

Pesquisa exploratória sobre Publicidade e Acessibilidade Comunicativa para iniciação científica¹

Beatriz Peixinho de MELO²

Prof^o. Dr. Marco BONITO³

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, São Borja, RS

RESUMO

O presente resumo expandido se trata do início do percurso investigativo para um Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa - Unipampa, campus São Borja, que buscou mapear estudos, investigações e pesquisas com relação à publicidade atrelada à Acessibilidade Comunicativa (2015) para pessoas com deficiência (PcD). De acordo com o último censo (2010), realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 45 milhões de brasileiros, ou seja, aproximadamente 24% da população, possuem algum tipo de deficiência. Considera-se também que existem leis, como a [Lei nº 131.46](#), de 2015, a “Lei Brasileira da Inclusão”, também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência, que visam propiciar e garantir direito e promover a cidadania dessas pessoas. Além disso, cabe ressaltar a existência de programas e projetos em conformidade com a Agenda 2030 e seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) propostos pela ONU, que consideram planos de inclusão, no contexto geral e amplo, para contribuir com a ampliação das condições de vida para as pessoas, colaborando para o desenvolvimento social, econômico e sustentável da sociedade, isso através da Agenda 2030 – plano global, em que o Brasil está inserido como participante, do qual dispõe de 17 objetivos e 169 metas criados para desenvolvimento social e mundial, abrangendo diversos aspectos da vida humana (desde inclusão, mercado de trabalho, equidade de gênero e etc) e ambiental (a vida animal, reflexões sobre os

¹ Trabalho apresentado na IJ 02 – Publicidade e Propaganda do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, e-mail: peixinhobeatriz1@gmail.com

³ Orientador do trabalho: Prof. Marco Bonito; Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos, pós-doutorando em Comunicação na ECA/USP e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP. Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) e dos Cursos de Jornalismo e Publicidade da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, e-mail: marcobonito@gmail.com. Repositório científico: www.marcobonito.academia.edu. Redes sociais: @marcobonito.

ecossistemas, em suas pluralidades; esforços para alcançar a redução de impactos no meio ambiente e etc), tendo como objetivo oportunizar e dar novas condições para as futuras gerações, enquanto, simultaneamente, auxilia no desenvolvimento dos países. Apesar de tais estímulos, às iniciativas existentes não dão conta de atender a todas as necessidades das pessoas com deficiência e muito menos de fiscalizar os veículos de comunicação e normas em vigência, o que contribui para a marginalização desses indivíduos perante a sociedade. Assim, esta pesquisa faz-se necessária para contextualizar acerca da temática no campo da comunicação, tendo como norteador a busca por trabalhos e produções das quais abordam acerca da publicidade e acessibilidade. Isso a fim de identificar tais pesquisas, de modo a categorizá-las e acessá-las, mais adiante, em futuros desdobramentos para este estudo. A metodologia utilizada foi a de pesquisa exploratória em acervos científicos, sendo realizada, posteriormente, uma análise quantitativa dos dados levantados, expostos mais adiante. Assim, a investigação se constituiu em um levantamento bibliográfico sobre o assunto, fundamentados a partir das orientações da autora Janine Bonin. A autora ainda define esta estrutura como um movimento de aproximação ao fenômeno, uma busca para perceber seus contornos, especificidades e particularidades. Para esta pesquisa, especificamente a exploratória, o mapeamento realizado possibilita a familiarização com o objeto/problematização em construção. Assim, para sua delimitação e normatização, foram pesquisadas as combinações dos termos “publicidade + acessibilidade”, “publicidade + acessibilidade comunicacional” e “publicidade + acessibilidade comunicativa”, visto que são termos recorrentes utilizados para a abordagem de questões e pautas de acessibilidade no campo da comunicação; os mesmos foram inseridos nos sistemas de busca de repositórios científicos, periódicos e revistas na área da comunicação. Sua organização, para coleta dos dados, deu-se através de tabelas, as quais dispõem de sete colunas com critérios, sendo estes: repositórios, palavras-chave, total, total relacionados à temática, gratuito, pago, títulos selecionados. Assim, busca-se tornar visual e dinâmico a disposição das informações coletadas. Ao todo, foram analisados cinco repositórios e sessenta e seis periódicos; as orientações para a pesquisa continham como filtros: produções em português, a partir de 2018 e os

