

AUTOIMAGEM, DIREITOS E REPRESENTAÇÕES DIGITAIS DE INFLUENCIADORES AUTISTAS: UMA REVISÃO INTEGRATIVA SOBRE NEURODIVERSIDADE E PROPRIEDADE INTELECTUAL

SELF-IMAGE, RIGHTS, AND DIGITAL REPRESENTATIONS OF AUTISTIC INFLUENCERS: AN INTEGRATIVE REVIEW ON NEURODIVERSITY AND INTELLECTUAL PROPERTY

Maryane Francisca Araujo de Freitas Cavalcante¹

Miranisia Aparecida de Araujo Freitas Lopes²

Carmen Mary Pereira Araujo de Freitas³

João Gabriel Freitas Cavalcante⁴

Daniel Venícius de Sousa Lopes⁵

Gerardo Pereira de Sousa⁶

RESUMO: O estudo analisa a construção da autoimagem de influenciadores autistas nas mídias sociais, articulando questões de neurodiversidade, direitos autorais e proteção da imagem. O objetivo é compreender como a visibilidade digital impacta a identidade e os direitos desses sujeitos. Utilizou-se a metodologia de revisão integrativa da literatura, conforme Souza, Silva e Carvalho (2010), com abordagem qualitativa e exploratória. Foram selecionados estudos publicados entre 2020 e 2025, nas bases SciELO, PubMed, Web of Science, LILACS e Google Scholar, utilizando descritores em três idiomas. A análise temática, revelou duas categorias centrais: Autoimagem e identidade neurodivergente; e Propriedade intelectual e direito à imagem. Conclui-se que, apesar do potencial emancipatório das mídias sociais, é necessário o fortalecimento de marcos regulatórios e políticas públicas que reconheçam a autoria digital e protejam os direitos das pessoas autistas no ambiente virtual.

9470

Palavras-chave: Autismo. Autoimagem. Influenciadores Digitais. Propriedade Intelectual. Direito à Imagem.

ABSTRACT: This study analyzes the construction of self-image by autistic influencers on social media, articulating issues of neurodiversity, copyright, and image protection. The objective is to understand how digital visibility impacts the identity and rights of these individuals. An integrative literature review methodology was used, based on Souza, Silva, and Carvalho (2010), with a qualitative and exploratory approach. Studies published between 2020 and 2025 were selected from the SciELO, PubMed, Web of Science, LILACS, and Google Scholar databases, using descriptors in three languages. Thematic analysis revealed two central categories: self-image and neurodivergent identity; and intellectual property and image rights. The study concludes that, despite the emancipatory potential of social media, there is a need to strengthen regulatory frameworks and public policies that recognize digital authorship and protect the rights of autistic individuals in digital environments.

Keywords: Autism. Self-image. Digital Influencers. Intellectual Property. Image Rights.

¹Mestranda em Propriedade Intelectual – Instituto Federal do Piauí (IFPI).

²Musicoterapeuta – Faculdade CENSUEG.

³Enfermeira – UNINOVAFAPI.

⁴Graduando Bach. em Ciências da Computação – Universidade Federal do Piauí (UFPI)

⁵Graduando Bach. em direito – UNINASSAU.

⁶Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual – Instituto Federal do Piauí (IFPI).

I. INTRODUÇÃO

As mídias sociais têm se consolidado como plataformas estratégicas de visibilidade, pertencimento e reivindicação identitária para sujeitos historicamente marginalizados, como pessoas autistas e outras pessoas com deficiência. Mais do que simples canais de comunicação, esses ambientes digitais configuram-se como espaços de produção de subjetividades e resistência simbólica, nos quais é possível compartilhar vivências, construir redes de apoio e desafiar discursos normativos que por muito tempo silenciaram ou patologizaram essas existências (Verdoold, 2024).

Nesse contexto, a presença de pessoas neurodivergentes nas mídias sociais tem ampliado as fronteiras da autoexpressão e provocado tensões importantes nas estruturas sociais historicamente excludentes, ao reposicioná-las como protagonistas na construção de novas narrativas sobre identidade, pertencimento e diferença. No caso da comunidade autista, essas plataformas digitais desempenham um papel estratégico, pois oferecem ambientes mais controláveis e previsíveis, favorecendo a comunicação mediada por computador (CMC) como alternativa viável às interações presenciais, frequentemente marcadas por barreiras sensoriais e interpessoais (Backman *et al.*, 2018).

