



ARTIGOS

AUTOMÓVEL E PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: EXPLORANDO SIGNIFICADOS

Marina Dias de Faria¹, Letícia Casotti², José Luis Carvalho²

1 - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

2 – Universidade Federal do Rio de Janeiro

RESUMO

Perpassando questões que envolvem mobilidade urbana, a compra de um automóvel incorpora aspectos funcionais e simbólicos atrelados à aquisição e à posse do bem. Em se tratando de consumidores deficientes, a compra de um veículo especialmente adaptado engloba múltiplos significados e afetos. O objetivo desta pesquisa é investigar significados e sentimentos atrelados ao consumo de automóveis por pessoas com deficiências em áreas urbanas no Brasil. Para atingir tal objetivo, empreendeu-se um estudo empírico amparado por netnografia. Os resultados indicam que a compra do automóvel está relacionada à tentativa de tornar invisível a deficiência, e ao desejo de independência e autonomia.

Palavras Chave: Pessoas com Deficiência. Automóveis. Significados. Sentimentos. Netnografia.

ABSTRACT

Permeating issues surrounding urban mobility, buying a car incorporates functional and symbolic aspects linked to the acquisition and possession of the property. In the case of disabled consumers, buying a specially adapted vehicle encompasses multiple meanings and affections. The objective of this research is to investigate meanings and feelings linked to the consumption of cars by people with disabilities in urban areas in Brazil. To achieve this goal, we undertook an empirical study supported by netnography. The results indicate that the car purchase is related to the attempt to make invisible disability, and the desire for independence and autonomy.

Keywords: People with Disabilities. Automobiles. Meanings. Feelings. Netnography.

INTRODUÇÃO

O processo de decisão de compra de um veículo automotivo envolve questões de natureza diversa, algumas relativas à funcionalidade do bem e outras relacionadas ao simbolismo embutido na compra e na posse de um automóvel (EARL, 2011). Quando se trata de pessoas com deficiências (PcD), a compra de um carro adaptado às suas necessidades enseja significados ainda mais amplos, uma vez que o veículo pode ser percebido como um bem de consumo essencial para proporcionar maior independência a tais indivíduos, permitindo que eles possam ir e vir com a mesma facilidade das pessoas que não apresentam maiores dificuldades de mobilidade (RESENDE; CAVALCANTI; ANDRADE, 2012).

Estudos que versam sobre automóveis e PcD geralmente enfocam os aspectos técnicos relativos às adaptações necessárias para que um carro possa ser conduzido por esses indivíduos (BOURHIS et al., 2002; PRASAD; HUNTER; HANLEY, 2006), sendo raras as pesquisas que buscam apreender o significado da aquisição de um automóvel para PcD, bem como os afetos correspondentes (MONECELLI et al., 2009; SCHMÖCKER et al., 2008).

Ao empreender estudos de base antropológica orientados para a compreensão do significado de cadeiras de rodas para PcD, Smith (2005) desenvolve a proposição de que, para os consumidores com mobilidade reduzida, comprar uma cadeira de rodas gera um sentimento comparável ao de se adquirir um novo corpo. Para uma parcela significativa desses sujeitos, a cadeira de rodas não é vista como um mero veículo para assistir na mobilidade, mas antes como uma extensão do corpo: algumas pessoas com deficiência motora sentem-se agredidas ou violadas em sua intimidade quando suas cadeiras são tocadas por pessoas não autorizadas. Analogamente, afetos e significados parelhos ou mesmo mais surpreendentes podem emergir a partir de pesquisas empíricas com foco em veículos automotivos adaptados.

Diante desse cenário, o objetivo da presente pesquisa teórico-empírica foi estabelecido como investigar significados e sentimentos atrelados ao consumo de automóveis por pessoas com deficiência (PcD) em áreas urbanas no Brasil. Não se desejou restringir o foco do estudo à coleta de percepções dos consumidores exclusivamente acerca de veículos adaptados, visto ser evidente que os sentimentos e os significados atrelados

ao comportamento de consumo de automóveis por PcD não se reduzem às adaptações funcionais nos veículos. Todavia, esperava-se que as referências aos automóveis adaptados fossem naturalmente recorrentes no material advindo do campo. Define-se carro adaptado como um automóvel que sofre modificações em suas estruturas de funcionamento – geralmente nos pedais de freio, no acelerador e na embreagem – de acordo com as necessidades de uma pessoa com deficiência, para que esta possa dirigir com segurança e comodidade (MONACELLI et al., 2009).

Buscar entender os significados e os sentimentos atribuídos por PcD ao consumo de automóveis tem sua importância atrelada ao fato de que, ao adquirirem um veículo, essas pessoas parecem ficar dependentes do carro, até mesmo para percorrer pequenas distâncias (HENRIKSSON; PETERS, 2004). A dependência do homem com relação ao automóvel configura um tema clássico em urbanismo e desenvolvimento sustentável (EWING; CERVERO, 2001; NEWMAN; KENWORTHY, 1999) e, logicamente, desperta também o interesse de estudiosos do comportamento do consumidor (HANDY; CLIFTON, 2001; SORON, 2009). A falta de acessibilidade nos transportes coletivos (BEARSE et al., 2004) e nos espaços urbanos

parece ser decisiva para essa dependência (MERCADO; PÁEZ; NEWBOLD, 2010). A mobilidade urbana torna-se aqui uma questão central. Segundo Barnes (2011), se nos países da Europa é possível observar falhas nas tentativas de se programar regulamentações capazes de produzir equipamentos urbanos acessíveis, nos países em desenvolvimento, tais como o Brasil, essas falhas podem ser consideradas endêmicas. Torna-se desnecessário mencionar que um sistema saudável de mobilidade urbana é crucial para a promoção das relações locais de troca entre consumidores e organizações (CRONIN, 2008).

É importante pontuar que o presente estudo não pretende apenas gerar informações relevantes para empresas interessadas em atender consumidores com deficiências: antes, porém, visa entender os significados dos veículos automotivos para PcD, de modo a buscar proporcionar benefícios e bem-estar para tais indivíduos. A pesquisa aqui apresentada alinha-se, outrossim, à *transformative research* proposta por Mertens (2007). A *transformative research* surge da insatisfação com o modo pelo qual os paradigmas dominantes em pesquisa científica abordam temas relacionados a indivíduos socialmente desfavorecidos e/ou excluídos (MERTENS, 2009). Para Mick

(2006), a adoção do paradigma transformativo em marketing representa o primeiro passo para que a pesquisa do consumidor paute-se também para o benefício e para o bem-estar do ser humano, não apenas de empresas.

Para buscar alcançar o objetivo da pesquisa, foi empreendido em estudo empírico calcado no método da netnografia. Diversos estudos estrangeiros recorreram à netnografia – ou etnografia online, como preferem alguns autores – em estudos sobre consumo (p. ex: KOZINETS, 1998, 2002; PENTINA; AMOS, 2011; XUN; REYNOLDS, 2010). No Brasil, também são encontradas pesquisas que defendem o uso da netnografia em marketing, tendo como fonte de dados, por exemplo, redes sociais e blogs (ABDALLA; BRAVO, 2011; AMARAL, 2010; MONTARDO; PASSERINO, 2006).

No que diz respeito a estudos com PcD, a netnografia parece ser um bom caminho metodológico, uma vez que tais indivíduos tendem a utilizar muito o ambiente online como forma de comunicação e de interação com outras pessoas (SAMBHANTHAN; GOOD, 2012). Ross, Castronova e Wagner (2012) ponderam que o ambiente virtual deve ser compreendido como um ambiente de pesquisa empírica adequado para acessar as representações do mundo real conforme ele

é experimentado pelos sujeitos da pesquisa. Para Crichton (2012), investigações científicas realizadas em ambientes virtuais são particularmente relevantes em pesquisas voltadas para a mudança social, pois propiciam a chance de coletar tanto as opiniões sinceras dos sujeitos, emitidas sem censura, quanto os movimentos de contestação e resistência estabelecidos pelos membros das comunidades.

