

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

Samara Letícia Wobeto

**A CONSTRUÇÃO DE INDICADORES DE QUALIDADE PARA A
ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM VEÍCULOS
JORNALÍSTICOS**

Santa Maria, RS
2023

Samara Letícia Wobeto

**A CONSTRUÇÃO DE INDICADORES DE QUALIDADE PARA A
ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM VEÍCULOS JORNALÍSTICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social - Jornalismo, da
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS),
como requisito parcial para a obtenção do título de
jornalista.

Orientadora: Profª Dra. Viviane Borelli
Coorientador: Doutorando Luan Moraes Romero

Santa Maria, RS
2023

Samara Letícia Wobeto

**A CONSTRUÇÃO DE INDICADORES DE QUALIDADE PARA A
ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM VEÍCULOS JORNALÍSTICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social - Jornalismo, da
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS),
como requisito parcial para a obtenção do título de
jornalista.

Aprovada em 24 de janeiro de 2023.

**Viviane Borelli, Docente no Departamento de Ciências da Comunicação (UFSM)
(Presidente/Orientadora)**

**Luan Moraes Romero, Doutorando (UFSM)
(Coorientador)**

Marco Bonito, Professor Doutor (Unipampa)

Carolina Siqueira de David, Doutorado (UFSM)

Santa Maria, RS
2023

Para Cristian, Fernanda, Letícia, Thiovane e Marcos, que me ensinaram e ensinam tanto sobre a acessibilidade e a inclusão. À vocês e às mais de 45 milhões de pessoas com deficiência brasileiras, dedico este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Um dia ouvi em algum lugar que o conhecimento é a única coisa que ninguém pode nos tirar. Meus pais repetiam essa máxima para mim, e foram as pessoas que sempre me incentivaram a ler, a estudar, a escrever. Obrigada, pai e mãe - Valdir e Vanice -, por sempre acreditarem que eu poderia chegar longe. Ainda estou na caminhada, mas não estaria aqui se não fosse o incentivo e o suporte de vocês. Ao meu irmão, Leonardo, agradeço o companheirismo que começou quando brincávamos de aulinha, em que você era o aluno e eu, a professora. Eu adorava ser a goleira nos cinco ou seis recreios que tu inventava por aula.

Sou extremamente grata ao ensino público, gratuito e de qualidade, representado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Não fosse a educação pública, as possibilidades de estudar seriam bem menores e mais árduas. A trajetória na pesquisa começou com uma bolsa de iniciação científica financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E depois foi incentivada e orientada por minha querida professora, Viviane Borelli. Obrigada por acreditar em mim e na acessibilidade comunicacional como temática de pesquisa. Obrigada pela orientação neste trabalho, pelos comentários carinhosos e pelas risadas compartilhadas. Educação sem afeto não tem sentido. Ao meu coorientador, Luan Moraes Romero, você me inspira na pesquisa e certamente foi responsável pelas ideias de várias escolhas desta monografia. Talvez eu não tivesse coragem de encarar o quantitativo se não fosse por tuas sugestões. Obrigada, aprendo muito contigo.

Ao Programa de Educação Tutorial da Comunicação Social - PETCom/UFSM, em nome da professora Jaqueline Kegler, com vocês aprendi que a comunicação é coletividade, e descobri que a acessibilidade era uma questão na comunicação e precisava ser debatida. E não só na pesquisa, mas também na prática, no ensino e na extensão. Me formo uma profissional mais completa por isso.

À Revista Arco, publicação de jornalismo científico e cultural da UFSM, em nome da excelente jornalista Luciane Treulieb, agradeço pela oportunidade de praticar o jornalismo na prática. Na Arco, descobri que adoro contar histórias, e que ser repórter é a função que mais gosto de exercer no jornalismo. Aprender com pautas, temáticas e diversos pesquisadores me permitiu ampliar os horizontes e experimentar. E é isso o que precisamos fazer na graduação.

À TV Campus da UFSM, em nome da Anaqueli Rubin, Débora Flores Dalla Pozza e Rafael Salles, agradeço por me aceitarem como estagiária, por confiarem em mim para comandar um quadro novo de entrevistas e por me permitirem experimentar formatos e ideias.

Vocês me ensinaram muito sobre o telejornalismo, e aceitaram minhas ideias sobre o desenvolvimento de uma reportagem acessível. Obrigada pela confiança.

Ao Diretório Acadêmico da Comunicação - Mário Quintana (DACOM/UFSM) e aos estudantes de Comunicação Social que integraram as gestões Reconstruir e Estações, agradeço o companheirismo na luta pela educação pública. No movimento estudantil, mais do que nunca, aprendi que a educação - e a comunicação - são sempre resistência em um país em que elas não são valorizadas. Compreender a dimensão social e política da atuação representativa foi crucial na minha formação política e humana enquanto jornalista.

Ao Núcleo de Acessibilidade da UFSM e à Comissão de Audiodescrição da UFSM, em nome dos excelentes profissionais Cristian Sehnem e Fernanda Taschetto, agradeço pelos aprendizados partilhados e pelas dúvidas respondidas desde 2018, pela oportunidade de formação com o Curso Básico de Audiodescrição e por todo o suporte nos contatos para os participantes da pesquisa. Quem dera todas as universidades e espaços tivessem profissionais e núcleos como estes.

Aos participantes dos testes de usabilidade, agradeço por contribuírem com a pesquisa e com a ciência. A disponibilidade de vocês foi essencial. Aos veículos jornalísticos Pioneiro e Diário Popular, agradeço pela disposição em participar da entrevista e fornecer dados para que os resultados fossem mais completos.

À minha amiga Yasmin, obrigada por dividir Santa Maria comigo no apartamento 110.

Às minhas amigas da época do ensino médio, Maiara e Ana Letícia, sou feliz por ter o apoio e a vibração de vocês, mesmo a muitos quilômetros de distância.

Àquelas que se tornaram minhas amigas desde o primeiro dia da faculdade, Alice e Ana Laura. A fotografia como calouras e a do ensaio das fotos de formatura contam uma história de amizade que, com certeza, não termina com o ponto final da graduação.

Às pessoas maravilhosas que conheci na Universidade, e que se tornaram amigos e amigas, obrigada pela presença, pelo carinho, pelo suporte, pela torcida, pela companhia, pelas risadas, pela vibração nas conquistas, pelo ombro amigo nas derrotas e decepções, por tudo. Vocês são muitos e muitas, mas sabem quem são. Obrigada.

Às e aos cientistas brasileiros, por não desistirem da pesquisa, mesmo no período conturbado pelo qual passamos. Somos resistência aos cortes, aos ataques, às ameaças, a um projeto político que tentou destruir a educação e a produção científica. Mas sobrevivemos. E isso é enorme. A ciência brasileira é grande.

RESUMO

A CONSTRUÇÃO DE INDICADORES DE QUALIDADE PARA A ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM VEÍCULOS JORNALÍSTICOS

AUTORA: Samara Letícia Wobeto
ORIENTADORA: Viviane Borelli
COORIENTADOR: Luan Moraes Romero

Este trabalho problematiza o entrelaçamento da acessibilidade comunicacional e do jornalismo e propõe a construção de indicadores de qualidade como proposta de parâmetro de avaliação dos veículos jornalísticos em ambiente digital. O jornalismo se enuncia como representativo da diversidade social e que é um modo de produção e circulação de sentidos sobre a realidade (BENETTI, 2013), mas que não consegue abarcar todos os públicos e realidades na medida em que não é acessível para pessoas com deficiência (SEGATTO, 2015; BONITO, 2015; BERALDO, 2021; PEREIRA, 2021). As principais lacunas deste tema de estudo estão nas leis invisíveis (BONITO, 2015), na ausência da acessibilidade em produtos jornalísticos em meio digital (SEGATTO, 2015; BERALDO, 2021), a barreira atitudinal por meio do capacitismo e a ausência de uma cultura profissional que não pauta a acessibilidade comunicacional como parte de um processo de produção jornalística (BERALDO, 2021). A partir desta base conceitual, parte-se para a construção da monografia. Em um primeiro momento, fez-se uma revisão bibliográfica da literatura sobre a temática. A partir de referências bibliográficas que incorporam o jornalismo regional (BORELLI, 2015), definiu-se veículos jornalísticos em ambiente digital como objetos empíricos da investigação, nos quais serão aplicados os testes dos indicadores. Por meio de parâmetros como circulação, auditoria e alcance da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) acerca de veículos do Rio Grande do Sul, a análise centra-se no Diário Popular (Pelotas/RS) e no Pioneiro (Caxias do Sul/RS). Depois desta etapa, partiu-se para a primeira redação dos indicadores, definidos por meio de quatro categorias: relacionadas à produção jornalística e à acessibilidade; à empresa jornalística; ao nível técnico do site e à legislação. A redação é feita por meio de documentos, guias, relatórios e estudos consolidados com relação ao que é a acessibilidade comunicacional, a exemplo do Relatório WCAG para acessibilidade. Como delimitação, a abordagem se dá por meio de elementos de acessibilidade visual, auditiva e cromática, que são mais diretamente ligados à comunicação. As etapas seguintes compreenderam o teste de aplicabilidade dos indicadores nos objetos empíricos, os testes de usabilidade com pessoas com deficiência, as entrevistas com representantes dos veículos analisados e o estabelecimento do sistema de pontuação. Entre os resultados, o veículo Pioneiro teve vantagem em relação ao Diário Popular, em parte por conta da política institucional que busca valorizar a acessibilidade. No *ranking*, o Pioneiro ficou com 3,196, e o Diário Popular, com 2,523. Os números baixos evidenciam a acessibilidade comunicacional, atitudinal e técnica como lacunas. Compreendemos que os indicadores são aplicáveis e, a partir de pequenos ajustes, podem ser usados como ferramenta para avaliação da acessibilidade comunicacional no Jornalismo.

Palavras-chave: Acessibilidade Comunicacional. Jornalismo. Indicadores de Qualidade. Veículos Jornalísticos.

ABSTRACT

THE CONSTRUCTION OF QUALITY INDICATORS FOR COMMUNICATION ACCESSIBILITY IN JOURNALISTIC VEHICLES

AUTHOR: Samara Letícia Wobeto

ADVISOR: Viviane Borelli

CO-ADVISOR: Luan Moraes Romero

This work problematizes the interweaving of communicational accessibility and journalism and proposes the construction of quality indicators as a proposed evaluation parameter for journalistic vehicles in a digital environment. Journalism is enunciated as representative of social diversity and that it is a way of producing and circulating meanings about reality (BENETTI, 2013), but it cannot encompass all audiences and realities as it is not accessible for people with disabilities (SEGATTO, 2015; BONITO, 2015; BERALDO, 2021; PEREIRA, 2021). The main shortcomings of this study topic are the invisible laws (BONITO, 2015), the lack of accessibility in journalistic products in digital media (SEGATTO, 2015; BERALDO, 2021), the attitudinal barrier through capacitism and the absence of a culture professional that does not guide communicational accessibility as part of a journalistic production process (BERALDO, 2021). From this conceptual basis, the construction of the monograph begins. At first, a bibliographic review of the literature on the subject was carried out. Based on bibliographical references that incorporate regional journalism (BORELLI, 2015), journalistic vehicles in a digital environment were defined as empirical objects of investigation, in which the indicator tests will be applied. Using parameters such as circulation, auditing and reach of the National Association of Newspapers (ANJ) and the Verifier Institute of Communication (IVC) about vehicles from Rio Grande do Sul, the analysis focuses on Diário Popular (Pelotas/RS) and in Pioneiro (Caxias do Sul/RS). After this stage, the first wording of the indicators began, defined by means of four categories: related to journalistic production and accessibility; to the newspaper company; the technical level of the site and the legislation. The writing is done through documents, guides, reports and consolidated studies regarding what is communicational accessibility, such as the WCAG Report for accessibility. As a delimitation, the approach takes place through elements of visual, auditory and chromatic accessibility, which are more directly linked to communication. The next steps included the applicability test of the indicators in the empirical objects, the usability tests with people with disabilities, the interviews with representatives of the analyzed vehicles and the establishment of the punctuation system. Among the results, the Pioneiro vehicle had an advantage over Diário Popular, partly due to the institutional policy that seeks to value accessibility. In the ranking, Pioneiro got 3,196, and Diário Popular, 2,523. Low numbers show communicational, attitudinal and technical accessibility as gaps. We understand that the indicators are applicable and, after minor adjustments, can be used as a tool to assess communication accessibility in Journalism.

Keywords: Communication Accessibility. Journalism. Quality Indicators. Journalistic Vehicles.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Caminho metodológico.....	63
Figura 2. Ferramenta de inserção de imagem no <i>WordPress</i> , com campo para texto alternativo e legenda.....	69
Figura 3. Exemplo do recurso de caracteres ampliados, representados pelas letras ‘A’.....	69
Figura 4. Captura de tela de reportagem em vídeo com inserção de Caixa de Libras.....	71
Figura 5. Captura de tela do recurso VLIBRAS, um sintetizador virtual para linguagem de sinais.....	71
Figura 6 - Tabela de Testagem de Aplicabilidade.....	79
Figura 7. Tabela de tratamento de dados.....	85
Figura 8. Captura de tela da tabela dos testes de aplicabilidade.....	92
Figura 9. Captura de tela da Rádio Gaúcha no site do Pioneiro.....	94
Figura 10. Reportagem do Pioneiro com filtros do simulador de daltonismo.....	95
Figura 11. Reportagem do Pioneiro com filtros do simulador de daltonismo.....	96
Figura 12. Reportagem do Pioneiro com filtros do simulador de daltonismo.....	97
Figura 13. Reportagem do Diário Popular com aplicação do simulador de daltonismo.....	99
Figura 14. Reportagem do Jornal Diário Popular com aplicação do simulador de daltonismo.....	100
Figura 15. Captura do menu do Pioneiro, na página inicial.....	102
Figura 16. Página inicial do ‘Contador da Violência de Caxias do Sul’.....	105
Figura 17. Perfil das Vítimas - ‘Contador da Violência de Caxias do Sul’.....	105
Figura 18. Gráfico de reportagem do Jornal Pioneiro.....	107
Figura 19. Captura de tela do menu do Jornal Diário Popular.....	108
Figura 20. Captura de tela do menu do Jornal Diário Popular com aplicação do filtro de Deuteranopia do simulador de daltonismo.....	108
Figura 21. Página inicial do Jornal Diário Popular.....	114
Figura 22. Banner deslizante - Página inicial do Jornal Diário Popular.....	115
Figura 23. Captura de Tela. Teaser de aniversário do Diário Popular no YouTube.....	120
Figura 24. Captura de Tela do quadro ‘Espeto Entrevista’, do YouTube do Diário Popular.....	121
Figura 25. Tabela de cálculo da pontuação do jornal Pioneiro.....	133
Figura 26. Tabela de cálculo da pontuação do jornal Diário Popular.....	134

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Dados gerados pelo teste de aplicabilidade no Jornal Pioneiro.....	93
Tabela 2. Dados gerados pelo teste de aplicabilidade no Jornal Diário Popular.....	97
Tabela 3. Pesos dos indicadores.....	132
Tabela 4. <i>Ranking</i>	134

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
2. JORNALISMO, CIDADANIA E ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL	24
2.1 REPRESENTATIVO, DIVERSO, ACESSÍVEL: O PAPEL DO JORNALISMO PARA A ACESSIBILIDADE E A DEMOCRACIA	25
2.1.1 A comunidade jornalística e as práticas de (in)acessibilidade e estigmatização do público com deficiência	26
2.1.2 Quando o jornalismo não é acessível, de que democracia estamos falando?	38
2.1.3 Leis invisíveis	43
2.2 ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL E AS TECNOLOGIAS ASSISTIVAS	47
2.2.1 Normativas de Acessibilidade Comunicacional	49
2.2.3 Normativas de Acessibilidade Técnica	50
2.2.3 Normativas de Acessibilidade Comunicacional aplicadas ao Jornalismo	51
2.3 A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E OS PRODUTOS JORNALÍSTICOS ACESSÍVEIS	53
2.3.1 O planejamento da pauta	54
2.3.2 A apuração	55
2.3.3 As entrevistas	56
2.3.4 Produção e formatação do produto jornalístico	57
2.3.5 Publicação do conteúdo jornalístico	59
2.3.6 Distribuição do conteúdo jornalístico	60
3 METODOLOGIA	62
3.1 REVISÃO DE LITERATURA	64
3.1.1 Teórica	64
3.1.2 Normativa	65
3.2 COLETA DOS MATERIAIS	65
3.2.1 Coleta de materiais para a construção dos indicadores	65
3.2.1.1 Audiodescrição	66
3.2.1.2 Leitor de Tela	68
3.2.1.3 Caracteres ampliados	68
3.2.1.4 Legendagem para Surdos e Ensurdidos	69
3.2.1.5 Caixa de Libras	70
3.2.1.6 Princípios de Acessibilidade Cromática	71
3.2.2 Coleta de dados e definição dos objetos empíricos da pesquisa	73
3.3. ESTABELECIMENTO DOS CRITÉRIOS PARA OS INDICADORES	76
3.4 TESTAGEM	77
3.4.1 Testes de aplicabilidade	78
3.4.2 Testes de usabilidade	80
3.4.2.1 Protocolo do teste de usabilidade com pessoa daltônica	82
3.4.2.2 Protocolo do teste de usabilidade com pessoa com deficiência visual	82
3.4.2.3 Protocolo do teste de usabilidade com pessoa com deficiência auditiva	83
3.5 ENTREVISTAS	84
3.6 ORGANIZAÇÃO, TRATAMENTO E CÁLCULO DOS DADOS	85

4 CONSTRUÇÃO DOS INDICADORES	87
4.1 REDAÇÃO INICIAL DOS INDICADORES	87
4.2 TESTES DE APLICABILIDADE	91
4.2.1 Jornal Pioneiro	93
4.2.2 Jornal Diário Popular	97
4.2.3 Análise crítica dos testes de aplicabilidade	100
4.3 TESTES DE USABILIDADE	101
4.3.1 Pessoa daltônica	101
4.3.1.1 Jornal Pioneiro	102
4.3.1.2 Jornal Diário Popular	107
4.3.1.3 Discussão analítica para os indicadores	110
4.3.2 Pessoa com deficiência visual	111
4.3.2.1 Jornal Pioneiro	111
4.3.2.2 Jornal Diário Popular	113
4.3.2.3 Discussão analítica para os indicadores	116
4.3.3 Pessoa com deficiência auditiva	117
4.3.3.1 Jornal Pioneiro	117
4.3.3.2 Jornal Diário Popular	119
4.3.3.3 Discussão analítica para os indicadores	122
4.4 ENTREVISTAS COM REPRESENTANTES DOS VEÍCULOS	123
4.4.1 Jornal Pioneiro	123
4.4.2 Jornal Diário Popular	125
4.5 TENSIONAMENTOS E REFLEXÕES A PARTIR DA TESTAGEM DOS INDICADORES	128
4.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS PARA A GERAÇÃO DO RANKING	131
CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS	142
ANEXO 1	148
ANEXO 2	160
ANEXO 3	162
ANEXO 4	163

INTRODUÇÃO

Estabelecer a acessibilidade comunicacional como parte do processo de produção jornalística é fundamental. Pesquisas como as de Bonito (2015; 2016), Segatto (2015) e Beraldo (2021) demarcam essa importância. Esta monografia está circunscrita no campo teórico da Comunicação e do Jornalismo digital e compreende um escopo de estudos emergentes: o da acessibilidade comunicacional no fazer jornalístico.

A informação pode ser publicada em diversos formatos jornalísticos, como a notícia, a nota, a reportagem, a entrevista, a coluna de opinião, a charge, o infográfico e a fotografia. O fazer jornalístico está inserido em uma cultura profissional (TRAQUINA, 2005; TRAQUINA, 2013; WOLF, 2008) cuja profissão nasce no século 18, baseada no espírito da burguesia (MARCONDES FILHO, 2000) e da indústria moderna, e se constitui a partir do sistema capitalista (GENRO FILHO, 2012). Os produtos jornalísticos, portanto - em especial a notícia -, se estabelecem a partir da relação de mercadoria (GENRO FILHO, 2012), e tem o tempo, as rotinas produtivas, os critérios de noticiabilidade, a objetividade e a narrativa jornalística como características fundamentais (TRAQUINA, 2013).

De acordo com o estudo ‘Perfil do Jornalista Brasileiro 2021’, realizado pela Rede de Estudos de Trabalho e Identidade dos Jornalistas (RETIJ/SBPJOR), que é vinculada à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), os jornalistas brasileiros são principalmente mulheres (57,8%), brancos (67,8%) e têm entre 31 e 40 anos (30,3%) (RETIJ, 2021). No relatório, não há menção a jornalistas com deficiência, apesar de estes existirem, mesmo que em minoria numérica e representativa na tribo jornalística. Bonito (2015) aponta que há uma disputa entre pessoas sem deficiência e pessoas com deficiência, em que “o primeiro grupo, em situação mais confortável, detém as lógicas da hegemonia cultural vigente, enquanto que o segundo grupo está à mercê dessas lógicas” (BONITO, 2015, p. 60). Em sua tese, o autor estuda os processos da comunicação digital, que é deficiente e invisível, e como acontecem as mediações, usos e apropriações de conteúdos digitais por pessoas com deficiência visual no Brasil. Apesar de concentrar o nicho de pessoas cegas e com baixa visão, o conceito de hegemonia cultural vigente¹ pode ser compreendido também para outras deficiências e diferentes lógicas de produção jornalística, feitas por pessoas sem deficiência para outras pessoas sem deficiência. Neste processo, pessoas com deficiência não são levadas em

¹ No entendimento do autor, a hegemonia cultural vigente - ou seja, a que está em vigor - é, do ponto de vista da acessibilidade e da deficiência, a hegemonia cultural vigente - ou seja, daqueles que enxergam. Nesta monografia, as duas expressões são adotadas como sinônimos.

consideração “como potenciais consumidores, (re)produtores, colaboradores e compartilhadores de informações” (BONITO, 2015, p. 55). Assim, o Jornalismo reproduz e reflete uma cultura capacitista, conceito que se ancora no sistema capitalista, que produz desigualdades sociais, subjetivas e substanciais (MARCO, 2020).

Além da reprodução de estereótipos sobre pessoas com deficiência, o Jornalismo também é capacitista quando não é acessível do ponto de vista comunicacional. A acessibilidade é definida como a:

possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2015)

Romeu Sasaki (2009), importante teórico brasileiro e umas das principais referências em acessibilidade e inclusão, postula que a acessibilidade tem seis dimensões: arquitetônica, metodológica, instrumental, programática, atitudinal e comunicacional. A partir do conceito de acessibilidade e das proposições de Sasaki (2009), compreende-se que na acessibilidade comunicacional não existem “barreiras na comunicação entre pessoas” (SASSAKI, 2009, p. 1). O entendimento social, muitas vezes reforçado pelo midiático, é a acessibilidade como a superação de barreiras, representação que se enquadra no conceito do capacitismo (MARCO, 2020; VENDRAMIN, 2019).

A acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos figura como interesse de estudo desde 2019, em inserção em pesquisa de iniciação científica. A partir do desenvolvimento de pesquisas que pensam a intersecção entre a acessibilidade comunicacional e o Jornalismo, percebemos a importância e a necessidade de investigações científicas que analisem essa relação. Em estudos anteriores (WOBETO e BORELLI, 2020) verificamos que a acessibilidade é quase escassa ou mesmo inexistente no caso de alguns veículos analisados, o que demonstra que as empresas² jornalísticas não cumprem a legislação e, dessa forma, excluem grande parcela da população brasileira da possibilidade de acesso à informação. A partir deste e de outros estudos (WOBETO e BORELLI, 2021; WOBETO, ROMERO e BORELLI, 2021) é possível apreender a acessibilidade comunicacional no Jornalismo como essencial para o cumprimento de sua função social. Diante da crise e da necessidade de reconfiguração das práticas profissionais, uma vez que os leitores de jornais

² Nesta monografia, adotamos a expressão ‘empresa jornalística’ já que uma das bases de nossa reflexão teórica é as reflexões de Genro Filho (2012), que entende o surgimento do Jornalismo no seio do capitalismo. A notícia é um produto que busca gerar lucro, logo, o veículo responsável por sua fabricação é uma empresa.

deixam de comprar o impresso para acompanhar as notícias no digital, também molda e modifica a forma como o Jornalismo se comporta.

Para Nelson Traquina (2013), “o jornalismo é também uma prática discursiva” (TRAQUINA, 2013, p. 44) que desenvolve uma maneira de falar - o jornalês. O autor enfatiza que uma das principais características da fala e da escrita jornalísticas é “a sua qualidade de ser compreensível” (TRAQUINA, 2013, p. 44). Aqui, Traquina (2013) pontua a linguagem como maneira de comunicar através de fronteiras diversas, como as de classe, étnicas, políticas e sociais. A linguagem escrita e falada, no entanto, nem sempre dá conta de comunicar para todas as pessoas, como é o caso de pessoas com alguma deficiência na visão, na audição, cognitiva ou cromática. Dessa forma, a comunicação sem recursos de acessibilidade comunicacional torna-se uma barreira (SASSAKI, 2009).

Márcia Benetti (2013) afirma que o jornalismo é um local de produção e circulação de sentidos sobre a realidade. Uma das características citadas pela autora reitera que a profissão se diz representativa da diversidade social (BENETTI, 2013). A partir desse entendimento e da ideia de que a mídia ajuda a construir a realidade social (TRAQUINA, 2004), é possível compreender que o jornalismo deve levar em conta uma linguagem que seja acessível não somente do ponto de vista do entendimento e da compreensão da mensagem do produto jornalístico, mas também do ponto de vista técnico, a partir da acessibilidade comunicacional. Isso permite que a profissão oportunize o alcance de todos os públicos à compreensão do produto jornalístico e seja, de fato, representativa dessa diversidade.

Carla Beraldo (2021) pontua, em sua dissertação de mestrado, que as barreiras de acesso à notícias, por pessoas com deficiência, estão nos eixos atitudinais, de conhecimento técnico e geradas pela checagem inadequada dos parâmetros de acessibilidade. 68,3% das pessoas com deficiência entrevistadas tiveram sentimentos negativos quando acessaram notícias. Entre as conclusões, estão a insuficiência do conhecimento do jornalista sobre a produção de conteúdos acessíveis e sobre a legislação acerca da acessibilidade comunicacional no Brasil (BERALDO, 2021). Outro ponto importante é que a barreira atitudinal se encontra no capacitismo e impacta no modo com que o jornalista, em suas rotinas produtivas, incorpora a acessibilidade, a usabilidade e a experiência do usuário como elementos importantes no planejamento de pautas e produtos digitais (BERALDO, 2021). Em seu trabalho de conclusão de curso, Thiovane Pereira (2021) estudou a acessibilidade em relação às cores. Entre os resultados estão o mapeamento e a criação de 20 soluções de

acessibilidade cromática, divididas em quatro normativas (Princípios da Acessibilidade Cromática), que garantem o “desenvolvimento de projetos e produtos comunicacionais plenamente acessíveis em relação às cores” (PEREIRA, 2021, p. 101).

Assim, é necessário que o Jornalismo também atente para a acessibilidade comunicacional. As plataformas de redes sociais midiáticas (CARLÓN, 2021), inclusive, têm campos para inserção de descrição de imagens e legendas automáticas em vídeos. No entanto, a automatização destes processos ainda é falha e insuficiente para a compreensão da informação, a exemplo de legendas em que a fala é traduzida de forma errada. Por isso, é importante que o Jornalismo atente para a capacitação e a inserção da acessibilidade em suas rotinas produtivas, de modo que a informação chegue a mais pessoas e contemple diferentes públicos com deficiência.

Mais do que o jornalismo em plataformas, neste estudo pretende-se pensar também o jornalismo em meio digital. A coletânea organizada por João Canavilhas (2014) reúne as características do webjornalismo em sete capítulos, que abordam a hipertextualidade, a multimídia, a memória, a instantaneidade, a personalização e a ubiquidade (CANAVILHAS, 2014). Para estudar a acessibilidade, é importante pensar principalmente na multimídia. O conceito postula que os seres humanos entram em contato com o mundo por meio dos cinco sentidos e, portanto, “a comunicação humana é multimídia” (SALAVERRÍA, 2014, p. 25). O princípio da multimídia também mostra a importância de pensar e incluir a acessibilidade no jornalismo, já que, se uma comunicação visual que complementa a notícia não for acessível, o indivíduo terá acesso apenas a uma meia notícia e, portanto, é considerado um meio cidadão (SEGATTO, 2015). Karine Segatto (2015), em sua dissertação de mestrado, analisou a acessibilidade e a multimídia presentes em notícias de dez veículos jornalísticos latino-americanos no âmbito do webjornalismo. A principal conclusão é que, apesar de ter potencial para a promoção da acessibilidade a nível regional, ela não se verificou na maioria dos casos (SEGATTO, 2015).

Para Bonito (2016), entretanto, o modelo teórico do jornalismo digital carece de uma oitava característica: a acessibilidade comunicativa. Segundo o autor,

[...] o conceito deve ser compreendido como elemento essencial dos conteúdos jornalísticos digitais, por se tratar de uma característica técnico-conceitual fundamental para promover o respeito ao Direito Humano à comunicação e a cidadania comunicativa das pessoas com deficiência (BONITO, 2016, p. 191).

Bonito (2016, p. 192) pontua que os recursos de acessibilidade que tornam o jornalismo acessível “estão relacionados à construção do discurso e da narrativa webjornalística e interferem diretamente na compreensão do conteúdo exposto”. Além disso, quando a prática jornalística é voltada para a acessibilidade desde a pauta, otimiza a incorporação das lógicas do desenho universal no Jornalismo (BONITO, 2016). Assim, as pesquisas de Marco Bonito (2015; 2016) mostram que a construção de uma cidadania comunicativa das pessoas com deficiência visual passa pela garantia de acessibilidade comunicacional no Jornalismo. Para o autor, apesar de realizarem ‘gambiarras’ para ter acesso à informação, as pessoas com deficiência, além de ficarem à mercê da lógica hegemônica vidente, não têm acesso completo e pleno às notícias e demais produtos jornalísticos, já que estes, na sua constituição, não foram pensados para um público diverso. Além disso, o autor enfatiza que a legislação brasileira quanto aos direitos das pessoas com deficiência não é cumprida, o que configura-se como “legislação invisível” (BONITO, 2015). Para Bonito (2015), a questão é mais de ordem política do que de disponibilidade tecnológica, que poderia ser aplicada para a melhoria da acessibilidade comunicacional, visto que várias inovações na profissão decorreram do uso das tecnologias.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), o Brasil tem 45.606.048 pessoas com deficiência, o que equivale a 23,9% da população brasileira³. Várias legislações discorrem sobre a temática e a garantia de direitos desta população, inclusive dentro do escopo da comunicação que, de acordo com Sasaki (2009), compreende uma das seis dimensões da acessibilidade que, por sua vez, correspondem a diferentes tipos de barreiras. Portanto, de acordo com esta definição, se a comunicação não usa de recursos para a garantia da acessibilidade, ela constitui-se uma barreira para pessoas com deficiência, principalmente aquelas que dizem respeito aos sentidos usados para a comunicação: visão, audição, e do campo cognitivo. A exemplo de algumas legislações que compreendem a dinâmica entre acessibilidade e comunicação, temos: 1) A Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988) que prevê, no campo da acessibilidade, a igualdade entre todos os indivíduos, o que inclui o direito à informação e à comunicação; 2) O Decreto Nº 6.949, de 25 de agosto de 2009 (BRASIL, 2009), que promulga a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e que garante universalidade, indivisibilidade, interdependência e interrelação entre todos os direitos humanos e liberdades fundamentais (BRASIL, 2009, s. p.);

³ A estimativa sobre a porcentagem da população brasileira que é composta por pessoas com deficiência pode estar ultrapassada, já que o censo, que deveria ter sido realizado em 2020, acontece no momento em que esta monografia é escrita, em 2022, com dois anos de atraso.

3) A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (BRASIL, 2015), ou Estatuto da Pessoa com Deficiência, que é instituída pela Lei Nº 13.146, de 06 de julho de 2015 e, no capítulo II, artigo 63 da Lei, estabelece que é obrigatória a acessibilidade em sítios de comunicação, o que inclui veículos de jornalismo digitais; 4) O Decreto Nº 5.296, de 02 de dezembro de 2004 (BRASIL, 2004), que define o que são barreiras nas comunicações e informações. Frente a esse contexto, podemos afirmar que a acessibilidade na Comunicação e no Jornalismo é, para além da necessidade de cumprimento da legislação vigente, uma questão de direitos humanos.

A noção de cidadania tem, aqui, um espaço importante. De acordo com Botelho e Schwarcz (2012), “cidadania é noção construída coletivamente e ganha sentido nas experiências tanto sociais quanto individuais, e por isso é uma identidade social” (BOTELHO e SCHWARCZ, 2012, p. 12). Para os autores, “o percurso da cidadania no Brasil [...] seguiu os rumos da história do país” (BOTELHO E SCHWARCZ, 2012, p. 19), o que significa que, historicamente, sujeitos que compõem minorias sociais são mais vulneráveis à garantia de direitos. Entre estas minorias encontram-se as pessoas com deficiência⁴, que, perante a sociedade, foram vítimas da exclusão social e do atendimento segregado antes de serem consideradas na inclusão social (SASSAKI, 2003). A partir disso, adota-se, neste trabalho, a noção de cidadania comunicativa (MATA, 2006), que é entendida “como o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demandas no terreno da comunicação pública, e o exercício desse direito” (MATA, 2006, p. 13, *tradução nossa*).

Mais do que abordar a acessibilidade comunicacional no Jornalismo, apontar os problemas da mesma, a inexistência dela em produtos jornalísticos, articular estas temáticas com as noções de cidadania comunicativa (MATA, 2006) e da acessibilidade comunicativa⁵ como oitava característica do jornalismo digital (BONITO, 2016), este trabalho pretende articular uma ferramenta que identifique quais são essas lacunas e quais são os meios de solucioná-las. A pesquisa aborda a acessibilidade comunicacional no Jornalismo por meio da criação de parâmetros para avaliar a mesma em mídias jornalísticas digitais⁶ (jornais Pioneiro e Diário Popular) por meio da construção de indicadores de qualidade. Diante desse contexto,

⁴ Outras minorias historicamente excluídas são as pessoas negras, indígenas, mulheres, lgbtqi+, pessoas pobres e periféricas.

⁵ Neste trabalho, acessibilidade comunicacional e acessibilidade comunicativa são usadas como sinônimos, já que ambas nomenclaturas aparecem em diferentes trabalhos que abordam a temática.

⁶ São usadas diferentes expressões para referir-se ao jornalismo digital, entre as quais estão mídias jornalísticas digitais, veículos jornalísticos, jornais, mídias jornalísticas, veículos jornalísticos em ambiente digital, entre outros. Estas expressões são usadas como sinônimos e, toda vez que aparecem, referem-se ao mesmo processo.

podemos resumir a problemática aqui refletida por meio do seguinte enunciado: De que modo indicadores podem ser desenvolvidos para avaliar a qualidade da acessibilidade comunicacional em mídias jornalísticas? O objetivo geral do trabalho é a construção de indicadores de qualidade em acessibilidade comunicacional para veículos jornalísticos digitais. Como objetivos específicos, temos: a) fazer revisão bibliográfica sobre acessibilidade na Comunicação e aplicada ao Jornalismo; b) identificar diretrizes de acessibilidade comunicacional por meio de pesquisas e documentos já estabelecidos; c) estabelecer parâmetros de qualidade da acessibilidade comunicacional no Jornalismo nos eixos visual, auditivo e cromático; d) testar os indicadores de qualidade em acessibilidade jornalística em veículos jornalísticos digitais do Rio Grande do Sul; e) avaliar a eficácia dos indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional no Jornalismo por meio de testes de usabilidade pontuais com pessoas que têm deficiência visual, auditiva e cromática; e f) entrevistar editores/jornalistas de veículos jornalísticos digitais gaúchos sobre as práticas de acessibilidade jornalística.

É importante pontuar algumas questões, antes de partir para a justificativa do trabalho. Em primeiro lugar, está a delimitação teórica dos eixos que serão contemplados na redação dos indicadores. Apesar de sabermos que a acessibilidade comunicacional apreende mais eixos do que os escolhidos (visual, auditivo e cromático), a exemplo do cognitivo, precisamos, ao longo da pesquisa, realizar escolhas a fim de delimitar o trabalho. Em um primeiro momento, consideramos delimitar em apenas um dos tipos, mas um objetivo importante é que a pesquisa contasse com uma visão mais ampla de recursos assistivos aplicados ao Jornalismo. Por isso, optamos pelos eixos visual, auditivo e cromático, já que estes estão circunscritos, de modo mais direto, na produção jornalística diária, que utiliza de fotografias, cores, produtos audiovisuais e sonoros como formatos. Além disso, outra delimitação importante que fizemos é a escolha dos objetos empíricos de análise para a aplicação dos indicadores. Os veículos *Pioneiro* e *Diário Popular* foram definidos a partir de cruzamentos de dados e parâmetros, que serão explicitados no capítulo metodológico.

A importância deste trabalho está, em primeiro lugar, em pensar a acessibilidade comunicacional como parte inerente e essencial de um Jornalismo realmente democrático e plural, uma vez que a linguagem - textual, visual, sonora ou cromática - é pensada também a partir de suas múltiplas formas acessíveis, o que possibilita que o alcance de produtos jornalísticos seja mais amplo e contemple um público mais diverso. Em segundo lugar, é importante pontuar que um dos diferenciais deste estudo está em considerar a acessibilidade

comunicacional para o Jornalismo a partir de um olhar abrangente, que leva em consideração a não fragmentação dos subtipos de acessibilidade comunicacional e que, logo, permite que o entendimento sobre a relação acessibilidade - jornalismo seja mais vasto. É importante pontuar, logo no início, que a acessibilidade comunicacional e a jornalística não são sinônimos, e que, por mais que sejam processos separados - já que compreendem diferentes delimitações -, também estão interligados. A acessibilidade no Jornalismo tem, portanto, um aspecto comunicacional. Além disso, esta pesquisa torna-se relevante uma vez que constrói maneiras de avaliar se uma determinada mídia jornalística cumpre critérios de acessibilidade não só do ponto de vista legislativo - o que é o mínimo que esta deve ter, mas também do ponto de vista técnico, de valores da empresa e da produção jornalística acessível.

Além disso, a justificativa da escolha do entrelaçamento entre a acessibilidade comunicacional e o Jornalismo como temática de estudo está ancorada em Braga (2011), que aponta que os estudos do campo da Comunicação devem ser pensados por meio do olhar para o próprio campo, ou seja, a questão deve ser abordada por meio do que diz respeito ao comunicacional. No caso desta pesquisa, a acessibilidade permite um olhar por meio do jornalismo já que uma de suas dimensões é, justamente, a comunicacional (SASSAKI, 2009). Muitas áreas do conhecimento analisam a acessibilidade, em especial a Educação Especial, mas também o Direito, a Arquitetura e Urbanismo, as Engenharias, a Computação, o Design, entre outras. Mesmo que estes estudos sejam importantes e contemplem diferentes dimensões da acessibilidade, entendemos que a Comunicação também deve estudar o assunto a partir de seu conhecimento específico. A importância está em, além de apontar as lacunas existentes no campo - nesta pesquisa, especialmente do Jornalismo - descobrir modos de avaliar a acessibilidade comunicacional em veículos de comunicação e apontar caminhos e soluções para que ela deixe de ser uma barreira na vida das pessoas com deficiência.

Apesar de o campo da Educação Especial ser uma área voltada em específico para o estudo das deficiências e a garantia da acessibilidade, ela não dá conta do todo, uma vez que, ao olhar para as seis dimensões da acessibilidade propostas por Sasaki (2009), não há como o campo da Educação Especial, que não compreende e não conhece todas as teorias e processos da área da Comunicação, pensar, refletir e contemplar a dimensão comunicacional da acessibilidade. Esta tarefa resta, portanto, aos profissionais e pesquisadores da nossa área.

Além disso, ao conhecer a legislação que prevê a garantia da acessibilidade, esta é considerada uma questão de direitos humanos. Em estudos anteriores (WOBETO e

BORELLI, 2020) que analisaram a presença de recursos de acessibilidade comunicacional em quatro portais de jornalismo brasileiros em meio digital (Folha de S. Paulo, Estadão, Gaúcha ZH e G1), verificamos que a acessibilidade é quase escassa e insuficiente, ou mesmo inexistente, como o caso de G1 e Gaúcha ZH. Portanto, as empresas jornalísticas não têm cumprido a legislação e, do ponto de vista do objetivo do jornalismo, cuja missão é a produção de informação, não cumpre com seu papel e exclui, do acesso à notícias, reportagens e outros tipos de produtos jornalísticos, grande porção da população brasileira.

Ademais, este estudo também se justifica, do ponto de vista científico, pela pequena bibliografia e referencial teórico que sejam voltados em específico ao campo do Jornalismo, uma vez que, por mais que tenha similaridades e características em comum com o campo da Comunicação como um todo, tem também particularidades que precisam ser levadas em conta no estudo da acessibilidade. Além disso, uma das possíveis contribuições desta pesquisa é reforçar a necessidade de inserção da acessibilidade comunicacional no processo de produção jornalística (como já evidenciado por outros autores), uma vez que as lógicas de produção da informação, dentro das plataformas digitais, atentam cada vez mais para o desenho dos formatos comunicacionais, o que deve levar em conta, também, a acessibilidade comunicacional.

Do ponto de vista pessoal, a temática é do meu interesse desde o final de 2018, no segundo semestre da graduação, e é minha temática de pesquisa de iniciação científica desde o segundo semestre de 2019. Acredito que o Jornalismo, quando feito de maneira acessível, é muito mais potente ao ter a possibilidade de alcançar mais públicos. Também, em contato com pessoas com deficiência, percebo o quanto a informação é inacessível quando não há legendagem em vídeos, descrição em imagens ou mesmo preocupação com contrastes de cores. Aprender e pesquisar sobre acessibilidade têm sido uma constante em toda a graduação. Além de realizar pesquisas sobre a temática (com cinco artigos apresentados em eventos científicos como Midiaticom⁷⁸, SBPJor⁹¹⁰ e Intercom Nacional¹¹), atuei em projetos de

⁷ Acessibilidade Comunicacional: análise da presença de Tecnologias Assistivas em veículos de mídia brasileiros. Disponível em: <encurtador.com.br/xzILX>.

⁸ Análise qualitativa da cobertura jornalística sobre Acessibilidade e Pessoas com Deficiência. Disponível em: <encurtador.com.br/mFJX1>.

⁹ Acessibilidade e Pessoas com Deficiência: a cobertura jornalística a partir de um olhar quanti-quali. Disponível em: <encurtador.com.br/jyNS8>;

¹⁰ Construção jornalística da pessoa com deficiência e a ênfase na superação. Disponível em: <encurtador.com.br/jwY19>.

¹¹ Análise quantitativa da cobertura jornalística sobre Acessibilidade e Pessoas com Deficiência. Disponível em: <encurtador.com.br/iDF68>.

ensino¹² e extensão¹³ que pensam a acessibilidade e ministrei oficinas de capacitação básica para a acessibilidade em diversos espaços. A acessibilidade comunicacional e sua aplicação no jornalismo têm feito parte da minha formação como pesquisadora e como profissional, o que me leva a querer contribuir, do ponto de vista científico, para a sua melhor compreensão e possibilidades de aplicação dentro do Jornalismo.

Neste trabalho, serão construídos indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos. Estes são divididos em quatro eixos, que compreendem, em ordem hierárquica de importância, a produção jornalística acessível, a atuação das empresas jornalísticas, o nível técnico do site e o cumprimento da legislação.

A redação desta monografia se organiza em cinco partes. A primeira é esta, que introduz o trabalho, apresenta conceitos e autores que serão articulados no decorrer da escrita, relata experiências anteriores com a mesma temática de estudo e identifica os elementos da pesquisa. O segundo capítulo, “Jornalismo, cidadania e acessibilidade comunicacional”, aborda o papel do Jornalismo na democracia e na cidadania e a legislação sobre a acessibilidade comunicacional; as normativas que estabelecem o que é e como garantir uma comunicação acessível; e a produção jornalística e os produtos jornalísticos acessíveis, ou seja, como articular o jornalismo e as tecnologias assistivas para que notícias, reportagens e outros formatos jornalísticos sejam acessíveis do ponto de vista comunicacional.

O terceiro capítulo traz a metodologia, que tem uma perspectiva mista e se baseia no paradigma indiciário (BRAGA, 2008) como ponto de partida para as escolhas metodológicas. O caminho da pesquisa se organiza a partir da revisão bibliográfica, da construção dos indicadores, do teste dos indicadores em veículos jornalísticos digitais, dos testes de usabilidade com pessoas com deficiência, das entrevistas semiestruturadas com profissionais jornalistas representantes dos veículos e do tratamento dos dados para estabelecer a pontuação, a partir dos indicadores proposto, de cada veículo jornalístico analisado como objeto empírico.

