
RECURSOS DE ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL EM CADERNOS DIGITAIS DE VIAGENS E TURISMO: uma análise dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo

ACCESSIBILITY FEATURES FOR VISUALLY IMPAIRED PEOPLE IN DIGITAL WEB SECTION FOR TRAVEL AND TOURISM: an analysis of the Folha de S. Paulo and O Estado de S. Paulo newspapers

SUELY MACIEL

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

LARISSA APARECIDA CAVENAGHI FERREIRA

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

MATHEUS FERREIRA

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

GABRIEL DE ÁVILA DE ALMEIDA

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

GUILHERME FERREIRA DE OLIVEIRA

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

94

Resumo: A partir de análise automática (com emprego de softwares de rastreamento) e análise manual de acordo com as Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) e do Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (e-MAG), objetiva-se identificar, descrever e analisar o uso dos recursos de acessibilidade na produção jornalística digital especializada em viagens e turismo, de maneira a discutir a adequação da produção, no segmento, às demandas por acesso por parte das pessoas com deficiência sensorial, especialmente deficiência visual. As análises foram realizadas nos cadernos de turismo e viagem dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo e revela que as publicações não cumprem as recomendações dos documentos quanto à oferta de recursos de acessibilidade que visam garantir as condições de acesso por parte da pessoa com deficiência visual. Elas apresentam erros de navegação e de construção importantes, que impedem total ou parcialmente o acesso às páginas e aos conteúdos.

Palavras-chave: acessibilidade web; jornalismo de viagens; deficiência visual; tecnologia assistiva; inclusão.

Abstract: Using automatic analysis (using a tracking software) and manual analysis according to the Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) and the Accessibility Model in Electronic Government (e-MAG). The objective is to identify, describe and analyze the use of accessibility features in digital journalistic production of a network specialized in travel and tourism to discuss the adequacy of production in the segment and the demands for access by people with sensory disabilities, especially visual impairment. The analyzes were carried out in the tourism and travel sections of the Folha de S. Paulo and O Estado de S. Paulo newspapers. which showed that the publications do not comply with the document's recommendations regarding the provision of accessibility features and assistive technologies, which aim to guarantee the conditions of access for people with disabilities. They present important errors in navigation and structure, which totally or partially prevent access to pages and contents.

Keywords: web accessibility; travel journalism; visual impairment; assistive technology; inclusion.

1 INTRODUÇÃO

Viagens e turismo são práticas históricas, fundamentais para o desenvolvimento econômico das sociedades e maior conhecimento do mundo e de suas culturas. De acordo com Jost Krippendorf (2012), o ser humano, ao se deslocar pelo mundo, busca experimentar e vivenciar novas realidades culturais, ambientais e sociais, o que pode ter profundo reflexo existencial.

Comuns desde o período greco-romano, as atividades ligadas ao segmento massificaram-se a partir dos anos 1970, com o desenvolvimento da aviação comercial (COSTA, 2005) e com a disseminação da cultura do ócio, a partir da qual o ato de viajar passa a ser visto como um prazer (BELLENGUER JANÉ, 2002). Também o aumento da circulação de informação especializada contribuiu para tornar o turismo uma das principais atividades sociais e econômicas. Nesse cenário, ganha destaque o jornalismo, que tem atuado diretamente no desenvolvimento do setor, graças à produção de conteúdos fundamentais para os viajantes, como características de determinado lugar, dificuldades nas experiências de viagem, vivências memoráveis etc. (BRANDÃO, 2005), além de publicações focadas nos serviços de turismo.

Até algumas décadas atrás, a principal plataforma das publicações especializadas era a impressa (revistas, cadernos de jornais, livros, guias, mapas, folhetos etc.). Com a popularização dos meios digitais e da internet, as publicações na web e os aplicativos para *tablets* e *smartphones* ganharam relevo. Esse processo de

migração do papel para a tela levou também as escolhas de destinos e a busca de dados sobre eles para as fontes *on-line* (PIROLI, 2015), bem como o acesso a dados no segmento ampliou-se e fez com que mais e mais viajantes passassem a utilizar a rede como principal *locus* de pesquisas sobre viagens e turismo (PIROLI, 2015).

Apesar disso, ainda há um imenso grupo de pessoas excluídas desse ambiente, devido a barreiras de acesso digital que decorrem de condicionamentos econômicos, políticos e sociais (MARTINO, 2014). Entre os “excluídos do mundo digital” encontram-se as pessoas com deficiência sensorial (visual e auditiva), que não conseguem acessar conteúdos *on-line* e/ou *off-line* por falta de recursos de acessibilidade em sites, portais, blogs, videoblogs, perfis em redes sociais, aplicativos etc. Exemplos desses recursos seriam a audiodescrição de imagens e vídeos, a janela de Libras, sem falar no *design* de páginas e no próprio código de programação, que devem permitir o acesso com o uso de *softwares* de leitura de tela e outras ferramentas. As tecnologias assistivas (TAs), como são chamados esses recursos, são fundamentais para que as pessoas com deficiência possam acessar conteúdos em condição de igualdade com os demais sujeitos.

No sentido de alterar esse cenário de exclusão da pessoa com deficiência, a legislação tem buscado atenuar e/ou eliminar tais barreiras e diferenças, de forma a garantir a acessibilidade para todos e a plena inclusão. A Lei n.º 13.163 (Estatuto da Pessoa com Deficiência), por exemplo, em seu artigo oitavo, estabelece que

é dever do Estado, da sociedade e da família assegurar à pessoa com deficiência, com prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à sexualidade, à paternidade e à maternidade, à alimentação, à habitação, à educação, à profissionalização, ao trabalho, à previdência social, à habilitação e à reabilitação, ao transporte, à **acessibilidade**, à cultura, ao desporto, **ao turismo, ao lazer, à informação, à comunicação** (...) (BRASIL, 2015; grifo nosso).

O Estatuto prevê ainda, em seu artigo 42, o direito da pessoa com deficiência ao turismo e ao lazer, em igualdade de oportunidades com os outros cidadãos, garantindo-lhe o acesso à informação necessária. Outro artigo importante é o 63, o qual versa sobre a obrigatoriedade da acessibilidade em *websites* (BRASIL, 2015).

Apesar dessas e de outras garantias legais, as experiências de mídia voltadas às pessoas com deficiência ainda são poucas e isoladas e geram um enorme contingente

de sujeitos alijados da esfera da comunicação midiática, uma vez que a maioria esmagadora da produção impressa, eletrônica e/ou digital (*on-line* e *off-line*) não oferece formatos e adaptações acessíveis para que as pessoas com deficiência possam consumir as mensagens em sua totalidade. Dessa maneira, este público se vê forçado a se adaptar ao tipo e ao formato de informação disponíveis, em vez de os produtores garantirem a oferta de conteúdos adequados.