Cabe o destaque para uma opção feita no desenho da pesquisa. Inicialmente, de maneira simplória, acreditava-se que o escopo da pesquisa no que diz respeito ao tipo de deficiência ficaria restrita aos deficientes motores por serem eles os principais compradores de carros adaptados (CARVALHO, 2015). No longo período da realização da netnografia, porém, tornou-se evidente que o significado do automóvel vai muito além de questões práticas e exclusivamente vivenciadas por quem os dirige. Sendo assim, respeitando o caráter exploratório da pesquisa e tendo em vista a quase inexistência de pesquisas acadêmicas sobre o tema, optou-se por abordar as questões relativas ao significado dos automóveis para as PcD independentemente de qual o tipo de sua deficiência. Ainda que não se possa e não se tenha a intenção generalizar, encontra-se respaldo na literatura para afirmar que o estigma e a

vulnerabilidade das PcD como consumidoras são elementos muito determinantes capazes, até mesmo, de tornar relevantes estudos que tratem os PcD como um grupo relativamente homogêneo (DAMASCENA, 2014; WOODLIFFE, 2004).

REVISÃO DA LITERATURA

PESSOAS COM DEFICIÊNCIAS E MOBILIDADE: O PAPEL DO AUTOMÓVEL

As pessoas com deficiência enfrentam diversas dificuldades para se locomover nos centros urbanos devido à falta de meios de transporte adequados às suas necessidades e às más condições de conservação das calçadas (BEARSE et al., 2004). Mercado, Páez e Newbold (2010) destacam que, seja com carros próprios, seja com transporte público e até mesmo a pé, tais indivíduos têm de enfrentar barreiras que, não raramente, impedem que elas se movimentem no ambiente urbano. A dificuldade de mobilidade nas cidades faz com as pessoas não tenham grandes possibilidades de estudar, de trabalhar e de desempenhar seus papéis sociais de maneira plena (DELBOSC; CURRIE, 2011).

Monacelliet al. (2009) defendem que avanços tecnológicos que sejam capazes de

propiciar uma melhor locomoção de PcD devem ser priorizados em planejamentos de políticas públicas, e também devem fazer parte das diretrizes das empresas privadas. Ainda que os representantes do poder público sejam responsáveis, em última instância, por cuidar das políticas relativas ao transporte, profissionais como os motoristas de ônibus, por exemplo, têm grande responsabilidade com relação à criação ou à eliminação de barreiras para o deslocamento de pessoas com deficiências (CROOKS; DORN; WILTON, 2008).

Como consequência da dificuldade de utilização do transporte coletivo, grande parte das pessoas com deficiência motora e visual se vê obrigada a utilizar táxis como meio de transporte, o que requer grande gasto financeiro (SCHMÖCKER et al., 2008). Além do dispêndio de dinheiro associado ao uso desse meio de transporte, é comum a reclamação por parte de PcDsobre a forma como os motoristas de táxi se relacionam com elas, principalmente por conta da falta de paciência para esperar que elas entrem e saiam do carro sem se ferir (COULSON; NAPIER; MATSEBE, 2006).

Diante desse quadro, a compra de um automóvel por uma pessoa com deficiência pode representar uma mudança radical em seu estilo de vida (SHAND; SIVEWRIGHT,

1994). Para Monacelliet al.(2009), ter um carro é fundamental para que uma PcD obtenha certa autonomia; ademais, a posse de um automóvel encontra-se diretamente associada à valorização do status social do consumidor (LANGNER; HENNIGS; WIEDMANN, 2013). Schmöckeret al. (2008) afirmam que adquirir um veículo automotivo pode ser o primeiro passo para que esses indivíduos não dependam integralmente de seus familiares. Destaca-se, entretanto, que nem toda PcD pode dirigir: alguns tipos de deficiência impedem que a pessoa possa conduzir até mesmo um carro adaptado. Contudo, até mesmo essas pessoas parecem associar significados bem fortes ao automóvel (CARMEN et al., 2005).

Branowskiet al. (2011) recordam que, no projeto de um automóvel para um indivíduo com deficiência motora, é imprescindível levar em consideração questões relativas ao conforto de quem vai dirigir o carro, não somente questões práticas de funcionamento e adaptações mecânicas. Também é preciso ter certeza de que o motorista com deficiência se familiarize com as adaptações, uma vez que a falta de conhecimento dos condutores com deficiência acerca do pleno funcionamento de seus carros adaptados é uma das principais causas de acidentes envolvendo esses veículos (HENRIKSSON; PETERS, 2004).

A IMPORTÂNCIA DA INDEPENDÊNCIA PARA AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIAS

A compra do automóvel adaptado parece muito associada ao desejo das pessoas com deficiência de serem independentes (RESENDE; CAVALCANTI; ANDRADE, 2012), e tal associação parece relacionar-se ao fato de o espaço urbano não ser acolhedor para esses indivíduos (IWARSSON; STAHL, 2003). Nicholson et al. (2009) argumentam que, na maioria das vezes, a dependência que PcD têm de seus parentes e amigos limitam possibilidades e oportunidades de que tais pessoas desempenhem seus papéis sociais.

A exclusão das pessoas com deficiências do mercado de trabalho, por exemplo, parece ser causa e consequência da falta de independência. Comumente, PcD não mantêm um emprego fixo por não conseguirem chegar aos locais de trabalho sozinhas e, por conseguinte, tornam-se cada vez mais dependentes de outras pessoas, na medida em que não conquistam sua autonomia financeira, por não trabalharem (IRIGARAY; VERGARA, 2011). Outro papel social em que PcD normalmente encontram dificuldades para alcançar sua independência é o papel de consumidor (FARIA; SILVA, 2011). Assim, grande parte das escolhas de consumos dessas pessoas

parece ser perpetrada pelos membros de suas famílias (FARIA; CASOTTI, 2014).

A dependência acaba impactando também as práticas de consumo de todo o núcleo familiar. Nesse sentido, Pavia e Mason (2012) ressaltam que a maior parte das escolhas de consumo de famílias que têm uma pessoa com deficiência como membro está intimamente relacionada à natureza da deficiência desses indivíduos, e que o engajamento de todos os membros da família em uma atividade de consumo depende principalmente da inclusão ou da exclusão do familiar com deficiência. Uma outra consequência dessa dependência familiar parece ser a íntima ligação da identidade da PcD com a natureza de sua deficiência, mesmo para os membros de sua família (MESSA;FIAMENGI Jr., 2010). Goffman (2008) aponta que a relação entre deficiência e identidade é responsável pela formação do estigma que acompanha as PcD em todos os papéis sociais por elas exercidos. Para o estigmatizado, a associação ou distanciamento com relação a seus iguais pode provocar oscilações de identidade, numa alternância entre a decisão de se assumir como deficiente ou na adoção dos valores da cultura não deficiente (MONTARDO; CORDEIRO, 2009).

Outro fator importante no que diz respeito à falta de independência de PcD ao fato de essas pessoas serem encaradas por seus pais como eternas crianças, principalmente porque, na maior parte das vezes, PcD não vivenciam ritos de passagem para a vida adulta (VASH, 1988), contribuindo, assim, para a manutenção dos estereótipos dos deficientes como dependentes ou até mesmo inúteis (DALL'ALBA, 2004). Hargreaves e Hardin (2009) argumentam que a mídia tem expressiva responsabilidade na criação de tais estereótipos relacionados à deficiência, enquanto Nelson (2003) acrescenta que a caracterização midiática de PcD segue a concepção social hegemônica dos deficientes como seres dignos de piedade.

