Na verdade, ele me aproximou das famílias que têm o mesmo diagnóstico, com isso eu não me senti tão só, porque embora a minha filha tenha um diagnóstico que não é conclusivo, que é atípico, o rett atípico, mas estar próxima dessas famílias me trouxe mais confiança de estar no caminho mais certo, então isso me fortaleceu tendo esse grupo (ENT03).

Por outro lado, a entrevistada 7 revela que o compartilhamento é recíproco, pois em sentido contrário, ela compartilha suas experiências para agregar conhecimento aos participantes: “Gosto de estar postando também algum jogo pedagógico, porque trabalho com ela, minha filha, por causa da Síndrome de Down. Mostrar um pouco da minha experiência com uma criança especial dentro de casa através das redes sociais” (ENT07).

Observa-se que os relatos das práticas estão carregados de significados que vão além do uso das redes sociais. Dessa forma, a adoção dos grupos das redes sociais surgiu pela demanda de se sentirem acolhidas e poderem compartilhar suas experiências com os demais, ou seja, primeiro dá-se a prática de se integrar em um grupo e após participar efetivamente.

É importante ressaltar o contexto de vulnerabilidade dessas famílias ao entrarem em grupos, pois, indivíduos que estão em um estado de vulnerabilidade têm o seu autoconceito



prejudicado, ou seja, se veem como incompetentes e menos humanos (Baker et al., 2005). Mas, ao entrarem em grupos e serem acolhidas e terem suas dúvidas sanadas, percebem que não estão sozinhas e podem gerar uma rede de apoio.

Ao Buscar conhecimento e Empatia nos Grupos (Subgrupo A) e os familiares da PcD conseguem Marcar Presença nas Redes Sociais (Subgrupo B) Publicando sobre o Dia a Dia (Classe 4). Na comunicação por meio das mídias sociais, as entrevistadas falam sobre suas rotinas, desde assuntos relacionados à PcD até momentos bacanas, como uma viagem.

Ao adquirirem habilidades para usar as redes sociais, elas começam a experimentar possibilidades de edição, formato/modelo e locais para publicações. Evidencia-se aqui uma confiança para usar as redes, visto que estão com maior conhecimento sobre as suas funcionalidades e não se sentem limitados para usarem, o que se revela pela publicação de muitos vídeos, fotos e músicas. Mas as publicações podem ter um lado positivo ou negativo, conforme informa a entrevistada 2

Eu lembro de um vídeo que eu coloquei que teve um impacto muito grande, (...), eu acho que foi uma música da igreja que eu estava interpretando e teve um alcance muito grande naquele momento. Eu percebo como que a gente tá exposto. Eu acho que tem o lado positivo sim, eu acho que quando é útil é positivo, mas eu acho que quando é exposição somente, eu acho negativo (...) (ENT02).

Percebe-se que o celular, enquanto elemento de materialidade da prática de comunicação nas mídias sociais, mudou a rotina das entrevistadas. As ligações agora acontecem por vídeo e as mensagens por aplicativo. As mídias sociais dão novo significado à prática de comunicação. Elas funcionam como um diário, pois, após adquirirem habilidades necessárias para acessarem as redes, as mães começam a movimentar as redes sociais com mais subjetividade, ou seja, percebem o que gostam de fazer ou não, domesticando o objeto (rede social), isso permitiu a permanência da prática. Elas permanecem reproduzindo as práticas, consumindo e publicando nas redes sociais motivadas pela validação de conhecidos, essas condições são favoráveis para a manutenção das práticas (Magaudda, 2011). A entrevistada 4 revela sua experiência: “A princípio eu não colocava nada, depois, no período em que eu estava desempregada, ele fazia fisioterapia todo dia, eu fazia questão de postar todo dia tudo o que fazia” (ENT04).

