**DISPOSITIVO PEDAGÓGICO DA PUBLICIDADE: IMAGEM E (IN)VISIBILIDADE DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA**

Mirella Pessoa [[1]](#footnote-1)

Fabiane de Souza [[2]](#footnote-2)

Cláudia Linhares Sanz [[3]](#footnote-3)

Cristina Teixeira Vieira de Melo[[4]](#footnote-4)

**RESUMO**

A publicidade, em seus diversos formatos e hibridizações, é efeito-instrumento das dinâmicas contemporâneas, evidencia sintomas da atualidade e pode também funcionar como dispositivo pedagógico de reflexão e transformação. Com foco nessa polivalência, parte deste projeto [[5]](#footnote-5) mapeou a presença das pessoas com deficiência nas campanhas do Prêmio Colunistas (2019-2023) [[6]](#footnote-6). As peças coletadas formaram um acervo de imagens, servindo como subsídio para práticas midiáticas em contextos escolares. Já a análise desse material permitiu identificar constelações de (in)visibilidades desse grupo, destacando três blocos principais de enquadramentos: (1) Consumo e atualizações do modelo da caridade; (2) Pedagogias da tragédia; e (3) Deslocamento de estereótipos. O primeiro bloco articula o modelo da caridade às dinâmicas atuais de consumo e identidade. Aqui, as marcas promovem causas sociais, gerando identificação com consumidores que valorizam esse apoio. A pessoa com deficiência é retratada como beneficiária de ações que promovem autonomia, acessibilidade e respeito. Já o segundo apresenta a deficiência como tragédia, muitas vezes associada a acidentes, servindo como recurso pedagógico para promover condutas específicas. Por fim, o terceiro bloco desloca visões tradicionais e desafia estereótipos, inserindo pessoas com deficiência em contextos de autonomia e integração. Ao analisar essas peças, situando-as nas dinâmicas de poder contemporâneas, foi possível perceber como a visibilidade da pessoa com deficiência se constitui expressando reivindicações por direitos, mas também atualizando invisibilidades adequadas às lógicas atuais de consumo e espetáculo, típicas da racionalidade neoliberal.

**Palavras-chave:** Publicidade. Dispositivo pedagógico. Práticas midiáticas. (In)visibilidades da pessoa com deficiência.

1. Doutora (UFPE) e Mestre em Comunicação (UnB), graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (UnB). Atualmente faz pós-doutorado no PPGCom da UFPE. Vice-líder do GRITS – Grupo de pesquisa Imagem, Tecnologia e Subjetividade e pesquisadora do (IN)VIS – Grupo de pesquisa sobre a imagem da pessoa com deficiência (CNPq). E-mail: mihpessoa@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-7194-4186>. [↑](#footnote-ref-1)
2. Professora substituta na Faculdade de Educação na Universidade de Brasília (UnB). Doutora e Mestre em Comunicação (UnB) e Bacharel em Cinema (UFSC). Atualmente faz pós-doutorado na Faculdade de Comunicação da UnB. Pesquisadora no GRITS – Grupo de pesquisa Imagem, Tecnologia e Subjetividade e no (IN)VIS – Grupo de pesquisa sobre a imagem da pessoa com deficiência (CNPq). E-mail: fabianeedesouza@gmail.com. <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-5703-1711>. [↑](#footnote-ref-2)
3. Professora da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) com pesquisa no Instituto Max Plank de História da Ciência, em Berlim (2008); pós-doutorado no Zentrum für Literatur- und Kulturforschung (ZfL), em Berlim (2017/2018). Atualmente faz pós-doutorado na Universidade de Barcelona. Líder do grupo de pesquisa (IN)VIS (CNPq). E-mail: claudialinharessanz@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0003-0256-817X>. [↑](#footnote-ref-3)
4. Professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPE. Doutora em Linguística pelo IEL/Unicamp. Desenvolve trabalhos na área de Análise do Discurso, Cinema e Educação, em particular, documentários. Email: cristina.melo@ufpe.br. <https://orcid.org/0000-0002-3527-5501>. [↑](#footnote-ref-4)
5. O projeto de pós-doutorado "Práticas Midiáticas em Educação: Comunicação, Ensino e (In)visibilidades das Pessoas com Deficiência" é um desdobramento do trabalho desenvolvido no âmbito do (IN)VIS – Grupo de pesquisa sobre a imagem da pessoa com deficiência (CNPq). Financiado pela FACEPE - Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco, o projeto propõe uma investigação sobre a interseção entre comunicação, educação e a imagens das pessoas com deficiência, com o intuito de promover reflexões a partir das imagens e de práticas midiáticas no campo da educação. [↑](#footnote-ref-5)
6. Disponível em: <https://colunistas.com.br/>. O mapeamento teve como objetivo inicial identificar o percentual de presença de pessoas com deficiência nas campanhas consideradas entre as melhores por profissionais da área. O primeiro resultado revelou o quantitativo dessa presença: dentre 349 campanhas disponíveis para análise, apenas 32 incluíam ou mencionavam pessoas com deficiência. A partir disso, questionamos se essa presença poderia oferecer material de análise que fosse além de uma mera presença figurativa. Assim, selecionamos as campanhas em que a presença de pessoas com deficiência permitia uma análise mais profunda e o mapeamento de sentidos vigentes, chegando a um total de 17 campanhas. [↑](#footnote-ref-6)