Por mais que, em anos recentes, o discurso socialmente estabelecido tenha aparentemente se voltado para reproduzir a ideia de que PcD são iguais a qualquer pessoa sem deficiência, os deficientes permanecem estigmatizados e, assim, ficam inabilitados para a aceitação social plena (GOFFMAN, 2008). Ademais, subsiste uma demanda de apartação social dessas pessoas (VASH, 1988), de modo que o restante da coletividade possa manter a imagem que faz delas. Em outras palavras, a sociedade parece preferir manter as PcD invisíveis, para que não tenha que refletir

sistematicamente em maneiras de inclusão social que tornem essas pessoas mais independentes (LE BRETON, 2006).

MÉTODOS

Para cumprir o objetivo da pesquisa, recorreu-se à netnografia, apontada por Kozinets (2002) e por Ross, Castronova e Wagner (2012) como adequada para identificar significados atribuídos a grupos particulares de consumidores; e por Medeiros, Loebel e Cavalheiro (2015) como efetiva para questões que envolvam sentimentos. A netnografia apresenta uma série de procedimentos assim organizados por Kozinets (2002): (1) entre, a entrada na comunidade ou aproximação junto aos sujeitos; (2) coleta de dados; (3) análise e interpretação dos dados; (4) ética de pesquisa; e (5) validação com os membros pesquisados (memberchecks). No estudo empírico empreendido para a presente pesquisa, tais procedimentos foram estritamente observados.

Na entre, primeiro passo de uma netnografia, após a definição do problema de pesquisa, o pesquisador deve identificar as comunidades online adequadas para a busca de informações que remetam ao objetivo da pesquisa (LANG; MAMONOV; LANG, 2012). As comunidades devem contar

com ampla participação de pessoas que integrem o grupo pretendido de sujeitos e devem tratar de temas relacionados ao objetivo (KOZINETS, 2002). As comunidades online escolhidas como fontes de informação para este estudo foram três grupos de discussão em que os membros trocam mensagens por email, e três blogs redigidos por pessoas com deficiências que discutem questões relativas à inclusão e à acessibilidade.

Um dos grupos de email discute primordialmente questões relativas a pessoas com deficiência motora, enquanto os dois outros não enfocam nenhum tipo específico de deficiência: um deles tem como tema a super proteção dos pais com relação a PcD, enquanto o outro debate primordialmente questões de acessibilidade. Dois desses grupos foram criados em 2004 e o outro em 2003. Um dos pesquisadores realizadores da presente pesquisa já fazia parte desse grupo e sabia que se tratava de grupos muito ativos, os membros dos grupos participam ativamente, enviando em média cinco mensagens diariamente. Os três blogs também foram escolhidos por serem muito visualizados e por terem posts, pelo menos, semanais e com muitos comentários.

Esta etapa de escolha das plataformas online nas quais a coleta de dados seria

feita levou bastante tempo e foram utilizados os seguintes critérios básicos para a decisão final: (a) presença de pessoas deficiências variadas; (b) atividade constante; (c) diversas pessoas muito ativas; e (d) alinhamento das discussões com o tópico mobilidade urbana.

Os nomes dos grupos e blogs, assim como dos sujeitos que forneceram depoimentos, foram ocultados para preservar a privacidade dos participantes da pesquisa (cf. MINOWA; VISCONTI; MACLARAN, 2012). Assim, os depoimentos aqui apresentados foram identificados somente por meio da deficiência do sujeito (“def. motora” / “def. visual” / “def. auditiva”), por se crer que essa seja uma informação crucial para a compreensão das análises.

Kozinets (1998) e Lugosi, Janta e Watson (2012) indicam que a coleta de dados na netnografia pode ser realizada por diferentes formas, sendo desejável que o pesquisador utilize mais de uma maneira de obtenção de informações no mesmo estudo empírico. Seguindo tais recomendações, a coleta de dados da pesquisa foi conduzida em três etapas.

Na primeira etapa da coleta de dados não houve participação ativa dos pesquisadores: foram colhidas informações

diretamente das mensagens de email enviadas para os grupos de discussão, sem intervenção alguma. Tal etapa estendeu-se por três anos, sendo que nos primeiros dois anos e meio procedeu-se ao acompanhamento de tópicos de debate gerados espontaneamente pelos sujeitos, com o intuito de buscar entender as relações entre os membros dos grupos. O período de monitoramento das mensagens trocadas entre os sujeitos foi determinante para que se conhecessem os membros dos grupos e se obtivesse certa familiarização com as questões fulcrais da pesquisas ob a ótica das PcD. Kozinets (2002) assevera ser importante que o pesquisador esteja familiarizado com as características da comunidade online e de seus membros antes de iniciar a coleta de dados focada no problema de pesquisa. Para Sandlin (2007), é fundamental conhecer as relações entre os indivíduos e compreender as normas do grupo. Depois desse período, nos últimos seis meses de coleta de dados, o foco recaiu sobre os debates acerca de mobilidade, com mais atenção às discussões voltadas para automóveis e outros meios de transporte. Cabe destacar que esse longo período de coleta de dados foi necessários para que se atingisse a saturação repetitiva no que diz respeito aos sentimentos e significados. Caso a pesquisa não tivesse durado tanto

tempo seria possível fazer apenas inferências sobre aspectos funcionais dos carros adaptados. Isto porque trocas de mensagens superficiais sobre o tema não são capazes de trazer a tona aspectos mais particulares e únicos da vivência das PcD com relação ao automóvel. Outro ponto importante, diz respeito ao fato de que as pessoas com deficiência têm resistência a participar de pesquisas por se sentirem cobaias de diversos pesquisadores (FARIA; CASOTTI, 2016). Sendo assim, é necessário ter muita cautela na coleta de dados, o que aumenta o tempo para essa etapa da pesquisa.

Na segunda etapa da coleta de dados, houve participação ativa dos pesquisadores, com envio de mensagens por email para os grupos de discussão, com o propósito de direcionar o debate para o foco da pesquisa (ROSS; CASTRONOVA; WAGNER, 2012). Essas mensagens não continham nenhuma informação sobre a pesquisa, somente levantavam questões amplas acerca da temática da mobilidade e, mais especificamente, sobre carros. Na terceira e última etapa da coleta de dados, foram selecionados três blogs redigidos por PcD, nos quais foram analisadas postagens (posts) produzidas pelos autores (blogueiros), bem como comentários de

leitores, com o intuito de enriquecer os resultados da pesquisa.

Posteriormente, foram selecionados dados relativos exclusivamente aos significados e aos sentimentos associados ao consumo de automóveis. O material obtido a partir dos emails dos grupos de discussão e dos posts veiculados nos blogs passou pelo processo de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), seguindo três procedimentos principais: (1) leitura crítica; (2) exame e avaliação do conteúdo dos trechos selecionados; e (3) classificação de termos e ideias (HUNTER, 2002). Kozinets (2002) aponta a análise de conteúdo como adequada para a análise dos dados em netnografias, destacando a importância de um processo analítico com foco na interpretação, concedendo menos atenção à codificação e à classificação metódica.

Devido a complexidades dos procedimentos metodológicos oriunda das diversas etapas de pesquisa optou-se por elaborar a figura abaixo apresentada.