Para Superar Desafios nas Redes Sociais (Subgrupo C) foi necessário que os familiares adquirissem habilidades e competências. Isto significa que no desempenho da prática de comunicação, os familiares foram Aprendendo a Usar as Redes Sociais (Classe 3). Nessa classe os entrevistados se perceberam interessados em aprender mais sobre as redes sociais e como usufruir plenamente de suas funcionalidades e, independentemente da dificuldade no aprendizado, se sentiram mais seguros e independentes. Elas foram aprendendo por tentativa e erro, e com a ajuda de colegas, conforme relatado pela entrevistada 3: “A primeira resposta do Instagram eu demorei acho que um século para conseguir responder, para formatar, dava tudo errado e eu ficava assim, por favor me ajuda, por fim deu certo, eu fui aprendendo” (ENT03).

No contexto analisado, os estímulos vêm do ambiente externo, tanto das mudanças comportamentais de colegas quanto da ajuda de terceiros para usar as redes sociais. O objeto (rede social) gera resistência devido à dificuldade de aprender a acessá-lo e o negociar está em entender os motivos que as levam a materializar a prática, assim utilizando as redes sociais



(Shove et al., 2012).

Os ST relacionados às Mudanças Proporcionadas pelas Redes Sociais (Subgrupo E) se revelam pela ressignificação das redes sociais (Classe 2 – Ressignificando as redes sociais) e pelo estreitamento de relacionamentos (Classe 1 - Estreitando relacionamentos). A Classe 2 mostra que as entrevistas percebem que as redes sociais trouxeram novo significado à sua prática de comunicação. As redes sociais significam mudar de vida, ter poder dizer e acontecer. Se revelar por meio das redes, se expressar, inspirar outras pessoas, ser parte de um grupo que luta para melhorar a sua condição. As entrevistadas 10 e 1 deixam claro esses significados

Aí quando eu encontrei a Bram, eu vi que tinha mais pessoas com e iguais a mim. E já criamos uma rede de luta, de pegar em outras cidades, de localizar onde tem outras pessoas (ENT10).

Mudou, que eu conheci mais gente, eu tive uma outra visão da vida, porque às vezes se você ficar só aqui no seu mundo, só vendo as suas dificuldades, o quê que você passa, mas a partir da hora que você tem outras pessoas, você troca experiência, foi muito bom. Eu brinco assim, como se eu carregasse um fardo nas costas, aí quando eu entrei no Facebook, eu comecei a conhecer o pessoal, trocar de experiência e tudo, minha vida mudou demais, achei que foi um caminho mais fácil, para caminhar (ENT01).

A Classe 1 (Estreitando relacionamentos) mostra que as entrevistadas estabelecem relações de amizade por meio da prática de comunicação nas mídias sociais após perceberem haver indivíduos que compartilham das mesmas experiências e objetivos. Dessa forma, o estreitamento do relacionamento vai se dando aos poucos, à medida que emerge a identificação com as pessoas que são seus pares, com quem podem conversar, ter amizade e falar de igual para igual. Então a relação fica mais próxima em grupos menores. A entrevista 10 mostra este movimento na prática: “as pessoas que vamos nos identificando a gente leva para o Whatsapp para fazer um grupo menor de pessoas que se identificam uma com a outra. E já estreita o relacionamento de amizade” (ENT10).

6. Considerações finais

O presente trabalho tem por objetivo analisar as práticas de comunicação que se revelam por meio da produção e consumo de conteúdo nas mídias sociais por PcD e seus familiares à luz das teorias da prática. Para alcançar este objetivo foi realizada a análise de conteúdo por meio do Iramuteq. Os resultados revelam as CHDs que sinalizam os elementos materiais, competências e significados das PcD e seus familiares na prática de comunicação por meio das mídias sociais.

Nesta prática, o familiar prioriza o filho com deficiência, tanto nos cuidados diários quanto na sua inclusão nas redes sociais. Pois, as redes sociais são utilizadas, principalmente, como um diário da evolução do filho, ou seja, uma forma de compartilhar a sua superação e inspirar outras famílias. Além disto, os familiares formam uma rede de apoio mútuo e de compartilhamento de informações para auxiliar quem vive a mesma experiência.

