

# REPRESENTAÇÃO DO AUTISMO NA MÍDIA: REVISÃO INTEGRATIVA

## 1 INTRODUÇÃO

A temática do TEA (Transtorno do Espectro Autista) tem sido cada vez mais objeto de discussão da mídia nos mais variados canais de comunicação (DRAUCKER, 2020). A mídia desempenha um papel crucial na formação de percepções públicas e na disseminação de informações sobre o autismo, influenciando tanto a compreensão quanto às atitudes da sociedade em relação às pessoas autistas (TEIXEIRA, 2020). No entanto, apesar de um aumento da presença do tema na mídia, a forma como o autismo é retratado muitas vezes pode ser estereotipada, simplificada ou até mesmo errônea, contribuindo para a perpetuação de mitos e preconceitos (GOMIDE; MIRANDA, 2018).

No jornalismo, a cobertura sobre o autismo muitas vezes enfatiza histórias dramáticas ou sensacionalistas, focando em comportamentos extremos ou dificuldades intensas. Isso pode criar uma percepção pública distorcida, onde o autismo é visto principalmente como um fardo ou uma tragédia (RIOS et al., 2015). Isso também ocorre na comunicação mercadológica, na qual raramente pessoas autistas são incluídas de maneira autêntica e com suas vivências realmente representadas (KLEIN, 2023). Sua representação é frequentemente romantizada ou são usadas de forma tokenista para transmitir uma imagem de diversidade e inclusão sem um compromisso real com a causa apesar do interesse mercadológico (JONES et al., 2023). Essa abordagem superficial não contribui para uma compreensão mais profunda ou para a quebra de estereótipos, perpetuando preconceitos e promovendo simplificações que não refletem a amplitude e complexidade do espectro (CARVALHO, 2022).

Embora o tema tenha ganhado mais projeção e alcance nos últimos anos, essas representações na mídia não só oferecem uma visão unilateral do autismo, mas também obscurecem a diversidade de experiências e habilidades dentro do espectro, contribuindo para a manutenção de preconceitos e incompreensões (JONES et al., 2023). Segundo Teixeira (2020) quando a informação não é embasada em fatos, ciência e principalmente na vivência do indivíduo autista, a legitimação do conteúdo sofre um descrédito, um ruído, podendo muitas vezes gerar o contrário do que se espera: atitudes e pensamentos preconceituosos que podem distanciar ainda mais a a sociedade da realidade das pessoas com TEA.

Para Murray (2008), considerando que toda representação na mídia exige um recorte, nunca haverá uma representação totalmente fiel ao que as pessoas autistas experienciam na prática, visto que o transtorno se caracteriza por um espectro, conferindo características e vivências diferentes para cada indivíduo autista. Porém, Kapp (2020), ressalta que a melhor maneira de trazer mais autenticidade é trazendo a voz e a atuação direta das próprias pessoas autistas para essas representações.

Ainda são escassas na mídia, principalmente a mercadológica, representações mais autênticas e empáticas ao espectro autista, retratando as personagens de maneira multidimensional, mostrando suas habilidades, desafios e a complexidade de sua vida emocional e social sem recorrer a estereótipos simplistas ou romantizados, dando assim voz e visibilidade às experiências reais de pessoas autistas (BIRCH, 2024; WEBB, 2024; MALAS, 2022). Dar voz a causa autista através de conteúdos gerados por autistas pode ser uma forma de oferecer uma visão mais genuína das suas vivências, além de também empoderar outros autistas ao verem suas histórias e perspectivas validadas e representadas (AZEVEDO, 2020; DIAS et al, 2021). Com base nesse contexto, esse trabalho tem como objetivo levantar e analisar a produção acadêmica relacionada à temática da representação do autismo na mídia a fim de realizar uma apreciação crítica do estado da arte sob a ótica da comunicação contraintuitiva.