Assim, para um grupo frequentemente marcado por desafios na comunicação interpessoal e na interação social, as mídias sociais oferecem alternativas comunicacionais mais acessíveis e menos excludentes. A possibilidade de controlar o tempo da resposta, modular a exposição e estruturar o discurso de forma escrita ou visual contribui para a autonomia comunicacional dos sujeitos neurodivergentes. Nesse cenário, a internet deixa de ser apenas uma ferramenta de conexão e passa a atuar como um dispositivo estruturante de inclusão, pertencimento e emancipação identitária, permitindo que pessoas autistas se apresentem em sua autenticidade, ampliem sua voz pública e participem ativamente da construção de novas narrativas sociais sobre o autismo (Kapetansky, 2022).

Para Antunes (2018), embora a visibilidade digital represente um instrumento de empoderamento para grupos historicamente marginalizados, ela também expõe esses sujeitos a riscos significativos, como o uso indevido da imagem, a apropriação não autorizada de conteúdos autorais e a monetização por terceiros sem consentimento. Essas vulnerabilidades são agravadas pelas dinâmicas próprias das mídias sociais marcadas pela hiperexposição, pela circulação massiva de dados e pela escassa regulamentação.

Diante disso, o presente estudo tem como objetivo analisar como a autoimagem de influenciadores autistas é construída discursivamente nas redes sociais, investigando as implicações legais associadas à propriedade intelectual, ao direito à imagem e à proteção de dados, a partir de uma abordagem que articula análise crítica do discurso e revisão integrativa da literatura.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Compreender a autoimagem de influenciadores autistas nas mídias digitais requer uma abordagem interdisciplinar robusta, que integre aportes da neurodiversidade, da análise crítica do discurso, da CMC e dos marcos jurídicos relacionados ao direito à imagem e à propriedade intelectual. Essa articulação é essencial para analisar como sujeitos neurodivergentes constroem e performam suas identidades em ambientes digitais, desafiando estigmas e, ao mesmo tempo, enfrentando vulnerabilidades legais e comunicacionais. Trata-se de um campo que demanda não apenas sensibilidade sociocultural, mas também rigor teórico e jurídico para compreender os tensionamentos entre visibilidade, autoria e proteção no espaço digital (Grinker, 2020).

Com isso, a CMC pode oferecer vantagens significativas para indivíduos autistas, ao reduzir a exigência de sinais sociais complexos e permitir mais tempo para o processamento e formulação de respostas. Para muitos, as tecnologias digitais não apenas ampliam suas habilidades comunicativas e cognitivas, como também criam formas inéditas de interação social que seriam inviáveis em contextos presenciais. A internet, nesse sentido, se consolida como um território fértil para o surgimento de comunidades autistas, facilitando amizades, ativismos e o compartilhamento de experiências. Contudo, esse ambiente também apresenta riscos, como a superexposição e o *cyberbullying*, exigindo estratégias de proteção e regulação mais robustas para garantir uma inclusão digital verdadeiramente segura (Verdoold, 2024).

O conceito de neurodiversidade propõe uma mudança paradigmática na compreensão do autismo, ao rejeitar abordagens medicalizantes centradas na cura e valorizar as diferenças cognitivas como expressões legítimas da diversidade humana. Nessa perspectiva, o autismo é entendido como parte inseparável da identidade do sujeito: não algo que se “tem”, mas que se “é”. Essa visão tem se fortalecido especialmente em ambientes digitais, que oferecem condições mais previsíveis, controláveis e inclusivas para que pessoas autistas expressem suas subjetividades, construam pertencimento e desafiem discursos patologizantes historicamente impostos por modelos biomédicos tradicionais (Villatoro, 2022).

Contudo, plataformas como Facebook e Instagram têm se consolidado como ferramentas de empoderamento para pessoas autistas e suas redes de apoio, ao funcionarem como uma espécie de “prótese cognitiva”. Esse conceito expressa uma metáfora que ilustra o papel mediador das mídias sociais na superação de desafios comunicacionais típicos do TEA. Ao possibilitarem interações assíncronas, ambientes previsíveis e maior controle sobre os modos de expressão, essas plataformas favorecem a comunicação tanto entre pares neurodivergentes quanto com indivíduos neurotípicos, ampliando o acesso à participação social, ao pertencimento comunitário e à visibilidade identitária (Antunes, 2018).

