

Dias de Faria, Marina; Moreira Casotti, Leticia

Representações e estereótipos das pessoas com deficiência como consumidoras: o drama dos personagens
com deficiência em telenovelas brasileiras

Organizações & Sociedade, vol. 21, núm. 70, julio-septiembre, 2014, pp. 387-404

Universidade Federal da Bahia

Salvador, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=400634028003>



Organizações & Sociedade,

ISSN (Versão impressa): 1413-585X

revistaoes@ufba.br

Universidade Federal da Bahia

Brasil

REPRESENTAÇÕES E ESTEREÓTIPOS DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA COMO CONSUMIDORAS: O DRAMA DOS PERSONAGENS COM DEFICIÊNCIA EM TELENÓVELAS BRASILEIRAS

Marina Dias de Faria*
Letícia Moreira Casotti**

Resumo

A despeito de serem importantes meios de comunicação da cultura, dos valores e das perspectivas vigentes em uma sociedade, os textos culturais configuram possibilidades pouco exploradas em pesquisas acerca do comportamento do consumidor com deficiência. No Brasil, novelas televisivas parecem ser textos culturais adequados para esses estudos, tendo em vista a importância apresentada pelas telenovelas como programas transclassistas de abrangência nacional. Definiu-se como objetivo do estudo discutir as representações e os estereótipos das pessoas com deficiência (doravante PcD) como consumidoras apresentados em telenovelas brasileiras. Para atingir o objetivo foram analisadas cenas de 22 telenovelas brasileiras que mostram personagens com deficiência em situações de consumo. Os resultados do estudo alertam para a necessidade de que empresas, instituições públicas e a sociedade em geral revejam a forma como lidam com esses consumidores quase invisíveis que, muitas vezes, não são considerados como potenciais clientes e são excluídos de ações de políticas públicas.

Palavras-chave: Consumidores com deficiência. Textos culturais. Telenovelas brasileiras. Consumidores invisíveis. Decisões de consumo.

Abstract

Despite being important mass media of the culture, the values and the perspectives existing in a society, cultural texts shape possibilities unexplored in research on consumer with disabilities. In Brazil, soap operas seem to be cultural texts suitable for such studies in view of the importance given by the soap operas as a program for all classes. Defined as the study aimed to discuss representations and stereotypes of disabled people as consumers presented in Brazilian telenovelas. To achieve the objective 22 scenes of Brazilian soap operas which show characters with disabilities in situations of consumption were analyzed. The study results highlight the need for companies, public institutions and society in general review the way they deal with these almost invisible to consumers often are not considered as potential customers and are excluded from public policy actions.

Keywords: Consumer with disabilities. Cultural texts. Brazilians telenovelas. Invisible consumers. Consumer decisions.

* Doutoranda em administração pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). E-mail: marinafaria86@hotmail.com

** Doutora em administração pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: leticiacasotti@coppead.com

Introdução

Os textos culturais, como músicas, filmes e novelas, configuram importantes veículos dos valores e das perspectivas vigentes na sociedade que produz e consome tais produtos. Por esse motivo, textos culturais têm sido defendidos e utilizados em pesquisas acadêmicas sobre consumo e cultura. (ASKEGAAD, 2010; HIRSCHMAN; SCOTT; WELLS, 1998; KOZINETS, 2001) Quando se trata de textos culturais relacionados a experiências de consumo que envolvam pessoas com deficiências (PcD), entretanto, chama atenção a escassez de estudos, especialmente considerando a recorrência de personagens deficientes na dramaturgia. (NORDEN, 1994) Goodley e Bolt (2010) asseveram que, diante do atual contexto sociocultural, análises acerca da deficiência a partir de textos culturais são ainda mais necessárias.

A partir de uma concepção social hegemônica do deficiente como um inútil ou um ser digno de piedade, pessoas com deficiência são representadas em textos culturais a partir dos estereótipos correspondentes, caracterizando a estruturação de mecanismo de opressão. (DARKE, 1998; NELSON, 2003) No caso dos filmes de cinema são frequentes as representações de pessoas com deficiência em que se fazem presentes o preconceito e as dificuldades de inclusão e de acessibilidade, muitas das quais reproduzem problemas enfrentados por tais indivíduos em situações de consumo. DePoy e Gilson (2010) mencionam a cena do documentário *Vital signs: crip culture talks back* em que se apresenta uma cena na qual o atendente de uma companhia aérea tenta acomodar um surdo-mudo em uma cadeira de rodas. Em outros casos, o preconceito traveste-se de pretensa comicidade. Barnes (1992) reporta-se a uma série denominada *The young ones* para mostrar um exemplo de cena cômica em situação de consumo: um personagem cego tenta comprar um chocolate em um supermercado, e tudo termina num frenesi envolvendo consumidores e funcionários do estabelecimento.

No Brasil a intensa produção de telenovelas estabeleceu uma consistente fabricação de produtos culturais a partir dos quais a nacionalidade brasileira é problematizada, a identidade é elaborada e os padrões de comportamento individual, familiar e grupal são discutidos por intermédio de uma pedagogia coordenada pela mídia. (HAMBURGER, 2005; OGURI; CHAUVEL; SUAREZ, 2009) Joyce (2012), estudando a representação em telenovelas brasileiras de questões raciais, defende que as telenovelas são ótimos instrumentos de pesquisa não só por buscarem reproduzir o cotidiano dos brasileiros, mas também por serem obras abertas, o que faz com que os telespectadores possam influenciar no curso da trama. Esse mesmo autor destaca que uma novela, se bem conduzida, pode ser um importante instrumento de denúncia social.

Silveira (2010, p. 2) acredita que pesquisar as representações de pessoas com deficiência em novelas brasileiras têm sua justificativa atrelada a três instâncias de investigação: “a dos estudos das representações midiáticas, a da importância política dessas representações ao dar visibilidade a um tema que trata da inclusão, e da importância da telenovela, como um programa de abrangência nacional e transclassista”.

Destaca-se que o foco no Brasil para pesquisas a respeito de consumidores com deficiência parece ser relevante nesse momento que o país se prepara para receber grandes eventos internacionais como Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, e precisa se preocupar e se adequar às demandas dos turistas com deficiência e dos atletas paraolímpicos. (FARIA; CARVALHO, 2010) O descaso com as pessoas com deficiência ocorre a despeito de, no Brasil, essas pessoas corresponderem a aproximadamente 24% da população, o que representa mais de 45 milhões de pessoas com deficiências. Dessas, quase 16 milhões têm deficiência grave ou gravíssima. (IBGE, 2010)

Diante desse cenário o presente trabalho tem por objetivo discutir as representações e os estereótipos das pessoas com deficiência como consumidoras apresentadas em telenovelas brasileiras. Para atingir seu objetivo, o estudo empregou metodologia de base qualitativa, conforme recomendam Arnould e Thompson (2005) e Pinto e Lara (2011), para pesquisas que conjuguem cultura e consumo. Kozinets (2001) defende

a investigação de textos culturais como estratégia de pesquisa no campo de estudos acerca de cultura de consumo.

A pesquisa aqui pretendida seguirá a proposta da *transformative research*, propagada por Mertens (2007). A *transformative research* surge da insatisfação com o modo pelo qual os paradigmas dominantes de pesquisa científica abordam temas relacionados a indivíduos socialmente desfavorecidos e/ou excluídos, tais como PcD, transexuais, índios e negros. (MERTENS, 2009) Para Mick (2006), que ilustra seus argumentos com exemplos de estudos focados em PcD, a adoção do paradigma transformativo em *marketing* representa o primeiro passo para que a pesquisa do consumidor comece a pautar-se também para o benefício e para o bem-estar do ser humano, não somente das empresas. Sendo assim, ao adotar esse paradigma a presente pesquisa busca indicar não somente caminhos mercadológicos, mas também, e principalmente, caminhos que possam proporcionar melhoras na qualidade de vida dos consumidores com deficiência.