Tendo essa problemática em mente, objetiva-se identificar, descrever e analisar o uso dos recursos de acessibilidade na produção jornalística digital em rede especializada em viagens e turismo, de maneira a discutir a adequação da produção, no segmento, às demandas por acesso por parte das pessoas com deficiência sensorial, especialmente deficiência visual. Com o estudo, espera-se também contribuir para a discussão sobre acesso à informação e à comunicação e, conseqüentemente, a inclusão da pessoa com deficiência. Destaca-se que esta análise é parte de um estudo maior, realizado nos âmbitos de graduação e pós-graduação, acerca da produção midiática acessível na temática do jornalismo de viagem.

Para a realização do estudo, foram selecionados cadernos *on-line* especializados em turismo e viagem de dois dos principais veículos jornalísticos brasileiros: o caderno “Turismo”, do jornal “Folha de S. Paulo”¹, e o “Viagem”, do jornal “O Estado de S. Paulo”². Optou-se por centrar o estudo nas TAs voltadas para pessoas com deficiência visual porque estas formam o maior contingente de pessoas com deficiência no Brasil: cerca de 7 milhões de pessoas, ou 3,4% da população do país com dois anos ou mais, segundo a Pesquisa Nacional de Saúde de 2019 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE], 2021).

Foram analisadas cinco edições de cada caderno, com foco na matéria de capa e na(s) reportagem(ns) principal(is)³ de cada edição, bem como as *homepages* das publicações, uma vez que elas são a porta de entrada para outras páginas. As *homepages* têm duas funções principais: atrair a atenção do usuário e introduzir o conteúdo geral do site (ASKEHAVE; NIELSEN, 2004). Dessa forma, se a página de abertura de um site não segue os parâmetros básicos de acessibilidade web, torna-se

¹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/>

² Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/>

³ Algumas edições tiveram mais de uma reportagem especial

difícil, senão impossível, para uma pessoa com deficiência visual, continuar navegando pelos conteúdos da publicação.

A descrição e a análise foram realizadas em 10 produções (cinco de cada veículo), selecionadas a partir do método da Semana Artificial ou Semana Construída (HERSCOVITZ, 2007), pelo qual foram acompanhados diariamente, por sete dias. A partir dessa sistemática, foi possível observar que as atualizações no “Turismo” eram realizadas às quintas-feiras. Com base nisso, foram selecionados textos publicados sempre nesse dia da semana, ao longo de cinco semanas. O mesmo critério foi utilizado para a seleção das produções do “Viagem”, atualizado sempre às terças-feiras.

A avaliação tomou como parâmetro documentos que apresentam e discutem as normas nacionais e internacionais de acessibilidade web, como o Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (e-MAG) e as versões 1.0 e 2.0 das Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) (diretrizes de acessibilidade para o conteúdo da web), estabelecidas pelo World Wide Web Consortium (W3C). Para essa análise, foi realizada identificação e avaliação automática, com o uso de *softwares* validadores de acessibilidade, como o AccessMonitor⁴ e o ASES⁵, e a avaliação manual, com levantamento de presença e qualidade de equivalentes textuais e adaptações, uma vez que os validadores automáticos, apesar de mais rápidos, não são capazes de identificar todos os aspectos da acessibilidade (CONFORTO; SANTAROSA, 2002).

2 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM VIAGENS E TURISMO E ACESSIBILIDADE

O estudo se fundamenta na importância e relevância das práticas do turismo no âmbito econômico e social no Brasil e no mundo. Dados da Organização Mundial do Turismo mostram que as atividades do setor representaram 10% do PIB mundial na última década (SAMPAIO, 2019 *apud* MACIEL, 2021), com geração de quase US\$ 9 trilhões. No Brasil, ele cresceu três vezes mais que a média da economia (3,1%), em 2018, e responde por 8,5% do PIB nacional, movimentando US\$ 152 bilhões em investimentos diretos e indiretos, segundo dados do World Travel & Tourism Council

⁴ Disponível em: <https://accessmonitor.acessibilidade.gov.pt/>

⁵ Disponível em: <https://asesweb.governoeletronico.gov.br/>

Para Jost Krippendorf (2012), o turismo tem relevância social e humana, sendo um fator importante para a integração entre pessoas e culturas e contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento do senso de humanidade e de equidade. Madalena Aulicino (2001, p. 50) afirma ainda que o turismo deve ser visto como um fator de mudança social, como “[...] um fenômeno coletivo que afeta as condições e os modos de vida ou o universo mental dos envolvidos e que pode modificar o aspecto global da sociedade”.

Antes de prosseguir, no entanto, é importante destacar que turismo e viagem não são ‘sinônimos’, nem um decorre necessariamente do outro. O turismo

é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE PADILLA, 1992, p. 19, tradução nossa).

Dessa forma, no turismo, o que conta é o caráter não lucrativo da visita, bem como o tempo de permanência e a busca pelo prazer. É importante assinalar também que as pessoas que buscam as atividades turísticas o estão fazendo por livre escolha e não por obrigação (BARRETTO, 2003). Sendo assim, o turismo pode incluir a viagem, mas não a tem como condicionante, uma vez que nem toda viagem é turística, pois pode não ser motivada pela vontade espontânea do viajante: existem, por exemplo, as viagens de estudo e trabalho, que envolvem, nesses casos, compromissos.

Tendo ressaltada a importância econômica e social da indústria do turismo, é válido destacar também o papel do jornalismo especializado para o desenvolvimento dela. A especialização jornalística surgiu como resultado da evolução tecnológica, bem como de uma sociedade fragmentada, composta por classes de interesses segmentados e distintos (BERGANZA CONDE, 2005). Dessa forma, seu papel centralizou-se na produção de informações e conteúdos mais completos e exatos para um público heterogêneo (QUESADA PÉREZ, 1998).

No caso do jornalismo especializado em viagens e turismo, foco deste trabalho, sua importância encontra-se no papel informativo e simbólico que carrega. Por meio dele, é possível abrir espaços para a compreensão de arranjos culturais do mundo atual e de representações do 'outro' pela mídia (FÜRSICH; KAVOORI, 2001). Além disso, é justamente privilegiando as publicações informativas, com destaque para as jornalísticas, que o consumidor busca reunir informações sobre as localidades que deseja visitar e, dessa forma, planejar sua viagem/atividade turística. Vale ressaltar também que a linguagem jornalística, dado seu estilo claro, simples e preciso, facilita a compreensão do consumidor sobre as informações que interessam ao seu consumo turístico (ZARDO, 2003).

Com a evolução tecnológica e a consolidação da internet, hoje boa parte da produção de informação do setor e da comunicação entre publicações jornalísticas e turistas/viajantes efetiva-se nas plataformas digitais *on-line* (PIROLI, 2015), o que pode deixar de fora quem não tem total acesso aos conteúdos devido às barreiras e/ou à falta de acessibilidade no ambiente digital, como as pessoas com deficiência visual. Isso acontece porque, para que uma pessoa com deficiência visual possa usufruir, de modo autônomo, de informações de sites, blogs e outras redes produtoras de informação *on-line*, é necessário o atendimento a algumas diretrizes de acessibilidade e a recursos de programação que são, muitas vezes, negligenciados ou ignorados pelos produtores. As diretrizes mais comuns são as *Web Content Accessibility Guidelines* (WGAC), que fazem parte de uma série de recomendações para acessibilidade na web publicadas pela *Web Accessibility Initiative* (WAI) do W3C.