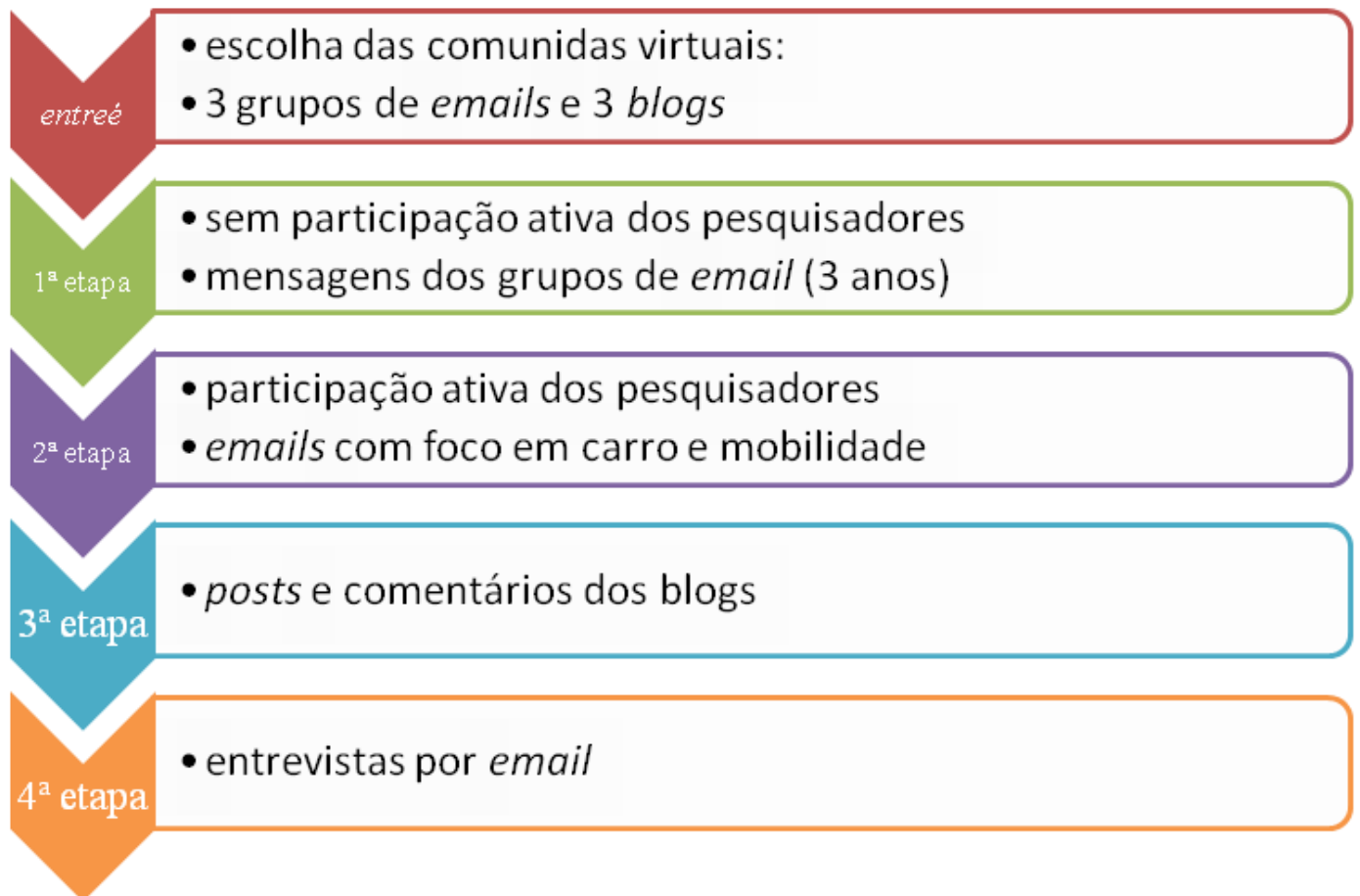


Figura 1: Síntese dos procedimentos metodológicos de coletas de dados

Diante da escassa literatura acadêmica concernente ao tema central da pesquisa, optou-se por utilizar o modelo aberto de definição das categorias de análise, permitindo-se que as categorias tomassem forma no transcurso da própria análise (BARDIN, 2011). O material analisado foi categorizado em cinco grupos assim denominados: (1) Fugindo do grande vilão; (2) Perseguindo a autonomia; (3) Estigma e invisibilidade da deficiência; (4) Elo com uma identidade perdida; e (5) Um belo sonho inacessível.

Uma das críticas comumente dirigidas às pesquisas netnográficas envolve a posição de que na internet há uma linha tênue entre o público e o privado, o que pode levantar questões de cunho ético (KOZINETS, 2002). Para tentar minimizar tal problema, concluídas as análises, remeteu-se o relatório de pesquisa para os membros dos grupos de email, de modo que eles tomassem conhecimento do conteúdo e pudessem fazer seus comentários. Nenhum membro se opôs ao que estava escrito no documento, e todas as réplicas elogiaram os resultados da pesquisa.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

FUGINDO DO GRANDE VILÃO

Apesar de o foco da pesquisa dirigir-se aos significados e sentimentos associados ao consumo de automóveis por PcD, optou-se por principiar a discussão dos resultados a partir dos comentários dos sujeitos que envolvem sentimentos e significados relacionados ao sistema de transporte público, em razão de os dados empíricos sugerirem que os sentimentos negativos com relação ao transporte parecem motivar PcD a adquirir um carro adaptado, corroborando uma disposição que a literatura revista também havia indicado (BEARSE et al., 2004; MERCADO; PÁEZ; NEWBOLD, 2010).

A partir dos grupos de discussão por email, foi possível perceber que as dificuldades enfrentadas por tais pessoas para se locomover provocaram comentários nos quais adjetivos como “sofrível”, “péssimo” e “vergonhoso” foram utilizados para caracterizar o transporte coletivo em grandes cidades brasileiras.

- Tudo é péssimo. Quem se sente seguro com aqueles elevadores de ônibus que quase caem quando um deficiente é colocado em cima? (def. motor)

- Muitos ônibus têm o adesivo de que são acessíveis, mas poucos têm de fato

a rampa, e em quase nenhum a rampa funciona. É sofrível! (def. motora)

Os resultados também apontaram que o sistema de transporte coletivo enseja para as PcD um significado de “prisão”, da qual eles são reféns e desejam conseguir escapar. As falas dos sujeitos demonstram que os momentos que eles passam nos meios de transporte público são extremamente desagradáveis e angustiantes.

- Me sinto refém de um sistema que não funciona! (def. motor)

- Estar em um ônibus é sempre uma tensão só, acredito que (estou prestes a) morrer em qualquer momento. (def. visual)

Foram encontrados muitos relatos de situações em que PcD não conseguiram utilizar ônibus por falta de estrutura adequada e/ou de treinamento do motorista para saber operar a rampa de acesso. Com respeito a esses momentos, os sujeitos revelam sentir “vergonha” e “impotência”, e em seus depoimentos fica claro o enorme mal que esse tipo situação pode criar para a autoestima das pessoas com deficiência.

- Me sinto como alguém menos importante toda vez que tento entrar em um ônibus. É vergonha mesmo o que sinto. (def. motor)

- Não tenho segurança para descer do ônibus. É horrível, o motorista está

sempre com pressa. E nessas situações sou impotente, fico como uma criança dependendo dos outros. É péssimo. (def. visual)

Ainda no que tange ao uso de meios de transporte coletivos por PcD foi possível perceber que se faz necessária uma modificação na postura dos condutores dos veículos, e também de muitos membros da sociedade, que manifestam atitudes que dificultam ainda mais o acesso dos deficientes aos meios de transporte. Os sujeitos de pesquisa registraram que os motoristas de ônibus são “grandes inimigos das pessoas com deficiência”. Dentre as atitudes negativas da sociedade em geral, destacam-se as duas queixas: (1) “não levantar dos bancos reservados para pessoas com deficiência quando alguém precisa utilizá-los”; e (2) “reclamar e ficar impaciente com a demora para que um cadeirante suba ou desça do ônibus”.

