
Essencial Para Alguns, Útil Para Todos: Uma Análise da Acessibilidade Digital em Reportagens Multimídia¹

Gabriel Cerqueira Nunes dos Santos²
Lívia de Souza Vieira³
Universidade Federal da Bahia

Resumo

Este trabalho apresenta um estudo a respeito da situação da acessibilidade digital nas grandes reportagens multimídia, no contexto do jornalismo digital. Nesse sentido, reflexões a respeito da inclusão das pessoas com deficiência, tanto socialmente, quanto mercadologicamente, são abordadas neste artigo. O estudo tem como objetivo compreender como a acessibilidade digital está sendo executada por veículos jornalísticos nacionais e estrangeiros, por meio da análise de reportagens multimídia de referência. Metodologicamente, este trabalho foi realizado a partir de uma pesquisa exploratória quali-quantitativa com dez reportagens finalistas de um prêmio internacional de jornalismo. A partir dos resultados, foi possível perceber que os veículos analisados ainda negligenciam práticas essenciais para a acessibilidade digital de seus conteúdos. Como conclusão, constatou-se a necessidade da indústria jornalística incorporar, de maneira mais assertiva, a acessibilidade digital nos seus processos de produção de conteúdo.

Palavras-chave: Acessibilidade Digital; Reportagem Multimídia; Jornalismo Digital; Design de Experiência do Usuário

Introdução

Na esteira do avanço tecnológico, o jornalismo experimentou uma transformação profunda, revolucionando a maneira como consumimos informações. Com a ascensão do jornalismo digital e a disseminação ubíqua de dispositivos móveis, a propagação de notícias ganhou novas dimensões e possibilidades. Nesse contexto, emerge a acessibilidade digital como um elemento crucial para a inclusão de uma audiência diversificada, incluindo indivíduos com capacidades distintas.

¹ Trabalho submetido ao GP IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista graduado pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (FACOM/UFBA), email: brielonunes@gmail.com

³ Professora na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (FACOM/UFBA) e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PPGCOM/UFBA), Doutora em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC), email: liviasvieira@gmail.com

Diante desse fenômeno, o objetivo geral deste estudo visa compreender como a acessibilidade digital está sendo executada por veículos jornalísticos nacionais e estrangeiros, por meio da análise de reportagens multimídia de referência. A investigação se concentra em como os veículos de comunicação estão incorporando práticas de design inclusivo para enriquecer a acessibilidade e o valor do conteúdo jornalístico. De acordo com o relatório *The Global Economics of Disability* (2020), o mundo conta com cerca de 1.85 bilhão de pessoas com deficiência, destacando a magnitude deste público diverso.

À medida que o jornalismo digital floresceu, houve uma mudança relevante na maneira como as histórias são narradas. A acessibilidade digital ganha destaque como um imperativo para assegurar que as informações sejam compreensíveis e utilizáveis por todas as pessoas, independentemente de suas aptidões. Em um mundo onde a informação é um bem essencial, é importante que os princípios de acessibilidade sejam intrínsecos à produção jornalística.

A pesquisa também busca contribuir para a compreensão do papel crucial da acessibilidade no cenário do jornalismo contemporâneo. Ao examinar de perto as práticas de design inclusivo adotadas por veículos de mídia em suas reportagens multimídia, busca-se evidenciar a importância da inclusão na entrega de informações. Por meio da identificação de boas práticas e áreas passíveis de aprimoramento, aspira-se fornecer percepções valiosas para promover uma experiência de leitura mais abrangente e igualitária.

1. Fundamentações Sobre Acessibilidade e a Grande Reportagem Multimídia

A acessibilidade, componente essencial da usabilidade, desempenha papel crucial em assegurar que produtos e serviços atendam a diversos usuários. Organizações como a International Organization for Standardization (ISO) e o World Wide Web Consortium (W3C) são fundamentais na definição de padrões de acessibilidade. A ISO, renomada por estabelecer critérios globais de qualidade, conceitua usabilidade como a eficaz e satisfatória utilização de produtos, englobando eficácia, eficiência e satisfação. A ISO 9241-11 ressalta a importância de considerar características dos usuários, como habilidades e capacidades sensoriais, enquanto a acessibilidade é vista como extensão da usabilidade, abarcando diversas capacidades (ABNT, 1998, p. 3).