O pouco compromisso com a garantia da igualdade de acesso e a inclusão de todas as pessoas na indústria do turismo é que leva boa parte das pessoas com deficiência a se perceberem como 'não lucrativa' para os responsáveis pelo setor (MELO; SILVEIRA; FERREIRA, 2013, p. 12), seja pela baixa oferta de produtos e infraestrutura adequados para o seu usufruto (como instalações, atividades e serviços adaptados), seja pelos entraves comunicacionais.

Néstor Canclini (2005) acredita que o consumo é um lugar no qual é possível refletir e exercer a cidadania. Aquilo que se apropria como bem material ou imaterial define, publicamente, o que se considera valioso, o que é um jeito de se integrar e distinguir na sociedade. Ser cidadão é ser reconhecido pelo Estado e pelas práticas sociais que dão sentido ao pertencimento (CANCLINI, 2005). Da mesma forma, Martino (2014) vê as práticas cotidianas na internet como parte de um processo de construção de identidade. Estar incluído nesta cibercultura é participar do processo de consumo. Assim, garantir o acesso das pessoas com deficiência visual às plataformas digitais e à internet é estimular o processo de exercício da cidadania e da participação.

Um estudo de perfil do turista com deficiência, realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), revelou que as pessoas com deficiência procuram minimizar riscos à sua segurança e garantir uma experiência tranquila quando realizam viagens ou atividades de turismo. Por isso, o planejamento torna-se uma etapa fundamental e está assentada no levantamento de dados e informações prévias sobre destinos, serviços, opções de lazer, infraestrutura etc. (MACIEL, 2021). Dessa forma, quando bem-informadas por todos os envolvidos no setor, isto é, empresas, guias, restaurantes, hotéis, governos etc., as pessoas com deficiência podem desfrutar mais e melhor das experiências de viagens, lazer e turismo e, nesse sentido, o jornalismo especializado tem papel fundamental.

3 TECNOLOGIAS ASSISTIVAS E O ACESSO À INTERNET

As Tecnologias Assistivas não se limitam a permitir a inclusão dos sujeitos nas plataformas digitais, pois sua utilização auxilia na inclusão arquitetônica, educacional e comunicacional, entre outras esferas de atividades humanas. São considerados tecnologias assistivas (TA)

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).

De acordo com o Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (e-MAG), parâmetro para os *websites* governamentais no Brasil, são quatro as principais maneiras de as pessoas com deficiência acessarem o computador: sem o mouse (pessoas com deficiência visual, dificuldade de controle dos movimentos, paralisia ou amputação de um membro superior); sem o teclado (pessoas com amputações, limitações de movimentos ou falta de força nos membros superiores); sem o monitor (pessoas com cegueira) e sem o áudio (pessoas com deficiência auditiva).

De acordo com o W3C (principal organização de padronização da web), dentre as TAs mais utilizadas pelas pessoas com deficiência visual estão: a) ampliadores de tela, utilizados na alteração de cor, espaçamento, tamanho e tipo de letra; b) leitores de tela, que leem informação textual por síntese de voz; c) *softwares* de conversão de texto para voz; d) *softwares* de reconhecimento de voz; e) teclados alternativos e f) dispositivos apontadores alternativos. Estas tecnologias ajudam as pessoas com deficiência visual no uso dos suportes digitais, mas não garantem sozinhas o acesso às mensagens veiculadas por estes, como as disponibilizadas em sites, por exemplo.

Para que uma pessoa com deficiência sensorial possa usufruir, de modo autônomo e independente, de informações de sites, blogs e outras plataformas de informação *on-line* e *off-line*, é necessário o atendimento a algumas diretrizes de acessibilidade e recursos de programação. As diretrizes mais comuns são as WCAG, as quais possuem diversas versões (1.0, 2.0 e 2.1) e definem regras que permitem o acesso à internet para pessoas com deficiência.

As WCAG 2.0, por exemplo, apresentam quatro princípios fundamentais a serem seguidos para a garantia da acessibilidade na internet. São eles: perceptível, operável, compreensível e robusto (WCAG, 2014).

O primeiro princípio exige que as informações e os componentes da interface dos *websites* sejam apresentados de forma tal a serem perceptíveis pelos usuários. Isso significa que todos os conteúdos não textuais, por exemplo, devem apresentar correspondentes de conteúdo na forma de texto. Pode ser citado como exemplo, nesse caso, as *hashtags* inclusivas, como a #pracegover, que consiste em uma descrição de imagem feita na legenda das publicações, usualmente em redes sociais. O segundo princípio, o operável, propõe que toda a interface e a navegação dos *websites*

sejam operáveis, ou seja, toda a funcionalidade de um site deve ser passível de acesso por meio do teclado. O terceiro princípio, do compreensível, trata da necessidade de as informações e a interface dos *websites* serem facilmente compreendidas pelos usuários. Por fim, o último dos princípios, o robusto, compreende que o conteúdo deve ser suficientemente desenvolvido, a fim de permitir uma fácil interpretação, seja dos usuários, seja das tecnologias de apoio, como um *software* leitor de tela.

O não atendimento das diretrizes de acessibilidade web vai na contramão da legislação brasileira, a qual estabelece prazos para a efetivação da acessibilidade digital. Além de estarem cumprindo a lei, sites acessíveis podem aumentar a visibilidade em sistemas de busca, o crescimento de audiência, o desempenho do site e a fidelização de usuários com deficiência.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Iniciou-se o processo de verificação automática com a utilização de *softwares* de validação que seguem os parâmetros dos modelos e-MAG e WCAG. Os validadores usados no estudo foram o AccessMonitor e o ASES. O primeiro foi usado apenas na verificação das reportagens do “Turismo”, uma vez que ele não ‘rodou’ direito no “Viagem”. O *software* utiliza como parâmetro a versão 2.0 das Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo da Web (WCAG 2.0) e funciona integralmente na web. Ele classifica os erros em três prioridades: A, AA, AAA, tomando por base, assim como outros validadores, as prioridades estabelecidas no WCAG. Albergaria, Lopes e Rocha (2017, p. 4) explicam que os de prioridade 1 (A) são “Pontos que os criadores de conteúdo Web devem satisfazer inteiramente. Se não o fizerem, um ou mais grupos de usuários ficarão impossibilitados de acessar as informações contidas no documento”; já os de prioridade 2, são os que os criadores deveriam satisfazer a fim de que alguns grupos terão dificuldade no acesso; os de prioridade 3, são, portanto, os que podem ser resolvidos pelos criadores de conteúdo, mas, se não o fizerem, algumas pessoas podem se deparar com algumas dificuldades (ALBERGARIA; LOPES; ROCHA, 2017).

