

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

TAINÁ BERNARDES ESTEVES MOREIRA

**MODELO DE OFICINA PARA CAPACITAÇÃO DE ACESSIBILIDADE VISUAL EM
MÍDIAS SOCIAIS**

BAURU

2023

TAINÁ BERNARDES ESTEVES MOREIRA

**MODELO DE OFICINA PARA CAPACITAÇÃO DE ACESSIBILIDADE VISUAL EM
MÍDIAS SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação da Universidade
Estadual Paulista “Júlio De Mesquita
Filho”– Unesp como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Relações Públicas.

Orientadora: Prof^ª Dr^a Suely Maciel.

Bauru

2023

AGRADECIMENTOS

À minha família, que sempre esteve do meu lado, apesar de toda a distância e todas as discussões por telefone. Mãe, Pai, Lu, Vó Placidia, imprescindíveis na minha trajetória até aqui, e sempre comigo onde quer que eu vá.

À UNESP Bauru por ter sido casa, mãe, irmã e amiga. Por ter me acolhido tão bem, e ter permitido que aqui eu me transformasse na pessoa e na profissional que sempre quis ser. Por ser uma universidade pública de qualidade, que incentiva seus alunos e dá oportunidade para tantos seguirem seus sonhos e se descobrirem no processo. Aqui eu tive experiências e conheci pessoas que me mudaram profunda e permanentemente, e eu sou muito feliz e grata por isso.

À minha orientadora Prof^a Dr^a Suely Maciel, que acreditou em mim e me acolheu de última hora, mesmo depois de eu mesma já ter desistido de tudo mais de uma vez. E não só por esse projeto, mas por tudo que me ensinou em todos esses anos que passei no Biblioteca Falada, por ter me aberto as portas para o mundo da acessibilidade, inclusão e da comunicação acessível, pilares tão essenciais para a pessoa e profissional que sou hoje. E além disso, e talvez mais importante de tudo, por ter confiado no meu trabalho, em anos de projeto, e aqui nesse TCC, que é só a consolidação de tudo que aprendi nesse processo todo.

Inclusive, um obrigada muito mais que especial ao Biblioteca Falada, e a todos os seus membros, principalmente à minha tão querida equipe de Comunicação Externa. Eu me diverti muito sendo patroa com vocês, e juntos criamos vivências e aprendizados que mudaram minha vida. Nós criamos o embrião desse projeto juntos, e sem vocês, esse trabalho literalmente não seria nada. Se hoje eu apresento essa oficina da qual me orgulho tanto, é porque trabalhamos muito para que ela nascesse e espero estar fazendo jus ao nosso produto tão amado nesse relatório.

Sobre pessoas essenciais, não existe a mínima possibilidade de deixar meu amigo Gui Ferreira de fora desses agradecimentos. Ele que sempre me acompanhou de pertinho, também sempre acreditou em mim, me mandando os famigerados áudios de madrugada com propostas malucas que eu nunca consegui negar. E ainda bem que não neguei, porque foi junto com ele que decolei em uma pequena carreira acadêmica, singela, mas extraordinária pra mim, que nunca nem quis fazer pesquisa, e hoje sinto muito orgulho de tudo isso que a gente construiu junto. Muito obrigada por tudo, e obrigada por não desistir de mim e desse projeto, mesmo nos 45 do segundo tempo. Você sabia o quanto significava para mim fazer algo do qual eu me

orgulhasse nesse TCC, e se recusou a me deixar desistir. Depois veio do meu lado e fez esse projeto ser possível, e bem, você sabe do que eu to falando. Te amo muito. Foi uma honra ser a sua primeira, e ter você do meu lado nesse momento tão importante vai ser sempre especial.

Como não podia deixar de ser, um agradecimento mega especial para minha outra firma Naumteria, e a todos os amigos que ela me trouxe. Obrigada por me fazer pertencer. Com vocês eu encontrei abrigo, entendimento e reconhecimento. Vocês permitiram que eu vivesse a experiência universitária da melhor forma possível e me fizeram crescer demais nesse caminho. Hoje finalizo minha graduação levando muita história e piadas bobas pra contar, graças a vocês. Um agradecimento especial para os meus queridos surdeiros: Leo, Jovem, Dora, Torto, McLovin, Misto, Bin, Sonic, Nudes, Leste e Marte, a rodinha mais legal que eu já tive.

Ainda sobre a Naumteria, gostaria de agradecer especialmente às Naumteminas, que me inspiram todos os dias. A força de vocês me leva pra frente. No fim, eu não falei sobre a gente nesse projeto, mas vocês vão sempre morar aqui comigo, e não vai demorar pro mundo saber do poder que o samba feito por mulheres tem, porque vocês são inspiração por si só. Soneca, Isa, Ita, Bee, Jojota, Bota, Darcy, Pitel, Juni, Ise, Pix, Rai, May, Pãodi, Anna e todas as outras que vieram antes ou depois de mim, vocês são grandonas demais.

Não posso deixar de citar a outra família que eu construí aqui em Bauru. Obrigada por aguentarem meu surtos e serem rede de apoio, amor, companheirismo e palhaçada em qualquer momento, não apenas em um projeto ou outro, mas pra vida inteira: Gui Magalhães - minha eterna dupla de ***** - Líbero, Dogão, Sapão, Galocha, Corote, Palms e Mé, eu vou sempre amar vocês.

E por fim, mas de forma alguma menos importante, agradeço minha amiga Tucy, por dividir a casa e a vida comigo. Pelos altos e baixos da vida acadêmica, em todas as conquistas e em todos os perreco, você sempre esteve lá segurando minha mão, me amando apesar dos meus defeitos e tomando meu lado mesmo quando eu estava errada. Me defendeu, me ajudou e riu comigo até tarde de todas as bobagens possíveis. Me abraçou quando eu precisei, e me ouviu reclamar das mesmas coisas milhares de vezes, até eu ficar bem. Minha trajetória na UNESP não seria nada sem você. Você é minha casa em forma de gente. Mal posso esperar pra gente se encontrar de novo, envelhecer juntinhas e virar as duas tias fofoqueiras da varanda, como sabemos que estamos destinadas a ser.

M838m Moreira, Tainá Bernardes Esteves

Modelo de oficina para capacitação de acessibilidade visual em mídias sociais / Tainá Bernardes Esteves Moreira. -- Bauru, 2024

31 p. : tabs.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientadora: Suely Maciel

1. Acessibilidade. 2. Relações Públicas. 3. Inclusão. 4. Deficiência Visual. 5. Mídias Sociais Digitais. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru.

Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

RESUMO

Com a evolução da tecnologia no último século o ambiente digital vem cada vez mais se consolidando como espaço de participação e troca entre indivíduos, de maneira que as dinâmicas desenvolvidas online chegam a ditar o ritmo em que a própria sociedade se desenrola. As Relações Públicas, caracterizadas como agentes sociais responsáveis pela manutenção da esfera pública, encontram no ambiente digital um campo essencial para sua atuação e devem trabalhar em prol da promoção dessa participação online, atividade que é diretamente ameaçada pelas barreiras de acesso que impedem alguns públicos de participar desse local, como é o caso das pessoas com deficiência visual. Assim, considerando a vertente educativa das Relações Públicas e utilizando-se de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório-descritivo e pesquisa bibliográfica de revisão narrativa, propõe-se um modelo de oficina formativa sobre acessibilidade visual em mídias sociais digitais, objetivando enfrentar as barreiras de acesso nas plataformas (Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn) a partir da difusão do conhecimento e alocação de técnicas e diretrizes de produção de conteúdo acessível nas rotinas de produção de profissionais de comunicação, organizações e usuários de mídias sociais no geral.

Palavras-chave: Acessibilidade; Relações Públicas; Inclusão; Deficiência Visual; Mídias Sociais Digitais

ABSTRACT

With the evolution of technology in the last century the digital environment is increasingly consolidating itself as a space for participation and exchange among individuals, to the point that the dynamics developed online often dictate the pace at which society unfolds. Public Relations, characterized as social agents responsible for maintaining the public sphere, find in the digital environment an essential field for their actions and must work towards promoting online participation. This activity is directly threatened by access barriers that prevent some audiences from participating in this space, such as individuals with visual impairments. Therefore, considering the educational aspect of Public Relations and employing a qualitative exploratory-descriptive research approach along with a narrative literature review, we propose a model for a training workshop on visual accessibility in social media. The objective is to address access barriers on social media platforms (Instagram, Facebook, Twitter, and LinkedIn) by disseminating knowledge and incorporating techniques and guidelines for creating accessible content into the production routines of communication professionals, organizations, and social media users in general.

Keywords: Accessibility; Public Relations; Inclusion; Visual Impairment; Social Media.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Dimensões da acessibilidade multimidiática.....	8
FIGURA 2 - Captura de tela de exemplos de tipos de daltonismo utilizado na oficina.....	18

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Principais recursos e TAs para pessoas com deficiência visual para a web.....	10
QUADRO 2 - Edições anteriores da Oficina.....	13

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. REFERENCIAL TEÓRICO	3
2.1. RELAÇÕES PÚBLICAS E SEU POTENCIAL FORMATIVO	3
2.1.1 Atuação voltada para a comunicação digital	6
2.2. ACESSO À INFORMAÇÃO E À COMUNICAÇÃO POR PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL	7
3. PERCURSO METODOLÓGICO	11
4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	14
4.1 OBJETIVO	14
4.2 PÚBLICO	15
4.3 FORMATO	15
4.4 CONTEÚDO	16
5. AVALIAÇÃO	21
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	26
APÊNDICE 1	31

1. INTRODUÇÃO

Desde o começo do século, as dinâmicas regidas pelas tecnologias da comunicação e informação vêm se desenvolvendo e promovendo mudanças na forma como as pessoas se comunicam, especialmente a internet (Castells, 2005). Esses novos modelos abrem espaço para que indivíduos experimentem formas de comunicação mais interativas, possibilitando a criação de comunidades virtuais a partir de interesses em comum, compartilhamentos de conhecimentos e espaços de colaboração (Lévy, 1999), onde supostamente todas as pessoas com acesso a ele têm a possibilidade de participar e contribuir.