O W3C, por meio do Web Accessibility Initiative (WAI), enfoca a promoção da acessibilidade digital na Web. As Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) do WAI desempenham papel vital ao garantir acessibilidade para pessoas com deficiência, idosos e usuários em geral. As diretrizes, organizadas em princípios de perceptibilidade, operabilidade, compreensibilidade e robustez, abrangem variadas deficiências. Critérios de sucesso mensuráveis estão integrados nas WCAG, subdivididos em três níveis progressivos (A, AA e AAA), promovendo melhoria contínua na acessibilidade (W3C, 2018).

Ao considerar as definições da ISO e do W3C, é evidente que a acessibilidade é um componente intrínseco da usabilidade, visando atender uma gama diversificada de usuários (SOUZA, 2016). Enquanto a ISO destaca a importância de considerar as características dos usuários, o W3C enfatiza a implementação de diretrizes específicas, como as WCAG, com critérios de sucesso escalonados para assegurar uma experiência digital inclusiva e progressiva. Ambas as abordagens contribuem para uma melhor compreensão e aplicação da acessibilidade em contextos variados.

No Brasil, acessibilidade digital é parte integrante de um amplo cenário que engloba aspectos arquitetônicos, comunicacionais e de mobilidade. O Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146) visa estabelecer um acesso seguro e autônomo a espaços, mobilidade, informação e comunicação. Embora haja progressos, o enfoque muitas vezes se concentra na deficiência visual, enquanto a verdadeira acessibilidade digital demanda uma abordagem abrangente (SOUZA, 2016). A quarta avaliação realizada conjuntamente pela BigDataCorp e o Movimento Web para Todos em 2022 revelou uma preocupante lacuna, com 99,8% das páginas de notícias carecendo de medidas acessíveis.

No contexto digital contemporâneo, onde a produção e o consumo de informações se entrelaçam com dispositivos digitais, as barreiras de acessibilidade excluem uma parcela significativa da população de uma participação plena. Com cerca de 24% dos brasileiros enfrentando algum tipo de deficiência (IBGE, 2010), a necessidade de políticas de acessibilidade digital torna-se urgente. Para além de ser um Direito Humano internacionalmente reconhecido, a acessibilidade digital assume um papel vital na prevenção da marginalização social e na garantia da plena cidadania das pessoas com deficiência. A adoção de padrões acessíveis não apenas promove a

inclusão, mas também confere vantagens estratégicas às empresas e instituições, ampliando sua base de consumidores e aprimorando a visibilidade das páginas de notícias nos mecanismos de busca (W3C, 2015).

2. Acessibilidade Como Pilar Do Design De Experiência

O desenvolvimento de produtos digitais com foco na experiência do usuário tem se tornado uma prioridade cada vez maior. A digitalização de serviços essenciais na sociedade, como bancos, transporte e entretenimento, tem impulsionado o interesse por essa área. O termo "experiência do usuário" foi introduzido por Donald Norman em 1990 e abrange diversas disciplinas, como design, programação, negócios e psicologia (SOUSA; BERTOMEU, 2015). A experiência do usuário envolve todos os aspectos que afetam a interação de uma pessoa com um produto. O design de experiência visa sincronizar elementos como arquitetura de informação, design de interação, interação humano-computador e design visual (NIELSEN; NORMAN, 2014).