Influenciadores autistas têm utilizado as mídias digitais como espaços estratégicos de autorrepresentação, por meio dos quais desafiam estereótipos reducionistas e narrativas homogêneas sobre o autismo veiculadas pela mídia tradicional. Ao compartilharem suas vivências de forma autêntica, esses sujeitos ampliam o repertório social sobre o que significa ser autista, promovendo uma visão mais plural, complexa e humana da neurodivergência. Suas postagens não apenas normalizam traços autistas, mas também contribuem para a construção de identidades positivas, fortalecendo o senso de pertencimento e reconhecimento dentro e fora da comunidade autista (Villatoro, 2022).

A autorrepresentação de influenciadores autistas nas redes sociais suscita reflexões relevantes sobre os direitos de imagem e a proteção da propriedade intelectual, especialmente diante das lacunas existentes entre o avanço acelerado das tecnologias digitais e a capacidade da legislação de acompanhá-las. Nesse cenário, a exposição de conteúdos autorais e identitários torna-se uma prática potente, porém vulnerável, evidenciando a urgência de marcos regulatórios mais inclusivos e atualizados que garantam a esses sujeitos o controle sobre sua imagem, suas narrativas e sua produção intelectual no ambiente virtual (Sun *et al.*, 2024). 9473

A criação e o compartilhamento de conteúdos autorais como textos, vídeos, imagens e performances por influenciadores autistas configura uma forma legítima de produção intelectual e expressão criativa. Durante décadas, pessoas autistas foram silenciadas ou representadas por terceiros de maneira estereotipada e desumanizante, tendo suas identidades construídas sem participação ativa. No entanto, as tecnologias digitais romperam esse ciclo, ao viabilizar que sujeitos autistas assumam o protagonismo de suas próprias narrativas, estabeleçam vínculos significativos e projetam identidades sociais mais autênticas, tornando-se, assim, ferramentas centrais de empoderamento, visibilidade e reivindicação de voz (Grinker, 2020).

A produção de conteúdo por influenciadores autistas nas redes digitais demanda seu reconhecimento como autores intelectuais e detentores do direito à própria imagem. Embora tratados internacionais como a Convenção da OMPI e o Acordo TRIPS reconheçam programas de computador e bases de dados como objetos protegidos pela propriedade intelectual, e legislações nacionais já avancem nesse sentido, ainda há um descompasso entre a normatização jurídica e a complexidade das novas formas de expressão digital. Esse hiato regulatório revela a urgência de atualizar os marcos legais para garantir a proteção efetiva das criações digitais e da identidade dos sujeitos no ambiente virtual (Didenko *et al.*, 2024).

Ainda para Didenko *et al.* (2024) a diminuição dos riscos ligados à exposição digital e à apropriação indevida de conteúdos criativos exige uma combinação de estratégias individuais e ações institucionais. No âmbito estatal, torna-se urgente fortalecer políticas públicas que empoderem criadores, modernizem a legislação e garantam estruturas técnicas de proteção, como bibliotecas virtuais seguras. No entanto, a hiperexposição, a monetização por terceiros e a violação de direitos autorais escancaram a vulnerabilidade de sujeitos como os influenciadores autistas, evidenciando tensões ético-legais entre visibilidade, autoria e proteção no ecossistema digital.

3. METODOLOGIA

A metodologia adotada neste estudo está fundamentada na revisão integrativa da literatura, conforme a sistematização proposta por Souza, Silva e Carvalho (2010). Trata-se de uma escolha metodológica apropriada para pesquisas de natureza qualitativa e exploratória, pois permite reunir, analisar e interpretar resultados de investigações empíricas e teóricas com diferentes delineamentos, contribuindo para uma compreensão aprofundada de fenômenos complexos. No caso em questão, o foco recai sobre a construção da autoimagem de influenciadores autistas nas mídias sociais, bem como as implicações jurídicas e éticas envolvidas na exposição pública de suas identidades e produções, especialmente em relação à propriedade intelectual e ao direito à imagem.

A revisão foi desenvolvida por meio de seis etapas estruturadas, começando pela formulação da questão norteadora e seguida da definição criteriosa dos critérios de inclusão e exclusão, seleção das bases de dados, definição dos descritores em três idiomas, extração e organização dos dados em matriz analítica, culminando com a análise crítica e interpretativa dos resultados. As bases selecionadas foram SciELO, PubMed, Web of Science, LILACS e Google Scholar garantindo o caráter interdisciplinar da busca e a diversidade dos achados,

considerando tanto literatura científica consolidada quanto produções recentes de difícil indexação. Os descritores abordam eixos centrais da pesquisa, como neurodiversidade, autismo adulto, autoimagem, redes sociais e direitos autorais, garantindo a precisão temática e o alinhamento com os objetivos do estudo.

