

Circulação e acessibilidade comunicativa: quando o acesso à notícia é barreira

Circulation and communicative accessibility: when access to news is a barrier

Samara Wobeto¹²

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4812-3649>

Viviane Borelli³⁴

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0643-2173>

Recebido em: 25/03/2025. Aprovado em: 20/05/2025

Resumo

A partir de estudo de caso múltiplo (Yin, 2015), analisam-se recursos de acessibilidade em G1, Uol, R7, Jovem Pan e CNN Brasil. A investigação baseia-se nos conceitos de circulação, cidadania, acessibilidade e jornalismo. De um lado, G1 e Uol são mais estruturados tecnicamente. De outro, R7 e Jovem Pan têm mais elementos de acessibilidade na perspectiva comunicacional. Problematisa-se que as barreiras de acessibilidade incorrem na 'não circulação'. Assim, as pessoas com deficiência não têm acesso à informação em veículos jornalísticos e os espaços midiáticos são ocupados por outros atores sociais.

Palavras-chave: circulação; acessibilidade comunicativa; acesso à informação.

Abstract

A multiple case study (Yin, 2015) analyzed accessibility resources on G1, Uol, R7, Jovem Pan and CNN Brasil. The research is based on the concepts of circulation, citizenship, accessibility and journalism. On the one hand, G1 and Uol are more technically structured. On the other, R7 and Jovem Pan have more elements of accessibility from a communicational perspective. The problem is that accessibility barriers lead to 'non-circulation'. As a result, people with disabilities do not have access to information in journalistic vehicles and media spaces are occupied by other social actors.

Keywords: circulation; communicative accessibility; access to information.

1 Introdução

Há cerca de uma década, estuda-se a circulação nos estudos latino-americanos sobre as processualidades da midiática. As investigações são realizadas com inspiração na perspectiva de Verón (1996; 2004; 2013) acerca da passagem das

¹ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - Doutorado – Brasil. E-mail: samara.wobeto@acad.ufsm.br

² Doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM). Mestre em Comunicação pelo POSCOM/UFSM. Jornalista formada pela UFSM. Participa do Grupo de Pesquisa "Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais".

³ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Brasil. E-mail: viviane.borelli@ufsm.br

⁴ Líder do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (Cimid/UFSM), doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos.



sociedades midiáticas para aquelas em processo de midiatização e, especialmente, na abordagem teórico-metodológica da sociosemiótica para leitura de fragmentos discursivos da complexa realidade midiática.

Dezenas de pesquisas foram realizadas no âmbito do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais, da Universidade Federal de Santa Maria (Cimid/CNPq/UFSM), e no desenvolvimento de projetos de pesquisa em que estão vinculados alunos de iniciação científica, mestrado e doutorado. Como será detalhado depois, tais estudos têm dialogado com a problemática desenvolvida por Fausto Neto (2018) acerca da necessidade de olharmos a circulação não como um mero lugar de passagem, pois há formação de complexos processos circulatórios e de produção de sentidos.

Tais investigações foram realizadas também com inspiração nas proposições de Braga (2017), que reflete sobre a circulação como fluxo adiante, e detalha aspectos que envolvem a ampla atividade circulatória a partir da constituição de dispositivos interacionais. Para ele, o produto midiático posto para circular não representa necessariamente um ponto de partida, mas é um momento importante que integra a formação de complexos circuitos comunicacionais.

Entretanto, no decorrer dos últimos anos, ao desenvolver projeto de ensino que estimula práticas acessíveis na produção da revista-laboratório .TXT⁵ (Borelli, Wobeto e Immig, 2024), em diálogo com proposições que tratam da acessibilidade comunicativa e das barreiras que impedem o acesso às informações (Bonito, 2015), passou-se a problematizar também o que se está nomeando como ‘não circulação’. Esses conceitos passam a ser aspectos centrais aos estudos na Comunicação, especialmente com a emergência de novos enunciadores, a complexificação das sociedades modernas e a constituição de outras dinâmicas interacionais que reconfiguram as relações entre produção e reconhecimento (Verón, 2004; 2013). Porém, nesse contexto de intensificação de processos circulatórios, é preciso olhar também para o que deixa de circular, assim como para as mobilizações de distintos atores sociais em lutas específicas pelo exercício da cidadania e pelo acesso à informação.

⁵ Link de acesso à revista: <https://www.ufsm.br/midias/experimental/revistatxt>. Vinculado ao projeto de ensino ‘Desenvolvimento de práticas acessíveis na produção de revista-laboratório’, que pode ser acessado [neste link](#).



Grohmann (2020) propõe pensar a circulação a partir de uma perspectiva não essencializante, ou seja, que reconhece e mostra seus limites. São diversas as dimensões em que a ‘não circulação’ pode se dar, e que se mostram a partir de espaços, tempos e contextos sociais e ideológicos, que geram lutas por circulação (Grohmann, 2019). O autor cita marcadores estruturais como classe, raça, gênero, sexualidade, gerações, territórios, aspectos culturais, sociais, políticos, econômicos e midiáticos como fatores que corroboram com a ‘não circulação’.

A partir de pesquisas realizadas nos últimos anos (Wobeto, Borelli e Romero, 2024; Wobeto, Borelli e Romero, 2023) em diálogo com os autores citados, entende-se ser fundamental acrescentar aos estudos de circulação reflexões que tratam das pessoas com deficiência. O estudo justifica-se pela sua relevância social, pois esses grupos são, muitas vezes, invisibilizados. Ainda, intenta-se contribuir com as pesquisas emergentes do campo da Comunicação que tratam da acessibilidade, pois os estudos de deficiência e mídia se constituem num campo em construção (Elcessor; Hagood; Kirkpatrick; 2021). Outro aspecto a ser destacado é que essa reflexão relaciona-se com investigação mais ampla que problematiza a não inserção da temática da acessibilidade na Comunicação na formação superior (Wobeto, 2025).

Em diálogo com os conceitos de mediatização e circulação, a pesquisa sobre comunicação e acessibilidade começou na iniciação científica, em 2019, seguiu em investigação monográfica e culminou em dissertação de mestrado (Wobeto, 2025). A partir da construção de uma ferramenta de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicativa no jornalismo, refletiu-se como as tecnologias assistivas - ferramentas que possibilitam acessibilizar equipamentos, espaços, produtos e informações (Brasil, 2015) - podem ser inseridas em um processo de produção jornalística.