A disseminação dos computadores pessoais e da internet nas décadas de 80 e 90 marcou o início dos estudos em design de experiência do usuário, impulsionando a demanda por produtos com usabilidade e apelo visual. Atualmente, a crescente digitalização amplia ainda mais essa necessidade (SOUSA; BERTOMEU, 2015). Profissionais de design, gerenciamento de produtos e desenvolvimento trabalham juntos para garantir a atratividade, viabilidade e funcionalidade dos produtos digitais, sendo os designers essenciais ao compreender as necessidades dos usuários e seus comportamentos, destacando a importância dos princípios de design de experiência do usuário (UX Design).

2.1 Princípios Da Experiência Do Usuário

Estruturar uma experiência de usuário positiva através do design é fundamental para o sucesso de um produto. De acordo com Porter e Brewer (2010), os designers não criam experiências, mas desenvolvem dispositivos que levam a sensações desejadas. A compreensão da natureza subjetiva da experiência e sua abordagem holística são destacadas por esses autores. Eles enfatizam que todos os pontos de contato do usuário com um produto contribuem para a experiência final. Além disso, a simplicidade na construção de experiências é vital, mas não é uma tarefa simples.

Morville (2004) destaca elementos essenciais no design de experiência, abrangendo utilidade, usabilidade, encontrabilidade, valor, credibilidade, acessibilidade e desejo. Esses componentes moldam designs inovadores, incluindo eficiente encontrabilidade e a adição de significado e confiança por meio do valor e credibilidade. O aspecto emocional do design, expresso pelo desejo, explora a relação entre emoções e consumo. A acessibilidade, frequentemente negligenciada, é fundamental. Em resumo, o design de experiência orquestra dispositivos para despertar sensações desejadas, compreendendo a subjetividade da experiência, adotando abordagem holística e integrando a acessibilidade como um pilar indispensável para a construção de uma base sólida e inclusiva.

2.3 O Jornalismo E Sua Relação Com O Design De Experiência

A digitalização intensiva de produtos, serviços e ferramentas atribuiu ao design um papel crucial na compreensão da interação das pessoas com esses recursos. Esse papel é especialmente significativo no jornalismo, onde a hipertextualidade e a multimídia estão integradas, tornando o design vital para a recepção do público (POSETTI, 2015). Um estudo de Posetti (2015) sobre sites jornalísticos norte-americanos revelou que o design influencia a percepção do usuário quanto ao estilo e à qualidade do conteúdo, sendo igualmente relevante ao próprio conteúdo (POSETTI, 2015).

No contexto brasileiro, Agner et al. (2015), ao analisarem a edição para iPad do jornal O Globo, identificaram deficiências no design de interface e interação. A ausência de foco no design centrado no usuário foi apontada como um problema central (AGNER et al., 2015), o que representa um obstáculo, prejudicando a experiência do usuário e o engajamento com os conteúdos jornalísticos. Chaplin (2016) enfatiza a importância fundamental do design para superar os desafios no jornalismo de alta qualidade. Dessa forma, é imperativo conscientizar os profissionais de comunicação sobre as diversas influências que moldam o jornalismo digital, incluindo o papel vital da acessibilidade como base para o desenvolvimento contínuo dos conteúdos online.

3.0 Análise Da Acessibilidade Digital Em Reportagens Multimídia

Neste estudo, analisamos as reportagens premiadas e finalistas do prêmio Online Journalism Awards (OJAs) na categoria Excelência e Inovação em Storytelling Visual Digital 2021, enfatizando narrativas inovadoras que combinam linguagens como fotografia e visualização de dados para melhorar a experiência do leitor. Utilizamos o software AccessMonitor para avaliar a acessibilidade das páginas web das reportagens finalistas, seguindo as diretrizes da WCAG 2.1. A análise inclui duas etapas: uma quantitativa, usando o AccessMonitor, e uma qualitativa que examina práticas aceitáveis/inaceitáveis, visando entender a acessibilidade digital das reportagens. Em 2021, a categoria teve dez finalistas no OJAs, representando diferentes tipos de redações. A Agência Lupa, veículo brasileiro, também se destacou. É importante destacar que alguns veículos analisados forneceram declarações sobre acessibilidade dos conteúdos em seus sites.