A análise dos dados permitiu a identificação de núcleos de sentido recorrentes nos estudos selecionados. A partir dessa sistematização, emergiram dois eixos analíticos centrais: autoimagem e identidade neurodivergente e propriedade intelectual e direito à imagem. Essa categorização possibilitou discutir de forma crítica e contextualizada as múltiplas dimensões da autorrepresentação de influenciadores autistas no ambiente digital, evidenciando não apenas os potenciais de empoderamento e visibilidade, mas também os riscos relacionados à exploração de suas narrativas e imagens sem consentimento ou reconhecimento jurídico.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A construção da autoimagem por influenciadores autistas nas mídias sociais configura-se como uma forma potente de resistência ao capacitismo e afirmação de pertencimento identitário. Por meio de escolhas estéticas e narrativas próprias, esses sujeitos produzem conteúdos que contribuem para a educação social, o engajamento comunitário e a valorização da neurodiversidade. No entanto, essa visibilidade, embora positiva, também revela fragilidades, especialmente no que diz respeito ao uso indevido de suas imagens e produções, muitas vezes desprotegidas por políticas públicas e marcos legais específicos.

9475

Mesmo com o respaldo jurídico oferecido pela Lei nº 9.610/1998, pela Constituição Federal e pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), ainda há lacunas significativas quanto à aplicação efetiva dessas normas à realidade digital vivida por pessoas autistas. A ausência de medidas educativas e protetivas voltadas para esse público acentua os riscos de violação de direitos de imagem e autoria. A análise dos estudos permitiu a identificação de duas categorias centrais: Autoimagem e identidade neurodivergente, e Propriedade intelectual e direito à imagem, indicando a urgência de reconhecer essas produções como bens intelectuais legítimos, passíveis de valorização e proteção.

4.1. Autoimagem e Identidade Neurodivergente

As mídias sociais exercem um papel estratégico na construção identitária de pessoas autistas, especialmente influenciadores, ao oferecerem ambientes favoráveis à autoexpressão, à afirmação subjetiva e à visibilidade de vivências antes silenciadas. Esses espaços digitais

permitem que indivíduos neurodivergentes compartilhem suas experiências de maneira autêntica, contornando barreiras comunicacionais presentes em interações presenciais e desafiando narrativas estereotipadas sobre o autismo. Assim, plataformas como Instagram, TikTok e blogs se consolidam como instrumentos de construção de identidade, empoderamento e reconhecimento social (Fong *et al.*, 2025).

O compartilhamento de experiências por indivíduos autistas nas redes sociais contribui significativamente para a construção de uma autoimagem positiva e para a redução do isolamento, ao favorecer o sentimento de pertencimento comunitário. Essa representatividade tem impacto especial entre mulheres autistas, historicamente invisibilizadas em narrativas dominadas por perfis masculinos. Ver outros autistas se expressando abertamente sobre seus diagnósticos fortalece a aceitação de si e a confiança na própria identidade, tornando o ambiente digital um espaço potente de identificação, apoio mútuo e ressignificação do autismo (Skafle; Gabarron; Nordahl-Hansen, 2024).

A construção da autoimagem entre pessoas autistas está fortemente relacionada à percepção corporal, sendo atravessada por desafios específicos como a dificuldade na estimativa do próprio corpo e os impactos dos padrões capacitistas de beleza. Essa pressão social pode gerar insatisfação corporal e baixa autoestima, especialmente em indivíduos com deficiência. No entanto, estratégias de resiliência, redes de apoio e o fortalecimento da identidade neurodivergente contribuem para o desenvolvimento de um autoconceito mais positivo, que integra aspectos como personalidade, habilidades, identidade social e imagem corporal (Venkatesan, 2025).

9476

A identidade neurodivergente se fundamenta na rejeição da patologização do autismo e na valorização das diferenças cognitivas como parte legítima da diversidade humana. O conceito de “neurodiversidade”, introduzido por Judy Singer na década de 1990, propõe que variações neurológicas, como o autismo, não devem ser tratadas como doenças, mas como expressões naturais da pluralidade humana. Para muitos autistas, o diagnóstico não representa algo a ser corrigido, mas uma dimensão essencial de sua identidade, cuja aceitação fortalece o autoconceito, a autoestima e a luta por reconhecimento e inclusão (Horvat; Horvat, 2025).