Com a criação desse espaço colaborativo e virtual, alinhada ao surgimento da Web 2.0, o uso da internet se intensifica e logo gera uma transformação cultural no processo de participação online no que se refere à produção de conteúdo, ou seja, as pessoas, além de interagirem no espaço virtual, também passaram a usá-lo para publicar produções independentes (Jenkins, 2013). Cada vez mais observa-se esse fenômeno e já se começa a entender o ritmo dos ambientes digitais como determinantes do fluxo de tempo dentro da própria sociedade (Prazeres; Terra, 2023). Prazeres e Terra (2023) defendem que para além do ambiente virtual, “os efeitos da transformação digital e da aceleração social do tempo podem ser percebidos na maneira como estudamos, pensamos, planejamos e executamos as atividades de comunicação, não só no contexto organizacional, como também nas esferas privada e individual” (p. 40).

A princípio, ao perceber esse processo de virtualização da participação, pode-se entender um aumento do alcance dos debates públicos, que no digital tomam novas proporções, a ponto de afetar diretamente o fluxo da própria sociedade (Prazeres; Terra, 2023). Porém, apesar da evolução dos processos comunicativos e interativos, muitos grupos ainda enfrentam o afastamento desses espaços por conta de barreiras de acesso, como é o caso das pessoas com deficiência. Embora no princípio a internet tenha sido idealizada como algo universal (Berners-Lee, 1997), com a ampliação dos websites, das mídias sociais digitais e das formas de produção (seja de programação de websites ou de conteúdos), um valor basilar da produção digital e em rede se transformou em uma recomendação de boas práticas. Muitas vezes a importância de se considerar as condições de acesso foram deixadas em segundo plano, transportando as barreiras de acesso do mundo analógico para o virtual (Ellis; Kent, 2011), inclusive na concepção de processos comunicacionais que não consideram as deficiências (Magalhães; Maciel, 2021) e a diversidade de formas de acesso.

O Movimento Web para Todos (MWPT), em parceria com a BigDataCorp, realiza uma pesquisa anual sobre a experiência de uso de sites por pessoas com algum tipo de deficiência no país. Na edição mais recente (quarta edição, de 2022), identificou-se uma piora na acessibilidade dos sites brasileiros: após a avaliação de 21 milhões de sites ativos, número 25% maior que o da edição anterior da pesquisa, constatou-se que apenas 0,46% das páginas obtiveram sucesso em todos os testes de acessibilidade aplicados, contra 0,89% da edição anterior (MWPT, 2022).

Para assegurar o pleno acesso de todos ao meio digital, e, consequentemente, possibilitar que as pessoas participem desse espaço, é necessário trabalhar no enfrentamento das barreiras de acesso existentes na sociedade conectada (Brasil, 2009). Uma maneira de se enfrentar algumas dessas barreiras é a consideração de recursos e parâmetros de acessibilidade na produção de conteúdo.

Já existem diversos manuais e diretrizes (Álvares Pérez *et al.*, 2013; W3C, 2018; Peñas; Hernández, 2019; Ferraz, 2020; Pereira, 2021), que indicam formas de se aplicar esses parâmetros em conteúdos, além de leis que garantem o direito de acesso (Brasil, 2015), porém, é possível perceber uma lacuna na difusão desse conhecimento e na aplicação dessas técnicas no dia a dia (Leite; Luvizotto, 2017).

Tendo o ambiente digital e especificamente as mídias sociais como um espaço de participação, formação da opinião pública e de fluxos interacionais entre diferentes indivíduos e organizações (Barrichello, 2014), toma-se esse espaço como um local de construção de Relações Públicas, e consequentemente, crucial para a atuação do profissional de Relações Públicas (Terra, 2019). Entende-se que a área é responsável pela criação e gestão de um espaço de participação pública (Van Ruler; Verčič, 2003), e, consequentemente, deve trabalhar diretamente no enfrentamento das barreiras de acesso para garantir a participação.

Ainda, considera-se que as Relações Públicas desempenham um papel educativo, tanto dentro das organizações (Van Ruler; Verčič, 2003), quanto também na sociedade como um todo. Somado a isso já se encontram perspectivas na área sobre a existência de um escopo de atuação voltada para a consideração dos recursos de acessibilidade nos produtos comunicacionais desenvolvidos pelos profissionais de Relações Públicas (Oliveira *et al.*, 2023), o que potencializa seu espaço de participação dentro da temática e justifica o desenvolvimento de um material sobre assunto.

Assim, pensando na ampliação da formação da população e das organizações, observa-se a oportunidade de criação de um modelo específico e instrucional que compile de

forma didática os principais pontos para a aplicação dessas ferramentas, com foco em recursos voltados para pessoas com deficiência visual.

Dessa forma, esse trabalho de conclusão de curso objetiva apresentar o processo de desenvolvimento do modelo de oficina para capacitação de acessibilidade visual em mídias sociais digitais, a partir da exposição dos principais fundamentos e de aplicações cotidianas de recursos de acessibilidade e de parâmetros de produção de conteúdo. Além disso, busca-se compreender o papel educativo das Relações Públicas no que tange a formação de seus públicos, em especial, produtores de conteúdo para mídias sociais digitais; e também difundir e alocar o conhecimento teórico e técnico de acessibilidade visual em mídias sociais nas rotinas de produção de conteúdo.

No decorrer desse relatório será exibida a fundamentação teórica que engloba perspectivas das Relações Públicas e seu papel na sociedade, assim como aprofunda-se a discussão sobre o acesso de pessoas com deficiência visual a conteúdos no ambiente digital. Na sequência, serão expostas as metodologias utilizadas nesse trabalho e na elaboração do modelo, que parte desde a aplicação do primeiro protótipo em 2019 até sua mais recente reformulação. Por fim, será descrito o produto e todo seu conteúdo e processo de criação, atualização e aplicação-teste, que serviu de parâmetro para a avaliação apresentada.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. RELAÇÕES PÚBLICAS E SEU POTENCIAL FORMATIVO

A definição e a delimitação dos campos de estudo e atuação das Relações Públicas têm sido um debate constante desde a formulação da área no século XX (Kunsch, 2022). Apesar de todo o avanço na pesquisa e da consolidação da disciplina, ainda existe grande discrepância de opiniões referentes a produção e reprodução de conhecimento, principalmente se considerarmos diferentes pontos geográficos (Lemos, 2018). Por muito tempo,

no Brasil, as relações públicas foram amplamente influenciadas pelo paradigma norte-americano, mormente até a década de 1980. Para falar sobre a história das relações públicas no país, o ponto de partida para as narrativas recorrentes era, sempre, descrever o que ocorreu nos Estados Unidos (Kunsch, 2022, p. 18).

Geralmente centrada em uma perspectiva pragmática e funcionalista, a literatura brasileira sobre Relações Públicas se debruçava principalmente sobre a preocupação de como

seria o relacionamentos das empresas com seus respectivos públicos, em prol de melhorar a imagem das organizações, sem considerar uma visão mais ampla do contexto sociocultural (Kunsch, 2022). A partir de ações de assessoria de imprensa, gestão de imagem e reputação, gestão de relacionamentos, gestão de crise, produção de comunicações dirigidas e gestão de eventos, as Relações Públicas se moldam dentro desse contexto empresarial, e a maior parte das linhas de pesquisa e de atuação se voltam para essa frente, em uma parceria cultural e socioestrutural com o campo da Comunicação Organizacional (Lemos, 2018).

A sociedade, porém, enfrenta problemas cada vez mais complexos e ao se voltar apenas para o âmbito organizacional as Relações Públicas parecem exacerbar a situação em vez de melhorar esse cenário, faltando preparação do campo para lidar com esses novos desafios (Stoekle; Adi, 2023). Ao compreender as organizações como “espaços de mediação social e institucional e, principalmente, como agentes do processo comunicativo” (Lemos, 2018, p. 184), já é possível entender o porquê que as Relações Públicas, mesmo que principalmente voltadas para o campo empresarial, já deveriam considerar esse cenário externo. Entretanto, a área acaba por se limitar quando não trabalha com essa visão mais macro do cenário geral.

De acordo com Stoekle e Adi (2023, p. 90),

as Relações Públicas são incapazes de compreender, e muito menos responder adequadamente, a tais desafios. Seu alinhamento com o desempenho corporativo e o já mencionado ‘foco em metas e objetivos ou gestão por objetivos’ não consegue captar a amplitude e a profundidade das questões abordadas.

Dessa forma, apesar da pesquisa estar concentrada nessa área, vê-se necessária a exploração de outras visões sobre Relações Públicas e o entendimento da área como uma disciplina por si só, ainda que possua suas interfaces com o campo da comunicação organizacional. A exemplo disto, tem-se as correntes comunitárias e de foco na subversão da lógica do capital, como apresenta Peruzzo (1986).

Foi apenas após a virada dos anos 1980 que começou a se explorar um pensamento autônomo em Relações Públicas no Brasil, com o desenvolvimento de uma linha de pesquisa com viés social e comunitário, alinhado à ampliação das discussões sobre comunicação pública e política (Lemos, 2018). Porém, em outras partes do globo, o entendimento social das Relações Públicas já vinha sendo discutido, como é o caso da Europa. As pesquisas europeias se baseiam na perspectiva de que as “Relações Públicas não são simplesmente o

relacionamento com o público, mas a criação de uma base para o debate público, criando, conseqüentemente, a esfera pública propriamente dita” (Van Ruler; Verčič, 2003, p. 160).