É importante frisar que o jornalismo integra um cenário de complexidade em que há mudanças nos modos de produzir e circular determinados conteúdos e que pouco se discute sobre a acessibilidade nas rotinas produtivas ou nos produtos editoriais, técnicos e legislativos vinculados à atuação jornalística (Wobeto, 2023). Além disso, investigou-se como as pessoas com deficiência são representadas jornalisticamente - sobretudo pelos estigmas capacitistas das histórias de superação e de tragicidade (Wobeto e Borelli, 2020; Wobeto, Borelli e Romero, 2023).

A proposição deste artigo se insere num contexto de investigações em desenvolvimento nos últimos anos e que se entrelaça com a problemática da ‘não

circulação’. Assim, dialoga-se com a perspectiva da cidadania comunicativa e de sujeitos de direitos (Mata, 2006), pois concebe-se que há várias formas de acesso, havendo uma multiplicidade de públicos e uma diversidade de pessoas que precisam ter acesso à informação, mas não o tem pelas barreiras comunicacionais.

Dessa forma, o problema que pretende-se responder neste artigo pode ser sintetizado na seguinte questão: em que medida conteúdos que circulam em veículos jornalísticos com mais audiência são acessíveis do ponto de vista da comunicação para pessoas com deficiência? O objetivo é analisar os recursos de acessibilidade por meio de três eixos: técnico, aspectos comunicativos e legislativos. A análise é feita em sites de cinco veículos jornalísticos brasileiros que foram definidos a partir de dados de acesso do relatório do *Digital News Report 2023* (Institute; Oxford; 2023). São analisados: G1, Uol, R7, Jovem Pan e CNN Brasil, escolhidos, também, a partir de critérios como dados de acesso e ausência de *paywall*.

Nessa reflexão, problematiza-se um aspecto ainda pouco estudado na área da Comunicação e que diz respeito à acessibilidade comunicativa no caso de pessoas com deficiência. Como as barreiras comunicacionais têm representado um cerceamento dos direitos à cidadania plena desses públicos específicos, é preciso refletir sobre tais aspectos também pelo olhar do campo da Comunicação.

Inicialmente reflete-se, brevemente, sobre os processos de mediação e de circulação, para ser possível aprofundar os conceitos de cidadania e acessibilidade. Depois, detalha-se os procedimentos metodológicos, como os protocolos de coleta de dados, para, assim, realizar a análise dos dados e fazer inferências, verificando que transversalidades há entre os objetos analisados.

2 Barreiras à acessibilidade comunicativa: a ‘não circulação’

Com inspiração em distintas proposições de Eliseo Verón, Fausto Neto (2010; 2018) defende que devemos atentar para as complexidades dos processos de produção de sentidos a partir de distintas modalidades de contato. Para ele, a circulação deixa de ser um “entre” produção e reconhecimento e não pode ser mais compreendida apenas como um lugar de passagem, como fora teorizado por Verón (1996; 2004), visto que “práticas discursivas se deslocam”, pois há formação de diversas zonas de contato, bifurcações e indeterminações (Fausto Neto, 2018, p. 27).



Concordando com o autor, nos últimos anos, o foco dos estudos do grupo de pesquisa tem sido investigar a circulação não como um mero lugar de transporte ou de passagem, mas sim como um fenômeno complexo que pode ser analisado por meio de materialidades discursivas identificadas no tecido social (Borelli, 2024). Como conceitua Verón (2004; 2013), os atores sociais produzem sentidos que geram múltiplos efeitos. Essas marcas podem ser identificadas ao se retirar fragmentos discursivos da infinita semiose social.

Nesse contexto, outra questão chama a atenção e diz respeito ao que tem-se efetivamente acesso e ao que pode ser pesquisado, visto que consegue-se trabalhar sobre alguns índices identificáveis nas complexidades dos processos de mediação e de circulação (Borelli, 2024). Pela questão de espaço e foco do artigo, não é intenção discutir sobre o funcionamento das plataformas, mas é preciso saber que tais mecanismos que dizem respeito à governança das plataformas digitais impõem uma série de restrições ainda desconhecidas (Van Dijck, 2021).

Assim, interesses de ordem econômica e política incidem, também, em processos de ‘não circulação’. “Nada (nem ninguém) circula indefinidamente, pois há materialidades, limites e contradições na vida social e comunicativa” (Grohmann, 2020, p. 2-3). Meios e infraestruturas contribuem para que algumas formas de circulação ocorram e outras não (Grohmann, 2019), o que volta nosso olhar para a acessibilidade comunicativa e as barreiras que impossibilitam que ela seja efetiva. Também converge-se com Grohmann (2019) quando destaca ser necessário interpretar criticamente os dados coletados, com atenção especial para os contextos circulatórios. Foi por meio de uma leitura crítica dos dados coletados nas pesquisas realizadas nos últimos anos (Wobeto, Borelli e Romero, 2023; Wobeto, 2023) que identificaram-se barreiras para que a circulação ocorra, efetivamente, para as pessoas com deficiência.

Como dito, foi a partir da realização de pesquisas sobre processos circulatórios que se percebeu uma questão muito singular - a possibilidade de haver uma ‘não circulação’, ou seja, há barreiras que impedem que tais conteúdos cheguem até as pessoas com deficiência. Assim, não se trata somente de invisibilidade ou de coberturas insuficientes sobre as temáticas que envolvem esses públicos, mas de uma questão primordial na comunicação, que é o acesso à informação. A proposição do que nomeamos como ‘não circulação’ leva em conta a noção de barreira, que, de acordo com a legislação brasileira (Brasil, 2015, s.p.), é

Qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que limite ou impeça a participação social da pessoa, bem como o gozo, a fruição e o exercício de seus direitos à acessibilidade, à liberdade de movimento e de expressão, à comunicação, ao acesso à informação. (Brasil, 2015, s.p.)⁶.