Ambos os grupos utilizam a prática de comunicação nas redes sociais para de alguma forma defender a causa da PcD. Mas, o grupo de familiares, que é formado prioritariamente por mães, faz uma defesa mais expressiva. Elas emitem opinião, cobram a defesa dos seus



direitos, formam grupos nas redes sociais para a defesa da causa, levam informação ao público e buscam solução para as suas demandas, de forma individual e coletiva.

Em outro sentido, o corpus das PcD revelou outros propósitos de comunicação por meio das mídias sociais. O foco da PcD é se tornar autoconfiante e autônomo. Por isto, eles buscam as redes sociais para trabalhar, estudar, interagir, se entreter e fazer campanhas sociais. Além disso, nota-se que essas outras práticas repercutem sobre a prática de comunicação sendo um estímulo para que a perpetuação desta prática. Portanto, o rompimento de quaisquer dessas práticas irá comprometer as demais.

Os celulares e as mídias sociais digitais, notadamente o Facebook, Instagram, WhatsApp e YouTube, representam a materialidade nas práticas de comunicação via mídias sociais. Ambos os grupos tiveram que aprender conhecimentos novos sobre a prática de comunicação para desenvolver a competência necessária ao seu desempenho. Eles relatam que aprenderam a usar as redes sociais sozinhos ou com pouca ajuda. A aquisição de conhecimento acontece pela “tentativa e erro”, uma maneira de executar/agir para tornarem-se mais independentes no uso do celular. O celular é o item material muito importante para os familiares da PcD, pois é diante da sua tela que a comunicação com a família e o médico especialista ocorre.

Mas, o aprendizado por meio da prática de comunicação nas mídias sociais vai além dos meios necessários ao desempenho da prática. Ambos os grupos buscam conhecimento importantes para o desempenho de outras práticas. A PcD, prioritariamente, obtêm conhecimento necessário ao desempenho de suas práticas de trabalho e os familiares, preferencialmente, obtêm conhecimento relativo às deficiências e suas formas de tratamento. Em contrapartida, ambos os grupos procuram produzir conhecimento narrando suas experiências pessoais ou as experiências de seus filhos com deficiência para pessoas interessadas em aprender com eles.

Por fim, destacamos que a prática de comunicação nas mídias sociais vai além da mera troca de informações. Esta prática tem significados importantes para ambos os grupos. As mídias sociais significam a inclusão, autoestima, autoconfiança, identidade e autenticidade da PcD. E para os familiares da PcD, elas significam acolhimento, inspiração, confiança, expressão e voz.

Ao final deste trabalho, nota-se que as PcD e seus familiares, por meio das práticas de comunicação nas mídias sociais, acabam por se organizar informalmente em torno de um objeto de interesse comum que é a deficiência. Congregadas pela deficiência, estas pessoas se apoiam, aprendem, estudam e trabalham aprofundando seu conhecimento sobre as deficiências que lhes dizem respeito individualmente. Estes fatores sugerem que as pessoas reunidas nas práticas de comunicação nas mídias sociais em torno da deficiência possam formar uma Comunidade de Prática (*Community of Practice – CoP*). Uma *CoP* tem como características principais ser um grupo informal, que compartilha um interesse (domínio) comum, e cujos membros pretendem permanecer próximos uns dos outros congregados no desempenho de um repertório de práticas e interações que sustentam a comunidade (Halicki et al., 2021). Essa possibilidade abre uma lacuna para investigar se as práticas de comunicação das PcD e de seus familiares nas mídias sociais formam uma *CoP*.