PERSEGUINDO A AUTONOMIA

Resende, Cavalcanti e Andrade (2012) asseveram que a aquisição de um veículo automotivo por uma pessoa com deficiência é motivada principalmente pelo anseio de autonomia. Confirmando esse indicativo da literatura, na presente pesquisa foi possível perceber que, para as PcD, carro é sinônimo de autonomia e independência. Os depoimentos também indicam que tais

indivíduos não gostam de depender de seus familiares, e que, muitas vezes, se sentem mal por atrapalhar ou sobrecarregar irmãos e pais.

- Eu não queria mais depender do meu irmão para tudo. Aí pensei: “preciso de um carro... com ele serei independente”. (def. motor)

- Carro para mim tem um significado mágico: é a minha autonomia. (def. motora)

Na revisão da literatura, destacou-se que a dependência da família colabora para que os deficientes sejam tidos como eternas crianças por seus pais e irmãos (MESSA;FIAMENGHI Jr., 2010). Nesse sentido, o carro parece ser visto pelas PcD como uma forma de provar para os pais que elas são adultas. Alguns depoimentos aventam que essas pessoas dividem suas vidas em antes e depois do carro, e afirmam que, com o carro, elas alcançaram o status de adultos independentes diante de seus pais. As falas dos sujeitos sugerem que a compra do carro é como um rito de passagem para a vida adulta. O rito torna-se ainda mais importante quando se leva em consideração que, muitas vezes, PcD não passam por outros importantes ritos como formaturas acadêmicas e casamentos (DALL’ALBA, 2004).

- Os meus pais me tratam como criança o dia inteiro, mas dentro do meu carro eu sou adulto. (def. motor)

- As pessoas acham que nós (PcD) somos crianças para sempre. Pô! Eu tenho até um carro. Sou adulto! (def.motor)

Os depoimentos nos grupos de email e nos blogs dos sujeitos que já possuem automóveis parecem indicar que as expectativas daqueles que ainda não compraram um veículo serão de certo modo confirmadas a despeito das muitas dificuldades que esses indivíduos continuarão enfrentando para se locomover. Por outro lado, os donos de carros adaptados declaram que têm mais independência do que quando não tinham o automóvel.

- Antes eu tinha meu irmão como motorista, mas não podia depender dele para tudo... aí, comprei um carro. Hoje sou independente.(def. motor)

- Com um carro, ganhamos autonomia não só de locomoção... passamos a poder escolher o que iremos comprar, que roupas iremos usar, quando queremos ir ao cinema. (def. motora)

Nas palavras dos sujeitos, a busca por autonomia por meio da posse de um automóvel adaptado apareceu associada principalmente ao desejo de não ficar “preso em casa”, de “poder trabalhar como qualquer pessoa”, de “estudar para ser

alguém” e de poder escolher os locais preferidos para freqüentar em momentos de lazer. Tais desejos estão de acordo com o que a literatura apontou a respeito da vontade das PcD de poderem desempenhar seus papéis sociais de forma autônoma (FARIA; SILVA, 2011; IRIGARAY; VERGARA, 2011).

- Sem um carro, eu não posso conseguir um emprego bom. Para conseguir chegar no trabalho, só quando comprar o carro. Quero trabalhar como qualquer pessoa. (def. motora)

- Vou começar um curso semipresencial... não sei o que farei, tenho uma cadeira motorizada, mas a faculdade é longe. Essa locomoção é bem difícil, e acho que só um carro resolveria.(def. motor)

- Sem o carro, eu tenho que ir onde meus pais querem. Quando eu comprar um carro, vou no cinema quando eu quiser, vou na praia na minha hora.(def. motora)

A busca por autonomia por meio do automóvel parece ter um significado um pouco diferente para as pessoas com deficiência motoras que se tornaram deficientes por causa de acidentes de carro. Para esses sujeitos, o carro guarda simultaneamente os significados de “responsável pela perda de autonomia” e de “reconquista de independência”. Outrossim,

para tais indivíduos, o veículo parece despertar afetos contraditórios.

- Estou assim, nessa cadeira, por causa de um acidente de carro. E hoje a minha independência depende de um carro. Estranho, né? (def. motora)

- Logo depois do acidente, fiquei com muita raiva de carros. Até defendia que eles eram grandes vilões. Agora só me movimento por causa do meu carro adaptado. Ele é minha autonomia. (def. motora)

O receio de voltar a dirigir de uma pessoa que sofreu um acidente de carro parece ser uma grande barreira que, muitas vezes, impede que o sujeito considere a possibilidade de adquirir um carro adaptado. Quando tais pessoas conseguem vencer o medo, o automóvel passa de “vilão” para “melhor amigo de PcD na busca por autonomia”.

Cabe destacar que a busca por autonomia por meio do automóvel também foi encontrada nos depoimentos de pessoas com deficiência visual. Para elas, entretanto, atingir essa autonomia é um ideal inacessível uma vez que não podem dirigir.

ESTIGMA E INVISIBILIDADE DA DEFICIÊNCIA

A compra de um automóvel é relatada por muitas PcD como um momento de vitória. Depois de enfrentar e suplantar todas as dificuldades para adquirir o veículo, para mantê-lo e até mesmo para utilizá-lo, os consumidores com deficiências afirmam sentir-se vitoriosos e asseguram que a posse do automóvel proporciona uma “sensação de conquista”. Em muitos depoimentos, foi possível perceber que essa conquista está relacionada ao fato de as pessoas com deficiência acreditarem que, com o carro, “a deficiência some”.

- Eu tenho carro para sentir que tenho autonomia, que não sou diferente. Mesmo com as adaptações no carro, sou igual aos outros. (def. motor)

- Quando estou dirigindo meu carro no trânsito e um cara me segue pra paquera, eu topo. Pego até o telefone. Não digo, e nem teria como, sei lá, dizer que eu não ando. (def. motora)

- No carro é como se eu não fosse deficiente. Mas sempre escuto coisas como ‘você dirige melhor que muita gente normal’. (def. motor)

A busca pela invisibilidade da deficiência no trânsito pode ser associada a uma tentativa de fugir do estigma normalmente carregado por PcD (GOFFMAN,

2008). Quando estão em seus carros, os sujeitos dizem se sentir “inteiros” e “capazes” de realizar qualquer tarefa que uma pessoa sem deficiência realiza.

- Comprei meu carro hoje. Dentro dele sou uma pessoa comum. Posso ir onde quiser como as outras pessoas. (def. motora)

- Com o carro não faz sentido dividir pessoas com deficiência e sem deficiência. Só com o carro esse rótulo sai de mim (def. motor)

Os depoimentos evidenciam que, para algumas pessoas com deficiência, o veículo é como uma parte do corpo e, com ele, essas pessoas se sentem mais completas. Tal sentimento é semelhante àquele que Smith (2005) encontrou em sua pesquisa sobre cadeiras de rodas. O carro parece ser tão importante para essas pessoas, que elas se dispõem a limpá-lo e a cuidar de sua manutenção, mesmo que isso seja física e monetariamente custoso para elas.

-O carro é a perna que eu não tenho. Com ele sou mais completo (def. motor)

- Eu não tenho dinheiro para manter um carro, a verdade é essa. Mas dou meu jeito. É muito importante. (def. motor)

ELO COM UMA IDENTIDADE PERDIDA

Para PcD que um dia dirigiram automóveis e, atualmente, devido à deficiência, já não podem conduzir, o carro parece ter seu significado atrelado a uma época feliz, que já não pode retornar. Tais pessoas atribuem ao carro sentimentos nostálgicos.

