



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**  
**CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**Leitores Especiais de Jornais: Um Estudo Sobre**  
**Estratégias de Acessibilidade de Pessoas Cegas ao**  
**Webjornalismo Paraibano**

**VALTER BARBOSA DE ARAÚJO**  
Orientadora: **Profa. Dra. Joana Belarmino de Sousa**

**João Pessoa – PB**  
**Abril/2015**

# **Leitores Especiais de Jornais: Um Estudo Sobre Estratégias de Acessibilidade de Pessoas Cegas ao Webjornalismo Paraibano**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo PPJ, da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, como requisito à obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração Produção Jornalística e linha de pesquisa Processos, Práticas e Produtos.

**VALTER BARBOSA DE ARAÚJO**

Orientadora: **Profa. Dra. Joana Belarmino de Sousa**

**João Pessoa – PB**

**Abril /2015**

A663I

Araújo, Valter Barbosa de.

Leitores especiais de jornais: um estudo sobre estratégias de acessibilidade de pessoas cegas ao webjornalismo paraibano / Valter Barbosa de Araújo.- João Pessoa, 2015.

103f. : il.

Orientadora: Joana Belarmino de Sousa

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA

1. Jornalismo. 2. Produção jornalística. 3. Webjornalismo.  
4. Deficiência visual - acessibilidade.

UFPB/BC

CDU: 070(043)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**  
**CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profa. Dra. Joana Belarmino de Sousa (Orientadora)**  
**Universidade Federal da Paraíba**

---

**Profa. Dra. Carmen Virgínia Montenegro Sá Barreto**  
**Universidade Federal da Paraíba**

---

**Prof. Dr. Tiago Maritan Ugulino de Araújo**  
**Universidade Federal da Paraíba**

**João Pessoa - PB**  
**Abril/2015**

À memória de minha mãe que tanto incentivou em minha educação,  
desde sempre.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, autor da vida e razão do meu existir.

À minha querida esposa Flávia e aos meus filhos Gabriel e Esther que, tantas vezes abriram mão de minha companhia, a fim de me oportunizarem a conclusão de mais uma etapa de vida.

À minha querida Profa. Doutora Joana Belarmino de Sousa, personagem ímpar e determinante nesse exaustivo processo de pesquisa.

À minha amiga Virgínia Campos, por sua disponibilidade e importante colaboração.

Aos colegas jornalistas, que colaboraram na aplicação dos questionários, durante a coleta dos dados nas redações que os busquei.

Aos membros da banca examinadora: Prof<sup>a</sup> Dra. Carmen Virgínia Montenegro Sá Barreto e Prof<sup>o</sup> Dr. Tiago Maritan Ugulino de Araújo pela apreciação, revisão e avaliação crítica que, em muito contribuíram para o aperfeiçoamento dessa pesquisa.

Aos integrantes do grupo focal, pessoas cegas, dignas da minha admiração e carinho, que colaboraram na aplicação do método Grupo Focal na verificação dos testes humanos de acessibilidade ao webjornalismo paraibano.

Aos professores do PPJ/UFPB pelas disciplinas ministradas proporcionando o acesso a conteúdos que deram melhor entendimento e novas conquistas a esse estudo.

Aos colegas do PPJ pela agradável convivência e mútuo crescimento em sala de aula.

Indispensável é também agradecer ao Sistema Indústria da Paraíba, minha segunda família, por ter contribuído na realização deste meu sonho.

À Sueli de Sá, coordenadora de Comunicação do Sistema Indústria, pelo apoio e compreensão durante todo esse estudo.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram com a realização desta pesquisa.

*“...as pessoas e os grupos sociais têm o direito de ser iguais quando a prática os inferioriza, e o direito a ser diferentes quando a igualdade os descaracteriza.”*