Outras possibilidades de pesquisa podem ampliar o entendimento de aspectos que não foram expostos pelos entrevistados neste trabalho, como por exemplo, como os pais lidam com



questões éticas referentes a exposição e monetização com as imagens e experiências dos filhos com deficiência nas mídias sociais, e como são considerados os direitos das crianças à privacidade online e as questões éticas relativas ao consentimento para exposição de suas imagens. Esta pesquisa também pode fundamentar a elaboração de uma escala para medir a prática de comunicação da PcD nas redes sociais, possibilitando a realização de um trabalho mais abrangente em termos quantitativos. Recomenda-se também estudar estas práticas por segmentos de deficiência para averiguar diferenças de percepção entre os grupos.

Como implicações práticas, destacamos primeiramente que a pesquisa revela a importância da fé e do apoio mútuo entre as famílias de PcD para superação de seus limites, portanto, é relevante fomentar programas comunitários e políticas públicas que reconheçam o suporte espiritual como parte do cuidado integral às famílias de PcD, respeitando-se a diversidade religiosa; criar e fortalecer redes de apoio entre famílias de PcD, promovendo espaços de escuta, partilha de experiências e suporte emocional recíproco; e capacitar profissionais de saúde, assistência social e educação para distinguir a fé como um recurso que pode ser recomendado para o enfrentamento e resiliência familiar no contexto da deficiência.

Segundo, face a dificuldade de aprendizado do uso das mídias sociais é importante formular políticas públicas promotoras de programas de capacitação digital voltados tanto para PcD quanto seus familiares incluindo temas sobre o uso eficaz das redes sociais, habilidades na produção de conteúdo, *networking* e defesa dos direitos das PcD; estabelecer iniciativas que conectem PcD experientes no uso de redes sociais com aqueles que estão começando para a troca de conhecimentos e experiências; e estimular as iniciativas que valorizem a produção de conteúdo autoral por PcD como forma de fortalecimento da sua identidade, autoestima e inclusão social.

Terceiro, a pesquisa também sinaliza a importância do desenvolvimento de tecnologias assistivas para a garantia da acessibilidade da PcD ao trabalho, estudo, interação e lazer. Portanto, deve-se incentivar políticas públicas para o financiamento do desenvolvimento de tecnologias assistivas para ampliação do acesso da pessoa com diferentes tipos de deficiência às mídias sociais. Por meio da acessibilidade digital, a PcD tem a possibilidade de expressar em seu meio social as suas demandas e opiniões, bem como entregar à sociedade informação, conhecimento, produtos e serviços que contribuam para a sua autonomia financeira.

Por fim, ressaltamos que uma possível limitação do trabalho é que ele se concentra em grupos específicos de pessoas (PcD e seus familiares), o que pode limitar a generalização dos resultados para outras populações.

Referências

Abel, S., Machin, T., & Brownlow, C. (2019). Support, socialise and advocate: An exploration of the stated purposes of Facebook autism groups. *Research in Autism Spectrum Disorders*, 61, 10–21. <https://doi.org/10.1016/j.rasd.2019.01.009>.

Anderson, S., Araten-Bergman, T., & Steel, G. (2023). Adults with intellectual disabilities as users of social media: A scoping review. *British Journal of Learning Disabilities*, 51(4), 544–564. <https://doi.org/10.1111/bld.12534>.

Araújo, M. A. F., Silva, R. A., Melo, E. S., Silva, M. A. M., & Freitas, C. A. S. L. (2018). Redes sociais de apoio e famílias de crianças com deficiência: Uma revisão integrativa. *Investigação Qualitativa Em Saúde*, 2, 585–594.

Pinto et al.