Pessoas com deficiência em textos culturais

Para Norden (1994), a relação entre uma sociedade e os produtos culturais que ela produz é de natureza causal e refletiva: filmes, séries e novelas demonstram aspectos da sociedade que os produz, enquanto a sociedade espelha de formas múltiplas os valores reproduzidos nos filmes e demais representações dramatúrgicas daquele agrupamento social. Sandlin e Maudlin (2012) ressaltam que a análise desses textos pode ajudar a entender a proliferação de estereótipos.

Assunções estereotípicas acerca de PcD são baseadas em superstições, mitos e crenças estabelecidas ao longo dos séculos, que são inerentes à nossa sociocultura e reproduzidas pelos meios de comunicação midiática e pelos produtos da indústria cultural. (BARNES, 1992) Harris (2002) argumenta que os indivíduos que não costumam ter contato com pessoas com deficiência adquirem seu conhecimento sobre deficiências a partir da televisão e do cinema. Esse autor resalta que as representações sobre essas pessoas em tais meios são predominantemente negativas.

Um problema frequente com as representações de pessoas com deficiência em filmes, segundo Darke (1998), é a concepção da deficiência como uma dificuldade vivenciada por uma única pessoa. Tal concepção choca-se frontalmente com a atual perspectiva da deficiência a partir de um modelo coletivo, ou seja, em acordo com uma abordagem em que prevalecem dimensões sociais e políticas da questão. (VEH-MAS, 2008)

Em textos culturais produzidos pelo *mainstream*, de modo geral, há três possibilidades frequentes de representações para as pessoas com deficiências. (CAMERON, 2007): (1) seres patéticos, dignos de pena e, por vezes, tragicômicos; (2) entes sinistros, vingativos ou marcados pelo mal; e (3) indivíduos de grande bravura diante da tragédia de suas vidas. Nelson (2003) apresenta mais duas possibilidades de imagens estereotípicas para pessoas com deficiência na dramaturgia: (1) criaturas que não deveriam ter sobrevivido e que estariam melhor mortas; e (2) um peso morto, um indivíduo incapaz de interagir com seus benfeitores para o proveito de ambos.

De acordo com Barnes (1992), são dez os estereótipos midiáticos mais recorrentes para as pessoas com deficiências, principalmente nos filmes produzidos pela indústria cinematográfica: (1) pessoas merecedoras de pena; (2) objetos da violência dos outros; (3) indivíduos malévolos, cruéis ou criminosos; (4) elementos potencializadores de uma atmosfera de miséria ou de degradação nos cenários pelos quais transitam os demais personagens; (5) superaleijados; (6) alvos do ridículo; (7) pessoas com deficiência como seu único e próprio inimigo; (8) fardos para seus familiares; (9) aberrações sexuais; e (10) indivíduos incapazes de participar da vida em comunidade.

A partir de uma análise semiótica, Harris (2002) aponta duas estruturas fundamentais recorrentes para filmes cuja dramaturgia gira em torno de PcD. A primeira traz a seguinte sequência de acontecimentos: (a) uma pessoa torna-se deficiente; (b) a deficiência leva à autocomiseração; (c) a pessoa com deficiência afasta-se da

sociedade; e (d) uma ou mais pessoas sem deficiências mostram à pessoa com deficiência que a vida vale a pena. A segunda estrutura fílmica é a seguinte: (a) uma pessoa nasce ou se torna deficiente; (b) a deficiência leva à amargura, ao desespero e/ou à violência; (c) a pessoa com deficiência busca vingar-se da sociedade; e (d) uma ou mais pessoas sem deficiências resgatam a PcD. Atualmente, em função do imperativo de inclusão da diversidade, provavelmente as imagens das pessoas com deficiência em textos culturais deveriam retratar tais indivíduos em situações de aproveitamento das múltiplas oportunidades de consumo propiciadas pela sociedade contemporânea. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009) Entretanto, como se discute adiante, não é exatamente isso que parece acontecer com relação às recentes representações de PcD pela indústria cultural nas telenovelas brasileiras.

Consumo e pessoas com deficiências

Mansfield e Pinto (2008) caracterizam as pessoas com deficiência a partir do conceito da vulnerabilidade no consumo, isto é, pessoas com acesso diminuído a bens e serviços. Essa dificuldade para exercer o papel de consumidoras pode ser observada até mesmo no momento no qual essas pessoas precisam se locomover, os motoristas de táxis, por exemplo, muitas vezes optam por não pegar esses passageiros. (JAIN, 2002) Bromley, Matthews e Thomas (2007) denunciam que a dificuldade que PcD têm para se locomover nos centros urbanos faz com que elas não estejam aptas a exercer o papel de consumidoras, e apontam o planejamento da mobilidade urbana como o fator mais determinante para a acessibilidade e a inclusão social.

Para Doessel e Williams (2011), sob a perspectiva socioeconômica, a deficiência se manifesta sob a forma da redução de práticas relacionadas ao mercado por parte de um dado contingente de indivíduos, os quais permanecem à margem das principais atividades de produção e consumo. Nicholson, Kulyukin e Coster (2009) argumentam que o afastamento do convívio social e a dependência com relação às outras pessoas, limitam possibilidades e oportunidades de consumo por parte das pessoas com deficiência. Faria, Silva e Ferreira (2012), por sua vez, apontam que teóricos e praticantes em *marketing* parecem desconsiderar pessoas com deficiência como consumidores. Reforçam essa visão estudos que mostram o pouco interesse por parte de gerentes e donos de lojas em entender e atender as necessidades das PcD como consumidoras. (BAKER; HOLLAND; KAUFMAN-SCARBOROUGH, 2007)

Até mesmo em momentos de lazer, as pessoas com deficiência têm que enfrentar barreiras. (PORIA; REICHEL; BRANDT, 2011) Estudando o consumo de lazer, Burns, Paterson e Watson (2009) apontam que os maiores empecilhos para as pessoas com deficiência não são as barreiras arquitetônicas, e sim os entraves criados por outros consumidores que guardam pontos de vista preconceituosos sobre essas. Emira e Thompson (2011) enfatizam os efeitos negativos da falta de acesso ao lazer no desenvolvimento de crianças com deficiência e apontam que alguns pais consideram impossível o envolvimento dessas crianças em atividades de lazer.

Ainda no que diz respeito às crianças com deficiências, os problemas começam com uma questão básica: a educação. É cada vez mais comum a defesa de que essas crianças devem estudar em escolas regulares. A educação inclusiva, entretanto, precisa ainda avançar no Brasil, principalmente no que diz respeito à capacitação dos professores. (ANHÁ; PFEIFER; SANTOS, 2010; IARSKAIA-SMIRNOV; ROMANOV, 2007) Em uma obra autobiográfica que relata a experiência de um pai de duas crianças com deficiência mental, Fournier (2008), lamenta-se por nunca poder ver os filhos indo para a escola.

Os rituais e o consumo são elementos fundamentais para construção e manutenção da identidade individual e familiar. (EPP; PRICE, 2008) Em consonância com essa perspectiva, Baker (2006) defende que os acadêmicos em *marketing* devem dedicar-se a investigar como pessoas com deficiência constroem suas identidades individuais e coletivas por meio do consumo. Para Baker, Stephens e Hill (2002) é

necessário que acadêmicos, praticantes e familiares deem voz para as pessoas com deficiência expressarem suas demandas de consumo.

Cabe ressaltar que as pessoas com deficiência enfrentam barreiras para exercer diversos outros papéis sociais além do de consumidoras, como o de trabalhadores, e que todas essas barreiras em conjunto contribuem para a exclusão social dessas pessoas. (FARIA; CARVALHO, 2011; JONES; SCHMIDT, 2004) Ou seja, o presente estudo, ao focar na representação das pessoas com deficiência como consumidoras, está abordando apenas uma das várias e complexas facetas da exclusão social vivenciadas por essas pessoas.