Tabela 3 - Relação das reportagens utilizadas na análise.

	Reportagem	Veículos Responsáveis	Colocação	Declaração de Acessibilidade	Links
Grandes Redações	Gone	The Globe and Mail	Vencedora	Presente	Acesse aqui
	A Cicada's Life	The Washington Post	Finalista	Presente	Acesse aqui
	Lac-Mégantic: La Dernière Nuit	CBC News e Rádio Canadá	Finalista	Presente	Acesse aqui
	POLITICO's 2020 Election Experience	Politico	Finalista	Ausente	Acesse aqui
Médias Redações	Inside Xinjiang's Prison State	The New Yorker	Vencedora	Presente	Acesse aqui
	Blue to Red in 30 Miles	Lehigh Valley Live	Finalista	Ausente	Acesse aqui

	George Floyd: A Leader in His Community	Univision News Digital	Finalista	Presente	Acesse aqui
Pequenas Redações	Birth in the 21st Century	Á Punt Mèdia, Barret Cooperativa e Lab RTVE	Vencedora	Presente	Acesse aqui
	No epicentro	Agência Lupa	Finalista	Ausente	Acesse aqui
	Shield of Europe: The Human Cost of Migration Policy	Jelle Krings	Finalista	Ausente	Acesse aqui

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.2. Análise Quantitativa Das Reportagens Finalistas

Como mencionado previamente, empregou-se o software validador automático de acessibilidade, o AccessMonitor, para a análise das reportagens. Através dessa análise, foram identificadas e quantificadas as práticas consideradas tanto aceitáveis quanto não aceitáveis, de acordo com os critérios de sucesso estabelecidos nos três níveis de acessibilidade das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG): Nível A, Nível AA e Nível AAA.

No Nível A, as diretrizes abordam requisitos básicos de acessibilidade, visando melhorar a experiência de usuários com deficiências. No Nível AA, os critérios são mais abrangentes e cobrem uma variedade maior de barreiras de acessibilidade. Já o Nível AAA estabelece as diretrizes mais rigorosas, promovendo a acessibilidade avançada. Relembramos que a nota total máxima, dada pelo software, é 10.

Tabela 4 - Resultados da varredura do AccessMonitor.

	Reportagem	Nota	Tipo de Prática	Quantidade de Práticas			
				A	AA	AAA	TOTAL

Grandes Redações	Gone – The Globe and Mail	5.1	Aceitáveis	3	0	0	3
			Não Aceitáveis	4	0	1	5
	A Cicada's Life - The Washington Post	7.2	Aceitáveis	4	0	0	4
			Não Aceitáveis	2	0	0	2
	Lac-Mégantic: La Dernière Nuit – CBC News e Rádio Canadá	6.6	Aceitáveis	4	0	0	4
			Não Aceitáveis	3	0	0	3
POLITICO's 2020 Election Experience - Politico	5.2	Aceitáveis	4	0	0	4	
		Não Aceitáveis	4	1	1	6	
Médias Redações	Inside Xinjiang's Prison State – The New Yorker	5.5	Aceitáveis	5	0	0	5
			Não Aceitáveis	4	1	0	5
	Blue to Red in 30 Miles - Lehigh Valley Live	4.8	Aceitáveis	3	0	0	3
			Não Aceitáveis	4	1	0	5

	George Floyd: A Leader in His Community – Univision News Digital	5.2	Aceitáveis	3	0	0	3
			Não Aceitáveis	4	1	0	5
Pequenas Redações	Birth in the 21st Century - À Punt Mèdia, Barret Cooperativa e Lab RTVE	6.4	Aceitáveis	4	0	0	4
			Não Aceitáveis	3	0	0	3
	No epicentro - Agência Lupa	7.2	Aceitáveis	5	0	0	5
			Não Aceitáveis	3	1	0	4
	Shield of Europe: The Human Cost of Migration Policy – Jelle Klings	7.3	Aceitáveis	6	0	0	6
			Não Aceitáveis	2	0	1	3