Essa perspectiva não quer dizer que o fazer das Relações Públicas está totalmente desconectado das organizações, uma vez que, majoritariamente, é nesse ambiente que se desenvolvem as atividades. Porém, enxerga-se a área como algo que não é

[...] um fenômeno para ser descrito e definido e nem uma função profissional administrativa. Na nossa visão elas [as Relações Públicas] deveriam, acima de tudo, ser vistas como uma visão na organização, isto é, um processo estratégico de enxergar uma organização desde uma perspectiva ‘externa’ e ‘social’” (Van Ruler; Verčič, 2003, p. 168).

Assim, trabalha-se primeiramente para manutenção dessa esfera pública, enquanto preserva os interesses das organizações e, a partir dessa visão externa e preocupada com seus mais diversos públicos de interesse participantes dessa dinâmica, também considera a volatilidade e a disputa de outros interesses.

Dessa forma, identificam-se quatro eixos nas Relações Públicas europeias: gerencial, operacional, reflexivo e educacional (Van Ruler; Verčič, 2003). Dentre esses, o reflexivo e o educacional se destacam por serem exclusivos dessa vertente: ambos consideram a visão externa às organizações, de maneira que traz-se a sociedade para dentro do dia a dia do profissional, e sugere atividades formativas dentro da organização. A educacional, especialmente, coloca no escopo das Relações Públicas o dever de “ajudar todos os membros da organização a se tornarem competentes comunicacionalmente, com o objetivo de responder melhor às mudanças das demandas da sociedade” (Van Ruler; Verčič, 2003, p. 163), o que pode vir a ser um primeiro passo para a superação do despreparo da área frente aos novos grandes desafios da sociedade (Stoekle; Adi, 2023).

A partir da noção deste papel das Relações Públicas, como área responsável pela construção de projetos de educação junto aos públicos internos das organizações, promovendo competências comunicacionais (Andrelo, 2016), entende-se que as atividades formativas podem se expandir para uma atuação voltada à formação de outros públicos que não somente o interno. Ainda, para o campo da comunicação, na atualidade, não se pode desconsiderar a ampla influência da comunicação digital nos processos comunicacionais e de formação da opinião pública (Saad Corrêa, 2020).

2.1.1 Atuação voltada para a comunicação digital

Quando se pensa na atuação do relações-públicas na contemporaneidade é impossível desvincular a atividade do ambiente digital e ao definir este como espaço de participação, formação da opinião pública e de fluxos interacionais entre diferentes indivíduos e organizações (Barrichello, 2014), logo se entende o motivo. Se fora das mídias sociais digitais define-se as Relações Públicas como responsáveis pela manutenção da esfera pública (Van Ruler; Verčič, 2003), dentro do ambiente virtual o escopo continua.

O desenvolvimento do espaço digital é notável nas últimas décadas, transformando-se em um ambiente plural que transcende fronteiras físicas e se torna um terreno fértil para a participação ativa da sociedade. Ainda, suas dimensões se expandiram de tal forma que se tornaram um importante espaço para participação pública e política (Leite; Luvizotto, 2017). Assim, a atuação do relações-públicas vai além da simples presença online: deve englobar estratégias para construção e manutenção de relacionamentos, gerenciamento de crises de reputação e fomento da participação significativa dos mais diversos públicos de interesse. O profissional de Relações Públicas desempenha um papel fundamental na construção dos sentidos do que são as organizações, seus valores e seus principais atributos significativos para os públicos em um cenário digital dinâmico e influente, e deve se adaptar a fim de saber lidar com esse cenário, entendendo a comunicação digital como “elemento transversal no processo de comunicação, e não como outro campo científico” (Dreyer, 2017, p. 83).

É importante ressaltar o caráter interativo que as mídias sociais digitais possuem, empoderando novas vozes até então silenciadas, assim gerando uma reinvenção das Relações Públicas (Dreyer, 2017). Esse espaço permite a troca de informações e significados entre os públicos de maneira simultânea, transformando o usuário em consumidor e produtor de conteúdo ao mesmo tempo e impulsionando as atividades das Relações Públicas Digitais (Terra, 2019). Assim, o profissional precisa se adaptar para compreender e trabalhar o potencial dessas novas vozes, alinhados com os interesses das organizações e também em prol da esfera pública criada no ambiente digital.

Para que essa adaptação seja possível, no entanto, é necessário entender como trabalhar com seus públicos de interesse dentro dessa nova esfera: identificar quem são esses públicos e como eles agem dentro desse ambiente, levando em consideração a forma como consomem conteúdo e como se dá o acesso e a fruição à informação (Vicente; Ferreira, 2020). Logo, percebem-se os desafios em relação a isso, pois nem todos os públicos estão ativamente participando do debate online devido às barreiras de acesso que as impedem de participar,

como é o caso das pessoas com deficiência (Ellis; Kent, 2011). Já despontam na literatura da área algumas possibilidades de atuação de Relações Públicas em prol da inclusão das pessoas com deficiência nos processos comunicacionais digitais a partir da consideração da acessibilidade (Oliveira *et al.*, 2023), que só se potencializam ao se apropriarem do eixo educativo apresentado pela vertente europeia das Relações Públicas.

2.2. ACESSO À INFORMAÇÃO E À COMUNICAÇÃO POR PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Existem diversas formas de se entender a deficiência e como ela se relaciona com os indivíduos e a sociedade (Gesser; Nuernberg; Toneli, 2012). A deficiência é considerada um conceito em evolução, de acordo com a Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência e seu Protocolo Facultativo (Brasil, 2009). Aqui partimos do modelo biopsicossocial: “essa perspectiva propõe o rompimento de concepções sobre a deficiência que reduzem a compreensão do fenômeno às lesões e aos impedimentos do corpo e objetiva uma virada conceitual ao incorporar questões sociais e políticas em sua análise” (Gesser; Nuernberg; Toneli, 2012, p. 559).

A deficiência passa a ser compreendida como um fenômeno que ocorre quando em interação com a sociedade, que se organiza de formas a construir barreiras de acesso que impedem a plena participação das pessoas com deficiência (Ellis; Kent, 2011). Tal concepção é corroborada pela Lei Brasileira de Inclusão (LBI) (também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência) (Brasil, 2015), que define a pessoa com deficiência como “aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas.”

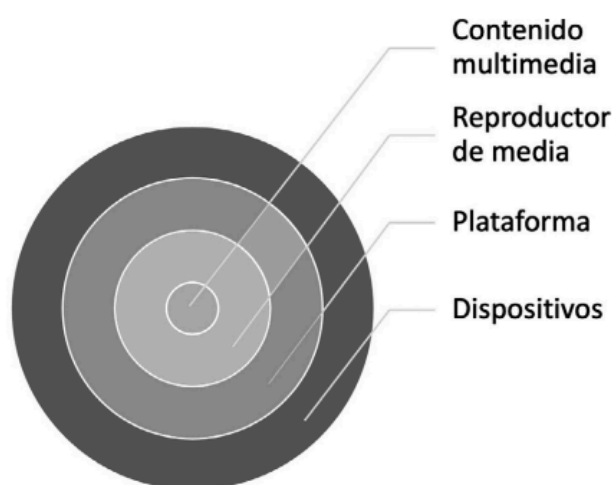
As barreiras de acesso se apresentam em diferentes dimensões, podendo ser essas arquitetônicas, comunicacionais, metodológicas, instrumentais, programáticas e atitudinais (Sassaki, 2009). O enfrentamento de cada uma delas se dá por meio da acessibilidade, definida pela LBI como “possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação (...) por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida” (Brasil, 2015). Ela deve estar presente em todos os contextos da sociedade, trabalhando nesse enfrentamento de barreiras, sendo projetada a partir dos princípios do Design Universal e da

inclusão para que assim, apesar de ser voltada para pessoas com deficiência, possa beneficiar e facilitar o acesso de todos os indivíduos (Sasaki, 2009).

Ao nos voltarmos especificamente para a dimensão comunicacional, encontramos diferentes barreiras no processo de acesso à informação. Porém, é possível identificar diversas alternativas que levam em consideração a diversidade sensorial no momento de se consumir um conteúdo. Diversas são as formas de acesso à informação: a partir da audição, em mídias como música, rádio, podcasts, audiolivros; a partir da visão, em obras audiovisuais como filmes e séries, imagens, fotografias, obras de arte e paisagens; e a partir do tato, com materiais em braille, maquetes táteis e superfícies e produtos com diferentes texturas. Assim, podemos identificar a oportunidade de combater essas barreiras com a disponibilização de um mesmo conteúdo em mais de um formato (Ellis; Kent, 2011; Maciel, 2022), permitindo que uma pessoa com deficiência sensorial acesse a informação de diferentes maneiras, sem depender apenas de um sentido.

No ambiente digital (o que inclui as mídias sociais digitais), as barreiras que se desenvolveram no mundo analógico foram transpassadas para o digital e perpetuam-se na criação de conteúdo, que na maioria das vezes não considera parâmetros de acessibilidade (Ellis; Kent, 2011; Magalhães; Maciel, 2021). Por se tratar de um ambiente que possibilita a multimídia, existem algumas dimensões a serem consideradas no acesso aos conteúdos (figura 1). De certa forma, essa multimídia pode ser entendida como uma oportunidade para a diversidade e a ampliação de acesso ao conhecimento em uma perspectiva inclusionista, conforme explica Orero (2022).

Figura 1 - dimensões da acessibilidade multimidiática



Fonte: Orero (2022)

A primeira dimensão apresentada por Orero (2022) diz respeito ao acesso aos dispositivos que se conectam ao ambiente digital. Computadores e celulares precisam ser adaptados para que possam ser utilizados por pessoas com deficiência e isso se dá a partir de Tecnologias Assistivas. Definidas pela LBI como “produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência” (Brasil, 2015), as tecnologias assistivas se diferem de tecnologias de reabilitação (Bersch, 2017) e de informação e comunicação (Sardenberg; Maia, 2021), no geral por estarem voltadas principalmente ao papel de ampliar e promover a participação das pessoas com deficiência com autonomia e independência.