- Foi um dia de carnaval... Voltei dirigindo para casa, coloquei o carro na garagem, dormi e, no dia seguinte, acordei cego. Tenho saudades de muitas coisas, nunca mais pude dirigir, muito ruim essa sensação. Eu queria ter sabido que era a última vez que eu dirigia, era tão bom. (def. visual)

- Quando lembro de mim bem, sem deficiência, me lembro do meu carro. Eu ainda guardo o meu carro, mesmo não podendo mais dirigir. (def. motor)

Esse apego pelo carro que os consumidores tinham antes de se tornarem deficientes foi verificado em muitos depoimentos. Para aqueles que mantêm o veículo, este parece ser uma ponte entre a realidade atual e um passado saudoso. Como mostra o depoimento anterior, muitos sujeitos guardam o veículo mesmo não podendo mais utilizá-lo. Para aqueles que podem dirigir, adaptar os carros que tinham antes da deficiência parece ajudar na manutenção de suas identidades. Essa adaptação seria então a “representação de que nem tudo mudou” e que, “apesar das limitações da

deficiência”, elas continuam sendo a “mesma pessoa de antes”.

- O meu carro é o meu elo com a pessoa que eu era antes de sofrer o acidente e me tornar um deficiente. (def. motor)

Os sujeitos da pesquisa diversas vezes se referem ao automóvel como um grande amigo, ou até mesmo como “um amigo perdido”. Para aqueles que foram levados a vender o carro depois de se tornarem deficientes, o momento dessa venda é retratado como doloroso e como sinal de que suas vidas iriam mudar para pior.

- Foi como perder uma parte de mim. Vender o meu amigão foi um sinal de fraqueza, a realização de que eu estava cego mesmo. (def. visual)

- Quando me tornei deficiente só me dei conta de que era para sempre quando tive que vender meu carro. (def. motor)

UM BELO SONHO INACESSÍVEL

Conforme ressaltam Carmienet al. (2005), mesmo com a possibilidade da adaptação de veículos, alguns indivíduos não podem dirigir devido à natureza de sua deficiência. Pessoas com deficiências motoras muito graves e pessoas com deficiência visual total são exemplos de indivíduos impossibilitados de dirigir. Entretanto, a pesquisa mostrou que até mesmo nessas pessoas o carro

parece despertar fortes sentimentos. Tais indivíduos sonham com o dia em que poderão dirigir, mesmo que essa seja uma possibilidade remota.

- Eu queria muito poder dirigir. A minha deficiência não permite, mas me sinto bem só sonhando com o dia em que terei um carro. Terei autonomia. (def. visual)

- Eu sei que está distante, mas estou fazendo fisioterapia para aumentar a minha força no braço para poder dirigir um dia. É o que eu mais quero e, se Deus quiser, vou conseguir. (def. motor)

Em maio de 2012, uma declaração pública da empresa de tecnologia da informação Google, sobre o fato de que seus engenheiros teriam desenvolvido tecnologia para construir um veículo automotivo que dispensaria o condutor, renovou as esperanças desse grupo de sujeitos, principalmente dos deficientes visuais. A notícia foi divulgada em um dos grupos de e-mail e postada nos blogs, gerando muitos comentários.

- O novo carro do Google que não precisa de condutores pode significar uma mudança radical para as pessoas com deficiência visual. Nós poderemos 'dirigir' esse carro e ter autonomia. (def. visual)

- Esse novo carro promete devolver para nós a sensação inesquecível de dirigir. (def. visual)

Para os indivíduos que não podem conduzir nem mesmo um carro adaptado, o sonho de comprar um veículo também está associado ao desejo de conquistar independência. Conforme apontou a revisão de literatura, a dependência, principalmente com relação aos membros de suas famílias, incomoda e limita muito as PcD (SCHMÖCKER et al., 2008).

- Eu também não gosto de ir para os lugares e chegar atrasada por culpa de alguém aqui de casa. Odeio seguir os horários deles! Mas infelizmente, tenho que fazer porque, se eu estabeleço o horário para fazer as minhas coisas, dizem que eu, quando quero uma coisa, quero logo, e não espero eles, e que eu sou egoísta. Se eu tivesse condições de dirigir, eu compraria um carro com certeza. (def. motora)

PARA CONCLUIR

A presente pesquisa foi norteadada pelo objetivo investigar significados e sentimentos atrelados ao consumo de automóveis por pessoas com deficiência em áreas urbanas no Brasil. Os resultados sugerem que a busca por autonomia é a principal motivação para que tais consumidores desejem um automóvel. Cabe destacar que a busca por autonomia se intensifica em decorrência do cenário de desrespeito generalizado no âmbito sociocultural e dos problemas estruturais

relacionados à mobilidade urbana, os quais podem ser associados tanto à responsabilidade do poder público quanto à da esfera privada, principalmente, mas não exclusivamente, com relação às dificuldades enfrentadas por essas pessoas nos meios de transporte, quadro que aparentemente se replica em diversas regiões do país.

Em seus depoimentos por email e em suas postagens nos blogs, proprietários de veículos adaptados que integram comunidades virtuais de interesse orientado para questões envolvendo PcD afirmaram que, em termos de significado, a tão almejada independência pode ser associada à aquisição de um veículo automotivo. Os donos de veículos adaptados declararam se sentir “mais completos” quando ao volante de seus automóveis. Tal sentimento está igualmente associado à sensação, registrada por muitos sujeitos, de que a deficiência parece se tornar imperceptível aos outros quando a PcD está dirigindo. Camuflando suas deficiências, os sujeitos parecem querer driblar o estigma que carregam perante a sociedade.

Esse primeiro resultado – bem como outros achados a ele assemelhados, e que envolvem significados e sentimentos correlatos – necessita ser detidamente apreciado a partir de proposições teóricas

capazes de ampliar o escopo da pesquisa em marketing. A ideia de que a compra de um bem físico como um automóvel pode resolver os problemas de autonomia de PcD não deve ser endossada acriticamente. Se a aquisição de um produto por um consumidor deficiente for suficiente para “comprar” a aceitação daquele indivíduo perante seu meio social, há indícios de que o real problema não reside na pessoa com deficiência. Nesse contexto, Bricher(2000) defende um modelo social de deficiência como alternativa aos modelos que percebem a deficiência como uma questão individual, ao invés de uma questão sócio-política. Stone e Priestley (1996), a seu turno, argumentam que a deficiência não deve ser concebida como uma patologia individual, mas antes compreendida como uma relação social criada por um ambiente deficiente e por atitudes deficientes, socialmente construídas e culturalmente produzidas, caracterizando-se uma forma de opressão estrutural que não pode ser resolvida com a mera compra de um bem, nem mesmo de muitos bens.

Resguardando-se a vigilância com relação a tais proposições, pode-se observar que os achados da pesquisa, quando tomados em conjunto, apontam para a enorme importância dos veículos adaptados para as PcD, até mesmo para aquelas que

não podem dirigir. A compra do veículo parece ser vista pelos deficientes como um ritual que marca a passagem de uma fase de dependência de familiares e amigos para um novo momento no qual supostamente a autonomia é alcançada. Para alguns, subsiste a esperança, ainda que remota, de que algum dia eles participarão desse ritual. No parecer dos sujeitos, o veículo seria capaz até de modificar a identidade das PcD, que deixariam de ser caracterizadas por sua deficiência e passam a poder desempenhar diversos papéis antes a elas vedados, como o de consumidor e o de trabalhador.