<https://doi.org/10.20401/rasi.12.2.1070>



- Baker, S. M., Gentry, J. W., & Rittenburg, T. L. (2005). Building understanding of the domain of consumer vulnerability. *Journal of Macromarketing*, 25(2), 128–139. <https://doi.org/10.1177/0276146705280622>.
- Baldassin, V., Shimizu, H. E., & Fachin-Martins, E. (2018). Computer assistive technology and associations with quality of life for individuals with spinal cord injury: A systematic review. *Quality of Life Research*, 27(3), 597–607. <https://doi.org/10.1007/s11136-018-1804-9>.
- Bittencourt, Z. Z. L. C., Françaço, M. F. de C., Monteiro, C. R., & Francisco, D. D. (2011). Surdez, redes sociais e proteção social. *Ciência & Saúde Coletiva*, 16(1), 769–776. <https://doi.org/10.1590/s1413-81232011000700007>.
- Borgos-Rodriguez, K., Ringland, K. E., & Piper, A. M. (2019). MyAutosomeFamilyLife: Analyzing parents of children with developmental disabilities on YouTube. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1–26. <https://doi.org/10.1145/3359196>.
- Buchholz, M., Ferm, U., & Holmgren, K. (2019). Digital Communication and Social Media for People with Communicative and Cognitive Disabilities. Em *Everyday technologies in healthcare* (1 ed, 379). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781351032186>.
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas Em Psicologia*, 21(2), 513–518. <https://doi.org/10.9788/tp2013.2-16>.
- Castro Júnior, G., Prometi, D., Santana, N. G., & Francisco, G. S. A. M. (2024). Explorando a interseção entre algoritmos, redes sociais e inclusão da pessoa Surda. *Liinc em Revista*, 20X(1), e7024. <https://doi.org/10.18617/liinc.v20i1.7024>.
- Corrêa, S. C. H., & Gosling, M. de S. (2021). Smart tourism destinations from the perspective of travelers with disability. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 23, 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/11472>.
- Corrêa, S. C. H., & Gosling, M. S. (2023). A experiência turística inteligente na perspectiva do viajante. *Turismo: Visão e Ação*, 25(1), 72–93. <https://doi.org/10.14210/rtva.v25n1.p72-93>.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: Escolhendo entre cinco abordagens* (3rd ed.). Penso.
- De Souza, M. A. R., Wall, M. L., Thuler, A. C. D. M. C., Lowen, I. M. V., & Peres, A. M. (2018). The use of IRAMUTEQ software for data analysis in qualitative research. *Journal of School of Nursing USP*, 52, e03353. <https://doi.org/10.1590/S1980-220X2017015003353>.
- Dubost, N. (2018). Disability and consumption: A state of the art. *Recherche et Applications En Marketing (English Edition)*, 33(2), 75-92. <https://doi.org/10.1177/2051570718764882>.
- Faria, M. D., Casotti, L. M., & Carvalho, J. L. F. S. (2016). A decisão de compra de veículos adaptados por consumidores com deficiência motora. *Revista de Administração da Unimep*, 14(3), 102–131. <https://doi.org/10.15600/1679-5350/rau.v14n3p102-131>.
- Faria, M. D., & Casotti, L. M. (2019). “Welcome to Holland!” People with Down syndrome as vulnerable consumers. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2245–2267. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2017-0164>.
- Feiereisen, S., Rasolofarison, D., De Valck, K., & Schmitt, J. (2019). Understanding emerging
- Pinto et al. <https://doi.org/10.20401/rasi.12.2.1070>



adults' consumption of TV series in the digital age: A practice-theory-based approach. *Journal of Business Research*, 95(January 2018), 253–265. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.024>.

Ferreira, F. L., & Christino, J. M. M. (2021). O ciclo de evolução das práticas de consumo: Uma revisão sobre o comportamento do consumidor visto sob a ótica da teoria da prática. *XLV Encontro Da ANPAD - EnANPAD 2021*, 1–23. <http://anpad.com.br/uploads/articles/114/approved/a07c2f3b3b907aaf8436a26c6d77f0a2.pdf>.

Furr, J. B., Carreiro, A., & McArthur, J. A. (2016). Strategic approaches to disability disclosure on social media. *Disability & Society*, 31(10), 1353–1368. <https://doi.org/10.1080/09687599.2016.1256272>.

Gabriel, M., & Kiso, R. (2020). *Marketing na era digital* (2nd ed.). Atlas.