A preferência pela linguagem de “identidade em primeiro lugar”, como em “pessoa autista”, reflete um posicionamento político e identitário amplamente adotado pela comunidade autista, por ser menos estigmatizante e afirmar o autismo como parte inseparável do sujeito. Essa escolha linguística contrasta com a linguagem centrada na pessoa, que ao dizer “pessoa com autismo” pode sugerir que o autismo é algo externo, indesejado ou separado da identidade.

No entanto, é fundamental respeitar a diversidade de opiniões dentro da própria comunidade autista, reconhecendo que diferentes indivíduos e famílias podem adotar formas distintas de nomeação, sem que isso invalide suas experiências (Turnock; Langley; Jones, 2022).

A construção de uma identidade autista positiva desempenha um papel protetivo na saúde mental, contribuindo para a redução de quadros de depressão e ansiedade. Em plataformas como o Reddit, autistas compartilham vivências sobre desafios sociais, sensibilidades sensoriais e o uso do mascaramento, frequentemente reinterpretando essas características como variações legítimas e não como déficits. Essa abordagem promove um olhar mais empático e afirmativo, que contrasta com as representações estereotipadas e medicalizantes ainda predominantes em muitas mídias tradicionais (Skafle; Gabarron; Nordahl-Hansen, 2024; Fong *et al.*, 2025).

Turnock, Langley e Jones (2022) afirmam que apesar dos avanços proporcionados pela autoafirmação online, pessoas autistas ainda enfrentam o estigma social que frequentemente as leva à prática da camuflagem (masking). Essa estratégia consiste em ocultar traços autistas para alcançar aceitação social, mas embora possa parecer funcional em curto prazo, seus efeitos cumulativos são prejudiciais. A camuflagem está associada ao esgotamento emocional, sentimentos de inautenticidade, ansiedade, depressão e autoestigma, impactando negativamente a saúde mental e dificultando a construção de uma identidade autêntica e positiva (Hill, 2024; Aiston; Koteyko; Van Driel, 2025; Hungerford *et al.*, 2025).

9477

Jovens autistas, em especial mulheres e pessoas de gênero diverso, frequentemente relatam experiências de confusão identitária decorrentes da camuflagem social, manifestadas em questionamentos profundos como “quem sou eu?”. Essa prática, ao exigir a supressão de traços autênticos para se adequar às expectativas sociais, pode gerar um sentimento persistente de viver uma mentira e criar uma dissonância entre o eu verdadeiro e o eu performado. Com o tempo, a camuflagem torna-se tão automatizada que se incorpora à identidade, dificultando a distinção entre a persona construída e a essência autêntica, o que pode comprometer o desenvolvimento emocional e o bem-estar subjetivo (Drapalik *et al.*, 2025)

Receber o diagnóstico de autismo pode representar uma experiência ambivalente: por um lado, oferece alívio e validação, ao permitir que a pessoa compreenda suas vivências sob uma nova ótica e inicie um processo de autoaceitação; por outro, especialmente para quem passou anos mascarando seus traços, pode desencadear uma crise identitária. Nesse cenário, torna-se difícil distinguir quais aspectos da personalidade são genuínos e quais foram moldados por estratégias de adaptação, gerando conflitos internos sobre a própria autenticidade e identidade (Bakombo; Ewalefo; Konkole, 2023; Fong *et al.*, 2025).

As mídias sociais configuram-se como um espaço multifacetado que tem ampliado significativamente as possibilidades de indivíduos autistas construírem e afirmarem sua autoimagem e identidade neurodivergente, promovendo pertencimento, representatividade e expressão subjetiva. Esses ambientes digitais oferecem formas de comunicação e interação antes inalcançáveis em contextos presenciais. No entanto, essa visibilidade também impõe riscos como exposição excessiva e cyberbullying exigindo estratégias de proteção, letramento digital e políticas inclusivas que garantam uma participação segura e respeitosa (Hill, 2024).

4.2. Propriedade Intelectual e Direito à Imagem

As discussões sobre autoimagem e identidade neurodivergente no ambiente digital, especialmente entre pessoas autistas, evidenciam uma intersecção delicada entre empoderamento e vulnerabilidade. As mídias sociais funcionam como ferramentas potentes de autoafirmação e visibilidade, permitindo a construção de narrativas próprias e o fortalecimento identitário. No entanto, esse mesmo espaço expõe os sujeitos a riscos como apropriação indevida de conteúdo, violação de direitos de imagem e invisibilidade legal.