No quarto capítulo, há a parte analítica da pesquisa, ou seja, a construção de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional do jornalismo em meio digital. São apresentadas a análise, a construção e a aplicação dos indicadores, e a percepção da ferramenta como um selo de qualidade a partir de um entendimento tanto quantitativo quanto

¹² Desenvolvimento de revistas digitais acessíveis no curso de Jornalismo: <encurtador.com.br/nsxU0>;

¹³ Acessibilidade no transporte coletivo de Santa Maria, RS: a inclusão de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida: <encurtador.com.br/ijr07>.

qualitativo dos produtos jornalísticos. Por fim, nas Considerações Finais, discute-se as conclusões da pesquisa, seus tensionamentos, inferências, limitações e desafios, além do registro dos passos futuros de investigação.

A seguir, realizaremos a discussão teórica do entrelaçamento entre a acessibilidade comunicacional e o Jornalismo.

2. JORNALISMO, CIDADANIA E ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL

Neste capítulo teórico, articulam-se as noções de Jornalismo, cidadania e acessibilidade comunicacional. Em um primeiro momento, fala-se sobre o papel do Jornalismo para a cidadania e a democracia. Questiona-se, a partir de Beraldo (2021), para quem o Jornalismo é feito. Neste ponto, entram as discussões sobre os critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2013) com relação às representações sociais construídas pelo Jornalismo sobre as pessoas com deficiência, além da compreensão de que o mesmo é feito por uma comunidade interpretativa (TRAQUINA, 2013) que pode reproduzir estigmas e preconceitos. Pesquisas que abordam a relação entre a acessibilidade comunicacional e o Jornalismo são resgatadas para pensar a temática do ponto de vista teórico, além de reflexões de pesquisadores que abordam a profissão a partir de uma ‘outrização’ e do embate entre a subjetividade e a objetividade (MORAES, 2022). A ética jornalística e a legislação para a acessibilidade comunicacional também têm espaço importante nesta argumentação. Autores importantes neste debate são Nelson Traquina (2005; 2013), Adelmo Genro Filho (2012), Ciro Marcondes Filho (2000), Victor di Marco (2020), Carla Vendramin (2019), Felipe Pena (2005), Marco Bonito (2015; 2016), Thais Freitas (2021), Fabiana Moraes (2022), Ramón Salaverría (2014), Karine Segatto (2015), Victor Gentilli (2005) e María Cristina Mata (2006), além de leis e decretos brasileiros.

No segundo momento deste capítulo teórico, a acessibilidade comunicacional é abordada por meio das tecnologias assistivas e das normativas de acessibilidade, a exemplo de guias e documentos internacionais que apontam diretrizes para a acessibilidade. Há a definição do que é desenho universal e qual sua importância para o campo da Comunicação e do Jornalismo, o que e quais são as tecnologias assistivas que podem ser usadas para a garantia da acessibilidade comunicacional. Exemplos são a audiodescrição, a descrição de imagens, a legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE), a Caixa de Libras e os princípios de acessibilidade cromática para daltonismo. Além disso, são mencionadas as diretrizes de acessibilidade para veículos jornalísticos e suas respectivas legislações, o que engloba os sites de jornalismo digital e as especificidades da televisão, principalmente. Neste ponto, os principais autores elencados para a discussão são Marco Bonito (2015), Romeu Sasaki (2009), o *World Wide Web Consortium - W3C* (2018), as pesquisas conduzidas pela Marco Zero Conteúdo e pela Universidade Católica de Pernambuco (2022a; 2022b), e as definições da legislação brasileira e da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Para fechar o capítulo, discute-se a produção jornalística e os produtos jornalísticos acessíveis. Por meio do entendimento do Jornalismo como uma profissão que tem uma identidade e cultura profissionais (TRAQUINA, 2013) e uma rotina produtiva (WOLF, 2009), discute-se o Jornalismo digital e de que maneira o conceito pode ser pensado para a acessibilidade comunicacional. Há o estabelecimento de quais tecnologias assistivas podem ser utilizadas durante o processo de produção jornalística. Nisto está a inserção da acessibilidade comunicacional na pauta, apuração, entrevista, decupagem, montagem e divulgação, além dos formatos que podem compor este processo de produção, a exemplo de fotografia, ilustração, infografia, vídeo e áudio. Aqui, costumamos principalmente as discussões teóricas de Carla Beraldo (2021), Nelson Traquina (2013), Mauro Wolf (2009), Fabiana Moraes (2022), Cremilda Medina (1995), Thais Freitas (2021) e Leyberson Pedrosa (2020). O capítulo teórico é a base para pensar a metodologia da pesquisa, que será discutida no próximo capítulo.

2.1 REPRESENTATIVO, DIVERSO, ACESSÍVEL: O PAPEL DO JORNALISMO PARA A ACESSIBILIDADE E A DEMOCRACIA

O surgimento do Jornalismo, no século 18, está vinculado ao espírito da burguesia capitalista e à desconstrução do poder da Igreja e da Universidade (MARCONDES FILHO, 2000). De acordo com Genro Filho (2012, p. 11), é uma “forma de conhecimento que surge, objetivamente, com base na indústria moderna, mas se torna indispensável ao aprofundamento da relação entre o indivíduo e o gênero humano nas condições da sociedade futura”. Apesar de ter seu nascimento vinculado à indústria e à mercadoria, o jornalismo “expande-se a partir da luta pelos direitos humanos” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 10).

O crescimento da imprensa, no século 19, tem relação com a urbanização, a redução dos níveis de analfabetismo e a construção de estradas de ferro (MARCONDES FILHO, 2000). No entanto, é neste mesmo período, com o chamado *segundo jornalismo*¹⁴ (MARCONDES FILHO, 2000), que a profissão ganha características ainda presentes nas

¹⁴ Nas definições de Marcondes Filho (2000), o surgimento do Jornalismo está dividido em quatro momentos: o *primeiro jornalismo* (século 18) é aquele resultante da Revolução Francesa, que busca “iluminar” os fatos sociais por meio com um contorno político-literário, em que as opiniões são marcantes e ainda não há uma profissionalização por meio da formação universitária. O *terceiro jornalismo* (século 20) é o dos monopólios, que consolida a chamada imprensa de negócios e forma “os grandes conglomerados da indústria da imprensa” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 25). Por fim, o *quarto jornalismo* (final do século 20, em torno de 1970), é o da era tecnológica, em que o computador é inserido nas redações. As novas tecnologias, de acordo com Marcondes Filho (2000, p. 30), “virtualizam o trabalho jornalístico impresso e interferem radicalmente nos conteúdos”.

redações do século 21. Neste momento, o jornal alcança contornos de grande empresa capitalista, principalmente por meio da inovação tecnológica nos processos produtivos. De acordo com Marcondes Filho (2000), a *imprensa de massa* vende espaços publicitários, que se tornam presença marcante nos jornais. O valor de troca (o dinheiro) é pago pelo espaço do jornal (valor de uso).

A relação com o capitalismo e a notícia como mercadoria são importantes para compreender o jornalismo atual, principalmente aquele que é praticado pelos conglomerados midiáticos¹⁵. Também importa, neste estudo, na articulação com a acessibilidade comunicacional. A sociedade capitalista é a base do capacitismo, já que o preconceito para com as pessoas com deficiência parte da premissa de que uma pessoa tem valor a partir do que produz e da eficiência desta produção (MARCO, 2020). No conceito do capacitismo, há uma esteira de produção em que os corpos sem deficiência estão em desvantagem, visto que “a corporalidade tange à normalidade, a métrica, já que o capacitismo não aceita um corpo que produza algo fora do momento ou que não produza o que creditam como valor” (MARCO, 2020, p. 18).

O termo da *eficiência* aqui percorre a partir da ideia do que se entende como ser eficiente. Se vivemos em um sistema capitalista que em sua existência depende da desigualdade social, subjetiva e substancial, o capacitismo se nutre da lei do mais eficiente para domar e inviabilizar esses corpos que podem ter um ritmo de eficiência diferente. A questão aqui é a desumanização do corpo com deficiência, se possui um rótulo de ineficiência, incapaz, assim o é. MARCO, 2020, p. 18.

Para Marco (2020), há uma desumanização do corpo sem deficiência, que é rotulado como ineficiente e incapaz. No entanto, este ‘rótulo’ está ancorado em um sistema produtivo capitalista, do qual o próprio Jornalismo nasce e no qual se ancora. O Jornalismo, em grande parte de suas práticas, é capacitista. Esta discussão será aprofundada a seguir.

2.1.1 A comunidade jornalística e as práticas de (in)acessibilidade e estigmatização do público com deficiência

A partir disso, é fundamental refletir sobre as maneiras como o Jornalismo pode ser capacitista. Traquina (2005; 2013) postula que os profissionais jornalistas, na medida em que

¹⁵Os conglomerados midiáticos são definidos como um conjunto de veículos de diferentes tipos, comandados por um mesmo grupo - familiar ou político. De acordo com o Monitor de Propriedade de Mídia no Brasil (2019) produzido pelo Coletivo Intervenções e pelo Repórteres sem Fronteiras, os conglomerados oferecem riscos à pluralidade e à independência midiática, por meio da concentração de audiência, de propriedades e os controles externos. A pesquisa mostra que a concentração midiática brasileira está em alerta vermelho (INTERVOZES e SEM FRONTEIRAS, 2019). Saiba mais: <<http://brazil.mom-gmr.org/br/>>.

têm uma identidade profissional e fazem parte de uma comunidade interpretativa - a ‘tribo jornalística’ -, compartilham uma maneira de agir, de ver e de falar sobre o mundo e os acontecimentos (TRAQUINA, 2013). Assim, na medida em que se ancoram em certos saberes, os de reconhecimento, procedimento e narração¹⁶ (TRAQUINA, 2013), estes profissionais podem reproduzir e reforçar certos estereótipos e preconceitos, já que o Jornalismo atua também como construtor da realidade (PENA, 2005). “Por meio de escolhas na produção da informação, o discurso jornalístico reforça estereótipos vigentes sobre as pessoas com deficiência e reduz as mesmas à deficiência, ainda que elas tenham muitas outras características, desejos e habilidades” (WOBETO e BORELLI, 2020, p. 12). A reprodução deste estereótipo está ancorada nos saberes partilhados pela tribo jornalística que, ao não conviver com a diversidade, contribui com a publicação de discursos capacitistas.

O capacitismo se manifesta principalmente de duas formas: pelo discurso da superação, em que a pessoa com deficiência é vista pelo olhar do trágico e/ou do herói/heroína, e pelo discurso da caridade-emocionalidade, em que a mesma é vista pelo olhar do trágico e do ‘coitado’, da pena (VENDRAMIN, 2019). Vendramin (2019) busca em Koppers (2004) os conceitos de hipervisibilidade, que conversa com a superação, e de invisibilidade, em que há um desvio do olhar. Ambos referem-se a um enquadramento que aprisiona a identidade das pessoas com deficiência (VENDRAMIN apud KUPPERS, 2004) a partir dos estigmas sociais que existem sobre este público.

O discurso da superação é muito encontrado no jornalismo, o que pode ser explicado justamente por elementos que orientam a produção noticiosa e a seleção do que é notícia: os critérios de noticiabilidade, em que os do ‘inesperado’ e do ‘conflito’ são os mais importantes para compreender o sucesso do discurso de superação dentro da temática (WOBETO, ROMERO e BORELLI, 2021). O primeiro diz respeito a “aquilo que irrompe e que surpreende a expectativa da comunidade jornalística” (TRAQUINA, 2013, p. 81). Dentro da temática abordada nesta pesquisa, um exemplo que pode ser visto em notícias é quando uma pessoa usuária de cadeira de rodas precisa acessar o segundo andar de um prédio que não tem elevador e é carregada pelas escadas. Este fato noticioso rompe com uma certa expectativa: a de que o local tivesse acessibilidade. Criticar a ausência de acessibilidade é importante. No entanto, a maneira como isto é feito pode ser problemática: quando o tom da notícia evoca um discurso de superação de dificuldades, de que a pessoa com deficiência é um exemplo de

¹⁶ De acordo com Traquina (2013, p. 40 - 41): Reconhecimento: “capacidade de reconhecer quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia”; Procedimento: “conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na recolha de dados para elaborar a notícia”; Narração: “capacidade de mobilizar a linguagem, jornalística”.

força de vontade para que os leitores se inspirem, há prática de capacitismo. Isto porque a acessibilidade é a ausência de barreiras, e não a superação das mesmas (BRASIL, 2015). O exemplo citado acima é ilustrativo, mas não está longe da realidade, já que o elemento da superação está presente no discurso jornalístico e “reforça a ideia de inferioridade da pessoa com deficiência a partir do ponto de vista do “coitadismo”/trágico e de provocar, no leitor, o sentimento de pena para com esses indivíduos” (WOBETO e BORELLI, 2020, p. 9).

Já o critério do ‘conflito’, ou controvérsia, fala sobre “a violência física ou simbólica, como uma disputa verbal entre líderes políticos” (TRAQUINA, 2013, p. 82). É, segundo o autor, uma ‘quebra da norma’ (TRAQUINA, 2013, p. 82). No exemplo que ilustra uma situação hipotética, a disputa é com relação à hierarquia de poder, entre as pessoas sem deficiência, que detém a lógica hierárquica vidente¹⁷ (BONITO, 2015), e as pessoas com deficiência, que estão sujeitas a essa lógica. A reprodução da mesma, sem questionamentos, também é comum no discurso de superação presente no jornalismo. “Se a construção da notícia é feita a partir da perspectiva da superação, acaba mostrando à sociedade que a pessoa com deficiência precisa ser herói/heroína para conseguir superar barreiras” (WOBETO e BORELLI, 2020, p. 10). Esta forma de narrar e de contar a realidade vai ao encontro do sensacionalismo, muito presente no jornalismo declaratório, e que, na busca por despertar emoções e sensações (GENRO FILHO, 2012), objetiva um maior número de cliques e de compartilhamentos. Histórias de superação vendem. Genro Filho (2012, p. 207) define o sensacionalismo como uma singularização extrema, em que a sensação tem destaque na reprodução da realidade e na qual “ocorre uma distorção do concreto através dos seus aspectos sensíveis no contexto da percepção e da apropriação subjetiva”.

Aqui, é importante pontuar que há diferentes formas de abordagem acerca dessa intersecção já mencionada. Apesar de trazer para a discussão tanto a questão da representação jornalística sobre as pessoas com deficiência e o jornalismo sobre as pessoas com deficiência, este trabalho se situa no sentido da produção jornalística com acessibilidade. Muitas vezes, estes meandros se confundem e podem ser considerados como uma coisa só, mas é importante fazer essa separação e indicar onde esta monografia se encaixa. Mesmo assim, a discussão teórica sobre estas diferentes facetas da acessibilidade comunicacional e do jornalismo é importante como base para a reflexão.

¹⁷ Como já comentado na introdução deste trabalho, o conceito de hegemonia cultural vidente, proposto por Bonito (2015), apesar de dizer respeito à uma cultura feita por e para pessoas que enxergam, pode ser apropriado também para outras realidades e deficiências. Nesta monografia, o conceito é adotado para falar também sobre estas situações.

Além disso, outro ponto relevante para compreender a abordagem midiática sobre as pessoas com deficiência é a partir das representações. Em sua dissertação, Freitas (2021) analisou de que maneira estas se dão em um *corpus* do veículo jornalístico G1, extensão digital do Grupo Globo, que tem a maior concentração midiática brasileira e é o 19º no *ranking* dos maiores conglomerados midiáticos do mundo (INTERVOZES e SEM FRONTEIRAS, 2019). O *corpus*, composto por 373 unidades de análise correspondentes ao ano de 2019, teve como principais eixos temáticos os seguintes: a) **Direitos**, que “compreende as publicações que tratam principalmente de demandas e reivindicações das pessoas com deficiência nas diversas áreas” (FREITAS, 2021, p. 142) e “matérias que abordam atos ligados diretamente a esferas do poder formalmente constituído direcionados a esse grupo de cidadãos e cidadãs” (FREITAS, 2021, p. 142); b) **Violência/Investigação**, que “reúne as matérias que discorrem sobre situações diversas de agressão - cometidas, em geral, contra as pessoas com deficiência -, bem como de acidentes” (FREITAS, 2021, p. 142); c) **Iniciativa Social**, em que “estão matérias que relatam ações individuais ou de um grupo de cidadãos com o objetivo de ajudar outras pessoas, de forma voluntária e espontânea” (FREITAS, 2021, p. 142); e d) **Equipamentos e Tecnologias**, cujas matérias “trazem informações sobre produtos e serviços que contam com novos recursos voltados à melhoria da qualidade de vida das pessoas com deficiência em diversos aspectos” (FREITAS, 2021, p. 142).

Das conclusões do estudo, uma das principais é que há, em todos os eixos temáticos, uma tendência ao silenciamento das pessoas com deficiência. “Constatamos que em apenas 10% das unidades de análise pessoas com deficiência foram mobilizadas como fontes para discutir questões diretamente ligadas às suas realidades, totalizando apenas 40 de um universo de 373 matérias” (FREITAS, 2021, p. 196). A autora pontua que, apesar de o *corpus* ter exemplos de matérias que conferem uma representação social da pessoa com deficiência como cidadã e como sujeito de direitos, há ausência da perspectiva do público representado, já que, na grande maioria dos casos, as mesmas não são consideradas como fontes (FREITAS, 2021).

O silenciamento, contudo, se dá de formas distintas. Uma delas é o silenciamento por exclusão, quando a temática da deficiência é abordada, ignorando, desconsiderando e excluindo por completo as perspectivas das próprias pessoas com deficiência. Nesses casos, em geral, as fontes limitam-se às oficiais. Com isso, perde-se a oportunidade de se tornar os relatos jornalísticos mais ricos, plurais, diversos e consistentes. O outro tipo é o silenciamento por tutela, quando a fala das pessoas com deficiência é substituída pela de alguém considerado mais capaz e competente para expor as opiniões, avaliações e perspectivas em lugar dessas pessoas. Aqui, a subjetividade das pessoas com deficiência é apenas tangenciada, mas não incluída. FREITAS, 2021, p. 196 - 197.

Principalmente no eixo temático *Direitos*, Freitas (2021, p. 193) aponta que as matérias jornalísticas reforçam um lugar-cidadão ao mesmo tempo em que não reconhece as pessoas como sujeitos, apenas como “depositários desses direitos”. Para a autora (2021, p. 193), “as matérias evidenciam a necessidade de ações e políticas públicas que garantam a concretização de direitos nas práticas sociais” ao mesmo tempo que a prática jornalística “reforça representações estereotipadas cristalizadas no senso comum, que associam a deficiência à ideia de obstáculo a ser superado”. Estas representações, segundo a autora, reforçam estereótipos que também são formas de opressão, além de que “o jornalismo ainda reafirma critérios hegemônicos de normalidade dos corpos (exclusão); e, como outras instituições, também reforça a desigualdade, na medida em que promove, mesmo involuntariamente, o silenciamento dessas pessoas em suas narrativas” (FREITAS, 2021, p. 195). De acordo com Genro Filho (2012, p. 80), o jornalismo se constitui a partir da noção do singular para o universal, ou seja, a partir de fatos singulares, constrói um entendimento universal. “[...] se o *singular* é a matéria-prima do jornalismo, a forma pela qual se cristalizam as informações que ele produz, o critério de valor da notícia vai depender (contraditoriamente) da universalidade que ela expressar”. Para o autor, “o *singular, portanto, é a forma do jornalismo e não o seu conteúdo*” (GENRO FILHO, 2012, p. 80). Ou seja, se as representações sobre as pessoas com deficiência, de um ponto de vista isolado (o singular), são estigmatizadas, quanto maior a repetição destas formas de noticiar - por meio da quantidade de produtos jornalísticos -, mais estabelecido é o universal estigmatizado como representação das pessoas com deficiência e da construção da realidade sobre as mesmas.

Além disso, o entrelaçamento entre as temáticas do Jornalismo e da acessibilidade comunicacional necessita a reflexão, também, de como os diferentes formatos jornalísticos são construídos, ou seja, se sua produção é pensada para as pessoas com deficiência. Carla Beraldo (2021), em sua dissertação, questiona para quem o jornalismo é feito (BERALDO, 2021). Por meio de diferentes pesquisas que investigam a acessibilidade comunicacional no jornalismo, é possível afirmar que o mesmo não é feito para pessoas com deficiência. Esta afirmação se baseia no entendimento de Bonito (2015, p. 60), de que vivemos em uma hegemonia cultural dos videntes, que “faz parte de uma disputa de forças políticas entre as pessoas consideradas “sem deficiência” e as PcD. O primeiro grupo, em situação mais confortável, detém as lógicas da hegemonia cultural vigente, enquanto que o segundo grupo está à mercê dessas lógicas”.

Este raciocínio traz vários problemas que precisam ser discutidos, quando pensamos a tessitura do jornalismo: por um lado, do ponto de vista técnico, quando o jornalismo não

incorpora métodos de acessibilizar, o produto jornalístico não é pensado para ser acessível e, logo, tem grandes chances de, em alguma medida, restringir o acesso à informação. Um dos exemplos mais palpáveis é a ausência de descrição de imagens e/ou audiodescrição¹⁸ em fotografias, ilustrações, gráficos, infografia, vídeos e outros tipos de imagens. Beraldo (2021) aponta que usuários com deficiência visual tiveram sentimentos negativos ao acessar notícias digitais ou tiveram dificuldades com tecnologias assistivas para consumir o conteúdo jornalístico em 68,3% dos casos analisados em sua pesquisa.

Além disso, outra problemática é o desconhecimento de práticas acessíveis por parte do próprio profissional jornalista. Mesmo que reconheça a acessibilidade como importante e necessária, ao não ter conhecimento sobre tecnologias assistivas que promovem a acessibilidade comunicacional, sobre as especificidades de acessibilidade dos *softwares* de gerenciamento de conteúdo e sobre o grau de responsabilidade que eles têm na geração de conteúdo acessível (BERALDO, 2021), os jornalistas e demais profissionais do campo restringem, ao público com deficiência, o acesso à parte da informação. Neste ponto, há duas questões: a primeira e mais grave é que quase um quarto da população brasileira¹⁹ tem, potencialmente, em alguma medida, dificuldades²⁰ de acessar produtos jornalísticos, já que estes não foram produzidos para o público com deficiência, o que vai ao encontro da hegemonia cultural vigente (BONITO, 2015).

Justamente por conta desta última característica, o Jornalismo, ao não compreender as pessoas com deficiência como potenciais públicos consumidores - e este entendimento passa

¹⁸ A diferenciação entre audiodescrição e descrição de imagens não foi encontrada em nenhum documento ou pesquisa. A audiodescrição é o conceito formal estabelecido nos recursos assistivos. Já a descrição de imagens foi apreendida pela autora por meio de formação no Curso Básico de Audiodescrição, promovido pelo Núcleo de Acessibilidade da UFSM, e da participação na Comissão de Audiodescrição da UFSM, ambos em 2019. Os profissionais participantes destes explicaram que a descrição de imagens usa das mesmas regras que a audiodescrição, mas que não tem a conferência de um profissional formado, e que é usada como alternativa informal para que a acessibilidade seja ampliada.

¹⁹ De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, a população com deficiência brasileira corresponde a cerca de 24% do total, com um contingente de cerca de 45 milhões de pessoas. Em 2018, o IBGE publicou uma Nota Técnica, intitulada “Releitura dos dados de pessoas com deficiência no Censo Demográfico 2010 à luz das recomendações do Grupo de Washington”. No documento, é explicada a metodologia de aplicação da pesquisa demográfica a partir da Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde (CIF), documento da Organização Mundial da Saúde (OMS) de 2001. Além disso, explica os critérios de aplicação de questionários a partir do Grupo de Washington, que “busca padronizar e harmonizar definições, conceitos e metodologias de modo a garantir a comparabilidade das estatísticas entre diferentes países” (IBGE, 2018). A releitura dos dados a partir do Grupo de Washington possui uma diferença significativa de quais são as pessoas com deficiência no país, e que leva em conta diferentes graus e intensidades das deficiências. A porcentagem total - 23,9% da população, passa para 6,7% do total da população. No entanto, em razão de não haver um consenso sobre qual a melhor forma de utilizar esses parâmetros, e também pelos dados sistematizados disponíveis no banco de dados do IBGE serem os que correspondem à metodologia aplicada em 2010 e também por ser essa a estimativa ‘oficial’ utilizada para cálculos estatísticos populacionais, optamos por fazer uso deste primeiro banco de dados, e não da releitura dos mesmos.

²⁰ Neste ponto, soma-se a problemática do *paywall*, em que é necessário fazer uma assinatura e pagar para ter acesso aos produtos jornalísticos de determinado veículo, o que dificulta ainda mais o acesso à notícias.

também pelo modo como o jornalismo é feito -, perde a audiência de um público abrangente (BERALDO, 2021). “[...] ao não considerar essa parcela da população como consumidora de notícias, os veículos de imprensa não só descumprem determinações da LBI²¹, mas também limitam a possibilidade de diversificar e expandir suas audiências de modo abrangente e agregador” (BERALDO, 2021, p. 117). Além disso, a lógica capitalista e industrial, que foi parte da gênese do campo jornalístico e que prevalece em suas lógicas produtivas até hoje (GENRO FILHO, 2012), interfere, inclusive, no interesse por parte das próprias empresas jornalísticas que não tem interesse em investir na produção jornalística acessível. Afirmamos essa inferência já que, a partir das pesquisas citadas nesta monografia, e de pesquisas próprias realizadas no decorrer da graduação, a presença de recursos assistivos é escassa. As iniciativas que inserem a acessibilidade comunicacional em práticas jornalísticas são sempre pontuais, e não consideradas como parte de uma rotina produtiva, o que Beraldo (2021) e Bonito (2015) apontam como fundamental para uma prática de cidadania comunicativa.

Uma consideração importante a ser feita é que, devido a um entendimento padronizado sobre os corpos, a área do Jornalismo, assim como outros setores sociais e da própria Comunicação, produzem notícias, reportagens e outros tipos de produtos jornalísticos a partir, muitas vezes, de um formato pré-determinado como padrão: a pirâmide invertida. Antes de abordar mais a relação entre a última e os meandros de como o jornalismo entende a acessibilidade - tanto como técnica quanto como pauta -, é preciso compreender que a padronização dos corpos está ancorada na bipedia compulsória (CARMO e RIBEIRO, 2019). Os autores postulam que o conceito não se refere às maneiras de deslocamento, sobre dois membros (os pés e as pernas), mas “como estrutura sociopolítica determinante nas relações, principalmente no que se refere às pessoas com deficiência” (CARMO e RIBEIRO, 2019, p. 921). A bipedia compulsória “organiza o mundo a partir de uma única perspectiva e ponto de vista que exclui e nega qualquer outra possibilidade de existência e rejeita as diversas experiências corporais que fogem ao padrão dominante” (CARMO e RIBEIRO, 2019, p. 921). Assim, ancora uma compreensão que é normatizada e autoritária sobre o que é considerado um ‘padrão corporal humano’ (VENDRAMIN, 2019) e

[...] deflagra uma crença de que corpos desviantes serão consequentemente insuficientes, seja diminuindo seus direitos e mesmo o direito à vida em si, seja de maneira conceitual e estética, na realização de alguma tarefa específica, ou na determinação de que essas sejam pessoas naturalmente não saudáveis. A relação de insuficiência desses corpos é projetada sobre os sujeitos que são fixados como incapazes devido à sua condição [...]. VENDRAMIN, 2019, p. 17.

²¹ Lei Brasileira de Inclusão. Disponível em: <encurtador.com.br/lmzBV>.

A partir do conceito da bipedia compulsória, é possível compreender que a organização do mundo a partir de uma perspectiva única também está presente no Jornalismo. E, aqui, é preciso fazer uma ressalva: ao entrelaçar o Jornalismo com a bipedia compulsória, a visão única de mundo que evidenciamos é a que contrapõe a dualidade ‘com deficiência’ X ‘sem deficiência’. O Jornalismo é uma profissão importante na defesa da democracia, como vamos discutir mais adiante, e tem papel fundamental na denúncia de opressões, esquemas criminosos, desigualdades, política, economia, cultura, entre outros aspectos importantes. Mesmo assim, não há como negar que o Jornalismo também é reprodutor de violências e contribui para a perpetuação de desigualdades entre territórios, raças, classes sociais e corpos, o que, de acordo com Fabiana Moraes, é um processo que se inicia a partir da pauta (MORAES, 2022). No entanto, na discussão da deficiência, o Jornalismo ainda se ancora em uma visão única de mundo, na qual há uma lógica de poder em que a hierarquia privilegia corpos e processos sem deficiência em detrimento daqueles com deficiência (BONITO, 2015).

Voltemos à pirâmide invertida. Seu surgimento remonta ao século 19, ao ano de 1861, em que há o primeiro registro de uma notícia que utiliza a técnica, no jornal *The New York Times*, e, no Brasil, ela chega em 1950, para substituir o nariz de cera (GENRO FILHO, 2012). O autor busca, principalmente em Rangel (1981) a tese de que a pirâmide invertida é resultado de uma deficiência técnica: havia interrupções nas linhas dos telégrafos e, em virtude disso, os editores pediam aos repórteres que priorizassem o relato dos fatos principais (GENRO FILHO, 2012). Para o autor (2012, p. 199), este foi “um acaso que contemplou, ao mesmo tempo, o comodismo dos leitores e o interesse dos jornais em suprimir os parágrafos finais quando chegava um anúncio de última hora”.

Na pirâmide invertida, os fatos principais são organizados em um *lead*, o primeiro parágrafo da notícia, que responde a seis perguntas básicas: O quê? Onde? Quando? Quem? Como? e Para que? (SQUARISI e SALVADOR, 2007). Para Genro Filho (2012, p. 200), a ideia da pirâmide invertida “é apenas uma hipótese racional de operação, uma descrição empírica da média dos casos, conduzindo, por esse motivo, a uma redação padronizada e não à lógica da exposição jornalística e à compreensão da epistemologia do processo”. Esta padronização prejudica as possibilidades criativas da redação jornalística (GENRO FILHO, 2012).

Dessa forma, estabelece um padrão técnico que limita os formatos dos produtos jornalísticos²². No entanto, na medida em que há um determinado padrão redacional, ele orienta uma produção noticiosa. Este ponto é importante para compreender a problemática do entrelaçamento entre a acessibilidade e o Jornalismo: da mesma forma que há uma padronização dos corpos, que tangencia as capacidades das pessoas com deficiência a partir do que se espera como ‘normal’, também há uma padronização do jornalismo, que reproduz estigmas e preconceitos. No entanto, é fundamental pontuar, que mesmo que o campo contribua para o reforço da padronização dos corpos, esta não é uma atitude isolada, mas sim de toda uma comunidade interpretativa (TRAQUINA, 2013). Em contraponto, iniciativas que buscam romper com esse padrão e que inserem a acessibilidade comunicacional no fazer jornalístico são pontuais, muitas vezes isoladas. Por isso, para que haja uma mudança na maneira como o Jornalismo opera sobre essas pautas e para que ele contribua para uma melhoria social, é necessário que toda a tribo jornalística esteja consciente sobre os estigmas acerca das pessoas com deficiência, sobre os modos como o Jornalismo contribuiu e contribui para a manutenção dos mesmos e sobre as formas de fazer um jornalismo acessível do ponto de vista comunicacional.

A partir disso, há necessidade de pensar os diferentes formatos, principalmente no jornalismo digital ou webjornalismo²³. Este tem sete características que marcam a diferença (CANAVILHAS, 2014). Bonito (2016) propõe o acréscimo da acessibilidade comunicativa como a oitava característica do jornalismo digital, ao mesmo tempo em que alerta que esta inclusão conceitual não resolve a ausência de acessibilidade mas que, mesmo assim, contribui para a problematização da lacuna nas redações jornalísticas.

Um conceito importante neste contexto é o da multimídia, que tem a intenção de informar para os cinco sentidos (SALAVERRÍA, 2014, p. 25), já que “construímos a nossa representação da realidade encaixando as peças de informação que vamos recebendo simultaneamente mediante os nossos sentidos corporais”. Para Salaverría (2014), os seres humanos não apenas recebem a informação por meio de diferentes formatos, mas também se comunicam dessa maneira. O conceito de multimídia compreende três dimensões: a) a multiplataforma, também chamada de *cross-media*, “em que distintos meios coordenam as suas respectivas estratégias editoriais e/ou comerciais para conseguir um melhor resultado

²² O modelo da pirâmide invertida nem sempre é usado e há ótimos exemplos de maneiras diferentes e criativas de fazer jornalismo, seja no dia a dia ou em reportagens especiais.

²³ Há diferentes conceituações para o jornalismo digital (webjornalismo, jornalismo online, etc) mas, nesta pesquisa, não vamos nos deter nas diferenças entre os conceitos. Quando mencionamos o conceito do jornalismo digital, estamos referindo aquele produzido em meio digital e, hoje, também em plataformas.

conjunto” (SALAVERRÍA, 2014, p. 27). Aqui, um mesmo veículo de comunicação estaria, ao mesmo tempo, em um meio digital e em plataformas de redes sociais, para ficar em somente um exemplo; b) a polivalência diz respeito ao perfil do jornalista que é requerido hoje: um profissional que tenha características e competências distintas, do ponto de vista mediático (que saiba trabalhar com vários meios), temática (que conheça e domine variadas editorias - o profissional especializado perde espaço) e funcional (refere-se ao profissional multitarefa que, do ponto de vista técnico, desempenha várias funções no veículo que atua); e c) como combinação de linguagens ou de formatos, em que um mesmo produto compreende o texto, a imagem, o som, o vídeo, o áudio, entre outros (SALAVERRÍA, 2014).

A última definição é a que mais nos interessa nesta discussão, já que, de acordo com Salaverría (2014, p. 32), “compor eficazmente uma mensagem midiática implica coordenar tipos de linguagem ou formatos que tradicionalmente se manipulavam em separado”. Este entendimento é importante porque, do ponto de vista adotado nesta monografia, em que a comunicação é acessível quando não apresenta barreiras, a acessibilidade comunicacional inserida em diferentes produtos jornalísticos pode ser compreendida como um formato. A multimídia é, portanto, um meio para a promoção da acessibilidade (SEGATTO, 2015). Em resumo, tornar acessíveis uma notícia, uma reportagem, uma nota ou uma entrevista, em suas diferentes formas, não deve ser visto como uma adequação à acessibilidade - ação que, quando é feita, geralmente acontece no final do processo de produção, na divulgação em posts de redes sociais midiáticas (CARLÓN, 2021) -, mas como um formato a mais de comunicar determinado acontecimento.

É neste ponto que a discussão se interliga, de fato, com a bipedia compulsória: tornar o Jornalismo acessível do ponto de vista comunicacional é romper com o paradigma de normalização dos corpos e assumir que as pessoas com deficiência não são menos capazes, mas que consomem a informação de uma maneira diferente, da mesma forma que pessoas sem deficiência que, em vez de ler uma notícia em um veículo jornalístico, preferem consumir a informação por meio de um podcast ou de uma videoreportagem. A adequação do formato acessível é feita, principalmente, pela inclusão de tecnologias assistivas, como a audiodescrição ou descrição de imagens, a legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE), a caixa de Libras, a acessibilidade cromática, entre outros recursos.

Estes recursos acessíveis estão relacionados à construção do discurso e da narrativa webjornalística e interferem diretamente na compreensão do conteúdo exposto. Dizem respeito à capacidade do conteúdo jornalístico de contemplar, também em suas formas, a amplitude das diversidades de tipos de conteúdos para as pessoas com

deficiência visual, auditiva ou cognitiva, atendendo assim as lógicas do Desenho Universal nas dinâmicas do processo comunicacional. BONITO, 2015, p. 192.

A produção de diferentes formatos não é, inicialmente, focada nas pessoas com deficiência, mas “a perspectiva de produção de alternativas para uma mesma notícia traz vantagens à acessibilidade pela oferta de mais alternativas de linguagens em cada conteúdo jornalístico” (SEGATTO, 2015, p. 51). No entanto, na maioria das vezes, as pessoas com deficiência não são compreendidas como público potencial consumidor de notícias, o que vai ao encontro do entendimento da bipedia compulsória. “Se, por um lado temos as oportunidades de entender os desejos do público e a forma de se consumir informação, por outro a homogeneização das pessoas que consomem notícias muitas vezes norteia as tomadas de decisões editoriais no jornalismo digital” (BERALDO, 2021, p. 118).

Assim, as maiores potencialidades de acessibilizar o jornalismo estão no digital, já que, “com a chegada da internet surgiu [...] uma plataforma que oferecia a possibilidade de combinar simultaneamente múltiplos formatos comunicativos” (SALAVERRÍA, 2014, p. 32). No entanto, por mais que tenha potencial de ser acessível²⁴, o Jornalismo não o é na maioria das vezes (SEGATTO, 2015). A autora (2015) estudou a inserção da acessibilidade por meio da multimídia em dez veículos jornalísticos da América Latina. Ela pontua, nas conclusões da pesquisa, que “as iniciativas de acessibilidade são praticamente inexistentes e os outros recursos que poderiam colaborar, como as legendas descritivas, são pouco utilizados [...]” (SEGATTO, 2015, p. 160 - 161). As publicações do *corpus* analisado, que soma 152 notícias, “não demonstraram qualquer cuidado com a acessibilidade” (SEGATTO, 2015, p. 161), o que é “um sinal da invisibilidade das pessoas com deficiência como público para o webjornalismo da América do Sul” (idem). Em casos como este, a comunicação se torna uma barreira, já que “a acessibilidade é uma condição para que o usuário com deficiência possa interagir com o webjornal” (SEGATTO, 2015, p. 48). Além disso, quando um produto jornalístico tem diferentes formatos, torna-se acessível também porque possibilita a interatividade.

Antes de pensar o Jornalismo em costura com a democracia e a cidadania, quero discutir, aqui, principalmente com base em Moraes (2022), como outras práticas comuns na rotina jornalística podem contribuir para a estigmatização das pessoas com deficiência. Em ‘A

²⁴ De acordo com Segatto (2015), as tecnologias assistivas potencializam a acessibilidade não somente para pessoas com deficiência, mas também na população pobre ou que mora em locais cuja conexão com a internet é lenta. Este entendimento parte do pressuposto de que diferentes formatos da informação proporcionam que pessoas que consomem notícias, redes sociais ou outros produtos digitais de formas diferentes possam ter acesso ao mesmo conteúdo na medida de suas possibilidades.

pauta é uma arma de combate’, Moraes reflete sobre o Jornalismo como reproduutor de violências, a imprensa como formadora de conexões e como caixa de ressonâncias, processo que se inicia já na constituição da pauta (MORAES, 2022). A autora resgata Alex de Castro para discutir a outrofobia, que seria a “rejeição, medo ou aversão ao Outro” (CASTRO apud MORAES, 2022, p. 32). Para Moraes (2022, p. 32), estes preconceitos e aversões, em que estão inseridos o machismo, o racismo, a homofobia, o elitismo, a transfobia, o classicismo, a gordofobia, o capacitismo e a intolerância religiosa, “falam sobre o vão criado entre o *eu* e o *outro*”. Este *eu*, que se difere do *outro* noticiado, pode reproduzir violências contra um determinado grupo ou território. Neste caso, já abordamos como as pessoas com deficiência são representadas e consideradas (ou não) como fontes em veículos jornalísticos e, inclusive, como não são levadas em conta como públicos consumidores.

Moraes (2022) também discute o Jornalismo a partir do entendimento da subjetividade como parte inerente do profissional jornalista e do processo produtivo. Genro Filho (2012) já compreendia o relato jornalístico como reproduutor de fatos por meio de uma “complexa operação subjetiva” (GENRO FILHO, 2012, p. 127). O embate entre a subjetividade e a objetividade é longo e, de certa forma, polêmico. O primeiro é visto, muitas vezes, como a contaminação da produção noticiosa, em que o profissional jornalista coloca suas perspectivas e entendimentos em um determinado produto jornalístico (MORAES, 2022).

No entanto, a autora evidencia que o primeiro conceito não significa a negação do segundo - ao menos de seus elementos básicos que são necessários à prática jornalística, a exemplo da apuração, da checagem, das entrevistas, do levantamento de dados, da decupagem, entre outros (MORAES, 2022). Para Traquina (2005, p. 139), “a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não-interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho”.

A defesa do jornalismo de subjetividade, por parte de Moraes (2022, p. 51), parte do pressuposto de que é “impossível “esvaziar-se” e “isentar-se” [...] de preconceitos enquanto há, para melhor ilustrar, o ensino de valores-notícia que dizem que lugares e povos são mais importantes”. Para a autora, a “colonialidade e objetividade não surgem em separado, pelo contrário, fazem parte de um mesmo projeto de outremização - ou seja: de transformar tudo o que não cabe nos modelos predeterminados de existências em um outro estranho, exótico ou mesmo descartável” (MORAES, 2022, p. 36). Estes entendimentos acerca do Jornalismo podem ser compreendidos na temática aqui abordada: os profissionais jornalistas, que participam de comunidades interpretativas que, muitas vezes, não contemplam pessoas com

deficiência e inclusive profissionais jornalistas com deficiência, reproduzem estigmas exoticados, estranhos e descartáveis acerca das mesmas por meio de representações de superação, heroísmo ou tragédia.

A discussão proposta por Moraes (2022), acerca de assumir as subjetividades no fazer jornalístico, pretende que os jornalistas assumam seus preconceitos, ignorâncias e visões de mundo e, a partir dessa consciência, busquem formas de noticiar que sejam mais respeitadas com o público representado, mais responsáveis do ponto de vista da construção social sobre os mesmos públicos e que compreendam o Jornalismo fora do pedestal e de uma postura de heroísmo. Assumir a subjetividade pode ser uma forma de compreender as lacunas de formação e estigmas que os jornalistas carregam, de assumir que o jornalismo é falho e, assim, ir em busca de melhorar as práticas e processos produtivos do campo (MORAES, 2022). Neste embalo da subjetividade na prática profissional, Veiga (2014) discute como o masculino é o gênero do Jornalismo, visto que os profissionais, principalmente em postos de comando, são homens. A partir disso, pode-se pensar que o Jornalismo ainda é, sobretudo, feito por pessoas sem deficiência e, logo, para pessoas sem deficiência, o que contempla, novamente, a lógica hegemônica vigente (BONITO, 2015).

Na sequência, discutimos de que maneira a democracia pode ser compreendida em um jornalismo que é inacessível e exclui uma parcela social do acesso pleno à informação.

2.1.2 Quando o jornalismo não é acessível, de que democracia estamos falando?

De acordo com Traquina (2005, p. 115), o “jornalismo é, por excelência, uma atividade ligada às relações humanas”. Para o autor, “existe uma relação simbiótica entre jornalismo e democracia na teoria democrática” (TRAQUINA, 2005, p. 23). Essa questão está muito ligada a uma defesa da liberdade como valor, como defende o autor, o que, para a imprensa, é fundamental. Em períodos de governos autoritários e antidemocráticos, como é o caso da Ditadura Militar brasileira, que se estendeu de 1964 até 1985, os veículos de imprensa sofriam censura prévia sobre as notícias que saíam no jornal. As que eram contrárias ao governo eram suprimidas. Ficaram conhecidas algumas práticas de tentativa de burlar essa censura, como as metáforas em letras de músicas por parte de artistas, e outras significativas, em que uma receita representava um jornalista que foi preso, estava desaparecido e/ou foi morto pela repressão, além de metáforas de previsão meteorológicas que descreviam ‘temperaturas sufocantes’²⁵ (SCHWARCZ e STARLING, 2015). A partir de Traquina (2005),

²⁵ Publicação do *Jornal do Brasil* de 14 de dezembro de 1968.

é possível pensar a definição do Jornalismo junto à democracia e questionar se o primeiro existe sem o segundo.

A pergunta “O que é jornalismo?” devia ser, para estar mais em sintonia com o teor deste livro, “O que é o jornalismo numa democracia?”. A democracia não pode ser imaginada como sendo um sistema de governo sem liberdade e o papel central do jornalismo, na teoria democrática, é de informar o público sem censura.[...] Tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo sem liberdade ou é farsa ou é tragédia. O que é o jornalismo num sistema totalitário [...] é fácil de definir: o jornalismo seria propaganda a serviço do poder instalado. TRAQUINA, 2005, p. 22 - 23.

Este entendimento do Jornalismo com a democracia está em sua gênese, cuja “luta pela liberdade começa com a luta contra a censura de um poder político absoluto, sob forma de monarquia na esmagadora maioria dos países” (TRAQUINA, 2005, p. 43). A liberdade de imprensa foi constituída com um Quarto Poder, já que equilibrava a disputa com os outros poderes por meio de sua fiscalização (TRAQUINA, 2005). Assim, “o jornalismo, o designado “Quarto Poder”, e a democracia constituíram-se em simbiose” (TRAQUINA, 2005, p. 49). Aqui, é importante recuperar, também, que o Jornalismo surge com base no capitalismo e, assim, constitui-se como campo. “Grandes potencialidades culturais e democráticas foram produzidas pelo capitalismo moderno e, especialmente, pelos meios de comunicação de massa” (GENRO FILHO, 2012, p. 102). O autor ressalta, no entanto, que o sistema capitalista, mesmo que tenha condições de implementar mudanças na cultura e na democracia, não pôde cumprir com sua promessa cultural (GENRO FILHO, 2012).