A segunda dimensão, referente à acessibilidade na plataforma, indica a acessibilidade a ser considerada desde a programação dos sites e aplicativos (considerando os parâmetros de acessibilidade web (W3C, 2018)), inclusive para que os softwares de Tecnologia Assistiva possam ser utilizados. Tanto essa quanto a primeira, em sua maioria, estão além do escopo de atuação de mudança por parte do usuário, e são direcionadas principalmente para organizações e desenvolvedores, que devem fornecer seus produtos de maneira universal.

A terceira dimensão, referente à acessibilidade nos reprodutores de mídia, diz respeito às condições de acesso no próprio reprodutor: nos botões de *play* e *pause*, por exemplo, se existe a opção de ativar legendas, se é possível ter um canal de áudio alternativo etc.

Por fim, o centro do diagrama de Orero (2022) se refere à acessibilidade no conteúdo multimídia, que está diretamente ligada à atuação do usuário na mídia social digital. Aqui consideram-se parâmetros de acessibilidade a serem seguidos pelo próprio criador em seu conteúdo, os quais podem ser utilizados no dia a dia para garantir o acesso: inclusão de audiodescrição nos produtos audiovisuais, de legendas (em seus mais variados tipos) etc.. Esses parâmetros, se considerados desde a origem na produção e concepção do conteúdo, conforme ditam os princípios do Design Universal, permitem a fruição da informação. Portanto, como forma de enfrentamento das barreiras de acesso no ambiente digital, é de extrema importância que o usuário aprenda a seguir esses parâmetros e diretrizes de produção no cotidiano, a fim de caminhar cada vez mais em direção a uma sociedade digital realmente participativa e inclusiva.

Muito do que foi apresentado até então, em relação ao acesso à informação no ambiente digital, está diretamente relacionado à diversidade sensorial, enfoque deste trabalho. Dentre as deficiências sensoriais se encontra a deficiência visual, composta pela cegueira total ou baixa visão, que impossibilita ou dificulta o usuário de acessar a informação por meio de

estímulos visuais. Assim, diversas são as tecnologias assistivas voltadas para esse público, pensando tanto na adaptação como na disponibilização das informações em multiformatos, como pode ser observado na tabela abaixo (quadro 1).

Quadro 1 - Principais recursos e TAs para pessoas com deficiência visual para a web

Recurso	Funcionalidade
Leitor de Tela	Leitura do conteúdo textual da página.
Descrição de imagens	Descrição de imagens e conteúdo não identificado por leitores de tela, disponibilizados no texto do entorno de publicações
Ampliadores de tela e adaptadores de cores	Aumento de fontes e áreas da tela, melhora do contraste entre as cores ou aplicação de filtros visuais para pessoas com daltonismo e baixa visão.
Display de Braille	Transposição do conteúdo textual da página para o sistema Braille, usado principalmente em casos de surdo-cegueira.
Audiodescrição	Tradução do signo visual para signo verbal/escrito

Fonte: Adaptado de Magalhães e Maciel (2021).

Além desses, também devem ser considerados outros recursos pelos próprios usuários na elaboração de seus produtos/publicações digitais: questões de escolha tipográfica (Salton; Agnol; Turcatti, 2017; Scudeler, 2013), contraste e uso de cores, dentre outros da seara da acessibilidade cromática (Pereira, 2021).

Reconhece-se o papel dos usuários (sejam pessoas individualmente, coletivos ou organizações de qualquer setor da sociedade) na construção de uma web mais inclusiva e participativa a partir da consideração dos parâmetros de acessibilidade na comunicação digital, como na disponibilização de formatos acessíveis (Luvizotto; Magalhães, 2023).

Assim, para que esses parâmetros possam ser utilizados de maneira adequada e efetiva, é imprescindível que o usuário se capacite e estude essas diretrizes para que possam ser aplicadas no cotidiano, assim trabalhando diretamente no enfrentamento das barreiras de acesso e, dessa forma, “adaptem os ambientes de interação e reconfigurem lógicas dominantes e excludentes” (Luvizotto; Magalhães, 2023, p. 114).

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Para o desenvolvimento desse projeto foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa, de caráter exploratório-descritivo. Foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica, partindo de uma revisão narrativa de literatura (Rother, 2007). Diferentemente de uma revisão sistemática, que seleciona material de forma planejada para responder uma pergunta específica, a revisão narrativa é mais abrangente, e busca “descrever e discutir o desenvolvimento ou o ‘estado arte’ de um determinado assunto, sob ponto de vista teórico ou contextual” (Rother, 2007), a partir da coleta seletiva e intencional de quais materiais bibliográficos irão integrar a pesquisa.

Aqui, busca-se elencar textos, manuais e diretrizes sobre comunicação, Relações Públicas, acessibilidade e inclusão e outros assuntos que tangenciam a temática, a fim de compreender os principais tópicos e técnicas para se trabalhar a oficina de maneira formativa, simples, e completa.

Uma oficina, enquanto modelo de ensino-aprendizagem (Aguiar; Silva, 2021), pode ser compreendida como uma atividade prática e coletiva que promove um momento de interação em grupo que desenvolve diferentes habilidades e conhecimentos, baseados em um tema. Aqui, o diálogo é um dispositivo fundamental para a metodologia, que se baseia nessa troca de experiências entre os participantes. Ainda, esse modelo de formação complementar se faz necessário, visto a lacuna existente no ensino sobre a acessibilidade, inclusão e produção acessível para pessoas com deficiência no currículo regular da universidade, que pode ser percebida no campo do jornalismo (Berni, 2022) e se desdobra para outros campos da comunicação, como é o caso das Relações Públicas.

A partir da pesquisa bibliográfica, foi desenvolvido anteriormente a este trabalho um “embrião” do que viria a ser a oficina de acessibilidade visual em mídias sociais. Para entender o percurso metodológico trilhado para a elaboração deste produto é necessário contextualizar onde ele foi primeiramente desenvolvido.

A oficina “Acessibilidade Visual em Redes Sociais” foi criada em 2019 como uma atividade da equipe de Comunicação Externa do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”, na época um projeto de extensão. O Biblioteca Falada, em atuação desde 2004, é um laboratório vinculado ao Departamento de Ciências Humanas (DCHU), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Unesp Bauru, que tem o objetivo de ampliar o repertório informativo, educativo e cultural das pessoas com deficiência visual, além de ser uma espaço para realização de

pesquisa e divulgação científica sobre acessibilidade e inclusão e também atividades de ensino, em especial a capacitação de profissionais externos e dos próprios integrantes do Laboratório, sobre acessibilidade midiática, cultural e educacional. Ele tem como principais parceiros órgãos e instituições públicas e organizações de pessoas com deficiência, como a APAE Bauru e o Lar Escola Santa Luzia para Cegos (LESL), também de Bauru.

A demanda por uma oficina de acessibilidade visual em mídias sociais digitais surgiu a partir do pedido da Comissão Organizadora do 20º Encontro Interdesigners, que estava buscando oficinas sobre acessibilidade e inclusão para compor sua programação, e entrou em contato com a equipe do Biblioteca Falada para entender quais as possibilidades de temáticas para serem abordadas. A equipe de Comunicação Externa, responsável pela gestão da imagem e reputação do projeto e também pela gestão das mídias sociais, já produzia conteúdo seguindo parâmetros e diretrizes de acessibilidade, e encontrou nesse convite a oportunidade de difundir esse conhecimento entre os participantes do evento. Assim, sistematizaram o conhecimento prático que já tinham, por conta do trabalho cotidiano e pesquisas realizados no projeto com base em duas iniciações científicas de ex-membros da equipe (Santana, 2021; Magalhães; Maciel, 2021) e nas atividades diárias desenvolvidas nas mídias sociais, e elaboraram uma primeira versão da oficina, com um foco maior no viés do design na produção de conteúdo.

Após a primeira edição, a busca pela oficina cresceu, chamando a atenção de outros projetos e coletivos da Unesp Bauru. Os membros da equipe de Comunicação Externa então buscaram aprofundar os conhecimentos sobre Acessibilidade, Design Universal e Tecnologias Assistivas a partir da pesquisa bibliográfica sobre o tema, a fim de aprimorar cada vez mais o conteúdo teórico da oficina. A cada edição que era ministrada os membros coletavam os *feedbacks* dos participantes utilizando questionários e avaliavam o modelo, trabalhando continuamente na construção de um material completo e sistematizado, mas também com espaço para adaptações conforme a necessidade de cada público. Foram ministradas três edições em 2019 de maneira presencial e após o início da pandemia e a adaptação do formato para o modelo remoto, ocorreram oito edições em 2020 e oito em 2021, para diferentes projetos de extensão, instituições, organizações e Organizações Não-Governamentais (ONGs), de dentro e fora de Bauru.

Quadro 2 - Edições anteriores da Oficina

Modelo	Data	Público/Evento
Presencial	21 de agosto de 2019	Evento “Pré-Inter Conecta”
Presencial	08 de outubro de 2019	Entidade universitária “FAAC WebTV”
Presencial	05 de novembro de 2019	Evento “Acessibiliday”
Remoto	14 de janeiro de 2020	ONG “AIESEC ABC Paulista”
Remoto	08 de julho de 2020	Entidade universitária “Enactus Unesp Bauru”
Remoto	09 de junho de 2020	Empresa Júnior de Relações Públicas (RPJr)
Remoto	29 de junho de 2020	Entidade universitária “ACI FAAC”
Remoto	19 de agosto de 2020	Projeto de extensão “Biblioteca Falada”
Remoto	03 de setembro de 2020	Projeto de extensão “Aquário”
Remoto	14 de outubro de 2020	Centro Acadêmico de Biologia “CABIO”
Remoto	22 de outubro 2020	Centro Acadêmico de Comunicação “CACOFF”
Remoto	13 de janeiro de 2021	Empresa privada “New Way”
Remoto	22 de janeiro de 2021	Entidade Acadêmica “Atlética Unesp Itapeva”
Remoto	23 de março de 2021	Projeto de extensão “Jornal Impacto Ambiental”
Remoto	26 de março de 2021	Entidade Acadêmica “PET Farmácia - Unesp Araraquara”
Remoto	16 de abril de 2021	Projeto de extensão “Biblioteca Falada”
Remoto	17 de maio de 2021	Associação LIEU - Liga Interuniversitária de Esportes Universitários
Remoto	29 de junho de 2021	Projeto de extensão “RUV - Rádio Unesp Virtual”
Remoto	28 de setembro de 2021	Empresa privada “NeoAssist”

Fonte: adaptado do website do Biblioteca Falada

O modelo de oficina com tempo de duração entre 90 e 120 minutos, de acordo com as avaliações anteriores realizadas pelos públicos, apresentava aprofundamento teórico considerado suficiente para atingir seus objetivos e preparar os participantes para colocarem em prática os conhecimentos adquiridos.