Quando um determinado produto comunicacional não é acessível, ou seja, não incorpora tecnologias assistivas, torna-se uma barreira para que as pessoas com deficiências possam consumir a informação. Exemplos de tecnologias assistivas são o leitor de tela, Janela de Libras, Legendagem para Surdos e Ensurdecidos, contraste cromático, caracteres ampliados, audiodescrição e/ou descrição de imagens, entre outros. Nesse contexto, problematiza-se que ocorrem processos de ‘não circulação’, e, conseqüentemente, de lutas por circulação, já que estes públicos também têm ocupado espaços nas sociedades em midiaticização para cobrar a acessibilidade em serviços, equipamentos e produtos comunicacionais.

Há diversos estudos que pontuam que as mídias e produtos jornalísticos não são acessíveis. Além da lacuna da acessibilidade comunicativa, definida pela legislação brasileira como a ausência de barreiras na comunicação (Brasil, 2015), a problemática que a entrelaça ao jornalismo tem outras nuances. Entre elas, está a representação dos públicos com deficiência por parte das mídias e que, em grande parte, reproduz preconceitos e estigmas sociais de superação e tragicidade (Freitas, 2021), o que incide em silenciamentos dos públicos com deficiência.

Tais questões colocam em xeque a afirmação de que o jornalismo é representativo da diversidade social (Benetti, 2013). Ao não retratar - ou representar de forma estereotipada - as pessoas com deficiência, os veículos de comunicação reforçam uma ausência de representatividade que também está em seu quadro de repórteres e outros perfis profissionais. Esta visibilidade se estende a outros públicos historicamente marginalizados, como as pessoas negras, periféricas e lgbtqiap+.

Cabe pontuar que os jornalistas estão imersos em uma rotina que não contempla a acessibilidade como etapa de produção e que deve ser considerada desde o início do processo, o que Bonito (2015) e Beraldo (2021) afirmam ser essencial para a melhoria de produtos noticiosos. Para Bonito (2015), a comunicação deveria levar em consideração o

⁶ As barreiras são classificadas em urbanísticas, arquitetônicas, nos transportes, nas comunicações e na informação (Brasil, 2015). Além destas, Sasaki (2009) acrescenta outros tipos de barreiras, que podem ser atitudinais, metodológicas, pragmáticas e instrumentais.



Desenho Universal ao conceber e elaborar seus projetos, ou seja, contemplar todos os públicos desde o desenho dos produtos, para que não sejam necessárias adaptações (Brasil, 2015).

Outro aspecto que repercute nas práticas profissionais é o fato de que há poucas iniciativas que buscam ensinar as práticas de acessibilidade comunicativa nos cursos de Comunicação e de Jornalismo. Para Bonito (2015, p. 323), é na universidade que há um terreno fértil para esta mudança cultural, a partir da inclusão de componentes curriculares que trabalhem a acessibilidade comunicativa nos cursos de comunicação.

Os elementos apontados permitem identificar a problematização da temática, e que mescla diferentes aspectos que compõem um pano de fundo contextual da discussão proposta: quando se aborda a acessibilidade comunicativa, se fala de barreiras (Brasil, 2015) que impedem o acesso à informação (Bonito, 2015; Beraldo, 2021; Wobeto e Borelli, 2020; Wobeto, 2023) por pessoas com deficiência em suas diversidades, o que representa um impedimento para o cumprimento da legislação (Bonito, 2015). Isso estabelece uma barreira para a circulação, já que os produtos comunicacionais e jornalísticos, ao não serem acessíveis, correm o risco de não constituírem outros circuitos comunicacionais e nem gerarem fluxos adiante (Braga; 2012; 2017), ações que poderiam ser uma curta, um compartilhamento entre pares e a produção de outros discursos.

Trata-se, portanto, de uma questão de cidadania comunicativa (Mata, 2006), que diz respeito aos direitos civis, como a informação e a liberdade de expressão, e que se enreda com questões identitárias a partir da tentativa de eliminação de desigualdades. O conceito de cidadania comunicativa é definido como “o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda no terreno da comunicação pública e o exercício desse direito” (Mata, 2006, p. 13, tradução nossa). A complexidade da cidadania comunicativa envolve dimensões variadas e reconhece os diversos públicos das mídias como consumidores nas sociedades midiáticas (Mata, 2006).

Esse reconhecimento envolve a questão do acesso à informação, que, no caso da ausência de acessibilidade comunicativa e da presença de barreiras, é impossibilitado. No caso dos estudos em circulação, essa percepção implica a singularidade de um cenário de ‘não circulação’, diretamente imbricado com o pano de fundo dos direitos sociais que permitem a prática da cidadania. Beraldo (2021, p. 19) diz que, por mais que haja previsão de direito à informação pela legislação brasileira, “é provável que as necessidades das

PDVs⁷ não sejam levadas em consideração ao se produzir conteúdo jornalístico para o ambiente multimidiático”. Para a autora, isso envolve um desconhecimento, por parte dos jornalistas, de qual é a estrutura adequada e como se produz uma Tecnologia Assistiva, o que impacta diretamente na possibilidade de uma pessoa com deficiência consumir uma notícia ou reportagem. A partir dessas reflexões, detalham-se os procedimentos metodológicos.

3 Procedimentos metodológicos

Define-se a pesquisa como um estudo de caso múltiplo (Yin, 2015), usado para a construção de conhecimento acerca de fenômenos complexos que podem ser tanto individuais e grupais quanto organizacionais, sociais e políticos. O estudo de caso múltiplo permite explorar um conjunto de questões novas. Yin (2015, p. 60) define que “um *insight* importante é considerar os casos múltiplos como se consideram os experimentos múltiplos - ou seja, seguindo a lógica da “replicação”. Isso põe o método como diferente de um levantamento por amostragem. Para o autor, “cada caso deve ser selecionado cuidadosamente para que (a) possa predizer resultados similares (uma replicação literal) ou (b) possa produzir resultados contrastantes, mas para razões previsíveis (uma replicação teórica)” (Yin, 2015, p. 60).

A partir da seleção dos veículos, o método objetiva, nesta pesquisa, comparar resultados e indícios encontrados, e não olhar o objeto em sua totalidade. Dialoga-se também com as proposições de Braga (2008, 2017) quando defende que as pistas que emergem como indícios permitem explorar similaridades e diferenças, sendo possível fazer inferências sobre dados coletados e analisados.