Halicki, Z., Stadler, A., Cunha, S. K., & Bulgacov, Y. L. M. (2021). Comunidades de Prática: A construção de conhecimento em um grupo de pesquisa. *RASI - Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, 7(3), 89–103. <https://doi.org/10.20401/rasi.7.3.503>.

Hemsley, B., Given, F., Almond, B., Cooper, J., Smith, R., Young, K., & Wright, E. (2024). A critical review of literature on social media and developmental communication disability: Implications for future social media and generative AI research. *Current Developmental Disorders Reports*, 11(2), 75–89. <https://doi.org/10.1007/s40474-024-00297-9>.

IBGE. (2023). *Pessoas com deficiência 2022—PNAD continua—Divulgação dos resultados gerais*, 41. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/0a9afaed04d79830f73a16136dba23b9.pdf.

Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to Its methodology* (4th ed.). Sage Publications.

Lei nº. 13.146/2015. (2015). Estatuto da pessoa com deficiência 69. <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/20551-pessoas-com-deficiencia.html>.

Magaudda, P. (2011). When materiality “bites back”: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15–36. <https://doi.org/10.1177/1469540510390499>.

Mazieri, M. R., Quoniam, L. M., Reymond, D., & Cunha, K. C. T. (2022). Use of IRAMUTEQ for content analysis based on descending hierarchical classification and correspondence factor analysis. *Brazilian Journal of Marketing*, 21(5), 1978–2011. <https://doi.org/10.5585/remark.v21i5.21290>.

Mick, D. G., Pettigrew, S., Pechmann, C., & Ozanne, J. L. (2012). *Transformative Consumer Reseaech for personal and collective well-being*. In: D. G. Mick, D. G., Pettigrew, S., Pechmann, C., & Ozanne, J. L. (Eds.). Routledge. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

Oliveira, R. D., & Okimoto, M. L. L. R. (2022). Tecnologias assistivas relacionadas à moda para pessoas com deficiência visual: Uma revisão sistemática. *DObra[s] - Revista Da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas Em Moda*, 35. Pinto et al. <https://doi.org/10.20401/rasi.12.2.1070>



<https://doi.org/https://doi.org/10.26563/dobras.i35.1459>.

Ramos, R. C., Tayt-son, D. B. C., & Rocha, A. R. C. (2020, October 14). A volta da marmita: Ressignificação do consumo à luz da Teoria da Prática. *XLIV Encontro Da ANPAD - EnANPAD 2020*.

Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263. <https://doi.org/10.4324/9780203335697-23>.

Schatzki, T. R. (2005). Introduction: Practice theory. In T. R. Schatzki, Knorr K. Cetina, & E. von Savigny (Eds.), *The practice turn in contemporary theory* (2nd ed., p. 213). Routledge.

Sannon, S., Young, J., Shusas, E., & Forte, A. (2023). Disability activism on social media: Sociotechnical challenges in the pursuit of visibility. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581333>.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. Sage.

Silva, L. L. A., Casotti, L. M., & Moreira, C. S. C. (2020, October 14). O hábito do banho: Significados e práticas de consumo. *XLIV Encontro Da ANPAD - EnANPAD 2020*.

Torre, J. (2023). Vulnerability: The human depth of a principle of bioethics. *Revista Iberoamericana de Bioética*, 21, 1–13. <https://doi.org/10.14422/rib.i21.y2023.007>.

Warde, A. (2017). *Consumption: A sociological analysis*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/978-1-137-55682-0>.

WPT. (2023). *O movimento web para todos*. WPT.

Yanaze, M. H., Barsano, P. R., Yanaze, L. K. H., Almeida, E., & Campos, A. (2022). *Marketing digital: Conceitos e práticas* (1st ed.). Saraiva Uni.

Yang, C. C., Holden, S. M., & Ariati, J. (2021). Social media and psychological well-being among youth: The multidimensional model of social media use. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 24(3), 631-650. <https://doi.org/10.1007/s10567-021-00359-z>.