Com o retorno das atividades presenciais e reformulação da equipe no período pós-pandêmico, a oficina foi descontinuada em 2022, e não ocorreram outras edições até outubro de 2023, quando, após passar por uma reformulação, ela foi apresentada novamente ao público como parte do II Ciclo de Atividades sobre Acessibilidade na Comunicação e na Cultura, evento promovido pelo Biblioteca Falada.

A reformulação foi feita pelos ex-membros responsáveis pela primeira elaboração da oficina, Tainá Bernardes Esteves Moreira e Guilherme Mori Magalhães, que a partir da revisão bibliográfica narrativa supracitada, revisitaram todos os tópicos, complementando a base teórica e atualizando informações que estavam defasadas devido ao tempo que a oficina ficou sem receber alterações. Foram selecionados trabalhos recentes como o de Ferraz (2020) sobre Acessibilidade Web, Orero (2022) sobre recursos de acessibilidade, Peñas e Hernández (2019) acerca da produção de textos acessíveis considerando as formas de acesso pela visão, além das diretrizes do WCAG sobre textos alternativos (W3C, 2018), para enriquecer o material com perspectivas atuais sobre acessibilidade. Dessa forma, chegaram ao modelo final, produto deste relatório, apresentado e testado no Ciclo em 31 de outubro de 2023.

Para essa primeira aplicação-teste pós-reformulação foi elaborado um questionário estruturado para a avaliação da atividade. O questionário conta com perguntas abertas e fechadas (Novelli, 2005) e foi disponibilizado de maneira digital, na plataforma *Google Forms*, no final da oficina. O principal objetivo dessa avaliação é entender a eficácia do novo formato, a relevância dos novos temas tratados após a reformulação e a percepção do público sobre a atividade e seu papel na difusão da acessibilidade, possibilitando a validação dos objetivos do modelo e abrindo possibilidades de melhoria e novas atualizações.

4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

4.1 OBJETIVO

Difundir o conhecimento teórico e técnico de acessibilidade visual em mídias sociais digitais, a partir de exposição dos principais fundamentos e de aplicações cotidianas de recursos de acessibilidade e de parâmetros de produção de conteúdo.

4.2 PÚBLICO

O público de interesse dessa oficina é composto por qualquer pessoa que use as mídias sociais digitais, pessoal ou profissionalmente, e tenha interesse em aprender a aplicar parâmetros de acessibilidade em sua criação de conteúdo. Também se encaixam aqui as organizações, de qualquer um dos três setores, que procuram ampliar o alcance de seu conteúdo digital por meio da ampliação de públicos, possível a partir da consideração da acessibilidade. Por se tratar de um material explicativo e formativo, não é necessário conhecimento prévio na área da acessibilidade para a compreensão do tema, e também não é exigido alto conhecimento em mídias sociais, alcançando um público mais abrangente. O formato também é facilmente replicável no modelo remoto, o que permite que seja ministrada para qualquer pessoa, sem impeditivos de geolocalização. No dia da aplicação-teste, como parte da programação do II Ciclo de Atividades sobre Acessibilidade na Comunicação e na Cultura, na Unesp Bauru, os principais públicos foram membros do Laboratório Biblioteca Falada, membros de projetos de extensão e instituições da universidade convidados e alunos inscritos no evento.

No que diz respeito aos públicos que se espera beneficiar com a aplicação dos conhecimentos difundidos pela oficina, estão as pessoas com deficiência visual - cegueira ou baixa visão - assim como pessoas com daltonismo e outras condições da visão, e pessoas que navegam com leitores de tela no geral.

4.3 FORMATO

Após sua reformulação, a oficina “Acessibilidade Visual em Mídias Sociais” é formada por uma apresentação com 45 slides, com conteúdo teórico, prático e visual, trazendo exemplos de publicações reais e dinâmicas que permitem ao participante exercitar o aprendizado. Ela possui aproximadamente duas horas de duração, considerando a parte expositiva e a parte de dinâmicas a serem realizadas pelos participantes, e pode ser ministrada por uma ou mais pessoas. Sua aplicação teste foi realizada de maneira presencial, mas pode ser facilmente replicada para o modelo remoto, ampliando seu potencial de alcance.

Todas as informações que compõem a oficina possuem suporte teórico, que foi traduzido para um estilo mais geral, formativo e educativo, a fim de se atingir o objetivo de ampliar a difusão desse conhecimento.

4.4 CONTEÚDO

A oficina “Acessibilidade Visual em Mídias Sociais” tem como foco a criação de conteúdo para Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn. Foi construída a partir do estudo sobre diretrizes e parâmetros de acessibilidade e inclusão, e elaborada em cima de três pilares principais: 1) o teórico, com apresentação conceitual relevante ao tema; 2) o técnico, com dicas e exemplos voltados para a construção do conteúdo seguindo os parâmetros de acessibilidade; e 3) o prático, com a proposta de diferentes dinâmicas para exercitar o que foi passado nas outras etapas.

No primeiro terço, apresenta-se a parte teórica mais densa de toda a oficina, com o intuito de fornecer ao público uma base de conhecimento para que a criação de conteúdo acessível não seja realizada apenas compulsoriamente, mas sim com o entendimento das razões por trás do processo, considerando o viés formativo da atividade.

Para iniciar a atividade, é utilizada a definição de Acessibilidade da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Brasil, 2015), ressaltando a questão da autonomia e o direito ao acesso à comunicação, à informação, ao lazer e à cultura. Na sequência, é apresentado o conceito de Design Universal, o qual defende que tudo deve ser projetado desde sua origem já considerando a acessibilidade, para atender o maior número de pessoas da maneira mais simples e inclusiva possível (Carletto; Cambiaghi, 2016).

Em seguida, apresenta-se a conceitualização de Acessibilidade Web (Ferraz, 2020) e na sua importância da sua consideração desde a concepção de produtos digitais, além das questões de inclusão/acessibilidade digital e literacia midiática (Vicente; Ferreira, 2020). Nesta parte da atividade, apresenta-se também as dimensões da acessibilidade multimídia (Orero, 2022) para entender onde no espectro da acessibilidade web se encaixa o conteúdo. Enquanto as outras dimensões estão muitas vezes fora do alcance de mudança e adaptação por parte do usuário, a de conteúdo multimídia está ao alcance de todos, e é nela que a oficina pretende trabalhar.

Finalizando esse bloco, e guiando o público em direção ao recorte específico da acessibilidade visual, são apresentadas classificações e nomenclaturas, como deficiência visual - cegueira e baixa visão - e outras questões associadas à visão. Em seguida, apresenta-se a concepção biopsicossocial da deficiência como lente pela qual a oficina foi construída.

A oficina então segue para a sua segunda sessão, que compreende a maior parte da atividade: o eixo técnico. Esse eixo conta com dicas e diretrizes voltadas para o processo de

criação de conteúdo propriamente dito. Ainda é apresentado algum suporte teórico para contextualizar cada um dos tópicos, mas sempre com um direcionamento mais prático.

Como esta parte é apresentada imediatamente após a explicação do que é deficiência visual e os distúrbios da visão, inicia-se com o tópico “daltonismo”, que apesar de não ser uma deficiência, deve ser considerado no processo de produção de conteúdo, através do cuidado com contraste e escolhas de cor, para que nenhuma informação se perca.

Para exemplificar a questão da visão com daltonismo, a oficina apresenta um exemplo que simula a visão daltônica dos 4 tipos principais: visão monocromática, protanopia, deuteranopia e tritanopia. A partir da imagem com as cores alteradas, é possível exemplificar a importância de algumas diretrizes de produção conteúdo, como a importância de cores bem contrastantes e a utilização de linhas e formas bem definidas, como pode ser observado no logo do Biblioteca Falada, que apesar de ter suas cores alteradas, não perdeu nenhuma informação relevante.

Figura 2 - captura de tela de exemplos de tipos de daltonismo utilizado na oficina



Fonte: autoria própria, 2023.

Na sequência, são apresentadas três ferramentas práticas para a verificação da acessibilidade para pessoas com daltonismo: O Cobliss¹, que é um site onde o usuário pode *upar* suas imagens e ele simula a visão daltônica, o aplicativo *Chromatic Vision Simulator*², que simula a visão daltônica utilizando da câmera do celular, e o *plug-in A11Y*³, que ao ser

¹ Disponível em: [link](#)

² Disponível em: [link](#)

³ Disponível em: [link](#)

instalado no *Google Chrome* simula automaticamente a visão daltônica em qualquer página da web escolhida pelo usuário.

O próximo tópico apresenta dicas de como escolher uma tipografia de boa leitura, além de pontos para se observar e evitar no momento da escolha. Essa parte é pensada primeiramente para o público com baixa visão, porém, uma boa escolha tipográfica facilita a vida de todos ao se consumir um conteúdo, seguindo os princípios do Design Universal (Carletto; Cambiaghi, 2016).

Para apresentar as informações de forma lúdica, nesta parte da oficina são utilizados exemplos de todas as recomendações, permitindo assim que o participante interaja com o conteúdo e perceba as problemáticas que são apontadas em cada uma das diretrizes de maneira direta. Os participantes também são convidados a ler os textos de exemplos reais, o que torna um dos momentos mais descontraídos da atividade e que também ajuda para a fixação do conteúdo.