Metodologia

No presente estudo, fragmentos de produtos da indústria cultural – especificamente telenovelas brasileiras – são analisados em consonância com a proposta metodológica de Hirschman, Scott e Wells (1998), qual seja estabelecer relações entre práticas de consumo e textos culturais que representam o consumo.

Arnould e Thompson (2005) e Askegaard (2010) veem textos culturais como ferramentas para identificar estilos de vida, identidades e ideologias. Para Loizos (2002, p. 138), produtos audiovisuais veiculados pela mídia “desempenham papéis importantes na vida social, política e econômica”, tornando-se “fatos sociais”, o que lhes concede relevância como fontes de dados em atividades de pesquisa científica. Mikos e Perrota (2012) defendem que sejam realizadas análises de programas de televisão com o objetivo de entender aspectos comportamentais, e Joyce (2012) acredita que, no caso da sociedade brasileira, as telenovelas destacam-se entre esses programas.

A coleta dos dados para o presente estudo comportou textos culturais selecionados de telenovelas brasileiras previamente apresentadas em canais abertos de televisão, e que continham pessoas com deficiências como personagens fixos do programa. Os textos culturais coletados para a pesquisa foram obtidos através do *site* YouTube. Hartley (2009) menciona o YouTube como canal para a reprodução e para a difusão de textos culturais.

Cabe notar que nem todas as novelas já produzidas pela televisão brasileira, com personagens deficientes, tiveram dados coletados para a pesquisa. De início, recorreu-se a fontes bibliográficas tais como Menescal e colaboradores (2010), Postal (2008), Silva (2008) e Souto Maior (2006) para ter acesso a indicações de novelas com PcD, as quais tiveram trechos localizados no YouTube, para em seguida se chegar a outras novelas que abordavam a mesma problemática, encontradas por intermédio do dispositivo de busca inteligente sugerido pelo próprio *site*. Ao todo foram analisadas mais de 250 cenas de 28 personagens deficientes que fizeram parte das tramas de 22 telenovelas. Na análise dos resultados alguns personagens aparecem com destaque por serem os que mais trouxeram para a trama da qual faziam parte discussões sobre práticas de consumo.

O tratamento dos dados seguiu as seguintes etapas: (a) recuperação e seleção das cenas; (b) análise sintática da narrativa, por meio da observação dinâmica e concreta de elementos cênicos tais como atores e ação dramática; (c) análise dos contextos das cenas. A discussão dos resultados seguiu a diretriz da construção de categorias de análise, conforme recomendado por Hirschman, Scott e Wells (1998). Depois de selecionar as cenas nas quais os personagens com deficiência apareciam em situações de consumo, os diálogos dos personagens presentes foram analisados assim como os cenários e os objetos da cena.

Diante da escassa literatura acadêmica concernente ao tema focal da pesquisa, foi utilizado o modelo aberto de definição das categorias de análise para o tratamento de dados, visto que, nesse modelo, permite-se que as categorias tomem forma no transcurso da própria análise. (VERGARA, 2008) Adicionalmente, buscou-se seguir a instrução de Bardin (2011), no sentido de se buscar a exaustão, a exclusão mútua e a objetividade necessárias à determinação das categorias. Sendo assim, as categorias de análise foram criadas de forma que quando tomadas em conjunto tenha-se um

panorama das mais recorrentes representações das práticas de consumo por pessoas com deficiência presentes nas tramas das telenovelas brasileiras.

Representação dos Resultados

A representação dos resultados está dividida em duas partes. Inicialmente será apresentada uma compilação com os personagens com deficiência na teledramaturgia brasileira para que depois sejam apresentadas as categorias utilizadas para análise.

Personagens com deficiências na teledramaturgia brasileira

Para ajudar na compreensão das representações de personagens deficientes nas novelas foi elaborado um quadro com informações gerais sobre as 22 obras televisivas analisadas na pesquisa. Cabe recordar que o quadro não tem a intenção de esgotar todas as novelas que contaram com personagens com deficiências em suas tramas. Destaca-se também que nem todos os personagens que aparecem na tabela serão resgatados na análise dos resultados, mas todos foram importantes para que se pudesse buscar alcançar o objetivo da pesquisa.

Alguns personagens apresentados no quadro merecem destaque, como Léo, Abel e Luciana, por serem personagens com deficiência que eram protagonistas das novelas. Já os personagens Marquinho, João, Oswaldo, Anita, Clara, Paulo e Joana foram importantes para a história da representação de pessoas com deficiência em novelas, pois seus intérpretes eram atores com deficiências. Dentre esses cabe destacar a pequena Clara, o sucesso da personagem ensejou a comercialização de uma linha de bonecas com as características da Síndrome de Down. Os idealizadores da boneca disseram que foram rejeitados por vários fabricantes e ouviram comentários preconceituosos até encontrar um que estivesse disposto a comprar a ideia. (SILVA, 2008)

Uma representação recorrente de PcD em teledramaturgia é como alguém que sofreu um acidente e precisa se curar para poder ser feliz. Essa busca pela cura também é comum em filmes cinematográficos, conforme apontado por Bragança (2009). Se buscarmos apontar uma estrutura fundamental recorrente para novelas que tenham pessoas com deficiência como personagem, como Harris (2002) fez para filmes cuja dramaturgia gira em torno de PcD, teríamos algo próximo de: (1) um personagem é lindo e feliz; (2) ele sofre um acidente; (3) com o acidente esse personagem torna-se deficiente e fica muito infeliz; (4) o personagem com deficiência encontra a cura e recupera sua felicidade. Na Figura 1, Edu, Zeca, Tarcísio e Pedro são exemplos de personagens com tal trajetória. A personagem Luciana, por outro lado, foi considerada um exemplo positivo de dramaturgia televisiva. A luta pela vida, pela reintegração e pela inclusão da personagem Luciana após sofrer um acidente gerou “reflexões pouco frequentes na rotina das pessoas”, num processo que sensibilizou “a sociedade, as empresas, a mídia e o governo para que se determinem ações efetivas de inclusão social”. (MENESCAL et al., 2010, p. 13) Durante o período de exibição da novela, foi criado um *blog* intitulado *Sonhos de Luciana*, no qual a personagem escrevia questões de seu cotidiano, incluindo problemas enfrentados com relação à acessibilidade, bem como sua experiência com os produtos adaptados.

Quadro 1: Personagens com deficiências em telenovelas brasileiras

Ano	Novela	Personagem	Deficiência
1978	<i>Te Contei?</i>	Léo	Visual
1982	<i>Final Feliz</i>	Rafael	Mental
1982	<i>Sol de Verão</i>	Abel	Auditiva
1989	<i>Sexo dos Anjos</i>	Tomás	Auditiva
1993	<i>O Mapa da Mina</i>	Marquinho	Mental (Síndrome de Down)

1993	<i>Mulheres de Areia</i>	Tonho da Lua	Mental
1993	<i>Renascer</i>	José Inocêncio	Motora
1995	<i>História de Amor</i>	Assunção	Motora
1997	<i>A Indomada</i>	Emanuel	Mental
1998	<i>Torre de Babel</i>	Jamanta	Mental
2000	<i>Laços de Família</i>	Paulo	Múltipla
2000	<i>Laços de Família</i>	Edu	Motora (temporária)
2002	<i>Coração de Estudante</i>	Oswaldo	Mental (Síndrome de Down)
2002	<i>Coração de Estudante</i>	João	Mental (Síndrome de Down)
2005	<i>Belíssima</i>	Jamanta	Mental
2005	<i>América</i>	Dudu	Visual
2005	<i>América</i>	Flor	Visual
2005	<i>América</i>	Jatobá	Visual
2006	<i>Páginas da Vida</i>	Clara	Mental (Síndrome de Down)
2008	<i>Água na Boca</i>	Joana	Motora
2009	<i>Cama de Gato</i>	Tarcísio	Auditiva
2009	<i>Caras e Bocas</i>	Anita	Visual
2009	<i>Paraíso</i>	Zeca	Motora (temporária)
2009	<i>Viver a Vida</i>	Luciana	Motora
2011	<i>Insensato Coração</i>	Pedro	Motora (temporária)
2011	<i>Malhação</i>	Jefferson	Motora
2011	<i>Malhação</i>	Felipe	Visual
2011	<i>Vidas em Jogo</i>	Miguel	Mental (Síndrome de Down)

Fonte: Próprios autores.