A mídia de massa tradicional tende a representar pessoas autistas de maneira estereotipada e reducionista, frequentemente associando-as a figuras risíveis, infantilizadas, desajeitadas ou com habilidades extraordinárias do tipo “savant”, reforçando uma visão limitada e patologizante do autismo. Essas imagens distorcidas, centradas nos déficits, não apenas alimentam o estigma social, como também comprometem o bem-estar emocional e a saúde mental das pessoas autistas e de suas famílias, ao deslegitimar experiências diversas e dificultar o reconhecimento de identidades autênticas e complexas (Hungerford *et al.*, 2025).

A gestão da privacidade no ambiente digital é uma preocupação central para influenciadores e usuários autistas, que frequentemente adotam estratégias como o compartilhamento seletivo de informações, o uso de perfis anônimos ou a limitação da audiência de suas postagens. Essas medidas visam proteger-se de assédio, julgamentos sobre a legitimidade de suas identidades e reações negativas tanto reais quanto antecipadas de pessoas próximas. Esse controle da exposição, embora necessário, revela o impacto profundo da estigmatização internalizada, que pode gerar sofrimento psíquico e reforçar sentimentos de inadequação, silenciamento e vigilância constante (Hill, 2024).

Dessa forma, plataformas como o TikTok, embora ofereçam visibilidade à temática do autismo, também abrigam uma quantidade expressiva de conteúdos imprecisos ou supergeneralizados. Esse cenário levanta sérias preocupações sobre a apropriação indevida por

parte de influenciadores não autistas ou "predatórios", que lucram com a distorção de vivências autênticas sem consentimento ou retorno à comunidade. Essa dinâmica compromete a legitimidade das narrativas neurodivergentes, alimenta estereótipos e fragiliza os esforços de representatividade crítica e empoderamento digital (Jawed; Graham; Smith, 2023; Skafle; Gabarron; Nordahl-Hansen, 2024).

Horvat e Horvat (2025) em seu trabalho, mostram que a crescente presença da Inteligência Artificial (IA) nas interações digitais suscita preocupações importantes, sobretudo no contexto neurodivergente. Sistemas de IA podem acessar conteúdos subjetivos profundos como pensamentos íntimos e emoções, exigindo, garantias éticas, legais e psicológicas. Há o risco de que essas tecnologias deixem de apenas auxiliar os usuários para, inadvertidamente, moldar suas identidades e decisões, especialmente diante da falta de transparência dos algoritmos ("caixa preta"). Essa imprevisibilidade pode comprometer a autonomia dos indivíduos e gerar confusão entre o real e o artificial, tornando essencial uma regulação que respeite os direitos e singularidades de pessoas neurodivergentes.

A presença digital de pessoas autistas é frequentemente submetida a julgamentos por parte de indivíduos não autistas, que tendem a valorizar comportamentos considerados "normativos" como mais autênticos, sobretudo quando essas pessoas conseguem "passar" por neurotípicas fora do ambiente online. Essa expectativa social impõe uma pressão constante por conformidade, restringindo a expressão genuína da identidade neurodivergente. Diante disso, torna-se urgente adotar uma postura crítica frente às tecnologias digitais e aos sistemas de Inteligência Artificial, promovendo a alfabetização midiática e digital dos usuários para que saibam proteger sua privacidade, avaliar os riscos e exercer maior controle sobre seus dados e formas de representação (Hill, 2024; Horvat; Horvat, 2025). 9479

As informações disponíveis em sites oficiais de saúde muitas vezes são vistas como limitadas, desatualizadas e marcadas por uma perspectiva estigmatizante, além de geralmente focarem apenas em crianças ou em homens autistas, negligenciando a diversidade dentro do espectro. Essa lacuna evidencia a necessidade urgente de atualizar esses canais com conteúdos voltados também para adultos autistas, utilizando uma linguagem inclusiva e acessível que dialogue diretamente com esse público. Além disso, é fundamental que pessoas autistas sejam ativamente envolvidas no processo de elaboração dessas informações, garantindo representatividade, legitimidade e respeito às suas vivências e necessidades (Skafle; Gabarron; Nordahl-Hansen, 2024).