30 primeiros resultados alcançados (quando encontrados), isso a fim de uniformizar e dar consistência às análises decorrentes. Referente às palavras-chave “publicidade + acessibilidade”, no Google Acadêmico, dos trinta primeiros resultados foram encontradas apenas seis produções das quais se relacionavam ao tema pesquisado. Já ao buscar por “publicidade + acessibilidade comunicativa”, no mesmo repositório, 3.030 produções foram alcançadas, ao todo, e partir do recorte de 30 produções, indicado como uma das orientações para esta pesquisa, apenas um trabalho foi identificado como relacionado ao tema, sendo o mesmo título encontrado anteriormente. Enquanto, “publicidade + acessibilidade comunicacional” resultou em 2.720 trabalhos, e com a utilização do filtro desta pesquisa, cinco produções foram avaliadas como sendo relacionadas à temática (destes, apenas dois são inéditos se comparados com as pesquisas anteriores). No que diz respeito aos repositórios SciELO, CAPES e Biblioteca Nacional de Teses e Dissertações (BDTD) nenhum resultado foi encontrado. Com relação aos periódicos analisados, foram obtidos resultados apenas da revista “Culturas midiáticas” — através do dossiê temático “Comunicação, acessibilidade e representação de pessoas com deficiência” — e na revista Intexto; totalizando três novos títulos. Após a coleta de informações e dados pertinentes alcançados, elabora-se a análise, comparação e diagnóstico dos resultados. Dos dados obtidos, foram encontrados, ao todo, treze produções relacionadas ao tema; demonstrando um baixo volume de produções. Por consequência das análises dos dados obtidos acerca da pesquisa exploratória, percebe-se um descompasso com relação à abordagem do tema supracitado. Esta escassez de produções científicas alusivas ao tema, demonstra uma clara necessidade de mais atenção a isso, ainda mais quando comparado a outras áreas da comunicação, que deve ser explorada e apurada. Durante a execução da averiguação, com relação às palavras-chave pesquisadas, observou-se que o termo “acessibilidade” correspondeu não apenas ao exercício de tornar produtos e/ou produções acessível a pessoas com deficiência, mas, também, ao fácil acesso à informação e dados, contaminando os resultados nas buscas realizadas. Deste modo, buscaremos dar visibilidade ao tema, de forma a expandir e fomentar, através de uma nova produção em iniciação científica, buscando contribuir para ampliar o conhecimento sobre



acessibilidade comunicativa e publicidade. Após a fase exploratória, a pesquisa seguirá com os seguintes passos metodológicos: a pesquisa da pesquisa, pesquisa teórica, pesquisa bibliográfica e demais metodologias imprescindíveis para o desenvolvimento da futura produção. Intencionamos também, a ampliação da utilização do conceito “Acessibilidade Comunicativa”, de acordo as conceituações sugeridas pelo autor Marco Bonito, que promove reflexões sobre objetos do campo da comunicação social, especificamente na área da Publicidade e Propaganda, em virtude da promoção dos Direitos Humanos e da Cidadania das Pessoas com Deficiência.

PALAVRAS-CHAVE: Publicidade e Propaganda; Acessibilidade Comunicativa; Pesquisa Exploratória.

REFERÊNCIAS

ACADÊMICO, Google. **Google Acadêmico.** Disponível em: <https://scholar.google.com.br/?hl=pt>. Acesso em: 16 de Fev de 2022.

BDTD. **Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações.** Disponível em: <https://bdtd.ibict.br/vufind/>. Acesso em: 16 de Fev de 2022.

BONITO, Marco. **Processos de comunicação digital deficiente e invisível: Mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas Pessoas com Deficiência visual no Brasil,** 2015.

BONIN, Jiani Adriana. **Metodologias de Pesquisa em comunicação: Olhares, trilhas e processos.** [et al.]. 2º ed – Porto Alegre: Sulina, 2011. Revisando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. p.19 - 42.

CAPES. **Portal de Periódicos da CAPES.** Disponível em: <https://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/index.php>. Acesso em: 16 de Fev de 2022.

INTEXTO. **Periódico Intexto UFRGS PPGCOM.** Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/>. Acesso em: 08 de Março de 2022.

MIDIÁTICAS, Culturas. **Dossiê: Comunicação, Acessibilidade E Representação De Pessoas Com Deficiência.** Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/issue/view/2727>. Acesso em: 8 de Março de 2022.

SCIELO. **Biblioteca Eletrônica Científica Online.** Disponível em: <https://www.scielo.br/>. Acesso em: 16 de Fev de 2022.