Categorias de Análise e Interpretação

O ato de presentear pessoas com deficiências

O ato de presentear guarda elevada importância simbólica e pode causar ansiedade para aquele que presenteia, sendo que a intensidade dessa ansiedade está relacionada às características do receptor. (SHERRY, 1983) Coelho (2006) destaca que quando alguém presenteia uma pessoa com um objeto inadequado para uso do receptor, expressa uma visão equivocada a seu respeito. Nas telenovelas analisadas, foi possível perceber personagens ansiosos e temerosos em não estar agradando quando presenteavam personagens com deficiência, por acreditarem que elas têm gostos muito diferentes dos das outras pessoas. Uma cena de *Páginas da Vida* ilustra essa situação. A cena se desenvolvia na véspera de Natal, quando um amigo da família leva um presente para a criança com Síndrome de Down:

HELENA (a mãe): Ela adorou.

GREG (o amigo): Que ótimo. Fiquei com muito medo de errar, é muito difícil saber o que ela gosta.

HELENA: Ela gosta das coisas que qualquer menina da idade dela gosta.

GREG: Mesmo? Achei que pudesse ser diferente para ela. (PÁGINAS..., 2006)

A dificuldade de presentear pessoas com deficiências é também retratada pela ótica do deficiente que recebe os presentes. Foram identificadas cenas nas quais os personagens com deficiência queixam-se de que quase não recebem presentes, corroborando o que foi apontado por Fournier (2008). Em *Caras e Bocas*, uma cena entre uma deficiente visual e seu namorado evidencia como a personagem fica surpresa ao ganhar um presente, sugerindo ser um momento raro:

ANSELMO (o namorado): Eu trouxe um presente para você, um presente que simboliza meu amor por você.

ANITA (deficiente visual): Um presente! Que beleza! Eu quase nunca ganho presentes.

ANSELMO: Um livro em Braille de Carlos Drummond de Andrade.

ANITA: Um livro! Há quanto tempo eu não tenho um livro! E é em Braille, é tão raro! (CARAS..., 2010)

Nessa cena puderam ser ainda observados outros aspectos que indicam diferenças na troca de presentes envolvendo pessoas com deficiência. Em primeiro lugar, o diálogo enfatiza que existem poucos livros em braille, pontuando restrições de consumo do deficiente visual. Segundo, o exame mais atento da cena revela que o livro não estava embrulhado em papel de presente, a despeito de o momento representar um marco importante para a história de amor dos personagens. Isso pode sugerir que a deficiente visual não saberia abrir o pacote ou que a mesma não valorizaria o embrulho, pois não o enxergaria.

No que diz respeito aos presentes dados aos personagens nas cenas analisadas, é interessante notar que muitos possuem associação direta com a deficiência da pessoa. A personagem Luciana de *Viver a Vida*, por exemplo, recebia vários presentes antes de sofrer o acidente e se tornar cadeirante, principalmente roupas; depois do acidente, ela passa a receber somente presentes especificamente ligados à deficiência, como uma bicicleta adaptada e diversas cadeiras de rodas. Jefferson, também cadeirante, personagem de *Malhação*, discorre sobre esse tipo de presente de uma forma irônica em uma cena da novela:

NELSON (amigo): Vou te dar um presente Jefferson. A gente vai direto para a loja. Garoto, você não vai ter uma cadeira, vai ter um Fórmula Um.

JEFFERSON: Quem diria que o melhor presente que eu iria ganhar seria uma cadeira de rodas [...]. (VIVER..., 2009)

Decisões de consumo de pessoas com deficiência

A análise das cenas das telenovelas revelou que muitos personagens com deficiência não participam de decisões envolvendo consumo de bens e serviços, nem ao menos das decisões mais simples, tais como escolher o que eles próprios desejam comer. Esse resultado das análises corrobora com o que apontou a revisão de literatura sobre a falta de independência (DOESSEL; WILLIAMS, 2011; NICHOLSON; KULYUKIN; COSTER, 2009) e de voz (BAKER; STEPHENS; HILL, 2002) das pessoas com deficiência como consumidoras. Um exemplo dessa situação ocorre com o personagem cego Felipe, de *Malhação*. Em cenas de café da manhã em família, Felipe é sempre servido pela empregada, que sequer pergunta o que ele quer comer ou beber. Na mesma novela, um cenário recorrente é uma loja de conveniência na qual os personagens compram gêneros alimentícios. Ali, Felipe sempre aparece acompanhado do pai e/ou do irmão, não compra nada e nem participa das decisões de consumo dos familiares.

No que diz respeito à falta de independência de pessoas com deficiência como consumidoras, a exclusão do mercado de trabalho parece ser uma das principais causas. Irigaray e Vergara (2011) destacam que mesmo quando uma PcD consegue se incluir no mercado de trabalho, ela muitas vezes esbarra no “teto de vidro” que impede o crescimento profissional dessas pessoas. A falta de oportunidade profissional faz com que essas pessoas sejam dependentes de seus familiares, limitando as possibilidades e oportunidades de consumo por parte das pessoas com deficiência. (NICHOLSON; KULYUKIN; COSTER, 2009) Na novela *Caras e Bocas*, mostrou-se uma cena na qual o texto da personagem cega Anita evidencia o trabalho como possibilidade de obter mais independência para PcD no consumo.

ANITA: [...] Preciso trabalhar.

GABRIEL (irmão): [...] Por quê?

ANITA: Eu preciso trabalhar. Comprar as minhas coisas, escolher o que eu quero ter e não o que a mamãe e vocês escolhem. (CARAS..., 2010)

Outros personagens ilustram a falta de autonomia dos deficientes como consumidores. Jamanta, personagem com deficiência mental de duas novelas, vestia-se de forma descuidada ou, por vezes, em andrajos – seu figurino invariavelmente roto não passava por muitas variações no que se referia às peças de vestuário ou às cores, geralmente apagadas ou pálidas. Jamanta não era representado em quaisquer situações em que se exigisse participação ativa em práticas de consumo.

Pessoas com deficiência no consumo de serviços de lazer

Muitas novelas retratam as pessoas com deficiência como indivíduos com muita dificuldade para consumir produtos e serviços de lazer. Na literatura acadêmica, autores também argumentam que são inúmeras as barreiras que PcD têm que enfrentar para desfrutar de serviços de lazer. (BURNS; PATERSON; WATSON, 2009; FARIA; SILVA; FERREIRA, 2012) Em *Malhação*, Jefferson, personagem cadeirante, lamenta nunca mais poder ir a shows de pagode, porque agora ele é “aleijado” e termina dizendo que “não existe diversão possível para uma pessoa na cadeira de rodas”.

Sassaki (2003) enfatiza que, além das barreiras arquitetônicas, as barreiras atitudinais e barreiras de atendimento atrapalham as PcD em momentos de lazer. Nos textos culturais aqui analisados, as barreiras atitudinais apareceram nas relações de familiares e de desconhecidos com as PcD. Nas cenas de novelas, esse tipo de barreira fica evidente quando os outros personagens demonstram acreditar que pessoas com deficiência não podem frequentar locais de lazer, como em uma cena de *Laços de Família* que mostra o personagem cadeirante Edu encontrando uma amiga em uma boate. Nessa cena, a amiga afirma que esperava encontrar qualquer pessoa por ali menos ele, já que ele está em uma cadeira de rodas. No fim da cena, Edu acaba pensando que realmente não deveria estar ali e se retira como se fosse inadequado ao ambiente.