Já o ASES foi empregado na análise do “Viagem”. Ele também é um *software* de validação *on-line* de livre acesso e utiliza como padrões para análise o manual de acessibilidade e-MAG. O ASES atribui, aos conteúdos analisados, uma porcentagem que varia de 0% a 100%, de acordo com o sucesso no cumprimento dos critérios de acessibilidade. Além disso, diferentemente do Access, que classifica os erros em prioridades, o ASES trabalha com seis seções: marcação, comportamento, conteúdo/informação, apresentação/design, multimídia e formulários.

Durante a verificação pelos *softwares* de validação e pela revisão direta e manual, observou-se que, em geral, os mesmos erros de acessibilidade web se repetiram nas reportagens da “Folha de S. Paulo”. No caso do “O Estado de S. Paulo”, também se perceberam regularidades (também erros) em todas as produções, ainda que as características encontradas sejam diferentes das do “Turismo”. Tal fato justifica a escolha por apresentar os resultados por conjunto de produções, ao invés de fazer a discussão matéria a matéria, individualmente. Além disso, opta-se pela seguinte ordem de apresentação dos resultados, nos dois cadernos: avaliação automática, seguida da manual, primeiramente das reportagens e, depois, da *homepage*.

4.1 VERSÃO DIGITAL DO CADERNO “TURISMO”, DA FOLHA DE S. PAULO

Criado em 1921, o jornal “Folha de S. Paulo” é uma das principais publicações jornalísticas do país. São publicadas cerca de 200 notícias por dia no site do jornal, em cadernos como: “Poder”, “Mundo”, “Mercado”, “Esporte”, “Ciência+Saúde”, “Ilustrada” e “Turismo”. Este último pode ser acessado por meio do menu lateral ou da *homepage* (quando algum assunto do caderno ganha destaque, em geral nos dias de atualização) do site da “Folha”. A estrutura de navegação da seção segue os padrões do e-MAG e permitem o acesso pelo teclado. A existência desse recurso garante maior acessibilidade à página, uma vez que muitas pessoas com deficiência navegam por sites utilizando somente o teclado. Todos os conteúdos podem ser acessados por meio de um único clique com o mouse e sempre são abertos na mesma página. Isso torna a usabilidade melhor e o site, mais acessível. Em uma reformulação ocorrida em fevereiro de 2018, passaram a integrar o site da “Folha” recursos de acessibilidade

como descrição textual de imagens e comando de ajuste de contraste, assim como novas possibilidades de navegação com *softwares* de leitura de tela/sintetização de voz, graças a modificações no código das páginas.

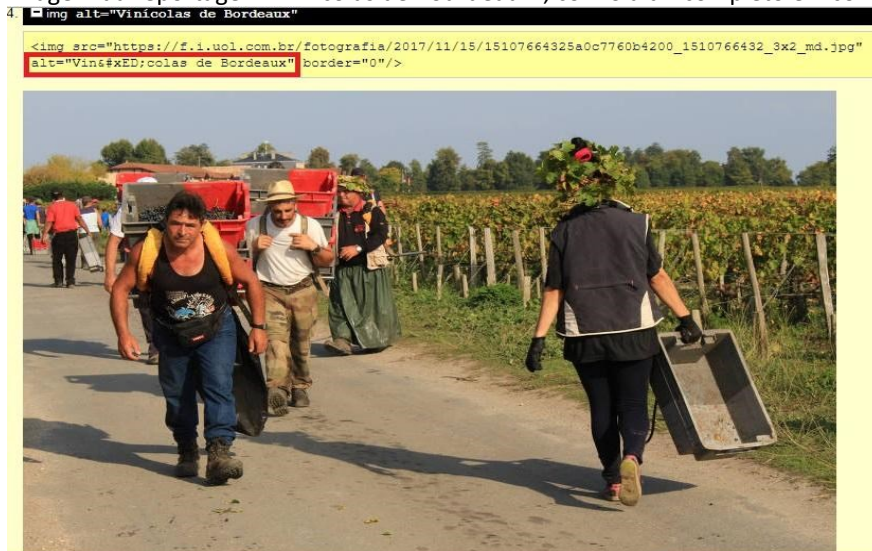
Uma característica marcante do caderno é o fato de a maior parte das produções apresentar muitas imagens. Isso talvez se justifique pelo fato de que os *websites* de turismo funcionam como vitrines eletrônicas, capazes de gerar boas impressões (WINTER; SAUNDERS; HART, 2003). Ressalte-se, porém, que o uso das imagens como atrativo funciona apenas quando o internauta pode vê-las, o que não é o caso das pessoas cegas, por isso é importante que as publicações ofereçam também outros formatos textuais – superando a ‘supremacia’ das imagens –, e que permitam aos usuários com deficiência visual construir uma ideia precisa dos destinos e assuntos tratados nas produções.

4.1.1 Acessibilidade do caderno “Turismo”

As reportagens principais do caderno digital de “Turismo” da “Folha” foram avaliadas pelo *software* de validação AccessMonitor. O diagnóstico realizado pelo validador revelou a não observância dos parâmetros de acessibilidade preconizados. Além disso, verificou-se a ocorrência dos mesmos tipos de erros, em todos os conteúdos. O primeiro erro que apareceu em todas as reportagens foi o descumprimento do critério 1.1.1 da WCAG 2.0, um erro de nível A. De acordo com esse item, todo o conteúdo não textual que é apresentado ao usuário deve possuir uma alternativa, ou seja, deve vir acompanhado de uma descrição textual, por meio do atributo alt. Esse atributo indica a presença de um texto alternativo ou substituto e revela para o *software* leitor de tela que há um texto correspondente no lugar onde haveria uma imagem. Dessa forma, o não cumprimento desse quesito impede que pessoas com deficiência visual tenham acesso ao conteúdo e, conseqüentemente, ao seu sentido no contexto da produção.

É importante destacar que, no código das páginas, o atributo sempre aparece associado a imagens. No entanto, neste caso, seu uso foi sempre inadequado. Em algumas ocorrências, ele não traz a descrição delas. Na maioria dos casos, traz repetição de título ou identificação de assunto, como pode ser observado na figura 1, que mostra uma imagem da reportagem “Vinícolas de Bordeaux” e seu correspondente no atributo: o texto do alt não apenas não descreve a imagem, como também é formado por uma junção de caracteres incompreensível (parece ser a repetição do título da matéria).

Figura 1 - Imagem da reportagem “Vinícolas de Bordeaux”, com o alt incompleto e incompreensível



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do caderno “Turismo” da “Folha”

Em outras ocorrências, o atributo alt aparece vazio ou ‘nulo’, ou seja, sem texto. Isso pode ocorrer no caso de imagens decorativas, para as quais não há necessidade de descrição. No caderno “Turismo”, porém, as imagens que trazem o alt “nulo” não são decorativas, isto é, elas significam no conjunto do texto. Nesse caso, a ausência de descrição impede a pessoa que navega com leitor de tela de acessar a totalidade das informações, uma vez que as contidas na imagem lhe são negadas.