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.3. Análise Qualitativa Das Reportagens Finalistas

Utilizando a tabela anterior, foi possível comparar os resultados da varredura do AccessMonitor em cada reportagem finalista. As notas de acessibilidade das reportagens foram, em geral, medianas e baixas, sem nenhuma ultrapassando 8. Alguns veículos, como o Lehigh Valley Live, receberam notas abaixo de 5. Além disso, é notável que aqueles com declarações de acessibilidade, como The Globe and Mail, The Washington Post, Rádio Canada, The New Yorker, Univision e Lab RTVE, não alcançaram pontuações elevadas.

Quanto às práticas, identificou-se que as reportagens frequentemente negligenciaram critérios do nível A, especialmente os veículos com declarações de acessibilidade. Isso é preocupante, já que critérios como textos alternativos em imagens, fundamentais para a acessibilidade, foram desconsiderados, afetando a experiência das pessoas. A seguir, exploraremos práticas aceitáveis e inaceitáveis detectadas pela varredura do AccessMonitor, relacionando-as aos critérios de sucesso da WCAG.

3.3.1 Práticas Inaceitáveis

3.3.1.1 Omissão de texto alternativo nas imagens

A presença de alternativas textuais para elementos imagéticos é crucial para a acessibilidade digital, conforme o critério 1.1.1 da WCAG (2018). Este critério exige que o conteúdo não textual seja acompanhado por equivalente em texto, permitindo diversas formas de comunicação. Por exemplo, uma imagem pode ser descrita em voz alta para pessoas com deficiência visual ou exibida em texto para quem não pode ouvir.

O critério 1.1.1, de nível A, é fundamental para inclusão digital. Pessoas com dificuldades visuais podem usar tecnologias assistivas para acessar conteúdo visual. Além disso, alternativas textuais auxiliam na compreensão de informações complexas por pessoas com dificuldades cognitivas. Veículos como The Globe and Mail, Lehigh Valley Live, The New Yorker e Univision tiveram problemas com essa prática. O AccessMonitor revelou várias imagens sem texto alternativo equivalente em suas reportagens. Por exemplo, a reportagem "George Floyd: A Leader in His Community" da Univision apresentou 30 imagens sem alternativas textuais.

3.3.1.2 Omissão de texto alternativo em imagens link

A omissão de texto alternativo em imagens link é um problema no critério de sucesso 2.4.4 da WCAG (2018). Esse critério exige que a finalidade de cada link seja identificada pelo texto do link ou pelo texto alternativo. Isso ajuda diversas pessoas, incluindo aquelas com deficiência motora, limitações cognitivas e deficiência visual, a compreender os links e navegar de forma eficaz.

Por meio do AccessMonitor, foi visto que veículos como The Globe and Mail, The New Yorker, Univision e Lehigh Valley Live não atenderam a esse critério. A The

New Yorker, por exemplo, não forneceu texto alternativo para ícones de redes sociais, prejudicando a navegação de pessoas que usam tecnologias assistivas.

3.3.1.3 Não Existência De Link No Topo Para Conteúdo Principal

A ausência de um link no topo para o conteúdo principal, uma prática de nível A conforme a WCAG (2018), dificulta a navegação eficiente, especialmente para pessoas que dependem de leitores de tela ou navegam pelo teclado. Isso resulta em uma experiência desfavorável, com os usuários tendo que lidar com vários links de navegação antes de acessar o conteúdo principal. A negligência dessa prática é particularmente prejudicial em portais jornalísticos, onde os obstáculos à chegada à história principal podem ser substanciais.

A análise dos resultados da varredura do AccessMonitor revelou que nenhum dos veículos jornalísticos finalistas atendeu a esse critério de sucesso. Isso é alarmante considerando que se trata de um requisito básico (nível A) e que a inclusão de um link para o conteúdo principal é particularmente relevante no contexto jornalístico, onde a acessibilidade é essencial para acomodar uma variedade de necessidades de acesso.