A literatura enfatiza que o lazer exerce um importante papel na inclusão de PcD, principalmente durante a infância (EMIRA E THOMPSON, 2011). Na novela *Páginas da Vida*, a menina Clara, personagem com Síndrome de Down, era sempre mostrada em ocasiões de lazer brincando em um parquinho. Entretanto, em uma cena passada nesse cenário, uma mulher diz que a menina não deveria estar em um lugar como aquele, já que ela “não é normal”. Em outra cena da mesma novela, a atendente de uma livraria diz que não tem livros para “crianças como a Clara”.

Na novela *América* a mãe da personagem cega acreditava que a menina não podia sair na rua nem para se divertir, já que as opções de lazer não seriam condizentes com a deficiência da filha. Em uma cena conversam Islene, a mãe de Flor, o namorado dela, Feitosa, e Flor:

FEITOSA (namorado da mãe): Vou te levar para ver uma exposição de arte com muitos quadros lindos.

FLOR (deficiente visual): Eu? Em uma exposição de arte? Que felicidade! Mas... Feitosa, o que é um quadro?

ISLENE (mãe): Ela não vai poder entender, ela não vê. É melhor nem levar.

FLOR: Eu posso ir, sim! O Jatobá disse que eu posso. Ele disse que eu posso viajar pelo mundo todo, que posso ir a museus. E posso gostar muito das obras de arte.

ISLENE: Ah, Flor! Sem ver? Claro que não!

FLOR: Eu posso fazer tudo!

FEITOSA: É, você pode.

ISLENE: Não incentiva, que depois sou eu quem tem que aguentar a frustração dela. (AMÉRICA, 2005)

O diálogo indica os próprios pais como criadores de barreiras ao lazer de seus filhos com deficiência, o que já havia sido indicado nos estudos de Emira e Thompson (2011). Em outra cena Flor vai a uma exposição de arte, sente todas as obras com a mão e fica muito emocionada, enquanto a mãe fica maravilhada, passando a entender a importância de proporcionar esse tipo de experiência para a filha.

Em *Caras e Bocas*, a personagem cega Anita sugere que as dificuldades para atividades de lazer podem ter origem em sua dependência tanto na família quanto no grupo de amigos: "Eu nunca dancei. Não é comum que uma cega vá a danceterias. Ninguém me levaria."; "Eu nunca venho em parques, mas eu adoro. Não venho porque meu irmão acha perigoso para mim."; "Nunca tinha entrado em uma cachoeira, ninguém tem paciência para levar uma cega nesses lugares".

Anita passa por uma situação específica na novela que ilustra as barreiras de atendimento enfrentadas por pessoas com deficiência para poderem se engajar em atividades de lazer. (SASSAKI, 2003) Na chegada ao hotel no qual Anita vai passar sua lua de mel, a recepcionista estende a chave do quarto para a moça. Depois a recepcionista percebe que Anita é cega e fala: "Ai, mil desculpas! É que eu não esperava ver uma cega por aqui, não é comum". O despreparo dos prestadores de serviços mostrado na cena parece estar associado à percepção ou à realidade de que PcD não frequentam locais de lazer.

Também foi possível encontrar experiências positivas de lazer com pessoas com deficiência. Em *Sol de Verão*, por exemplo, uma pessoa próxima ao personagem com deficiência se surpreende com a forma como ele consegue aproveitar um momento de lazer. Na cena, o deficiente auditivo Abel, está em uma boate com sua namorada, que fica admirada ao ver como ele dança seguindo o ritmo da música, e pergunta como ele consegue. Abel responde que é capaz de sentir a vibração da música colocando as mãos nos objetos e que repara na forma como as pessoas dançam. Em *América*, o cego Jatobá e sua namorada vão a um show, e ele diz que agora que é cego gosta mais de shows, pois se emociona muito mais, já que sente a música melhor.

Em *Viver a Vida*, a personagem Luciana, personagem principal da trama, foi utilizada pelo autor da telenovela para discutir questões relativas a lazer para pessoas com deficiência. Luciana e seu marido Miguel vão passar a lua de mel em Paris e, adentrando o hotel, os dois falam sobre como é bom hospedar-se em um hotel acessível, e como isso é raro. Em seu *blog*, a personagem destaca como Paris é acessível, e aponta que ela só prestou atenção nisso quando se tornou cadeirante.

LUCIANA: Paris está sempre mais linda. É uma cidade que recebe muito bem os cadeirantes, viu? Da última vez que estive aqui, não prestei muita atenção nisso, mas,

agora, claro que estou atenta à acessibilidade. E tudo funciona perfeitamente bem para quem se locomove em cadeira de rodas. As rampas estão em todas as ruas, as pessoas são educadíssimas e todos os cafés e restaurantes que fomos até agora eram acessíveis. Ah, o nosso Brasil ainda precisa avançar muito nesse aspecto. (VIVER..., 2009)

Em outro momento a mesma novela aborda o problema das barreiras atitudinais em situações de lazer, no que tange à atitude de outros consumidores. (BURNS, 2009) A cena se passa em um restaurante, onde uma mulher fixa o olhar em Luciana, que decide ir até sua mesa e diz: “Desculpe, mas você está olhando tanto para mim que fiquei na dúvida se nos conhecemos”, ao que a mulher responde assumindo que preferia não vê-la em seu momento de lazer: “Estava olhando para você porque me comovi com seu sofrimento. Uma jovem tão bonita numa cadeira de rodas e aqui se expondo nesse restaurante devia ficar em casa. Essa cena ilustra, ainda que de forma camuflada, o desejo por parte da população de que as pessoas com deficiência fiquem invisíveis, não apareçam em locais públicos.

Mobilidade urbana

A acessibilidade para PcD no espaço urbano tem sido cada vez mais discutida na literatura especializada como fator facilitador ou impeditivo ao pleno exercício da vida em sociedade e, por conseguinte, às práticas de consumo. (BROMLEY; MATTHEWS; THOMAS, 2007) Além dos meios de transportes, a mobilidade urbana pressupõe a facilidade para o deslocamento a pé sem tratamento discriminatório devido a características pessoais. (MAGAGNIN, 2008) Contudo, as cenas das telenovelas analisadas retrataram que a realidade está distante do preconizado por manuais de mobilidade.

Por exemplo, o personagem Jefferson, de *Malhação*, é morador de uma comunidade carente, e não consegue sair de casa na cadeira de rodas por causa da subida íngreme e das ruas apertadas e esburacadas da comunidade. Em *Viver a Vida*, uma cena mostra a cadeirante Luciana tentando pegar um ônibus. Depois de fazer sinal em vão para vários ônibus, Luciana finalmente consegue que um deles pare. O trocador, porém, diz imediatamente:

TROCADOR: Vou logo avisando que vai demorar. Isso é um processo longo.

LUCIANA: Vocês recebem treinamento para operar esse elevador?

TROCADOR: Claro que não! Mas vamos dar um jeito. (VIVER..., 2009)

A cena continua com a discussão entre Luciana e um passageiro que não cessava de repetir que ela estava atrapalhando a viagem dele e que ela deveria pegar um táxi. Essa situação ilustra o despreparo das pessoas que trabalham com transporte público e a postura da sociedade, que muitas vezes não contribui para a inclusão das pessoas com deficiência. Depois desse episódio, o pai de Luciana compra um carro adaptado para ela, solução que não está ao alcance da grande maioria dos brasileiros.

A despeito das dificuldades para driblar os obstáculos existentes nas ruas, dois personagens com deficiência visual em novelas distintas, Anita (de *Caras e Bocas*) e Felipe (de *Malhação*), apareciam em diversas cenas andando pela rua sem muita dificuldade, somente com a ajuda de suas bengalas. Já o deficiente visual Jatobá (de *América*) contava com a ajuda de um cão guia. Curioso notar que esse personagem protagonizou uma cena na qual ele dirige um carro, ajudado por dois amigos. Jatobá fica emocionado ao dirigir e relata como é importante poder fazer isso novamente. Outra cena mostra Jatobá quase caindo ao tentar descer de um ônibus. Indignado, o personagem reclama: “Mas eles não pensam mesmo em quem não enxerga, né? Será que eles não pensam que cego tem que trabalhar, estudar, ir ao *shopping* como qualquer pessoa?”.