Ainda, há elementos da linguagem HTML sendo utilizados para controlar a apresentação do texto, ou seja, elementos como tamanho de intertítulos, por exemplo. De acordo com os parâmetros do W3C, isso traz dificuldades para a acessibilidade, uma vez que impossibilita que o texto seja ajustado de acordo com o *browser* e que ele reconheça as definições do sistema operativo, como, por exemplo, o

contraste. Tal erro resulta do descumprimento do item 1.3.1 da WCAG 2.0. De acordo com esse princípio, os conteúdos presentes em um site devem poder ser apresentados de diferentes formas, sem sofrer perdas. Ademais, nota-se também o descumprimento dos critérios 1.4.3, 1.4.6 e 1.4.8, referentes à especificação de cores de primeiro plano, pois não se especificam nem estas, nem as cores de fundo. Pelo AccessMonitor também identificou-se, em todas as reportagens analisadas do caderno “Turismo”, um erro relativo aos links adjacentes que conduzem ao mesmo destino. Esse erro é de nível AAA e reflete o descumprimento do critério 2.4.9 da WCAG 2.0, segundo o qual a finalidade de cada *link* deve ser identificada a partir apenas do texto do *link*. Ainda de acordo com esse critério, no caso de ícones que possuem função de movimento, a descrição imagética dos mesmos deve estar junto da descrição textual no *link*. Isso deve acontecer para evitar a duplicação desnecessária de *links* e facilitar a atuação dos *softwares* de leitura de tela.

No entanto, no caso das reportagens analisadas, nada disso ocorreu. Em uma tentativa de unir as duas informações em um único *link*, omitiu-se a descrição do ícone, resultando, conseqüentemente, também no não cumprimento do critério 1.1.1 das WCAG, ademais do 2.4.9.

Além dos *links* adjacentes, há também, em todas as reportagens do “Turismo”, erros correspondentes à links vagos, indicando descumprimento do mesmo critério 2.4.9 da WCAG 2.0. Segundo este, é essencial que a direção do *link* seja identificada a partir apenas do texto do mesmo. No caso das reportagens, há links cujo código não explicitam a função/conteúdo do *website* de destino, o que ajudaria a pessoa com deficiência visual a decidir se ela quer ou não clicar nele. De acordo com as diretrizes da WCAG 2.0, apresentar apenas o URL também não é descritivo o suficiente para que se saiba a função do *link* e a que ele conduz, como exemplificado na figura 2. No caso, o código não descreve/indica o conteúdo e/ou a função do *link*, impedindo a pessoa que navega com leitor de tela de identificar do que se trata e ou para onde se está indo.

Figura 2 - link em formato de URL na reportagem “Vinícolas de Bourdeaux”

Às sete da manhã, cerca de 300 homens e mulheres de diferentes nacionalidades tomam café da manhã e rumam em direção aos vinhedos do Château Pontet-Canet, em Pauillac, no coração de [Bordeaux](#), para iniciar a colheita das uvas cabernet sauvignon, merlot, cabernet franc e petit verdot, que serão usadas na produção de um dos mais cobiçados vinhos t (uma garrafa da safra 2015, hoje, sai por € 120, cerca de R\$ 455).

www1.folha.uol.com.br/turismo/2017/11/1935621-espelho-dagua-reflete-modernizacao-urbana-de-bordeaux.shtml

Fonte: Elaborado pelos autores a partir do caderno “Turismo” da Folha

Feita a avaliação com validador automático, procedeu-se à avaliação manual. No que diz respeito ao texto das reportagens, duas delas descumpriram o critério 3.1.5 da WCAG 2.0, relacionado ao nível de leitura do texto.

Estas reportagens apresentaram parágrafos muito longos, com períodos também extensos e complexos, sem falar no emprego de muitas expressões técnicas – como, por exemplo, a palavra enófilo – que requerem um certo conhecimento especializado do leitor. De acordo com o guia do e-MAG, na recomendação 3.11, os textos devem ser de fácil leitura e compreensão, não exigindo do usuário um nível de instrução mais avançado do que o ensino fundamental completo. Quando o texto exigir uma capacidade de leitura mais avançada, devem ser disponibilizadas informações complementares que expliquem ou ilustrem o conteúdo principal.

As recomendações quanto ao esforço na produção de um texto verbal claro, simples, de fácil compreensão estão de acordo com os princípios do Desenho Universal e da acessibilidade para todos, ou seja, do desenvolvimento de ambientes, serviços, produtos etc. que possam ser utilizados por todas as pessoas.

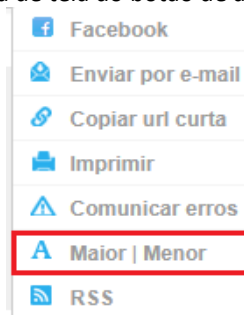
Por sua vez, as reportagens “Regada a luxo, nova rota ferroviária no Peru passa por Cusco e Arequipa”, “Rota ciclística no vale do Reno passa por cervejarias, parques e castelos” e “Parques, arte e restaurantes tornam Melbourne melhor cidade para viver” cumpriram o critério 3.1.5 da WCAG 2.0, bem como a recomendação 3.11 do e-MAG.

As únicas tecnologias assistivas encontradas nas reportagens analisadas pelo

AccessMonitor foram um botão de ampliação das letras do texto e um player de áudio, enquanto o funcionamento dos botões e a qualidade da ampliação e do áudio foram avaliados manualmente. Estes recursos são importantes, uma vez que permitem a navegação autônoma da pessoa com deficiência visual pelos conteúdos das páginas e auxiliam os processos de leitura.

A possibilidade de ampliação favorece a fruição do texto por parte das pessoas com baixa visão. Nas produções do caderno “Turismo”, ele aparece na forma de botão, como mostra a figura 3.

Figura 3 - Captura de tela do botão de ampliação de letras



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do caderno “Turismo” da “Folha”

Já o player de áudio oferece uma alternativa de formato para o conteúdo verbal: libera um áudio em que uma voz feminina sintetizada apresenta o equivalente narrado do texto escrito. O player também permite ajuste de velocidade da reprodução, bem como oferece a possibilidade de *download*, como mostra a figura 4.

Figura 4 - Captura de tela do player da leitura do texto escrito da reportagem



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do caderno “Turismo” da “Folha”

Uma vez avaliadas as reportagens, procedeu-se à avaliação da capa do caderno, a qual identificou erros similares aos dos textos internos. Um deles foi o não cumprimento do critério 1.1.1 da WCAG 2.0, de conteúdo imagético sem equivalente textual. Também se constatou o descumprimento do item 2.4.9 da WCAG 2.0, pois os *links* da *home* também não traziam indicações de para onde conduziam. Já em relação à presença de recursos como botão de ampliação e player de áudio/equivalente sonoro para os textos, estes não foram encontrados na *homepage* do caderno, diferentemente do que ocorreu com as reportagens.