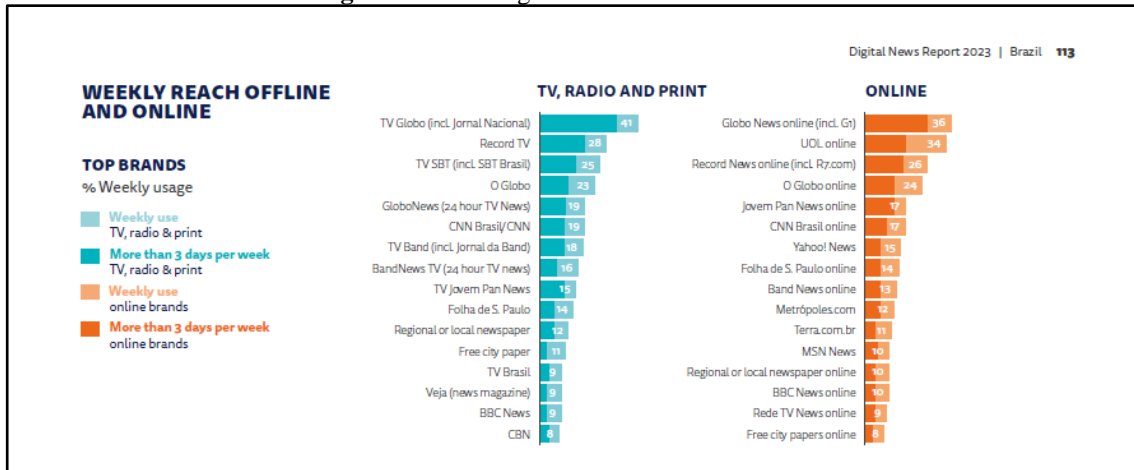
A escolha dos veículos noticiosos para identificar e analisar recursos de acessibilidade nos sites seguiu os seguintes critérios: acesso gratuito e dados de acesso. Dessa forma, os veículos com *paywall* foram descartados. Outro critério foi a definição dos cinco com mais acessos. Para isso, consultamos o relatório mundial *Digital News Report 2023*⁸ produzido pelo *Reuters Institute* e Universidade de *Oxford*. Portanto, ficam

⁷ Pessoas com Deficiência Visual (PDVs).

⁸ Disponível no [link](#). Acesso em janeiro de 2024.

definidos, para a seleção, os seguintes veículos jornalísticos: G1, Uol, R7, Jovem Pan e CNN Brasil⁹.

Figura 1 – Ranking de acesso à mídia no Brasil



Digital News Report, 2023

A análise é realizada por meio da ferramenta de indicadores de qualidade da acessibilidade comunicativa em veículos jornalísticos digitais (Wobeto, 2023)¹⁰. Estes se configuram como sentenças a serem respondidas, divididos em quatro categorias de análise: 1) Aspectos técnicos do site, que compreende a estruturação acessível básica; 2) Aspectos comunicativos, que incorpora em grupos temáticos o processo de produção jornalística; 3) Aspectos legislativos, que compreende o mínimo garantido por lei em questões de acessibilidade comunicativa; e 4) Empresa jornalística, que diz respeito às rotinas produtivas, perfis profissionais e aspectos editoriais.

As quatro categorias somam 188 sentenças. Nem todas são passíveis de análise em uma etapa inicial de testagem, já que há dados, como a presença de jornalistas com deficiência na redação, a capacitação dos profissionais para a atuação acessível, as condições de entrevista de pessoas com deficiência e a testagem de acessibilidade nos sites que só são possíveis de coletar por meio do contato direto com o veículo (categoria 4). Sabe-se da importância desses aspectos, visto que foram observados em estudo anterior (Autora), mas neste artigo, são observadas as categorias que dizem respeito: 1)

⁹ Por conta do espaço do artigo, não foi possível incluir as descrições dos veículos analisados, mas levamos em consideração seus aspectos quantitativos e dimensões políticas do controle da mídia brasileira.

¹⁰ Ferramenta construída como produto de trabalho monográfico em Jornalismo. O instrumento é amplo e complexo, portanto, apenas uma parte será usada para análise, apresentada neste espaço.

ao eixo técnico do site; 2) aos aspectos comunicativos e 3) à legislação. Cada eixo abrange distintos aspectos, que serão detalhados na análise.

A análise dos recursos de acessibilidade foi realizada nos sites do G1, Uol, R7, Jovem Pan e CNN Brasil¹¹. Todos os procedimentos metodológicos e dados coletados foram registrados no GoogleDocs e em planilha do *Excel*. Foi utilizada uma aba anônima no navegador *Firefox* a fim de minimizar a interferência dos algoritmos nos resultados de busca, cuidado metodológico importante quando tratamos de pesquisas em meios digitais (Sued, 2021; Rocha, 2018). O processo de análise dos recursos de acessibilidade foi realizado com o uso de ferramentas como o leitor de tela *NVDA* - para conferência de navegabilidade e descrição de imagens - e o *Coblis* - simulador cromático de diferentes tipos de daltonismo.

O corpus foi composto pela página inicial de cada um dos veículos para a análise de aspectos técnicos, e na coleta de um produto jornalístico em destaque e de cada editoria presente na página inicial¹². A tabela de testagem tem uma aba para o registro dos dados de cada um dos veículos e outra com a caracterização das matérias dos sites. O corpus ficou definido com um total de 55 produtos jornalísticos, sendo nove do G1, dez do Uol, 14 do R7, dez da Jovem Pan e 12 da CNN Brasil¹³. Após detalhamento dos procedimentos metodológicos, analisam-se e discutem-se os dados.

4 Acessibilidade dos veículos jornalísticos

A apresentação dos dados analíticos será feita de maneira descritiva e comparativa, visto que cada veículo tem características distintas. Como propõe Yin (2015), o método do estudo de casos múltiplos possibilita a comparação dos resultados entre os veículos analisados, identificando-se similaridades e diferenças na maneira como os mesmos inserem ou deixam de inserir a acessibilidade no que diz respeito a aspectos técnicos, comunicativos e legislativos.