Barreiras em ambientes de consumo

Nas telenovelas, os principais problemas de acessibilidade no varejo, também apontados na literatura revista (BAKER; HOLLAND; KAUFMAN-SCARBOROUGH, 2007), são representados pela falta de presteza dos atendentes, por barreiras arquitetônicas e pelo impedimento para a entrada de cães guias, a despeito da lei federal que regulamenta o trânsito livre desses cães.

A novela *América* ilustrou em diversas cenas o problema do descumprimento de leis que permitem a livre circulação de cães guia. Em um capítulo da novela, Jatobá leva Flor para comprar um vestido, mas eles não conseguem entrar na loja porque a vendedora não permite que o cão guia entre junto com os personagens. Em uma segunda loja, eles entram, mas a vendedora fica muito nervosa, não sabe como atendê-los e acaba deixando-os sozinhos sem nenhuma informação. Quando finalmente encontram uma loja na qual são bem atendidos a cena mostra que as PcD, assim como as pessoas sem deficiência, pretendem voltar ao estabelecimento: "Agora eu vou falar para a mamãe para a gente vir sempre aqui."

A denúncia de que leis existem, mas não são cumpridas, também aconteceu em novelas em que personagens cegos buscam, sem sucesso, cardápios em braille em restaurantes. O estudo de Faria, Silva e Ferreira (2012) sobre a experiência do consumidor cego em restaurantes do Rio de Janeiro mostra que, mesmo contemplada por lei, a exigência dos cardápios em braille não era cumprida pelos restaurantes.

Ainda no que diz respeito às pessoas com deficiência visual em ambientes de consumo, uma cena de *Malhação* mostra Felipe, personagem cego, conversando com sua namorada sobre as dificuldades que ele encontra para escolher e comprar produtos. Na cena seguinte Felipe leva a menina para uma loja, vende os olhos dela e faz com que ela tente comprar um biscoito. O resultado é uma grande confusão com vários produtos no chão.

Uma cena de *Páginas da Vida* também ilustra a falta de preparo dos prestadores de serviços como barreira para o consumo por pessoas com deficiência. A fonoaudióloga de Clara leva a menina a uma padaria para treinar com ela algumas palavras, e pede para que a criança fale com a vendedora que quer comprar um chocolate. Quando Clara faz o pedido, a atendente responde que não compreende, e que é melhor alguém "ajudar a doentinha".

No que diz respeito às barreiras arquitetônicas, em uma cena de *Viver a Vida*, Luciana adentra uma loja de luxo, escolhe algumas roupas e depois a vendedora avisa que ela terá que comprar sem experimentar, porque o provador da loja é pequeno demais para a cadeira de rodas. Luciana ficou indignada e registrou sua insatisfação em seu *blog*:

LUCIANA: Fui fazer umas comprinhas no *shopping* com minha mãe e com a Mia. Quase desisti, gente! Fiquei muito chateada quando não consegui entrar com minha cadeira no provador de uma loja. Prefiro nem citar o nome do estabelecimento, mas quero deixar registrado que isso é ABSURDO!!! Como uma loja pode, simplesmente, excluir um consumidor? Eles pensam que cadeirante não compra roupa? Que andamos pelados por aí? Fiquei muito triste e revoltada. É ruim passar por esse constrangimento. Minha mãe deu um passa-fora na vendedora e fomos embora. (VIVER..., 2009)

A família e a educação de crianças com deficiência

É importante destacar que a escola, além de ser por si só um espaço de consumo, é um ponto de partida essencial para a inclusão das pessoas com deficiência.

Na literatura do campo da Pedagogia, a discussão a respeito de educação inclusiva se estende por muitas décadas. (ANHÃO; PFEIFER; SANTOS 2010; IARSKAIA-SMIRNOV E ROMANOV, 2007) Anhão, Pfeifer e Santos (2010) estudaram os benefícios que a convivência com crianças sem deficiência pode trazer para crianças com Síndrome de Down. Ao longo de vários capítulos da novela *Páginas da Vida* (2006),

a mãe da criança portadora da síndrome de Down aparece em várias cenas tentando conseguir uma escola que aceite sua filha. Quando finalmente encontra a escola, começam os problemas com pais de outras crianças e com professores. Em uma das cenas, por exemplo, uma professora diz que a menina não pode ser tratada como as outras crianças, porque ela é deficiente, e que ela não precisa aprender nada. Na cena seguinte a mãe diz que vai dar queixa no Ministério Público e a diretora revela que muitos pais já ameaçaram tirar seus filhos da escola por não quererem que eles estudem com uma criança portadora de Down, e que mesmo assim a direção decidiu continuar com a menina na escola. Um favor ou um direito? A diretora é apresentada no enredo como uma pessoa boa e tolerante diante das reclamações dos outros pais, o que parece ser uma reprodução da realidade. Na literatura, Wanderley (2008) destaca esse comportamento de transmutação do “direito” em “favor” e afirma que esse tipo de postura reforça o processo de exclusão das pessoas com deficiência.

Em outra telenovela na qual a personagem com deficiência é cega, família e escola são também focalizadas. A mãe inicialmente não aceita que a menina frequente um colégio por crer ser perigoso que a criança saia de casa. Em um dado momento da trama ela acaba concordando em procurar escolas para a filha. Algumas cenas mostram que os outros alunos da escola não gostam de brincar com a menina cega e riem do modo como ela anda.

Já em *Malhação*, folhetim no qual o ambiente escolar é o principal cenário para o desenvolvimento da trama, o personagem com deficiência visual que chega de outra cidade provoca uma divisão entre os estudantes de seu novo colégio. Enquanto a maior parte dos alunos se nega a estudar com um deficiente, um pequeno grupo defende o menino cego e se contrapõe aos vários estudantes que queriam impedir que ele entrasse na escola. O personagem cego não esboça nenhuma reação durante toda a discussão que só termina com a chegada da diretora do colégio, que assume uma firme defesa pela inclusão do deficiente visual:

DIRETORA: Aqui no meu colégio nenhum aluno vai ser discriminado. O processo de inclusão tem que começar pela escola. Fico espantada que vocês, jovens, sejam tão preconceituosos. (MALHAÇÃO, 2011)

Um dos reflexos dessa falta de alternativas a respeito de boas escolas que promovam a inclusão de pessoas com deficiência parece ser a busca precoce por informações a esse respeito por parte de pais de crianças com deficiência. Na novela *Vidas em Jogo*, assim que descobre que seu filho – ainda não nascido – terá Síndrome de Down, o casal de protagonistas busca informações sobre escolas e creches que poderão receber a criança quando chegar o momento.

Conclusão

O objetivo da presente pesquisa era discutir as representações e os estereótipos das pessoas com deficiência como consumidoras apresentadas em telenovelas brasileiras. Inicialmente cabe destacar que foi possível perceber que as pessoas com deficiência raramente são retratadas em situações de consumo nas novelas. O foco desses personagens, na maioria das vezes, está em suas relações afetivas e na superação das dificuldades que a deficiência traz, deixando de lado questões envolvendo consumo, que fica a cargo de outros personagens “perfeitos”, sem deficiências. As pessoas com deficiência são apresentadas como indivíduos socialmente excluídos que, ao longo da trama, adquirem força para mudar, tornando-se mais proativos e aceitos em diversos contextos sociais, ainda que permaneçam inaptos para exercer o papel de consumidores. Essas representações reforçam a visão de que a exclusão das pessoas com deficiência como consumidoras é somente uma das facetas que marcam a exclusão social vivenciada por essas pessoas.