Os conteúdos principais da capa (chamadas das reportagens) estão dispostos em galerias, com botões de rolagem. O código, porém, não traz a informação desse ‘movimento’, nem indica a alteração de conteúdo. Isso prejudica a usabilidade da página. Dessa forma, restringe-se o acesso à reportagem em destaque, a qual aparece em primeiro plano na página, enquanto se dificulta a percepção e exploração das demais. Não há também um mapa da página que auxilie a pessoa com deficiência visual a navegar mais rapidamente, conforme preconiza a recomendação 4.4 do e-MAG. Segundo essa recomendação, “o mapa do site deve ser disponibilizado em forma de lista hierárquica (utilizando os elementos de lista do HTML)”.

4.2 VERSÃO DIGITAL DO CADERNO “VIAGEM”, DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO”

O jornal “O Estado de S. Paulo” foi fundado em 1875. É um dos principais jornais do país e sua versão digital estreou na web nos anos 2000. Tanto na versão impressa como na digital *on-line*, o jornal se divide em seções e cadernos variados: “Economia & Negócios”, “Esportes”, “Jornal do Carro” e “Viagem”, por exemplo. Este último caderno foi publicado primeiramente em 1966 e traz, além de informações sobre destinos e relatos de viagens, também informações de roteiros, compra de passagens e serviços. Os conteúdos variam de tamanho, podendo haver grandes reportagens, notas e ensaios fotográficos em uma mesma atualização. Um fator comum nas produções, assim como nas da Folha, é a presença de muitas imagens.

Para acessar o caderno, basta entrar pelo menu lateral, localizado no canto superior esquerdo da página, ou pela *homepage* do *Estadão*, quando algum conteúdo do caderno nela ganha destaque. No caso da página de abertura do caderno, diferentemente do que ocorre no “Turismo”, as teclas de atalho de acesso de conteúdo pelo teclado não funcionam. Logo, para as pessoas com deficiência que usam a navegação por meio do teclado, a acessibilidade da página fica comprometida. Todas as matérias sempre são abertas na mesma guia, facilitando o desempenho dos *softwares* de leitura de tela.

4.2.1 Acessibilidade no caderno “Viagem”

A verificação automática das reportagens principais foi feita com o *software* ASES, que toma por base os critérios do e-MAG. A avaliação mostrou uma repetição dos erros. Um deles foi o não cumprimento da Recomendação 1.1 do e-MAG, segundo a qual deve-se respeitar os padrões Web, incluindo linguagens de programação como Javascript, HTML e CSS. Nas reportagens, alguns atributos desnecessários foram usados na linguagem Javascript, como no caso do atributo *type*, como mostra a figura 5 abaixo. O uso inapropriado torna mais difícil a leitura do código da página pelos *softwares* de leitura de tela, prejudicando assim a usabilidade do site. Isso acontece porque os leitores de tela não conseguem converter todo conteúdo presente na página para uma saída especial, seja ela por meio da voz, seja por braile.

Figura 5 - Captura de tela do Atributo *type* sendo usado em Javascript

```

81. <!-- Navegg -->
82. <script id="navegg" type="text/javascript" src="//tag.navdmp.com/tm23902.js"></script>
83.
84. <!-- Facebook Pixel Code -->
85. <script>
86. !function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
87. n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)f._fbq=n;

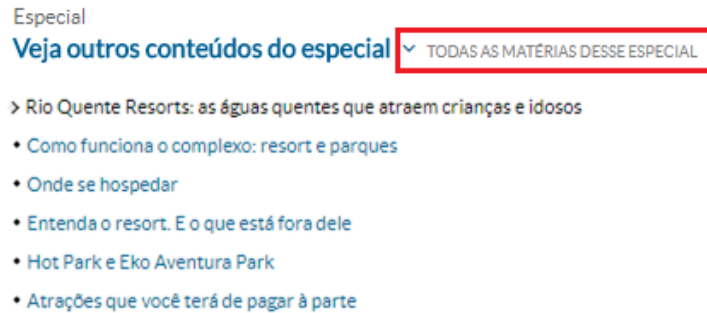
```

Fonte: Elaborado pelos autores a partir do caderno “Viagem” do *Estadão*

Outro erro relativo também a essa recomendação diz respeito à funcionalidade do conteúdo pelo teclado. De acordo com o e-MAG, a maioria das ações feitas pelo mouse devem poder ser feitas também a partir do teclado, como clicar, selecionar e mover. O erro ocorre quando um conteúdo só pode ser acessado pelo ponteiro do mouse, como no caso das reportagens analisadas.

No caderno do Estadão, há um leque de reportagens que só abre se houver um clique em um link determinado (“Todas as matérias desse especial”), com o ponteiro do mouse, como se pode ver, destacado em vermelho, na Figura 6. Não é possível, portanto, acessar os textos por meio do teclado.

Figura 6 - Captura de tela do link da reportagem “Rio quente resorts”



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do caderno “Viagem” do “Estadão”

Outro problema recorrente encontrado pelo avaliador refere-se às recomendações 1.1 e 3.1.2 do e-MAG: é preciso seguir os padrões Web e o código HTML das páginas deve ser organizado de forma lógica e semântica, com utilização de atributos adequados para indicar cabeçalhos, *links*, textos, abreviaturas, citações longas e demais conteúdos, de forma a ser compatível com os leitores de tela. Nas reportagens analisadas pelo ASES, há *links* HTML que não possuem atributos ou textos em seu código. Há também casos em que o código não explicita a função/conteúdo das ligações, dificultando a tomada de decisão da pessoa que navega com leitor de tela sobre abrir ou não determinado link. Tal erro descumpre tanto o item 3.1.2 quanto o 3.5 do e-MAG.

Quanto à presença do atributo alt relacionado a imagens, tema da recomendação 3.5, há ícones de página sem ele, assim como há atributos com texto incompleto ou vago, ou seja, que não descrevem a imagem. Já é padrão que *links* e outros elementos apresentem a borda destacada, ao receberem o foco do teclado. O que deve ser feito, para que haja acessibilidade no site, é a modificação dessa borda por meio da linguagem de programação CSS, sendo a espessura mínima fixada pelo e-MAG de 2px. Nas reportagens do caderno “Viagens”, porém, isso não acontece: o ASES revelou a inexistência de bordas do elemento com o qual se está interagindo.

A análise manual do “Viagem”, que tomou como parâmetro as WCAG 2.0, identificou que todas as reportagens descumpriram o item 3.1.5 da norma, que diz respeito ao nível de leitura do texto. As reportagens apresentaram parágrafos longos e expressões técnicas, as quais não foram explicadas em nenhum momento, o que contraria a recomendação de que os textos sejam fáceis de ler e compreender, e com informações complementares.

Em relação aos recursos de acessibilidade alternativos, as reportagens não ofereceram nenhum. Diferentemente da Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo não disponibiliza os recursos de ampliação de fontes (o que auxilia a leitura por parte das pessoas com baixa visão) e tampouco possui o equivalente narrado dos textos. A ausência desses recursos torna difícil a navegação autônoma das pessoas com deficiência visual.