¹¹ A análise foi realizada entre os dias 03 e 05 de março de 2024. A data foi escolhida de forma intencional por entendermos que é necessário pegar um intervalo de cobertura usual.

¹² As editorias em destaque variam de acordo com a organização do site, logo não tem como comparar o mesmo número de matérias.

¹³ Não há como saber se todas as matérias seguem características similares, visto que são de editorias distintas, mas era necessário fazer algum tipo de seleção para viabilizar a análise.

A partir da observação desses três eixos que referem os recursos de acessibilidade, para melhor visualização dos dados elaboraram-se tabelas para fazer comparações entre os aspectos utilizados ou não pelos veículos. A análise dos aspectos no eixo técnico do site indicou similaridades entre todos os veículos, o que inclui fontes com boa legibilidade e a facilidade para localizar o menu e abrir uma notícia. São elementos básicos que também são característicos de um site de veículos jornalísticos.

Em termos de navegabilidade para o leitor de tela, o G1 e o Uol têm uma boa estrutura e organização hierárquica. Elementos que ajudam nesse quesito são a facilidade de localização do menu e do campo de busca, do acesso a um produto jornalístico, espaços de preenchimento descritivos em formulários de cadastro, bom contraste cromático e fontes com boa legibilidade. No caso específico do G1, elementos que auxiliam são a estrutura de notícias em listas em vez de colunas, o que possibilita que o leitor de tela tenha uma responsividade maior, o padrão de poucas cores prevalentes, que possibilita que o contraste responsivo seja efetivo. Outros pontos positivos são a apresentação de mensagens de erro, a exibição de dicas de resolução e boa estrutura hierárquica. Esses elementos constituem aspectos técnicos que contribuem, especialmente, na experiência das pessoas com deficiência em termos de navegabilidade.

Por outro lado, os sites do R7 e da Jovem Pan não apresentam elementos técnicos de navegabilidade como organização hierárquica, estrutura de listas e contraste cromático - apesar de ter um padrão de cores definido -, o que também ocorre no site da CNN Brasil. No caso desses veículos específicos, apesar de R7 e Jovem Pan usarem o azul e o vermelho, respectivamente, como cores principais, há outras cores em elementos como nome de editorias, botões de listas e hiperlinks. Variações do cinza, nesses casos, são problemáticas para o contraste com fundo branco. No entanto, um aspecto no qual R7 se destaca é com relação à presença de tecnologias assistivas específicas para a comunicação, como o alto contraste, os caracteres ampliados e a opção de ouvir áudio. Apesar do site da CNN Brasil também ter a opção de ouvir áudio, no caso de R7 a preocupação, do ponto de vista técnico do site, é mais completa.

É preciso destacar que elementos que prejudicam a acessibilidade e que se repetem em todos os veículos são: publicidades em excesso, ausência de atalhos de navegação e de ativação por meio de comandos de voz e a ausência de tradução em Libras. Na Tabela 1, estão reunidos os dados relativos à análise do eixo comunicativo:

Tabela 1 - Aspectos do eixo comunicativo.

Aspecto analisado	G1	Uol	R7	Jovem Pan	CNN Brasil
Redação simples e com hierarquia	8/8 ¹⁴	9/9	14/14	9/9	11/11
Descrição de imagem	2/10	0/8	0/9	6/9	2/9
Descrição no espaço correto	0/8	0/8	0/8	7/9	2/9
Contraste cromático	7/7	8/8	8/10	9/9	9/9
Recursos cromáticos - mapas e infográficos	0/1	-	0/2	-	-
Alto contraste	0/9	0/10	10/14	0/10	0/11
Caracteres ampliados	0/9	0/10	10/14	0/10	0/11
Ouvir áudio	0/9	0/10	4/14	0/10	10/12
Janela de Libras	0/4	0/2	0/6	0/1	0/4
LSE	0/4	0/2	0/6	0/1	0/4
Legenda simples/ automática	0/4	2/2	6/6	1/1	3/4
Roteiro acessível	0/4 ¹⁵	0/2	0/11	0/1	0/14
Autodescrição e descrição de cenários	0/1	0/2	0/3	0/1	0/4
Hiperlinks identificados	8/8	5/7	1/3	6/6	4/7
Estilos de texto	8/8	7/9	7/14	9/9	10/10
Coluna de texto única	8/8	9/9	14/14	9/9	10/10
TAs nas redes sociais	0/1	-	0/5	0/2	0/1

Fonte: As autoras, 2024.

A partir da análise, há alguns aspectos relativos aos produtos jornalísticos que todos os veículos cumprem do ponto de vista da acessibilidade: todos têm linguagem fluida, linear e com hierarquia informacional. Este último elemento, em especial, colabora para a acessibilidade comunicativa visto que permite a compreensão da informação de forma menos confusa. No entanto, este também é um preceito da qualidade do texto jornalístico, então, mesmo que todos os veículos tenham tais aspectos, a intenção primeira de um texto com boa hierarquia informacional não é o da acessibilidade (Wobeto, 2023).

¹⁴ Nesta tabela, os dados serão inseridos conforme o número de matérias e de formatos presentes em cada uma delas. Por exemplo, das nove reportagens do G1, oito têm recursos de texto, sete têm imagens, e assim por diante. Portanto, a conferência dos recursos assistivos é feita por meio da variável x/x, em que o primeiro número corresponde ao de matérias que cumprem o requisito e o segundo se refere às matérias que têm aquele formato.

¹⁵ Compreende formatos como audiorreportagem, entrevistas, videorreportagem e *podcast*.

No caso do contraste responsivo da cor, somente R7 teve duas fotografias com pouca responsividade cromática. No entanto, essas imagens são fotojornalísticas ou decorativas, logo, poucas tinham informações textuais ou cuja cor significa uma informação específica (no caso de um semáforo, por exemplo, em que vermelho quer dizer ‘Pare’). Quando há imagens como mapas e infográficos, que precisam de outras ferramentas para a garantia do contraste (Pereira, 2021), estes estão ausentes, no caso de G1 e R7. Os sites de R7 e Jovem Pan têm elementos como alto contraste, caracteres ampliados e a opção de ouvir o áudio.