Cabe destacar, entretanto, que os personagens com deficiência estão cada vez mais presentes nas narrativas das novelas, com suas histórias de estigmas e luta. Felipe, da temporada 2011 de *Malhação*, e Luciana, de *Viver a Vida*, são bons exemplos dessa nova configuração. No entanto, os autores dessas tramas, assim como os acadêmicos da área de comportamento do consumidor, parecem esquecer que esse grupo, não diferente de outros, tem necessidades que precisam ser supridas por meio do consumo. Ser um consumidor invisível parece trazer problemas para a construção das identidades individuais e coletivas das pessoas com deficiência. Importante notar que essa invisibilidade não se aplica somente aos consumidores com deficiência, outros grupos, como os das pessoas analfabetas e idosas, que aos poucos vão sendo integrados ao mercado consumidor, muitas vezes são clientes tratados como consumidores “indesejáveis”.

Podem existir dois tipos de *merchandising* em novelas: (1) de produtos e serviços patrocinados por anunciantes; e (2) de comportamentos socialmente desejáveis. Ao incluírem pessoas com deficiência como personagens, os autores das tramas buscam enfatizar a segunda modalidade, embora nem sempre de modo efetivo. Contudo, deve-se conjecturar se não seria benéfico para o avanço em direção à inclusão utilizar personagens com deficiências em *merchandising* de produtos como forma de evidenciar que eles também têm necessidades e desejos que devem ser supridos pelo consumo.

A novela *Viver a Vida* é dos raros exemplos nos quais um personagem com deficiência foi utilizado em cenas como *merchandising* de produtos. Na trama a personagem com deficiência motora utiliza um carro adaptado. Cabe destacar, entretanto, que a personagem aparece somente vinculada a um produto que está diretamente associado a sua deficiência. Um obstáculo para que os personagens com deficiência protagonizem também cenas com *merchandising* de produtos não relacionados a sua deficiência parece ser a falta de interesse das empresas em vincular suas marcas à PcD.

Por outro lado, grande parte dos textos analisados pela presente pesquisa tem em seu cerne dramático algum tipo de denúncia com respeito à exclusão, ao preconceito ou à opressão sofrida pelos deficientes. Nesse âmbito, tomando por base os estereótipos de pessoas com deficiência em textos culturais estudados por Barnes (1992) e Cameron (2007), como se viu, as telenovelas brasileiras parecem ser muito mais generosas do que a indústria cinematográfica no que tange às representações de pessoas com deficiência. Cabe destacar, entretanto, que são pouco efetivas as tentativas dos autores de novelas de denunciarem os problemas vividos pelas PcD, se o público não estiver inclinado a dedicar sua atenção para tais questões.

Outro ponto de denúncia das novelas que merece destaque é a falta de investimento em políticas públicas que busquem a inclusão social das pessoas com deficiência. No presente artigo a discussão sobre mobilidade urbana apresenta alguns aspectos que devem ser levados em consideração pela esfera pública. Cabe enfatizar que, mesmo na eminência de sediar os Jogos Olímpicos de 2016 e a Copa do Mundo do Futebol em 2014, momentos de grande visibilidade mundial nos quais turistas e atletas com deficiência irão ser frequentes nas cidades brasileiras, ainda são raras as discussões sobre os necessários investimentos em mobilidade urbana nas grandes cidades do país.

Acredita-se que a presente pesquisa pode contribuir para o avanço da teoria sobre comportamento de pessoas com deficiência sob a perspectiva, pouco explorada no Brasil, da *transformative consumer research*. Adicionalmente o estudo contribui para o conhecimento sobre a importância da utilização de textos culturais como fonte de dados para pesquisas em *marketing*. Esses textos culturais têm sido utilizados em pesquisas internacionais envolvendo cultura e consumo, mas no Brasil ainda são pouco utilizados a despeito da influência desses textos para compreensão de significados em um mundo culturalmente construído.

Sendo assim, defende-se que o presente estudo pode servir com ponto de partida para futuras pesquisas que utilizem outras metodologias com o mesmo foco nas representações das pessoas com deficiência como consumidoras em textos culturais. Podem contribuir para o avanço do conhecimento no tema estudos com aplicação de métodos investigativos que incluam entrevistas com autores de telenovelas, por

exemplo. Pesquisas que deem voz aos telespectadores, com e sem deficiência, também podem trazer resultados importantes.

Referências

- AMÉRICA. Novela de: Glória Perez. Direção de: Jayme Monjardim, Marcos Schechtman, Luciano Sabino e outros. Elenco: Deborah Secco, Murilo Benício, Caco Ciocler, Eliane Giardini e outros. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2005. 203 capítulos. Telenovela.
- ANHÃO, P.; PFEIFER, L.; SANTOS, J. Interação social de crianças com Síndrome de Down na educação infantil. *Revista de Educação Especial*, Santa Marina, v. 16, n. 1, p. 31-46, 2010.
- ARNOULD, E.; THOMPSON, C. Consumer culture theory (CCT); twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005.
- ASKEGAARD, S. Experience economy in the making: hedonism, play and coolhunting in automotive song lyrics. *Consumption Markets & Culture*, Chicago, n. 8, n. 2, p. 153-182, 2010.
- BAKER, S. Consumer normalcy: understanding the value of shopping through narratives of consumers with visual impairments. *Journal of Retailing*, Arizona, v. 82, n. 1, p. 37-50, 2006.
- BAKER, S.; HOLLAND, J.; KAUFMAN-SCARBOROUGH, C. How consumers with disabilities perceive "welcome" in retail servicescapes: a critical incident study, *Journal of Services Marketing*, v. 21, n. 3, p. 160-173, 2007.
- BAKER, S.; STEPHENS, D.; HILL, R. How can retailers enhance accessibility: giving consumers with visual impairments a voice in the marketplace. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 9, p. 227-239, 2002.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BARNES, C. *Disabling imagery and the media: an exploration of the principles for media representations of disabled people*. Halifax: The British Council of Organizations of Disabled People and Ryburn Publishing, 1992. 60 p. 10cm.
- BRAGANÇA, S. Preconceito: ele existe? In: BRAGANÇA, S.; PARKER, M. (Org.). *Igualdade nas diferenças: os significados do "ser diferente" e suas repercussões na sociedade*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009, p. 11-32.
- BROMLEY, R.; MATTHEWS, D.; THOMAS, C. City centre accessibility for wheelchair users: The consumer perspective and the planning implications. *Cities*, v. 24, n. 3, p. 229-241, 2007.
- BURNS, N.; PATERSON, K.; WATSON, N. An inclusive outdoors? Disabled people's experiences of countryside leisure service. *Leisure Studies*, Eastbourne, v. 28, n. 4, p. 403-417, 2009.
- CAMERON, C. Whose problem? Disability narratives and available identities. *Community Development Journal*, Oxford, v. 42, n. 4, p. 501-511, 2007.
- CARAS e bocas. Novela de Walcyr Carrasco. Direção de: Jorge Fernando. Eleco: Flávia Alessandra, Malvino Salvador, Deborah Evelyn, Ingrid Guimarães, Marcos Pasquin e outros. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2010. 232 episódios. Telenovela.
- COELHO, M. *O valor das intenções: dádiva, emoção e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 107 p.