## 2 REPRESENTAÇÃO DO AUTISMO NA MÍDIA

A mídia desempenha um papel crucial na formação e perpetuação de estereótipos sobre o autismo. Representações inadequadas e estereotipadas do autismo na mídia podem reforçar preconceitos e capacitismo, perpetuando a visão de que pessoas autistas são incapazes ou socialmente inadequadas.

Bottema-Beutel et al. (2020) destacam que a falta de uma representação autêntica do autismo na mídia resulta em uma compreensão distorcida do que significa viver com TEA. A tendência da mídia de focar em histórias excepcionais ou dramáticas sobre autismo, como gênios autistas ou crianças problemáticas, não representa a diversidade do espectro autista e pode levar a expectativas irrealistas ou estigmatizadas.

A vivência autista é dificultada pela estigmatização de suas características a partir de estereótipos enraizados sobre o autismo, o que coloca o indivíduo autista muitas vezes em um contexto de exclusão e discriminação (SILVA et al., 2012).

Sob a ótica da abordagem tokenista, observa-se que os discursos midiáticos muitas vezes aparentam promover inclusão, mas de forma ambígua ou superficial. Segundo Caprara e Rodrigues (2019), o tokenismo se manifesta quando uma mensagem que parece inclusiva ou empática esconde, na verdade, a manutenção de estruturas simbólicas de exclusão. Isso ocorre, por exemplo, quando há uma aparente celebração da diversidade, mas apenas por meio de casos excepcionais, que acabam por desumanizar e distanciar o público da realidade cotidiana da maioria das pessoas no espectro.

Adicionalmente, é importante considerar que quando a presença de uma pessoa autista é utilizada pontualmente para representar a diversidade de maneira simbólica, mas sem proporcionar espaço real para suas vozes ou experiências, conforme apontam Bumiller (2008) e Milton (2012), esse tipo de representação serve mais para atender a demandas estéticas de inclusão do que para efetivamente promover o reconhecimento da neurodiversidade. Isso reduz o autista a uma função representacional instrumental, não como sujeito pleno de direitos e narrativas próprias.

A ausência de uma perspectiva interseccional nas representações midiáticas do autismo contribui para a manutenção de estereótipos limitantes e excludentes, que retratam majoritariamente homens brancos, cisgêneros e heteronormativos, reforçando uma visão homogênea da condição. Essa abordagem invisibiliza as experiências de mulheres autistas, pessoas negras, trans e de contextos periféricos, o que não apenas compromete a visibilidade dessas identidades, mas também perpetua barreiras no acesso a diagnósticos e apoios adequados. Como apontam ORTEGA (2009) e JACK (2021), os meios de comunicação desempenham um papel central na construção do imaginário social sobre o autismo, e a ausência de diversidade nessas representações reforça narrativas simplificadas e despolitizadas, que ignoram as dimensões sociais, culturais e estruturais que atravessam a vivência autista. A interseccionalidade, portanto, deve ser considerada como ferramenta crítica nas práticas comunicacionais, a fim de ampliar o espectro de vozes e corpos autistas representados e combater a exclusão simbólica nos espaços midiáticos.

A forma como o Transtorno do Espectro Autista (TEA) é representado na mídia tem efeitos diretos na construção social de sentidos sobre o autismo. A mídia, ao selecionar determinados aspectos para retratar esse grupo, contribui para sua visibilidade, mas também pode reforçar estigmas, estereótipos ou invisibilizações (JONES ET AL., 2023).

Representações Estigmatizantes e Capacitistas: A abordagem estigmatizante, por vezes associada à perspectiva capacitista, enxerga o autismo como uma condição exclusivamente deficiente, enfatizando limitações e distúrbios de forma descontextualizada. Tais imagens promovem uma percepção de anormalidade e inadequação social, reduzem o autismo a uma

série de sintomas limitantes desvinculados de contexto, contribuindo para a construção de estigmas sociais e capacitistas. (ZHANG ET AL., 2024).