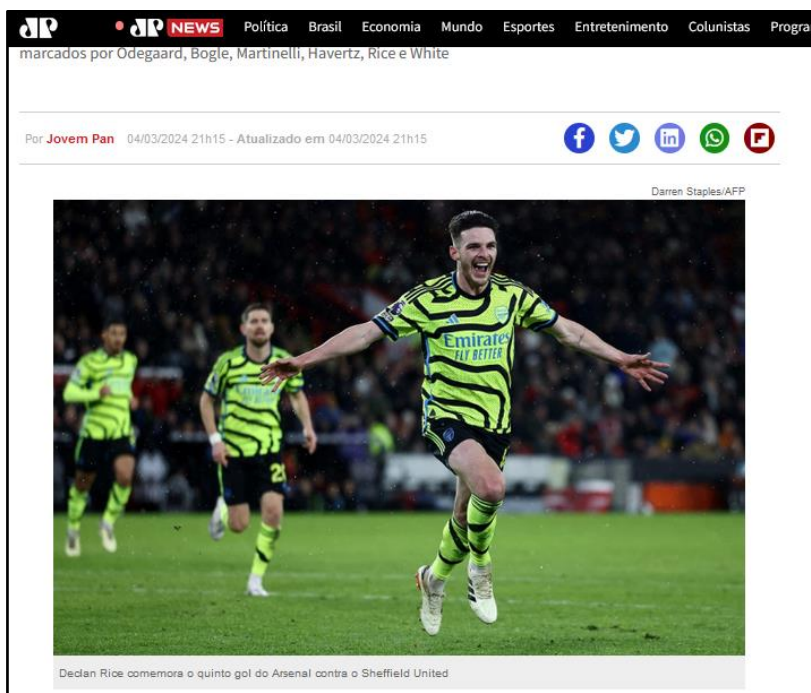
O site que mais se destaca no caso das descrições de imagens é a Jovem Pan, com descrição presente em seis das nove fotografias. Sete das nove imagens também têm texto inserido no campo correto, presente no espaço de edição de uma publicação, geralmente denominado como ‘texto alternativo’ ou ‘alt text’¹⁶. Esse campo é diferente do das legendas e tem função distinta: enquanto a primeira é informativa como complemento da imagem e do texto, a segunda é descritiva, para que pessoas cegas ou com baixa visão possam formar uma imagem mental da fotografia (Motta; Romeu Filho; 2010). Essa é uma pista de que o profissional que a insere nas publicações do site tem conhecimento de que as funções dos dois campos são distintas.

Apesar das descrições de imagens serem simples, elas indicam uma mínima descrição de qual é a informação imagética presente. Por exemplo, no caso da reportagem ‘Arsenal goleia *Sheffield United* por 6 a 0 e segue na perseguição aos líderes do Campeonato Inglês’¹⁷, há a fotografia de um jogador que comemora um gol. A descrição da imagem é a seguinte: “O meio-campista inglês nº 41 do Arsenal, Declan Rice, comemora o quinto gol do time durante a partida de futebol do Premier League inglesa entre Sheffield United”. Essa informação é diferente da legenda, que tem o seguinte texto: “Declan Rice comemora o quinto gol do Arsenal contra o Sheffield United”.

Figura 2 - Reportagem da Jovem Pan.

¹⁶ Campo de preenchimento em editores e publicadores de site que está acoplado a imagens. Tem como função gerar uma opção textual à imagética, para que leitores de tela possam fazer a leitura da informação da imagem. É essencial para a acessibilidade de pessoas cegas ou com baixa visão, e por conta de sua maneira de inserção, otimiza o SEO e os resultados de busca de sites ([HandTalk](#), s.a.).

¹⁷ [Link](#) da reportagem. Acesso em 05/03/2024.



Jovem Pan, 2023.

No caso do G1, somente duas das dez imagens presentes nas matérias tinham algum tipo de descrição. No entanto, essa é básica, que não corresponde aos critérios mínimos de acessibilidade impostos nas normativas da ABNT (2016) e da EBC (2018). Um exemplo é da notícia ‘*Com disputa entre Trump e Biden nas eleições quase definida, EUA se preparam para a ‘Superterça*¹⁸’ mais previsível e esvaziada dos últimos anos’, em que há uma fotografia da candidata Nikki Haley, cuja descrição inserida no campo de texto alternativo é “Nikki Haley discursa durante primárias republicanas na Carolina do Sul” - exatamente o mesmo texto do espaço da legenda. Isso denota que, mesmo no caso de o produto jornalístico imagético ter uma descrição mínima, ela remonta mais à função jornalística de uma legenda descritiva do que à acessibilidade.

No caso das videoreportagens, audiorreportagens e *podcasts*, não há nenhum recurso de acessibilidade. Uol, R7, Jovem Pan e CNN Brasil têm a possibilidade de ativação de legenda automática, mas um aspecto que chama a atenção é que, em todos os casos, os produtos estão hospedados nos respectivos canais do *YouTube*.

A análise indica poucos recursos de acessibilidade exigidos pela legislação que os veículos cumprem. Apenas no caso da legenda simples, há a possibilidade de ativação da legenda automática em Uol, R7, Jovem Pan e CNN Brasil. No caso de R7, ainda há a

¹⁸ Publicada em 03/03/2024, disponível no [link](#).

presença de caracteres ampliados. Esses dados mostram uma preocupação de caráter normativo e vão ao encontro do que problematiza Bonito (2015) quando propõe o conceito das ‘legislações invisíveis’. Estas só existem no papel, mas não são colocadas em prática e nem fiscalizadas pelos órgãos públicos. Outros elementos importantes não são cumpridos por nenhum veículo, como a presença de Janela de Libras, de Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE), de audiodescrição, de responsividade de navegação em diversos formatos, dos símbolos de acessibilidade em destaque e da publicidade acessível.

A investigação permite identificar algumas similaridades entre os sites analisados. Veículos jornalísticos ditos de referência e que pertencem à conglomerados de comunicação brasileiros, como o G1 (Grupo Globo - maior conglomerado midiático¹⁹ do país) e Uol (Grupo Folha - em quarto lugar na lista de conglomerados midiáticos brasileiros), têm características comuns em aspectos técnicos de acessibilidade do site, com pontos positivos como navegabilidade e estrutura. Por estarem na parte superior da lista de conglomerados, são veículos que têm mais capital para investimento, o que pode refletir na estrutura dos sites. No entanto, aspectos comunicacionais, de acesso aos produtos jornalísticos específicos em seus diferentes formatos, são negligenciados. Tais lacunas podem ser percebidas pela ausência de descrição de imagens e elementos como alto contraste, caracteres ampliados e recursos de ouvir o áudio - que é diferente do formato *podcast*. Apenas um elemento básico, que é a possibilidade de ativação de legenda automática, é encontrado no Uol, por meio do canal no YouTube.