- DARKE, P. Understanding cinematic representations of disability. In: SHAKESPEARE, T. (Ed.). *The disability reader: social science perspectives*. London: Continuum International Publishing Group, 1998. p. 181-200.
- DEPOY, E.; GILSON, S. Disability by design. *Review of Disability Studies - An International Journal*, Manaoa, v. 6, n. 3, p. 54-63, 2010.
- DOESSEL, D.; WILLIAMS, R. Disabled people's living standards: filling a policy vacuum. *International Journal of Social Economics*, Cottingham, v. 38, n. 4, p. 341-357, 2011.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- EEMIRA, M.; THOMPSON, D. In the quest for their trust: the perceptions of families on accessing leisure services for disabled children. *Leisure Studies*, Eastbourne, v. 30, n. 1, p. 33-48, 2011.
- EPP, A.; PRICE, L. Family Identity: A Framework of Identity Interplay in Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 35, n. 1, p. 50-70, 2008.
- FARIA, M.; CARVALHO, J. Uma Análise Semiótica do Potencial Mercadológico da Imagem de Atletas Paraolímpicos. *Gestão e Sociedade*, Minas Gerais, v. 4, n. 9, p. 657-688, 2010.
- FARIA, M.; CARVALHO, J. Pessoas com deficiências como clientes internos e externos: investigando a inclusão como potencial atrativo para jovens talentos. *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, v. 6, n. 1, p. 102-115, 2011.
- FARIA, M.; SILVA, J.; FERREIRA, J. The Visually Impaired and Consumption in Restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Orlando, v. 24, n. 5, p. 721-734, 2012.
- FOURNIER, J. *Aonde a gente vai, papai?* Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.
- GOODLEY, D.; BOLT, D. Introduction to the Special Issue: theorizing culture and disability - interdisciplinary dialogues. *Review of Disability Studies - An International Journal*, Manaoa, v. 6, n. 3, p. 2-3, 2010.
- HAMBURGER, E. *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- HARRIS, L. Disabled sex and the movies. *Disability Studies Quarterly*, Chicago, v. 22, n. 4, p. 144-162, 2002.
- HARTLEY, J. From cultural studies to cultural science. *Journal of Cultural Science*, Perth, v. 2, n. 1, p. 1-16, 2009.
- HIRCHMAN, E.; SCOTT, L.; WELLS, W. A model of product discourse: linking consumer practice to cultural texts. *Journal of Advertising*, Memphis, v. 27, n. 1, p. 33-50, 1998.
- IARSKAIA-SMIRNOV, E.; ROMANOV, P. Perspectives of inclusive education in Russia. *European Journal of Social Work*, Oxford, v. 10, n. 1, p. 89-105, 2007.
- IBGE. *Censo Demográfico 2010*. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010>. Acesso em: 8 jul. 2012.
- IRIGARAY, H.; VERGARA, S. O tempo como dimensão de pesquisa sobre uma política de diversidade e relações de trabalho. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 4, p. 1085-1098, 2011.
- JAIN, S. Urban Errands: The means of mobility. *Journal of Consumer Culture*, Brighton, v. 2, n. 3, p. 385-404, 2002.

- JONES, P.; SCHMIDT, R. Retail employment and disability. *International Journal of Retail & Distribution Management*, v. 32, n. 9, p. 426-429, 2004.
- JOYCE, S. *Brazilian telenovelas and the myth of racial democracy*. United Kingdom: Lexington Books, 2012.
- KOZINETTS, R. Utopian enterprise: articulating the meanings of Star Trek's culture of consumption. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 28, n. 1, p. 67-88, 2001.
- LOIZOS, P. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, M.; GASKELL, G. (Ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 137-155.
- MAGAGNIN, R. *Um sistema de suporte à decisão na internet para o planejamento da mobilidade urbana*. 2008. Tese (Doutorado em Engenharia Civil) - Universidade de São Carlos, 2008. Orientador: Antônio Nélso Rodrigues da Silva.
- MALHAÇÃO. Série de: Ingrid Zavarazzi. Direção de: Mário Márcio Bandara. Elenco: Bia Arantes, Thaís Melchior, Caio Paduam, Letícia Spiller e outros. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2011. 249 episódios. Série.
- MANSFIELD, P.; PINTO, M. Consumer vulnerability and credit card knowledge among developmentally disabled citizens. *Journal of Consumer Affairs*, New York, v. 42, n. 3, p. 425-438, 2008.
- MENESCAL, J.; et al. Viver a nova vida. *Na Luta*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 13, p. 12-14, 2010.
- MERTENS, D. *Research and Evaluation in Education and Psychology: integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. Califórnia: SAGE, 2009.
- MERTENS, D. Transformative considerations: inclusion and social justice. *American Journal of Evaluation*, Chicago, v. 28, n. 1, p. 86-90, 2007.
- MICK, D. Meaning and mattering through transformative consumer research. *Advances in Consumer Research*, Chicago, v. 33, n. 1, p. 1-4, 2006.
- MIKOS, L.; PERROTTA, M. Traveling style: aesthetic differences and similarities in national adaptations of Yo soy Betty, la fea. *International Journal of Cultural Studies*, Califórnia, v. 15, n. 1, p. 81-97, 2012.
- NELSON, A. The invisible cultural group: images of disability. In: LESTER, P.; ROSS, S. (Ed.). *Images that injure: pictorial stereotypes in the media*. Westport: Praeger Publishers, 2003. p. 176-192.
- NICHOSON, J.; KULYUKIN, V.; COSTER, D. ShopTalk: Independent blind shopping through verbal route directions and barcode scans. *The Open Rehabilitation Journal*, Boston, v. 2, n. 1, p. 11-23, 2009.
- NORDEN, M. *The cinema of isolation: a history of physical disability in the movies*. New Jersey: Rutgers University Press, 1994.
- OGURI, L.; CHAUVEL, M.; SUAREZ, M. O processo de criação das telenovelas. *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, v. 49, n. 1, p. 38-48, 2009.
- PÁGINAS da vida. Novela de: Manoel Carlos. Direção de: Jayme Monjardim. Elenco: Regina Duarte, Lilian Cabral, Marcos Caruso, Ana Paula Arósio, José Mayer, Fernanda Vasconcellos e outros. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2006. 203 episódios. Telenovela.
- PALLOTTINI, R. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Moderna, 1998.
- PINTO, M.; LARA, J. As experiências de consumo na perspectiva da teoria da cultura do consumo: identificando possíveis interlocuções e propondo uma agenda de pesquisa. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 37-56, 2011.

PORIA, Y.; REICHEL, A.; BRANDT, Y. Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Orlando, v. 23, n. 5, p. 571-591, 2011.

POSTAL, J. Cadeirantes em ação: uma abordagem semiótica da inclusão social do deficiente nas narrativas ficcionais. *Cadernos de Pós-Graduação em Letras*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-10, 2008.

SANDLIN, J.; MAUDLIN, J. Consuming pedagogies: Controlling images of women as consumers in popular culture. *Journal of Consumer Culture*, Brighton, v. 12, n. 2, p. 175-194, 2012.

SASSAKI, R. *Inclusão e no lazer e turismo: em busca da qualidade de vida*. São Paulo: Áurea, 2003.

SHERRY, J. Gift Giving in an Anthropological Perspective. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 10, n. 2, p. 158-168, 1983.

SILVA, C. A inserção da realidade na ficção televisiva: um estudo sobre a novela Páginas da Vida. *Temática*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 9, p. 1-28, 2008.

SILVEIRA, B. Porque estudar a representação das pessoas com deficiência na teledramaturgia brasileira. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMMUNICATION RESEARCH, 4, 2012, Santa Maria. *Resumos...* Santa Maria: Simpecom, 2010. p. 40.

SOUTO MAIOR, M. *Almanaque da TV Globo*. Rio de Janeiro: Globo, 2006.

VEHMAS, S. Philosophy and science: the axes of evil in disability studies? *Journal of Medical Ethics*, London, v. 34, n. 1, p. 21-23, 2008.

VERGARA, S. *Métodos de pesquisa em Administração*. 3. ed. São Paulo: Altas, 2008.

VIVER a vida. Novela de Manoel Carlos. Direção: Jayme Monjardim. Elenco: Taís Araújo, Alinne Moraes, Lília Cabral, José Mayer e outros. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2009. 209 episódios. Telenovela.

WANDERLEY, M. Refletindo sobre a noção de exclusão. In: Sawaia B. (Org.). *As artimanhas da exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social*. Petrópolis: Vozes, 2008.

Submissão: 02/08/2012

Aprovação: 13/04/2014