*Boaventura de Souza Santos (Sociólogo Português)*

## RESUMO

Com base na validação de ações e competências voltadas à inclusão de pessoas com deficiência visual à informação, pondera-se, através desse trabalho, a acessibilidade promovida pelo jornalismo paraibano a esse leitor potencial. Ao longo da sua história, o jornal impresso vem registrando novos processos noticiosos a exemplo do rádiojornalismo, telejornalismo e, agora, webjornalismo, os quais o conduzem a estar sempre repensando novas ações e práticas para manter o seu público e conquistar novos leitores. Nessa perspectiva, este trabalho teve como objetivo geral, realizar um estudo acerca do webjornalismo na Paraíba, a fim de compreender a problemática de acessibilidade dos leitores cegos de jornais, envolvendo aspectos relativos à concepção de midiatização e à linguagem jornalística, com base nos contributos teóricos e práticos que envolvem técnicas de produção, circulação, distribuição e recepção dos conteúdos jornalísticos. Em princípio, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com leitura seletiva e compreensão dos principais conceitos envolvidos nesse estudo; em seguida, realizou-se a aplicação de questionário junto a pessoas envolvidas com a produção do webjornalismo e responsáveis por disponibilizar esses conteúdos na *web* (desenvolvedores de páginas, programadores e repórteres); Posteriormente, foi feita uma testagem de acessibilidade, nas versões *online* dos jornais, certificando-as em sites especializados. Para tanto, utilizou-se dos validadores que são ferramentas automáticas e de revisão direta, que avaliam o nível de acessibilidade à *web*, mediante pesquisa no código da página. Os elementos dos jornais analisados foram: o texto e a imagem, principais instrumentos de trabalho da imprensa escrita. Os erros de acessibilidade foram identificados como frequentes e transversais nos dois jornais analisados. Entre os exemplos de erros mais comuns se destaca *links* cujo conteúdo é uma imagem sem texto alternativo e ligações com o mesmo texto, mas diferentes destinos. Alguns desses erros constituem obstáculos à compreensão dos conteúdos, por parte de pessoas com deficiência, principalmente aquelas que se utilizam de tecnologias de apoio, a exemplo dos leitores de telas. Finaliza-se essa pesquisa com a aplicação de uma entrevista Grupo Focal envolvendo participantes voluntários, pessoas com deficiência visual, representantes de uma parcela da sociedade que, até o início dos anos 90, do século XX, não contava com nenhuma estratégia para leitura de jornais. No Grupo Focal, observou-se que a maioria dos depoimentos coletados incluiu a *internet* como um dos veículos de comunicação mais utilizados, seguido pelo rádio em sua versão tradicional e também o *web* rádio.

**Palavras-Chaves:** Webjornalismo. Deficiência visual. Acessibilidade.



## ABSTRACT

Based on the validation actions and skills aimed at inclusion of visually impaired people to information weighs up, through this work, accessibility, promoted by Paraíba journalism that potential reader. Throughout its history, the printed newspaper has been recording new news processes such as the Radio Journalism, TV journalism and now web journalism, which always leads to be rethinking new actions and practices to keep your audience and gain new readers. From this perspective, this study aimed to, conduct a study about web journalism in Paraíba, in order to understand the problems of accessibility of blind readers of newspapers, including aspects relating to the design of media coverage and journalistic language, based on theoretical contributions and practical techniques that involve production, circulation, distribution and reception of journalistic content. In principle a literature search was performed with selective reading and understanding of the key concepts involved in this study; then there was the application of a questionnaire to people involved in the production of web journalism and responsible for providing this content on the web (page developers, programmers and reporters); Later, an accessibility testing was done in the online versions of newspapers making sure the on specialized sites. Therefore, we used the validators that are automated tools and direct review, evaluating the web accessibility level, through research in the page code. The elements of the newspapers analyzed were: the text and the image, leading the print media work tools. Accessibility errors were identified as frequent and cross the two newspapers analyzed. Examples of the most common mistakes is highlighted links whose content is an image without alternative text and links with the same text, but different destinations. Some of these errors are obstacles to understanding the content, by people with disabilities, especially those who use assistive technologies, like the screen readers. This research is finalized with the application of an interview Focus Group involving voluntary participants, people with visual disabilities, representatives of a part of society that until the early 90s of the twentieth century, did not have any strategy for reading newspapers . In the focus group, it was observed that most of the reports collected included the internet as one of the most used communication vehicles, followed by radio in its traditional version and also the web radio.

