



## MARKETING DE INFLUÊNCIA PARA A INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Maria Clara Capano<sup>1</sup>  
Nirave Reigota Caram<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Estudante do Ensino Médio na escola Prof. Luiz Zuiani e orientanda do PIBIC-EM.

<sup>2</sup> Orientadora da pesquisa e professora do UNISAGRADO.

### RESUMO

Na atual sociedade, a internet possibilitou o amplo acesso à informação favorecendo as atividades de marketing. Então, um agente mobilizador ganha destaque: os influenciadores digitais, que por meio das mídias sociais se comunicam com seus seguidores e influenciam comportamentos. Desta forma, a ampliação do acesso à internet também possibilitou a ampliação na divulgação de causas sociais. As pessoas com deficiência (PCDs) há tempos vêm lutando para ter seus direitos garantidos. Assim, as mídias sociais se tornaram um canal de comunicação para que as PCDs pudessem propagar sua causa. Esta pesquisa objetiva compreender o conceito de marketing de inclusão e levantar perfis no Instagram de influenciadores digitais que disseminam o tema inclusão de PCDs. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico, documental e pesquisa exploratória na mídia social Instagram com o objetivo de estudar o tema de forma inicial para, posteriormente, aprofundar a análise em uma nova fase de pesquisa.

**Palavras-chave:** Marketing Digital; Influenciadores Digitais; Pessoa com Deficiência.

### INTRODUÇÃO

Na sociedade atual, a internet passou a ser uma ferramenta indispensável para informar a população. No universo das mídias sociais, a influência ganha destaque. Nesse contexto, abriu-se a oportunidade para PCDs abordarem seus direitos aproveitando o potencial de propagação de informação da internet. Assim, foi possível identificar que algumas pessoas com deficiência começaram a atuar como influenciadoras digitais nas mídias sociais, principalmente o Instagram, com o objetivo de propagar a ideia de inclusão e combate ao preconceito e discriminação. Estas foram autodenominadas como “influenciadores da inclusão”.

### OBJETIVOS

Estudar sobre marketing digital e marketing de influência. Posteriormente, identificar perfis no Instagram de pessoas com deficiência influenciadoras digitais que utilizam a internet para propagar ideias de inclusão e combate à discriminação das PCDs.

### METODOLOGIA

Foi realizado um levantamento bibliográfico, documental e pesquisa exploratória. Primeiramente, estudou-se sobre marketing digital e marketing de influência. Em seguida, compreendeu-se sobre os direitos das PCDs e, por fim, listou-se alguns perfis no Instagram que se enquadram nos denominados “influenciadores da inclusão”. Para encontrar os perfis foram utilizadas algumas *hashtags* como #pcds, #pessoacomdeficiencia, #capacitismo, #inclusao. Para se enquadrar na lista dos “influenciadores da inclusão”, os perfis precisavam ser de PCDs que postam sobre o tema “inclusão”.

## RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

Percebeu-se que o Marketing de Influência pode ser mais eficaz do que as tradicionais campanhas publicitárias para propagar ideias sobre inclusão. O Marketing de Influência é visto como uma “propaganda boca a boca” e quando a mensagem sobre inclusão é transmitida por um PCDs passa maior credibilidade (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

O debate sobre os direitos das PCDs ganhou força principalmente após a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência ter sido instituída. A Lei nº 13.146 de 6 de julho de 2015, “destina assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania” (BRASIL, 2015).

Assim, podem ser considerados como “influenciadores da inclusão” no Instagram os seguintes perfis: Ivan Baron (@ivanbaron), Lorena Eltz (@lorenaeltzz), Rafa Brunelli (@rafabrunelli), Ana Clara Moniz (@\_anaclarabm), Mariana Torquato (@marianatorquato) e Leonardo Castilho (@leocastilho).

## CONCLUSÕES

O Marketing de Influência vem sendo cada vez mais utilizado para divulgar e solicitar apoio às causas sociais e o “marketing da inclusão” tornou-se tema de perfis no Instagram que objetivam apresentar conteúdo educativo no combate ao preconceito e discriminação de PCDs. Alguns destes perfis são, justamente, de PCDs que vem ganhando visibilidade no cenário digital. No entanto, é necessário aprofundar os estudos por meio de uma análise do conteúdo destes perfis, buscando compreender como a transmissão da mensagem ocorre. Quando se trata do assunto “inclusão” a linguagem precisa ser clara, direta, educativa e emotiva. Por meio deste aprofundamento será possível refletir sobre a importância da estratégia de marketing de influência para a propagação de mensagens desta natureza.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015.** Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm). Acesso em 06 abr. 2023.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.