Começando a trilhar o caminho teórico que leva até o processo de descrição de imagens, apresenta-se a definição de Tecnologias Assistivas, novamente se baseando na Lei Brasileira de Inclusão (Brasil, 2015). Dentro da seara das tecnologias assistivas, são destacados os leitores de tela, que são a principal ferramenta de acesso das pessoas com deficiência visual ao ambiente digital, seja no computador ou no celular.

Junto com a explicação do funcionamento do leitor de tela, ressalta-se que eles não são capazes de interpretar imagens por si só, e precisam de textos descritivos para que possam realizar a leitura. Então, são apresentadas as formas de se acessar informações visuais de imagens, por meio do Texto Alternativo (Alt), descrição de imagens em hashtags inclusivas e audiodescrição. Apesar da audiodescrição não ser o foco da oficina, por se tratar de uma atuação profissional específica, é explicado brevemente o conceito e as variedades de aplicações (Motta; Romeu Filho, 2010). Também é explicado de forma geral o formato de descrições que são inseridas no Alt: uma descrição direta e curta, que possuem espaço nativo nas plataformas para sua inserção e tem foco nos textos de uma imagem, além de possuir suas próprias diretrizes de produção de acordo com o WCAG (W3C, 2018; Ferraz, 2020).

A outra forma de acessar o conteúdo das imagens, mais especificamente em mídias sociais digitais (Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn), são as descrições de imagens apresentadas como hashtags inclusivas. O movimento das hashtags inclusivas se iniciou no Brasil com a #PraCegoVer (Jesus, 2018), projeto da professora Patrícia “Braille” em 2016, e se ampliou com o passar dos anos, agora mais difundido em toda a rede com diversas hashtags como #Acessibilidade, #DescriçãoDaImagem #PraTodosVerem, entre outras.

Consiste na produção de uma descrição de imagem para ser inserida no texto do entorno da imagem em mídias sociais ou sites, trazendo as informações visuais da publicação, e é elaborada pelos usuários. A oficina então apresenta as principais diretrizes para a descrição de imagens estáticas, de maneira direta e descomplicada, tentando elucidar ao participante o processo de criação de “imagens mentais” na cabeça da pessoa que está ouvindo a descrição. As dicas não são passadas de maneira a parecer um manual fechado: é explicado o motivo pelo qual cada uma das diretrizes se aplica, partindo do princípio que a fixação do conteúdo é mais alta ao se entender o porquê de algo ser feito, e não apenas o fazer compulsoriamente.

Na última parte deste eixo da oficina, são apresentados exemplos reais de publicações com descrição de imagens na legenda. Foram selecionados dois exemplos de descrições que não seguem os parâmetros e dois exemplos de qualidade de páginas do instagram de diferentes segmentos. Os exemplos são apresentados aos poucos: primeiro apenas a descrição, permitindo ao participante que tente imaginar a imagem, e na sequência mostra-se a imagem real. Foram escolhidas postagens que pudessem exemplificar as diretrizes apresentadas anteriormente, trazendo de maneira lúdica e descontraída a problemática de descrições incompletas ou mal construídas, e a facilidade com que se é possível consumir uma imagem a partir da descrição quando essa é bem elaborada.

No terceiro e último eixo, a parte prática da oficina, são oferecidas duas dinâmicas: a primeira é uma sensibilização rápida, que objetiva fixar a importância de se escolher os elementos principais de uma imagem na hora de descrevê-la. Assim, foi selecionada uma imagem complexa e com muitas informações visuais de um show com plateia e diversos dançarinos.

Essa imagem é exibida para os participantes por 30 segundos, e solicitado que eles a observem com atenção e procurem guardar a maior parte de informações possível sobre ela. A foto então é retirada da tela, e são feitas perguntas sobre os detalhes da imagem, que geralmente não são registrados pelo observador em uma primeira observação. Assim, é explicado a importância de não alongar a descrição em detalhes menos relevantes e dar o foco no texto para o conteúdo principal da imagem e que mais possui destaque.

Na segunda dinâmica são oferecidas algumas imagens aos participantes, para que eles as descrevam. Para exercitar diversos tipos de descrição, foram selecionadas imagens de quatro categorias diferentes: uma fotografia de paisagem, uma ilustração digital, uma fotografia de pessoas e uma arte digital de divulgação de evento. Os participantes são divididos em quatro grupos, mas as descrições devem ser elaboradas individualmente, no tempo de 10 a 15 minutos. Os participantes com as mesmas imagens podem conversar entre si

e tirar dúvidas com os aplicadores da oficina. Após o tempo proposto, os aplicadores pedem que os participantes se voluntariem para ler as descrições, sendo pelo menos um representante de cada tipo de imagem. As imagens apenas são reveladas para o restante do grupo após a leitura da descrição, novamente exercitando a escuta dos participantes. A partir das leituras de suas próprias descrições, os aplicadores da oficina dão *feedbacks* para os voluntários, apontando acertos e pontos que poderiam ter sido feitos de maneira diferente.

Após finalizada a dinâmica, é disponibilizado o *QR code* que dá acesso ao formulário de avaliação, para ser respondido nos últimos 10 minutos da atividade, e assim é encerrada a oficina.

5. AVALIAÇÃO

A aplicação teste da oficina ocorreu em 31 de outubro de 2023, como parte da programação do II Ciclo de Atividades sobre Acessibilidade na Comunicação e na Cultura. Foi ministrada no laboratório 5 da Central de Laboratórios da FAAC Unesp Bauru, e contou com a participação de 33 pessoas. Após a realização da atividade, foi aplicado um questionário estruturado (Novelli, 2005) com perguntas abertas e fechadas, dividido em duas seções. Nos últimos 10 minutos da oficina, foi disponibilizado o questionário de avaliação a partir de um QR Code no slide que estava sendo projetado. O QR Code levava diretamente para o questionário, na plataforma *Google Forms*.

O formulário (apêndice 1) se inicia com o termo de livre esclarecimento (TLE), coletando o consentimento de todos os respondentes para a participação na pesquisa. A primeira seção do questionário buscava entender o histórico do respondente, qual era sua formação e seu nível de familiaridade com a acessibilidade e outros temas tratados na oficina antes da aplicação, construindo assim o perfil do público que serviria de base de comparação para o restante das perguntas. Na segunda seção, foi questionado como o participante avaliava os tópicos apresentados na oficina, em uma escala de Likert de 0 a 5, sendo 0 baixo/ruim e 5 alto/excelente, além de perguntas abertas sobre como se poderia melhorar a atividade e a percepção que o respondente tinha sobre seu papel na promoção da acessibilidade e inclusão.

No total foram estruturadas 14 perguntas, sendo 3 abertas e 11 fechadas (apêndice 1). De 33 participantes, 23 responderam ao questionário, contemplando aproximadamente 70% do público que participou da atividade.

A partir das respostas, traça-se um perfil composto em sua maioria por estudantes e profissionais da área de comunicação social (e alguns de comunicação visual), divididos

entres os cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Design e Artes Visuais. De todos os respondentes, 65% já tinham trabalhado com criação de conteúdo para mídias sociais digitais em algum momento, porém apenas 39% já haviam produzido conteúdo considerando parâmetros de acessibilidade.

Nas perguntas sobre o nível de conhecimento acerca de acessibilidade e nível de familiaridade com descrição de imagens, as respostas possibilitam identificar um conhecimento muito diversificado: tivemos quantidades expressivas de respostas em cada um dos 5 pontos da escala de avaliação, sendo que 73% se concentrou de maneira mediana, nas respostas 2, 3 e 4. Esse resultado é esperado, visto que a oficina foi aplicada como parte da programação do II Ciclo de Atividades sobre Acessibilidade na Comunicação e na Cultura, um evento voltado para a temática da acessibilidade e inclusão, que tem como um dos públicos principais os membros do Laboratório Biblioteca Falada, que também tem contato com o tema no dia a dia da unidade. Em contrapartida, o conhecimento do público sobre Tecnologias Assistivas se mostrou mais rudimentar, tendo a maioria dos respondentes marcado a resposta 1 da escala, mostrando que apesar de estarem inseridos nesse meio que já tangencia a temática da acessibilidade, ainda não tinham conhecimentos mais aprofundados e específicos sobre as tecnologias na acessibilidade digital.

A segunda seção foca na avaliação das percepções do público sobre o material apresentado na oficina. As respostas foram muito positivas, em termos de qualidade, sobre todo o conteúdo e a forma da oficina. Aproximadamente 86% dos respondentes apontam ter obtido aproveitamento máximo em cada um dos pilares da atividade, desde a exposição teórica e técnica, até a relevância dos exemplos e dinâmicas. Outros 13% responderam entre a escala 3 e 4, demonstrando alto grau de aproveitamento do conteúdo também, enquanto apenas um respondente indicou o número 2 na escala, na pergunta referente ao aproveitamento da parte teórica da oficina. Não foi registrada nenhuma resposta na escala 1 “baixo/ruim” em toda a seção.

A primeira questão aberta indagava sobre qual foi o momento de maior destaque da oficina. A partir das respostas, conseguimos levantar 3 pontos de destaque, sendo eles: 1) Dinâmica, 2) Didática, 3) Exemplos e Conteúdo. O primeiro e principal deles foi a dinâmica realizada no final da oficina. Ela se mostrou valiosa na fixação do conteúdo trabalhado durante a atividade, e também colocou os participantes à prova, com a oportunidade de ouvir feedbacks sobre a construção de suas descrições, o que podemos perceber em comentários como: *“Gostei muito da atividade prática, pois nos possibilitou testar o conhecimento que adquirimos e também perceber o quanto é mais difícil do que parece”* (Respondente 8 [R8]),

“achei as dinâmicas bastante valiosas para fixar os conhecimentos da capacitação e tirar possíveis dúvidas” (R9) e “a dinâmica, porque ela fez a gente colocar tudo o que a gente aprendeu ao longo da oficina, na prática” (R11).