Para Genro Filho (2012), o Jornalismo está, desde o início, atravessado pela ideologia burguesa e, do ponto de vista cultural, pela cultura de massas ou indústria cultural. No entanto, para o autor, mesmo que tenha surgido nestas condições, a profissão não fica restrita a elas. Há, para Gentilli (2005), um momento em que o Jornalismo supera a mercadoria e cria uma relação intrínseca com a cidadania, força esta que faz do campo uma categoria social importante. No prefácio do livro de Victor Gentilli (2005) - Democracia de Massas: jornalismo e cidadania - Luiz Martins escreve que o lucro sempre foi a base do Jornalismo, mas que a finalidade da profissão não pode ser só esta, o que tornaria a mesma um simples fantoche.

Este é o mesmo entendimento de Genro Filho (2012, p. 23), que diz que “o jornalismo não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia da classe que o trouxe à luz”. Para ele, “a ambivalência do jornalismo decorre do fato de que ele é um fenômeno cuja essência ultrapassa os contornos ideológicos de sua gênese burguesa, em que

pese seja uma das formas de manifestação e reprodução da hegemonia das classes dominantes” (GENRO FILHO, 2012, p. 23). De acordo com Traquina (2005, p. 128), o papel do Jornalismo em uma democracia é o de “mercado de idéias”, “em que as diversas opiniões da sociedade podem ser ouvidas e discutidas”.

Gentilli (2005) pontua que, em uma democracia, há, basicamente, três tipos de direitos: civis, políticos e sociais. Para o autor, um afeta o outro. Um exemplo é o voto, que é um direito político e que, para ser exercido plenamente, depende da informação de qualidade sobre os candidatos e candidatas, que é um direito social (GENTILLI, 2005). “[...] para se ter acesso ao poder público - e, por consequência, à posse de direitos -, o cidadão precisa ter assegurado o acesso à informação pública. Esta é, também, uma das condições para a ampliação de direitos” (GENTILLI, 2005, p. 127). Para o autor, o direito à informação está diretamente ligado ao exercício da cidadania, e a democracia representativa tem o Jornalismo e a imprensa como partes constituidoras decisivas, o que, consequentemente, permite que os cidadãos pratiquem os outros direitos de forma plena (GENTILLI, 2005). O autor pontua que a profissão é indispensável, e define o Jornalismo “como o instrumento que viabiliza o direito à informação, onde os jornais desempenham a função de mediadores e os jornalistas, individualmente, de representantes do leitor, telespectador e ouvinte, como indivíduos, consumidores e cidadãos” (GENTILLI, 2005, p. 142).

Mesmo que seja inegável o papel do Jornalismo na democracia, a profissão não é constituída apenas de louros. Mas antes de abordar as falhas do Jornalismo que se diz cidadão e democrático, é importante destacar o papel central que ele teve, por exemplo, na pandemia de Covid-19 no Brasil, como no combate às notícias fraudulentas por meio dos serviços de checagem, ou em reportagens investigativas²⁶. No entanto, é importante salientar que, especialmente nos últimos quatro anos, o Jornalismo é ameaçado e os ataques a profissionais jornalistas e meios de comunicação cresceram, só em 2022, 26,9%, de acordo com a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI, 2021)²⁷. Assim, se o Jornalismo

²⁶ Exemplos: a investigação do esquema de propinas de vacinas por um dólar, publicada por Constança Rezende na Folha de São Paulo, e a polêmica envolvendo a compra do imunizante indiano da Covaxin. Além disso, nas eleições presidenciais de 2022, a jornalista Juliana dal Piva, do UOL, teve importante papel ao revelar a compra de 51 imóveis com dinheiro vivo por parte da família do então Presidente da República e candidato à reeleição, Jair Bolsonaro. Para ficar em apenas alguns exemplos, ainda é possível recordar do excelente trabalho de Caco Barcellos em ‘Rota 66 - A história da polícia que mata’, trabalho investigativo que revelou que a estrutura policial de São Paulo, que tinha origem na Ditadura Militar, matava sem justificativa e transformava em estatística especialmente jovens negros oriundos da favela e que, em geral, não estavam envolvidos em nenhuma atividade criminosa (o que era a justificativa do grupo: de que as mortes eram decorrentes de trocas de tiros e em legítima defesa). A obra voltou à discussão no segundo semestre de 2022, período em que a versão audiovisual de ‘Rota 66’ foi lançada na GlobloPlay.

²⁷ Dados da pesquisa apontam que a participação é intensa por parte de agentes públicos, entre atores do Estado (70,2%) e pessoas que cumprem mandatos em cargos eletivos (57,6%). Dos atores estatais, foram 106 ataques,

é ameaçado, a democracia também é. E, conseqüentemente, a cidadania das pessoas também é posta em xeque.

Aqui é importante pontuar que, sem desconsiderar todo o contexto citado anteriormente, da importância do Jornalismo para a democracia e a cidadania, há de se considerar que ela nunca foi plena, e deixa de lado muitas pessoas, como o público com deficiência, que, ao ser representado de uma maneira estigmatizada e não ter acesso à informação de maneira acessível, fica refém das lógicas ‘bípedes’ de comunicação. Este público também fica dependente da ajuda de outras pessoas, o que afeta diretamente sua cidadania, já que, para Gentilli (2005), a autonomia no consumo de notícias e informações é essencial para a emancipação humana.

Neste sentido, Freitas (2021, p. 84) levanta um questionamento importante: “[...] como foi possível que a cidadania, baseada na igualdade de acesso a direitos e de obrigações definidos e reconhecidos por uma sociedade, tenha se desenvolvido simultaneamente ao capitalismo, sistema sustentado numa lógica oposta, de desigualdade?”. Na última década, tem se observado um movimento interessante no jornalismo: o surgimento de veículos alternativos em oposição à lógica mercantil capitalista dos veículos de comunicação que compõem o setor tradicional. Este tipo de jornalismo se coloca como posicionado, a exemplo da Revista AzMina, que discute gênero por meio de uma perspectiva feminista, a Ponte Jornalismo, que aborda, sobretudo, questões de direitos humanos com um viés muito forte de raça, e a Voz das Comunidades, que discute território a partir da favela. Estes são apenas alguns exemplos, mas que permitem pensar uma maneira diferente de fazer jornalismo. A Revista AzMina, por exemplo, aborda a temática da deficiência e do capacitismo a partir de um ponto de vista humanizado e que, inclusive, já convidou mulheres com deficiência para escrever os próprios textos. A partir disso, é possível evidenciar que os veículos alternativos de comunicação, ao serem mais representativos e diversos em vários aspectos (raça, gênero, território, classe, corpo, etc), também contribuem mais com a democracia. Portanto, o olhar sobre a democracia é amplo e reflete uma certa resistência.

Agora voltamos à problemática que entrelaça o Jornalismo, a democracia, a cidadania e a acessibilidade, e que pode ser considerada como o resumo do que pautamos neste trabalho: sem acessibilidade - neste caso em específico, a acessibilidade comunicacional -, não há como o Jornalismo ser plenamente democrático e promover a cidadania para todas as

dos quais 66% (ou 70 ataques) foram feitos por um ou mais membros da família Bolsonaro. “Esses números revelam um contexto sombrio no qual representantes dos poderes constituídos atacam um pilar essencial para a própria democracia, que é a imprensa livre” (ABRAJI, 2021, s.p.).

peessoas. “Para quem o jornalismo é feito?” (BERALDO, 2021, p. 117). A resposta para essa pergunta evidencia quais públicos são considerados cidadãos. No campo jornalístico, as pessoas com deficiência não são vistas como potenciais consumidores de produtos jornalísticos. “Isso tende a perpetuar valores excludentes nas redações de imprensa ao deixar as pessoas com deficiência à margem da participação cidadã e, conseqüentemente, há pouco investimento para suprir a ineficiência técnica dos jornalistas ao elaborar narrativas acessíveis” (BERALDO, 2021, p. 125).

Mata (2006), importante pesquisadora da Comunicação e da cidadania, afirma que as palavras e as imagens são importantes representações discursivas e podem contribuir para o modo como compreendemos as informações sobre nós mesmos e sobre nossas realidades. Estas palavras e imagens são “como regulações discursivas que expressam, estabelecem e reproduzem regulações sociais” (MATA, 2006, p. 8, *tradução nossa*). Este ponto vai ao encontro da maneira como as pessoas com deficiência e a própria temática da acessibilidade é representada nos meios de comunicação, questão já discutida anteriormente. O cidadão pode ser representado como sujeito de necessidades, sujeito de demandas ou sujeito de decisão (MATA, 2006). As representações midiáticas de pessoas com deficiência seguem principalmente a noção de sujeitos de necessidades, em que os modos de aparição podem variar, mas dentro de algumas demonstrações pré-determinadas: a exibição da dor, uso de câmeras e microfones que buscam a promoção de lágrimas e gritos, filtros que borram imagens e desconfiguram vozes, entre outros (MATA, 2006).

Estas representações sobre o público com deficiência acabam por diminuir os mesmos a meros depositários de direitos (FREITAS, 2021) e restringem sua cidadania.

Compreendemos, assim, que a forma como as representações são elaboradas, reforçadas ou recriadas por meio dos textos jornalísticos têm grande influência no modo como os sujeitos sobre os quais o jornalismo fala - são percebidos e reconhecidos socialmente. E isso se dá tanto pela configuração do relato jornalístico propriamente dito como pelo discurso das fontes de informação selecionadas para comporem as notícias que vão despertar e fornecer elementos para o debate coletivo. FREITAS, 2021, p. 133.

Além das representações de um determinado público, o acesso à informação também é importante para a constituição de sua cidadania, principalmente no escopo da cidadania comunicativa (MATA, 2006). “A noção de cidadania comunicativa remete necessariamente a direitos civis - a liberdade de expressão, o direito à informação, a possibilidade de exigir a publicidade de assuntos públicos, etc, [...]” (MATA, 2006, p. 13). Para Mata (2006), o conceito implica que sejam desenvolvidas práticas comunicativas para que o acesso à

informação seja garantido, o que ultrapassa a dimensão jurídica e torna-se também consciência prática. “A cidadania comunicativa está entrelaçada com as referências identitárias e reivindicações mais gerais de igualdade, não apenas em relação ao Estado, mas também em relação à ação do mercado e a todos os tipos de dispositivos que promovem a desigualdade” (MATA, 2006, p. 13).

A partir disso, pode-se ter o entendimento de que coletivos e movimentos sociais - especialmente os que reúnem pessoas com deficiência - são mais promotores de uma cidadania comunicativa do que os próprios veículos de comunicação e veículos jornalísticos, que carregam essa bandeira junto à defesa da democracia. Em um contexto em que a mídia digital torna-se referência no compartilhamento de informações e no debate público, (BERALDO, 2021, p. 127), “torná-la acessível para todos é essencial para uma participação equitativa na sociedade contemporânea”.

[...] do seu lugar-cidadão, sendo possível, como consequência, reportar, evidenciar e colocar em debate público pautas sobre iniciativas que devem ser apoiadas ou conduzidas pelo Estado para promover experiências e relações sociais mais justas e equilibradas. Acreditamos que se as mídias jornalísticas pautassem mais assuntos relacionados a este eixo temático, poderiam contribuir de forma mais efetiva para assegurar direitos e representações diferenciadas a essas pessoas. FREITAS, 2021, p. 196.

O papel do Jornalismo nesta empreitada é fundamental e, para isso, o campo deve colocar-se à disposição de mudanças, principalmente em sua cultura profissional, que busquem romper com as formas estigmatizadas de representação do público com deficiência e de outras maiorias minorizadas, e qualificar o aspecto técnico da produção jornalística, por meio da inserção de tecnologias assistivas como formas diferentes de acessar a informação. Para responder a pergunta que abre este tópico, quando o jornalismo é inacessível, estamos falando de uma democracia falha, que não proporciona cidadania às pessoas com deficiência.

No próximo tópico, vamos discutir um elemento importante da acessibilidade - em todas as suas dimensões -, e que é um problema a ser debatido: a legislação.

2.1.3 Leis invisíveis

Para Bonito (2015, p. 67), “a comunicação é um direito humano fundamental, reconhecido pela ONU, mas que, porém, está implicado nas lógicas das indústrias culturais globalizadas, ante a hegemonia do capitalismo”. O autor aponta que a legislação sobre a acessibilidade, no Brasil, tem uma cultura, a “das “leis que não pegam” ou “leis invisíveis”,

no sentido de que elas existem, mas como não são cumpridas a rigor, tem favorecido àquelas instituições que ocupam o lado hegemônico da cultura visiocêntrica e prejudicado os direitos civis conquistados pelas PDV no Estado de Direito em vigor no país” (BONITO, 2015). Quando fala em ‘PDV’, o autor se refere especificamente às pessoas com deficiência visual, mas esta lógica também pode ser aplicada de um ponto de vista mais amplo, como o adotado nesta monografia, e que compreende também as pessoas com deficiência auditiva e cromática.

Antes de discutir mais sobre o conceito das legislações invisíveis proposto por Bonito (2015), é importante destacar as principais legislações e normativas existentes para a acessibilidade comunicacional. São quatro leis, quatro decretos, uma instrução normativa e uma portaria normativa que compõem o escopo principal das normativas sobre a acessibilidade comunicacional. Elas serão apresentadas em ordem temporal.

A primeira é a Lei nº 4.169, de 04 de dezembro de 1962, que oficializa as convenções Braille para a escrita e leitura de pessoas cegas (BRASIL, 1962, s.p.). Já a Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, “estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras [sic]²⁸ de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências” (BRASIL, 2000, s.p.). O documento define barreiras nas comunicações como “qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos meios ou sistemas de comunicação, seja ou não de massa” (BRASIL, 2000, s.p.). Nesta legislação, registra-se que o Poder Público promoverá a eliminação de barreiras na comunicação, além de que os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens se adequarão à acessibilidade ao promover o uso da linguagem de sinais ou outro modo de tradução (BRASIL, 2000).

Em 2001, surge o Decreto nº 3.956, de 08 de outubro de 2001, que promulga a Convenção Interamericana para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contras as Pessoas Portadoras [sic] de Deficiência. A Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, reconhece a Língua Brasileira de Sinais (Libras) como meio legal de comunicação e expressão. Nesta, “o sistema linguístico de natureza visual-motora, com estrutura gramatical própria, constituem um sistema linguístico de transmissão de idéias e fatos, oriundos de comunidades de pessoas surdas no Brasil” (BRASIL, 2002, s.p.).

O Decreto nº 5.296, de 02 de dezembro de 2004, regulamenta as Leis nº 10.048 e nº 10.098, de 2000, com as seguintes modificações: projetos que tem natureza arquitetônica,

²⁸ Nomenclaturas como ‘inválidos’, ‘incapacitados’, ‘defeituosos’, ‘deficientes’, ‘excepcionais’, ‘pessoas deficientes’, ‘pessoas portadoras de deficiência’, ‘pessoas com necessidades especiais’, ‘portadores de necessidades especiais’, ‘pessoas especiais’, e ‘portadores de direitos especiais’ não são mais utilizadas. A expressão correta é ‘pessoa com deficiência’ e suas variações - pessoa cega, pessoa surda, etc (SASSAKI, 2005).

urbanística, de comunicação e informação, de transporte coletivo e a execução de obras com fins públicos ou coletivos estão sujeitas às normas para a promoção da acessibilidade estabelecidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Os financiamentos de projetos que contam com recursos públicos, bem como a outorga de concessões, permissões, autorizações e habilitações também precisam estar em conformidade com as normativas de acessibilidade (BRASIL, 2004).

A instrução normativa da Secretaria Geral da Presidência da República nº 1, de 02 de dezembro de 2005, estabelece que, em pronunciamentos oficiais, deve ser feito uso da Janela de Libras e, quando os recursos permitirem, deve haver também a subtítuloção por meio de legenda oculta e a descrição de cenas e imagens (BRASIL, 2005a). Já o Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005, regulamenta a Lei nº 10.436, de abril de 2002, e estabelece que a Libras se constituirá como disciplina curricular optativa nos cursos de educação superior (BRASIL, 2005b). A Portaria Normativa do Ministério da Educação nº 14, de 24 de abril de 2007, diz que “os estabelecimentos de ensino de qualquer nível, etapa ou modalidade público e privado, proporcionarão condições de acesso e utilização de todos os seus ambientes ou compartimentos para pessoas portadoras [sic] de deficiência ou com mobilidade reduzida” (BRASIL, 2007, s.p.). Estes incluem salas de aula, bibliotecas, auditórios, ginásios, instalações desportivas, áreas de lazer e sanitários. Não tem especificidade na comunicação, mas pode ser interpretada de modo a promover a acessibilidade também neste escopo.

O Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009, promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, que foram assinados em março de 2007, em Nova York (BRASIL, 2009). No artigo 2, o decreto define a comunicação acessível, que é composta por recursos assistivos como as diferentes línguas, linguagem simples, formas de visualização de textos, como a linguagem em Braille e tátil, caracteres ampliados, dispositivos multimídia acessíveis, sistemas auditivos, digitalização da voz e outros tipos de formativos alternativos de comunicação (BRASIL, 2009). O decreto também define o conceito de desenho universal, que é “[...] a concepção de produtos, ambientes, programas e serviços a serem usados, na maior medida possível, por todas as pessoas, sem necessidade de adaptação ou projeto específico” (BRASIL, 2009, s.p.).

Por fim, a Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015, institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência e o Estatuto da Pessoa com Deficiência. Ela é “destinada a assegurar e promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania” (BRASIL, 2015, s.p.). A legislação também define os conceitos de acessibilidade, barreiras

(nas comunicações e na informação, atitudinais, e tecnológicas), comunicação em seus diferentes formatos, adaptações razoáveis, adaptação de projetos e obras às normativas da ABNT, especificações sobre a comunicação e a informação e tecnologia assistiva.

No capítulo II, que versa sobre as especificidades do acesso à informação e à comunicação, o artigo 63 determina que: “É obrigatória a acessibilidade nos sítios da internet mantidos por empresas com sede ou representação comercial no País ou por órgãos de governo [...]” (BRASIL, 2015, s. p.). Esta determinação inclui os sites de veículos jornalísticos que, em geral, também são empresas privadas. Além disso, no artigo 67, está posto que os serviços de radiodifusão, além de canais de comercialização virtual e anúncios publicitários, devem ter a substituição por meio de legenda oculta, a janela com intérprete de Libras, também chamada de Caixa de Libras, e a audiodescrição (BRASIL, 2015). Ainda, no capítulo III, que trata da Tecnologia Assistiva, o artigo 74 evidencia que é “garantido à pessoa com deficiência acesso a produtos, recursos, estratégias, práticas, processos, métodos e serviços de tecnologia assistiva que maximizem sua autonomia, mobilidade pessoal e qualidade de vida” (BRASIL, 2015, s.p.).

A partir deste compilado das legislações que versam sobre a acessibilidade comunicacional e os estudos já mencionados nos tópicos anteriores, é possível afirmar que estas legislações não são cumpridas. Bonito (2015, p. 66) menciona que a acessibilidade ainda é considerada uma questão técnica, sem levar em conta o aspecto comunicativo, já que “se aplicam recursos tecnológicos para propiciar acesso ao conteúdo, mas desconsidera-se o efeito da mensagem”, o que provoca ruídos nos processos comunicativos.

Aqui entra o conceito que abre este tópico, e que aborda as legislações como invisíveis, ou seja, elas existem somente na teoria e no papel, mas não são aplicadas na prática (BONITO, 2015). Um exemplo é o do uso dos recursos assistivos, como a “legenda oculta, áudio descrição via canal secundário (SAP), entradas para fones de ouvido e a possibilidade de habilitar uma “janela” com intérprete de LIBRAS na TV” (BONITO, 2015, p. 69). Para Bonito (2015, p. 69), “nem a lei nem o decreto dão conta das questões relacionadas ao conteúdo, ou seja, os aparelhos passaram a conter os recursos, mas as emissoras de TV não foram obrigadas a produzir conteúdos acessíveis”.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu artigo XIX, estabelece que “todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (UNIC, 2000, p. 9). A comunicação é, portanto, um direito humano e, quando os veículos jornalísticos não

promovem a acessibilidade comunicacional, desrespeitam, de forma indireta, o direito humano à comunicação.

Por fim, para entrar mais a fundo no que diz respeito especificamente ao Jornalismo, o artigo primeiro do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros evidencia que a profissão “tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação” (FENAJ, 2007, p. 1). O jornalista e o jornalismo, portanto, tem o dever de produzir informação que, além de ter qualidade, também deve ser acessível do ponto de vista comunicacional. Se não for assim, ele não coloca o acesso à informação como fundamental para todos os públicos e, conseqüentemente, descumpra aquilo em que a ética jornalística se fundamenta como base.

2.2 ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL E AS TECNOLOGIAS ASSISTIVAS

Neste tópico, iremos tratar das tecnologias assistivas para a comunicação e das normativas que definem critérios para a acessibilidade comunicacional. Estas serão base para a construção dos indicadores de qualidade para a avaliação da acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos em meio digital.

Em um primeiro momento, é importante abordar o conceito de tecnologia assistiva. Também chamada de ajuda técnica, ela é definida, segundo a Lei nº 13.146, capítulo I, Artigo 3º, Inciso III, como:

produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, visando à sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social. BRASIL, 2015, s.p.

A tecnologia assistiva contribui para que a pessoa com deficiência possa ser e estar em sociedade sem barreiras, já que a função desta, ao proporcionar autonomia e independência, é fazer com que a barreira deixe de existir, em alguma medida. O termo surge em 1998 “como importante elemento jurídico da legislação estadunidense” (BONITO, 2015, p. 144). Para o autor (2015, p; 144), “ele pode ser usado para designar todo o arsenal de recursos e serviços que contribuem para proporcionar ou ampliar habilidades funcionais de pessoas com deficiência e, conseqüentemente, promover: “vida independente” (autonomia) e “inclusão””. Ao analisar a tecnologia assistiva a partir da ótica dos estudos culturais, estas, “por si só, não contribuem para a inclusão e cidadania das PDV, já que estas dependem da aquisição de competências, novas habilidades e da apropriação que farão dos conteúdos que estiverem

acessíveis” (BONITO, 2015, p. 145). Para o autor, não é “uma questão meramente técnica, mas sim da essência do processo tecnológico” (BONITO, 2015, p. 145).

Além disso, a tecnologia assistiva, que “representa o artifício técnico que colabora para a eliminação das barreiras informativas” (BONITO, 2015, p. 93), mesmo que não seja uma solução mágica que proporcione uma comunicação plena, são recursos que “contribuem significativamente para que as PDV tenham o mínimo de condições de igualdade para se comunicar, consumindo, compartilhando e produzindo informações” (idem). Para Bonito (2015, p. 94), as tecnologias assistivas, para além de aparatos eletrônicos, “podem ser simples ideias aplicadas às lógicas, instrumentos ou produtos que mudam e melhoram a experiência do usuário (UX)”. Ainda, é importante mencionar que “o uso de uma tecnologia assistiva é sempre determinado pelo usuário, ele é quem deve dizer se está confortável, seguro, lógico, adequado, se o uso se dá sem esforço e é funcional, assim como regem os conceitos do Desenho Universal” (BONITO, 2015, p. 311).

A definição de tecnologia assistiva vai ao encontro do conceito de desenho universal, que nada mais é do que a “concepção de produtos, ambientes, programas e serviços a serem usados por todas as pessoas, sem necessidade de adaptação ou de projeto específico, incluindo os recursos de tecnologia assistiva” (BRASIL, 2015, s.p.). Ou seja, é pensar e planejar todo e qualquer produto ou serviço para que, desde o início, ele possa ser usado por todas as pessoas, com e sem deficiência, sem adaptações. Na opinião de Bonito (2015, p. 323), “a comunicação social pode agregar valor aos seus processos comunicativos ao considerar o Desenho Universal como balizador dos projetos de comunicação. Ou seja, o planejamento do produto, seja ele qual for, deveria incluir esta lógica desde sua concepção”. No jornalismo, podemos pensar o conceito a partir de diferentes produções jornalísticas: em vez de inserir a acessibilidade em imagens somente quando a notícia está pronta para ser publicada, a inserção deve ser pensada desde o início do processo jornalístico de produção, da concepção do produto e de quais formatos ele vai ter.

Para Bonito (2015), alguns pressupostos são fundamentais para a incorporação das tecnologias assistivas e do desenho universal nas produções comunicativas, o que inclui as práticas jornalísticas. Nestes pressupostos, estão o reconhecimento da diversidade das pessoas com deficiência e sua inclusão, a mudança das rotinas produtivas - com a incorporação da acessibilidade desde o princípio -, o conhecimento das tecnologias assistivas e a fiscalização das leis acerca da acessibilidade.

Ainda na legislação nº 13.146 já comentada, há a definição de barreira, no Inciso IV do Artigo 3º do Capítulo I. Esta seria “entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que limite ou impeça a participação social da pessoa” (BRASIL, 2015, s.p.). As barreiras podem ser do tipo urbanísticas, arquitetônicas, nos transportes, nas comunicações e na informação, atitudinais e tecnológicas (BRASIL, 2015). Sasaki (2009) também postula seis tipos de barreiras, mas estas incluem outros entendimentos. As barreiras existentes, para o autor, seriam: arquitetônicas, comunicacionais, atitudinais, metodológica, instrumental e programática. Para o entendimento desta monografia, delimita-se o escopo das barreiras nas comunicações e informações, das barreiras atitudinais e das barreiras tecnológicas, definidas na Lei nº 13.146, Capítulo I, Artigo 3º, Inciso IV:

d) barreiras nas comunicações e na informação: qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens e de informações por intermédio de sistemas de comunicação e de tecnologia da informação;

e) barreiras atitudinais: atitudes ou comportamentos que impeçam ou prejudiquem a participação social da pessoa com deficiência em igualdade de condições e oportunidades com as demais pessoas;

f) barreiras tecnológicas: as que dificultam ou impedem o acesso da pessoa com deficiência às tecnologias. BRASIL, 2015, s.p.²⁹

Do ponto de vista da comunicação, as principais tecnologias assistivas, que contribuem para que a comunicação não tenha barreiras para pessoas com deficiência visual, auditiva e cromática, são as seguintes: Audiodescrição e/ou Descrição da Imagem, Caracteres ampliados, Leitor de tela, Legendagem para Surdos e Ensurdidos e Caixa de Libras, e os Princípios da Acessibilidade Cromática para Daltonismo. Estas serão definidas a seguir.

2.2.1 Normativas de Acessibilidade Comunicacional

As normativas de acessibilidade comunicacional, no Brasil, são estabelecidas principalmente pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), por meio das Normas Brasileiras (NBR). Estas normativas para a acessibilidade também são decretadas para a acessibilidade arquitetônica em construções públicas, que definem tamanhos e medidas para rampas e banheiros para pessoas usuárias de cadeiras de rodas, entre outras situações.

²⁹ As demais barreiras são definidas como: arquitetônicas (aspecto físico), metodológicas (métodos e técnicas de lazer, educação e trabalho) e instrumentais (instrumentos, ferramentas e utensílios) (SASSAKI, 2009).

São sete as principais normativas para a acessibilidade comunicacional, que serão descritas a seguir.

A NBR 15290, de outubro de 2005, define critérios para a acessibilidade na televisão, o que inclui as diretrizes para a geração de legenda oculta (CC) ou LSE, diretrizes para os sistemas SAP³⁰ e CC, diretrizes para o áudio com a descrição de imagens e sons, diretrizes para a Janela de Libras e diretrizes para a produção de fitas VHS e DVD (ABNT, 2005). A NBR 15599, de agosto de 2008, aborda a acessibilidade na comunicação para a prestação de serviços, como atendimentos, serviços públicos, campanhas, estabelecimentos de saúde, entre muitos outros. Também tem diretrizes para a identificação da acessibilidade, requisitos, atitudes e procedimentos para serviços, como de intérprete de Libras, guia intérprete e cão-guia (ABNT, 2008).

A NBR 15610, que aborda normativas para a televisão digital terrestre, é dividida em duas partes: a primeira, lançada em 2011, e a segunda, em 2012. A NBR 15610-1 fala sobre ferramentas de texto, o que abarca principalmente as recomendações técnicas para a criação e geração de *Closed Caption* (ABNT, 2011). Já a NBR 15610-2 aborda as funcionalidade sonoras, com referências para a audiodescrição em televisão (ABNT, 2012). A Nota Técnica Nº 21 do Ministério da Educação (MEC), da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (SECADI) e da Diretoria de Políticas de Educação Especial (DPEE), de abril de 2012, define orientações para a descrição de imagens na geração de material digital acessível (MEC, SECADI e DPEE, 2012). Outra normativa que estabelece critérios para a audiodescrição é a NBR 16452, de setembro de 2016 (ABNT, 2016). Em 2018, a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) lançou uma Norma de Formato Padrão de entrega de conteúdo audiovisual em alta definição, a NOR 704 (EBC, 2018), que define formatos de gravações, padrão de áudio, de imagens e de sons e disposição dos conteúdos nas mídias.

2.2.3 Normativas de Acessibilidade Técnica

A principal base técnica utilizada neste monografia é o *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG), ou, em português, Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo Web. Elas são criadas e publicadas pela *Web Accessibility Initiative*, vinculada ao *World Wide Web*

³⁰ É o *Second Audio Program* (SAP) - Segundo Programa de Áudio, em português -, que é acionado por controle remoto e permite ativar a legenda oculta, além de, em outras modalidades de tradução, como a dublagem (ABNT, 2005).

Consortium (W3C). Na versão brasileira³¹, que já tem sua atualização 2.1 desde junho de 2018, estabelece que as diretrizes “definem a forma de como tornar o conteúdo da Web mais acessível para pessoas com deficiência” (W3C, 2018, s.p.). De acordo com o documento, disponível na internet, estas orientações também melhoram a usabilidade web de pessoas idosas, além dos usuários em geral. O WCAG é organizado a partir de princípios, diretrizes, critérios de sucesso e técnicas necessárias sugeridas (W3C, 2018, s.p.).

Os princípios são a base da acessibilidade na internet e compreendem as nomeações: 1) Perceptível, que estabelece que “as informações e os componentes da interface do usuário devem ser apresentados em formas que possam ser percebidas pelo usuário” (W3C, 2018, s.p.); 2) Operável, em que “os componentes de interface de usuário e a navegação devem ser operáveis” (W3C, 2018, s.p.); 3) Compreensível, que define que “a informação e a operação da interface de usuário devem ser compreensíveis” (W3C, 2018, s.p.); e 4) Robusto, que diz que o conteúdo deve ser robusto o suficiente para poder ser interpretado de forma confiável por uma ampla variedade de agentes de usuário, incluindo tecnologias assistivas” (W3C, 2018, s.p.). As diretrizes configuram as orientações inseridas em cada princípio, para que diferentes elementos da web sejam acessíveis. E cada diretriz tem um critério de sucesso testável, divididos em três níveis: “A (o mais baixo), AA e AAA (o mais elevado)” (W3C, 2018, s.p.). Além disso, cada diretriz e critério de sucesso recebe a sugestão de uma técnica, que tem caráter informativo e pode ser incorporada para a melhoria da acessibilidade (idem).

Todas estas camadas de orientação (princípios, diretrizes, critérios de sucesso e técnicas de tipo necessária e de tipo sugerida) funcionam em conjunto para fornecer orientações sobre como tornar o conteúdo mais acessível. Os autores são encorajados a observar e a aplicar todos os níveis que conseguirem, incluindo as técnicas de tipo sugerida, de forma a melhor satisfazerem as necessidades do maior número possível de usuários. W3C, 2018, s.p.

Para melhor compreensão de cada uma das diretrizes, foi consultado o ‘Guia WCAG 2.2’³², que é um Guia de Consulta Rápida disponível na internet em português, inglês, espanhol e francês. A iniciativa é do projeto ‘Todos por acessibilidade’³³.

2.2.3 Normativas de Acessibilidade Comunicacional aplicadas ao Jornalismo

O principal estudo destacado neste ponto, que intercala o Jornalismo e a acessibilidade comunicacional e que, ao mesmo tempo, estabelece sugestões e orientações para a melhoria

³¹ Disponível em: <<https://www.w3c.br/traducoes/wcag/wcag21-pt-BR/>>.

³² Disponível em: <<https://guia-wcag.com/>>.

³³ Disponível em: <<http://acessibilida.de/>>.

deste ponto em produções jornalísticas são um relatório e um guia decorrentes da pesquisa ‘Acessibilidade Jornalística: Um problema que ninguém vê’, que fala sobre a oferta e o consumo de conteúdo jornalístico por pessoas cegas e com baixa visão no Brasil. Foi coordenado pelo veículo jornalístico ‘Marco Zero Conteúdo’ <<https://marcozero.org/>>, de Pernambuco, e pela Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), com recursos da edição de 2021 do *Google News Initiative (GNI) Innovation Challenge*. Também com base nos critérios do WCAG, o relatório propõe como diretrizes:

- 1) o caminho até a matéria deve ser no máximo de 45 segundos;
- 2) a leitura deve ser fluida e sem gargalos;
- 3) as imagens e vídeos devem ser descritos;
- 4) os menus devem estar em português e facilmente identificados no layout da plataforma;
- 5) o conteúdo de vídeo deve ser audiodescrito;
- 6) deve haver opção de inversão de cores e aumento das fontes;
- 7) na seção de mídias, o botão Play deve estar em posição de fácil acesso;
- 8) caso haja campo de busca, o mesmo deve estar localizado no topo do site e com ativação fluida para pesquisa;
- 9) no caso de cadastro na plataforma, o formulário deve ser fluído, sem travamentos ou gargalos;
- 10) no caso de confirmações de que o usuário não é um robô, é necessário que o clique seja apenas em uma caixa de seleção;
- 11) as páginas não devem ter sobreposição de janelas;
- 12) não deve haver excesso de publicidade sem acessibilidade e
- 13) todos os botões e links devem ser nomeados. CONTEÚDO e UNICAP, 2022a, p. 47.

Já o guia ‘Por um Jornalismo Acessível - Manual de Boas Práticas para a produção de conteúdo jornalístico acessível às pessoas com deficiência visual’, lançado também pelo veículo Marco Zero Conteúdo e pela Unicap no segundo semestre de 2022, além de apresentar um breve histórico sobre o contexto das pessoas com deficiência no Brasil e no mundo, indica as maneiras corretas de nomear estes indivíduos, estabelece orientações sobre como garantir a acessibilidade nos portais de notícias e sobre como fazer uma audiodescrição para web (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b).

A partir dos quatro princípios da acessibilidade para web segundo o W3C, o guia divide as orientações em: 1) Perceptível: “a. Garanta que a informação apresentada no site seja lida na sua estrutura original: determine a ordem correta da leitura do conteúdo construindo a hierarquia da informação no momento da programação do portal e da publicação da notícia” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 12); “b. Faça uso da função Alt ou de Textos Alternativos: todo conteúdo não textual precisa fornecer descrição em texto” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 13); “c. Não utilize as cores como única maneira de

repassar informação” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 14); e “d. Não automatize o toque dos áudios ou vídeos” (idem). 2) Operável:

“a. As funcionalidades do site devem ser localizadas de forma fácil: construa uma forma sequencial de navegação, posicionando e distribuindo o menu, os botões virtuais e o conteúdo, além de itens considerados essenciais para uma navegação eficaz na página, considerando o que é mais importante o usuário identificar primeiro”. CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 14;

“b. Nomeie os links com títulos descritivos: eles ajudam os usuários a navegar com mais precisão pelo conteúdo. O ideal é que o link indique o seu propósito no texto que o compõe” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 15); “c. Automatização da atualização da página: não determine tempo para a leitura ou o uso do conteúdo com recursos que atualizam automaticamente uma página” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 15); e “d. Inclua botões e links que levem usuário para as principais áreas do site” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 15). E 3) Compreensível: “a. Torne a página legível e compreensível identificando o idioma oficial: com isso, os sintetizadores de fala dos leitores de tela conseguirão adaptar a pronúncia e a sintaxe correta” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 16); “b. Torne a navegação da página o mais provável e natural possível” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 16); “c. Ajude o usuário a evitar ou corrigir erros em um formulário que não foi devidamente preenchido” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 16); e “d. Evite o uso de tabelas por estética: utilize-as apenas com a sua função semântica de apresentar dados tabulares, nunca para formatar o layout da página ou diagramar conteúdo” (CONTEÚDO e UNICAP, 2022b, p. 16)³⁴.

A seguir, discutimos de que maneira a produção jornalística pode incorporar a acessibilidade comunicacional e quais as formas de tornar produtos jornalísticos acessíveis.

2.3 A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E OS PRODUTOS JORNALÍSTICOS ACESSÍVEIS

Neste tópico, será discutido como os recursos assistivos, as normativas e as orientações de acessibilidade comunicacional podem ser aplicados na prática do jornalismo. Antes de elencar ponto por ponto, no entanto, é essencial compreender que as práticas acessíveis não podem ser resumidas a uma adequação do produto jornalístico no final de um processo produtivo. Para Beraldo (2021),

³⁴ Outro documento importante utilizado para a construção dos indicadores é o Protocolo Reverta, resultado da dissertação de Carla Beraldo (2021). O protocolo consta no documento final da pesquisa, que pode ser acessada neste link: <<http://www.poscom.ufba.br/publicacoes/dissertacoes-2021-2024/>>.

o sistema produtivo jornalístico mantém ainda uma maneira analógica-linear de pensar, trazendo acessibilidade às suas produções, quando acessíveis, por uma adaptação feita ao fim do processo de produção e não na concepção dos produtos jornalísticos pensados para contemplar o maior número de usuários, com suas diversas características, ao conceber um projeto. BERALDO, 2021, p. 124.

Este entendimento é importante para compreender que o processo de produção do jornalismo deve estar preocupado com a acessibilidade desde o início, já que se isso não ocorrer desde “[...] o planejamento, antes da produção e formatação do conteúdo, até sua publicação nos canais digitais, estaremos insistindo num processo viciado que desconsidera as diversidades das audiências” (BONITO, 2015, p. 322). A produção de conteúdos acessíveis não é um trabalho extra, mas sim uma demonstração de respeito (BONITO, 2015).

O Jornalismo, organizado por meio de uma tribo jornalística, compartilha de uma cultura profissional, que divide uma maneira própria de viver o tempo, de agir, de falar e de ver o mundo (TRAQUINA, 2013). Neste meio, está a escassez de tempo e de meios (WOLF, 2009). A precarização do trabalho, o enxugamento das redações e a sobrecarga que resulta deste processo são fatores que interferem na ausência de acessibilidade e em uma dificuldade em seguir as diretrizes propostas para sua melhoria (BERALDO, 2021). Além disso, a ausência de formação universitária que ensine o profissional a ser acessível do ponto de vista comunicacional também afeta este cenário (BERALDO, 2021). Este ponto importa já que, ao refletir sobre as redações que passam por um processo de precarização, muitas vezes por meio da chamada pejetização³⁵, é difícil ensinar um profissional sobrecarregado e que já está inserido neste meio a ser acessível em suas práticas produtivas. Ao ter a possibilidade deste ensino desde a universidade, a chance de modificar a cultura profissional para pensar em práticas acessíveis é muito maior. Mas este ponto precisa ser melhor refletido em futuras pesquisas, já que aqui não há espaço para reflexões mais aprofundadas sobre a temática.

Em que momentos do processo produtivo a acessibilidade comunicacional pode ser inserida? E de que forma? Iremos conduzir essa reflexão a partir das etapas de um processo de produção jornalística: a pauta, a apuração, as entrevistas, a produção, a publicação e a distribuição.

2.3.1 O planejamento da pauta

³⁵ Processo em que a carteira de trabalho é substituída pelo documento da pessoa jurídica, que torna-se microempreendedor individual (MEI). Neste cenário, são ofertados pequenos aumentos salariais, mas o profissional jornalista, sem carteira assinada, não tem garantia de direitos trabalhistas, e ainda tem custos para manter os impostos da modalidade PJ.

A pauta é o primeiro passo da produção jornalística, “é a consolidação do conceito, da abordagem e das perguntas que um profissional da imprensa (e da comunicação, de maneira mais ampla) faz das coisas do mundo (MORAES, 2022, p. 10). É neste processo que são organizadas e estruturadas as informações que serão apuradas: “A pauta vai enquadrar algo, a partir de um ou poucos olhares, que será compartilhado para um público mais amplo” (MORAES, 2022, p. 10). A pauta “é a coluna vertebral da notícia, aquilo que dá forma ao conteúdo jornalístico oferecido ao público” (idem). Para Moraes (2022), é necessário pensar o que perpassa esse processo de constituição da ‘pele da notícia’, cuja base tem raça, gênero, hierarquia e verdade universais.

De acordo com Moraes (2022), é a partir da pauta que a notícia ou qualquer outro produto jornalístico começa a ser constituído, e este processo já engendra as subjetividades do profissional que, por meio das escolhas de abordagem, estruturas, fontes e perguntas, já realiza um enquadramento a ser seguido. Medina (1995) afirma que muitas pautas possíveis são descartadas por conta da rotina de produção e do afunilamento dos espaços de edição. Para a autora, “desde que surge um indício de notícia e se formula uma pauta, já estamos em processo de edição” (MEDINA, 1995, p. 22).

Para Bonito (2015, p. 192), a acessibilidade comunicativa, principalmente no meio digital, “deve ser parte da gênese da pauta, para que seja planejada, contemplada e desenvolvida conjuntamente com as demais características”. Esta prática irá naturalizar a incorporação das lógicas do desenho universal no jornalismo (BONITO, 2015). Por isso, ao refletir sobre a pauta e a inserção da acessibilidade comunicacional, é essencial que o profissional jornalista: a) insira a acessibilidade comunicacional como parte do processo de produção; b) quando possível, preveja o formato do produto jornalístico, já que isto facilita o entendimento de quais recursos de acessibilidade serão necessários e em que momento; e c) principalmente em projetos de reportagens especiais, investigativas ou de grande-reportagem, em que elementos visuais gráficos serão utilizados, planeje o uso de paletas de cores acessíveis.

2.3.2 A apuração

Também chamada de coleta dos materiais informativos (WOLF, 2009), é a etapa do processo de produção jornalística em que o profissional começa a desenvolver a pauta por meio da seleção de fontes, que podem ser humanas ou documentais, e da investigação da história a ser contada. De acordo com Wolf (2009, p. 230), “a coleta ocorre substancialmente por meio de fontes estáveis, que tendem a fornecer material informativo já facilmente

inserível nos procedimentos de produção normais da redação”. Para o autor, este processo privilegia as fontes e canais de coleta cujo acesso é mais fácil: as fontes institucionais e as agências de notícias (WOLF, 2009). Na temática das pessoas com deficiência, vale lembrar, as notícias que abordam esse público tem como destaque as fontes institucionais (FREITAS, 2021).

É importante destacar que o processo de apuração já começa com o planejamento da pauta, o que faz com que diferentes etapas aconteçam ao mesmo tempo e possam se sobrepor. Neste ponto, é fundamental que os profissionais jornalistas: a) pensem em pessoas com deficiência para falar de temáticas além das que pautem a deficiência e a acessibilidade; e b) pautem a temática da deficiência e da acessibilidade para além das datas relativas, como o Dia Nacional da Luta da Pessoa com Deficiência (21 de setembro) e o Dia Internacional da Pessoa com Deficiência (03 de dezembro). Este segundo ponto é essencial para que a discussão sobre a importância da acessibilidade não fique restrita às datas que lembram a luta deste grupo, a exemplo da reivindicação do movimento negro, que pauta que o racismo e as temáticas relativas à negritude não podem ser discutidas apenas em novembro.

2.3.3 As entrevistas

A entrevista, etapa fundamental de um processo de produção noticiosa, é o momento em que o entrevistador, que é o jornalista, questiona o/a entrevistado/a sobre uma temática, um acontecimento, uma pessoa ou uma opinião, o que é feito a partir de um roteiro de perguntas pré-definido, que pode ou não ser rígido (MEDINA, 1995). Para Cremilda Medina (1995), a entrevista deve acontecer por meio de um diálogo, o que a torna democrática. A seleção das fontes parte do princípio de que o “repórter reconhece que não é ele que detém a informação [...], mas que *deve ir em busca* daquela fonte que efetivamente tem o que dizer” (MEDINA, 1995, p. 37, grifo da autora). Para que as notícias e outros produtos jornalísticos reflitam a diversidade social, “a seleção das fontes de informação terá de se enriquecer através da pluralidade de vozes e, ao mesmo tempo, da qualificação humanizadora dos entrevistados descobertos” (idem).