3.3.1.4 Desatenção com a relação de contraste entre as cores

A consideração adequada do contraste entre as cores é de suma importância para a acessibilidade de pessoas com dificuldades visuais. O critério de sucesso 1.4.3 da WCAG (2018) destaca a necessidade de um contraste mínimo entre textos e imagens de textos, visando uma leitura mais eficaz. A relação de contraste de pelo menos 4:5:1 é essencial, permitindo uma legibilidade aprimorada para indivíduos com baixa visão, inclusive aqueles com deficiência de visão de cores. Isso se revela relevante ao proporcionar clareza entre texto e plano de fundo, mesmo para pessoas com limitações de percepção de cores.

Durante a análise, identificou-se que os veículos The New Yorker, Univision, Lehigh Valley Live e Politico enfrentaram desafios na aplicação adequada de cores em suas reportagens finalistas. Especificamente no caso do Politico, mais de 90 combinações de cores não atingiram o nível mínimo de contraste exigido pela WCAG (2018), comprometendo a compreensão de gráficos e tabelas interativas propostas.

3.3.1.5 Utilização de tabelas sem estruturação de código adequada

O critério de sucesso 1.3.1 de nível A da WCAG (2018) enfatiza a necessidade de estruturar o código HTML para garantir que informações visuais sejam compreendidas por tecnologias assistivas. A organização adequada de uma página web assegura a transmissão precisa de informações e formatações visuais, como títulos em negrito e marcadores de lista, para pessoas com deficiência. Por exemplo, uma análise no AccessMonitor identificou tabelas na reportagem do Politico com marcação inadequada, comprometendo a acessibilidade para usuários de leitores de tela. Isso afeta a compreensão de títulos, linhas, colunas e legendas nas tabelas, o que é crítico para uma reportagem que depende de visualizações de dados. A falta de declaração de acessibilidade do veículo pode estar relacionada a essa falta de práticas inclusivas na reportagem.

3.3.2 Práticas Aceitáveis

3.3.2.1 Inclusão de texto alternativo nas imagens

O critério de sucesso 1.1.1 da WCAG (2018) ressalta a importância do texto alternativo em elementos visuais, uma prática enfatizada também no contexto do critério 3.3.2.1. Diversos veículos, como Radio Canada, Politico, Agência Lupa e Jelle Krings, demonstraram sucesso na inclusão de texto alternativo para suas imagens, exemplificado na história em quadrinhos da Radio Canada. Esse recurso se torna ainda mais crucial para histórias em quadrinhos digitais, permitindo a compreensão narrativa através de tecnologias assistivas como leitores de tela.

O texto alternativo é essencial para transmitir informações, especialmente quando há muitas imagens relevantes, reforçando a importância desse critério. Vale destacar que a Radio Canada possui declaração de acessibilidade, demonstrando comprometimento com as diretrizes da WCAG. Notavelmente, a Agência Lupa e Jelle Krings, apesar de não declararem acessibilidade, implementaram com sucesso o texto alternativo, indicando que boas práticas de acessibilidade não estão necessariamente ligadas ao tamanho das redações.

3.3.2.2 Fornecer um título à página

O critério de sucesso 2.4.2 da WCAG (2018) destaca a importância de fornecer um título contextualizado em uma página web, o que facilita a navegação para todos os usuários. Esse elemento de acessibilidade, abordado no critério 3.3.2.2, tem o propósito de orientar os usuários sobre o conteúdo e a localização da página, sem a necessidade de explorar todo o conteúdo. Títulos descritivos auxiliam na identificação do contexto e das expectativas da página, beneficiando especialmente pessoas com deficiências visuais, cognitivas ou motoras. Além disso, tais títulos contribuem para a otimização de SEO e organização de conteúdo relevante para pesquisas. A análise do AccessMonitor constatou que todas as reportagens avaliadas implementaram títulos apropriados, utilizando o elemento "title" no código fonte.