Na sequência, foi muito citada a didática e a leveza com que o conteúdo foi apresentado. Comentários como *“Achei os tópicos bem definidos e explicados de maneira clara e sucinta” (R10), “O que mais gostei foi a didática ao explicar os termos e as técnicas de acessibilidade.” (R19) e “O que mais gostei foi a forma que as informações foram expostas e a apresentação da ideia de que não é algo difícil de ser feito.” (R23)* indicam que o objetivo de construir um material formativo foi atingido, a partir da proposta de conteúdo alinhada à expertise dos aplicadores que trouxeram uma abordagem descomplicada sobre o assunto. Além disso, também foram elogiados os exemplos, que cumpriram seu papel no auxílio ao entendimento do tema, e o conteúdo, que seguiu uma sequência lógica de aprendizado e atingiu o objetivo de contextualizar os motivos pelos quais se produz conteúdo acessível, como é possível perceber nos comentários *“O que eu mais gostei foi a contextualização teórica antes da parte aplicada e prática. Acredito que precisamos saber o porquê de pensar na acessibilidade e na inclusão, para assim o nosso trabalho ter um sentido e investirmos mais em produzir conteúdo considerando a acessibilidade” (R18), “Gostei muito da maneira que o assunto foi trazido, com exemplos corretos e incorretos e também sobre não apenas trazer sobre descrição de imagem, mas outros tipos de acessibilidade em redes sociais” (R12) e “Gostei de todas as partes da oficina, não teve nenhum trecho em que senti que aquilo que estava sendo passado fosse desnecessário” (R17).*

Na segunda questão aberta, buscou-se entender o que os participantes haviam compreendido em relação ao seu papel frente ao desafio de promover a inclusão e a acessibilidade. Como os participantes eram majoritariamente comunicadores, grande parte das respostas se guiou para esse lado: foi destacada a perspectiva de que possuem um compromisso com a criação de conteúdo mais acessível, além do papel de disseminação do conteúdo da oficina, uma vez que muitos entenderam que além de promover e trabalhar a comunicação de maneira inclusiva, também cabe a eles difundir esse conhecimento entre seus parceiros e colegas.

Além disso, alguns comentários resgatam o objetivo formativo e educador da oficina, deixando explícito seu papel não apenas na formação técnica dos participantes, mas também no suporte teórico e reflexivo que propôs em relação ao tema:

“A oficina deixou muito claro que a inclusão é um papel de todos, pela responsabilidade que temos em derrubar as barreiras de acesso. Acredito

que o meu papel, enquanto profissional de comunicação, seja garantir que a informação chegue a todos. Se ela não estiver em um formato possível de acesso, de que adianta produzir aquela informação e querer comunicar sem que chegue ao público? Ainda, a aplicação dos recursos (principalmente a descrição de imagens) tem que ser bem feita, ou seja, nós da comunicação deveríamos aprender a técnica da melhor forma possível para fazermos direito e como uma etapa comum de produção de comunicações digitais”
(R18)

Em relação a possíveis aperfeiçoamentos, a partir das respostas se concluiu que o principal deles seria aumentar o tempo da oficina. Nas edições anteriores, os *feedbacks* eram que o formato de 90 a 120 atendia bem ao propósito, porém com a reformulação e a ampliação do eixo teórico, encontra-se a necessidade de adaptação a fim de poder explorar mais o eixo de dinâmicas e *feedbacks*, que foram muito elogiados pelos participantes, mas que ficaram com pouco tempo de desenvolvimento durante a atividade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A oficina “Acessibilidade Visual em Mídias Sociais” foi criada como uma demanda pontual dentro do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”, mas logo demonstrou seu potencial de crescimento e desenvolvimento devido à alta demanda por um material explicativo e prático sobre como tornar as mídias sociais digitais mais acessíveis para pessoas com deficiência visual. Após passar por uma reformulação e atualização, ela agora se apresenta como um modelo validado pelo público da aplicação-teste. Assim, a partir da exposição dos principais fundamentos e de aplicações cotidianas de recursos de acessibilidade e de parâmetros de produção de conteúdo, esta oficina se apresenta efetivamente como um material de difusão do conhecimento, de maneira instrucional, educativa e formadora para pessoas e organizações que buscam ampliar seus públicos nas redes a partir da implementação de recursos de acessibilidade visual. Ainda, resgata-se a relevância da elaboração de tal produto como parte de um trabalho de conclusão de curso em Relações Públicas, considerando o papel formativo e educativo da área para com os seus públicos, olhar ainda incipiente no cenário nacional.

Dentre as principais contribuições do material, elenca-se justamente esse potencial formativo e de difusão do conhecimento, pois ao compilar em um único material diversos

manuals, guias e diretrizes de produção de conteúdo e acessibilidade visual, a oficina traduz um conhecimento teórico e técnico denso para uma linguagem mais ampla. Os indivíduos que participam da oficina se capacitam para aplicar esses parâmetros em suas redes, mesmo que o participante não tenha conhecimento prévio sobre o tema. Isso se respalda no questionário de avaliação, onde 100% dos respondentes se afirmaram preparados para começar a produzir conteúdo seguindo as diretrizes apresentadas, além de entenderem a importância por trás dessa produção.

Destaca-se a importância de tal formação para profissionais e estudantes da área da Comunicação - mesmo que o material seja útil e de fácil compreensão para qualquer indivíduo ou organização que produza conteúdo em mídias sociais. Para quem é da área, a formação com um olhar amplo que considere a acessibilidade e reconheça o papel social e coletivo de todos pela inclusão, é, ainda, um diferencial, embora o esperado seja a normalização de tais práticas.

A limitação se encontra no formato do modelo, que não atua apenas como material de consulta, mas precisa ser aplicado. Apesar do conteúdo ser direcionado a todos, existe a necessidade de uma pessoa capacitada para sua aplicação, efetivando assim a transmissão do conhecimento. Além disso, o recorte específico para pessoas com deficiência visual não contempla todos os tipos de acessibilidade e recursos que podem ser utilizados para garantir o acesso de pessoas com outras deficiências. De certa forma, encontra-se aqui uma possibilidade de ampliação da pesquisa e do material, que pode ser desenvolvido posteriormente a fim de abranger cada vez mais públicos.

Como próximos passos, podemos elencar o ajuste referente ao tempo de oficina, que surge na avaliação da aplicação-teste, e posteriormente, na divulgação do material com o intuito de alcançar novos públicos e realizar novas edições, de maneira presencial ou remota, com público aberto ou fechado, difundindo assim cada vez mais esse conhecimento. Também fica em aberto a continuidade nos estudos das temáticas acerca da acessibilidade e inclusão na comunicação, um campo de estudo em contínua expansão. A partir de mais estudos na área é possível atualizar o material e considerar com relevância as reais necessidades do público com deficiência.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, M. de M.; SILVA, A. P. M. da. Oficinas educativas como metodologia no processo ensino-aprendizagem: construção e práticas. **Pesquisa e Debate em Educação**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 1–13, e31842, 2021. DOI: 10.34019/2237-9444.2021.v11.31842. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/RPDE/article/view/31842>. Acesso em: 20 nov. 2023.
- ÁLVAREZ PÉREZ, R. et al. **Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación: manual de estilo**. Sevilla: Consejería de Salud y Bienestar Social, 2013.
- ANDRELO, R. **As Relações Públicas e a Educação Corporativa: uma interface possível**. São Paulo: Editora Unesp, 2016.
- BARICHELO, E. M. R. Midiatização e cultura nas organizações da contemporaneidade: o processo de midiatização como matriz de práticas sociais. In: MARCHIORI, M. (Org.). **Contexto organizacional midiatizado**. São Caetano do Sul: Difusão, 2014, p. 37-46.
- BERNERS-LEE, T. World Wide Web Consortium (W3C) Launches International Web Accessibility Initiative. **Web Accessibility Initiative (WAI)**, 1997. Disponível em: <<http://www.w3.org/Press/WAI-Launch.html>>. Acesso em: 30 out. 2023
- BERNI, F. C. As pessoas com síndrome de Down e os estudos em comunicação: o que os Anais da Intercom (não) revelam?. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45, 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0707202212104462c6f77439c63.pdf>. Acesso em 21 out. 2023.
- BERSCH, R. **Introdução à tecnologia assistiva**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: https://ntmmacae.com/site/files/Educa%C3%A7%C3%A3o%20Inclusiva/Tecnologia%20Assistiva/Introducao_Tecnologia_Assistiva.pdf. Acesso em 24 out. 2023.
- BIBLIOTECA FALADA. **Difusão do conhecimento** - capacitações e oficinas. 2023. Disponível em: link da aba. Acesso em 18 out. 2023.
- BRASIL. Decreto no 6.949, de 25 de agosto de 2009. **Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 25 de agosto de 2009.
- BRASIL, Lei no 13.146, de 06 de julho de 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência)**. Brasília, DF: 2015.
- CARLETTO, A; CAMBIAGHI, S. **Desenho universal: um conceito para todos**. São Paulo: Instituto Mara Gabrilli, 2016. Disponível em https://www.maragabrilli.com.br/wp-content/uploads/2016/01/universal_web-1.pdf. Acesso em: 03 nov. 2023.

CASTELLS, M. A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Orgs.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**. Belém, Portugal: Imprensa Nacional, 2005, p. 17-30.

DREYER, B. M. **Relações Públicas na Contemporaneidade: Contexto, modelos e estratégias**. São Paulo: Summus, 2017.

ELLIS, K. KENT, M. **Disability and New Media**. Nova Iorque: Routledge, 2011.

FERRAZ, R. **Acessibilidade na Web: Boas práticas para construir sites e aplicações acessíveis**. São Paulo: Casa do Código, 2020.