**Key Words:** Web journalism. Visual impairment. Accessibility.

## LISTA DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>FIGURA 1:</b> Blog do Jornal A União .....                                       | 35 |
| <b>FIGURA 2:</b> Tela de acesso à versão digital do Jornal Correio da Paraíba ..... | 36 |
| <b>FIGURA 3:</b> Versão digital do Jornal da Paraíba .....                          | 38 |
| <b>FIGURA 4:</b> Imagem do aplicativo VDDV do Jornal da Paraíba .....               | 39 |
| <b>FIGURA 5:</b> Imagem da tela sintetizada VDDV .....                              | 40 |
| <b>FIGURA 6:</b> Imagem do Método de localização tela sintetizada VDDV .....        | 41 |
| <b>FIGURA 7:</b> Imagem dos controles do aplicativo VDDV .....                      | 41 |
| <b>FIGURA 8:</b> Imagem do primeiro Caderno JP, sob o olhar VDDV .....              | 42 |
| <b>FIGURA 9:</b> Imagem do caderno Cidades JP, sob o olhar VDDV .....               | 43 |
| <b>FIGURA 10:</b> Imagem do caderno Esporte JP, sob o olhar VDDV .....              | 43 |
| <b>FIGURA 11:</b> Imagem do Caderno Vida & Arte, no olhar do VDDV .....             | 44 |

## LISTA DE GRÁFICOS

- GRÁFICO 1:** Distribuição dos entrevistados conforme tempo de serviço na empresa. João Pessoa – PB, 2014. .... 46
- GRÁFICO 2:** Distribuição dos entrevistados conforme função que desenvolve na empresa. João Pessoa – PB, 2014. .... 47
- GRÁFICO 3:** Distribuição dos entrevistados conforme realização de capacitação à acessibilidade na web promovida pela empresa. João Pessoa – PB, 2014 ..... 48
- GRÁFICO 4:** Distribuição dos entrevistados conforme conhecimento das normas internacionais de acessibilidade na web w3c. João Pessoa – PB, 2014 ..... 49
- GRÁFICO 5:** Distribuição dos entrevistados que consideram o portal de seu jornal acessível aos leitores cegos. João Pessoa – PB, 2014..... 50

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| <b>TABELA 1.</b> Meios de comunicação preferidos ..... | 73 |
| <b>TABELA 2.</b> Conteúdos preferidos .....            | 73 |
| <b>TABELA 3.</b> Leitura de jornais paraibanos .....   | 74 |
| <b>TABELA 4.</b> VDDV .....                            | 75 |
| <b>TABELA 5.</b> Navegadores nas páginas da web .....  | 75 |

# SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| INTRODUÇÃO .....   | 13 |
| 1 REVISÃO TEÓRICO-CONCEITUAL .....   | 18 |
| 1.1 Midiatização e processos de produção, circulação e recepção.....                   | 18 |
| 1.2 Webjornalismo: historicizando o conceito .....                                     | 21 |
| 1.3 Webjornalismo e pessoas cegas: o estado atual dos estudos.....                     | 29 |
| 1.4 Acessibilidade: o marco legal e o debate sobre webjornalismo cidadão.....          | 32 |
| 2 WEB JORNALISMO PARAIBANO: UM PANORAMA CONTEXTUAL .....                               | 34 |
| 2.1 Jornal A União.....  | 34 |
| 2.2 Jornal Correio da Paraíba.....   | 35 |
| 2.3 Jornal da Paraíba.....   | 37 |
| 2.4 Aplicativo VDDV - Jornal da Paraíba .....  | 38 |
| 2.4.1 Tela sintetizada VDDV .....  | 39 |
| 2.4.2 Caderno do JP, sob o olhar do aplicativo VDDV .....                              | 42 |
| 3 A PESQUISA APLICADA E SEUS RESULTADOS .....  | 45 |
| 3.1 Acessibilidade na Ótica de Profissionais de Jornalismo .....                       | 45 |
| 3.2 Análise da entrevista com os Profissionais de Jornalismo .....                     | 51 |
| 3.3 Webjornalismo paraibano: primeiras páginas e a validação da<br>acessibilidade..... | 51 |
| 4 O GRUPO FOCAL E SEUS RESULTADOS.....   | 61 |
| 4.1 Planejamento e definição do público.....   | 62 |
| 4.2 Termo de Compromisso Livre e Esclarecido.....                                      | 63 |
| 4.3 Roteiro da Entrevista e Realização da Reunião GF.....                              | 63 |
| 4.4 A Experiência Propriamente Dita: navegação nas páginas web .....                   | 69 |
| 4.5 Planilhas de Tratamento de Dados.....  | 73 |
| 4.6 Análise dos dados coletados.....   | 76 |
| 4.7 Análise da experiência de navegação .....  | 77 |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 5 CONCLUSÃO .....                     | 78  |
| REGISTRO FOTOGRÁFICO GRUPO FOCAL..... | 79  |
| REFERÊNCIAS .....                     | 80  |
| GLOSSÁRIO .....                       | 84  |
| APÊNDICE I .....                      | 86  |
| ANEXO I .....                         | 89  |
| ANEXO II .....                        | 96  |
| ANEXO III .....                       | 100 |
| ANEXO IV .....                        | 101 |
| ANEXO V .....                         | 102 |