**Representações Estereotipadas:** As representações estereotipadas do autismo na mídia se apoiam em arquétipos como o “gênio incompreendido”, o “excêntrico” ou o “desconectado do mundo”. Esses modelos simplificadores, embora menos abertamente estigmatizantes, são igualmente problemáticos, pois reduzem a imensa diversidade do espectro a personagens unidimensionais (WOLFF, 2018). Esses retratos reforçam padrões fixos de percepção como isolamento social ou savantismo, condição rara caracterizada por habilidades extraordinárias como memória excepcional, cálculo, música, arte ou desenho (TREFFERT, 2009). Essas representações obscurecem a pluralidade das manifestações clínicas e subjetivas do TEA (MAICH et al., 2020). Além disso, pesquisas que analisaram a percepção da comunidade autista revelam preocupação com personagens que sacralizam a genialidade, características excepcionais ou desconexão com o mundo real, reforçando visões reducionistas do espectro (WOLFF et al., 2024; NORDAL-HANSEN et al., 2022). A maioria dos personagens autistas em mídias audiovisuais são homens brancos com habilidades extraordinárias, o que ignora tanto a diversidade de gênero e etnia quanto a variação de suporte necessária ao longo da vida (BURY et al., 2022; CHOW; HAYAKAWA, 2022).

**Representações Sensacionalistas e Dramáticas:** Representações sensacionalistas abordam o autismo a partir de uma perspectiva dramática e, por vezes, exploratória. Essa tipificação prioriza o impacto emocional, muitas vezes às custas da precisão científica ou do respeito à dignidade das pessoas retratadas (JONES ET AL., 2023). A espetacularização do sofrimento, destacando as dificuldades e a tragédia familiar, ou a apresentação do "milagre da superação" contribuem para a manutenção de uma lógica de exceção, que pode desumanizar pessoas autistas ao invés de normalizar a convivência com a diferença (HOLTON et al., 2014).

**Representações Mais Autênticas e Diversificadas:** Representações mais nuançadas e autênticas, buscam dar visibilidade as múltiplas formas de ser autista, incorporando a perspectiva da neurodiversidade de forma mais realista e sensível e, muitas vezes, contam com a participação ativa de pessoas autistas na produção de conteúdo (STEINER-HOFBAUER ET AL., 2025). Essas narrativas evitam generalizações e buscam retratar a complexidade emocional, social e cognitiva dos sujeitos com TEA, contribuindo para representação da diversidade identitária dentro do espectro, o que pode ajudar na redução do preconceito e estigmatização. Essas narrativas evitam modelos padronizados e promovem maior inclusão e visibilidade realista. (WEBBER et al., 2024). Retratos midiáticos que destacam atributos individuais e evitam generalizações, têm mostrado melhora nas atitudes do público, desafiam estigmas e promovem maior compreensão do TEA (JONES ET AL., 2023).

### 3 MÉTODO

A revisão integrativa da literatura foi realizada a partir de um levantamento bibliométrico com uma análise crítica das publicações acadêmicas para verificar o estado da arte da produção acadêmica referente a representação do autismo no contexto da comunicação.

O processo de busca foi realizado no mês de fevereiro de 2025, em que as palavras autismo ou autista foram associadas as palavras comunicação, marketing, publicidade ou mídia, além de comunicação contraintuitiva. As bases de dados utilizadas para a busca foram Portal Capes, Scielo, Proquest, Scopus e ResearchGate. Em todos os casos, utilizou-se o mecanismo de busca avançada, a fim de trabalhar com as combinações supracitadas.