Já, os veículos R7 (conglomerado midiático com ligação religiosa que ocupa o 6º lugar da lista de concentração midiática brasileira) e Jovem Pan (11º da lista dos conglomerados midiáticos) são grupos de comunicação menores. Na pesquisa, observa-se que o aspecto técnico é mais precário, ou seja, há menos investimento na estrutura do site e na experiência do usuário. No entanto, esses veículos se destacam por proporcionarem recursos mínimos de acessibilidade: alto contraste, caracteres ampliados e ouvir o áudio (R7) e descrição de imagens (Jovem Pan). A inserção de tais elementos oportuniza um acesso mínimo aos públicos com deficiência, o que não é o ideal, mas denota alguma preocupação específica com o aspecto comunicacional do acesso.

¹⁹ [Lista](#) dos maiores conglomerados midiáticos do Brasil.



Já, no caso da CNN Brasil, único veículo que não tem origem brasileira, avalia-se que está num meio-termo entre as análises anteriores: o site tem aspectos técnicos positivos, como o padrão de cores e a descrição de alguns botões e ícones de perfis em redes sociais, mas não alcança a responsividade da navegabilidade como G1 e Uol. Um exemplo é que alguns ícones dos perfis em redes sociais são nomeados com o texto do link respectivo, ou seja, é possível saber que tal link leva a determinado perfil na rede social, mas o ideal seria que o nome do botão fosse somente ‘Instagram’ ou ‘Facebook’. Já, no aspecto comunicacional, há a opção de ouvir o áudio e a descrição básica de imagem em algumas fotos, mas que segue a lógica de replicar o mesmo texto que está no campo da legenda.

5 Considerações finais

Em virtude da ausência de acessibilidade, concebe-se que a problemática da ‘não circulação’ deve ser inserida no âmbito de outras questões de acesso que têm sido objeto de discussão da área da Comunicação, como o da existência de desertos de informação. Geralmente, o acesso é estudado apenas no que diz respeito ao alcance e suas distintas implicações sociais, fatores de ordem econômica e educacionais. A proposta da pesquisa visa chamar atenção para barreiras que impossibilitam a circulação de informações para as pessoas que têm alguma deficiência.

A investigação mostra que a relação entre o jornalismo e a acessibilidade comunicativa pode ser compreendida como uma lacuna. Isso porque há ausência de modos acessíveis de comunicar em grande parte da prática jornalística, o que evidencia a deficiência das mídias quando o assunto é acessibilidade (Bonito; Guimarães; 2023). A falta de acesso, seja no nível técnico ou no comunicacional, é um limitador excludente. Em termos de acesso, as barreiras de aspecto comunicativo são ainda mais graves para o consumo de conteúdos informativos.

A análise mostra diferentes tipos de barreiras - especialmente técnicas e comunicativas - que os veículos têm e mantêm em suas práticas. Esses dados demonstram, a partir do aporte teórico, que temos um cenário de ‘não circulação’ para públicos específicos, como as pessoas com deficiência. Práticas jornalísticas que mantêm e reforçam determinadas formas de comunicar tornam excludentes o acesso à informação



e comunicação, que é previsto pela legislação como um direito desses públicos (Brasil, 2015).

O aspecto normativo, inclusive, é uma discussão crucial neste debate, uma vez que não há cumprimento das leis por parte dos veículos analisados. O campo da política também se intersecciona na discussão, uma vez que, apesar das diversas tentativas falhas de implementar audiodescrição na TV pública brasileira (Bonito, 2015), o único momento em que há presença de recursos assistivos é na propaganda eleitoral gratuita, estabelecida pela Resolução nº 23.610 (TSE, 2019), que obriga a inserção de tecnologias assistivas como legendas em texto, janela com intérprete de Libras e audiodescrição. Caso os partidos e coligações não cumpram essas normativas, a propaganda não pode ser veiculada.

Diante da ausência de acessibilidade, as lacunas deixadas pelos veículos jornalísticos passam a ser ocupadas por outros enunciadores, sejam amadores ou atores sociais em cargos públicos. Entretanto, as informações nem sempre são qualificadas ou confiáveis. Um exemplo foram as *lives* realizadas pelo ex-presidente da República, Jair Bolsonaro, que sempre tinham intérpretes de Libras. Durante a pandemia, ao lado de assessores e um intérprete de Libras, Bolsonaro fazia *lives* semanais e aproveitava o momento para propagar desinformação sobre a Covid-19 e a eficácia das vacinas. Em 2021, inclusive, o Facebook tirou do ar uma transmissão em que ele propagou mentiras sobre as vacinas da Covid e da Aids²⁰.

Outro caso que merece atenção é o da Jovem Pan, o único dos veículos analisados que tem descrições de imagem mais completas e que produz informação diferente da que consta no campo das legendas. Em 2023, o Ministério Público Federal (MPF) pediu a suspensão da concessão pública à Jovem Pan pela propagação de desinformação sobre o sistema eleitoral e a incitação à invasão dos prédios públicos em Brasília, na ocasião da tentativa de golpe em 8 de janeiro²¹. Em 2024, a Advocacia Geral da União (AGU) pediu à Justiça Federal de São Paulo a condenação de multa monetária ao veículo pela prática de espalhar desinformação sobre o sistema eleitoral²².

A partir desse cenário, é necessário trazer outro questionamento: quem fideliza os públicos com deficiência? As empresas do ramo da comunicação precisam ser

²⁰ [Link](#).

²¹ [Link](#).