Mesmo a pesquisa tendo sido realizada de forma ampla no que diz respeito aos tipos de deficiência, os resultados do estudo quando analisados mostraram mais aspectos relativos os deficientes visuais e motores. Em outras palavras, mesmo estando os pesquisadores abertos a coletarem na netnografia informações relativas aos sentimentos e significados dos automóveis para pessoas com qualquer tipo de deficiência, a grande maioria dos achados diz respeito a pessoas com deficiência motora ou visual. O quadro apresentado abaixo foi elaborado com base nas categorias de análise de resultados e destaca alguns pontos cruciais para as PcD com o objetivo de auxiliar na interpretação dos achados da pesquisa.

Acredita-se que muitas possibilidades de pesquisas futuras podem ser inspiradas com base nos resultados deste estudo exploratório. A dependência do consumidor com relação a outras pessoas, por instância, ainda não recebeu muita atenção por parte dos pesquisadores em marketing (CORNWALL; NEWTON, 2007). Dentre outras alternativas, destacam-se os esforços que enfoquem a influência do consumo de automóveis em decisões de consumo de outros bens e serviços por parte de PcD. Tal estudo teria como alicerce, além dos achados da presente pesquisa, trabalhos que mostrassem a importância da mobilidade urbana para que PcD possam desempenhar o papel de consumidores (CROSIER; HANDFORD, 2012).

Ainda no que tange às transformações que a possibilidade de mobilidade pode trazer para a vida das PcD, é importante que sejam empreendidos estudos na área de gestão de pessoas com foco no desempenho do trabalho produtivo por PcD. Também pode mensurar resultados interessantes pesquisas que se proponham a investigar o processo de decisão de compra de automóveis por PcD. Outro caminho de pesquisa poderia advir da observação do papel dos blogueiros e dos líderes informais nos grupos de email como fontes de informação para PcD no processo de compra de veículos

automotivos. Novas pesquisas, talvez também utilizando netnografia, poderiam investigar a influencia desses formadores de opinião na compra de outros produtos e

serviços por consumidores com deficiências.

Tabela 1: Síntese dos resultados por tipo de deficiência

Tipo da deficiência	Fugindo do grande vilão	Perseguindo a autonomia	Estigma e invisibilidade da deficiência	Elo com uma identidade perdida	Um belo sonho inacessível
Motora	Transporte Público (ônibus)	(Re) conquista da Autonomia; Busca da Identidade Adulta	Carro para camuflar a deficiência	Preservar o carro para preservar a identidade se deficiência	Foco na reabilitação
Visual	Transporte Público (ônibus)	Ideal inacessível	Incapacidade de dirigir como reforço do estigma	Associação nostálgica do carro com identidade sem deficiência	Foco na evolução tecnológica

Curiosamente, em meio às recentes tendências de busca de alternativas mais sustentáveis de transporte (FIRNKORN, 2012; MAU et al., 2008), não foi encontrada nenhuma indicação de preocupação nesse sentido por parte de PcD. Desta feita, outra pesquisa poderia explorar mais a fundo essa questão, buscando entender se há uma tendência de valorização de carros mais sustentáveis por parte das pessoas com deficiências.

deficiências que virão ao Brasil por ocasião da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016.

Por fim, cabe notar que muitas pesquisas alinhadas à perspectiva da transformative research podem ser empreendidas com foco em questões relativas a melhorias no sistema de transporte para atender às necessidades de atletas e turistas com

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABDALLA, M.; BRAVO, I. “Eu odeio Coca-Cola”: uma análise netnográfica sobre o discurso antimarca da comunidade virtual do Orkut. **Revista Estratégia & Negócios**, v.4, n.2, p.61-86, 2011.
- AMARAL, A. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista da Universidade Federal de São Paulo**, v.1, n.86, p.122-135, 2010.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BARNES, C. Understanding disability and the importance of design for all. **Journal of Accessibility and Design for All**, v.1, n.1, p. 55-80, 2011.
- BEARSE, P.; GURMU, S.; RAPARPORT, C.; STERN, S. Paratransit demand of disabled people. **Transportation Research**, v.38, p.809-831, 2004.
- BOURHIS, G.; HORN, O.; HABERT, O.; PRUSKI, A. An autonomous vehicle for people with motor disabilities. **Robotics & Automation Magazine**, v.8, n.1, p.20-28, 2002.
- BRANOWSKI, B.; PACHOLSKI, L.; RYCHIK, M.; ZABLOCKI, M.; POHL, P. Studies on a new concept of 3D Data integration about reaches and forces of a disabled person on a wheelchair. **Human Factors and Ergonomics in Manufacturing and Service Industries**, v.22, n.2, p.1-12, 2011.
- BRICHER, G. Disabled people, health professionals and the social model of disability: can there be a research relationship? **Disability & Society**, v.15, n.5, p.781-793, 2000.
- CARMIEN, S.; DAWE, M.; FISCHER, G.; GORMAN, A.; KINTSCH, A.; SULLIVAN, J. Socio-technical environments supporting people with cognitive disabilities using public transportation. **Transactions on Computer-Human Interaction**, v.12, n.2, p.233-262, 2005.
- CARVALHO, C. Política de Melhoria das Condições de Acessibilidade do Transporte Urbano no Brasil. **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. 2015.
- CORNWALL, T.; NEWTON, C. Dependence in consumer behavior research: exploring measurement. **Advances in Consumer Research**, v.33, n.1, p.543-548, 2007.
- COULSON, J.; NAPIER, M.; MATSEBE, G. Disability and universal access: observations on housing from the spatial and social periphery. In: WATERMEYER, B.; SWARTZ, L.; LORENZO, T.; SCHNEIDER, M.; PRIESTLEY, M. (Eds.). **Disability and social change: a South African Agenda**. Cape Town: HSRC Press, 2006. p.325-349.
- CRICHTON, S. Using digital tools in qualitative research: supporting integrity, simplicity, deep insight and social change. In: SILVA, C. (Ed.). **Online research methods in urban and planning studies**. Hershey: IGI Global, 2012. p.284-298.
- CROOKS, V.; DORN, M.; WILTON, R. Emerging scholarship in the geographies of disability. **Health & Place**, v.14, p.883-888, 2008.
- CRONIN, A. Mobility and market research: outdoor advertising and the commercial ontology of the city. **Mobilities**, v.3, n.1, p.95-115, mar. 2008.

CROSIER, A.; HANDFORD, A. Customer journey mapping as an advocacy tool for disabled people: a case study. **Social Marketing Quarterly**, v. 18, n. 1, p. 67-76, 2012.

DALL'ALBA, L. Educação sexual da pessoa caracterizada como deficiente mental: construção da autonomia. In: BIANCHETTI, L.; FREIRE, I. (Orgs.). **Um olhar sobre a diferença: interação, trabalho e cidadania**. 6. ed. Campinas: Papyrus, 2004. p.21-51.

DELBOSC, A.; CURRIE, G. Exploring the relative influences of transport disadvantage and social exclusion on well-being. **Transport Policy**, v.18, p.555-562, 2011.

EARL, P. Experiential analysis of automotive consumption. **Journal of Business Research**, v.1, n.1, p. 1-6, 2011.

EWING, R.; CERVERO, R. Travel and the built environment: a synthesis. **Transportation Research Record**, v. 1780, p. 87-114, 2001.

FARIA, M; CASOTTI, L. Representações e estereótipos das pessoas com deficiência como consumidoras: o drama dos personagens com deficiência em telenovelas brasileiras. **Organizações & Sociedade**, v. 21, p. 387, 2014.

_____; _____. Consumidores Socialmente Invisíveis: Pessoas com Síndrome de Down e a Barreiras do Ter. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD. **Anais...Costa do Sauípe**: Anpad, 2016.