Os critérios de inclusão foram publicações em periódicos acadêmicos e artigos de congressos, disponíveis como texto completo na internet e escritas em inglês, português ou espanhol. Os critérios de exclusão, por sua vez, foram todas as outras formas de publicação, além de estudos de outras áreas de conhecimento não congruentes com as Ciências Sociais

Aplicadas. Foram identificados 84 artigos aderentes, que, após a eliminação de casos de duplicidade, resultaram em 42 estudos diferentes.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo mapear e analisar a produção acadêmica sobre as representações do autismo nas mídias sob a ótica da comunicação contraintuitiva. A revisão integrativa da literatura realizada permitiu identificar 42 estudos aderentes ao tema, oferecendo um panorama sobre como o espectro autista tem sido retratado nas narrativas midiáticas contemporâneas. Trata-se de um tema relativamente recente, que ganhou progressiva atenção a partir da década de 2010, com destaque pós 2020.

Considerando a natureza metodológica dos artigos, observa-se um caráter marcadamente exploratório e descritiva, com foco na análise crítica das representações do autismo nos meios de comunicação e na compreensão das percepções em torno dessas narrativas. Embora cada artigo possua um escopo específico, eles compartilham um interesse comum: compreender como a mídia constrói, perpetua ou transforma percepções sociais sobre o autismo. As análises demonstram um reconhecimento do papel de cada uma das mídias tanto na reprodução de estigmas quanto na possibilidade transformação de imaginários sociais sobre o autismo. Em síntese, os estudos mapeados revelam uma abordagem cada vez mais interseccional e multimodal, que integra múltiplos ambientes comunicacionais — do tradicional ao digital e ao publicitário, destacando o potencial das diferentes mídias serem usadas como instrumentos de crítica social e de inclusão, ampliando as possibilidades para futuras discussões no campo da comunicação contraintuitiva.

Mais importante, foi observado um cenário preocupante no que diz respeito à representação do autismo nas mídias. A maioria das ocorrências concentra-se em abordagens estigmatizantes e capacitistas (19) ou estereotipadas (10), revelando uma forte tendência à reprodução de discursos excludentes e de valência negativa a causa. Esses resultados dialogam com Bottema-Beutel et al. (2020), que alertam para o impacto negativo de imagens estereotipadas, simplificadas ou sensacionalistas no imaginário social sobre o TEA, reforçando mitos e impedindo a compreensão da complexidade da neurodiversidade. A presença significativa dessas abordagens negativas revela que o discurso midiático ou social sobre o autismo ainda é majoritariamente problemático e pouco sensível às reais experiências e diversidade da condição, pois essas abordagens limitam a compreensão pública sobre o autismo e reforçam preconceitos contribuindo para a manutenção de barreiras sociais e simbólicas enfrentadas por pessoas autistas

A contribuição teórica deste trabalho consiste em aproximar de forma original o conceito de comunicação contraintuitiva ao campo da representação do autismo nas mídias. Até então, a comunicação contraintuitiva havia sido explorada majoritariamente em contextos ligados à representação de raça, gênero e padrões estéticos. Ao aplicar esse referencial à neurodiversidade, o estudo amplia o escopo teórico da comunicação contraintuitiva, demonstrando sua potência como ferramenta analítica para identificar e tensionar discursos hegemônicos e capacitistas em relação ao espectro autista.

Além disso, o trabalho contribui para o campo da comunicação crítica ao evidenciar como discursos midiáticos – mesmo quando aparentemente inclusivos – podem reproduzir tokenismo, estereótipos e apagamentos simbólicos. Na prática midiática, o uso de estereótipos costuma ser um atalho eficiente: eles condensam informações complexas em imagens ou narrativas facilmente reconhecíveis, compartilhadas socialmente e de rápida assimilação. No entanto, essa mesma facilidade pode perpetuar visões simplificadas, enviesadas ou mesmo prejudiciais. Por isso, a mídia também deve assumir o papel de mecanismo questionador. Romper com o uso automático de estereótipos e investir em narrativas mais nuançadas é uma

forma de produzir uma comunicação contraintuitiva — que surpreende, desloca expectativas e convida à reflexão crítica. Nesse sentido, esse estudo reforça a importância de repensar os critérios de inclusão simbólica nas mídias, propondo que a ruptura contraintuitiva ocorra quando há protagonismo autista, escuta ativa e desestabilização das narrativas normativas.