Wolf (2009) recupera Gans (1979) para definir o que são as fontes: “as pessoas que o jornalista observa ou entrevista [...] e as que fornecem apenas as informações de base ou as ocasiões para uma notícia” (GANS *apud* WOLF, 2009, p. 234). Para Wolf (2009, p. 235), “a rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para o

seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção”.

Nas entrevistas, é essencial que o profissional jornalista: a) pense em pessoas com deficiência como fontes dos produtos jornalísticos, a exemplo do que já foi discutido na etapa da apuração; b) no caso de entrevistar pessoas cegas ou com baixa visão, faça a sua autodescrição³⁶ e a descrição do ambiente em que a entrevista ocorre; e c) no caso de entrevistar pessoas surdas ou com baixa audição, contrate intérpretes de Libras³⁷ e utilize desta modalidade de tradução para a comunicação.

2.3.4 Produção e formatação do produto jornalístico

É a etapa de confecção do produto jornalístico, que apresenta os acontecimentos a partir de uma contextualização (WOLF, 2009). Aqui, há uma fragmentação de conteúdos e da imagem da realidade social que tem dois movimentos: “de um lado, a extração dos acontecimentos do seu contexto, de outro, a reinserção dos eventos noticiáveis no contexto constituído pela “confecção”, pelo formato do produto informativo” (WOLF, 2009, p. 259). Geralmente é nesta etapa que se definem os formatos que o produto jornalístico terá. Estes compreendem o textual (texto, *links* e *hiperlinks*), o visual (fotografias, ilustrações, gráficos, mapas, infografia), o audiovisual (videoreportagens, entrevistas em vídeo), e o sonoro (audiorreportagem, entrevistas em áudio, podcast).

No texto jornalístico, o profissional jornalista deve atentar para que: a) a linguagem da redação seja pensada de forma fluida e linear, que seja simples e possível de ser compreendida por diversos públicos; b) o texto jornalístico deve ter uma hierarquia da informação, não no sentido do *lead*, mas de ter um gancho entre as partes e não deixar informações soltas; e c) no caso de usar *hiperlinks*, os mesmos devem ser identificados por meio do uso de uma cor diferente da do corpo do texto, do recurso do negrito e do sublinhado.

No caso das fotografias, é necessário diferenciar o fotojornalismo da fotografia decorativa. As fotografias fotojornalísticas “são mais que meras ilustrações nos textos, pois desempenham uma função estratégica” (RAMOS, 2013, p. 235). Fotojornalismo é “contar uma história em uma imagem, [...] registrar uma fração de tempo, o instante fugaz que resume

³⁶ A autodescrição é feita a partir de uma sequência, que envolve dizer o nome, o gênero, a descrição do rosto (cor da pele, formato do rosto, cor e tamanho dos olhos, formato e cor das sobrancelhas, tamanho do nariz e da boca, cor, comprimento e tipo de cabelo), da altura e compleição física, da vestimenta, dos acessórios e do local em que se encontra.

³⁷ O ideal é que este profissional faça parte do quadro de funcionários de uma redação, o que permite adequar formatos audiovisuais e sonoros para a acessibilidade comunicacional.

uma história” (HORTON *apud* RAMOS e MAROCCO, 2017, p. 145). Já as fotografias decorativas não são essenciais como elemento informativo em um determinado produto jornalístico, ao contrário do fotojornalismo. Nos dois casos, além dos que há presença de ilustrações, o cuidado com a informação visual deve ser o mesmo. O jornalista deve: a) fazer a audiodescrição das imagens, ou, na ausência de formação específica para a audiodescrição, deve-se fazer a descrição das mesmas; e b) usar de simuladores de daltonismo³⁸ a fim de verificar se o contraste de cor é responsivo, o que significa conseguir discernir todos os elementos visuais que são essenciais para a compreensão visual.

A infografia “é uma forma de representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser sobretudo atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço” (CAIXETA *apud* QUATTRER e GOUVEIA, 2009, p. 235). A combinação de imagens e textos é uma característica da infografia, ferramenta que “traduz esquematicamente o conteúdo de uma matéria, auxiliando o jornalista em sua principal função: a de transmitir informações” (NEIVA, 2004, p. 3). No caso de ter infografia, é necessário que o produto jornalístico: a) tenha audiodescrição ou descrição da imagem levando em conta a hierarquia e o contexto da informação visual; b) tenha contraste de cor responsivo que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual; e c) sejam utilizados recursos na aplicação para promover outras formas de entendimento da mensagem, como a nomeação das cores, o uso de símbolos e representações, de texturas e de padrões geométricos, de contornos e de espaçamentos e de alterações na matiz, na saturação e na luminosidade. Estes recursos alternativos também podem ser aplicados no caso de gráficos, tabelas e mapas. De um modo geral, no caso de fotografias - fotojornalísticas e decorativas -, ilustrações, infográficos, gráficos, tabelas e mapas, deve-se aplicar testes para verificar se todos os elementos visuais têm contraste responsivo.

No caso de videorreportagem, deve-se inserir os seguintes recursos assistivos: a) a audiodescrição ou descrição de imagens por meio da tradução sonora; b) a inserção de Janela de Libras e de Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE) ou, então, a inserção de legenda; c) na ausência dos recursos de tradução sonora citados, deve-se ter a possibilidade de ativação de legenda automática; e d) deve-se ter a opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível³⁹ da videorreportagem. No caso de entrevistas em vídeo gravadas e ao

³⁸ Um exemplo é o Coblis (*Color Blindness Simulator*): <<https://www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator/>>.

³⁹ Além de ter a transcrição literal do que é falado, o roteiro acessível deve ter indicação da pessoa falante, inclusão de diferentes tipos de sons e músicas e descrição da tonalidade da voz da pessoa que fala.

vivo, deve-se ter: a) autodescrição dos entrevistadores e entrevistados; e b) descrição do cenário em que ocorre a entrevista. Na especificidade das entrevistas em vídeo gravadas, além dos recursos citados para a videoreportagem, deve-se ter: a) faixa de audiodescrição, Janela de Libras, Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE) e/ou legenda, e opção de acesso do roteiro acessível, que podem ser ativadas por meio de botão ou link. Na especificidade de entrevistas em vídeo ao vivo, deve-se atentar, para além do que já foi mencionado, para: a) a tradução por meio de intérprete de Libras; e b) a possibilidade de ativação de recurso de legenda automática.

No caso de produtos jornalísticos sonoros, como audiorreportagem, entrevistas em áudio gravadas e podcasts de qualquer tipo, deve-se ter acesso ao roteiro acessível por meio de botão ou link. No caso específico de entrevistas em áudio ao vivo e de podcasts, deve-se ter a possibilidade de ativação do recurso de legenda automática. Já no caso de rádios incorporadas em veículos jornalísticos em meio digital, deve-se atentar para: a) ter a possibilidade de ativação do recurso de legenda automática; e b) a garantia de outra forma de acessar o conteúdo, por meio de outros formatos.

Quando há aplicação do recurso de LSE, o contraste entre o fundo e o texto deve ser responsivo (cor branca com fundo preto, por exemplo), cada display de legenda deve ter de duas a três linhas e o texto deve ser posicionado na parte inferior da tela. As mesmas orientações também valem para a legenda simples e para a automática.

2.3.5 Publicação do conteúdo jornalístico

A publicação do conteúdo jornalístico, ou seja, a transferência da matéria para o site, deve seguir algumas premissas para a garantia da acessibilidade comunicacional: a) a audiodescrição ou descrição das imagens deve ser inserida no campo adequado do texto alternativo (muitos veículos utilizam o campo das legendas para essa descrição, no entanto, este não é o adequado, já que a legenda tem uma função no jornalismo, que não é a mesma que o campo de texto alternativo); b) quando há *hiperlinks*, eles devem ser identificados por meio de uma descrição quanto ao conteúdo ao qual se referem, além do uso de cores e sublinhados para gerar contraste responsivo; c) os estilos de texto são usados para compor a hierarquia informacional, o que possibilita maior fluidez e autonomia na navegação; d) quando a publicação em texto é muito longa, deve-se inserir *hiperlinks* para as diferentes partes do texto a partir de uma estrutura de sumário; e) o conteúdo não deve ser dividido em colunas; f) os boxes, citações e olhos devem ser adicionados por meio dos estilos (e não de

imagens); e g) no caso de ter formato sonoro, deve-se inserir botão ou *hiperlink* para acesso ao roteiro acessível.

A questão dos níveis ou estilos de títulos são importantes para a navegação de uma pessoa que utiliza leitor de tela, já que esta navega a partir da hierarquia estabelecida pelos mesmos. “Os cabeçalhos (títulos) em HTML são representados pelas tags <h1> até <h6>. Assim, as tags <h1>, <h2>, <h3>, <h4>, <h5> e <h6> informam ao navegador que aquele elemento se trata de um cabeçalho (h vem do inglês "heading", que significa cabeçalho)” (BERALDO, 2021, p. 122). Beraldo (2021, p. 122) pontua que o h1 deve ser o principal da página e, depois, “devem ser utilizados os níveis subsequentes de título, de maneira hierárquica, sem pular um ou mais níveis.

Usar os recursos de tecnologia assistiva são importantes como técnica de SEO - *Search Engine Optimization* -, Otimização para motores de busca, em português, inclusive para o ranqueamento de um site ou de um produto jornalístico no *Google*. Isto porque “quando há uma imagem dentro da tag <a>, o Google usa o texto contido no atributo alt da imagem como texto âncora” (PEDROSA, 2020, p. 141). De acordo com Pedrosa (2020, p. 141), “a imagem exibida na página está associada ao link que indica onde ela está armazenada e sua descrição está presente no atributo alt, que indica um texto alternativo, recurso bastante utilizado como um meio de acessibilidade a pessoas com problemas de visão”. O autor ainda evidencia que “o algoritmo de ranqueamento do Google privilegia primeiro os espaços descritivos até como forma de otimizar o uso de recursos computacionais no processamento de uma classificação. Logo, o seu preenchimento se torna essencial para um bom SEO” (PEDROSA, 2020, p. 141). Assim, executar o preenchimento do campo de texto alternativo não é essencial somente para o acesso de pessoas com deficiência visual à informação, mas também para o alcance que um determinado produto jornalístico e um determinado veículo jornalístico podem ter.

2.3.6 Distribuição do conteúdo jornalístico

No webjornalismo, a distribuição do conteúdo é feita, principalmente, por meio das redes sociais digitais. Nestes casos, é essencial que o profissional jornalista responsável por esta tarefa: a) planeje a acessibilidade comunicacional a ser inserida nos posts; b) a audiodescrição ou descrição das imagens deve ser inserida nos campos corretos, e não nas legendas da imagem (segue a lógica do campo de texto alternativo e de legenda nas imagens postadas nos sites jornalísticos); c) no caso de postagem de vídeos curtos em um espaço

delimitado (a exemplo de stories do instagram e do facebook), deve-se inserir tradução sonora da informação imagética; d) deve-se planejar a inserção de Janela de Libras e de Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE); e) no caso de postagem de vídeos curtos em um espaço delimitado, deve-se inserir LSE e, na ausência desta, a legenda; e f) deve-se pensar o contraste responsivo dos posts que contém imagens.

No próximo capítulo, vamos abordar as escolhas e o caminho metodológico da pesquisa, que contribuíram para a construção dos indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos.

3 METODOLOGIA

Este capítulo organiza e descreve a metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho. Em um primeiro momento, abordamos a base para o estabelecimento da metodologia e a inspiração de outro trabalho para a escolha de múltiplas metodologias. Depois, o capítulo divide-se em subtópicos, que descrevem cada uma das etapas percorridas: a revisão de literatura teórica e normativa, a coleta de materiais, o estabelecimento de critérios, a testagem dos indicadores, as entrevistas temáticas e a organização e tratamento dos dados para o cálculo da pontuação dos objetos empíricos analisados para a validação da ferramenta.

A metodologia deste trabalho parte do entendimento da comunicação como disciplina indiciária (BRAGA, 2008). Este é um conceito paradigmático, que não é necessariamente só uma teoria ou uma metodologia, mas que orienta o fazer científico no campo da comunicação. “Apesar da proximidade com o concreto, o indiciário não corresponde a privilegiar exclusivamente o empírico. A base do paradigma não é colher e descrever indícios – mas selecionar e organizar para fazer inferências” (BRAGA, 2008, p. 78). Para o autor, “o paradigma indiciário implica fazer proposições de ordem geral a partir dos dados singulares obtidos” (BRAGA, 2008, p. 78). Neste sentido, o esforço teórico e metodológico desta pesquisa tem como base a coleta e reunião de indícios que tem como finalidade a construção de uma ferramenta que permita avaliar a qualidade da acessibilidade comunicacional nos veículos jornalísticos em meio digital. Estes indícios são compreendidos como as normativas e diretrizes técnicas para a garantia de tecnologias assistivas e, portanto, de acessibilidade comunicacional, como as reflexões teóricas sobre a área de estudos que entrelaça a acessibilidade comunicacional ao Jornalismo, e também como os dados coletados a partir das testagens e entrevistas realizadas durante o processo de feitura deste trabalho.

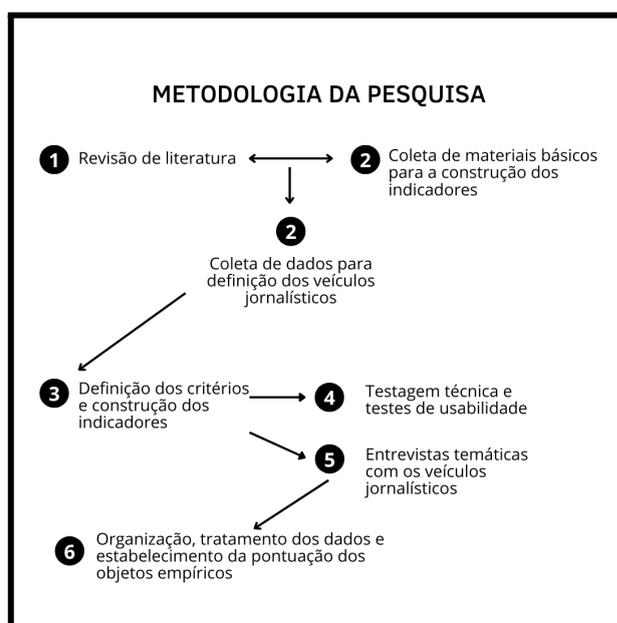
Um ponto importante a ser destacado é de que as escolhas metodológicas para o desenvolvimento desta pesquisa têm inspiração na pesquisa de mestrado de Bárbara Hoppe (2019). A dissertação, que aborda a educomunicação como tecnologia assistiva no campo do Direito, tem caráter qualitativo e quantitativo, desenvolvida em uma abordagem de método misto, ou seja, que reúne, em um mesmo trabalho de pesquisa, diferentes processos metodológicos (HOPPE, 2019). A adoção desta perspectiva parte da compreensão de que a acessibilidade é um campo de estudos em desenvolvimento e que apresenta amplas possibilidades de investigação, que carrega um histórico de ausência e, depois, de não

garantia de direitos, e que pode ser investigado a partir de diferentes áreas de estudo. A partir disso, elegem-se as escolhas metodológicas deste trabalho.

Vale ressaltar que as subáreas das ciências humanas e sociais, apesar de terem pontos em comum, também tem suas especificidades, o que faz com que cada uma delas se desdobre, “ nas suas pesquisas próprias e nas interfaces com as demais, em uma variedade de modelos epistemológicos” (BRAGA, 2008, p. 74) que, para o autor, são definidos com base nos objetivos de cada pesquisa, das subáreas da especialização disciplinar, dos enfoques e teorias escolhidos e das relações que são costuradas à realidade social que é investigada. Nesta pesquisa, o entrelaçamento está entre o Jornalismo e a Acessibilidade Comunicacional, cujos estudos são compreendidos principalmente na área da Educação Especial. Braga (2008) pontua que as proposições feitas a partir da coleta de dados que geram indícios podem ser geradas tanto na área específica da Comunicação quanto em áreas vizinhas que têm temáticas de pesquisa que se voltam para o fazer comunicativo. Neste entendimento está a acessibilidade comunicacional.

Portanto, a metodologia deste trabalho está organizada em seis etapas, que são sistematizadas na figura abaixo:

FIGURA 1 - Caminho metodológico



Fonte: A autora, 2023.

Como pode ser observado na figura acima, a etapa da revisão de literatura e a primeira parte da etapa de coleta foi feita de modo concomitante, já que os materiais utilizados para a construção dos indicadores estão, em sua maioria, nas leituras teóricas e normativas feitas na revisão de literatura. Além disso, os testes de usabilidade e as entrevistas também ocorreram de modo concomitante, já que estas dependeram da disponibilidade de agenda dos participantes. Feita a sistematização e as considerações pertinentes, parte-se para o detalhamento de cada uma das etapas.

3.1 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura, segundo Barrichello (2016, p. 138), resulta em “um argumento coerente que leva à proposição de uma tese sob a perspectiva do proponente”. A autora busca em Gash (2000) a definição do conceito, que é “[...] uma pesquisa sistemática e continuada em todos os tipos de literatura publicada, a fim de identificar o maior número possível de itens que são relevantes para um tópico específico” (GASH *apud* BARRICHELLO, 2000, p. 1). Barrichello (2016, p. 138) ainda destaca que, da metodologia, deve resultar uma “escrita síntese sobre a literatura existente, sobre determinado tema, com uma perspectiva crítica”.

Nesta pesquisa, adotou-se a revisão de literatura como primeira etapa por compreender a importância de conhecer a temática e seus entrelaçamentos e desdobramentos para, em um segundo momento, poder refletir, teorizar e formular a partir de um conhecimento basilar. A revisão de literatura divide-se em uma revisão teórica e uma revisão normativa.

3.1.1 Teórica

A revisão de literatura teórica diz respeito às leituras acerca do jornalismo (TRAQUINA, 2005; 2013; GENRO FILHO, 2012; MARCONDES FILHO, 2000; PENA, 2005; MORAES, 2022, WOLF, 2009 e MEDINA, 1995), da acessibilidade (SASSAKI, 2009; MARCO, 2020; e VENDRAMIN, 2019). Também são inseridos neste tópico reflexões teóricas acerca da cidadania e da democracia no jornalismo e na comunicação (MATA, 2006; GENTILLI, 2005, e BOTELHO e SCHWARCZ, 2012) e estudos específicos que abordam representações sobre pessoas com deficiência e as lacunas de acessibilidade no jornalismo (BONITO, 2015; 2016; FREITAS, 2021; BERALDO, 2021 e SEGATTO, 2015). As referências utilizadas são sistematizadas, principalmente, em livros, teses, dissertações e

monografias. A sistematização e reflexão acerca do ponto de vista teórico pode ser lida no capítulo 2 desta monografia.

3.1.2 Normativa

A revisão de literatura normativa faz referência às legislações e às normativas que estabelecem diretrizes para a acessibilidade comunicacional, às pesquisas que produzem orientações para a melhoria da acessibilidade comunicacional e aos guias e documentos que dão instruções técnicas para a garantia de um produto comunicacional e de um site acessível. Estes documentos, guias, legislações, normativas e diretrizes foram fundamentais para a elaboração prática de um conjunto de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos.

3.2 COLETA DOS MATERIAIS

Esta etapa metodológica está dividida em duas partes. Em um primeiro momento, fizemos uma coleta de materiais que foram básicos para a construção dos indicadores de qualidade, e que compreendem um conjunto de documentos, guias, legislações, normativas e diretrizes que determinam e estabelecem como a acessibilidade comunicacional deve ser aplicada em sites, na comunicação e, também, de modo mais específico, no jornalismo. Esta ação foi feita de modo concomitante à revisão de literatura, em que, na medida em que as leituras eram feitas, destacamos os trechos que indicam orientações, diretrizes e instruções para a acessibilidade comunicacional.

Após este momento, coletamos dados de sites de veículos jornalísticos gaúchos para definir quais seriam os escolhidos para a aplicação dos testes dos indicadores. As duas ações serão detalhadas a seguir.

3.2.1 Coleta de materiais para a construção dos indicadores

Para a compreensão de quais elementos são necessários para a garantia da acessibilidade comunicacional no jornalismo, em um primeiro momento buscamos compreender quais são as principais tecnologias assistivas aplicadas à comunicação. As definições registradas abaixo são baseadas nas formulações teóricas de Motta e Romeu Filho (2010), importantes teóricos brasileiros da audiodescrição, dos textos de Carpes *et al* (2016),

no Guia para Produções Audiovisuais Acessíveis (NAVES *et al*, 2016), nas normativas estabelecidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2016; 2018), no Manual de Acessibilidade em Documentos Digitais (SALTON, DALL AGNOL e TURCATTI, 2017) e nos Princípios de Acessibilidade Cromática para Daltonismo (PEREIRA, 2021). Estas definições estão registradas abaixo.

3.2.1.1 Audiodescrição

O conceito de audiodescrição é definido pela ABNT da seguinte forma:

recurso de acessibilidade comunicacional que consiste na tradução de imagens em palavras por meio de técnicas e habilidades, aplicadas com o objetivo de proporcionar uma narração descritiva em áudio, para ampliação do entendimento de imagens estáticas ou dinâmicas, textos e origem de sons não contextualizados, especialmente sem o uso da visão. ABNT, 2016, p. 1.

Ela pode ser utilizada em eventos culturais, programas de televisão, exposições, mostras, desfiles, eventos esportivos, eventos acadêmicos (MOTTA e ROMEU FILHO, 2010), além de ser usada em produções audiovisuais (NAVES *et al*, 2016). Também pode ser utilizada em fotografias, ilustrações e materiais postados em redes sociais midiáticas. Além disso, pode ser compreendida como “mediação linguística” e “tradução intersemiótica”, “que transforma o visual em verbal, abrindo possibilidades maiores de acesso à cultura e à informação, contribuindo para a inclusão cultural, social e escolar” (MOTTA e ROMEU FILHO, 2010, p. 12). Os autores destacam que a audiodescrição não é uma ferramenta de tecnologia assistiva voltada apenas para pessoas com deficiência visual, mas também para as que têm deficiência intelectual, dislexia e para pessoas idosas.

A audiodescrição é reconhecida como uma ocupação profissional pela Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)⁴⁰, com o registro nº 2614-30. Está na categoria dos profissionais da comunicação e da informação, e é relacionado às profissões de filólogos, intérpretes e tradutores (CBO, s.a.). As funções desta ocupação se dividem em um audiodescritor roteirista, audiodescritor narrador e audiodescritor consultor (ABNT, 2016). O primeiro é responsável pela elaboração do roteiro de audiodescrição a partir das especificações técnicas de linguagem, terminologias e descrição de aparência física, vestimentas, acessórios, cenário e demais elementos marcantes de uma imagem, seja ela estática ou dinâmica (ABNT, 2016). O segundo é o profissional responsável pela narração do

⁴⁰ Disponível em: <<https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/261430->>.

roteiro de audiodescrição, principalmente em imagens dinâmicas (ABNT, 2016). E o terceiro precisa ser, necessariamente, uma pessoa cega ou com baixa visão, que recebe o roteiro elaborado pelo roteirista e faz uma revisão e sugestão de adequação do mesmo (ABNT, 2016). O primeiro e o terceiro precisam, necessariamente, ter formação em audiodescrição (ABNT, 2016).

Já quanto aos tipos de audiodescrição, estão divididos em: a) estáticas, que se referem à imagens que estão paradas, como fotografias, ilustrações e cartazes; e b) dinâmicas, que dizem respeito à imagens em movimento, como vídeos, filmes, peças de teatro e jogos de futebol (ABNT, 2016). A audiodescrição dinâmica⁴¹ ainda tem subdivisões: a) gravada, que é usada em filmes, séries, programas de televisão, em que a locução é cronometrada e inserida no roteiro original, ou seja, há um planejamento da inserção do recurso assistivo (CARPES *et al*, 2016); b) a audiodescrição dinâmica ao vivo contempla eventos como uma peça de teatro em que, apesar de ter um roteiro ensaiado e pré-definido, ainda assim acontece ao vivo e pode ter imprevistos, o que exige improvisos no roteiro; nesta modalidade, há uma roteirização da audiodescrição, mas ela pode sofrer adaptações enquanto ocorre (CARPES *et al*, 2016); e c) a audiodescrição dinâmica simultânea: diz respeito a eventos que acontecem ao vivo e que não tem um planejamento por meio de roteiro, como jogos de futebol; nestes, não se consegue prever o que vai acontecer, qual jogador vai chutar a bola em gol, em que momento e de que forma (CARPES *et al*, 2016).

Por ser uma profissão cuja regulamentação está em tramitação no Congresso Nacional⁴², ainda não é inserida efetivamente em espaços de comunicação e informação. Logo, a fim de que não haja ausência de acessibilidade a partir deste recurso assistivo, tem-se como alternativa a descrição de imagens, modalidade informal que utiliza os mesmos requisitos técnicos da audiodescrição, mas que não exige formação específica⁴³. Esta modalidade seria a mais adequada para as redações jornalísticas, tanto por conta de inserir esta como uma tarefa dos repórteres e/ou editores quanto de compreender que o processo de

⁴¹ Na modalidade dinâmica, o Guia para Produções Audiovisuais Acessíveis, elaborado em 2016 pelo Ministério da Cultura e pela Secretaria do Audiovisual, define: “Trata-se de uma locução adicional roteirizada que descreve as ações, a linguagem corporal, os estados emocionais, a ambientação, os figurinos e a caracterização dos personagens” (NAVES *et al*, 2016, p. 15).

⁴² O PL 5156, de 2013, dispõe sobre a regulamentação da profissão de audiodescritor. A última movimentação foi em maio de 2018 e a situação atual é de aguardo do parecer da relatoria da Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público (CTASP). Fonte: Blog da Audiodescrição, 2018. <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2018/06/regulamentacao-da-profissao-de-audiodescritor.html>>.

⁴³ Este entendimento está baseado em discussões ocorridas quando a autora participou, como voluntária, da Comissão de Audiodescrição da UFSM, em 2019. Na ocasião, ao realizar o Curso Básico de Audiodescrição, ofertado pelo Núcleo de Acessibilidade da instituição, os ministrantes - que são pessoas cegas - comentaram que a descrição de imagens não é a modalidade ideal, mas é a que, muitas vezes, é possível. E é melhor do que, por conta de exigências de formação específica, não ter nenhuma descrição das imagens postadas.

consultoria pode demorar, o que complexifica a inserção da tecnologia assistiva na rotina conturbada e apressada da produção jornalística.

3.2.1.2 Leitor de Tela

Este recurso assistivo é definido como um software usado por pessoas cegas, e que lê, em áudio, informações textuais presentes em uma tela de computador. “Ele interage com a interface do sistema operacional, capturando os elementos visíveis na tela e convertendo-os através de um sintetizador de voz” (SALTON, DALL AGNOL e TURCATTI, 2017, p. 28). Por fazer a leitura apenas de conteúdos em formato de texto, ao navegar em um site, por exemplo, pessoas com deficiência visual não conseguem compreender o conteúdo no formato de imagens. Por isso, elas devem ser descritas - ou audiodescritas, a partir do recurso assistivo citado acima - e inseridas, necessariamente, na caixa de texto alternativo acoplada à inserção de imagens em um site, já que os leitores de tela só conseguem informar o conteúdo em imagens que estejam descritas (SALTON, DALL AGNOL e TURCATTI, 2017). Nesta modalidade, a descrição não aparece visualmente para usuários que não utilizem o leitor de tela e, por isso, é a mais recomendada do ponto de vista do desenho universal (SALTON, DALL AGNOL e TURCATTI, 2017).

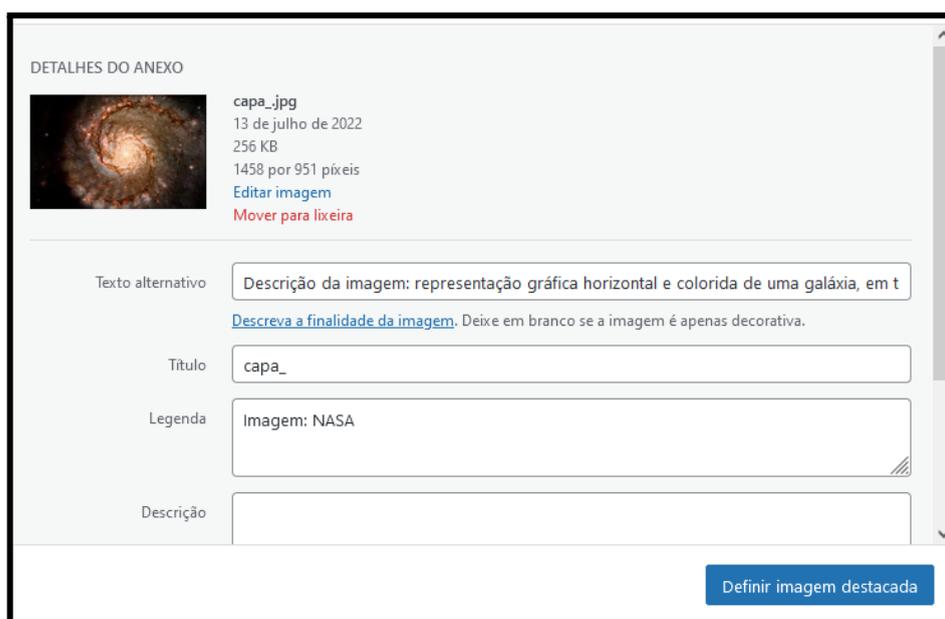
O ‘Manual de Acessibilidade em Documentos Digitais’ (SALTON, DALL AGNOL e TURCATTI, 2017) também recomenda que a descrição pode ser inserida por meio da legenda da imagem e no próprio contexto, com a informação inserida em texto no parágrafo anterior ou posterior à imagem. No entanto, no jornalismo, entende-se que estas não são as melhores opções, já que tanto o texto quanto a legenda têm funções específicas e, uma vez que a caixa de texto alternativo serve justamente para esta finalidade, deve-se considerar esta sempre como a primeira opção. O espaço da caixa de texto alternativo pode ser conferido na Figura 2.

3.2.1.3 Caracteres ampliados

Os caracteres ampliados são “letras do alfabeto, sinais matemáticos e de pontuação, números, notas musicais, simbologia química etc., cujo tamanho, maior do que aquele normalmente usado nos impressos, propicia a leitura por pessoas com baixa visão” (ABNT, 2016, p. 2). Em sites, pode ser configurado por meio dos sinais de mais e de menos, normalmente representados por ‘A+’ e ‘A-’, e que permitem o aumento ou a diminuição da fonte, que também se ajusta ao layout do site, de modo que não prejudique o entendimento

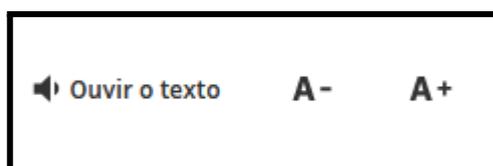
das outras informações presentes - como botões e publicidade, por exemplo - e nem prejudique a navegabilidade (o que aconteceria se a pessoa não tivesse o recurso assistivo e tivesse que fazer uso somente do zoom). Um exemplo da visualização do recurso assistivo pode ser conferido na Figura 3.

Figura 2. Ferramenta de inserção de imagem no *WordPress*, com campo para texto alternativo e legenda⁴⁴.



Fonte: Revista Arco, 2022.

Figura 3. Exemplo do recurso de caracteres ampliados, representados pelas letras 'A'.



Fonte: Folha de S. Paulo, 2022.

3.2.1.4 Legendagem para Surdos e Ensurdidos

⁴⁴ A captura de tela foi retirada do site da Revista Arco, veículo jornalístico de divulgação científica e cultural da UFSM. A intenção é exemplificar a diferença entre o campo de inserção de descrição alternativa e o campo de inserção de legenda. Tivemos acesso a este recurso já que a autora da pesquisa é bolsista no veículo referido, e tem como funções, além de escrever reportagens, também a edição e a publicação das mesmas. O uso da captura de tela foi autorizada pela Editora-Chefe.

A Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE) é “a tradução das falas de uma produção audiovisual em forma de texto escrito, podendo ocorrer entre duas línguas orais, entre uma língua oral e outra de sinais ou dentro da mesma língua” (NAVES *et al*, 2016, p. 16). Esta modalidade se difere da legenda de filmes ou de vídeos, já que é voltada prioritariamente para as pessoas surdas ou com baixa audição (ensurdidos) e, por isso, necessita da identificação de personagens, efeitos sonoros, turnos de fala (NAVES *et al*, 2016), sons ambientes e outras informações sonoras que estejam presentes (EBC, 2018).

Também chamada de *Closed Caption* (Legenda Oculta), é um recurso “acionado opcionalmente no receptor de televisão e deve estar conforme as normas técnicas brasileiras vigentes” (EBC, 2018, p. 2). No entanto, também pode ser inserido em produções audiovisuais como uma modalidade de legenda, ou em vídeos publicados em determinadas plataformas (se esta não permite a ativação do recurso de modo opcional, podem ser produzidas diferentes versões, sendo que uma contemple a LSE).

3.2.1.5 Caixa de Libras

A Caixa de Libras ou Janela de Libras é um “recurso de transcrição das falas e diálogos do programa em linguagem de sinais, o recurso é apresentado em uma janela de vídeo onde o intérprete faz a transcrição do que é apresentado, este recurso é agregado ao vídeo original do programa” (EBC, 2018, p. 3). Apesar de que o conceito menciona a especificidade de programas de televisão - já que a Norma Brasileira nº 704 é voltada para produções audiovisuais televisivas -, ele pode ser pensado também para outras produções audiovisuais, como vídeos e filmes, por exemplo.

Figura 4. Captura de tela de reportagem em vídeo com inserção de Caixa de Libras.



Fonte: TV Campus UFSM, 2022.

Figura 5. Captura de tela do recurso VLIBRAS, um sintetizador virtual para linguagem de sinais.



Fonte: Site institucional da UFSM, 2022.

3.2.1.6 Princípios de Acessibilidade Cromática

A acessibilidade comunicacional com relação às cores é voltada para pessoas com diferentes tipos⁴⁵ de daltonismo, ou discromatopsia, que “caracteriza-se pela dificuldade em distinguir determinadas cores” (PEREIRA, 2021, p. 34). Para Pereira (2021, p. 33), a acessibilidade cromática é importante porque “cada indivíduo possui vivências da cor muito distintas que estão condicionadas a experiências individuais e fatores genéticos”. Por isso, “é válido o entendimento dos casos em que o sistema visual de algumas pessoas realiza o processo de percepção da cor de uma maneira diferente em decorrência de um tipo de deficiência nas células fotorreceptoras” (idem) que, segundo o autor, tem razões genéticas ou decorrem de traumas nos órgãos referentes à visão.

Pereira (2021), a partir dos Princípios da Acessibilidade Cromática para Daltonismo, tem a intenção de que todo e qualquer material comunicacional se torne acessível do ponto de vista das cores. Os princípios são: o primeiro é o Princípio da Expansão: “corresponde à busca por possibilidades além da cor para auxiliar no entendimento dos mais diversos modos de representação, como mapas, gráficos e tabelas, e na aplicação de projetos” (PEREIRA, 2021, p. 98). Neste ponto, que é primário para os outros, o autor estabelece que produtos comunicacionais não devem ter a cor como código exclusivo, e orienta a utilização de recursos alternativos para completar os produtos comunicacionais produzidos, que podem ser o negrito e o sublinhado, a nomeação das cores, o uso de símbolos e representações, de texturas e de padrões geométricos, além dos contornos e espaçamentos.

O segundo é o Princípio da Atenção, que “concerne ao compromisso de profissionais da indústria criativa, como publicitários, designers, produtores editoriais, arquitetos, entre outros, com o uso de um contraste de cor responsivo em seus projetos” (PEREIRA, 2021, p. 99). Para Pereira (2021, p. 99) esta normativa “assegura que, quando recorrida com certas funções, a cor seja facilmente percebida e distinguida pelo maior número de pessoas, tanto indivíduos com ou sem algum tipo de discromatopsia”. Recomendações estabelecidas no princípio compreendem evitar o uso de cores problemáticas, fazer ajustes de luminosidade, escolher harmonias cromáticas adequadas, ter cuidado com o contraste de cor e na conversão para escala de cinza (PEREIRA, 2021).

O terceiro é o Princípio da Inovação, que “corresponde à inclusão de ideias e iniciativas em favor da construção de um projeto seriamente comprometido com a autonomia e a segurança de pessoas com discromatopsia” (PEREIRA, 2021, p. 99). Neste ponto, Pereira

⁴⁵ Existem oito tipos de daltonismo: a) Tricromacia Anômala: 1) Protanomalia; 2) Deuteranomalia; 3) Tritanomalia; b) Dicromacia: 4) Protanopia; 5) Deuteranopia; 6) Tritanopia; c) Monocromacia: 7) Monocromacia típica; e 8) Monocromacia de cone azul (COLE *apud* PEREIRA, 2021).

(2021) reforça a importância da inserção de pessoas daltônicas na indústria criativa, do uso de sistemas de identificação de cores, filtros e lentes corretivas, além do uso de iniciativas como o ColorAdd⁴⁶, que é um alfabeto de cores. Por último, o quarto é o Princípio da Ação, que “refere-se à acessibilidade atitudinal de profissionais da indústria criativa, isto é, pela dimensão que abrange condutas indispensáveis para diminuir ou, até mesmo, eliminar possíveis barreiras” (PEREIRA, 2021, p. 100). Ações incluídas neste princípio são o uso de simuladores de daltonismo para conferência da acessibilidade cromática, uso de paletas cromáticas acessíveis, desenvolvimento de sites acessíveis em relação às cores, inclusão de pessoas com daltonismo no ambiente de trabalho e, neste caso, disponibilizar ferramentas com recursos acessíveis para que estes profissionais possam trabalhar (PEREIRA, 2021).

No jornalismo, estes princípios devem ser aplicados para fotografias, ilustrações, contraste na legenda de vídeos e contraste entre o fundo de um site e seu conteúdo (com possibilidades de alterar a cor de fundo). Cabe destacar que o principal uso é em produtos jornalísticos cujo uso da cor é essencial para a compreensão da informação, a exemplo de infográficos, em que os dados associados às cores e representações são o principal formato.

3.2.2 Coleta de dados e definição dos objetos empíricos da pesquisa

Nesta etapa metodológica, definimos o objeto empírico da pesquisa: os sites jornalísticos nos quais os indicadores foram aplicados. A coleta dos dados seguiu uma perspectiva de jornalismo regional, cuja definição diz respeito a veículos que, além de circularem em suas cidades-sede, também abrangem municípios no entorno, tanto na distribuição quanto na produção de notícias (BORELLI, 2015). A delimitação geográfica dos veículos foi definida como o Rio Grande do Sul, já que é o estado em que fica a universidade na qual esta pesquisa é realizada e por que era preciso delimitar a abrangência da pesquisa.

Para conhecer quais são os veículos regionais gaúchos reconhecidos nacionalmente, buscamos os dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) e da Associação Nacional de Jornais (ANJ). O primeiro, de acordo com a descrição disponível no site⁴⁷, “é uma entidade nacional sem fins lucrativos responsável pela auditoria multiplataforma de mídia” (IVC, s.a., s.p.). Seu objetivo é fornecer “dados isentos e detalhados sobre comunicação, incluindo tráfego web, tanto de desktops quanto de smartphones, tablets e aplicativos, bem como circulação, eventos, e inventário e campanhas de mídia out of home” (IVC, s.a., s.p.). É

⁴⁶ Pode ser acessado em: <<https://www.coloradd.net/pt>>.

⁴⁷ Acesso em: <https://ivcbrasil.org.br>.

responsável por auditar os veículos jornalísticos brasileiros e é uma entidade que reúne representantes de anunciantes, agências de propaganda e editores (IVC, s.a.). Já a Associação Nacional de Jornais (ANJ)⁴⁸, que foi fundada em 1979, “trabalha na defesa dos legítimos interesses dos jornais brasileiros, promove estudos e ações para o desenvolvimento desses veículos de comunicação, defende a liberdade de imprensa e representa o Brasil junto a entidades internacionais congêneres” (ANJ, s.a., s.p.). Entre as prioridades da associação estão o reposicionamento dos jornais no mercado de mídia, com atenção à publicidade e ao aumento da audiência paga (ANJ, s.a.).

As buscas foram feitas no período de 29/07/2022 a 01/08/2022. A busca no IVC, com aplicação do filtro do estado do Rio Grande do Sul, retornou quatro veículos auditados: 1) Correio do Povo, de Porto Alegre: <<https://www.correiodopovo.com.br/>>; 2) Diário Gaúcho, de Porto Alegre: <<https://www.clicrbs.com.br/>>; 3) Pioneiro, de Caxias do Sul: <<https://www.clicrbs.com.br/>>; e 4) Zero Hora, de Porto Alegre: <<https://www.clicrbs.com.br/>>. A ANJ tem 99 veículos cadastrados e, com a aplicação do filtro de busca do estado gaúcho, retornou nove veículos: 1) Cidade, de Uruguaiana: <www.jornalcidade.net.br>; 2) Correio do Povo, de Porto Alegre: <<https://www.correiodopovo.com.br/>>; 3) Diário Popular, de Pelotas: <www.diariopopular.com.br>; 4) Gazeta do Sul, de Santa Cruz do Sul: <www.gaz.com.br>; 5) Jornal do Comércio, de Porto Alegre: <www.jornaldocomercio.com>; 6) Jornal do Povo, de Cachoeira do Sul: <www.jornaldopovo.com.br>; 7) Jornal NH, de Novo Hamburgo: <www.jornalnh.com.br>; 8) Pioneiro, de Caxias do Sul: <www.pioneiro.clicrbs.com.br/rs>; e 9) Zero Hora, de Porto Alegre: <www.gauchazh.com.br>.

A partir dessa busca inicial, fizemos um cruzamento dos dois levantamentos, o que resultou em uma lista de dez veículos jornalísticos: Correio do Povo, Diário Gaúcho, Pioneiro, Zero Hora, Cidade, Diário Popular, Gazeta do Sul, Jornal do Comércio, Jornal do Povo e Jornal NH. Com a adoção da perspectiva do jornalismo regional, fizemos uma filtragem com a exclusão dos veículos que pertencem às cidades que compõem a região metropolitana do estado gaúcho. De acordo com o Atlas Socioeconômico do RS⁴⁹, a Região

⁴⁸ Pode ser acessada pelo site: <<https://www.anj.org.br/>>.

⁴⁹ Dados retirados do site <<https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/regiao-metropolitana-de-porto-alegre-rmpa>>.

metropolitana do RS - ao redor da capital, Porto Alegre -, tem 34 municípios⁵⁰ e concentra 38,2% da população do RS.

Ou seja, excluimos da contagem os veículos localizados em Porto Alegre e Novo Hamburgo: Correio do Povo, Diário Gaúcho, Zero Hora, Jornal do Comércio e Jornal NH. Com a subtração, restam cinco veículos: Pioneiro, Cidade, Diário Popular, Gazeta do Sul e Jornal do Povo. São veículos de cinco cidades diferentes: Pioneiro - Caxias do Sul; Cidade - Uruguaiana; Diário Popular - Pelotas; Gazeta do Sul - Santa Cruz do Sul; e Jornal do Povo - Cachoeira do Sul. A partir disso, buscamos os dados demográficos registrados pelo IBGE para a compreensão do perfil demográfico de cada município:

- a) **Caxias do Sul:** localizada na Serra Gaúcha, no nordeste do estado, é a segunda cidade gaúcha mais populosa: *435.564 mil habitantes (Censo 2010)*; projeção atual é de 523.716 mil habitantes.
- b) **Uruguaiana:** localizada na fronteira brasileira com a Argentina e o Uruguai, no extremo ocidental do Rio Grande do Sul, tem população de *125.435 mil habitantes (Censo 2010)*; projeção atual é de 126.766 mil habitantes.
- c) **Pelotas:** cidade localizada no sul do Rio Grande do Sul, tem a quarta maior população do estado gaúcho, com *328.275 mil habitantes (Censo 2010)*; projeção atual é de 343.826 mil habitantes.
- d) **Santa Cruz do Sul:** cidade localizada no centro do Rio Grande do Sul, é a 15ª mais populosa do estado, com *118.374 mil habitantes (Censo 2010)*; projeção atual é de 132.271 mil habitantes.
- e) **Cachoeira do Sul:** localizada no centro do Rio Grande do Sul, tem população de *83.827 mil habitantes (Censo 2010)*; projeção atual é de 81.552 mil habitantes.