GESSER, M.; NUERNBERG, H.; TONELI, M. J. F. A contribuição do modelo social da deficiência à psicologia social. **Psicologia & Sociedade**, n. 24, v. 3, p. 557-566, 2012.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2013.

JESUS, P. S. #PraCegoVer: um diálogo sobre redes sociais, deficiência visual e outras cegueiras. In: XIX ENCONTRO INTERNACIONAL VIRTUAL EDUCA, 19, Salvador, Bahia, 2018. **Anais [...]**. Virtual Educa, 2018. Disponível em: <https://repositorial.cuaed.unam.mx:8443/xmlui/handle/20.500.12579/5279>. Acesso em 30 mar. 2021.

KUNSCH, M. M. K. Relações Públicas no Brasil: retrospectiva, evolução conceitual e das práticas profissionais. In: KUNSCH, M. M. K.; LIMA, F. P.; SAMPAIO, A. O. (Orgs.). **Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: ABRAPCORP, 2022, p. 15-35.

LEMOS, E. Cosm visões disciplinares, abordagens e escolas de pensamento em relações públicas: uma proposta crítico-interpretativa. In: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 14, 2018, San José. **Anais [...]**. São Paulo: ALAIC, 2018. Disponível em: <https://www.alaic.org/wp-content/uploads/2022/03/GT-2-ALAIC-2018.pdf>. Acesso em 26 out. 2023.

LEITE, F. P. A.; LUVIZOTTO, C. K. **Participação, Acessibilidade Digital e a inclusão da pessoa com deficiência**. CONPEDI Law Review, v. 3, n. 2, p. 240-261, 2017.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

LUVIZOTTO, C. K.; MAGALHÃES, G. M. Comunicação organizacional e recursos de acessibilidade no ambiente digital: influências da pandemia de COVID-19 no Facebook do Burger King Brasil, **Contratexto**, n. 39, p. 99-117, 2023. Disponível em: <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/6143>>. Acesso em 19 out. 2023.

MACIEL, S. **Comunicação e inclusão: desenho universal e produção acessível de informação especializada em viagens e turismo na Espanha**, 87 f. Relatório de Pesquisa. São Paulo: Fapesp, 2022.

MAGALHÃES, G. M.; MACIEL, S. Parâmetros de Acessibilidade nas Redes Sociais: consumo das marcas por pessoas com deficiência visual no Facebook. **Culturas Midiáticas**, v. 15, p.168-188, 2021.

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

MOVIMENTO WEB PARA TODOS. **Número de sites brasileiros aprovados em todos os testes de acessibilidade tem queda em relação ao ano passado e é ainda menor que 1%**. 2023, 13 de junho. Disponível em: <https://mwpt.com.br/numero-de-sites-brasileiros-aprovados-em-todos-os-testes-de-acessibilidade-tem-queda-em-relacao-ao-ano-passado-e-e-ainda-menor-que-1/>. Acesso em 12 nov. 2023.

NOVELLI, A. L. R. Pesquisa de Opinião. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 164-179.

OLIVEIRA, G.F.; MOREIRA, T. B. E.; BUENO, L. G. V.; PORÉM, M. E.; MACIEL, S. A pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas sobre Acessibilidade e Inclusão: um levantamento do Congresso Abrapcorp. In: STASIAK, D; CASAROLI, L.; CARARETO, M. (Orgs.) **Perspectivas da Pesquisa e dos Pesquisadores em Relações Públicas na atualidade**. Goiânia, GO, 2023, p. 92-110.

ORERO, P. La accesibilidad a los medios. Una oportunidad para la diversidad, la inclusión y la educación. In: LADAGA, S. A. C.; RANGEL ALANÍS, L. (Ed.). **Accesibilidad: comunicación y educación para todas las personas**. Barcelona: LMI, 2022, p. 69-91.

PEÑAS, E; HERNÁNDEZ, P. **Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación**. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, 2019.

PERUZZO, C. K. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.

PEREIRA, T. **Guia de acessibilidade cromática para daltonismo**: princípios para profissionais da indústria criativa. Santa Maria: UFSM, 2021.

PRAZERES, M; TERRA, C. Comunicação organizacional em alta velocidade: os impactos da aceleração social do tempo e suas interfaces. **PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM**, [S.1], v .6. n. 12, 2023.

ROTHER, E. T. Systematic literature review X narrative review. **Acta Paul Enferm.**, v. 20, n. 2, p. v-vi, 2007.

SAAD CORRÊA, E. A comunicação das organizações diante de públicos, esfera pública e opinião pública: como as plataformas sociais digitais se encaixam nisso?. **Organicom**, v. 17, n. 33, p. 39-48, 2020.

SANTANA, T. R. **A comunicação organizacional pelo olhar educativo: a diversidade na cultura organizacional, com enfoque na inclusão da pessoa com deficiência visual**. 2021. 28p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade

Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Bauru/SP: Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, 2021.

SALTON, B. P.; AGNOL, A. D.; TURCATTI, A. **Manual de acessibilidade em documentos digitais**. Bento Gonçalves, RS : Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, 2017.

SARDENBERG, T.; MAIA, H. Tecnologia da informação e comunicação e tecnologia assistiva: aproximações e distanciamentos. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 16, n. esp. 4, p. 3072-3085, 2021.

SASSAKI, R. K. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, São Paulo, Ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

SCUDELER, F. Acessibilidade Web - Tipografia. **Princi Agência Web Blog**, Campinas, 16 de maio de 2013. Disponível em
<<https://www.princiweb.com.br/blog/design/usabilidade-ux/acessibilidade-web-tipografia.html>> Acesso em 7 de nov. 2023.

STOECKLE, T.; ADI, A. Relações públicas, pós-verdade e grandes desafios: uma melhor pesquisa para o valor social. **Organicom**, v. 20, n. 42, p. 86-102, 2023.

TERRA, C. F. RP Digitais: cruciais para a visibilidade e influência das organizações. In: PORÉM, M. E.; HIDALGO, J.; YAGUACHE, J. (Orgs.). **Inovações em Relações Públicas e Comunicação Estratégica**. 1a Ed. Aveiro: Ria Editorial, 2019, p. 14-26.

VAN RULER, B.; VERCIC, D. Perspectivas europeias das relações públicas. Tradução de John Franklin Arce. **Comunicação & Sociedade**, v. 24, n. 39, p. 155-172, 2003.

VICENTE, M. M.; FERREIRA, M. Além das métricas: inclusão digital de pessoas com deficiência no Brasil e na Austrália. In: LUVIZOTTO, C. K.; ASSIS, C. (Orgs.). **Comunicação para a inclusão e a cidadania**. 1. ed. Aveiro, Portugal: Editora Ria, 2020, p. 209-229.

W3C. **Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.0/ 2.1**. 2018.

Disponível em:

<<https://www.w3.org/Translations/WCAG20-pt-br/WCAG20-pt-br-20141024/>>. Acesso em 29 out. 2023.

APÊNDICE 1

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO

Avaliação - Oficina "Acessibilidade Visual em Mídias Sociais"

Gostaria de te convidar a participar como voluntário (a) desta pesquisa de conclusão de curso!

Nesta pesquisa, pretendemos avaliar o aproveitamento da oficina, que é um protótipo, cujo objetivo é difundir o conhecimento teórico e técnico de acessibilidade visual em mídias sociais, a partir de exposição dos principais fundamentos e de aplicações cotidianas de recursos de acessibilidade e de parâmetros de produção de conteúdo.

Caso você concorde em participar, será necessário apenas preencher este questionário, sem nenhum vínculo posterior ao envio das respostas. Esta pesquisa exige concentração e dedicação de 5 a 10 minutos para responder a todas as questões.

Para participar deste estudo, você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você terá todas as informações que quiser sobre essa pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido (a). Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar dessa pesquisa.

Trataremos a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

- Aceito
- Não aceito

SEÇÃO 1 - Responda aqui considerando seu conhecimento prévio a essa oficina.

1 - Qual seu curso/área de formação?

2 - Você trabalha/já trabalhou com produção de conteúdo para mídias sociais digitais?

- Sim
- Não

3 - Qual o nível de familiaridade que você tinha com o tema "Acessibilidade" antes dessa oficina?

Baixo 1 2 3 4 5 Alto

4 - Qual o nível de familiaridade que você tinha com o tema “Tecnologias Assistivas” antes dessa oficina?

Baixo 1 2 3 4 5 Alto

5 - Qual o nível de familiaridade que você tinha com a produção de descrição de imagens antes dessa oficina?

Baixo 1 2 3 4 5 Alto

6 - Você já produziu algum conteúdo para mídias sociais digitais considerando parâmetros de produção de conteúdo acessível e/ou recursos de acessibilidade?

- Sim
- Não

SEÇÃO 2 - Agora após a realização da oficina, responda:

7 - Como você avalia sua compreensão dos temas teóricos apresentados na oficina? (Acessibilidade, Desenho Universal, Deficiência Visual, Tecnologia Assistiva, entre outros)

Baixo 1 2 3 4 5 Alto

8 - Como você avalia a sua compreensão sobre a parte técnica apresentada na oficina (Tipografia, contraste, descrição de imagens)

Baixo 1 2 3 4 5 Alto

9 - Como você avalia os exemplos apresentados, levando em consideração o papel deles para a compreensão do conteúdo?

Ruim 1 2 3 4 5 Excelente

10 - Como você avalia as dinâmicas apresentadas? (Sensibilização e produção de descrição)

Ruim 1 2 3 4 5 Excelente

11 - Você se sente preparado para começar a aplicar os parâmetros e técnicas apresentados na oficina na sua produção de conteúdo?

- Sim
- Não

12 - O que você mais gostou e o que menos gostou na oficina, e por quê?

13 - Após as discussões apresentadas nessa oficina, qual você acredita que seja o seu papel na promoção de inclusão e acessibilidade?

14 - O quanto você recomendaria essa oficina para outras pessoas/projetos/organizações?

Não Recomendo 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Recomendo Muito

15 - Observações