Segundo Jawed, Graham e Smith (2023) é fundamental que profissionais de saúde ampliem sua presença nas plataformas digitais, compartilhando conteúdos científicos atualizados e acessíveis como estratégia para combater a desinformação sobre o autismo. Nesse sentido, a pesquisa participativa e a coprodução de saberes tornam-se práticas indispensáveis para enfrentar a injustiça epistêmica historicamente imposta a pessoas autistas, garantindo que suas vozes, experiências e conhecimentos sejam reconhecidos como legítimos e centrais na construção de narrativas mais justas e representativas (Bakombo; Ewalefo; Konkle, 2023; Aiston; Koteyko; Van Driel, 2025).

As políticas públicas devem incorporar princípios de neurodiversidade-afirmativa e interseccionalidade, reconhecendo o potencial de resistência crítica e reconstrução identitária dos sujeitos autistas. A criação de espaços acessíveis e acolhedores é essencial para fortalecer a saúde mental e combater o estigma. Nesse contexto, as mídias sociais desempenham um papel estratégico ao permitir que a própria comunidade autista produza e dissemine representações mais realistas e positivas da neurodiversidade, subvertendo estereótipos ainda predominantes na mídia tradicional. Trata-se de uma mudança necessária, que valoriza a autonomia e a pluralidade das experiências autistas (Aiston; Koteyko; Van Driel, 2025; Hungerford *et al.*, 2025).

9480

Em síntese, embora as mídias sociais ofereçam um espaço poderoso para a autoafirmação e expressão da identidade neurodivergente, ainda há um descompasso entre essa realidade e a proteção legal disponível. É urgente que o arcabouço jurídico e as políticas públicas avancem para garantir a proteção efetiva dos direitos autorais, de imagem e da produção intelectual de pessoas autistas. Essa transformação só será possível por meio de uma colaboração contínua e significativa com a própria comunidade autista, assegurando que suas vozes estejam presentes na formulação, implementação e fiscalização de políticas digitais inclusivas (Turnock; Langley; Jones, 2022; Horvat; Horvat, 2025).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A promoção de políticas públicas, marcos regulatórios e ações educativas que reconheçam a autoria e protejam a imagem de pessoas autistas no ambiente digital é uma urgência ética e jurídica. O respeito à neurodiversidade vai além da simples visibilidade, exigindo garantias concretas de segurança, reconhecimento intelectual e inclusão digital responsável. As mídias sociais, nesse contexto, não apenas facilitam a interação, mas funcionam como uma extensão das capacidades cognitivas e comunicativas de muitos indivíduos autistas.

Essa perspectiva é essencial para o fortalecimento do movimento da neurodiversidade, o qual encontra na internet um campo fértil para se expandir e afirmar que o autismo é parte da identidade de um indivíduo, e não uma patologia. Embora existam riscos associados à vulnerabilidade digital e à propagação de informações equivocadas, os benefícios em termos de autonomia, autoimagem e emancipação comunicacional são expressivos. Diante disso, é imprescindível que os avanços tecnológicos venham acompanhados de políticas inclusivas e estratégias protetivas, que assegurem os direitos e a dignidade das pessoas autistas, ao mesmo tempo em que promovem uma compreensão social mais empática e plural da neurodiversidade.

REFERÊNCIAS

AISTON, Jéssica; KOTEYKO, Nelya; VAN DRIEL, Martine. *Discourse-based approaches to autistic focussed interests: understanding shared focus, mutual accommodation, and multimodal expression*. *Applied Linguistics*, Oxford, p. 1–16, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1093/applin/amafoo06>.

ANTUNES, Débora. *Webs of care: social media communities and autism in Brazil*. 2018. Tese (Doutorado em Ciências Sociais: Estudos da Comunicação) – University of Antwerp, Faculty of Political and Social Sciences, Department of Communication Studies, 2018. Disponível em: <https://repository.uantwerpen.be/docman/irua/5c4707/157139.pdf>.

BACKMAN, Anna; MELLBLOM, Are; NORMAN-CLAESSON, Elisabet; KEITH-BODROS, Gunilla; FROSTVITTRA, Maj; BÖLTE, Sven; HIRVIKOSKI, Tatja. *Internet-delivered psychoeducation for older adolescents and young adults with autism spectrum disorder (SCOPE): n open feasibility study*. *Research in Autism Spectrum Disorders*, [s. l.], v. 54, p. 51–64, out. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rasd.2018.07.001>.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm.