A partir disso, temos três grupos de cidades: a) com menos de 100 mil habitantes (Cachoeira do Sul); b) as que têm entre 100 e 200 mil habitantes (Uruguaiana e Santa Cruz do Sul); e c) com mais de 200 mil habitantes (Pelotas e Caxias do Sul). Por meio de uma primeira análise dos sites dos veículos, os agrupamentos aparentam ter estrutura parecida: menu, informações importantes (como a previsão do tempo do dia - apenas Gazeta do Sul não tem), área de login ou cadastramento, publicidade, notícias em destaque, demais notícias,

⁵⁰ Alvorada, Araricá, Arroio dos Ratos, Cachoeirinha, Campo Bom, Canoas, Capela de Santana, Charqueadas, Dois Irmãos, Eldorado do Sul, Estância Velha, Esteio, Glorinha, Gravataí, Guaíba, Igrejinha, Ivoti, Montenegro, Nova Hartz, Nova Santa Rita, Novo Hamburgo, Parobé, Portão, Porto Alegre, Rolante, Santo Antônio da Patrulha, São Jerônimo, São Leopoldo, São Sebastião do Caí, Sapiranga, Sapucaia do Sul, Taquara, Triunfo e Viamão.

colunistas, editorias (principalmente esporte, cultura e lazer), aba de notícias mais lidas (Pioneiro, Jornal do Povo, Diário Popular), classificados (Jornal do Povo, Gazeta do Sul, Diário Popular), botões de redes sociais e newsletter (Pioneiro, Jornal do Povo, Diário Popular). O veículo com menor hierarquia da informação e distribuição/organização do site é o Jornal do Povo, de Cachoeira do Sul. Já que não é possível comparar, em questão de número de habitantes, este veículo com outro no mesmo patamar, ele é descartado como objeto de análise.

Restam dois grupos de veículos para escolha: categoria b, que contempla Uruguaiana e Santa Cruz do Sul; e grupo c, que contempla Pelotas e Caxias do Sul. A hierarquia e a organização da informação do jornal Cidade, de Uruguaiana, é inferior a do Gazeta do Sul, de Santa Cruz do Sul e, portanto, não é bom em termos de comparação. Já a hierarquia e a organização da informação do jornal Pioneiro, de Caxias do Sul, e do Diário Popular, de Pelotas, é parecida, e, desse modo, é possível analisar e comparar os dois. Restam escolhidos como objetos empíricos da pesquisa os veículos Pioneiro, de Caxias do Sul, e Diário Popular, de Pelotas.

O jornal Pioneiro, veículo jornalístico com sede em Caxias do Sul, é um braço do veículo GZH, que pertence ao Grupo RBS. Foi fundado em 1948 e tem 74 anos de existência. Tem circulação diária desde 1981 e versão digital desde 2008⁵¹.

Já o jornal Diário Popular, sediado em Pelotas, é um dos veículos mais antigos do estado gaúcho. Foi fundado em 1890 e tem 132 anos de existência⁵².

A fim de uma melhor análise e testagem dos veículos, foi feita a assinatura dos mesmos a fim de que fosse possível acessar e analisar todas as informações presentes no site. Portanto, esta pesquisa deve ser considerada do ponto de vista de acesso pago à íntegra dos sites do jornal Pioneiro e do Diário Popular.

3.3. ESTABELECIMENTO DOS CRITÉRIOS PARA OS INDICADORES

Nesta etapa, elencamos os critérios para a organização da construção dos indicadores. Compreendemos que é preciso separar os mesmos em níveis, já que, por exemplo, a atuação profissional do jornalista, para ocorrer, precisa ser respaldada pela empresa jornalística. São dois níveis diferentes, mas que se entrelaçam. Assim, temos a hierarquização dos níveis dos indicadores a serem construídos.

⁵¹ Informações disponíveis em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Pioneiro_\(jornal\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Pioneiro_(jornal))>.

⁵² Informações disponíveis em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Di%C3%A1rio_Popular_\(Pelotas\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Di%C3%A1rio_Popular_(Pelotas))>.

- 1. Produção jornalística:** Dentro da delimitação do trabalho, que problematiza a relação entre as temáticas, é o processo que possibilita que os produtos jornalísticos sejam acessíveis. Não adianta o nível técnico do site ser exemplar se não houver o cuidado do profissional jornalista no processo de produção. É a etapa em que está (ou deveria estar) a mudança cultural das redações com relação à acessibilidade comunicacional no Jornalismo. Delimita-se com peso 4.
- 2. Empresa jornalística:** É por meio de um posicionamento da empresa jornalística que se inicia a mudança da cultura da redação, e que pode incluir a prática da acessibilidade comunicacional. É quem investe no básico, que é o nível técnico do site, e na formação humana de seus profissionais. Se não houver incentivo por parte da empresa, a atuação profissional pode até buscar a acessibilidade comunicacional, mas não vai ser priorizada. Delimita-se com peso 3.
- 3. Nível técnico site:** É o básico que o veículo jornalístico precisa ter para promover a acessibilidade. Deveria ser uma preocupação de nível básico. Se o profissional jornalista tiver uma atuação que se preocupe com a acessibilidade comunicacional, mas o site não estiver adequado à incorporação das tecnologias assistivas, tem-se um processo incompleto e falho. Delimita-se com peso 2.
- 4. Legislação:** É o mínimo que um site de veículo jornalístico precisa ter. A legislação deve ser cumprida não somente por ter peso normativo, mas também porque ela define diretrizes necessárias para o acesso à informação para uma grande parcela da população brasileira. Delimita-se com peso 1.

A partir desta organização, das leituras prévias feitas na etapa da revisão de literatura e da seleção das legislações, normativas, diretrizes, guias, pesquisas, relatórios, orientações e instruções para a acessibilidade comunicacional e técnica no nível do site, fizemos a redação dos indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos em meio digital. Os indicadores serão apresentados no próximo capítulo, de caráter analítico.

3.4 TESTAGEM

Após a redação dos indicadores, partimos para a etapa da testagem, necessária para a verificação da validade da ferramenta para a avaliação da qualidade da acessibilidade comunicacional nos veículos jornalísticos. A testagem é feita em duas etapas: a primeira, de nível técnico, refere-se à aplicação dos indicadores nos objetos empíricos de investigação, e que usa, além da observação dos elementos do site, de recursos de tecnologia assistiva, principalmente *softwares*, para a conferência das sentenças dos indicadores. A segunda etapa diz respeito aos testes pontuais de usabilidade, feitos com pessoas com deficiência, para conferir a validade dos indicadores para as mesmas e eventuais lacunas que a redação destes possa ter. Para estas ações de pesquisa, estabelecemos protocolos próprios de testagem, com base nos indicadores construídos.

Antes de partir para a descrição das metodologias aplicadas na etapa de testagem, é importante salientar que sabemos da existência dos validadores automáticos de acessibilidade para os sites. Um exemplo é o *software* público ASES, do Governo Federal⁵³. No processo de pesquisa teórica e normativa, chegamos a mexer em alguns dos *softwares* para compreender seu funcionamento. No entanto, como o objetivo do trabalho aqui relatado é a construção de indicadores, optamos por não utilizar os *softwares* no processo de testagem porque eles não dariam conta de todos os aspectos que propomos analisar ao fazer a construção da ferramenta de avaliação. Como a intenção era seguir todas as etapas que levam ao resultado final, não usar os *softwares* foi uma escolha para que pudéssemos ter um olhar mais aprofundado sobre a ferramenta e seus resultados.

3.4.1 Testes de aplicabilidade

Para esta etapa, que é uma primeira testagem, fizemos uma primeira conferência sobre a acessibilidade comunicacional dos objetos empíricos, como um teste de aplicabilidade dos indicadores. Neste teste recolhemos indícios a partir do que é possível observar de maneira autônoma dos sites dos veículos jornalísticos Pioneiro e Diário Popular. Esta etapa foi feita no período de 31/08/2022 a 03/09/2022. O protocolo de testagem de aplicabilidade dos indicadores nos sites de veículos jornalísticos pode ser conferido por meio das seguintes etapas. O processo é repetido para cada um dos dois jornais.

1. Primeiro, serão analisados os elementos observáveis do nível técnico do site (menus, botões, publicidade, hierarquia informacional, formulários de assinatura e de

⁵³ Disponível em: <<https://softwarepublico.gov.br/social/ases/>>.

newsletter, contraste de cor, opção de alto contraste e de caracteres ampliados, leitura de texto, etc);

2. Depois, observa-se, do ponto de vista do conteúdo em vídeo (presença de legendas, tradução em Janela de LIBRAS, audiodescrição/descrição de imagens, roteiro acessível), imagens estáticas (descrição de imagens, descrição por meio de legendas), áudio (roteiro acessível, habilitação de legenda automática), e de responsividade da cor (teste de contraste responsivo para tipos de daltonismo);
3. Para a conferência de presença de audiodescrição/descrição de imagens, se usará um software leitor de tela;
4. Para a conferência de contraste de cor responsivo, se utilizará softwares de simulação de visão de diferentes tipos de daltonismo.

Para a aplicação do teste de usabilidade, durante o período de coleta, observamos a página inicial de cada veículo jornalístico. A coleta do *corpus* de análise foi definida a partir da página inicial: foi coletada a matéria principal e o destaque de cada uma das editorias presentes na estrutura. A partir disso, no Pioneiro, temos oito matérias para a aplicação dos indicadores, e no Diário Popular, são sete matérias. Além disso, durante o período de aplicação do teste, observamos se os veículos jornalísticos postaram alguma matéria que tivesse a acessibilidade ou as pessoas com deficiência como pauta. No Pioneiro, a observação retornou uma matéria e, no Diário Popular, cinco. Além disso, é importante salientar que foram diferentes formas de coleta dos dados nesta etapa: a) o geral, que diz respeito ao *corpus* coletado; b) o específico, que corresponde às matérias temáticas com a pauta estabelecida; e c) a observação, principalmente dos elementos técnicos e da legislação, na página inicial.

Todas as ações de testagem de aplicabilidade dos indicadores foram registradas para análise posterior e refinamento da redação dos indicadores. O registro foi feito em documentos do *Google Docs* e sistematizado em uma tabela do *Excel*.

Figura 6 - Tabela de Testagem de Aplicabilidade

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Pergunta Indicador		1	2	3	4	5	6	7	8		1	
17	Quando entrevista pessoas surdas ou com baixa audição, contrata tradutores de LIBRAS		restes										
18	Produção do produto jornalístico												
19	A linguagem da redação é pensada de forma linear e fluida		sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim			
20	O texto escrito tem uma hierarquia da informação (não no sentido de lead e etc, mas de gancho entre as partes e não ter informações soltas)		sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim			
21	No caso de ter fotografias fotojornalísticas, em que a fotografia é informação imprescindível, é feita descrição de imagens		não	não	-	não	-	-	-	-			
22	No caso de ter fotografias decorativas, há descrição de imagens		não	não	não	não	não	-	não	-			
23	No caso de ter ilustrações, há descrição de imagens		-	-	não	-	-	não	-	-			
24	No caso de ter infográficos, há descrição da imagem levando em conta a hierarquia e contexto da informação visual		-	-	-	-	-	-	-	-			
25	No caso de ter gráficos e tabelas, há descrição de imagens		-	-	-	-	-	não	-	-			
26	No caso de ter mapas, há descrição de imagens		-	-	-	-	-	-	-	-			
27	No caso de videoreportagem, há inserção de descrição de imagens por meio da tradução sonora		-	-	-	-	-	-	-	não			
28	No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há faixa de audiodescrição que pode ser habilitada		-	-	-	-	-	-	-	-			
29	No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há autodescrição dos entrevistadores e entrevistados		-	-	-	-	-	-	-	-			
30	No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há descrição dos cenários		-	-	-	-	-	-	-	-			
31	No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há autodescrição dos entrevistadores e entrevistados		-	-	-	-	-	-	-	-			

Fonte: A autora, 2023.

Neste primeiro teste, não foi incluído o ponto de vista da empresa e do nível técnico interno do site e do processo de produção jornalística (que necessita o contato, por meio de entrevistas, com editores ou pessoas superiores do veículo jornalístico) e do ponto de vista do funcionamento para o usuário (para isto, serão feitos testes de usabilidade com o usuário). Estes elementos serão conferidos na fase posterior, após a revisão e finalização da redação dos indicadores. Após essa testagem, os indicadores serão revisados para a testagem final.

3.4.2 Testes de usabilidade

Como registrado no detalhamento das etapas metodológicas desta pesquisa, os testes pontuais de usabilidade aconteceram de modo concomitante às entrevistas temáticas. Conforme descrito no tópico 3.4, para os testes de usabilidade também elaboramos protocolos de testagem, que serão detalhados a seguir. Nesta etapa, a intenção era, por meio de encontros presenciais com pessoas com deficiência, compreender a aplicação dos indicadores por meio do ponto de vista do usuário e dos modos que o mesmo faz uso do site do veículo jornalístico. A intenção era contemplar os três principais públicos representados nesta pesquisa: pessoas cegas ou com baixa visão, pessoas surdas ou com baixa audição e pessoas daltônicas. Portanto, foram feitos três testes pontuais de usabilidade, sendo um com cada um dos subgrupos mencionados.

Por conta de dificuldades de agenda com participantes, esta etapa estendeu-se de 14 de outubro de 2022 (data em que ocorreu o primeiro teste de usabilidade) a 12 de dezembro de 2022 (data em que ocorreu o último). Todos os encontros foram presenciais e gravados para fins de transcrição da conversa e posterior análise dos resultados. Todos os testes aconteceram nas dependências da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), já que os participantes foram e/ou são alunos da instituição. Por conta das especificidades de cada indivíduo, estabelecemos protocolos próprios para cada testagem, tanto para foco na experiência do usuário quanto à deficiência que este tem quanto para o uso do tempo do mesmo, já que a quantidade dos indicadores é grande. De maneira geral, todos os testes de usabilidade contaram com um *notebook*, no qual foram abertos os sites do Pioneiro e do Diário Popular, e com um celular no qual o áudio foi gravado.

Antes de mencionar os protocolos próprios para cada um dos testes pontuais de usabilidade, é importante estabelecer o perfil dos participantes da pesquisa:

- a) Pessoa com Daltonismo: Thiovane da Rosa Pereira, homem daltônico, tem 24 anos, publicitário formado pela UFSM, hoje cursa mestrado em Design em outra universidade. Estuda a acessibilidade comunicacional do ponto de vista das cores. O teste de usabilidade foi aplicado em 14 de outubro de 2022, com em torno de uma hora de duração;
- b) Pessoa cega: Letícia Severo da Rosa, mulher cega com perda total da visão, tem 43 anos, é estudante de Jornalismo pela UFSM. O teste de usabilidade foi aplicado em duas etapas, por conta do tempo disponível na agenda da participante para cada um dos encontros e por necessidades de adaptação das configurações do leitor de tela instalado no notebook conforme as preferências da usuária. O teste de usabilidade foi realizados nos dias 03 de novembro e 17 de novembro de 2022, com em torno de duas horas de duração;
- c) Pessoa surda: Marcos Felipe Gomes Pontes, homem surdo, com perda total da audição desde o nascimento, 32 anos, formado no curso Técnico em Enfermagem pela UFSM. O teste de usabilidade foi aplicado no dia 12 de dezembro de 2022, e contou com o apoio de três intérpretes de Libras, serviço disponibilizado pelo Núcleo de Acessibilidade da UFSM. A aplicação teve em torno de 45 minutos de duração.

A escolha das pessoas participantes da pesquisa tem relação com a UFSM por conta de indicações do Núcleo de Acessibilidade da UFSM, vinculado à Coordenadoria de Ações Educacionais (CAED) e por meio de contatos prévios que os autores já tinham estabelecido,

durante a graduação, da convivência na Universidade. Descritos os perfis dos participantes da pesquisa, parte-se para a exposição dos protocolos de testagem próprios para cada um dos testes.

3.4.2.1 Protocolo do teste de usabilidade com pessoa daltônica

O protocolo para o teste de usabilidade em relação às cores compreende as seguintes etapas: 1) mostrar a página inicial dos sites e pedir para apontar quais elementos visuais e textuais são compreensíveis e os que não são compreensíveis do ponto de vista da acessibilidade das cores; 2) separar produtos noticiosos com fotografias (fotojornalísticas ou decorativas), mapas, infográficos e/ou gráficos, vídeos e outras formas de visualização de dados e pedir para apontar quais elementos visuais e textuais são compreensíveis e os que não são compreensíveis do ponto de vista da acessibilidade das cores; 3) separar produto noticioso com *hiperlink* e pedir para apontar se é compreensível e se há elementos que propiciem a acessibilidade; 4) perguntar se o site jornalístico é acessível do ponto de vista das cores; e 5) repetir esse caminho para os dois veículos.

Os produtos noticiosos foram coletados no dia anterior à aplicação do teste, para facilitar o fluxo do mesmo. O *corpus* é composto por quatro notícias com foto de cada veículo, um vídeo do Diário Popular e três especiais do Jornal Pioneiro. Os produtos foram coletados no destaque da página inicial. No caso do Diário Popular, não havia produtos com mapas, infográficos e/ou gráficos, e, no caso do Pioneiro, não havia produtos com vídeos ou outro formato audiovisual. A escolha de realizar a coleta no dia anterior é justificada pela disposição dos produtos noticiosos na página inicial, que é constantemente atualizada. Com as notícias mais atualizadas, o usuário pode ter uma compreensão maior do todo do veículo jornalístico.

3.4.2.2 Protocolo do teste de usabilidade com pessoa com deficiência visual

O protocolo para o teste de usabilidade em relação à pessoa com deficiência visual compreende as seguintes etapas: 1) instalar um leitor de tela no *notebook*; 2) na página inicial, pedir para localizar o menu e apontar quais botões são possíveis de identificar, localizar a previsão do tempo, os botões de redes sociais midiáticas e informações de contato e indicar as matérias em destaque; 3) perguntar se a publicidade atrapalha durante a navegação da página inicial; 4) pedir para abrir as notícias e indicar se as imagens tem audiodescrição ou descrição

de imagens; 5) verificar se, no caso de vídeos ou áudios, eles são acessíveis; 6) perguntar, ao final, se considera o veículo acessível do ponto de vista comunicacional para pessoas cegas ou com baixa visão; e 7) repetir o caminho com o segundo veículo. Neste teste, optamos por não estabelecer, de maneira prévia, os produtos noticiosos a serem analisados, já que a navegação pelo leitor de tela é diferente da navegação com *mouse*, o que poderia enviesar os resultados de escolha de acesso a uma determinada notícia, por exemplo.

3.4.2.3 Protocolo do teste de usabilidade com pessoa com deficiência auditiva

O protocolo para o teste de usabilidade em relação à pessoa com deficiência auditiva compreende as seguintes etapas: 1) na página inicial, pedir para localizar o menu e apontar quais botões são possíveis de identificar, localizar a previsão do tempo, os botões de redes sociais e informações de contato, e indicar as matérias em destaque; 2) perguntar se a publicidade atrapalha durante a navegação do feed inicial; 3) mostrar vídeos e reportagens pré-selecionadas para indicar se elas são acessíveis; 4) perguntar, ao final, se considera o veículo acessível; e 5) repetir o caminho com o segundo veículo.

Neste teste, no entanto, as reportagens e entrevistas em formato de vídeo e/ou de áudio foram pré-selecionadas, já que os veículos que compõem o objeto empírico de investigação não utilizam tanto o vídeo e o áudio como formatos próprios de informação. Isto implicaria em, talvez, não encontrar produtos noticiosos com áudio e/ou vídeo na página inicial. Como a intenção é conferir, do ponto de vista da usabilidade, se estes formatos informativos são acessíveis para pessoas surdas ou com baixa audição, fizemos a seleção prévia. São duas notícias com texto e vídeo do jornal *Pioneiro*.

Já o jornal *Diário Popular* passa, no momento da feitura desta pesquisa, por uma atualização do site, processo que começou no início de novembro de 2022. Com isso, algumas informações de assinatura de usuários foram perdidas ou ainda não passaram pela migração do sistema, o que inclui a da autora desta pesquisa⁵⁴. Por conta da mudança do site, não conseguimos o acesso completo aos produtos noticiosos. Para não prejudicar o teste de usabilidade da pessoa com surdez, os materiais informativos em vídeo foram coletados da conta do YouTube do veículo jornalístico, já que, a partir de observação anterior na etapa de testagem dos indicadores, quando havia vídeos presentes em uma determinada notícia, estes eram vinculados à conta do YouTube. Coletamos duas reportagens em vídeo e uma entrevista em vídeo no formato de *live*, que é um quadro recorrente deste veículo.

⁵⁴ Estas informações foram extraídas a partir da entrevista com o editor do veículo *Diário Popular*.

3.5 ENTREVISTAS

Gil (2008, p. 109) define a entrevista como uma técnica de pesquisa “em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação”. Mais do que uma maneira de interação social entre o pesquisador e o participante, “é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação” (GIL, 2008, p. 109).

A entrevista como método de pesquisa foi escolhida já que, ao menos até o momento, não há uma metodologia específica do campo da Comunicação (BRAGA, 2020). Braga (2020) defende que, a partir disso, é necessário que os pesquisadores da área se apropriem de metodologias de campos afins, como o das Ciências Sociais.

Dentre os tipos de entrevistas que podem ser usadas como método, Gil (2008, p. 112) aborda a entrevista por pautas, que tem uma certa estruturação, “já que se guia por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso”. No entanto, ela se difere da entrevista estruturada, que tem uma organização e ordem de perguntas que é fixa e não pode ser alterada (GIL, 2008). Este tipo de técnica não é interessante para esta pesquisa, já que a partir de determinadas respostas, podem surgir outras perguntas. Na entrevista por pautas, estas “devem ser ordenadas e guardar certa relação entre si. O entrevistador faz poucas perguntas diretas e deixa o entrevistado falar livremente à medida que refere às pautas assinaladas” (GIL, 2008, p. 112).

As entrevistas são importantes no processo de pesquisa para compreender as lacunas que nem os testes de aplicabilidade nem os testes de usabilidade foram capazes de responder. Isto porque, como os indicadores construídos tem uma hierarquia organizacional, que os dividem em quatro eixos - produção jornalística, empresa jornalística, nível técnico do site e legislação -, não seria possível, a partir das etapas anteriores de testagem, compreender mais sobre os processos de produção jornalística e as diretrizes da empresa jornalística dos veículos, já que estas nuances estão restritas ao ambiente da redação.

Por isso, entramos em contato com os veículos jornalísticos Pioneiro e Diário Popular, por meio de e-mail de contato indicado nos sites, e explicamos a pesquisa e o intuito da realização da entrevista. Em ambos os casos, o contato foi redirecionado para a figura do editor do veículo. A partir da explicação detalhada do que é a pesquisa, qual o intuito e como se daria a entrevista, a mesma foi marcada. Antes da entrevista, foi enviado um termo de

consentimento livre e esclarecido, para fins de consentimento por parte dos editores entrevistados. O modelo do termo pode ser conferido no Anexo 2. Ambas foram feitas por meio da plataforma *Google Meet*, já que os veículos jornalísticos ficam em cidades distantes de Santa Maria, e gravadas para posterior transcrição, filtragem e análise dos dados. Ambas tiveram em torno de 20 a 30 minutos de duração, e seguiram o mesmo roteiro de perguntas, elaborado a partir de temáticas agregadas e formulado com base nos indicadores. O roteiro de questões pode ser conferido no Anexo 3. A entrevista com o jornal Pioneiro ocorreu no dia 02 de dezembro de 2022, e a entrevista com o jornal Diário Popular foi realizada no dia 21 de dezembro de 2022.

3.6 ORGANIZAÇÃO, TRATAMENTO E CÁLCULO DOS DADOS

Nesta etapa metodológica, a partir dos dados coletados nas diferentes fases (testes de aplicabilidade, testes de usabilidade e entrevistas temáticas), estes foram organizados, tratados e calculados. Em um primeiro momento, a partir da estrutura da tabela de testagem inicial, que pode ser conferida na Figura 6, organizamos a mesma a partir do eixo dos indicadores, da tag dos indicadores, da forma de coleta, da pergunta do indicador e dos dados resultantes das etapas de coleta. Na Figura 7 (abaixo), pode ser conferida a estrutura citada. Na primeira coluna, estão os eixos dos indicadores (produção jornalística, empresa jornalística, nível técnico e legislação). Na segunda coluna, estão as tags que identificam a quais eixos os indicadores pertencem (Produção do produto jornalístico, Apuração, Circulação, Entrevistas, Planejamento da Pauta, Publicação, Empresa, Técnico e Legislação). Na terceira coluna, está organizada a forma de coleta: geral (matérias que compõem o *corpus* do teste de aplicabilidade), específico (matérias temáticas coletadas durante a aplicação do teste de aplicabilidade), usabilidade (dados coletados nos testes de usabilidade) e empresa (dados coletados nas entrevistas temáticas com os editores dos veículos).

Figura 7. Tabela de tratamento de dados

	indicador_1	indicador_2	forma de coleta	pergunta	1	2	3	4	5	6	7	8	tot	esq	tot	Tes	tot	C	tr
5	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem, na equij sim	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem, na equij sim	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem mais de não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem um prof: não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem, na equij sim	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem, na equij sim	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem mais de não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Tem um prof: não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Já ofertou cui não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Já ofertou cui não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	Com relação à empresa jor	Empresa	empresa	Já fez análise sim	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
42	Com relação à produção jor	Produção do prod	empresa	Há aplicação não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	0	-
43	Com relação à produção jor	Produção do prod	empresa	Há aplicação não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	0	-
44	Com relação à produção jor	Produção do prod	empresa	Há aplicação não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	0	-
45	Com relação à produção jor	Produção do prod	empresa	Há aplicação não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	0	-
46	Com relação à produção jor	Produção do prod	empresa	Há aplicação não	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	0	-

Fonte: A autora, 2023.

As colunas ao lado foram preenchidas conforme a forma de coleta. Um exemplo: Se o 'indicador_1' é referente à produção jornalística, o 'indicador_2' é referente à 'Produção do produto jornalístico' e a forma de coleta é a empresa, o dado será registrado nas colunas E (resposta) e F (valor). Da mesma forma, os outros dados foram registrados. Depois, realizamos a filtragem desses dados, para realizar os cálculos de cada um dos eixos. Atribuímos os pesos pré-determinados, elencamos, na tabela, as *tags* de identificação dos eixos temáticos, determinamos os pesos para cada uma das *tags* e dividimos pela quantidade de indicadores identificados com a mesma. Assim, temos um peso para cada uma das sentenças que estão naquele conjunto. Por exemplo, *indicador 1 -> indicador 2 - peso* $P/\text{quantidade_tag} = \text{valor por sentença (pontuação dos indicadores na tabela)}$. A partir dos cálculos feitos com essa fórmula, chegamos na pontuação final dos objetos empíricos, mediante a ferramenta. O processo tentativo de organização, filtragem e cálculo dos dados foi feito, primeiro, com o jornal Pioneiro. Depois da modularização do processo, replicamos o mesmo no jornal Diário Popular.

4 CONSTRUÇÃO DOS INDICADORES

Neste capítulo, discutimos o processo de construção dos indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos em meio digital. Esta discussão é feita por meio das etapas de redação, testagem de aplicabilidade, discussão dos resultados dos testes, refinamento das sentenças, dos testes de usabilidade e posterior melhoria da ferramenta, das entrevistas com os editores dos veículos e da organização, filtragem, cálculo e análise dos dados. A partir disso, também conseguimos elencar um *ranking* de pontuação com os objetos empíricos.

4.1 REDAÇÃO INICIAL DOS INDICADORES

Conforme já mencionado no capítulo de discussão metodológica, os indicadores foram organizados em quatro eixos temáticos, em ordem hierárquica de peso e de importância de acordo com o contexto da pesquisa. O eixo um, que diz respeito à produção jornalística, é dividido em seis partes, que correspondem às etapas de produção jornalística e seus processos. Os elementos que compõem cada um deles serão detalhados abaixo:

1. **Planejamento da pauta:** compreende a organização e preparação, quando há possibilidade, de como será o formato do produto jornalístico, o que facilita o planejamento da inserção da acessibilidade comunicacional em variados tipos de produtos. Neste ponto, é importante evidenciar a necessidade de inclusão da acessibilidade comunicacional no processo de produção jornalística, conforme evidenciado por Bonito (2015) e Beraldo (2021). As discussões acerca da pauta são ancoradas principalmente em Moraes (2022).
2. **Apuração:** este subtópico compreende a inclusão de pessoas com deficiência como fontes jornalísticas, mas amplia o olhar para além das pautas que pontuem a temática da acessibilidade e de datas relativas. Busca alertar para a questão representativa desta população no meio jornalístico, principalmente a partir da pesquisa de Freitas (2021).
3. **Entrevistas:** teoricamente baseada em Medina (1995), além do entendimento da pessoa com deficiência como fonte jornalística (FREITAS, 2021), pensa no ato da entrevista, em que deve haver recursos de tecnologia assistiva para a comunicação com a fonte. Por exemplo, no caso de uma pessoa cega ou com baixa visão, o jornalista responsável pela entrevista deve se autodescrever e descrever o ambiente em que a mesma ocorre. Já no caso de uma pessoa surda ou com baixa audição, no caso de o profissional não

conhecer a Libras, deve-se contratar um intérprete que possibilite esta comunicação. Pensa a incorporação de recursos assistivos como a audiodescrição (MOTTA e ROMEU FILHO, 2010; ABNT, 2016; NAVES *et al*, 2016; CARPES *et al*, 2016) e a Língua Brasileira de Sinais (EBC, 2018).

- 4. Produção do produto jornalístico:** compreende toda a feitura de uma reportagem ou notícia, os formatos envolvidos neste processo e as rotinas produtivas (WOLF, 2009). No texto, a linguagem deve ser clara, objetiva e organizada a partir de uma hierarquia da informação (CONTEÚDO e UNICAP, 2022a; 2022b; BERALDO, 2021). Todos os elementos visuais (fotografias fotojornalísticas, fotografias decorativas, ilustrações, infográficos, gráficos, tabelas e mapas) devem ter audiodescrição ou descrição de imagem (MOTTA e ROMEU FILHO, 2010; ABNT, 2016; NAVES *et al*, 2016; CARPES *et al*, 2016), além do contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais (PEREIRA, 2021). No caso específico de infográficos, gráficos, mapas e tabelas, devem ser utilizados recursos (como nomeação de cores, símbolos e representações, texturas e padrões geométricos, contornos e espaçamentos, alterações na matiz, saturação e luminosidade) na aplicação para promover outras formas de entendimento da mensagem (PEREIRA, 2021). Em produtos audiovisuais (videoreportagem e entrevistas gravadas ou ao vivo), deve-se inserir recursos como descrição de imagens, das pessoas envolvidas e dos cenários (MOTTA e ROMEU FILHO, 2010; ABNT, 2016; NAVES *et al*, 2016; CARPES *et al*, 2016), inserção de Janela de Libras e de Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE) (EBC, 2018; NAVES *et al*, 2016), possibilidade de acesso ao roteiro do produto transcrito e acessível (no caso de videoreportagens ou entrevistas gravadas), presença de intérprete de Libras ou possibilidade de ativação de legenda automática e, no caso de entrevistas ao vivo no formato de live, deve ter cuidado com o contraste de cor responsivo com o *backdrop*, as legendas e a nomeação dos participantes. No caso de produtos sonoros (como audiorreportagens e entrevistas em áudio gravadas) deve-se possibilitar o acesso ao roteiro transcrito e acessível. O mesmo recurso deve estar disponível em podcasts, que também poderiam ter a possibilidade de ativação de legenda automática⁵⁵. No caso de rádios incorporadas no site do veículo, deve-se ter a opção de ativação da legenda automática e a produção da mesma notícia em outros

⁵⁵ No *Spotify*, por exemplo, as letras das músicas estão vinculadas, o que permite que o usuário acompanhe a mesma enquanto a música toca. Este recurso poderia ser adaptado para os podcasts, a partir da inclusão da transcrição dos roteiros na postagem dos episódios.

formatos. Quando um texto jornalístico tem presença de hiperlinks, estes devem ser identificados por mais de um recurso, como cor, sublinhado e negrito (PEREIRA, 2021). Também devem ser aplicados testes para verificar se todos os elementos visuais são responsivos do ponto de vista da cor (*idem*). Todos os elementos indicados tem base nas pesquisas elencadas na revisão de literatura teórica, normativa e técnica.

5. **Publicação:** no processo de publicação, deve-se inserir audiodescrição ou descrição de imagens no campo adequado; identificar os hiperlinks a partir de uma descrição quanto ao conteúdo ao qual os mesmos se referem; deve-se usar os estilos de texto corretamente, a fim de hierarquizar a publicação (o que facilita a navegação com o leitor de tela); o texto deve ser organizado em uma única coluna; boxes, citações e olhos devem ser adicionados por meio dos estilos de texto; e, no caso de publicações muito longas, deve-se inserir hiperlinks na estrutura do produto jornalístico (a exemplo de um sumário). Os elementos citados tem base em Beraldo (2021), Pereira (2021), Conteúdo e Unicap (2022a; 2022b).
6. **Circulação:** refere-se à etapa de divulgação dos produtos jornalísticos, que geralmente é feita por meio das redes sociais midiáticas (CARLÓN, 2021). Neste processo, deve-se atentar para um planejamento dos elementos de acessibilidade (BONITO, 2012; BERALDO, 2021) que devem ser utilizados, como descrição de imagens, LSE, Janela de Libras e legenda. As audiodescrições ou descrições de imagem (MOTTA e ROMEU FILHO, 2010; ABNT, 2016; NAVES *et al*, 2016; CARPES *et al*, 2016) devem ser inseridas nos campos corretos e reservados para este fim e, no caso de vídeos curtos para stories, deve-se inserir a descrição sonora na edição antes da publicação. Ainda no caso dos stories, deve-se inserir Janela de Libras e LSE (EBC, 2018; NAVES *et al*, 2016), ou então a legenda simples. Além disso, os cards e demais peças gráficas devem ter contraste de cor responsivo (PEREIRA, 2021).

O eixo dois, que diz respeito à empresa jornalística, aborda a presença de profissionais com deficiência nas redações, a contratação de profissionais formados em audiodescrição e intérpretes de Libras, jornalistas devem ter a *expertise* do conhecimento em acessibilidade comunicacional e diversos tipos de recursos assistivos. A empresa deve ofertar cursos ou capacitações para que os profissionais jornalistas aprendam como comunicar de maneira mais acessível e deve fazer análise de acessibilidade no site do veículo jornalístico. Além disso, do ponto de vista editorial, as pautas sobre pessoas com deficiência não devem ter um viés de superação e/ou de caridade. Neste eixo, se entrelaçam as discussões sobre rotinas produtivas,

cultura jornalística e tribo jornalística (WOLF, 2009; TRAQUINA, 2005; 2013) e a inserção da acessibilidade comunicacional em uma cultura profissional, que deveria vir desde a Universidade (BONITO, 2015; BERALDO, 2021). Também são levados em consideração elementos como a composição de uma empresa jornalística, com base nas discussões de Genro Filho (2012), principalmente.

O terceiro eixo, que aborda os aspectos técnicos do site, compreende elementos como o menu, a opção de alto contraste, de caracteres ampliados e devidas adaptações ao tamanho da tela, o campo de busca deve estar localizado no alto da página e deve haver facilidade de localizar e abrir um produto jornalístico. Além disso, recomenda-se a ausência de publicidade (ou que a mesma seja evitada) e a nomeação e possibilidade de identificação, para além do uso da cor, de todos os botões e ícones de redes sociais. No caso de uso de recurso de *captcha*, este deve ter descrição de imagem. Formulários de cadastro em *newsletter* ou assinatura do veículo devem ser fluidos e descritivos, ter descrição dos campos de preenchimento, confirmação de informações e cancelamento do envio - principalmente em casos de preenchimento de dados sensíveis ou financeiros -, as informações de preenchimento devem ser solicitadas somente uma vez - com excesso do campo de confirmação de senhas -, ter exibição de dicas de resolução quando apresenta mensagens de erro, além da possibilidade de copiar e colar nos campos de preenchimento de senha. Não deve ter botões como “Leia mais” ou “Para saber mais” no meio do corpo do texto e o site não deve ter atualização automática. Deve ter funcionalidades que podem ser acionadas por áudio e atalhos de navegação do teclado (explicados por meio de uma espécie de glossário disposto no menu). Deve incorporar recursos ou ferramentas de tradução de linguagens em texto, áudio e vídeo para a Libras e a opção de ouvir o texto por meio do áudio. Além disso, todo o contraste entre o fundo e os elementos textuais e visuais deve ser responsivo, os botões devem usar de cor e de texto para sua identificação, as logomarcas e ícones devem ter contraste responsivo e descrição de imagens, e a fonte utilizada no site deve ter boa legibilidade em manchetes, linhas finas e corpo do texto. Todos estes elementos são baseados nas Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (W3C, 2018).

Por fim, o último e quarto eixo aborda a legislação brasileira referente à acessibilidade comunicacional aplicada ao jornalismo. O site não pode apresentar barreiras para a comunicação e o acesso à informação, além de barreiras atitudinais e tecnológicas. O veículo jornalístico deve promover tentativas de eliminação das barreiras já citadas. Deve incluir recursos assistivos como Janela de Libras, legenda oculta/LSE, legendas simples, audiodescrição e caracteres ampliados. Os diversos formatos dos produtos jornalísticos devem

permitir uma leitura acessível por meio de *softwares* leitores de tela, ampliação de caracteres, contrastes e impressão em Braille. O site deve evidenciar símbolos de recursos de acessibilidade e, no caso de presença de publicidade, esta deve ser acessível do ponto de vista comunicacional. As proposições são todas baseadas na legislação brasileira (BRASIL, 1962; 1988; 2000; 2001; 2002; 2004; 2005a; 2005b; 2009; 2015).

De maneira geral, a maioria dos indicadores redigidos foram possíveis de aplicação. Como estes foram construídos a partir da estrutura de sentenças, a intenção é de que, quando aplicados, possam ser respondidos com “sim” e “não”. A construção dos mesmos se deu em níveis hierárquicos, que contemplam uma acessibilidade plena, mas também contemplam iniciativas de acessibilidade que não podem ser consideradas totalmente eficazes, mas que proporcionam um mínimo acesso a determinada informação ou estrutura. Abaixo, pode ser conferido um exemplo de redação dos indicadores a partir destes níveis:

1.4 Produção do produto jornalístico

- 1.4.9.1 No caso de videoreportagem, há inserção de descrição de imagens por meio da tradução sonora
- 1.4.9.2 No caso de videoreportagem, há inserção de Janela de Libras e de Linguagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE)
- 1.4.9.3 No caso de videoreportagem, há inserção de Janela de Libras
- 1.4.9.4 No caso de videoreportagem, há inserção de Linguagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE)
- 1.4.9.5 No caso de videoreportagem, há inserção de legenda
- 1.4.9.6 No caso de videoreportagem, há possibilidade de ativação de legenda automática
- 1.4.9.7 No caso de videoreportagem, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível

Os itens ‘1.4.9’ tratam do mesmo assunto, portanto, são agrupados em um mesmo conjunto de elementos. Ao todo, são quatro eixos temáticos, nove grupos temáticos, 96 conjuntos agrupados e 188 sentenças. Discutidos os eixos dos indicadores e os elementos que os compõem, partimos para os resultados e a discussão analítica da etapa de testagem.

4.2 TESTES DE APLICABILIDADE

Compreendemos que não basta construir os indicadores a partir de diretrizes, legislações, resultados de pesquisa, relatórios e orientações técnicas. Para dar conta de sua funcionalidade e eficácia, é preciso testá-los. O primeiro teste feito foi para avaliar a

aplicabilidade da ferramenta, ou seja, até que ponto as sentenças redigidas para a composição dos indicadores, em cada um dos quatro eixos, poderiam ser respondidas quando aplicadas no site dos veículos jornalísticos. Como descrito no capítulo metodológico, os testes de aplicabilidade foram feitos entre o final de agosto e o início de setembro de 2022.

Na tabela em que os indicadores foram dispostos, há uma estrutura de colunas para cada uma das matérias coletadas, e, conforme cada uma delas era analisada, preenchemos a resposta de ‘sim’ ou ‘não’, ou, então, de inexistência do formato jornalístico descrito pelo indicador. Esta ausência é representada pelo símbolo de traço (-).

Figura 8. Captura de tela da tabela dos testes de aplicabilidade.

18	Produção do produto jornalístico							
19	A linguagem da redação é pensada de forma linear e fluida	sim	sim	não	sim	sim	-	-
20	O texto escrito tem uma hierarquia da informação (não no sentido de lead e etc, mas de gancho entre as partes e não ter informações soltas)	sim	sim	não	sim	sim	-	-
21	No caso de ter fotografias fotojornalísticas, em que a fotografia é informação imprescindível, é feita descrição de imagens	não	não	-	não	não	-	não
22	No caso de ter fotografias decorativas, há descrição de imagens	-	-	não	-	-	-	-
23	No caso de ter ilustrações, há descrição de imagens	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: A autora, 2023.

Na figura acima, é possível observar a estrutura da tabela, que compreende o indicador proposto e as respectivas respostas ao mesmo. Cada coluna da direita representa um produto jornalístico, nomeado com números correspondentes a uma legenda, presente em outra aba do mesmo documento. As colunas com resposta ‘sim’ representam produtos jornalísticos que têm garantia dos indicadores propostos. Os traços significam que aquela matéria não incorpora determinado formato. No exemplo da linha 19, as duas últimas colunas representam, respectivamente, uma galeria de vídeos e uma galeria de fotos. No caso da linha 23, não há ilustrações de imagem. Estas ausências não são consideradas um problema, já que os estilos e formatos de noticiar um acontecimento são relacionados com o estilo editorial do veículo e, portanto, não são considerados como ausência de acessibilidade. Assim, a partir da leitura de cada um dos indicadores, voltamos o olhar para o site e buscamos responder a questão que a sentença propõe. Os resultados foram registrados em uma tabela do *Excel*. O detalhamento dos dados qualitativos encontrados irá se restringir, principalmente, ao que concerne à produção jornalística e aos comentários acerca de indicadores cuja redação está

confusa, além das observações do que é necessário acrescentar. Aqueles cuja sentença está bem redigida e compreensível não serão explicitados aqui.

4.2.1 Jornal Pioneiro

A conferência iniciou na manhã e na tarde do dia 31 de agosto de 2022, com os elementos técnicos aplicados ao Jornal Pioneiro e a verificação da acessibilidade de imagens e elementos visuais por meio do *software Nvidia Corporation (NVDA)*⁵⁶, e seguiu no segundo dia de testagem, com a aplicação de um simulador de daltonismo (*Color Blindness Simulator*⁵⁷) para conferência do contraste de cor responsivo nos elementos visuais. Os dados agregados gerados a partir desta primeira aplicação podem ser conferidos na tabela abaixo:

Tabela 1. Dados gerados pelo teste de aplicabilidade no Jornal Pioneiro.

Jornal Pioneiro	
Indicadores que funcionaram	117
Indicadores que precisam de ajustes	16
Indicadores que não são possíveis de conferência nesta etapa de pesquisa	25
Indicadores que precisam ser acrescentados	1

Fonte: A autora, 2023.

Como pode ser observado na tabela, o resultado da aplicação dos indicadores no site do Pioneiro foi satisfatória, já que os indicadores que funcionaram representam 74% do total⁵⁸. No entanto, em 16 deles (10,1%), houve confusão na resposta à questão proposta pelo indicador, já que não era possível responder somente com ‘sim’ ou ‘não’, o que indicou que a redação da sentença deveria ser melhor pensada e estruturada. Por exemplo, no eixo do nível técnico do site, a redação inicial da sentença que se refere ao excesso de publicidade e anúncios era assim: ‘Há presença de muita publicidade e de anúncios sobrepostos’. Para a conferência, foi registrado que havia muita publicidade, mas que os anúncios não eram

⁵⁶ O download pode ser feito em <<https://www.nvaccess.org/download/>>.

⁵⁷ Pode ser acessado em <<https://www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator/>>.

⁵⁸ O cálculo foi feito a partir do primeiro total de indicadores (158), já que, após a primeira testagem, algumas das sentenças tiveram que ser divididas para contemplar a dualidade ‘sim’ e ‘não’ na resposta, o que aumentou o número das mesmas.

sobrepostos. Portanto, não foi possível responder à questão de forma definitiva. A divergência foi registrada em forma de comentário: ‘Há presença de muita publicidade, mas os anúncios não estão sobrepostos. Esse item deve ser separado em dois’. Na redação posterior ao teste, a redação ficou assim:

- Há presença de pouca publicidade e de anúncios sobrepostos
- Há presença de pouca publicidade
- Não há anúncios sobrepostos

Os dados qualitativos gerados pela testagem demonstram que, das oito matérias que compõem o *corpus* do Pioneiro, nenhuma tem como fonte uma pessoa com deficiência identificada. Para compreender se este público é incluído como fonte em pautas relativas à acessibilidade ou à deficiência, buscou-se, nas notícias dos últimos dias (em que ocorreu a coleta e a testagem), alguma que pautasse as temáticas pretendidas. A busca resultou em uma notícia que abordou uma exposição de arte com acessibilidade em Caxias do Sul. Esta não tinha fontes com deficiência, mas abordou as temáticas para além de datas relativas. Do ponto de vista da linguagem, os oito produtos noticiosos são construídos de forma fluida e linear e levam em conta uma hierarquia da informação na feitura da matéria.