3.3.2.4 Presença de boa hierarquia nos títulos e subtítulos internos

A hierarquização de títulos e subtítulos internos, conforme estabelecida no critério 3.3.2.4, desempenha um papel crucial na acessibilidade digital, alinhando-se ao critério 1.3.1 da WCAG (2018). Organizar títulos em diferentes níveis cria uma estrutura significativa para a navegação, tanto para usuários comuns quanto para aqueles que utilizam tecnologias assistivas. A marcação hierárquica por meio do código HTML permite que leitores de tela identifiquem e anunciem os títulos, proporcionando uma experiência eficaz de navegação. Nesse sentido, todos os veículos avaliados pelo AccessMonitor demonstraram sucesso nessa prática.

3.3.2.3 Utilização de elementos atuais de código

A escolha de utilizar linguagens de código atuais impacta significativamente nas práticas de acessibilidade, conforme indicado no critério 3.3.2.3. Em consonância com o critério 1.3.1 da WCAG (2018), preservar informações e formatações visuais ou auditivas para usuários de tecnologias assistivas é primordial. A redação do código desempenha um papel crucial nesse processo, pois tecnologias obsoletas podem prejudicar a tradução adequada dos elementos da página para diferentes meios de acesso. Ao empregar elementos semânticos de código apropriados, a estrutura do conteúdo é transmitida corretamente ao usuário, indicando claramente o papel de unidades como parágrafos, cabeçalhos, textos enfatizados e tabelas. A análise do AccessMonitor revelou que todas as reportagens avaliadas adotaram elementos de

código atualizados, demonstrando conformidade com o critério de sucesso de nível A e exibindo um resultado positivo dos veículos finalistas.

Conclusão

Neste estudo, investigamos a abordagem da acessibilidade digital em reportagens multimídia finalistas do Online Journalism Awards, com o objetivo de avaliar as marcas de comprometimento do jornalismo contemporâneo com a inclusão. Através da análise de dez reportagens, observamos um desempenho mediano em boas práticas de acessibilidade digital. Os índices do AccessMonitor revelaram médias em torno de 6, sem notas superiores a 8. Surpreendentemente, veículos menores como Agência Lupa e Jelle Krings superaram marcas consolidadas, questionando a correlação entre tamanho da redação e implementação de diretrizes de acessibilidade.

Detectamos más práticas em acessibilidade nas reportagens analisadas, como ausência de texto alternativo, baixo contraste entre cores e falta de links diretos para o conteúdo principal. Preocupantemente, até veículos premiados negligenciaram critérios essenciais de nível A da WCAG. Isso levanta a questão de como prêmios de excelência e inovação em narrativas visuais digitais podem integrar a acessibilidade como critério, promovendo a inclusão genuína.

A presença de declarações de acessibilidade nos sites de veículos como The Globe and Mail, The Washington Post e outros, contrastando com práticas deficientes, destaca a discrepância entre posicionamento e ação. A necessidade de cumprir compromissos em acessibilidade é evidente para preservar a credibilidade dessas empresas e atender a uma demanda social crucial.

Em relação a boas práticas, notamos que certos critérios bem executados já fazem parte das rotinas de produção jornalística, como a hierarquia de títulos. A análise também revelou que todas as reportagens utilizaram elementos modernos de programação, sugerindo uma adaptação tecnológica em curso. Isso aponta para uma oportunidade de alinhamento entre avanços tecnológicos e inclusão, embora o foco em inovação muitas vezes negligencie acessibilidade.

A pesquisa sublinha a necessidade de integrar a acessibilidade em todas as etapas da produção jornalística. A construção de processos estruturados em acessibilidade nas redações é essencial, considerando o papel fundamental das

instituições jornalísticas na garantia do direito universal à comunicação. A inclusão da acessibilidade nas discussões acadêmicas e a colaboração multidisciplinar são recomendadas para impulsionar práticas mais efetivas.