Enquanto a implicação gerencial deste trabalho está relacionada à necessidade de transformações nas práticas comunicacionais de marcas, agências de publicidade, empresas e veículos de mídias. Os resultados revelam que as representações do autismo nas mídias ainda são majoritariamente capacitistas, estigmatizantes ou baseadas em estereótipos, o que pode comprometer a credibilidade das marcas e a eficácia das campanhas junto a públicos cada vez mais críticos e atentos à autenticidade do discurso, principalmente através do acesso à informação nas mídias digitais. Nesse contexto, abordagens mais autênticas e alinhadas com os princípios da comunicação contraintuitiva podem, assim, fortalecer a reputação institucional, gerar identificação real com o público e contribuir para uma comunicação mais efetiva que gera conexão real, além de socialmente responsável.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, L. A. Transtorno do Espectro Autista. Departamento Científico de Pediatria do Desenvolvimento e Comportamento. n. 5, abr. 2019.
- AZEVEDO, A. L. Comunicação e neurodiversidade: um estudo sobre a produção de conteúdo online por neurodivergentes. Cáspes Líbero, 2020.
- AZEVEDO, ANA LAURA. Comunicação e neurodiversidade: um estudo sobre a produção de conteúdo online por neurodivergentes. Iniciação científica do Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cáspes Líbero, 2020.
- BOTTEMA-BEUTEL, K. et al. Avoiding ableist language: Suggestions for autism researchers. *Autism in Adulthood*, v. 2, n. 1, p. 18–29, 2020.
- BOTTEMA-BEUTEL, K. et al. *Critical Autism Studies*, 2020.
- BUMILLER, K. Quirky Citizens: Autism, Gender, and Reimagining Disability. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, v. 33, n. 4, p. 967–991, 2008.
- BURY, S. M. et al. Representation of autism in fictional media: a systematic review of media content and its impact on viewer knowledge and understanding of autism. *Autism*, v. 27, n. 6, p. 1503–1517, 2023.
- CARVALHO, Lucrécia. O autismo na publicidade: como campanhas de publicidade têm falado sobre transtornos do espectro do autismo?, 2022.
- CHOW, R.; HAYAKAWA, J. *Diverse representations of autism in media: a content analysis of current portrayals and implications for public understanding*. *Current Psychology*, v. 43, p. 1846–1862, 2022.
- CHRISTIAN, H. Capacitismo e Discriminação, 2018.
- CLARKE, J. N. The portrayal of autism in mainstream media: Implications for public perception and community inclusion. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, v. 22, n. 3, p. 225–235, 2012.
- DA ROSA, Adriana; FERREIRA, Raquel. O “olhar” da imagem do transtorno do espectro autista em *The Good Doctor e Atypical*. *Revista ALTERJOR*, v. 2, n. 30, jul.-dez. 2024.
- DELFO, M. F. *Wondering About the World About Autism Spectrum Conditions*. [S. l.]: SWP, 2016.
- DIAS, M. et al. Representações sociais sobre o autismo elaboradas por estudantes universitários. *Psico-USF, Bragança Paulista*, v. 26, n. 1, p. 109-118, 2021.
- DOVIDIO, J. F. et al. Prejudice, stereotyping and discrimination: theoretical and empirical overview. In:
- DRAUCKER, C. B. Media representations of autism: Implications for public understanding. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, v. 50, n. 8, p. 2804–2815, 2020.
- GESSER, A. et al. *Estudos da deficiência no Brasil: mapeamento de produções e discussões acadêmicas*. São Paulo: EdUFABC, 2020.
- GOMIDE, D. A.; MIRANDA, L. M. Estereótipos midiáticos sobre o autismo: um olhar discursivo. *Revista Comunicação & Educação*, v. 23, n. 2, p. 111-125, 2018.