DIDENKO, Larysa; IZBASH, Olesia; KYRYLIUK, Alla; HALUPOVA, Larysa; DENYSIAK, Natalia. *Intellectual property rights issues in the digital era*. *Cuestiones Políticas*, Maracaibo, v. 42, n. 80, p. 136–158, 2024. DOI: <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4280.07>.

DRAPALIK, Krista Nicole; MAGIN, Daniel J.; RINALDI, Maria L.; CHRISTODULU, Kristin V. *Camouflaging and identity development among autistic female and gender-diverse youth: a qualitative exploration*. *Autism*, [s. l.], 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/13623613251345855>.

FONG, Serafina; ESPOSITO, Gianluca; CAROLLO, Alessandro; VIVANTI, Giacomo; MESSINGER, Daniel Solomon; DIMITRIOU, Dagmara. *Autism spectrum disorders discourse*

on social media platforms: a topic modeling study of Reddit posts. *Autism Research*, v. 18, p. 1608–1619, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/aur.70066>.

GRINKER, Roy Richard. *Autism, “stigma,” disability: a shifting historical terrain*. *Current Anthropology*, Chicago, v. 61, supl. 21, p. S182–S192, fev. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1086/705748>.

HILL, Sarah. *Navigating visibility and risk: disabled young women’s self-presentation practices on social media*. *Journal of Gender Studies*, [s. l.], v. 33, n. 5, p. 512–523, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1080/09589236.2023.2219971>.

HORVAT, Srečko; HORVAT, Tatjana. *Artificial intelligence, neurodiversity, and trust: an exploratory overview*. *Scientia et Fides*, [s. l.], v. 13, n. 1, 2025. DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/SetF.2025.011>.

HUNGERFORD, Catherine; KORNHABER, Rachel; WEST, Sandra; CLEARY, Michelle. *Autism, stereotypes, and stigma: the impact of media representations*. *Issues in Mental Health Nursing*, v. 46, n. 3, p. 254–260, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1080/01612840.2025.2456698>.

JAWED, Asma; GRAHAM, Hilary; SMITH, John. *Digital trends in autism: a scoping review exploring coverage of autism across YouTube, Twitter, and Facebook*. *Frontiers in Digital Health*, v. 5, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3389/fdgth.2023.1222187>.

KAPETANSKY, Rachel. *From autism to neurodiversity: a proposed model of identity development*. 2022. Tese (Doutorado em Psicologia) – Michigan School of Psychology, Michigan, 2022.

SKAFLE, Ingrid; GABARRON, Elia; NORDAHL-HANSEN, Anders. *Social media shaping autism perception and identity*. *Autism*, [s. l.], v. 28, n. 10, p. 2489–2502, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/13623613241230454>.

SOUZA, Marcela Tavares; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel. *Revisão integrativa: o que é e como fazer*. *Einstein (São Paulo)*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102–106, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1679-45082010RW1134>.

SUN, Hui; LIU, Jun; CHEN, Bo; YANG, Lin. *Exploring intellectual property in the digital realm: a bibliometric study on research on the management and protection of data-based intellectual property*. *Information*, Basel, v. 15, n. 12, p. 1–21, 2024. DOI: <https://doi.org/10.3390/info15120780>.

TURNOCK, Adam; LANGLEY, Katie; JONES, Christopher Robert Geoffrey. *Understanding stigma in autism: a narrative review and theoretical model*. *Autism in Adulthood*, [s. l.], v. 4, n. 1, p. 4–13, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1089/aut.2021.0005>.

VENKATESAN, Subha. *The intersection of disability and body image: a narrative review*. *International Journal of Indian Psychology*, [s. l.], v. 13, n. 3, p. 1–10, jul./set. 2025. DOI: <https://doi.org/10.25215/1303.026>.

VERDOOLD, Charlotte. *“I had only experienced life as myself”: self-representation of autistic people on Instagram*. 2024. 84 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Mídia – Media, Culture & Society) – Erasmus School of History, Culture and Communication, Erasmus University Rotterdam, Rotterdam, 2024. Disponível em: <https://thesis.eur.nl/pub/74851>.

VILLATORO, Luis Rodrigo. *An Instagram content analysis: investigating the Autisticats*. 2022. Dissertação (Mestrado em Early Childhood Studies) – Ryerson University, Toronto, 2022. Disponível em: https://rshare.library.torontomu.ca/articles/thesis/An_Instagram_Content_Analysis_Investigating_the_Autisticats/22557595?file=40025848.