²² [Link](#).

estratégicas, o que engloba o fato de que a empresa visa lucro e considera seus públicos como consumidores. As crises do jornalismo (Christofoletti, 2019), propagandeadas e alardeadas pelas empresas de comunicação, têm como uma das causas a diminuição do consumo de notícias. No entanto, uma parcela significativa da população brasileira, 18,9 milhões de pessoas (IBGE, 2023), é impedida de acessar informações por conta de barreiras de acessibilidade. Com isso, temos a ‘não circulação’ também no momento em que o acesso à notícia é barreira.

Esse fenômeno vai além de uma questão de direitos e de cumprimento da legislação, pois é, efetivamente, uma questão de acesso e de cidadania. Quando não há o mínimo de garantia de acessibilidade por parte de um meio de comunicação, as pessoas com deficiência não têm a possibilidade de escolher qual informação consumir. Com isso, quem pode fidelizar os públicos com deficiência como consumidores são outros enunciadores espalhados em diferentes perfis de redes sociais midiáticas. Com isso, pelas questões de acessibilidade, têm-se a propaganda eleitoral gratuita, *lives* como as que Bolsonaro fazia com a presença de intérprete de Libras e conteúdos produzidos por mídias com um mínimo de acessibilidade, como o site do R7 e da Jovem Pan. No que tange à acessibilidade, o jornalismo que se diz de referência, como no caso de G1 e Uol, não cumpre seu papel social e cidadão como detentor da democracia ao produzir conteúdos inacessíveis às pessoas com deficiência.

Como dito, este artigo faz parte de um movimento de pesquisa maior, que envolve a feitura de uma dissertação sobre a acessibilidade comunicativa na formação de jornalistas (Wobeto, 2025) e, neste momento, o início do Doutorado em Comunicação, que envolve o aprofundamento nas perspectivas mercadológicas do jornalismo. Portanto, o conceito proposto não se esgota aqui, mas continua em movimentos de investigação concomitantes.

Referências

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

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

BERALDO, C. T. “Quem cabe no seu todos?” Jornalismo e deficiência visual: um estudo sobre a acessibilidade e usabilidade em notícias em redes digitais. 2021. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021.



BONITO, M. *Processos da comunicação digital deficiente e invisível: mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas pessoas com deficiência visual no Brasil*. 2015. Tese (Doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

BONITO, M.; GUIMARÃES, L. (Re)pensar as deficiências das mídias e dos processos comunicacionais. In: BARBOSA, S. (Org.). *#ACESSEJOR: por um jornalismo digital acessível, inclusivo e inovador*. Covilhã: Editora LabCom, 2023.

BORELLI, VIVIANE. A problematização teórico-metodológica nas pesquisas de circulação e plataformas In: FERREIRA et al. *Plataformas, algoritmos e IA: questões e hipóteses na perspectiva da midiatização*, ed.1. Santa Maria, RS: Facos, 2024, v.1, p. 199 - 218

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. *MATRIZES*, São Paulo, n. 2, p. 73-88, 2008.

BRAGA, J. L. Dispositivos interacionais; circuitos de comunicação. In: BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. (Org.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017. v. 2.

CHRISTOFOLETTI, R. *A crise do jornalismo tem solução?* Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO (EBC). NOR 704. Brasília: EBC, 2018.
ELLCCESSOR, E.; HAGOOD, M.; KIRKPATRICK, B. Rumo a um campo de estudos de deficiência e mídia. *Culturas Midiáticas*, João Pessoa, n. 15, p. 6-37, 2021.

FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação. *ALCEU*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, 2010.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. *Rizoma*, [s.l.], v. 6, n. 2, p. 8-40, 2018.

FREITAS, T. A. *Representações sociais de pessoas com deficiência em notícias do portal G1*. 2021. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

GROHMANN, R. Os rastros digitais na circulação de sentidos: pela desnaturalização e contextualização de dados na pesquisa em comunicação. *Galáxia*, São Paulo, n. 42, p. 150-163, 2019.

GROHMANN, R. O que é circulação na comunicação? Dimensões epistemológicas. *FAMECOS*, Porto Alegre, v. 27, n. 1, p. 2-13, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD): pessoas com deficiência 2022*. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

REUTERS INSTITUTE; UNIVERSITY OF OXFORD. *Digital News Report 2023* [recurso eletrônico]. 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em: [data de acesso].



BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 7 jul. 2015.

MATA, M. C. Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo, v. 8, n. 1, p. 5-15, 2006.

MOTTA, L.; ROMEU FILHO, P. (Orgs.). *Audiodescrição: transformando imagens em palavras*. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, 2010.

PEREIRA, T. *Guia de acessibilidade cromática para daltonismo: princípios para profissionais da indústria criativa*. 2021. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2021.

ROCHA, M. Grandes datos, grandes desafíos para las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Sociología*, n. 2, p. 415-444, 2018.

SASSAKI, R. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. *Revista Reação*, São Paulo, p. 1-9, 2000.

SUED, G. E. Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, v. 10, n. 19, p. 1-22, 2021.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). Resolução nº 23.610, de 19 de dezembro de 2019. Brasília: TSE, 2019.

VAN DIJCK, J. Seeing the forest for the trees: visualizing platformization and its governance. *New Media & Society*, v. 23, n. 9, p. 2801-2819, 2021.

VERÓN, E. *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa, 1996.

VERÓN, E. Fragmentos de um tecido. *Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VERÓN, E. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013. v. 1.

WOBETO, Samara. A construção de indicadores de qualidade para a acessibilidade comunicacional em veículos jornalísticos. Monografia. Universidade Federal de Santa Maria: Santa Maria, 2023.

WOBETO, Samara; BORELLI, Viviane; ROMERO, Luan. Acessibilidade comunicativa:



palavra-chave para um jornalismo democrático e cidadão. In: *Âmbitos - Revista Internacional de Comunicación*, no 65, verano 2024, p. 90 - 110. Doi:
<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i65.05>.

WOBETO, Samara; BORELLI, Viviane; ROMERO, Luan. Acessibilidade e pessoas com deficiência: análise da cobertura do portal G1. In: *Dispositiva*, v. 12, n. 22, p. 232 - 249, 2023.

WOBETO, Samara; ROMERO, Luan; BORELLI, Viviane. Análise Quantitativa da Cobertura Jornalística sobre Acessibilidade e Pessoas com Deficiência. In: *44o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom. Virtual: 2021*, p. 1 - 15.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