A partir da aplicação da testagem com o *software NVDA*, foi possível perceber que nenhum elemento imagético tem descrição de imagem acoplado identificável pelo leitor de tela. Na reportagem em vídeo, não há nenhum recurso assistivo, nem mesmo a possibilidade de ativação de legenda automática. Os conteúdos em áudio presentes em uma das matérias também não tem nenhuma possibilidade de acessibilidade. Como o veículo jornalístico é um braço do Gaúcha ZH, a estrutura do site segue o mesmo padrão, o que inclui uma extensão da Rádio Gaúcha incorporada por meio de uma faixa horizontal fixa na parte inferior.

Figura 9. Captura de tela da Rádio Gaúcha no site do Pioneiro.



Fonte: Pioneiro, 2022.

O leitor de tela consegue identificar o botão do *play* e do volume, mas não tem a descrição de qual é a função dos mesmos, o que prejudica o entendimento de uma pessoa cega ou com baixa visão. Além disso, a partir da conferência, com leitor de tela, nas redes sociais

mediáticas do veículo, não foram identificados recursos de descrição de imagens, nem nos campos adequados nem nos reservados a outras funções, como o espaço das legendas.

Todas as reportagens que compõem o *corpus* foram aplicadas no *Color Blindness Simulator*. Como o *software*, que está disponível na internet, não permite a inserção de *links*, foram feitas capturas de tela para inserção na ferramenta. A reportagem de número dois, que aborda a vacinação em cidades da Serra Gaúcha, tem uma única imagem, do tipo fotojornalística. Esta tem contraste responsivo em todos os filtros, ou seja, é possível identificar, em todas as modalidades, que há um profissional de saúde que segura uma seringa e um frasco.

Figura 10. Reportagem do Pioneiro com filtros do simulador de daltonismo.



Fonte: A autora, 2023.

A reportagem de número três do *corpus*, que aborda imagens em exposição na cidade de Caxias do Sul, tem uma imagem decorativa. Com a aplicação dos filtros do simulador de daltonismo, nas imagens geradas por alguns dos filtros, não é possível identificar alguns detalhes, como as flores do cesto na segunda imagem da colagem abaixo.

Figura 11. Reportagem do Pioneiro com filtros do simulador de daltonismo.



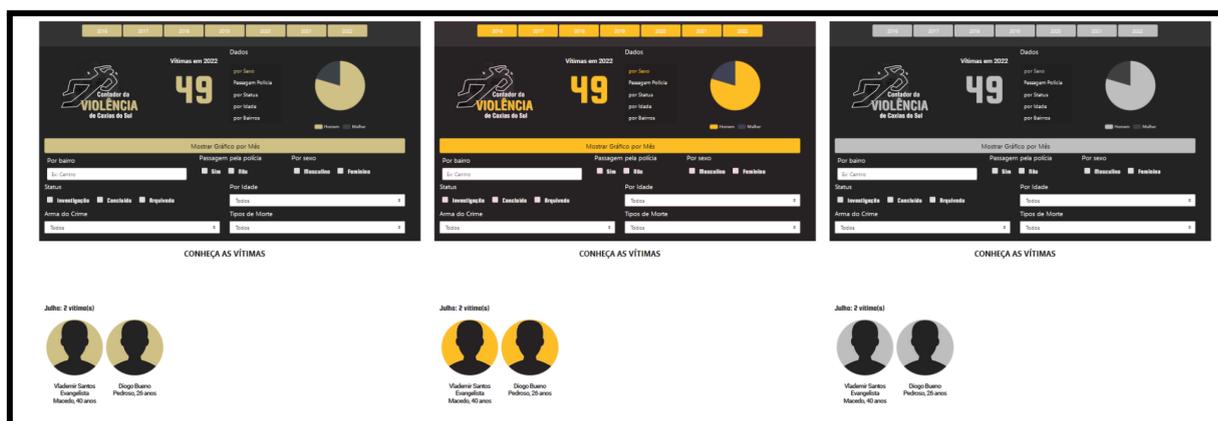
Fonte: A autora, 2023.

De um modo geral, a maioria das imagens presentes nos produtos jornalísticos têm contraste razoável e responsivo, mas não são todas. Além disso, atentamos para o contraste entre o fundo e os elementos textuais. A exemplo das figuras 10 e 11, elementos textuais como linha fina, data e hora de publicação e de atualização, informações de contato com o jornalista responsável e créditos da imagem não têm contraste responsivo. Cores em tons de cinza sobre fundos em tons de branco tem pouco contraste. Ainda, é importante destacar que os *hiperlinks* usam de recurso de cor e do sublinhado para identificação, o que permite que, mesmo em diferentes tipos de daltonismo, seja possível identificá-lo.

A partir disso, verificamos que a redação dos indicadores precisa ser ajustada, principalmente no quesito do contraste responsivo, para contemplar medidas de intensidade (todos/alguns/nenhum). O maior problema de contraste está no produto jornalístico da categoria “Especial”, que se baseia em dados, e cuja base tem fundo preto e elementos visuais e textuais nas cores amarelo, branco e azul marinho. A reportagem é um “Contador da Violência de Caxias do Sul”⁵⁹.

Figura 12. Reportagem do Pioneiro com filtros do simulador de daltonismo.

⁵⁹ Pode ser acessada em <<http://especiais-pio.clicrbs.com.br/contadordaviolencia/index.html>>.



Fonte: A autora, 2022.

Na comparação é possível perceber a dificuldade de contraste entre o fundo, que é preto, e os elementos em azul marinho, principalmente (dados e legenda que compõem o gráfico de pizza). Além disso, a fonte utilizada, por ser fina, também complexifica o contraste com o fundo e dificulta a leitura.

Com relação à divulgação em redes sociais, seis das oito matérias foram veiculadas, e nenhuma delas teve inserção de algum tipo de recurso assistivo. A matéria número oito, cuja divulgação contempla um vídeo, não tem LSE, Janela de Libras ou legenda simples.

4.2.2 Jornal Diário Popular

A conferência iniciou na manhã do segundo dia de testagem, com a coleta do *corpus*. Optamos por seguir o mesmo horário da coleta do *corpus* do Pioneiro para balizar melhor os resultados encontrados. Conferimos os elementos técnicos da página inicial do site e, no terceiro dia, a aplicação dos *softwares* já mencionados no tópico anterior. Os dados agregados gerados pela testagem podem ser conferidos na tabela abaixo.

Tabela 2. Dados gerados pelo teste de aplicabilidade no Jornal Diário Popular.

Jornal Diário Popular	
Indicadores que funcionaram	126
Indicadores que precisam de ajustes	9
Indicadores que não são possíveis de conferência nesta etapa de pesquisa	23

Indicadores que precisam ser acrescentados	1
--	---

Fonte: A autora, 2023.

Como pode ser observado na tabela, o resultado da aplicação dos indicadores no site do Diário Popular também foi satisfatório, já que os indicadores que funcionaram representam 79,74% do total. No entanto, em nove deles (5,69%), houve confusão na resposta à questão proposta pelo indicador, já que não era possível responder somente com ‘sim’ ou ‘não’, o que indicou que a redação da sentença deveria ser melhor pensada e estruturada. Este caminho foi feito depois, a exemplo do que já foi mencionado no tópico anterior.

Com relação aos dados qualitativos gerados pelas sete reportagens que compõem o *corpus* do Diário Popular, estes revelam que, da mesma forma que no outro veículo, pessoas com deficiência não foram fontes jornalísticas destacadas nas matérias. Como, na semana da coleta, fizemos o exercício de observação da página inicial dos sites para verificar se haveriam notícias, reportagens ou notas que abordassem as temáticas relativas à acessibilidade e às pessoas com deficiência, encontramos cinco produtos jornalísticos com estas pautas. Em duas das três matérias, pessoas com deficiência foram consideradas como fontes somente para pautas relacionadas à acessibilidade e temas afins. Em uma destas, inclusive, a pessoa entrevistada foi a mãe e não a pessoa com deficiência, problemática discutida por Freitas (2021), acerca das sub-representações deste público como fontes jornalísticas. Das cinco matérias, quatro restringem a acessibilidade às datas relativas à temática. No entanto, este resultado deve ser relativizado, já que de 21 a 28 de agosto foi comemorada a Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla, calendarização que pode explicar o número de matérias com a temática durante o período da coleta e da testagem.

Com relação à linguagem textual, ela é pensada de forma fluida e linear e tem hierarquização da informação. Cinco das oito matérias tem fotografias fotojornalísticas, e uma das oito tem fotografia decorativa. Nenhuma das imagens tem descrição alternativa identificada pelo leitor de tela. Neste *corpus*, um dos produtos é uma entrevista ao vivo no formato de *live*. Não há autodescrição do entrevistador, da entrevistada e do ambiente em que ocorre a entrevista. Neste ponto, percebemos a necessidade de acrescentar um indicador que aborde o contraste responsivo entre *backdrop*, legenda, informações de logomarca e de identificação dos participantes da entrevista. Além disso, na entrevista ao vivo, não teve intérprete de Libras, mas havia a possibilidade de ativação da legenda automática. É

importante pontuar que a *live* foi transmitida pelo *YouTube*, cujo recurso de legenda automática é nativo da plataforma. No entanto, ele é atrasado e falho por depender da qualidade do áudio para a tradução. Por ser vinculado ao *YouTube*, a legenda automática tem bom contraste entre o fundo e o elemento textual, é posicionada na parte inferior da tela e utiliza de duas a três linhas por *display*.

Nas fotografias fotojornalísticas, apenas uma das cinco não teve um contraste de cor responsivo, mesmo caso da fotografia decorativa. Na figura abaixo, há dificuldades de identificar os objetos de escoras da construção, principalmente na primeira imagem. Além disso, elementos textuais como linha fina e data de publicação, que estão na cor cinza, são difíceis de visualizar com alguns tipos de daltonismo. Na página inicial, as etiquetas das matérias geram problemas de contraste. Este ponto vai ser melhor discutido na etapa dos testes de usabilidade.

Figura 13. Reportagem do Diário Popular com aplicação do simulador de daltonismo.



Fonte: A autora, 2022.

A fonte utilizada é boa e tem melhor legibilidade em comparação com a do Pioneiro (DP usa fontes sem serifa e Pioneiro, com serifa). Com relação aos *hiperlinks*, há um caso, na matéria cinco, em que o mesmo é identificado somente pelo uso da cor. Na aplicação do filtro simulador de daltonismo da acromatopsia, em que a visão é monocromática, não é possível identificar o *hiperlink*. Ele está na primeira linha do segundo parágrafo, na figura abaixo. No entanto, o *hiperlink* é identificado por meio do conteúdo ao qual se refere.

Figura 14. Reportagem do Jornal Diário Popular com aplicação do simulador de daltonismo.

Oportunidade

Inscrições para os cursos gratuitos de inglês e espanhol do IFSul terminam neste sábado

Requisito é ter concluído o 7º ano do Ensino Fundamental, além de ter um computador ou celular com ligação à internet



© 31 de Agosto de 2022 - 21h35 [Corrigir](#)

[A+](#) [A-](#)

As inscrições para os cursos de inglês e espanhol gratuitos do Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul) se encerram neste sábado, 3 de setembro. Os cursos são totalmente online e com certificação. O único requisito para inscrição é ter concluído o 7º ano do Ensino Fundamental, além de ter um computador ou celular com ligação à internet.

As inscrições podem ser feitas pelosite.

Também no sábado, será realizada a aula

inaugural dos cursos. O evento, marcado para

as 15h, será transmitido ao vivo pelo canal da Coordenadoria de Produção e Tecnologia Educacional (CPE) do IFSul, no Youtube. A live contará com a participação do reitor Flávio



As aulas dos cursos de idiomas são a distância e possuem carga horária de até 180 horas (Foto: Jô Folha - DP)

+ LIDAS

Oportunidade

Inscrições para os cursos gratuitos de inglês e espanhol do IFSul terminam neste sábado

Editorial

De volta ao pré-pandemia

Editorial

Que o clima não atrapalhe

Ação policial

Mulher é presa pela quinta vez em dois anos

Decisão

Acusado de matar casal em acidente em Pelotas é condenado

REDES SOCIAIS



Fonte: A autora, 2023.

Somente em uma das cinco reportagens com elementos textuais os estilos de texto são usados para a organização da informação. O conteúdo é organizado em uma única coluna, o que facilita a navegação do leitor de tela.

Com relação às redes sociais midiáticas, apenas quatro produtos jornalísticos foram divulgados. Destes, nenhum tinha inserção de descrição de imagens. A matéria número seis, cuja divulgação também era em vídeo, não tinha Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE), Janela de Libras ou legenda simples. A partir disso, podemos inferir que não houve planejamento de acessibilidade para as redes sociais, mas esta inferência deve ser confirmada na etapa de entrevistas com os representantes dos veículos jornalísticos.

A partir disso, partimos para uma segunda redação dos indicadores que apresentaram problemas na primeira testagem. Estes foram novamente testados, mas agora de maneira pontual. Foram 21 indicadores aplicados na segunda etapa dos testes de aplicabilidade. Neste teste, nenhuma das sentenças teve problemas para o registro das respostas ‘sim’ ou ‘não’.

4.2.3 Análise crítica dos testes de aplicabilidade

De uma maneira geral, conforme o que já discutimos acima, a maioria dos indicadores foram possíveis de aplicabilidade. Este é um resultado preliminar interessante para o nosso trabalho, já que mostra que, com a ferramenta em construção, é possível avaliar diferentes

aspectos de um veículo jornalístico. Entre os pontos convergentes, estão a necessidade de outras etapas de testagem a fim de analisar elementos que não foram possíveis de conferência nesta etapa, como o ponto de vista do usuário e as questões relativas à empresa jornalística e à rotina profissional.

Os maiores problemas encontrados, nos dois veículos, quanto à aplicabilidade, foram com relação à medidas de intensidade. Como a ideia é trabalhar com níveis de sucesso, quando a sentença afirma que determinado veículo tem contraste responsivo nas imagens, é preciso ter uma separação entre todas as peças gráficas, algumas peças e nenhuma peça, já que, mesmo que não seja o ideal, ter o contraste responsivo em uma peça é melhor do que não ter em nenhuma. Estas questões serão levadas em consideração na redação final dos indicadores.

Além disso, antes de partirmos para os testes de usabilidade, enviamos a relação dos indicadores para um representante técnico do Centro de Processamento de Dados da UFSM (CPD/UFSM), para que fosse realizada uma consultoria técnica. Esta escolha foi feita já que este técnico tem conhecimento do WCAG uma vez que participou da comissão de reformulação do site da Universidade, e que teve como uma das preocupações justamente a acessibilidade do ponto de vista técnico do site. Nesta consultoria, o técnico aplicou os indicadores ao site da UFSM e, de maneira geral, foi possível gerar respostas para as sentenças.

4.3 TESTES DE USABILIDADE

A partir da revisão decorrente dos testes de aplicabilidade, partimos para os testes de usabilidade. Os resultados encontrados a partir dos apontamentos dos participantes serão discutidos nos tópicos seguintes.

4.3.1 Pessoa daltônica

A pessoa daltônica participante da pesquisa é Thiovane da Rosa Pereira, homem de 24 anos, formado em Publicidade e Propaganda pela UFSM, e hoje cursa Mestrado em Design em outra universidade, com enfoque no estudo da acessibilidade comunicacional do ponto de vista das cores. Por isso, além da percepção como usuário, o participante também fez comentários com opiniões técnicas. O protocolo do teste de usabilidade foi aplicado na seguinte ordem: Jornal Pioneiro e Jornal Diário Popular.

4.3.1.1 Jornal Pioneiro

A primeira ação proposta no protocolo era mostrar a página inicial dos sites e pedir para apontar quais elementos visuais e textuais são compreensíveis ou não do ponto de vista da acessibilidade das cores. Thiovane destacou que o primeiro elemento que lhe chamou a atenção foi o menu, posicionado na parte superior da página inicial e logo abaixo da logomarca do veículo. Na percepção dele, a cor das editorias clicáveis muda quando o cursor do *mouse* passa. Esta mudança de cor, no entanto, é sutil e pouco perceptível. Thiovane destacou que, em sua experiência, não há dificuldade de identificar essa mudança, mas que esta pode surgir para uma pessoa daltônica com acromatopsia ou, até mesmo, para alguém que tem fotofobia. Quando passou o cursor do *mouse* pelo menu, a mudança de cor, para Thiovane, foi do preto para o azul, e não para o cinza. Na figura abaixo, o cursor do *mouse* estava posicionado no botão “Economia” no momento da captura de tela. Pode-se notar que a palavra está na cor cinza, enquanto os demais botões tem cor preta. Esta é uma mudança sutil que pode passar despercebida.

Figura 15. Captura do menu do Pioneiro, na página inicial.



Fonte: Pioneiro, 2022.

Outro elemento importante apontado por Thiovane é com relação ao degradê da logomarca. Na visão dele, a logomarca tem somente a cor azul. Para ele, no entanto, esta visualização não causa dificuldade, o que nos permite afirmar que, ao menos neste caso, não há perda de informação, já que o entendimento da mensagem - de que o nome do veículo jornalístico é Pioneiro - não depende da mesma.

Para ele, neste caso do menu, deveria haver uma cor mais escura ou um efeito de tremer ou de arrastar para que esta visualização seja mais intuitiva. Além disso, a opção de ativação de alto contraste seria essencial neste caso, já que o fundo branco com elementos

textuais em cinza não geram um bom contraste. Com relação ao fundo do menu e aos elementos textuais, destaco um trecho da transcrição do teste de usabilidade feito com Thiovane.

[...] Eu entendo que a intenção deles foi, talvez, de hierarquizar e colocar isso como mais importante, mas eu colocaria um cinza mais escuro. Eu acho que a visualização ficaria melhor, eu consigo ver, mas ela não tá assim, sei lá, perfeita, maravilhosa. PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I.** [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

Com relação às etiquetas que correspondem às tags das matérias (geralmente representadas por uma palavra que aparece acima da manchete), Thiovane comentou que o uso de cores não é um problema e que é possível compreender a informação. Com relação à faixa horizontal da Rádio Gaúcha, que é fixa na tela (Figura 9), Thiovane disse que consegue distinguir os botões, ícones e elementos textuais, mas que o contraste não é totalmente responsivo. Ainda na página inicial, para Thiovane, a compreensão da publicidade é tranquila do ponto de vista das cores, mas ele considera a mesma invasiva:

[...] Sinto que eles tentam assemelhar elas às matérias, para ser o máximo clicável. Por exemplo, não tem algo que distingue.. uma hora eu vi uma e ela parecia uma matéria, sabe? Então já te levava a clicar nela achando que é uma matéria. PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I.** [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

Outro ponto interessante é que, para Thiovane, a mesma mudança de cor que o incomodou no menu não teve o mesmo efeito na lista de matérias que fica mais para baixo na página inicial. Ele atribui isso ao fato de que, nesta lista, há aplicação de “*bold*”, o que torna mais visível a seleção pelo cursor do *mouse*. Neste ponto, é importante a percepção de mudança de cor, já que este recurso, junto com a seta do *mouse*, permite compreender qual *link* será selecionado. Thiovane destaca que, principalmente para quem tem acromatopsia, é importante o uso de um efeito visual de movimento, já que cores como preto e cinza são facilmente confundidas.

Nas reportagens selecionadas para o teste de aplicabilidade, Thiovane não teve nenhuma dificuldade em identificar *hiperlinks*, e atribui a facilidade ao fato do veículo utilizar

de três recursos para este fim: o sublinhado, o *bold* e a mudança de cor. Ele acrescenta que, além destes recursos, poderia ser acrescentada uma ferramenta que, ao lado do texto, tem uma pequena seta apontada para a parte superior direita, e que ajuda a identificar o *hiperlink* como tal. As fotografias das imagens, para Thiovane, tiveram contraste responsivo. Um elemento que aparece tanto na página inicial quanto no corpo do texto das matérias é o botão “Saiba mais”. Para Thiovane, a cor cinza usada no botão é muito clara com relação ao fundo branco e gera dificuldades de entendimento. Além disso, para ele, a cor e fonte do texto estão boas e não há dificuldade de entendimento, mas aponta que, caso fosse aplicada uma fonte sem serifa, esta geraria mais conforto na leitura de textos longos.

Duas das reportagens selecionadas são baseadas em dados e tem apresentação em formato de visualização de dados por meio de gráficos. Esta é interessante já que muitos destes projetos especiais usam as cores de um modo mais intenso do que nos produtos jornalísticos diários. A primeira é o “Contador da Violência de Caxias do Sul”⁶⁰. Na apresentação do site, o fundo é todo em preto. As demais cores utilizadas são o amarelo mostarda, o cinza escuro, o branco e o azul marinho (Figuras 12, 16 e 17).

Na parte superior há uma faixa horizontal com sete botões amarelos, que representam os anos 2016 - 2022. Abaixo, no lado esquerdo, a logomarca do projeto, que tem o desenho vazado de um corpo humano em perspectiva, na cor branca, e, ao lado, o texto, “Contador da Violência de Caxias do Sul”, com a palavra ‘violência’ em amarelo e o restante do texto em branco. Ao lado, o destaque do número de vítimas, que varia conforme o ano. E, na mesma linha, ao lado, na parte direita do site, os dados, em bloco de lista: por Sexo; Passagem Polícia; por Status; por Idade; por Bairros. Ao lado do bloco, gráfico de pizza nas cores azul marinho e amarelo, que varia conforme a seleção dos dados. A legenda varia conforme os dados selecionados. Abaixo, formulário preenchível permite mostrar o gráfico por mês, e permite digitar bairro, selecionar se há passagem pela polícia, qual o sexo da vítima, qual o status da investigação (investigação, concluído, arquivado), selecionar a faixa etária e a arma do crime, além de marcar quais os tipos de mortes. Feito o preenchimento, o site retorna, na parte inferior, com as vítimas que tem aquele perfil (Figura 17). Nesta parte, o fundo é branco.

Figura 16. Página inicial do ‘Contador da Violência de Caxias do Sul’

⁶⁰ Disponível em: <<http://especiais-pio.clicrbs.com.br/contadordaviolencia/index.html>>.



Fonte: Pioneiro, 2022.

Figura 17. Perfil das Vítimas - 'Contador da Violência de Caxias do Sul'



Fonte: Pioneiro, 2022.

Depois de analisar o site do especial, Thiovane destaca que a visualização é prejudicada já que o contraste, principalmente entre o preto, o cinza e o azul, é péssimo. No gráfico de pizza, como há somente duas cores, ele consegue distinguir uma da outra, mesmo que o contraste entre o fundo preto e o azul marinho seja ruim. No entanto, se houvessem mais variáveis envolvidas na geração deste gráfico, a compreensão da informação seria prejudicada.

Na visualização do perfil das vítimas, o contraste entre o amarelo e o preto tem boa responsividade. No entanto, a legenda que indica a data de falecimento da vítima, que está em amarelo sobre fundo branco, gera dificuldades.

Por ele estar em bold eu consigo ver, mas se ele estivesse em regular ou *light* eu não ia conseguir ver, ele [o contraste] ia estar péssimo. E talvez por causa do tamanho também, nesse tamanho eu ainda consigo [ver], mas se fosse menor, como naquele tamanho da matéria, não ia ter como. PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I**. [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

A segunda reportagem baseada em dados, “Coronavírus: acompanhe os dados confirmados na Serra”⁶¹, mescla texto e gráficos interativos, nos quais há uso de cores para transmissão da informação. O primeiro gráfico que compõem a matéria, ‘Mapa dos casos por município’, é um mapa da região de Caxias do Sul. Na legenda, as cores amarelo, laranja e vermelho representam os níveis de risco (baixo, médio e alto, respectivamente), definidos na época pelo governo estadual. A nomeação das cores, na legenda, é algo que ajuda também, de acordo com Thiovane. É possível selecionar o município para conferir seu estado em relação aos demais. Para Thiovane, a visualização não incomoda: ele consegue ver que a cor do município selecionado está diferente dos outros, por uma diferença de luminosidade. Mesmo que o mapa tenha, na legenda, a indicação de três cores, na visualização do mesmo, há somente a cor preta e, a partir da seleção de um município, a cor cinza.

Esses dois eu consigo diferenciar bastante porque, pra mim, esse [parte destaque do mapa] é uma cor muito escura e esse aqui [município selecionado] é uma cor muito clara e mais vibrante. Consigo ver que elas são diferentes. PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I**. [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

O mapa não é alimentado com dados pelo menos desde agosto de 2020, último mês registrado no gráfico de linhas, que é o segundo da reportagem. Quando era atualizado,

61

Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/geral/noticia/2020/03/coronavirus-acompanhe-os-casos-confirmados-na-serra-12293236.html>>. A data de publicação da reportagem é de março de 2020, no entanto, ela entrou na coleta já que ainda é destaque na página inicial.

provavelmente a visualização dos dados nas cores amarelo, laranja e vermelho era mais problemática, já que são cores análogas, o que pode gerar confusão. Mesmo assim, quando aplicado no simulador de daltonismo para acromatopsia, é possível distinguir o cinza do preto no mapa, provavelmente por conta da diferença de luminosidade (citado por Thiovane), que melhora o contraste.

Figura 18. Gráfico de reportagem do Jornal Pioneiro.



Fonte: Pioneiro, 2022.

Por fim, em uma avaliação final, Thiovane considera que o site do veículo Pioneiro não é 100% acessível. Para ele, a parte mais incômoda é a visualização do menu, cujos elementos textuais claros não geram um bom contraste com o fundo. Além disso, o site não ter a opção de alto contraste é uma perda grande, já que este recurso poderia solucionar grande parte dos problemas de visualização entre os elementos textuais em cinza e o fundo branco. Nos destaques positivos, estão a indicação de hiperlinks, o bom contraste das fotografias e a cor do texto.

4.3.1.2 *Jornal Diário Popular*

Ao iniciar o teste de usabilidade no Jornal Diário Popular, a primeira coisa que Thiovane destacou foi o uso excessivo de cores, que atrapalha na apreensão da informação.

Eu achei que é meio um carnaval. Tem muitas cores, em excesso. Eu consigo ler o que está escrito, em questão de leitura está ok - com exceção do azul que eu acho ruim. PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I**. [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

Uma diferença do Diário Popular, em relação ao Pioneiro, é que as editorias são demarcadas por cores, e as mesmas funcionam como etiquetas nas matérias, a fim de identificar a qual editoria determinada matéria pertence. Para Thiovane, a associação não é óbvia, e as etiquetas não funcionam na identificação das editorias, já que há cores que, na visualização dele, ficam iguais, conforme comparação da figura 19 com a 20⁶² (que têm aplicação do filtro de Deuteranopia, tipo de daltonismo que Thiovane tem).

Figura 19. Captura de tela do menu do Jornal Diário Popular.



Fonte: Diário Popular, 2022.

Figura 20. Captura de tela do menu do Jornal Diário Popular com aplicação do filtro de Deuteranopia do simulador de daltonismo.



⁶² É importante pontuar que, na época da realização do teste de usabilidade, o site do Diário Popular ainda não havia passado por mudanças, e as cores das editorias tinham algumas diferenças. A captura de tela usada na redação foi coletada em dezembro de 2022, na ocasião da redação final da monografia. Apesar de ter a coleta de captura de tela da página inicial do veículo antes da mudança, a mesma foi feita com zoom out, para a visualização do feed inicial inteiro e, portanto, quando a imagem é editada para corte da visualização do menu, perde qualidade e fica pixelada. Por isso, na redação final, optou-se por utilizar uma captura de tela mais aproximada e com mais qualidade. As diferenças nas cores das editorias serão pontuadas a partir da percepção de João no teste de usabilidade.

Fonte: Diário Popular, 2022.

Para Thiovane, há confusão nas seguintes categorias: Geral e Política; Economia e Esportes; Opinião e Segurança; Zona Sul e Tecnologia; e Cultura e Entretenimento e Política. Além disso, para ele, o uso dos diferentes tons de azul sobre um fundo branco gera pouco contraste, o que pode acarretar em dificuldades de visualização. É importante pontuar que Thiovane disse que conseguia ler todos os elementos visuais do menu, mesmo que com alguma dificuldade. No entanto, a associação das cores das editorias com as matérias é mais complexa e não funciona neste caso. A associação, na maioria das vezes, vem pela manchete ou pela imagem em destaque.

Existe dificuldade, pra mim ela não funciona. Eu posso até associar, mas eu vou ficar em dúvida entre uns dois a três. PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I**. [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

Nas reportagens selecionadas, não houve nenhuma dificuldade de visualização das imagens, de botões e de ícones. Nestas não havia *hiperlink*, e Thiovane não conseguiu apontar nenhum. No entanto, há elementos que estão diferentes (uso de cores, *bold*, etc), que podem levar o usuário a crer que há um *link*. Para Thiovane, o contraste da legenda é satisfatório, mas ele destaca que, no caso de alguém com acromatopsia, a legenda em cinza com o fundo em cinza pode ter problemas de contraste. Além disso, ele também não teve dificuldades com as publicidades, mas atenta que isto é algo que foge do controle dos veículos já que, na maioria dos casos, a publicidade é vinculada ao *Google Ads* e, portanto, o site não tem controle sobre quais peças irão compôr a página inicial e de que modo.

O Jornal Diário Popular não tem reportagens especiais em destaque na página inicial, mas, por outro lado, destaca um quadro de entrevista chamado ‘Espeto Corrido’. A publicação é vinculada à plataforma *YouTube*, e tem formato de *live* por alguma plataforma de transmissão. O *backdrop* do quadro apresenta as informações do programa com um fundo branco em textura de papel amassado. Na parte superior, há as informações “Diário Popular”, em fundo azul, e “Espeto Corrido”, em fundo amarelo. No centro, duas telas com o apresentador, José Ricardo Castro, e a pessoa convidada, que na matéria selecionada, era Ana Amélia Lemos. Na parte inferior, faixa horizontal azul claro com quatro logomarcas. Thiovane menciona que o contraste do *backdrop* é bom, assim como o entre a legenda e o

fundo. No entanto, pontua que a disposição dos elementos visuais e textuais não é muito boa já que, quando ativada, a legenda impede a visualização dos nomes dos participantes. Aqui, vale ressaltar que o recurso de legenda é o da legenda automática do *YouTube* que, em termos de qualidade, não é tão boa e segue a mesma disposição (duas a três linhas na parte superior, cor branca em fundo escuro com transparência). Assim, a saber que é possível ativar a legenda automática, para Thiovane, a disposição dos elementos do *backdrop* poderiam ter sido melhor planejadas. A visualização das logomarcas é tranquila.

De um modo geral, Thiovane não gostou do site do Diário Popular e acha que o do Pioneiro é melhor. Para ele, há uma certa falta de organização dos elementos, e a grande quantidade de cores é prejudicial para a compreensão da informação.

Eu acho que é excesso de tudo, sabe? Principalmente excesso de cor. Acho que ele pode ser mais organizado, ver o que é importante, se tu precisa realmente classificar por cor. De repente podia ter um iconezinho, alguma coisa no lugar, sabe? PEREIRA, Thiovane da Rosa. **Entrevista I.** [out. 2022]. Entrevistadora: Samara Leticia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 7, Centro de Tecnologia, 2022. 1 arquivo .mp3 (63 min.).

4.3.1.3 *Discussão analítica para os indicadores*

A partir do teste de usabilidade com Thiovane, pontuamos que os indicadores são aplicáveis do ponto de vista do usuário, já que, a partir dos comandos, foi possível a identificação dos menus, dos ícones e logomarcas. Como a aplicação do teste é mais pontual, a partir da percepção do usuário, é interessante perceber quais são os elementos observáveis que Thiovane apontou como acessíveis e quais geram dificuldades de compreensão quanto ao contraste responsivo. Outros indicadores mais pontuais que podem ser relacionados às percepções de Thiovane são com relação à identificação de *hiperlinks*, de fotografias, do contraste entre o fundo e os elementos textuais, da visualização da publicidade, do contraste em conteúdos audiovisuais e em reportagens baseadas em dados.

Compreendemos, a partir da aplicação do teste com Thiovane, que é possível utilizar estes indicadores de maneira satisfatória. Porém, os apontamentos dele trouxeram a percepção de que é necessário acrescentar alguns indicadores, que atentem para a questão do uso de etiquetas baseadas em cor para a identificação das editorias, do uso de três ou quatro recursos para a sinalização de *hiperlinks* (*bold* e seta, além dos já pontuados na redação inicial), e do

uso de efeitos visuais de movimento, como o tremer ou o arrastar, no caso de seleção pelo cursor do mouse. Estes serão acrescentados na redação final dos indicadores.

Além disso, aqui também é interessante pontuar que o teste de usabilidade não compreendeu a divulgação dos produtos jornalísticos nas plataformas de redes sociais midiáticas (CARLÓN, 2021) (etapa da circulação), já que, por conta do tempo disponível pelo participante para a realização da entrevista, precisamos fazer escolhas de prioridades quanto ao que analisar.

4.3.2 Pessoa com deficiência visual

A pessoa cega participante da pesquisa, Letícia Severo da Rosa, como explicitado no capítulo metodológico, é uma mulher de 43 anos e estudante de Jornalismo na UFSM. O protocolo do teste de usabilidade foi aplicado na seguinte ordem: Jornal Pioneiro e Jornal Diário Popular. Por conta da necessidade de adaptações de preferência do usuário no leitor de tela instalado no notebook usado para a pesquisa, a aplicação do teste foi feita em dois momentos, em que o Jornal Pioneiro foi analisado no primeiro, e o Diário Popular no segundo.

4.3.2.1 Jornal Pioneiro

Na página inicial, Letícia apontou que o leitor de tela funciona bem quanto à navegação e à resposta aos comandos. Ela ressalta que, nesta ação, há uma boa descrição dos níveis de uma notícia, o que permite identificar a hierarquia da informação, a partir do que é manchete, do que é linha fina e do que é *link* clicável. No entanto, para Letícia, o *layout* da página inicial não funciona muito bem, já que ele é organizado a partir de uma estrutura de linhas e de colunas. A partir da descrição desta estruturação do site, Letícia apontou que a navegação acontecia por linhas, e que as colunas eram descritas apenas no final da navegação, ou seja, o leitor de tela navegava primeiro pelas linhas e, apenas após chegar ao final da página, ia para as colunas. Para Letícia, esse tipo de *layout* não é intuitivo, o que dificulta a navegação. Ela aponta que o ideal seria a estruturação por linhas, e não por colunas. A mistura desse *layout*, em termos de acessibilidade em relação ao leitor de tela, é um agravante, de acordo com Letícia.

Quando está por coluna, ao menos que a pessoa conheça [a estrutura], dê o comando para passar pro lado e tu saiba que tem uma coluna, tu não vai acessar. Mas pro deficiente visual não interessa, você vai acessar o Pioneiro mas não conhece o *layout*, se tem colunas e eu não sei, às vezes você acha que tem tais notícias e tem mais. ROSA, Letícia Severo da. **Entrevista II**. [nov. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74 D, Biblioteca Setorial do CESH, 2022. 2 arquivos .mp3 (120 min).

Durante a navegação, o leitor de tela indica quando tem *links*, botões e gráficos. Os *links* são vinculados às notícias que podem ser clicadas. Os gráficos se referem a imagens, e a descrição do formato é feita junto às manchetes e às editorias, mas as imagens, em si, não são descritas na página inicial. Da mesma forma, os botões são identificados conforme sua função, mas não são etiquetados com uma descrição. Um exemplo é o botão de *'play'* da faixa horizontal fixa do Pioneiro, em que está localizada a Rádio Gaúcha (Figura 9). A descrição deste botão aparece como “clicável”. Letícia aponta que este tipo de descrição permite entender que é um botão que pode ser acionado (na navegação pelo leitor de tela, a partir da tecla enter), mas, como ele não está etiquetado, para saber o que é o botão, é necessário clicar nele, o que atrapalha a navegação, a usabilidade e o conhecimento da estrutura e da função daquele botão. Um ponto positivo do *layout* é que, na estrutura de colunas em que estão localizadas as “Mais Lidas”, enumeradas de um a cinco, a descrição desta estrutura é feita sem dificuldades pelo leitor de tela.

Ainda na navegação da página inicial, no final do site, há as informações de expediente, em que estão localizados as logomarcas da GZH e do Grupo RBS. Letícia apontou que o leitor de tela identifica que estas são logomarcas, mas não há descrição de imagem incorporada nelas. Letícia, a partir de uma navegação mais livre conforme o uso do leitor de tela, tentou voltar para o início da página a partir dos comandos do teclado. No entanto, nesta ação, a navegabilidade ficou prejudicada, já que o leitor de tela lia, novamente, as informações iniciais do menu, das notícias em destaque e das publicidades, o que prejudica encontrar determinada notícia a partir da navegação. Outro apontamento interessante é que, no caso das publicidades, elas não são identificadas como tal, e nem há descrição das imagens que compõem as mesmas. A identificação destas peças aparece como *'link'*. Além disso, ela apontou que, a partir desta navegação inicial, não conseguiu identificar o menu e a previsão do tempo.

Nas reportagens que acessou, Letícia salientou que não há descrição das imagens. O leitor de tela faz a seguinte ordem de leitura: etiqueta da editoria, manchete, linha fina, botões

de redes sociais e de e-mail, foto da colunista e/ou repórter que assina a matéria, nome do/a colunista e/ou jornalista e, por fim, para a leitura da matéria em si.

Não tem descrição. Se ela está de pé, se ela está sentada, nem diz quem é ela, como é ela. Nem que fosse uma descrição breve, só foto do jornalista tal, já ajudaria bastante, porque a riqueza de detalhes na hora que tu está lendo a notícia não não precisaria, mas pelo menos que tivesse uma descrição mais breve. ROSA, Letícia Severo da. **Entrevista II**. [nov. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74 D, Biblioteca Setorial do CCSH, 2022. 2 arquivos .mp3 (120 min).

Em uma avaliação geral, Letícia não considera o site inacessível. Ela pontua que é inacessível quando não é possível compreender nada do site. Mas ela também destaca que o site do Pioneiro não é intuitivo, que o layout não é de fácil compreensão. Um ponto importante que ela mencionou é que a pessoa cega ou com baixa visão deve ter um bom conhecimento do leitor de tela e dos atalhos das teclas de navegação para ter uma experiência boa. No caso dela, que tem um bom conhecimento e compreensão do uso do *NVDA*, os destaques positivos são os *links*, cabeçalhos, botões e gráficos bem especificados, o que facilita a navegação e a compreensão da estrutura do site. Além de não intuitivo, Letícia sinaliza que principalmente os gráficos (imagens) e botões deveriam ter uma mínima descrição. E quanto à estrutura do site, ela sugere que o veículo se utilize somente da estrutura de listas, e não use tanto as colunas e blocos, já que, neste caso, se não fosse uma pergunta feita pela entrevistadora com relação à percepção dos elementos em colunas, Letícia não saberia que o site contempla essa estrutura. Em uma avaliação final, ela considera que o site não é ruim, mesmo com as ressalvas e possibilidades de melhorias.

4.3.2.2 *Jornal Diário Popular*

A aplicação do teste de usabilidade no Jornal Diário Popular aconteceu em um segundo momento. Letícia elencou que, na navegação inicial, o leitor de tela *NVDA* estava dando pequenos pulos, e a navegação não ocorreu de modo linear. No entanto, este é um problema que é do leitor de tela, e não do site, como se fosse uma espécie de *bug*.

Uma coisa que é importante sempre salientar é que mesmo que o site esteja relativamente ou plenamente acessível, o leitor de tela da pessoa também precisa estar bem configurado,

entendeu? Por exemplo, aqui o nosso leitor está dando uns pulos, se eu não vi que ele pulou, porque eu sei que ele gagueja, aí eu perco alguma coisa, digo que não tem, entendeu? Tem coisinhas que são do próprio NVDA. ROSA, Leticia Severo da. **Entrevista II**. [nov. 2022]. Entrevistadora: Samara Leticia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74 D, Biblioteca Setorial do CCSH, 2022. 2 arquivos .mp3 (120 min).

Para Leticia, a estrutura da página inicial do site do Diário Popular é melhor, já que as notícias estão, principalmente, no formato de blocos de listas, o que facilita a navegação. No entanto, ela não conseguiu identificar o menu em uma navegação inicial. Da mesma forma que o veículo anterior, as publicidades incorporadas no site não são identificadas como tal, e nem têm descrição. A identificação delas está apenas como *link*, da mesma forma que as notícias. Mas no caso das últimas, há a leitura da manchete e da etiqueta da editoria após a identificação do *link*.

Ainda na página inicial, Leticia não conseguiu identificar os botões de redes sociais midiáticas, visto que estes não estão etiquetados. A visualização deles, no leitor de tela, aparece da seguinte forma: “Lista com quatro *links*. *Link*. *Link*. *Link*. *Link*”. Eles estão localizados na parte inferior do site, ao lado da logomarca do Diário Popular. Esta também não tem descrição da imagem.

Figura 21. Página inicial do Jornal Diário Popular.



Fonte: Diário Popular, 2022.

Da mesma forma, as editorias, localizadas abaixo da logomarca e dos botões de redes sociais, também estão na estrutura de listas. A leitura é feita da seguinte forma: “Lista com dez itens. Geral. Zona Sul. Opinião. Política. Economia. Segurança. Esportes. Tecnologia.

Cultura e Entretenimento. Agronegócios”. Aqui, os *links* estão nomeados. O mesmo ocorre nas colunas abaixo (Colunistas, Galeria, Assinante, Anuncie e Diário).

Outro ponto negativo apontado por Letícia é o uso da estrutura de *banner* deslizante, que está na parte superior da página inicial.

Figura 22. Banner deslizante - Página inicial do Jornal Diário Popular.



Fonte: Diário Popular, 2022.

Como pode ser observado na figura acima, ao lado da palavra “Últimas”, que está fixa, há a estrutura de um *banner* deslizante, em que há três notícias, separadas pelo sinal ‘|’. Letícia não conseguiu reconhecer esta estrutura a partir da navegação inicial, somente depois, com a descrição solicitada para a autora. O leitor de tela apontava que havia uma estrutura de *links*. Letícia explicou que os leitores de tela tem um recurso de foco, que permite clicar em *links* e baixar arquivos, e que facilitam a navegação. Neste tipo de estrutura (*banner*), em que ocorre atualização automática por meio do deslizamento, o recurso do foco não funciona e a navegabilidade é prejudicada. A estrutura de *banners* é, de acordo com ela, prejudicial para a navegabilidade. Ela relatou que, na sua experiência e de conhecidos que também são cegos, há o costume de desativar as notificações em *banner* no celular, uma vez que este tipo facilita que as informações fiquem desconstruídas.

No caso das reportagens visitadas, houve dificuldade para entrar em uma notícia a partir da navegação. Letícia atribui essa dificuldade à navegabilidade, que, com o leitor de tela, não é boa. Além disso, ao navegar em uma notícia, havia a identificação de manchetes, linhas finas e informações de publicação (data e horário). A imagem que compõem a matéria não tinha descrição, apenas legenda com créditos. No entanto, na navegação do corpo do texto, a navegabilidade era prejudicada já que o leitor de tela incorporava, entre os parágrafos, a leitura de outros links que estavam presentes na estrutura do site. Para Letícia, isto pode acontecer quando o *layout* não é tão bom, fator que foi elencado por ela como uma dificuldade de acesso.

Além disso, ao retornar à página anterior pelos atalhos do teclado, o leitor de tela fazia a navegação por toda a estrutura inicial de logomarcas, menu, estrutura de *banner* deslizante,

campo de busca e de *login* novamente. Para Letícia, este não é um bom *layout*, já que repete o que já foi visto. Ela compara esta estrutura com o do site da UFSM.

O próprio da UFSM é assim. Tu acessa o que tu quer, aí tu passa por tudo de novo até chegar no que tu selecionou. Eu acho horrível, horrível, desnecessário. ROSA, Letícia Severo da. **Entrevista II**. [nov. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74 D, Biblioteca Setorial do CCSH, 2022. 2 arquivos .mp3 (120 min).

Ao fazer a comparação com o outro veículo, Letícia apontou que o *layout* do Jornal Pioneiro ainda é pior, mas a leitura, a partir da navegação, era mais responsiva. Para ela, a estrutura de listas, sem muitos blocos e colunas, é melhor. No Diário Popular, também não há descrição de imagens, problema que se repete em relação à análise anterior.

4.3.2.3 *Discussão analítica para os indicadores*

A partir da aplicação do teste de usabilidade com Letícia, é interessante pontuar que os indicadores que abordam a questão da acessibilidade visual são aplicáveis. Os seguintes pontos foram contemplados: identificação do menu, previsão do tempo, botões de redes sociais midiáticas, informações de contato, descrição de imagens, uso de hierarquia da informação e de estilos e níveis de texto, identificação e descrição de publicidades e caminho de acesso às notícias. Este resultado é importante e reforça que os indicadores funcionam ao levar em conta o ponto de vista da usabilidade a partir do usuário.