_____; SILVA, J. Composto para restaurantes: atendendo consumidores com deficiência visual. **Revista Administração FACES Journal Belo Horizonte**, v.10, n.1, p.11-32, 2011

FIRNKORN, M. Selling mobility instead of cars: new business strategies of automakers and the impact on private vehicle holding. **Strategic Direction**, v.28, n.9, p.264-280, 2012.

GOFFMAN, E. **Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

HANDY, S.; CLIFTON, K. Local shopping as a strategy for reducing automobile travel. **Transportation**, v.28, n.4, p.317-346, nov. 2001.

HARGREAVES, J.; HARDIN, B. Women wheelchair athletes: competing against media stereotypes. **Disability Studies Quarterly**, v.29, n.2, p.7, 2009.

HENRIKSSON, P.; PETERS, B. Safety and mobility of people with disabilities driving adapted cars. **Scandinavian Journal of Occupational Therapy**, v.11, n.2, p.54-61, 2004.

HUNTER, S. **Foundations of Marketing Theory: toward a general theory of marketing**. London: Sharpe, 2002.

IRIGARAY, H.; VERGARA, S. O tempo como dimensão de pesquisa sobre uma política de diversidade e relações de trabalho. **Cadernos EBAPE.BR**, v.9, n.4, p.1085-1098, 2011.

IWARSSON, S.; STAHL, A. Accessibility, usability and universal design positioning and definition of concepts describing person-environment relationships. **Disability & Rehabilitation**, v.25, n.2, p.57-66, 2003.

KOZINETS, R. On netnography: initial reflection on consumer research investigation. **Advances in Consumer Research**, v.25, p.366-371, 1998.

KOZINETS, R. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, v.39, n.1, p.61-71, 2002.

LANG, G.; MAMONOV, S.; LANG, K. Netnography: an assessment of a novel research approach and its underlying philosophical assumptions. In: SILVA, C. (Ed.). **Online research methods in urban and planning studies**. Hershey: IGI Global, 2012. p.233-248.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

MAU, P.; EYZAGUIRRE, J.; JACCARD, M.; COLLINS-DODD, C.; TIEDEMANN, K. The 'neighbor effect': Simulating dynamics in consumer preferences for new vehicle technologies. **Ecological Economics**, v.68, p.504-516, 2008.

MEDEIROS, C.; LOEBEL, E.; CAVALHEIRO, T. Experiências sociais quando "amor está no ar": prazer e controle no ambiente de trabalho. **Revista Adm. FACES Journal Belo Horizonte** v. 14 n. 3 p. 75-93, 2015

LANGNER, S.; HENNIGS, N.; WIEDMANN, K. Social persuasion: targeting social identities through social influencers. **Journal of Consumer Marketing**, v.30, p.31-49, 2013.

LUGOSI, P.; JANTA, H.; WATSON, P. Investigative management and consumer research on the internet. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v.24, n.6, p.838-854, 2012.

MERCADO, R.; PÁEZ, A.; NEWBOLD, K. Transport policy and the provision of mobility options in an aging society: a case study of Ontario, Canada. **Journal of Transport Geography**, v.18, p.649-666, 2010.

MERTENS, D. **Research and evaluation in education and psychology**: integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods. Thousand Oaks: SAGE, 2009.

MERTENS, D. Transformative considerations: inclusion and social justice. **American Journal of Evaluation**, v.28, n.1, p.86-90, 2007.

MESSA, A.; FIAMENGI Jr, G. O impacto da deficiência nos irmãos: histórias de vida. **Ciência e Saúde Coletiva**, v.15, n.2, p.529- 538, 2010.

MICK, D. Meaning and mattering through transformative consumer research. **Advances in Consumer Research**, v.33, n.1, p.1-4, 2006.

MINOWA, Y.; VISCONTI, L.; MACLARAN, P. Researchers' introspection for multi-sited ethnographers: a xenoheteroglossic autoethnography. **Journal of Business Research**, v.65, n.4, p.483-489, abr. 2012.

MONTARDO, S.; CORDEIRO, B. Estigma em blogs de pessoas com deficiência auditiva. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v.12, n.1, p.1-15, 2009.

MONTARDO, S.; PASSERINO, L. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. **Revista Renote**, v.4, n.2, p.1-10, 2006.

MONACELLI, E.; DUPIN, F.; DUMAS, C.; WAGSTAFF, P. A review of the current situation and some future developments to aid disabled and senior drivers in France. **Ingénierie et Recherche Biomédicale**, v.30, p.234-239, 2009.

- NELSON, A. The invisible cultural group: images of disability. In: LESTER,P.; ROSS, S. (Eds.).**Images that injure: pictorial stereotypes in the media**. Westport: Praeger Publishers, 2003. p.176-192.
- NEWMAN, P.; KENWORTHY, J. **Sustainability and cities: overcoming automotive dependence**. Washington: Island Press, 1999.
- PAVIA, T.; MASON, M. Inclusion, exclusion and identity in the consumption of families living with childhood disability. **Consumptions Markets & Culture**, v.15, p.87-115, 2012.
- PENTINA, I.; AMOS, C. The Freegan phenomenon: anti-consumption or consumer resistance? **European Journal of Marketing**, v.45, n.11/12, p.1768-1778, 2011.
- PRASAD, R.; HUNTER, J.; HANLEY, J. Driving experiences of disabled drivers. **ClinicalRehabilitation**, v.20, n.5, p.445-450, 2006.
- RESENDE, M.; CAVALCANTI, A.; ANDRADE, V. Veículo adaptado: caracterização de suas adaptações e do perfil de seus condutores. **Cadernos de TerapiaOcupacional**, v.20, n.1, 2012.
- ROSS, T.; CASTRONOVA, E.; WAGNER, G Empirical research methods in virtual worlds. In: SILVA, C. (Ed.). **Online research methods in urban and planning studies**. Hershey: IGI Global, 2012. p. 299-311.
- SAMBHANTHAN, A.; GOOD, A. Implications for improving accessibility to e-commerce websites in developing countries: a study of hotel websites. **International Journal of Knowledge-Base Organizations**, v.2, n.2, p.1-20, 2012.
- SANDLIN, J. Netnography as a consumer education research tool. **International Journal of Consumer Studies**, n.31, p.288-294, 2007.
- SCHMÖCKER, J.; QUDDUS, M.; NOLAND, R.; BELL, M. Mode choice of older and disabled people: a case study of shopping trips in London. **Journal of Transport Geography**, v.16, p.257-267, 2008.
- SHAND, J.; SIVEWRIGHT, J. Car driving for the severely physically disabled: the American experience. **Paraplegia**, v.2, p.697-699, 1994.
- SMITH, E. Pimp my wheelchair!: the supply and demand for personalized wheelchairs. **Explorations**, v. 8, p. 17-32, 2005.
- SORON, D. Driven to drive: cars and the problem of ‘compulsory consumption’. In: CONLEY,J.; McLAREN, A. (Eds.). **Car troubles: critical studies of automobility**. Farnham/Burlington: Ashgate Publishing, 2009. p.181-196.
- STONE, E.; PRIESTLEY, M. Parasites, pawns and partners: disability research and the role of non-disabled researchers. **British JournalofSociology**, v.47, n.4, p.699-716, 1996.
- VASH, C. **Enfrentando a deficiência**. São Paulo: Pioneira / Editora da USP, 1988.
- XUN, J.; REYNOLDS, J. Applying netnography to market research: the case of the online forum. **Journal of Targeting, Measurement & Analysis for Marketing**, v.18, n.1, p.17-31, 2010.

Contato

Marina Dias de Faria,

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

E-mail: marinafaria86@hotmail.com

Letícia Casotti

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Email: leticia@coppead.urfrj

José Luis Carvalho

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Email: zkcarvalho@hotmail.com