INFLUENCIADORES DIGITAIS COM TRISSOMIA 21: AUTONOMIA EM SEUS PERFIS NO *INSTAGRAM*

Kamila Beatriz da SILVA

Márcia Duarte GALVANI

Universidade Federal de São Carlos

Eixo 06 - Tecnologias e Cultura Digital na Educação

CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior)

kamilasilva@estudante.ufscar.br

Palavras-chave: Educação Especial. *Instagram*. Síndrome de Down.

1. Introdução

O *Instagram* destaca-se como uma das principais plataformas de compartilhamento de fotos e vídeos e como a rede social mais utilizada por influenciadores digitais. Nesse contexto, os influenciadores digitais produzem conteúdos sobre sua rotina e estilo de vida, estabelecendo relações de proximidade com seus seguidores (Silva; Palavecini; Pépece, 2024).

A atuação de influenciadores com deficiência nas redes sociais amplia a visibilidade e a conscientização sobre a deficiência, além de favorecer a comunicação, a troca de experiências e ações de ativismo, assim como ao desenvolvimento da identidade social e da autoestima (Bonilla-del-Río; Figuereo-Benítez; García-Prieto, 2022). Nesse cenário, pessoas com síndrome de Down (SD), ou Trissomia do 21 (T21), também ocupam espaços como influenciadores digitais. Assim sendo, a T21 é uma condição genética causada pela presença de um cromossomo 21 extra, que pode provocar características físicas específicas e atraso no desenvolvimento. Apesar disso, pessoas com T21 podem desenvolver autonomia, qualidade de vida e inclusão social quando recebem estímulos e apoios adequados (Brasil, 2013).

2. Objetivos

O objetivo deste estudo é analisar a participação e a autonomia de influenciadores(as) digitais com Trissomia 21 (T21) no *Instagram*, considerando suas percepções sobre a atuação na plataforma.

3. Procedimentos Metodológicos

O presente estudo adota uma abordagem qualitativa descritiva. Como instrumento de coleta de dados foi utilizada a entrevista semiestruturada, que, segundo Manzini (2004), combina perguntas pré-definidas com a flexibilidade de explorar temas emergentes.

Participaram desta pesquisa 11 influenciadores(as) com T21, maiores de 18 anos, com perfis públicos e que se autodenominam influenciadores digitais. Os nomes utilizados são fictícios, escolhidos pelos próprios participantes: Luana (23 anos, 12,7 mil seguidores); Rezende (23 anos, 27,1 mil); Murilo (38 anos, 28,8 mil); Fada do Amor (22 anos, 5,4 mil); Vic (22 anos, 50,1 mil); Casal Vinicius e Virginia (36 anos, 89,1 mil); Harry Potter (30 anos, 716); Angel (30 anos, 23,6 mil); Luiz Fernando (30 anos, 36,1 mil); Lavínia (21 anos, 5,6 mil) e Renato (35 anos, 64,9 mil).

As entrevistas foram realizadas via *Google Meet*, gravadas e transcritas integralmente. A análise segue a técnica de análise de conteúdo categorial (Sampaio; Lycarião, 2021). O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFSCar (CAEE nº 90753425.7.0000.5504).

4. Resultados

Os dados são recortes de uma pesquisa de mestrado em andamento. Foram analisadas sete questões relacionadas ao planejamento das publicações, produção e interação nos perfis, envolvendo autonomia e suporte familiar, social ou profissional. Os resultados indicam níveis variados de independência.

No planejamento, a maioria dos(as) participantes realiza algum tipo de organização, com variações entre planejamento totalmente autônomo, como ilustra o relato da participante: “Eu que procuro os conteúdos, estudo antes de falar qualquer coisa” (Luana), e situações em que a autonomia se articula com algum tipo de suporte, além de casos pontuais em que o planejamento ocorre exclusivamente com suporte total.

Na produção de conteúdo, observou-se que a maioria atua de forma autônoma em conjunto com apoios pontuais, como ilustra o relato do participante: "Para fazer story... é só mais eu. Mas de resto é a minha irmã" (Rezende). O uso de ferramentas de edição como o *CapCut* foi citado como recurso de autonomia.

Na publicação, a independência também é prevalente, embora haja casos de gestão compartilhada, como no relato: “A minha sogra posta (...) A gente também ajuda” (Casal Vinicius e Virginia). Destaca-se a preocupação de um participante com a acessibilidade, utilizando descrições da imagem para seguidores com deficiência visual.

Quanto à interação, a maioria responde aos comentários e mensagens diretas (direct) de forma autônoma, relatando satisfação no contato com o público, embora o suporte familiar seja acionado em casos de dificuldades com a leitura e interpretação ou alto volume de mensagens. Os relatos ressaltam a importância da representatividade, com seguidores buscando acolhimento e identificação nas experiências compartilhadas pelos influenciadores.

Dessa maneira, os resultados evidenciam a proximidade com os seguidores, construída pelo compartilhamento de conteúdos e diálogo direto (Silva; Palavecini; Pépece, 2024), além de diferentes formas de independência no planejamento, produção, publicação e interação, articuladas a apoios familiares, sociais ou profissionais. Nesse sentido, a autonomia se manifesta tanto em ações independentes quanto mediadas por suporte, não implicando, portanto, sua ausência (Antonioli; Eisenberg, 2023).

5. Conclusões

Os resultados parciais demonstram que o *Instagram* se configura como um espaço significativo de protagonismo para pessoas T21. A atuação como influenciador digital fomenta o desenvolvimento de competências de comunicação, organização e letramento digital. Os dados evidenciaram que a autonomia dos influenciadores é um processo apoiado com a presença de suportes (familiares, sociais ou profissionais) o que não anula o protagonismo dos mesmos, mas atua como um recurso de acessibilidade que viabiliza a participação social.

A presença de pessoas com T21 no ambiente digital desafia preconceitos de incapacidade e destaca seu protagonismo. Os resultados reiteram a importância de políticas voltadas à acessibilidade tecnológica e a uma mediação que vá além do técnico, assegurando o direito à livre expressão e ao trabalho formal.

6. Principais referências

ANTONIOLI, Camyla; EISENBERG, Zena. A autonomia da pessoa com deficiência intelectual: uma revisão de literatura. *Revista Educação Especial*, v. 36, n. 1, p. e40/1–21, 2023. DOI: https://doi.org/10.5902/1984686X68742.

BONILLA-DEL-RÍO, Mónica; FIGUEREO-BENÍTEZ, Juan C.; GARCÍA-PRIETO, Victoria. Influencers with physical disabilities on Instagram: features, visibility and business collaboration. *Profesional de la información*, v. 31, n. 6, e310612, 2022. DOI: https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12.

SILVA, Lair Barroso Arraes Rocha; PALAVECINI, Andressa Carla; PÉPECE, Olga Maria Coutinho. A interação dialógica entre influenciadores digitais de moda e seguidores no Instagram. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 17, n. 42, p. 1–30, 2024. DOI: https://doi.org/10.5965/1982615x17422024e0014.