No entanto, o teste de usabilidade ganha ainda mais importância ao levar em conta o uso do leitor de tela, cuja navegação por parte de Letícia é diferente da que foi feita inicialmente pela pesquisadora. A partir da navegação realizada pela participante foi possível compreender e aprofundar o entendimento sobre a navegabilidade dos sites e a responsividade dessa navegação. Por isso, é importante acrescentar um indicador que leve em conta uma navegação responsiva e intuitiva, que utilize mais de estruturas de listas e menos de colunas não apenas no conteúdo textual, mas também na página inicial. Outro elemento importante é a inclusão de atalhos que permitam que a navegação pelo site seja mais direta e objetiva, como no caso do retorno à página inicial, que fazia a leitura de todas as informações posicionadas na parte superior da tela novamente.

Outro ponto importante mencionado neste teste, e que não havia sido elencado anteriormente nos materiais de pesquisa consultados para a construção dos indicadores, é com

relação à estrutura de *banners*, que deve ser evitada. Letícia mencionou a necessidade de que o site faça uma análise de acessibilidade, mas que essa seja pensada para incluir o ponto de vista de uma pessoa com deficiência visual, para que a melhor usabilidade seja garantida.

4.3.3 Pessoa com deficiência auditiva

A pessoa surda participante da pesquisa, Marcos Felipe Gomes Pontes, como explicitado no capítulo metodológico, é um homem de 32 anos, formado no curso Técnico em Enfermagem, do Colégio Politécnico da UFSM. A aplicação do teste de usabilidade contou com o suporte de três intérpretes de Libras do Núcleo de Acessibilidade da Universidade. O protocolo do teste de usabilidade foi aplicado na seguinte ordem: Jornal Pioneiro e Jornal Diário Popular.

4.3.3.1 *Jornal Pioneiro*

Em um primeiro momento, Marcos navegou pela página inicial do site e mencionou que a identificação da previsão do tempo e das matérias em destaque é tranquila. Quando perguntado se a publicidade atrapalhava, ele respondeu que não, e que, como são peças mais visuais, é mais tranquilo de identificar e compreender.

O que é mais visual é melhor, né? O texto a gente nem dá tanta bola. Quanto mais visual, melhor. PONTES, Marcos Felipe Gomes. **Entrevista III**. [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74B, Centro de Ciências Sociais e Humanas, 2022. 1 arquivo .mp3. (44 min.).

Para ele, a identificação das editorias é feita de maneira tranquila, já que há as palavras junto às imagens, o que permite uma maior compreensão da informação. No entanto, Marcos achou difícil encontrar os botões de redes sociais e de informações de contato.

Em um segundo, Marcos viu duas reportagens em que os formatos de texto e de vídeo estão misturados. Em ambos, não há nenhum recurso assistivo e nenhuma possibilidade de ativação de legenda, mesmo que automática. Com relação ao uso da legenda junto à Janela de Libras, Marcos evidenciou que gosta da junção dos recursos, porque isto permite que ele amplie o vocabulário e agregue novas palavras.

É bem importante ter Libras, né? Porque a maioria dos surdos não sabem a língua portuguesa, então é prioritariamente colocado em Libras. Você pode colocar as duas, a caixa de intérprete e a legenda, é melhor para que consiga visualizar. PONTES, Marcos Felipe Gomes. **Entrevista III**. [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74B, Centro de Ciências Sociais e Humanas, 2022. 1 arquivo .mp3. (44 min.).

Marcos questionou, ainda, se o conteúdo textual era o mesmo que o do vídeo, o que não foi o caso, já que um complementava o outro por ter conteúdos diferentes. Ele comentou que, se o conteúdo do vídeo fosse o mesmo que o textual, seria interessante, já que poderia ser uma outra forma de entendimento da informação. Esta opção, no entanto, só funcionaria para pessoas surdas oralizadas, que conhecem a Língua Portuguesa. Produtos noticiosos que têm muito texto, portanto, propiciam dificuldades de acesso e de compreensão da informação para a maior parte do público surdo.

Por exemplo, quando é um texto jornalístico que tu tá lendo na internet ou em papel, é diferente de quando tem um vídeo em um noticiário, porque se é uma notícia televisionada ou um vídeo da notícia que tem a legenda, é mais fácil de tu entender do que pegar aquele texto, ler tudo aquilo e compreender. Então é mais acessível quando tem notícia em vídeo e com legenda. PONTES, Marcos Felipe Gomes. **Entrevista III**. [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74B, Centro de Ciências Sociais e Humanas, 2022. 1 arquivo .mp3. (44 min.).

Marcos destacou também que, no caso de textos curtos, a exemplo de imagens com frases (no momento do teste ele se referia às miniaturas das notícias, cuja estrutura é composta por uma imagem e pelo texto da manchete logo abaixo), a possibilidade de compreensão é maior. Outro ponto que ele ressaltou é que, como nem sempre o veículo jornalístico tem possibilidade de fazer gravação de tradução em língua de sinais, é possível instalar um aplicativo de avatar. Quando questionado se este seria parecido com o utilizado no site da UFSM (o VLibras - Figura 5), Marcos pediu para ver o *software*. Ele pontuou que o mesmo é bem robotizado e gera dificuldades de compreensão, já que a tradução do *software* se baseia na Língua Portuguesa, e, quando a tradução é feita por um intérprete humano, é baseada na Língua Brasileira de Sinais. Para Marcos, em concordância com as intérpretes presentes no teste, nada substitui a interpretação humana.

Não é uma interpretação do texto e da notícia que está ali, ele só dá um sinal para cada palavra correspondente. Tem alguns surdos que têm esse conhecimento um pouco mais aprofundado da Língua Portuguesa. Outros não. Então os surdos preferem que tenha a janela de interpretação e a legenda junto. PONTES, Marcos Felipe Gomes. **Entrevista III**. [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74B, Centro de Ciências Sociais e Humanas, 2022. 1 arquivo .mp3. (44 min.).

Em uma avaliação geral, Marcos gostou da visualização e da compreensão dos ícones, da miniatura das notícias e da hierarquia das mesmas. Para ele, a publicidade não atrapalha. E a maior falha é a ausência total de recursos de interpretação e de legendagem nos materiais audiovisuais.

Não tem nem a janela e nem a legenda, só tem um vídeo ali falando, só tem o áudio, mas a gente não sabe o que tá sendo dito, porque não tem. Se tem essa dificuldade de colocar janela de Libras, então que pelo menos tivesse a legenda. PONTES, Marcos Felipe Gomes. **Entrevista III**. [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74B, Centro de Ciências Sociais e Humanas, 2022. 1 arquivo .mp3. (44 min.).

4.3.3.2 Jornal Diário Popular

Já na avaliação do site do Jornal Diário Popular, Marcos apontou que a identificação das matérias em destaque e das redes sociais midiáticas e informações de contato foi fácil. A quantidade de publicidade também não atrapalhou a navegação e a apreensão das informações. Além disso, ele evidenciou que gostou da estrutura de organização das matérias, em que há palavras (as etiquetas das editorias) em cima das imagens das miniaturas das notícias.

Gostei que tem uma explicação com a imagem e a frase bem simples. Gostei mais desse aí, consigo entender melhor porque daí eu sei mais ou menos o que vai aparecer. Aqui também, tem bastante imagens, com as frasezinhas que resumem a informação, a gente consegue perceber o que é a informação. PONTES, Marcos Felipe Gomes. **Entrevista III**. [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Santa Maria, UFSM, Prédio 74B, Centro de Ciências Sociais e Humanas, 2022. 1 arquivo .mp3. (44 min.).

Ele comentou que, no seu dia a dia, procura por sites deste tipo, em que há uma junção de elementos textuais simples e objetivos com imagens, já que facilita a compreensão da informação. Depois, ao abrir uma notícia aleatoriamente, Marcos comentou que ela tinha muito texto, o que dificulta a leitura, já que não há possibilidade de interpretação do mesmo. Nestes casos, deveria ter, minimamente, um avatar, para que a informação textual seja traduzida para a língua de sinais. Marcos não soube apontar um *software* que tenha uma boa qualidade neste quesito.

Com relação às reportagens selecionadas previamente, elas estão hospedadas no canal do *YouTube* do Diário Popular⁶³, o que permite que o usuário ative recursos nativos da plataforma, como a legenda automática. O primeiro vídeo, que é um *teaser* de aniversário do veículo, não tem Janela de Libras nem LSE, apenas a possibilidade de ativação da legenda automática, situação que se repete nos outros dois vídeos assistidos por Marcos (Reportagem sobre visita de Eduardo Leite à Pelotas, na ocasião da corrida eleitoral de 2022; e quadro de entrevista Espeto Corrido, no formato de *live*).

Figura 23. Captura de Tela. Teaser de aniversário do Diário Popular no YouTube.



Fonte: YouTube Diário Popular, 2020.

⁶³ Como o site do Diário Popular passou por mudanças e, com isso, não foi possível acessar a assinatura feita no período deste teste de usabilidade, selecionamos reportagens em vídeo hospedadas no YouTube do veículo, já que este é vinculado ao site. Fizemos esta opção por entender que a compreensão da usabilidade, neste teste, é o ponto mais importante, e não a data das notícias analisadas.

Na figura acima, é possível perceber que não há pontuação na legenda automática ativada. Além disso, há falhas de tradução: a palavra ‘estarei’ é, na narração, ‘estaria’. Marcos evidenciou que a possibilidade de ativação da legenda automática é boa. No entanto, ele apontou que a qualidade da própria legenda do *YouTube* não é ótima: esta tem muitas falhas na tradução de palavras e atrasos (principalmente quando a narração é mais rápida). Há também ocasiões, como no quadro de entrevistas, em que há duas pessoas falando. Nestas situações, a legenda automática não permite a identificação dos falantes, o que impede a pessoa surda de identificar quem está com o turno da fala. Estas lacunas, defeitos e atrasos prejudicam a compreensão da informação.

Figura 24. Captura de Tela do quadro ‘Espeto Entrevista’, do YouTube do Diário Popular.



Fonte: YouTube Diário Popular, 2020.

Na figura acima, é possível perceber que a legenda automática, gerada em um quadro ao vivo, no formato de *live*, também é falha. A sentença que a entrevistada (que não está identificada na legenda) está pronunciando é: “[...] mulheres ter reconhecido o seu espaço nos, vamos dizer assim, cargos de poder [...]”. A substituição da palavra ‘nos’ por ‘nós’ pode mudar o sentido da frase. Aqui não há grandes prejuízos de compreensão da informação, mas

esta não é a regra. Marcos pontuou que esta entrevista ainda tem boa tradução na legenda automática, provavelmente porque as pessoas falam de modo calmo, cadência que foi confirmada pela pesquisadora. Marcos foi questionado se o *backdrop* presente no fundo da legenda, com o nome do programa e a tarja azul, atrapalha a leitura da legenda. Ele disse que é possível de ler, mas que atrapalha sim. Além disso, mencionou que não conseguia identificar quem estava falando e quando, já que não há identificação dos falantes nesta legenda.

No caso de entrevistas ao vivo ou de outros conteúdos que usam o formato da *live*, Marcos comentou que, caso não seja possível inserir um intérprete de Libras, que o material seja editado posteriormente para a inserção do recurso da LSE.

Em comparação com o Jornal Pioneiro, Marcos comentou que conseguiu compreender melhor as informações visuais do Diário Popular, não somente pela possibilidade de ativação da legenda automática, mas também pela união das etiquetas com as imagens e as manchetes das matérias, na página inicial.

4.3.3.3 *Discussão analítica para os indicadores*

Após o teste de usabilidade com Marcos, podemos afirmar que os principais indicadores para a questão sonora são aplicáveis: identificação das matérias em destaque, do menu, dos botões de redes sociais e de informações de contato, da publicidade, da presença de recursos assistivos como Janela de Libras, LSE, legenda simples e legenda automática, e do uso de *softwares* para tradução em linguagem de sinais (os avatares mencionados por Marcos).

A partir disso, percebemos que seria interessante acrescentar um indicador, no eixo da empresa jornalística, que pense a contratação de profissionais intérpretes de Libras e que sejam capacitados para a realização da legendagem, a fim de que não seja necessário recorrer ao último recurso (principalmente no corpo do texto de uma notícia), que é a instalação de um *software* como o VLibras. Além disso, outro ponto importante a ser destacado nos indicadores propostos é que, no caso de podcasts, rádios incorporadas em meio digital, audiorreportagens, entrevistas e outros produtos sonoros, não basta ter uma transcrição do roteiro acessível. Esta deve ser acompanhada da tradução em Libras, a fim de contemplar tanto pessoas surdas

oralizadas quanto pessoas surdas sinalizadas (que conhecem a Língua Portuguesa e que não conhecem, respectivamente)⁶⁴.

4.4 ENTREVISTAS COM REPRESENTANTES DOS VEÍCULOS

Na entrevista por temáticas, fizemos perguntas baseadas nos indicadores que dizem respeito à atuação profissional dos jornalistas e à posição da empresa jornalística. As questões foram dirigidas aos editores representantes dos veículos que são objetos empíricos da investigação. As sub temáticas abordadas foram: equipe, especialização em acessibilidade comunicacional, análise, eliminação de barreiras, planejamento da pauta, entrevista, redes sociais midiáticas e testagem. As respostas de cada uma das entrevistas estão registradas abaixo.

4.4.1 Jornal Pioneiro

O editor do Jornal Pioneiro, que aqui será chamado de Editor P, está vinculado ao Jornal GZH, por conta de que o primeiro pertence ao Grupo RBS, e que contempla a mesma estrutura (de site e de produção) do segundo. O Editor P está no Grupo RBS há 15 anos e é Editor-Chefe no GZH⁶⁵.

Com relação à temática da equipe de profissionais que compõem a redação, ele não soube elencar se, no Pioneiro, há profissionais com deficiência. Mas ele mencionou que, na redação do GZH, são três profissionais com deficiência, sendo duas repórteres cegas e uma usuária de cadeira de rodas. Ainda com relação à equipe, quando questionado se havia profissionais com alguma formação em acessibilidade comunicacional (a exemplo de cursos em audiodescrição, descrição de imagens ou legendagem), o Editor P respondeu que, do ponto de vista institucional, não há uma organização desse tipo de formação, mas que existem iniciativas pontuais, principalmente de profissionais da área de tecnologia, que se interessam pela temática e buscam esse conhecimento por conta própria.

⁶⁴ Apesar de não constar no planejamento inicial da metodologia, os testes de usabilidade aplicados são, de certa forma, uma pesquisa de recepção, já que coletam o ponto de vista do usuário na maneira como ele recebe os conteúdos jornalísticos ao consumir os veículos citados. Esta questão não será aprofundada aqui, mas consideramos pertinente citar como comentário.

⁶⁵ O Editor P. pediu para não ser identificado, já que foi indicado pela empresa para falar, a partir de contatos com e-mails institucionais da redação.

Com relação à análise de acessibilidade comunicacional no site, o Editor P destacou que já foi feita uma análise com o leitor de tela, mas que estas iniciativas não foram muito aprofundadas.

No tópico da eliminação de barreiras, o Editor P destacou que há uma versão acessível da edição impressa do jornal Zero Hora. Esta, no entanto, só está disponível para assinantes. Além disso, ele mencionou que o publicador do veículo jornalístico é próprio e que, por conta da presença das duas profissionais cegas na redação, ele também é acessível. O editor também pontuou que há uma preocupação de que todas as imagens postadas no site tenham legenda. Quando questionado se, além da legenda, havia inserção também da descrição de imagens no site, o Editor P respondeu que não, e que o veículo faz uso somente da legenda. Além disso, o publicador próprio do Pioneiro não tem o campo de inserção de descrição de imagens (a exemplo do já mencionado no *WordPress*). O Editor P ainda destacou que, nas redes sociais - Instagram, Facebook e Twitter -, há a inserção da descrição de imagens no campo adequado e é feito o uso da *hashtag* Pra Cego Ver. Mesmo que este campo de descrição alternativa seja próprio das plataformas, ele salientou que não são todos os veículos que fazem essa inserção.

Com relação ao planejamento da pauta, o Editor P explicou que a lógica, nas redações que compõem o Grupo RBS, é pensar a pauta a partir de uma visão 360, em que ela é aproveitada em todos os veículos e formatos (digital, impresso, rádio, etc). Ele ressaltou que esta lógica não leva em consideração, no planejamento, o formato da pauta e a inclusão de um formato específico para pessoas com deficiência. A percepção da inclusão da acessibilidade comunicacional, para o Editor P, não está na rotina diária. Quando questionado se a acessibilidade comunicacional é inserida no processo de produção ou somente no final do mesmo, a partir da publicação, o Editor P respondeu que varia, mas que, na maior parte das vezes, é uma preocupação na ponta final da produção de conteúdo. Um exemplo que ele deu foi que, quando houve a transmissão dos debates na corrida eleitoral de 2022, houve presença de intérpretes de Libras em tempo real, e que, para isto, houve planejamento prévio da pauta. Ainda neste tópico, quando perguntado acerca de projetos especiais e de planejamento de paletas de cores acessíveis, principalmente em produtos jornalísticos que utilizam muito de elementos visuais e da visualização de dados, o Editor P informou que o Pioneiro segue uma paleta de cores que é própria da marca, então esta não é uma preocupação de planejamento.

No tópico da Entrevista, o Editor P lembrou que, no caso de entrevistar pessoas cegas ou com baixa visão, foram feitas, sim, a autodescrição do profissional jornalista e do ambiente em que ocorreu a entrevista. No entanto, ele salientou novamente que neste tipo de situação prevalecem as iniciativas pontuais dos repórteres que normalmente estão mais

envolvidos com pautas desta temática, mas que esta preocupação já foi tratada institucionalmente. Na opinião do Editor P, esta preocupação ainda não está incorporada em uma cultura profissional, o que se reflete no ambiente da redação. Quando questionado sobre situações de entrevistas com pessoas surdas ou com baixa audição e o uso de intérpretes de Libras ou *softwares*, o Editor P afirmou não se recordar de nenhum caso.

Com relação às redes sociais midiáticas, o Editor P explicou que o planejamento e a inserção da acessibilidade comunicacional (que, neste caso, ele referiu como as descrições de imagem acompanhadas pela *hashtag* #PraCegoVer) é feita por profissionais que compõem o time de redes sociais e que foi treinado para este fim. A intenção é que, quando um material de divulgação for postado, a descrição seja publicada ao mesmo tempo.

Do ponto de vista dos testes, o Editor P mencionou que ainda não são incorporadas testagens de contraste responsivo para os elementos visuais do site jornalístico, mas que há intenção de incluir em algum momento. Por fim, quando questionado se havia algo que queria acrescentar, o Editor P salientou que a presença de colegas com deficiência na redação, principalmente no caso de GZH, é importante na rotina porque permite um olhar mais aguçado e atento para este público, o que se reflete na produção de conteúdos para e acerca dos mesmos.

4.4.2 Jornal Diário Popular

O editor do Jornal Diário Popular será chamado de Editor DP⁶⁶. Em um primeiro momento, na sua apresentação, ele destacou que o carro-chefe do veículo é, ainda, o jornal impresso, e que o site, no momento, passa por uma transição estrutural, o que faz com que alguns recursos ainda não estejam disponíveis. Um exemplo é a presença dos caracteres ampliados, que existiam na versão antiga, e que ainda não estão disponíveis na versão nova.

Com relação à equipe, o Editor DP mencionou que, das 20 pessoas que trabalham na redação do Diário Popular, nenhuma tem deficiência. Também afirmou que a equipe do jornal não tem nenhuma capacitação para a acessibilidade comunicacional, muito em função da transição para o digital, que ainda está em andamento. Além disso, ainda não foram feitas análises de acessibilidade no site, mas ele destacou que a preocupação com a acessibilidade é um próximo passo que o veículo pretende dar.

⁶⁶ O Editor DP. pediu para não ser identificado, já que foi indicado pela empresa para falar, a partir de contatos com e-mails institucionais da redação.

Na temática da eliminação de barreiras (comunicacionais, atitudinais e tecnológicas), o Editor DP admitiu que esse tipo de pensamento, infelizmente, ainda não está presente na rotina da redação. No entanto, ele destacou que, quando trabalham com vídeos, tentam sempre fazer a legendagem, mesmo que pela ferramenta de ativação da legenda automática do *YouTube* (no caso do quadro de entrevistas ao vivo já mencionado ao longo da redação desta monografia). Outros elementos como alto contraste também não estão presentes. Um ponto que o Editor DP evidenciou é que, na versão antiga do site, havia a opção de caracteres ampliados, recurso que ainda não está disponível na versão nova. Ele também mencionou que, na versão antiga, existia a opção de ouvir a matéria, mas este elemento não foi encontrado na coleta realizada para os testes de aplicabilidade (feitos antes da mudança do site).

Quanto ao planejamento da pauta, o Editor DP explicou que a construção destas segue as sugestões dos repórteres. As ideias são discutidas internamente, e, a partir da temática e do andamento da pauta, o formato é delimitado. Em relação à inserção da acessibilidade comunicacional nesse processo, o Editor DP reconheceu que ela não é levada em conta e que isto é um problema. Ele elencou que o fato de não ter profissionais com deficiência na redação também é um dos motivos de ter uma visão limitada do assunto.

Então essa questão da acessibilidade na composição das pautas a gente não costuma trabalhar. A gente trabalha, sim, com várias pautas que tratam do tema acessibilidade, né? A gente procura trazer de diversas questões de acessibilidade, mas é até estranho, porque a gente trabalha as pautas sobre acessibilidade mas não torna elas acessíveis a quem precisa. Editor DP. **Entrevista V.** [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Google Meet, 2022. 1 arquivo .mp4. (20 min).

Ainda dentro da temática das pautas, quando questionado se, no caso de fazer projetos especiais e de grande reportagem, o veículo planeja paletas de cores acessíveis, o Editor DP respondeu que as pautas nunca foram trabalhadas desta forma.

Com relação ao momento da entrevista, quando questionado sobre a autodescrição do profissional jornalista e a descrição do cenário em que ocorre a entrevista, o Editor DP afirmou que o recurso já foi utilizado, mesmo que tenham sido poucas vezes em que houve essa necessidade. Ele também explicou que, nestes casos, há o costume de conversar com pessoas próximas às fontes para o auxílio no momento da entrevista.

A gente acaba consultando [essas pessoas] para nos auxiliar no momento da entrevista ou da pauta, se essa pessoa pode estar presente, inclusive, para colaborar com a gente. Como não é um tema tão presente aqui dentro da redação, a gente não tem tanto conhecimento com relação a essas necessidades, a gente acaba, também, se socorrendo de algumas pessoas que conhecem e que entendem um pouco mais. Editor DP. **Entrevista V.** [dez. 2022]. Entrevistadora: Samara Letícia Wobeto. Google Meet, 2022. 1 arquivo .mp4. (20 min).

Com relação ao momento de entrevista de pessoas surdas ou com baixa audição, o Editor DP afirmou que foi feito o uso de intérpretes de Libras.

Na temática das redes sociais midiáticas, ele admitiu que não há planejamento de acessibilidade para o momento da divulgação das matérias. Também afirmou que a contratação de uma profissional responsável pelas redes sociais midiáticas é recente, ação que faz parte do momento de reestruturação pelo qual passa o veículo. Por fim, com relação à testagem do contraste responsivo dos elementos visuais que compõem o site, o Editor DP disse que nunca foi feito e que, inclusive, não sabe como este recurso é aplicado. Além disso, ele ressaltou que reconhece as lacunas de acessibilidade do veículo jornalístico, inclusive em termos arquitetônicos, já que a sede do jornal está localizada no segundo andar de um prédio antigo de Pelotas, cujo acesso se dá somente por meio de escadas. Também destacou que o veículo tem vontade e interesse de realizar melhorias do ponto de vista da acessibilidade comunicacional.

A partir das entrevistas realizadas com os editores dos veículos, percebemos que os indicadores relativos à atuação profissional e à empresa jornalística são aplicáveis, já que o roteiro de questões foi feito com base nestes indicadores específicos. Nenhuma das questões teve problemas de aplicação, o que valida os indicadores mencionados.

Depois da etapa de testagem, que envolveu os testes de aplicabilidade, os testes de usabilidade e as entrevistas com os editores representantes dos veículos, percebemos quais os indicadores que funcionaram, quais apresentaram falhas de redação e, portanto, precisavam ser ajustados e, além disso, quais as lacunas que o conjunto dos indicadores apresentava, o que resultou na redação de mais indicadores para suprir essa falta. A redação final dos mesmos pode ser conferida no Anexo 1.

A partir disso, partimos para a discussão de alguns tensionamentos interessantes que podem ser elencados a partir das três etapas de testagem (teste de aplicabilidade, testes de usabilidade e entrevistas com os representantes dos veículos jornalísticos). O debate está posto no próximo subcapítulo.

4.5 TENSIONAMENTOS E REFLEXÕES A PARTIR DA TESTAGEM DOS INDICADORES

Antes de discutir a questão do tratamento de dados, consideramos que é importante elencar alguns tensionamentos que emergem a partir das testagens, de um ponto de vista qualitativo.

No Jornal Pioneiro, a etapa dos testes de usabilidade evidenciou alguns pontos a partir dos indícios coletados nas entrevistas. É interessante pontuar que o participante Thiovane expôs que, apesar de serem compreensíveis, as publicidades são invasivas, já que se assemelham à estrutura de uma matéria, que é clicável. Essa percepção não se repetiu nos outros testes: para Marcos, ela foi de fácil compreensão, por ter o elemento visual e, para Letícia, a compreensão ficou prejudicada, já que a peça não tinha descrição e era identificada apenas como *link*. Esse exemplo permite compreendermos que há percepções diferentes quanto aos mesmos elementos, e que indicam diferentes problemáticas de acessibilidade, que também dizem respeito à experiência individual de cada uma das três pessoas com deficiência.

Com relação aos destaques negativos do Pioneiro, do ponto de vista da cor, temos a questão do pouco contraste entre o fundo e elementos como cabeçalhos, manchetes, linhas finas e a própria visualização do menu. Esta percepção de contraste se repete nos mesmos elementos do Diário Popular. A inserção de um botão de alto contraste é importante para a resolução deste problema. Os destaques positivos do Pioneiro são a visualização de *hiperlinks*, o bom contraste das fotografias e a cor do texto. Aqui, cabe resgatar os dados coletados na etapa da entrevista com o Editor P, que mencionou que o veículo ainda não realizou testagem de contraste responsivo no site, e nem utiliza de planejamento de paletas de cores acessíveis, por exemplo.

Do ponto de vista da visão, Letícia pontuou que o *layout* do Pioneiro não é intuitivo, mas, por outro lado, a navegabilidade com o leitor de tela é boa. Este resultado faz sentido quando pensamos na resposta do Editor P quanto aos testes de acessibilidade no site: na entrevista, ele mencionou, especificamente, que já foi feita uma análise com o leitor de tela, mesmo que não aprofundada. No comparativo com o Diário Popular, por exemplo, Letícia elencou que a navegabilidade do Pioneiro é melhor, mesmo que seu *layout* seja mais problemático (por conta do uso da estrutura de blocos de linhas e colunas ao mesmo tempo). Outro elemento importante do ponto de vista técnico é a descrição da estrutura e hierarquia

das notícias inseridas no site, que permite identificar editoriais, manchete, presença de imagens (mesmo que não estejam descritas) e se aquele determinado formato é clicável. Leticia listou, como destaques positivos, a descrição da presença de *links*, cabeçalhos, botões e gráficos.

Como destaque negativo, além do *layout*, está a ausência total de descrição de imagens, o que corresponde aos resultados encontradas na etapa do teste de aplicabilidade. Aqui, é interessante e importante fazermos um tensionamento: na entrevista com o Editor P, ele mencionou que, no padrão de postagem de notícias do GZH - em que o Pioneiro está inserido -, todas as matérias tem a inserção de legendas - recurso que não é o mesmo que a descrição de imagens, conforme já pontuamos na discussão teórica. O Editor P evidenciou que, para além disso, nas redes sociais midiáticas, todas as imagens são descritas e é feito o uso, nas legendas, da *hashtag* Pra Cego Ver. Na etapa dos testes de usabilidade, não propomos, para as pessoas entrevistadas, o olhar também para as redes sociais midiáticas e as lógicas de circulação e de consumo dos produtos jornalísticos. Esta escolha foi feita com base no tempo que os entrevistados tinham para a realização do teste. Isto implicou, também, em que a aplicação do teste fosse mais pontual, tendo em vista que, pela quantidade de indicadores propostos já na redação inicial, seria impossível aplicar todos em um curto espaço de tempo - que era o que tínhamos disponível. Mas, voltando às redes sociais, na etapa do teste de aplicabilidade, ao analisarmos a presença de recursos assistivos no instagram⁶⁷, por exemplo, não havia descrição das imagens, o que nos coloca diante de um impasse. Como o Editor P trabalha especificamente em GZH, após a realização da entrevista, observamos os dois *instagrams*, e, de fato, na conta de GZH o uso da *hashtag* e da descrição é feita. Já no do Pioneiro, não. Este tensionamento é importante já que no registro dos dados, a partir dos diferentes modos de coleta, há essa divergência.

Por fim, do ponto de vista da audição, não há nenhum tipo de recurso assistivo sonoro (Caixa de Libras, intérprete de Libras, LSE, legenda simples e/ou legenda automática). Na entrevista, o Editor P comentou que o Pioneiro, inserido em GZH, trabalha com um publicador próprio, e que este não tem opção de campo de inserção de texto alternativo. A adição de vídeos também é feita por esse publicador, já que não é vinculada à nenhuma plataforma. Nas reportagens audiovisuais presentes no site, as configurações só permitem o aumento do volume e da velocidade de reprodução. No caso do Diário Popular, que usa a hospedagem de vídeos na plataforma do *YouTube*, mesmo que a legenda automática seja falha e implique em lacunas de compreensão da informação, ainda há uma mínima possibilidade de

⁶⁷ Geralmente o modo de divulgação no *twitter* e *facebook* era por meio da inserção dos *links* junto a um texto curto de divulgação.

apreensão da fala, o que torna o Diário Popular, deste ponto de vista, melhor do que o Pioneiro, observação que foi feita por Marcos.

Outro ponto interessante a ser evidenciado, e que parte da observação em todas as etapas de testagem, é que, pelo Pioneiro, por meio da inserção em GZH, ter uma postura institucional de uma mínima preocupação com a acessibilidade comunicacional (por exemplo, a aplicação de análises), a temática é mais valorizada do ponto de vista institucional. No entanto, a quantidade de matérias sobre a temática foi maior no Diário Popular, que produziu cinco durante o período de coleta, em contraponto à uma do Pioneiro. A equipe de GZH, por exemplo, tem pessoas com deficiência em sua composição, o que interfere nas pautas e no próprio olhar para a preocupação com a acessibilidade. Houve a contratação de intérpretes de Libras para os debates da corrida eleitoral estadual em 2022, mesmo que essa seja uma iniciativa pontual. Outro destaque interessante é com relação às práticas acessíveis por parte dos profissionais jornalistas, que são pontuais e partem de uma iniciativa pessoal, mesmo que haja incentivo institucional para que todos os jornalistas se comportem dessa maneira. Este destaque se insere na discussão sobre as rotinas produtivas que não incorporam a acessibilidade e que a inserem somente no final do processo de produção, ancorada, nesta pesquisa, principalmente em Bonito (2015) e Beraldo (2021).

Em um segundo momento, elencamos os tensionamentos específicos do Diário Popular. Um ponto que nos chamou a atenção é com relação ao uso das cores: enquanto para Thiovane há um excesso de cores que atrapalha a apreensão da informação e cuja divisão de editorias gera confusão, para Marcos, o uso de cores diversas e de *tags* para as editorias ajuda neste mesmo processo. Para o último, quanto mais visual for a informação, melhor. Já para Letícia, se este visual não tiver a descrição de imagem (o que foi o caso nesta análise), a informação estará incompleta. Este paradoxo é interessante, já que nos mostra a complexidade que envolve a acessibilidade comunicacional em sua prática e nesta pesquisa, que pretende contemplar mais de um eixo da mesma.

Além disso, por meio da entrevista com o Editor DP, foi possível perceber que a acessibilidade - tanto comunicacional quanto técnica e atitudinal - não é uma preocupação do veículo. Isto se evidencia a partir da ausência de profissionais com deficiência na redação, da não capacitação dos profissionais jornalistas para a acessibilidade, de não haver tentativa de eliminação de barreiras, de não ter realizado análises de acessibilidade do veículo e da exclusão da mesma do processo de planejamento, produção e divulgação de um produto jornalístico. No entanto, é preciso pontuar que ações básicas, como a autodescrição dos entrevistadores e a contratação de intérpretes de Libras, ao entrevistar pessoas com

deficiência, foram realizadas, muito a partir da orientação de pessoas envolvidas na temática. Além disso, a ativação da legenda automática no *YouTube* é positiva e, mesmo que mínima, é melhor do que a ausência total de legenda, como no Pioneiro.

Por fim, uma consideração relevante é que, muitas vezes, elementos do ponto de vista técnico e jornalístico pontuaram nas testagens, mas não necessariamente foram pensados para a acessibilidade. Por exemplo, o uso de linguagem simples, fluida e linear é um critério dos indicadores, em que ambos os veículos pontuaram. No entanto, esta já é uma prerrogativa da qualidade jornalística, o que influencia no ser acessível. Portanto, muitas vezes, indicadores nos quais os veículos pontuam podem estar relacionados a esta noção. Este entendimento não é um problema, apenas uma consideração importante que permite compreender o quanto a acessibilidade comunicacional está - ou deveria estar - interligada às práticas jornalísticas.

A partir disso, partimos para a discussão dos dados quantitativos gerados pelas testagens, o tratamento dos mesmos e o cálculo da pontuação dos objetos empíricos da pesquisa, que gerou um *ranking* dos dois veículos jornalísticos.

4.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS PARA A GERAÇÃO DO *RANKING*

Com base na estrutura da primeira tabela de testagem, criamos uma segunda, com a intenção de inserir todos os dados e realizar uma filtragem que permitisse seus cálculos. Começamos transformando os dados qualitativos gerados nos testes de usabilidade e nas entrevistas com os editores representantes do Pioneiro e do Diário Popular em dados quantitativos, registrados a partir do ‘sim’ e do ‘não’, conforme já mencionado na descrição analítica da etapa do teste de aplicabilidade. A partir disso, realizamos um tratamento destes dados, com a inserção das diferentes formas de coleta dos mesmos: empresa (entrevista com os editores), geral (reportagens que compõem o *corpus*), específico (reportagens que tratam da temática acessibilidade e deficiência), observação (etapa do teste de aplicabilidade, feita principalmente na página inicial dos jornais) e usabilidade (coletada nos testes de usabilidade com as pessoas com deficiência).

A partir disso, fizemos uma limpeza e filtragem desses dados, para que não houvesse nenhuma duplicação. Escolhemos replicar os indicadores por forma de coleta, já que alguns tiveram duas formas de entrada de dados. Por exemplo, no teste de aplicabilidade identificamos que os veículos não tinham descrição de imagens no site. Este dado foi validado pelo teste de usabilidade, que teve mais uma entrada na tabulação. Assim, cada entrada de dados foi considerada de modo separado. Por isso, na tabela de cálculos (que pode ser

conferida na íntegra por meio de *link* no Anexo 3) o jornal Diário Popular tem mais linhas do que o jornal Pioneiro, já que a entrada de dados específicos é maior no primeiro do que no segundo (enquanto o Diário Popular tinha cinco matérias com as temáticas acessibilidade e pessoas com deficiência, o Pioneiro tinha uma).

Com a inserção e tratamento dos dados feita, partimos para a fase dos cálculos. Primeiro, recuperamos os pesos que definimos para cada um dos eixos:

1. Com relação à produção jornalística e à acessibilidade: Peso 4;
2. Com relação à empresa jornalística: Peso 3;
3. Com relação ao nível técnico do site: Peso 2;
4. Com relação à legislação: Peso 1.

No eixo um, os pesos ainda foram divididos em cada uma das etapas do processo de produção jornalística, que foram elencadas na discussão teórica e metodológica. Optamos por distribuir os pesos conforme o tempo de duração do processo e as técnicas de recursos assistivos envolvidos em cada um deles. Por exemplo, nas etapas de produção e publicação, há mais possibilidades de inserção de recursos assistivos do que nas etapas de apuração e de entrevista. A partir do total 4 do eixo um, a distribuição dos pesos ficou a seguinte:

1.1 Apuração: 0,4

1.2 Planejamento da pauta: 0,4

1.3 Entrevistas: 0,5

1.4 Produção do produto jornalístico: 1,0

1.5 Publicação: 1,0

1.6 Circulação: 0,7

Os pesos definidos estão sintetizados na tabela abaixo:

Tabela 3. Pesos dos indicadores.

PESOS		
		Peso
Com relação à produção jornalística e à acessibilidade		4
	Apuração	0,400
	Planejamento da pauta	0,400
	Entrevistas	0,500
	Produção do produto	1,000

	jornalístico	
	Publicação	1,000
	Circulação	0,700
Com relação à empresa jornalística		3,000
	Empresa	3,000
Com relação ao nível técnico do site		2,000
	Técnico	2,000
Com relação à legislação		1,000
	Legislação	1,000
TOTAL		10,000

Fonte: A autora, 2023.

A partir disso, aplicamos os pesos com relação à quantidade de indicadores que havia em cada subitem. Por exemplo, em ‘Apuração’, como eram quatro indicadores propostos, o peso 0,4 foi dividido por 4, o que resultou em um peso, por indicador, de 0,1. No caso do jornal Pioneiro, o cálculo final ficou em 3,196, que pode ser conferido na Figura 25. O veículo Diário Popular teve como resultado final de pontuação 2,523, o que pode ser conferido na Figura 26.

Figura 25. Tabela de cálculo da pontuação do jornal Pioneiro.

PIONEIRO - CÁLCULO FINAL						
		Peso	Quantidade			
Com relação à produção jornalística e à acessibilidade		4		Divisão		Ponderado
	Apuração	0,400	4,000	0,100	1,000	0,100
	Planejamento da	0,400	3,000	0,133	1,000	0,133
	Entrevistas	0,500	6,000	0,083	2,000	0,167
	Produção do pro	1,000	84,000	0,012	8,166	0,097
	Publicação	1,000	17,000	0,059	6,143	0,361
	Circulação	0,700	13,000	0,054	2,000	0,108
						0,966
Com relação à empresa jornalística		3,000				
	Empresa	3,000	11,000	0,273	5,000	1,364
Com relação ao nível técnico do site		2,000				
	Técnico	2,000	94,000	0,021	34,000	0,723
Com relação à legislação		1,000				
	Legislação	1,000	14,000	0,071	2,000	0,143
TOTAL						3,196

Fonte: A autora, 2023.

Figura 26. Tabela de cálculo da pontuação do jornal Diário Popular.

DIÁRIO POPULAR - CÁLCULO FINAL						
	Peso	Quantidade				
Com relação à produção jornalística e à acessibilidade	4		Divisão			Ponderado
Apuração	0,400	7,000	0,057	4,000		0,229
Planejamento da	0,400	3,000	0,133	1,000		0,133
Entrevistas	0,500	6,000	0,083	0,400		0,033
Produção do pro	1,000	162,000	0,006	29,272		0,181
Publicação	1,000	25,000	0,040	7,142		0,286
Circulação	0,700	13,000	0,054	2,000		0,108
						0,969
Com relação à empresa jornalística	3,000					
Empresa	3,000	14,000	0,214	2,600		0,557
Com relação ao nível técnico do site	2,000					
Técnico	2,000	96,000	0,021	41,000		0,854
Com relação à legislação	1,000					
Legislação	1,000	14,000	0,071	2,000		0,143
TOTAL						2,523

Fonte: A autora, 2023.

Com isso, temos o estabelecimento de um *ranking*, que pode ser conferido na Tabela 4. Há algumas considerações relevantes a serem mencionadas: ambas as pontuações são baixas e indicam não somente uma lacuna de acessibilidade comunicacional nos veículos jornalísticos analisados, como reflete as problemáticas debatidas no capítulo teórico. Além disso, também válida a ferramenta composta pelos indicadores de qualidade, já que, a partir da observação nas diversas etapas de testagem, já esperávamos que os resultados fossem baixos.

Tabela 4. *Ranking*.

Veículo	Pontuação	Posição
Pioneiro	3,196	1
Diário Popular	2,523	2

Fonte: A autora, 2023.

Além disso, é interessante problematizarmos outras questões: em primeiro lugar, a legislação, assunto tão importante e que foi debatido nesta monografia por meio dos estudos de Bonito (2015). Em ambos os casos, a legislação não foi cumprida, e isso é preocupante, já que o mínimo, que deveria ser feito, não é respeitado pelos veículos jornalísticos. Isto denota também o quanto a luta das pessoas com deficiência na busca da garantia de direitos não é considerada, e não somente por estes veículos em específico, mas pelo sistema.

Ainda, é necessário pontuarmos que a distribuição dos pesos impacta na pontuação final. As escolhas que fizemos são justificadas pela discussão teórica e pela hierarquização realizada do que, do ponto de vista jornalístico, é mais importante e relevante, no contexto desta discussão. Por exemplo, com relação ao nível técnico do site, o Diário Popular cumpre mais indicadores (41) em comparação com o jornal Pioneiro (34). No entanto, do ponto de vista da empresa jornalística, o Pioneiro cumpre mais requisitos (5) do que o Diário Popular (2,6). Como a empresa jornalística tem mais relevância no contexto desta monografia do que o nível técnico do site, o Pioneiro tem vantagem em relação ao Diário Popular. Esta relativização é importante para compreender que os resultados também se referem às escolhas de hierarquização e de ordem de importância que fizemos ao longo desta pesquisa. Se esta ferramenta fosse construída do ponto de vista de acessibilidade técnica, teríamos outros resultados. No entanto, esta constatação não invalida os que encontramos a partir da criação da ferramenta, já que o nosso intuito é que ela sirva para avaliar a qualidade da acessibilidade comunicacional do ponto de vista jornalístico. Assim, partimos para as considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o intuito de realizar a construção de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos em meio digital. Para tal, foram analisados dois veículos jornalísticos gaúchos - Pioneiro, de Caxias do Sul, e Diário Popular, de Pelotas. A partir deles, realizamos a construção de parâmetros de acessibilidade comunicacional para veículos jornalísticos, por meio da construção de indicadores de qualidade. Para isto, realizamos teste de aplicabilidade, testes de usabilidade e entrevistamos editores representantes dos veículos de comunicação. Estas etapas objetivaram validar, revisar e aprimorar os indicadores construídos com base em pesquisas, legislações, guias, diretrizes e orientações de acessibilidade comunicacional.

Os objetivos e a questão central foram apresentados na Introdução, assim como a temática, a delimitação, as justificativas, o problema, os objetivos específicos, o caminho metodológico e o quadro teórico de referência. Além disso, na Introdução apresentamos a estrutura do trabalho. Aqui, nas considerações finais, iremos retomar o caminho feito, bem como sintetizar os principais resultados.

No capítulo 2, ‘Jornalismo, Cidadania e Acessibilidade Comunicacional’, realizamos a discussão teórica do trabalho. O principal foco está no entrelaçamento entre o Jornalismo e a acessibilidade comunicacional e que se percebe, principalmente, pela ausência de tecnologias assistivas em veículos jornalísticos, pelas representações deste público na mídia e pela legislação específica aplicada à veículos midiáticos, mas que não é cumprida e muito menos fiscalizada. Além disso, procuramos aprofundar de que maneira os formatos jornalísticos podem apreender os formatos acessíveis, e refletir sobre o porquê dessa dificuldade de incorporação. A origem do Jornalismo, que está no sistema capitalista, é uma dessas explicações. Ainda neste capítulo, buscamos apresentar quais são as legislações e diretrizes da acessibilidade comunicacional que podem ser aplicadas ao jornalismo, e descrevemos quais são os recursos assistivos aplicados em cada parte do processo de produção jornalística.

O capítulo 3 descreveu o caminho metodológico. Este contemplou uma breve discussão sobre a base teórica que inspira a metodologia, e descreve as múltiplas escolhas que configuram a metodologia mista. Estas etapas compreenderam a revisão de literatura teórica e normativa, a coleta de materiais, o estabelecimento dos critérios para a redação dos indicadores, a testagem - de aplicabilidade e de usabilidade, a entrevista temática e a organização, tratamento e cálculo dos dados gerados nas etapas anteriores.

Por fim, no capítulo 4, foi feita a discussão analítica sobre as etapas de construção dos indicadores, o que contempla o detalhamento sobre a coleta dos materiais para a definição do objeto empírico da pesquisa, a redação das sentenças, a primeira testagem de aplicabilidade,

os testes de usabilidade, as entrevistas com os editores dos veículos selecionados e o estabelecimento do *ranking* entre os objetos analisados. Neste capítulo, compreendemos a validade e a aplicabilidade dos indicadores, já que, a partir dos testes e entrevistas feitos, foi possível inferir que, salvo pequenos ajustes e adendos, os mesmos funcionam e são possíveis de utilização.