Em relação à capa do caderno “Viagem”, a avaliação automática pelo ASES revelou os mesmos problemas presentes nas reportagens, como descumprimento das recomendações 1.1 e 3.6. Além disso, repetiu-se, coincidentemente, a mesma sistemática inadequada de apresentação dos conteúdos principais do caderno verificada no “Turismo”: na forma de galeria com botão de rolagem/movimento, dificultando a usabilidade e a exploração dos conteúdos.

Não existe também, assim como na capa da Folha, um mapa da página que auxilie as pessoas com deficiência visual a navegar mais rapidamente, de acordo com a recomendação 4.4 do e-MAG. Os resultados aqui discutidos estão sumarizados na Figura 7, com os dados acerca dos critérios e recomendações não atendidos.

Figura 7 - Resumo dos Critérios de Acessibilidade analisados

Caderno (Jornal)	Critério não atendido (Fonte)	Descritivo do Critério	Prioridade/Seção
Turismo (Folha)	1.1.1 (WCAG 2.0)	Todo o conteúdo não textual que é exibido ao usuário tem uma alternativa textual que serve a um propósito equivalente.	A
Turismo (Folha)	1.3.1 (WCAG 2.0)	As informações, a estrutura e os relacionamentos transmitidos através de apresentação podem ser determinados por meio de código de programação ou estão disponíveis no texto.	A
Turismo (Folha)	1.4.3 (WCAG 2.0)	A apresentação visual de texto e imagens de texto tem uma relação de contraste de, no mínimo, 4.5:1 (contraste mínimo).	AA
Turismo (Folha)	1.4.6 (WCAG 2.0)	A apresentação visual do texto e imagens de texto tem uma relação de contraste de, no mínimo, 7:1 (contraste melhorado).	AAA
Turismo (Folha)	1.4.8 (WCAG 2.0)	Apresentação visual de blocos de texto.	AAA
Turismo (Folha)	2.4.9 (WCAG 2.0)	Um mecanismo está disponível para permitir que a finalidade de cada link seja identificada a partir apenas do texto do link, exceto quando a sua finalidade for ambígua para os usuários em geral.	AAA
Viagem (Estado)	3.1.2 (e-MAG)	O idioma de cada passagem ou frase no conteúdo pode ser determinado por meio de código de programação, exceto para nomes próprios, termos técnicos, palavras de idioma indeterminado e palavras ou frases que se tornaram parte do vernáculo do texto que as envolve.	AA
Turismo (Folha) e Viagem (Estado)	3.1.5 (WCAG 2.0)	Quando o texto exigir uma capacidade de leitura mais avançada do que o nível de educação secundário inferior, após a remoção dos nomes próprios e títulos adequados, um conteúdo suplementar, ou uma versão que não exija uma capacidade de leitura mais avançada do que o nível de educação secundário inferior está disponível.	AAA
Viagem (Estado)	1.1 (e-MAG)	Respeitar os padrões Web.	Marcação
Viagem (Estado)	3.5 (e-MAG)	Descrever links clara e sucintamente.	Conteúdo/Informação
Turismo (Folha)	3.11 (e-MAG)	Garantir a leitura e compreensão das informações.	Conteúdo/Informação
Turismo (Folha)	4.4 (e-MAG)	Possibilitar que o elemento com foco seja visualmente evidente.	Apresentação/Design

Fonte: Elaborado pelos autores

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ser humano nasceu com uma grande curiosidade por conhecer lugares, culturas e pessoas diferentes daquelas de seu cotidiano (KRIPPENDORF, 2012). A realização dessa vontade foi possível com o desenvolvimento dos meios de locomoção, que movimentaram uma sociedade ávida por superar a inércia, fazendo da viagem uma necessidade que nasce no cotidiano, do desconforto das pessoas em permanecer apenas e eternamente no lugar em que se encontram (KRIPPENDORF, 2012).

Com a evolução tecnológica e o aparecimento da internet, a produção e compartilhamento de conteúdos relacionados à temática dos deslocamentos cresceram, de forma que existam numerosas publicações centradas na informação especializada em viagens e turismo. É justamente a elas que a maior parte dos viajantes recorre para reunir dados sobre destinos e experiências que almeja ter. Porém, ainda existem grupos excluídos desse ambiente comunicacional e, conseqüentemente, dos seus benefícios, como as pessoas com deficiência visual, quando estas não podem acessar os conteúdos por falta de recursos de acessibilidade

nas plataformas digitais, como nas publicações analisadas aqui.

As barreiras de acesso à informação e à comunicação neste segmento especializado ficaram evidentes nos cadernos “Turismo”, do jornal Folha de S. Paulo, e “Viagem”, do jornal O Estado de S. Paulo. As análises automática e manual empreendidas sobre reportagens e capas das versões *on-line* dos periódicos, e que buscaram identificar o cumprimento de parâmetros de acessibilidade web presentes em documentos nacionais e internacionais, revelaram erros de código, ausência de alternativas textuais, falta de informações que prejudicam a usabilidade e outros problemas. Dessa maneira, as publicações seguem reforçando o quadro de exclusão do grupo de pessoas com deficiência visual do acesso à comunicação e à informação.

Os excessivos erros de prioridade 1, que impedem efetivamente o uso da internet por pessoas com deficiência visual, são um claro sinal desse descompromisso em oferecer conteúdos de forma inclusiva. A ausência dos descritivos de imagens em alt, característica negativamente marcante nos dois cadernos, compromete a fruição dos conteúdos e a compreensão global dos assuntos abordados, uma vez que a imagem é componente importante na produção editorial sobre viagens e turismo.

Somam-se a isso os problemas com o código das páginas, que impedem e/ou comprometem a navegação com leitores de tela ou teclado, e o não oferecimento de recursos como ampliação de imagens e texto e alternativas sonoras ao texto verbal escrito, como verificado em “Viagem”. Cite-se também a inadequação, constatada pela análise manual, em textos de *hiperlinks* e atributos, *design* que dificulta a apresentação dos conteúdos e o não cumprimento de recomendações que visam favorecer o processo de leitura e compreensão.

No que tange ao jornalismo, em seu âmbito técnico, o esforço de eliminação das barreiras deve se estender por todas as etapas da produção, desde a oferta de formatos textuais adequados, até a construção de sites e seus códigos. Todas as etapas devem ser pensadas e realizadas de maneira a garantirem a acessibilidade plena.

Os resultados do estudo mostram, portanto, que muito ainda há a ser feito no

sentido de tornar as produções acessíveis. No caso específico dos cadernos de viagens e turismo dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, as barreiras de acesso impedem que um grupo enorme de pessoas, formado pelas pessoas com deficiência, possam consumir informações de um segmento que figura entre os mais importantes economicamente. Nesta dimensão contextual, pode-se inferir que o jornalismo especializado em viagens e turismo inacessível, ao reproduzir as barreiras impostas socialmente às pessoas com deficiência, corrobora para a exclusão social e autonomia das pessoas com deficiência em um âmbito simbólico: afinal, que sentidos são construídos acerca de um jornalismo que priva das pessoas com deficiência o acesso à informação especializada responsável por proporcionar lazer, prazer, e segurança na hora de realizar uma viagem?