Em conclusão, espera-se que este estudo ofereça insights sobre a atual implementação da acessibilidade digital no jornalismo, destacando a importância de uma abordagem abrangente. Recomenda-se a inclusão de pessoas com deficiência em futuras pesquisas, a fim de aprimorar a compreensão das experiências reais. A busca por um jornalismo mais inclusivo e acessível é um caminho necessário para garantir a igualdade de acesso à informação para todos.

Referências bibliográficas

ABNT, ABDNT et al. **Requisitos ergonômicos para trabalho de escritórios com computadores parte 11–orientações sobre usabilidade**. AAB d. N. Técnicas (Ed.). Brasil: ABNT–Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2002.

AGNER, Luiz et al. **Evaluating interaction design in Brazilian tablet journalism: gestural interfaces and affordance communicability**. In: International Conference of Design, User Experience, and Usability. Springer, Cham, 2015. p. 393-402.

BIGDATACORP; WEBPARATODOS. **[Estudo] Acessibilidade na Web Brasileira | 2a edição**. 2020. Disponível em: <<https://bitly.com/cTTRhCIW>>. Acesso em 28 Jun 2022.

BIGDATACORP; WEBPARATODOS. **Número de sites brasileiros aprovados em todos os testes de acessibilidade tem queda em relação ao ano passado e é ainda menor que 1%**. 2022. Disponível em: <<https://bitly.com/cTTRhCIW>>. Acesso em 17 Out 2022.

BRASIL, 2015, Lei n. 13.146, de 6 de jul. de 2015. **Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm>. Acesso em 17 Out 2022.

CENSO, I. B. G. E. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em 17 Out 2022, v. 23, 2010.

CHAPLIN, Heather. **Guide to Journalism and design**. Tow Center for Digital Journalism, 2016. Disponível em: <https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_journalism_and_design.php>. Acesso em 18 Out 2022.

COOPER, Alan; REIMANN, Robert; CRONIN, David. **About Face. The Essentials of Interaction Design**. 2015.

DE SOUSA, Milene Rocha; BERTOMEU, Joao Vicente Cegato. **UX Design na criação e desenvolvimento de aplicativos digitais**. Informática na educação: teoria & prática, v. 18, n. 2, 2015.

DE SOUZA, Edson Rufino. **Acessibilidade web: diferentes definições e sua relação com o design universal**. Diálogo com a Economia Criativa, v. 1, n. 1, p. 13-28, 2016.

DONOVAN, Rich. **2020 Annual Report: The Global Economics of Disability**. 2020. Disponível em: <<https://bitly.com/jtMgLLzA>>. Acesso em 17 Out 2022

MORVILLE, Peter. User Experience Design. Ann Arbor: Semantic Studios, 2004. Disponível em: <http://semanticstudios.com/user_experience_design/> Acesso em 18 Out 2022.

NIELSEN, Jakob; NORMAN, Don. The Definition of User Experience. In: NIELSEN NORMAN GROUP. **Evidence-Based User Experience Research, Training, and Consulting**. 2014. Disponível em: <<http://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>> Acesso em 18 Out 2022

PORTER, Joshua; BREWER Josh. **52 Weeks of UX**. 2010. Disponível em: <<https://52weeksofux.com/>>. Acesso em 18 Out 2022.

POSETTI, Ben. **Clicking through endless seas: understanding user experience in the design of journalistic websites**. In: International Conference of Design, User Experience, and Usability. Springer, Cham, 2015. p. 82-93.

W3C. **Cartilha para Acessibilidade na Web Fascículo II: Benefícios, Legislação e Diretrizes de Acessibilidade na Web**. 2015. Disponível em: <<https://bitly.com/TRmYDEwG>>. Acesso em 17 Out 2022.

W3C. **Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.1**. 2018. Disponível em: <<https://www.w3c.br/traducoes/wcag/wcag21-pt-BR/>>. Acesso em 17 Out 2022.

W3C. **Sobre o W3C**. 2007. Disponível em: <<https://bitly.com/ZdLBdpJt>>. Acesso em 17 Out 2022.