A questão-problema do trabalho foi redigida na seguinte questão: De que modo indicadores podem ser desenvolvidos para avaliar a qualidade da acessibilidade comunicacional em mídias jornalísticas? A partir da realização do trabalho, pontuamos que a resolução da problemática de pesquisa se deu por meio de uma sequência de etapas metodológicas, com aspectos tanto quantitativos quanto qualitativos. Além disso, para responder à questão, é importante salientar que os indicadores foram construídos a partir de critérios pré-definidos, que levaram em consideração as discussões teóricas e normativas abordadas. A ferramenta foi dividida em quatro eixos temáticos, cuja hierarquia segue a seguinte ordem: 1. Com relação à produção jornalística e à acessibilidade; 2. Com relação à empresa jornalística; 3. Com relação ao nível técnico do site; e 4. Com relação à legislação. A ferramenta tem, ainda, 96 conjuntos de indicadores agrupados e 188 sentenças.

Consideramos que o objetivo geral do trabalho, que é a construção de indicadores de qualidade em acessibilidade comunicacional para veículos jornalísticos, foi cumprido. Com relação aos objetivos específicos, é importante pontuar de que maneira cada um deles foi atingido. Por isso, eles serão retomados e os processos serão explicados. A) fazer revisão bibliográfica sobre acessibilidade na Comunicação e aplicada ao Jornalismo: este ponto foi atingido por meio da vasta bibliografia consultada e utilizada para a discussão teórica, presente no capítulo 2, e que compreende teorias e reflexões sobre o Jornalismo, a Comunicação, a acessibilidade comunicacional e os aspectos técnicos da mesma, por meio da revisão de literatura (BARICHELLO, 2016). B) identificar diretrizes de acessibilidade comunicacional por meio de pesquisas e documentos já estabelecidos: neste ponto também foi utilizada a revisão de literatura (BARICHELLO, 2016) e envolveu o mapeamento e leitura de documentos, legislações, guias, orientações e manuais que explicam as diretrizes de acessibilidade. C) estabelecer parâmetros de qualidade da acessibilidade comunicacional no Jornalismo nos eixos visual, auditivo e cromático: neste objetivo específico, os pontos A e B foram utilizados para a redação dos indicadores, descrita na primeira etapa da metodologia, no capítulo 3. D) testar os indicadores de qualidade em acessibilidade jornalística em veículos jornalísticos digitais do Rio Grande do Sul: o quarto objetivo específico foi alcançado por meio da etapa do teste de aplicabilidade, descrito nos capítulos metodológico (3.4.1) e

analítico (4.2). E) avaliar a eficácia dos indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional no Jornalismo por meio de testes de usabilidade pontuais com pessoas que têm deficiência visual, auditiva e cromática: os indicadores foram aplicados em testes pontuais, por meio de entrevistas com pessoas com deficiência, e foram descritos nos pontos 3.4.2 e 4.3. Por fim, o objetivo específico F) entrevistar editores/jornalistas de veículos jornalísticos digitais gaúchos sobre as práticas de acessibilidade jornalística: as entrevistas foram realizadas por meio da metodologia de entrevistas temáticas (GIL, 2008), e os processos foram descritos nos capítulos metodológico (3.5) e analítico (4.4).

Apresentada a estrutura que orientou a leitura do trabalho e o modo como a problemática foi resolvida e os objetivos foram cumpridos, é necessário tecer alguns comentários finais. Aqui, é fundamental evidenciar que as baixas pontuações geradas pelo *ranking* dos indicadores de qualidade refletem um cenário em que o Jornalismo, enquanto campo, não coloca a acessibilidade como um fator essencial e, muitas vezes, nem sabe quais são os caminhos para tornar um produto jornalístico acessível. Isto se entrelaça com a problemática do capitalismo, que é a base tanto do jornalismo enquanto profissão quanto do capacitismo. Destacamos esta relação, que pode ser um dos achados deste trabalho, e que demarca, de forma intrínseca, que formatos jornalísticos estabelecidos, como a pirâmide invertida, podem contribuir para um certo enrijecimento das formas de noticiar, o que dificulta o entendimento da inserção de recursos assistivos como um formato. Além disso, esta relação pode ser compreendida como a gênese dos discursos capacitistas produzidos pela mídia, e que tem na superação e na tragicidade - por meio do sensacionalismo, principalmente -, sua principal maneira de perpetuação. Ainda, acreditamos que a compreensão do Jornalismo e suas formas de narração por meio da ‘bipedia compulsória’ ajudam na explicação dessa base profissional que reproduz estigmas sociais e preconceitos - não somente para com pessoas com deficiência.

É importante pontuar que este trabalho é resultado de variadas leituras acerca do Jornalismo, da acessibilidade comunicacional e das diretrizes, guias e legislações que a orientam. Além disso, esta monografia também contou com reflexões teóricas e práticas provenientes de quatro anos de graduação, em que este interesse de pesquisa me acompanhou. Incorporar a reflexão teórica aprofundada à construção de uma ferramenta para avaliar a qualidade da acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos em meio digital não teria sido possível sem a experiência da iniciação científica desde o início da graduação e do papel imprescindível que tem a universidade pública, gratuita e de qualidade.

Esta pesquisa é, sobretudo, o resultado de um diálogo contínuo e longo entre pesquisa, ensino e extensão, que são, justamente, os três pilares da universidade pública. Espaços importantes ocupados na graduação e que fizeram com que o amadurecimento necessário a esta monografia fosse possível incluem uma mescla de atuação prática e investigação por meio da pesquisa. A inserção no Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (CIMID), coordenado pela orientadora desta monografia, além da participação no Programa de Educação Tutorial da Comunicação Social (PETCom/UFSM), foram importantes para a prática da pesquisa como iniciação científica. Mas a atuação do exercício jornalístico também foi imprescindível para pudesse inserir as práticas acessíveis em meios de experimentação da Universidade, como a atuação como *social media* e como repórter na Revista Arco e como estagiária na TV Campus, ambos veículos de comunicação da UFSM. Nestes meios, pude praticar a inserção da acessibilidade comunicacional na minha rotina de produção jornalística.

Outra atuação importante e que contribuiu na formação enquanto profissional jornalista que pensa a acessibilidade foi com relação à realização da disciplina laboratório que produz a Revista .TXT⁶⁸ e que pensa a incorporação da acessibilidade no processo de produção. Em um primeiro momento, na realização da disciplina e, em um segundo, na atuação nela por meio do projeto de ensino que a contempla. Além disso, um aporte importante foi a oferta de ensino sobre a acessibilidade comunicacional por meio do Núcleo de Acessibilidade da UFSM, que tem destaque na promoção da acessibilidade. Esta pesquisa contribui para fomentar este debate e estas necessidades sociais.

A acessibilidade comunicacional ainda é pouco discutida e praticada no Jornalismo, fato que justifica este interesse de pesquisa e a realização deste trabalho de conclusão de curso. Mais do que apontar suas falhas e lacunas, é preciso que a área do Jornalismo - que se propõe a levar informação de qualidade à sociedade, ser promotora de cidadania e defensora da democracia -, pratique a inserção dos recursos assistivos e da acessibilidade em sua rotina de produção. Sem acessibilidade comunicacional, o Jornalismo não consegue comunicar para todas as pessoas, e esta é uma falha grande que o campo carrega. Pesquisas como esta - e tantas outras que foram usadas como referência neste trabalho -, se propõe a tentar apontar caminhos para que a informação produzida pelo jornalismo seja mais acessível e, conseqüentemente, mais democrática.

Além disso, apontamos que os indicadores também precisam ser melhor refinados quanto aos seus níveis. Em um primeiro momento, a intenção desta pesquisa era de que eles

⁶⁸ Acesso em: <<https://www.ufsm.br/midias/experimental/revistatxt>>.

contemplassem a estrutura de níveis de sucesso do WCAG (A, AA e AAA). No entanto, por conta do tempo de feitura desta pesquisa, este refinamento não foi possível de ser feito. Mas apontamos que esta possa ser a próxima fase desta pesquisa. A partir disso, compreendemos que há a possibilidade de que os indicadores construídos neste trabalho sejam aplicados a um *corpus* maior, composto por mais veículos jornalísticos como objetos empíricos de pesquisa. Se aplicados, é possível que eles indiquem uma espécie de *ranking* de quais são os veículos jornalísticos mais acessíveis e, ainda, apontem quais são as lacunas de acessibilidade comunicacional nos mesmos, por meio das sentenças dos indicadores que não foram alcançados. Desta forma, acreditamos que esta possa ser uma preocupação por parte das empresas de jornalismo, aliada à cobrança por mais acessibilidade por parte da sociedade e, em especial, da comunidade de pessoas com deficiência que ocupam o espaço da internet e das redes sociais midiáticas (CARLÓN, 2021) para suas reivindicações.

Ainda, é necessário apontar que, ao longo do processo desta pesquisa, foi necessário fazer escolhas para a delimitação da mesma, já que há um período de um ano para abarcar todo o processo de conclusão da monografia. Uma destas escolhas é com relação aos eixos da acessibilidade comunicacional que foram elencados para a construção dos indicadores, o que relativiza os resultados. Em outros contextos de pesquisa, estes eixos poderiam ser ampliados para incorporar o eixo cognitivo, por exemplo, que contempla pessoas autistas e pessoas com TDAH, entre outras. Outra das escolhas que podem ser citadas aqui é a realização dos testes de usabilidade com as pessoas com deficiência, o que possibilitou que este trabalho tenha um olhar do usuário, e também contemple a máxima deste grupo: “Nada sobre nós sem nós”. A importância da inserção das opiniões e experiências dos participantes da pesquisa foi essencial para a ampliação da análise, que seria muito diferente se ficasse restrita ao olhar de observação dos testes de aplicabilidade e mesmo dos dados gerados pelas entrevistas realizadas com os editores representantes dos veículos que compõem o objeto empírico de investigação.

Além disso, reiteramos que a temática deste trabalho, que compreende o entrelaçamento entre a acessibilidade comunicacional e o Jornalismo, deve ser objeto de mais estudos e pesquisas. A intenção é que haja continuidade da pesquisa por parte da autora, tanto do ponto de vista adotado neste trabalho quanto de outras temáticas de interesse dentro da acessibilidade comunicacional e do jornalismo. Entre os desdobramentos da pesquisa, estão o interesse do ingresso na pós-graduação, processo que já está em curso. A ideia é estudar a acessibilidade comunicacional por meio dos influenciadores digitais com deficiência em um contexto de circulação. Por meio de seu posicionamento nas plataformas de redes sociais

digitais, estes públicos acionam e constroem estratégias para influenciar as pessoas que os seguem por meio dos discursos produzidos. O projeto de mestrado submetido pretende compreender quais são estas estratégias, como elas circulam por meio de circuitos comunicacionais e quais sentidos são gerados por meio de postagens que abordam temáticas como acessibilidade, deficiência, rotina e experiências destes influenciadores.

REFERÊNCIAS

ABNT. **NBR 15290**. Brasil: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2005.

ABNT. **NBR 15599**. Brasil: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2008.

ABNT. **NBR 15610-1**. Brasil: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2011.

ABNT. **NBR 15610-2**. Brasil: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2012.

ABNT. **NBR 16452**. Brasil: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2016.

ABRAJI. **Monitoramento de ataques a jornalistas no Brasil**. Brasil: Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), 2021, 29 p.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. **A autoria na elaboração de uma tese**. In: MOURA, Claudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassalo (Org.). Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas. 1ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016, p. 129 - 150.

BENETTI, Márcia. **Revista e jornalismo: conceitos e particularidades**. Porto Alegre: Penso, 2013.

BERALDO, Carla Tonetto. **“Quem cabe no seu todos?” Jornalismo e Deficiência Visual: um estudo sobre a acessibilidade e usabilidade em notícias em redes digitais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021.

BONITO, Marco. **A problematização da acessibilidade comunicativa como característica conceitual do jornalismo digital**. João Pessoa: Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo. Ano 3, vol. 3, n. 1, 2016, p. 175 - 193.

BONITO, Marco. **Processos da comunicação digital deficiente e invisível: Mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas Pessoas com deficiência visual no Brasil**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

BORELLI, Viviane. **A circulação da notícia na sociedade em processo de midiaticização: o caso de jornais de abrangência regional**. Santa Cruz do Sul: Rizoma, 2015, Vol. 3, n. 1, p. 36 - 48.

BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Cidadania, um projeto em construção**. São Paulo: claroenigma, 2012.

BRAGA, José Luiz. **Comunicação, disciplina indiciária**. São Paulo: MATRIZES, 2008, n. 2, p. 73 - 88.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do Campo da Comunicação**. São Leopoldo: Verso e Reverso/ Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), 2011, n. 15, p. 62 - 77.

BRAGA, José Luiz. **Teorias intermediárias: uma estratégia para o conhecimento comunicacional**. São Paulo: MATRIZES, 2020, Vol. 14, n. 2, p. 101 -117.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Brasil: 1988.

BRASIL. **Decreto nº 3.956**. Brasil: 2001.

BRASIL. **Decreto Nº 5.296**. Brasil: 2004.

BRASIL. **Decreto nº 5.626**. Brasil: 2005.

BRASIL. **Decreto Nº 6.949**. Brasil: 2009.

BRASIL. **Instrução normativa da Secretaria Geral da Presidência da República nº 1**. Brasil: 2005.

BRASIL. **Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência**. Brasil: 2015.

BRASIL. **Lei nº 4.169**. Brasil: 1962.

BRASIL. **Lei nº 10.098**. Brasil: 2000

BRASIL. **Lei nº 10.436**. Brasil: 2002.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014, 196 p.

CARLÓN, M. A modo de glosário. *Cátedra Semiótica de Redes Universidad de Buenos Aires*, 15 de mar. 2021. Disponível em:
<<https://semioticaredes-carlon.com/2021/03/15/glosario/>>. Acesso em 12 jul. 2021.

CONTEÚDO, Marco Zero; UNICAP. **Acessibilidade Jornalística - Um problema que ninguém vê.** Estudo sobre a oferta e o consumo de conteúdo jornalístico por pessoas cegas e com baixa visão no Brasil. Pernambuco: Universidade Católica de Pernambuco, 2022, 68 p.

CONTEÚDO, Marco Zero; UNICAP. **Por um jornalismo acessível.** Manual de boas práticas para a produção de conteúdo jornalístico acessível às pessoas com deficiência visual. Pernambuco: Universidade Católica de Pernambuco, 2022, 36 p.

CARPES, Daiana S. (Org.) *et al.* **Audiodescrição:** práticas e reflexões. Santa Cruz do Sul: Editora Catarse, 2016, 165 p.

CARMO, Carlos E. O. do; RIBEIRO, Natalia P. R. **Uma prática da consideração:** para além da bipedia compulsória na dança. Salvador: Anais do VI Encontro Científico da Associação Nacional de Pesquisadores em Dança (ANDA), 2019. p. 919-932.

EBC. **NOR 704.** Brasil: Empresa Brasileira de Comunicação, 2018.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** Vitória: Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), 2007, 4 p.

FREITAS, Thais Araújo de. **Representações sociais de pessoas com deficiência em notícias do portal G1.** Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide.** Para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

GENTILLI, Victor. **Democracia de Massas:** jornalismo e cidadania. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005, 180 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social.** São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008, 220 p.

HOPPE, Bárbara C.A. **Educomunicação como Tecnologia Assistiva:** Caminhos à Efetivação do Direito à Educação da Pessoa com Diversidade Funcional no Ensino Superior. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), 2019, 193 p.

INTERVOZES, C.; FRONTEIRAS, R. S. **Monitor de Propriedade de Mídia no Brasil.** Brasil, 2019.

MARCO, Victor di. **Capacitismo:** o mito da capacidade. Belo Horizonte: Letramento, 2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos Cães Perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000, 176 p.

MATA, María Cristina. **Comunicación y ciudadanía**. Problemas teórico-políticos de su articulación. São Leopoldo: Unisinos, revista Fronteiras - estudos midiáticos, Vol. 3, n. 1, 2006, p. 5 - 15.

MEC. **Portaria Normativa do Ministério da Educação nº 14**. Brasil: Ministério da Educação, 2007.

MEC, SECADI e DPEE. **A Nota Técnica Nº 21**. Brasil: Ministério da Educação (MEC), da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão (SECADI) e da Diretoria de Políticas de Educação Especial (DPEE), 2012.

MEDINA, Cremilda de A. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Editora Ática S.A., 1995, 96 p.

MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**. Subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. Porto Alegre: Arquipélago, 2022, 367 p.

MOTTA, Livia M.V.M.M; FILHO, Paulo Romeu (Orgs.). **Audiodescrição**. Transformando Imagens em Palavras. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, 2010, 247 p.

NAVES, Sylvia Bahiense *et al* (Org.). **Guia para produções audiovisuais acessíveis**. Brasil: Ministério da Cultura e Secretaria de Audiovisual, S.A., 88 p.

NEIVA, Paula B. M. **A infografia como recurso jornalístico na mídia impressa**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2004, 61 p.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PEDROSA, Leyberson L. C. **SEO On-page no Jornalismo: fatores algorítmicos como lide aos buscadores**. Bauru: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), 2020, 204 p.

PEREIRA, Thiovane. Guia de acessibilidade cromática para daltonismo: princípios para profissionais da indústria criativa. Santa Maria: 2021. 31 p. (Recurso eletrônico).

QUATTRER, Milena; GOUVEIA, Ana Paula S. **A infografia nos meios de comunicação impressos**. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI), 2009. p. 235-241.

RAMOS, Júlia C. L. **O fotojornalismo nas revistas: do surgimento às novas práticas.** In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs.). *A revista e seu jornalismo.* Porto Alegre: Penso, 2013, v. 1, 1ª ed., p. 235-248.

RAMOS, Júlia C. L., MAROCCO, Beatriz. **Fotojornalismo: diversidade de conceitos, uniformidade das práticas.** SBPJOR: Brazilian Journal Research, 2017, Vol. 13, n. 1, p. 138 - 163.

RETIJ. **Perfil do Jornalista Brasileiro 2021.** Características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)/ Rede de Estudos Trabalho e Identidade dos Jornalistas (RETIJ), 2021, 217 p.

SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade: Informar para cinco sentidos.** In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 25 - 52.

SALTON, Bruna P.; DALL ALGNOL, Anderson; TURCATTI, Alissa. **Manual de Acessibilidade em Documentos Digitais.** Bento Gonçalves: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), 2017, 108 p.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação.** São Paulo: Revista Reação, 2009.

SASSAKI, Romeu. **Vida independente: história, movimento, liderança, conceito, filosofia e fundamentos.** São Paulo: RNR, 2003, p. 12 - 16.

SEGATTO, Karine Arminda de Fátima. **Acessibilidade e Multimídia no Webjornalismo da América do Sul.** Dissertação (Mestrado em Processos Jornalísticos) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2015.

SCHWARCZ, Lilia M.; STARLING, Heloisa M. **Brasil: Uma Biografia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2018, 709 p.

SQUARISI, Dad; SALVADOR, Arlete. **A arte de escrever bem: um guia para jornalistas e profissionais do texto.** São Paulo: Editora Contexto, 2004, 105 p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Volume I. Porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2005, 223 p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Volume II. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2013, 208 p.

UNIC. **Declaração Universal dos Direitos Humanos.** Rio de Janeiro: Centro de Informações das Nações Unidas para o Brasil (UNIC), 2000, 8 p.

VEIGA, Márcia. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias.** Florianópolis, Editora Insular, 2014.

VENDRAMIN, Carla. **Repensando mitos contemporâneos: o capacitismo**. Campinas: III Simpósio Internacional “Repensando Mitos Contemporâneos”, 2019.

WOBETO, Samara L.; BORELLI, Viviane. **Acessibilidade Comunicacional: Análise da presença de Tecnologias Assistivas em veículos de mídia brasileiros**. São Leopoldo: IV Midiaticom, 2020.

WOBETO, Samara L.; BORELLI, Viviane. **Construção jornalística da pessoa com deficiência e a ênfase na superação**. 10º JPJOR, 2020.

WOBETO, Samara L., ROMERO, Luan e BORELLI, Viviane. **Análise quantitativa da cobertura jornalística sobre Acessibilidade e Pessoas com Deficiência**. Pernambuco: 44º Congresso de Ciências da Comunicação - Intercom, 2021. In: <https://www.researchgate.net/publication/362540112_Analise_Quantitativa_da_Cobertura_Jornalistica_sobre_Acessibilidade_e_Pessoas_com_Deficiencia>.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009, 295 p.

W3C. **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)**. World Wide Web Consortium (W3C), 2018.

ANEXO 1

FERRAMENTA: INDICADORES DE QUALIDADE PARA A ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL EM VEÍCULOS JORNALÍSTICOS

1. Com relação à produção jornalística e à acessibilidade

1.1 Planejamento da pauta

- 1.1.1 Quando possível, no planejamento da pauta, o profissional prevê o formato do produto jornalístico
- 1.1.2 No planejamento da pauta, o profissional insere a acessibilidade comunicacional como parte do processo de produção
- 1.1.3 No planejamento da pauta, principalmente em projetos de grande-reportagem ou de reportagens especiais, há planejamento de paletas de cores acessíveis

1.2 Apuração

- 1.2.1 Pessoas com deficiência são fontes para produtos jornalísticos além dos que pautam especificamente a deficiência ou a acessibilidade
- 1.2.2 Pessoas com deficiência são consideradas como fontes prioritárias somente para pautas relacionadas à deficiência e à acessibilidade
- 1.2.3 Deficiência e acessibilidade são pensadas como pautas para além de datas relativas, a exemplo do Dia Nacional da Pessoa com Deficiência (21 de setembro)
- 1.2.4 Deficiência e acessibilidade são pensadas como pautas somente em datas relativas à temática

1.3 Entrevistas

- 1.3.1 Pessoas com deficiência são fontes de produtos jornalísticos
- 1.3.2 Quando entrevista pessoas cegas ou com baixa visão, faz a autodescrição
- 1.3.3 Quando entrevista pessoas cegas ou com baixa visão, faz a descrição do ambiente em que ocorre a entrevista
- 1.3.4 Quando entrevista pessoas surdas ou com baixa audição, utiliza de tradução para a Língua Brasileira de Sinais;

- 1.3.5 Quando entrevista pessoas surdas ou com baixa audição, contrata tradutores de LIBRAS;

1.4 Produção do produto jornalístico

- 1.4.1 A linguagem da redação é pensada de forma linear e fluida
- 1.4.2 O texto escrito tem uma hierarquia da informação (não no sentido de lead e etc, mas de gancho entre as partes e não ter informações soltas)
- 1.4.3.1 No caso de ter fotografias fotojornalísticas, em que a fotografia é informação imprescindível, é feita descrição de imagens
- 1.4.3.2 No caso de ter fotografias fotojornalísticas, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.4.1 No caso de ter fotografias decorativas, há descrição de imagens
- 1.4.4.2 No caso de ter fotografias decorativas, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.5.1 No caso de ter ilustrações, há descrição de imagens
- 1.4.5.2 No caso de ter ilustrações, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.6.1 No caso de ter infográficos, há descrição da imagem levando em conta a hierarquia e contexto da informação visual
- 1.4.6.2 No caso de ter infográficos, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.6.3 No caso de ter infográficos, são utilizados recursos (como nomeação de cores, símbolos e representações, texturas e padrões geométricos, contornos e espaçamentos, alterações na matiz, saturação e luminosidade) na aplicação para promover outras formas de entendimento da mensagem
- 1.4.7.1 No caso de ter gráficos e tabelas, há descrição de imagens
- 1.4.7.2 No caso de ter gráficos e tabelas, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.7.3 No caso de ter gráficos e tabelas, são utilizados recursos (como nomeação de cores, símbolos e representações, texturas e padrões geométricos, contornos e

espaçamentos, alterações na matiz, saturação e luminosidade) na aplicação para promover outras formas de entendimento da mensagem

- 1.4.8.1 No caso de ter mapas, há descrição de imagens
- 1.4.8.2 No caso de ter mapas, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.8.3 No caso de ter mapas, são utilizados recursos (como nomeação de cores, símbolos e representações, texturas e padrões geométricos, contornos e espaçamentos, alterações na matiz, saturação e luminosidade) na aplicação para promover outras formas de entendimento da mensagem
- 1.4.9.1 No caso de videorreportagem, há inserção de descrição de imagens por meio da tradução sonora
- 1.4.9.2 No caso de videorreportagem, há inserção de Janela de Libras e de Linguagem para Surdos e Ensurdidos (LSE)
- 1.4.9.3 No caso de videorreportagem, há inserção de Janela de Libras
- 1.4.9.4 No caso de videorreportagem, há inserção de Linguagem para Surdos e Ensurdidos (LSE)
- 1.4.9.5 No caso de videorreportagem, há inserção de legenda
- 1.4.9.6 No caso de videorreportagem, há possibilidade de ativação de legenda automática
- 1.4.9.7 No caso de videorreportagem, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível
- 1.4.10.1 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há faixa de audiodescrição que pode ser habilitada
- 1.4.10.2 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há autodescrição dos entrevistadores e entrevistados
- 1.4.10.3 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há descrição dos cenários
- 1.4.10.4 No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há autodescrição dos entrevistadores e entrevistados
- 1.4.10.5 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há Janela de Libras e de Linguagem para Surdos e Ensurdidos (LSE) que podem ser habilitadas
- 1.4.10.6 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há Janela de Libras que pode ser habilitada
- 1.4.10.7 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há inserção de Linguagem para Surdos e Ensurdidos (LSE)

- 1.4.10.8 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há inserção de legenda
- 1.4.10.9 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há possibilidade de ativação de legenda automática
- 1.4.10.10 No caso de entrevistas em vídeo gravadas, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível
- 1.4.11.1 No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há descrição do cenário
- 1.4.11.2 No caso de entrevistas de vídeo ao vivo, há preocupação com contraste responsivo, principalmente nas informações dispostas no backdrop e nome das pessoas participantes
- 1.4.11.3 No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há preocupação com contraste de cor responsivo, principalmente na inserção de backdrops e elementos ao fundo da transmissão
- 1.4.11.4 No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há tradução por meio de intérprete de Libras
- 1.4.11.5 No caso de entrevistas em vídeo ao vivo, há possibilidade de ativação de recurso de legenda automática
- 1.4.12 No caso de audiorreportagem, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível
- 1.4.13.1 No caso de entrevistas em áudio gravadas, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível
- 1.4.13.2 No caso de entrevistas em áudio ao vivo, há possibilidade de ativação de recurso de legenda automática
- 1.4.14.1 No caso de podcast, há opção de acesso, por meio de botão ou link, do roteiro acessível
- 1.4.14.2 No caso de podcast, há possibilidade de ativação de recurso de legenda automática
- 1.4.15.1 No caso de rádios incorporadas em veículos jornalísticos em meio digital, há possibilidade de ativação de recurso de legenda automática
- 1.4.15.2 No caso de ter rádios incorporadas em veículos jornalísticos em meio digital, há outra forma de acessar o mesmo conteúdo, por meio de outros formatos, como texto ou vídeo, por exemplo
- 1.4.16.1.1 No caso de inserção do recurso de Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE), há bom contraste (cor branca com fundo preto)

- 1.4.16.1.2 No caso de inserção do recurso de Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE), se utiliza de duas até três linhas por display de legenda
- 1.4.16.1.3 No caso de inserção do recurso de Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE), ele é posicionado na parte inferior da tela
- 1.4.16.2.1 No caso de inserção do recurso de legenda automática, há bom contraste (cor branca com fundo preto)
- 1.4.16.2.2 No caso de inserção do recurso de legenda automática, se utiliza de duas até três linhas por display de legenda
- 1.4.16.2.3 No caso de inserção do recurso de legenda automática, ele é posicionado na parte inferior da tela
- 1.4.17 No caso de ter vídeos, há contraste de cor responsivo, que permita o discernimento de todos os elementos visuais essenciais para a compreensão visual
- 1.4.18.1 No caso de usar hiperlinks na redação de um produto jornalístico, há identificação por meio de cor, negrito e texto sublinhado
- 1.4.18.2 No caso de usar hiperlinks na redação de um produto jornalístico, há identificação somente por meio de texto sublinhado
- 1.4.18.3 No caso de usar hiperlinks na redação de um produto jornalístico, há identificação somente por meio da cor
- 1.4.18.4 No caso de usar hiperlinks na redação de um produto jornalístico, há identificação somente por meio do negrito
- 1.4.19.1 Há aplicação de testes para verificar se todos os elementos visuais que compõem o produto jornalístico têm contraste responsivo
- 1.4.19.2 Há aplicação de testes para verificar se as fotografias que compõem o produto jornalístico têm contraste responsivo
- 1.4.19.3 Há aplicação de testes para verificar se os infográficos que compõem o produto jornalístico têm contraste responsivo
- 1.4.19.4 Há aplicação de testes para verificar se os gráficos e tabelas que compõem o produto jornalístico têm contraste responsivo
- 1.4.19.5 Há aplicação de testes para verificar se os mapas que compõem o produto jornalístico têm contraste responsivo

1.5 Publicação

- 1.5.1.1 Na publicação no site, há descrição de imagens
- 1.5.1.2 Na publicação no site, não há descrição de imagem
- 1.5.2.1 Na publicação no site, a descrição de imagens é inserida no campo adequado do texto alternativo
- 1.5.2.2 Na publicação no site, a descrição de imagens é inserida no campo das legendas
- 1.5.3.1 Quando há hiperlinks, eles são identificados por meio de uma descrição quanto ao conteúdo ao qual se referem
- 1.5.3.2 Links são inseridos sem que seja por meio de hiperlink descritivo quanto ao conteúdo ao qual se referem
- 1.5.4.1 Os estilos de texto são usados corretamente para compor a hierarquia informacional e possibilitar maior fluidez e autonomia na navegação
- 1.5.4.2 Não há inserção do conteúdo no site por meio da estrutura de estilos de texto, o que prejudica a composição e o entendimento de uma hierarquia da informação
- 1.5.4.3 A inserção do conteúdo no site é feita fora da estrutura de estilos de texto, o que prejudica a composição e o entendimento de uma hierarquia da informação
- 1.5.5 No caso de publicações com texto muito longo, há inserção de hiperlinks na estrutura do produto jornalístico (a exemplo de uma estrutura de sumário)
- 1.5.6 Na publicação no site, há inserção de botão ou hiperlink para acesso do roteiro acessível
- 1.5.7 Na publicação do site, o conteúdo é publicado em uma única coluna de texto
- 1.5.8.1 Na publicação do site, boxes, citações ou olhos são adicionados por meio dos Estilos
- 1.5.8.2 Na publicação do site, boxes, citações ou olhos são adicionados por meio de imagens

1.6 Circulação

- 1.6.1 No caso do produto jornalístico ser divulgado em redes sociais, há planejamento de acessibilidade para descrição das imagens

- 1.6.2.1 No caso do produto jornalístico ser divulgado em redes sociais, há planejamento de acessibilidade para Janela de Libras e de Janela para Surdos e Ensurdecidos
- 1.6.2.2 No caso do produto jornalístico ser divulgado em redes sociais, há planejamento de acessibilidade para Janela de Libras
- 1.6.2.3 No caso do produto jornalístico ser divulgado em redes sociais, há planejamento de acessibilidade para Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE)
- 1.6.2.4 No caso do produto jornalístico ser divulgado em redes sociais, há planejamento de acessibilidade para legenda
- 1.6.3.1 Na postagem de conteúdos relacionados nas redes sociais digitais, há inserção da descrição das imagens nos campos corretos
- 1.6.3.2 Na postagem de conteúdos relacionados nas redes sociais digitais, há inserção da descrição das imagens nas legendas
- 1.6.3.3 Na postagem de conteúdos relacionados nas redes sociais digitais, não há inserção da descrição das imagens em nenhum campo
- 1.6.4.1 Todas as peças gráficas postadas em redes sociais tem contraste responsivo
- 1.6.4.2 Algumas peças gráficas postadas em redes sociais tem contraste responsivo
- 1.6.5 No caso de postagem de vídeos curtos em espaços com tempo delimitado (a exemplo de stories no instagram e facebook), há inserção de tradução sonora da informação imagética
- 1.6.6.1 No caso de postagem de vídeos curtos em espaços com tempo delimitado (a exemplo de stories no instagram e facebook), há inserção de Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE)
- 1.6.6.2 No caso de postagem de vídeos curtos em espaços com tempo delimitado (a exemplo de stories no instagram e facebook), há inserção de legenda
- 1.6.7.1 No caso de postagens de peças gráficas em redes sociais, todas tem contraste responsivo
- 1.6.7.2 No caso de postagens de peças gráficas em redes sociais, algumas tem contraste responsivo

2. Quanto à empresa jornalística:

- 2.1.1 Tem, na equipe de jornalistas, mais de um profissional com deficiência
- 2.1.2 Tem, na equipe, pelo menos um profissional com deficiência

- 2.2.1 Tem mais de um profissional formado em audiodescrição contratado
- 2.2.2 Tem um profissional formado em audiodescrição contratado
- 2.2.3 Tem, na equipe, profissionais capacitados em descrição de imagens
- 2.2.4 Tem, na equipe, pelo menos um profissional capacitado em descrição de imagens
- 2.2.6 Tem mais de um profissional intérprete de Libras contratado
- 2.2.7 Tem um profissional intérprete de Libras contratado
- 2.3.1 Já ofertou cursos ou oficinas de formação para audiodescrição de imagens
- 2.3.2 Já ofertou cursos ou oficinas de formação para descrição de imagens
- 2.4. Já fez análise de acessibilidade no site do veículo jornalístico
- 2.4.1 As pautas sobre pessoas com deficiência não têm abordagens de superação ou de caridade
- 2.4.2 As pautas sobre pessoas com deficiência não têm um viés de superação
- 2.4.3 As pautas sobre pessoas com deficiência não têm um viés de caridade

3. Com relação aos aspectos técnicos do site:

- 3.1 Os menus do site estão em português
- 3.2 Os menus do site estão facilmente identificados no layout da plataforma
- 3.3 Há opção de alto contraste
- 3.4 Há opção de aumento e diminuição do tamanho da fonte
- 3.5.1 No caso de opção de aumento e diminuição de tamanho de fonte, o texto se adapta ao tamanho da tela (computador, notebook, tablet, celular)
- 3.5.2 O tamanho da fonte é pequeno e não se adapta ao tamanho da tela
- 3.6 O campo de busca do site está localizado no alto da página
- 3.7 Há facilidade em encontrar e acessar um produto jornalístico por meio do campo de busca (manuais recomendam que isso deve ser possível em 45 segundos)
- 3.8.1 O consumo de um produto jornalístico é possível sem muitos entraves (publicidade em excesso ou hiperlinks de outras matérias em excesso)
- 3.8.2.1 Há presença de muita publicidade e de anúncios sobrepostos
- 3.8.2.2 Há pouca publicidade
- 3.8.2.3 Não há anúncios sobrepostos
- 3.9.1 Todos os botões do site estão nomeados conforme sua função
- 3.9.2 Alguns botões do site estão nomeados conforme sua função

- 3.10.1 Quando há ícones de redes sociais, todos estão etiquetados de acordo com sua função
- 3.10.2 Quando há ícones de redes sociais, alguns estão etiquetados de acordo com sua função
- 3.11.1 Quando há recurso de captcha, se opta por um tipo que tenha somente uma caixa de seleção
- 3.11.2 Quando há recurso de captcha, se opta por um tipo que tenha opção de descrição da imagem
- 3.12.1 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, o formulário é fluido e descritivo
- 3.12.2 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, o formulário tem descrição de preenchimento por meio dos campos de preenchimento
- 3.12.3.1 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, em que há dados sensíveis e financeiros, há possibilidade de confirmação das informações e de cancelamento do envio
- 3.12.3.2 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, em que há dados sensíveis e financeiros, há possibilidade de confirmação das informações
- 3.12.3.3 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, em que há dados sensíveis e financeiros, há possibilidade de cancelamento do envio
- 3.12.4.1 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, há possibilidade de confirmação das informações e de cancelamento do envio
- 3.12.4.2 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, há possibilidade de confirmação das informações
- 3.12.4.3 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, há possibilidade de cancelamento do envio
- 3.12.5 Quando há possibilidade de cadastro em newsletter ou assinatura do veículo jornalístico, as informações a serem preenchidas são solicitadas somente uma vez, com exceção dos campos de confirmação de senha
- 3.12.6 Quando há apresentação de mensagens de erro, há exibição de dicas de resolução

- 3.12.7 Em caso de necessidade de login, o campo de preenchimento da senha possibilita o recurso de copiar e colar
- 3.13.1 O site não tem o uso do botão 'Leia mais' ou 'Para saber mais' na página inicial
- 3.13.2 O site evita o uso do botão 'Leia mais' ou 'Para saber mais' na página inicial
- 3.14.4 O site não tem o uso do botão 'Leia mais' ou 'Para saber mais' no corpo do texto de produtos jornalísticos
- 3.14.2 O site evita o uso do botão 'Leia mais' ou 'Para saber mais' no corpo do texto de produtos jornalísticos
- 3.15 O site não tem atualização constante e automática
- 3.16 O site tem funcionalidades que podem ser acionadas por áudio
- 3.17 O site tem atalhos de navegação vinculados ao teclado
- 3.18 O site tem uma aba, no menu principal, que identifica a acessibilidade e que descreve os atalhos de navegação ativados pelo teclado
- 3.19 O site apresenta uma forma simples de obter ajuda contextualizada para a informação apresentada na tela, a exemplo de um quadro com informações acessíveis
- 3.20 Há incorporação de recursos ou ferramentas de tradução de linguagens em texto, áudio e vídeo para a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS)
- 3.21 Há opção de ouvir o texto por meio de áudio
- 3.22.1 Todo o contraste original entre cor de fundo e cor do texto é responsivo (o que contempla manchete, linha fina, data de publicação, corpo do texto e demais elementos)
- 3.22.2 Parte do contraste original entre cor de fundo e cor do texto é responsivo
- 3.23 O contraste entre o fundo e o conteúdo é testado para contraste responsivo para diversos tipos de daltonismo
- 3.24 O fundo da página é claro e/ou branco
- 3.24.1 Os botões do site usam de cor e texto (por exemplo, nomeação das cores) para a identificação
- 3.24.2 Os botões do site usam somente de cor para a identificação
- 3.25.1 Os ícones do site tem descrição de imagens e contraste responsivo
- 3.25.2.1 Os ícones do site tem descrição de imagens
- 3.25.2.2 Os ícones do site tem contraste responsivo
- 3.26.3 As logomarcas do site tem descrição de imagens e contraste responsivo
- 3.26.3.1 As logomarcas do site tem descrição de imagens

- 3.26.3.2 As logomarcas do site tem contraste responsivo
- 3.27.1 O site usa de fontes com boa legibilidade em manchetes e linhas finas e no corpo do texto
- 3.27.2.1 O site usa de fontes com boa legibilidade em manchetes e linhas finas
- 3.27.2.2 O site usa de fontes com pouca legibilidade no corpo do texto
- 3.28 O site usa de fontes com boa legibilidade em textos jornalísticos extensos, a exemplo do long form
- 3.29 No site, há efeitos visuais de movimento, a exemplo do ‘tremor’, para indicar a presença do cursor do mouse em botões ou hiperlinks
- 3.30 No caso de o site utilizar a identificação das editorias por cores, há aplicação de testes de contraste responsivo
- 3.31.1 O site não faz uso de banners
- 3.31.2 O site faz uso de banners
- 3.32.1 O site usa da estrutura de listas e evita a estrutura de colunas
- 3.32.2 O site usa da estrutura de listas
- 3.32.3 O site evita a estrutura de colunas

4. Com relação à legislação:

- 4.1 O site do veículo jornalístico não apresenta barreiras para a comunicação, que impossibilitem o entendimento e recebimento da mensagem;
- 4.2 O site do veículo jornalístico não apresenta barreiras atitudinais, por meio de ações que impossibilitem o entendimento e recebimento da mensagem;
- 4.3 O site do veículo jornalístico não apresenta barreiras tecnológicas, por meio de entraves em seu site impossibilitem o entendimento e recebimento da mensagem;
- 4.4 Há promoção de tentativa de eliminação de barreiras comunicacionais do veículo jornalístico;
- 4.5 Há promoção de tentativa de eliminação de barreiras atitudinais do veículo jornalístico;
- 4.6 Há promoção de tentativa de eliminação de barreiras tecnológicas do veículo jornalístico;
- 4.7 Há inclusão da tradução por meio de janela de LIBRAS no site do veículo jornalístico;
- 4.8 Há inclusão de legenda oculta/closed caption no no site do veículo jornalístico;

- 4.9 Há inclusão de legendas no site do veículo jornalístico;
- 4.10 Há inclusão de audiodescrição no site do veículo jornalístico;
- 4.11 Há recurso de caracteres ampliados no site do veículo jornalístico e nos produtos jornalísticos individuais;
- 4.12 Os diversos formatos da linguagem jornalística permitem uma leitura acessível, seja por meio de softwares leitores de tela, ampliação de caracteres, contrastes e impressão em Braille;
- 4.13 O site do veículo jornalístico tem símbolo com recursos de acessibilidade em destaque;
- 4.14 Caso tenha publicidade no site do veículo jornalístico, ela é acessível do ponto de vista comunicacional;

ANEXO 2

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da Pesquisa: Construção de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional de veículos jornalísticos

Nome do Pesquisador Principal: Samara Letícia Wobeto

Nome do(s) Pesquisadores Orientadores e Coorientadores: Viviane Borelli e Luan Moraes Romero

1. **Natureza da pesquisa:** O Senhor (a) está sendo convidado a participar desta pesquisa que tem como finalidade a construção de uma ferramenta para avaliar a qualidade da acessibilidade comunicacional para veículos jornalísticos em meio digital.
2. **Participante da pesquisa:** _____.
3. **Envolvimento na pesquisa:** Ao participar deste estudo o Sr(a). permitirá que a pesquisadora Samara Letícia Wobeto utilize os dados gerados pela entrevista para a construção da monografia. O senhor(a) tem liberdade de se recusar a participar e ainda se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para o senhor(a). Sempre que quiser poderá pedir mais informações sobre a pesquisa através do e-mail da pesquisadora.
4. **Sobre as entrevistas:** Será um teste de usabilidade/entrevista no formato de entrevista, realizada presencialmente/por meio do Google Meet, com gravação para fins de transcrição.
5. **Riscos e desconforto:** A participação nesta pesquisa não traz complicações legais.
6. **Confidencialidade:** Todos os dados coletados neste estudo serão usados estritamente para fins acadêmicos.
7. **Benefícios:** Ao participar desta pesquisa, o senhor(a) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo traga informações importantes sobre a acessibilidade comunicacional no jornalismo digital, de forma que o conhecimento que será construído a partir desta pesquisa possa auxiliar na avaliação do uso da acessibilidade comunicacional no jornalismo. A pesquisadora se compromete a divulgar os resultados obtidos.
8. **Pagamento:** O senhor(a) não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada será pago por sua participação.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto preencha, por favor, os itens que se seguem.

Obs: Não assine esse termo se ainda tiver dúvida a respeito.

Consentimento Livre e Esclarecido

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa. Declaro que recebi cópia deste termo de consentimento, e autorizo a realização da pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo.

Nome do Participante da Pesquisa

Assinatura do Participante da Pesquisa

Assinatura do Pesquisador

Assinatura do Orientador

Pesquisador Principal : Samara Letícia Wobeto - 55 99717-3302

Demais pesquisadores: Viviane Borelli e Luan Moraes Romero

**Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Curso de Comunicação Social - Jornalismo
Santa Maria - RS**

ANEXO 3

ROTEIRO DE QUESTÕES - ENTREVISTAS COM OS VEÍCULOS

1. EQUIPE: Tem profissionais com deficiência? Quantos?

2. ESPECIALIZAÇÃO EM ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL? Tem profissionais que fizeram curso em audiodescrição ou em descrição de imagens?
3. ANÁLISE: Já fez análise de acessibilidade no site?
4. ELIMINAÇÃO DE BARREIRAS: Há tentativas de eliminação de barreiras na acessibilidade comunicacional, atitudinais e tecnológicas do veículo jornalístico?
5. PLANEJAMENTO DA PAUTA: Como é planejado o formato do produto jornalístico? A acessibilidade comunicacional é inserida como parte do processo de produção jornalística? Em projetos de grande-reportagem ou reportagens especiais, há planejamento de paletas de cores acessíveis?
6. ENTREVISTA: Os profissionais jornalistas fazem autodescrição, descrição do ambiente quando entrevistam pessoas cegas ou com baixa visão? É usada tradução em LIBRAS e/ou contrata tradutores de LIBRAS quando entrevista pessoas surdas ou com baixa audição?
7. REDES SOCIAIS: Há planejamento de acessibilidade para redes sociais? Para todas? Quais?
8. TESTES: Há aplicação de testes para verificar se todos os elementos visuais que compõem o produto jornalístico têm contraste responsivo? Ex.: fotografias, infográficos, gráficos e tabelas, mapas.

ANEXO 4

TABELA DE TESTAGEM E TABELA DE TRATAMENTO DE DADOS

Tabela de testagem de aplicabilidade: [link](#).

Tabela de testagem - cálculos: [link](#).