A prática jornalística em prol da oferta de informação de qualidade deve considerar a diversidade de audiências, não apenas àquela imaginada e padronizada (ELLCESSOR, 2016). Ou seja, deve-se buscar formas de combate ao entendimento de que a única audiência possível é a de pessoas sem deficiência, e, conseqüentemente, de que exista apenas uma forma de acesso. No caso estudado, o acesso pela visão à informação dos cadernos dos dois grandes jornais.

Adequar as publicações para que sejam acessíveis vai ao encontro não somente do cumprimento da lei, como também se alinha com as demandas do mercado, de cidadania e de um jornalismo mais responsivo para com os interesses dos mais diversos grupos sociais. Afinal, investir em produções inclusivas é benéfico tanto econômica como socialmente.

REFERÊNCIAS

ALBERGARIA, E. T.; LOPES, R.; ROCHA, L. Acessibilidade web: avaliando instituições de ensino em EAD. *In: CONGRESSO INTERNACIONAL ABED DE EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA*, 23, 2017, Foz do Iguaçu, PR. **Anais eletrônicos** [...]. ABED, 2017. Disponível em: encurtador.com.br/lrtfj. Acesso em 10 jun. 2022.

ASKEHAVE, I.; NIELSEN, A. E. Web-mediated genres: a challenge to traditional genre theory. **Working Papers**, n. 6, p. 1-50, 2004.

AULICINO, Madalena P. **Turismo e Estâncias: Impactos e benefícios para o turismo**. São Paulo: Futura, 2001.

- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao turismo**. 13. ed. Campinas: Papirus, 2003.
- BELENGUER JANÉ, M. La Prensa Especializada en Viajes: la aventura de un periodismo creativo. *In: ANTONA, I. A. et al. (org.). Lenguaje informativo y filmográfico*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 1992, p. 19-26.
- BERGANZA CONDE, Maria Rosa. **Periodismo Especializado**. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2005.
- BRANDÃO, C. B. Jornalismo especializado em turismo: foco nas revistas horizonte geográfico, os caminhos da terra, próxima viagem e viagem e turismo. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 14., 1992, Rio de Janeiro. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 1992. 1 CD-ROM.*
- BRASIL. **Lei nº13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a lei brasileira de inclusão da pessoa com deficiência. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 2015.
- CANCLINI, N. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CONFORTO, D. e SANTAROSA, L. M. C. Acessibilidade à Web: Internet para Todos. **Revista de Informática na Educação: Teoria, Prática**. Porto Alegre, v. 5, n. 2, 2002.
- COSTA, C. Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). **Análise Social**, Lisboa, vol. XL, 175, p. 279-295, 2005. Disponível em: encurtador.com.br/btDFH. Acesso em: 06 jun. 2022.
- DE LA TORRE PADILLA, O. **El turismo: fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- ELLCESSOR, E. **Restricted Access: Media, Disability, and the Politics of Participation**. New York University Press: New York, 2016.
- HERSCOVITZ, H. Análise de Conteúdo em Jornalismo. *In: LAGO, C.; BENETTI, M. (org.). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis, Editora Vozes, 2007.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional de saúde 2019 - ciclos de vida: Brasil e grandes regiões**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: encurtador.com.br/oAJKO. Acesso em: 11 out. 2021.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Editora Aleph, 2012.
- MACIEL, S. Comunicación y inclusión: diseño universal y producción accesible en información especializada en viajes y turismo en España y Reino Unido. *In: CONGRESO AMADIS, 10, 2021, Madrid. Comunicação oral*. Madrid: Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción, 2021.
- MARTINO, L. M. **Teoria das Mídias Digitais**. 2. ed. São Paulo: Vozes, 2014.

MELO, F. V. S.; SILVEIRA, D. S. Os Cegos Conseguem ‘Enxergar’ Destinos Turísticos na Internet? Uma Análise da Acessibilidade dos Websites Oficiais dos Estados Brasileiros. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 2, n. 7, p. 281-295, mai/ago. 2013. Disponível em: encurtador.com.br/ftQV3. Acesso em: 07 jun. 2022.

PIROLI, B. Travel journalism 2.0 Tourists’ motivations, expectations, and practices on-line. **Sur le journalisme**, v. 4, n. 2, p. 102-112, jul./dez. 2015. Disponível em: encurtador.com.br/CLMTY. Acesso em 09 jun. 2022.

QUESADA PÉREZ, M. **Periodismo Especializado**. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 1998.

SEBRAE. **Comportamento de consumo e lazer das pessoas com deficiência**. 2014. Disponível em: encurtador.com.br/ktCO3. Acesso em: 28 maio 2019.

SILVA, M. S. **Css3: desenvolva aplicações web profissionais com o uso dos poderosos recursos de estilização das css3**. São Paulo: Novatec, 2011.

WINTER, S. J.; SAUNDERS, C.; HART, P. Electronic window dressing: impressing management with websites. **European Journal of Information Systems**, n. 12, v. 4, p. 309-322, 2003.

W3C. **Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.0**. W3C, 2014. Disponível em: encurtador.com.br/bdejC. Acesso em: 04 jun. 2022.

ZARDO, E. F. **Marketing aplicado ao turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

SOBRE OS AUTORES

Suely Maciel

Docente dos cursos de graduação e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7490480851976989>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4103-6942>

E-mail: suely.maciел@unesp.br

Larissa Aparecida Cavenaghi Ferreira

Graduada em Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9052883968901789>

E-mail: lahferreira14@gmail.com

Matheus Ferreira

Mestre em Comunicação e graduado em Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3791361169892063>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1526-0740>

E-mail: matheusferreira020@gmail.com

Gabriel de Ávila de Almeida

Graduando em Engenharia de Produção pela Faculdade de Engenharia de Bauru (FEB) da Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9222375541539795>

E-mail: gabriel.avila@unesp.br

Guilherme Ferreira de Oliveira

Graduando em Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6455222966321298>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1424-0254>

E-mail: guilherme.f.oliveira@unesp.br

COMO CITAR ESTE ARTIGO

MACIEL, Suely; FERREIRA, Larissa Aparecida Cavenaghi; FERREIRA, Matheus Ferreira; ALMEIDA, Gabriel de Ávila de; OLIVEIRA, Guilherme Ferreira de. Recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual em cadernos digitais de viagens e turismo: uma análise dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. **Passagens:** Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, v. 13, n. especial, p. 94-119, dez. 2022. DOI: 10.36517/psg.v13iesp.80879.

RECEBIDO EM: 15/06/2022

ACEITO EM: 05/10/2022

PUBLICADO EM: 31/12/2022