- GRAY, D. E. Perceptions of stigma: The parents of autistic children. *Sociology of Health & Illness*, v. 15, n. 1, p. 102-120, 1993.
- HAN, Z. et al. Perceptions of autism and stigma in media: A cross-sectional analysis of narrative framing. *Archives of Psychiatric Nursing*, v. 43, 2023.
- HOLTON, A. E. et al. *A Threatening Space?: Stigmatization and the Framing of Autism in the News*. *Communication Studies*, v. 65, n. 3, p. 195–214, 2014.
- HUNGERFORD, S. et al. **Autism stereotypes and stigma: The impact of media representations**. *Australian Journal of Psychology*, 2025.
- JACK, Jordynn. *Autism and Gender: From Refrigerator Mothers to Computer Geeks*. Urbana: University of Illinois Press, 2021.
- JONES, S. C. et al. (2023). *Representation of Autism in Fictional Media: A Systematic Review of Media Content and Its Impact on Viewer Knowledge and Understanding of Autism*. *Autism*, 27(8): 2205–2217.
- KAPP, S. K. *Autistic community and the neurodiversity movement: Stories from the frontline*. Palgrave Macmillan, 2020.
- KLEIN, E. (2023). *How Autism Representation in the Media Influences People's Attitudes: A Literature Review*. Parkland College Honors Thesis.
- LING, C. Y. et al. Attitudes toward people with autism among Hong Kong Chinese and their cultural correlates. *Journal of Developmental and Physical Disabilities*, v. 22, n. 3, p. 279-289, 2010.
- MELLO, A. G. Capacitismo e corponormatividade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 31, n. 91, p. 3272-3275, 2016.
- MILTON, D. E. M. *A mismatch of salience: Explorations of the nature of autism from theory to practice*. Pavement Publishing, 2017.
- MURRAY, S. *Representing Autism: Culture, Narrative, Fascination*. Liverpool: Liverpool University Press, 2008.
- NORDAL-HANSEN, A.; OUSDAHL, O. G.; FETALVERO, R. *Research meets reality TV: how the media stigmatizes autism and why it matters*. *Frontiers in Psychology*, v. 13, 2022.
- RIOS, D. et al. Da invisibilidade à epidemia: a construção narrativa do autismo na mídia impressa brasileira. *Interface (Botucatu)*, Botucatu, v. 19, n. 55, p. 171-184, 2015.
- ROBIN, Gabriely; ALMAHALHA, Lucueny. A representação do Transtorno do Espectro Autista por produções audiovisuais em plataformas streaming. In: *Autismo: avanços e desafios*, v. 2. São Paulo: Editora Científica Digital, 2022. ISBN 978-65-5360-107-9.
- SILVA, A. R. et al. Representações sociais do autismo: entre o estigma e a empatia. *Revista CEFAC*, v. 14, n. 4, p. 742–750, 2012.
- STEINER-HOFBAUER et al. *Comparing the portrayal of #autism and #neurodiversity on TikTok: creators, content, and representation*. *Wiener Medizinische Wochenschrift*, 2025
- TEIXEIRA, M. C. T. V.; CAPRARA, A. Autismo na mídia: entre o sensacionalismo e a construção da empatia. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, v. 24, e190729, 2020.
- WEBBER, C. et al. *Representation in fiction books: Neurodivergent young people's perceptions of the benefits and potential harms*. *SAGE Journals*, 2024.
- WOLFF, M. et al. *Perception of the portrayal of autism in Netflix's Atypical within the autism community*. *Autism in Adulthood*, v. 6, n. 1, p. 22–31, 2024.
- ZHANG, Y.; HUANG, Y.; CHEN, J. *How is autism portrayed in news media? A corpus-based, mixed-methods analysis in China*. *Frontiers in Communication*, Lausanne, v. 9, art. 1460556, 2024.