## INTRODUÇÃO

O jornal impresso sempre foi muito dinâmico. E, na condição de ser um espaço da reflexão, da contextualização e do aprofundamento dos acontecimentos da sociedade, este meio de comunicação registrou, ao longo de sua história, novos processos noticiosos como a chegada do rádio, da televisão e, agora, com o webjornalismo, repensa novas práticas, a fim de se manter fiel ao seu leitor e conquistar novos consumidores de notícia.

Observa-se, em contrapartida, que nesse contexto, o ciberespaço recebe, a cada dia, uma nova faceta coletiva de leitores/consumidores de conteúdo, conduzidos pela era digital, para os quais o jornal impresso ainda é inacessível. O webjornalismo apresenta-se como alternativa de solução ao jornal impresso, para atender este leitor em potencial. Mas, seria essa uma experiência confortável para esse grupo de leitorado de jornais?

Abriu-se, assim, a janela que estimulou essa pesquisa: saber sobre quais estratégias de acessibilidade têm sido promovidas em prol dos leitores especiais de jornais paraibanos, por uma modalidade jornalística ainda considerada recente, em relação a outras do segmento. E, nessa nova organização do “fazer” jornalístico, tomou-se como campo de estudo o Webjornalismo, apresentando-o como objeto central dessa pesquisa, que tem base nas versões *online* dos três jornais do Estado da Paraíba. Entretanto, como se verá mais adiante, o Jornal A União foi descartado das pesquisas práticas, em razão de que sua versão online não é disponibilizada em um portal próprio.

Buscou-se saber de que forma os jornais *online* da Paraíba apresentam estratégias de interatividade com interfaces acessíveis para leitores especiais, ou seja, os usuários cegos, sendo este o problema investigado nessa pesquisa. Esse estudo aponta o nível de conhecimento de repórteres, editores, desenvolvedores das versões *online* dos jornais quanto às estratégias de acessibilidade baseadas nas Normas Internacionais de Acessibilidade na Web – W3C. Seria possível melhorar o acesso dos leitores especiais às versões *online* dos jornais paraibanos, assim como tornar mais usual aos deficientes visuais, a plataforma VDDV<sup>1</sup> (Versão Digital para Deficientes Visuais), mantida pelo

---

Conforme se demonstra com detalhes no segundo capítulo, o VDDV é um aplicativo exclusivo do Jornal da Paraíba que conta com recursos multimídia e interativo a pessoas com deficiência visual.

Jornal da Paraíba? O problema de pesquisa desse trabalho buscou investigar: de que maneira os profissionais de jornalismo percebem a questão da acessibilidade aos conteúdos jornalísticos, assim como avaliar a experiência dos leitores cegos e o seu acesso aos portais online dos jornais locais.

Partiu-se de uma hipótese preliminar de trabalho, na qual se apresentou como suposição que os jornalistas e os técnicos responsáveis pelas versões *online* de jornais, quando no desempenho de suas funções, desconhecem as Normas Internacionais de Acessibilidade, e por isso não utilizam, assim como os dispositivos legais que regem as políticas de acessibilidade à informação e à comunicação no Brasil. Por outro lado, buscamos investigar a hipótese apontada por Sousa 2014, a qual admite que o hábito do consumo de notícias por pessoas cegas, ainda se acha em formação, no caso específico do jornalismo paraibano.

Para alcançar respostas a essas demandas, a pesquisa apresentou como objetivo geral, realizar um estudo acerca do webjornalismo na Paraíba, a fim de compreender a problemática de acessibilidade dos leitores cegos de jornais, envolvendo aspectos relativos à concepção de midiatização e à linguagem jornalística, com base nos contributos teóricos e práticos que envolvem técnicas de produção, circulação, distribuição e recepção dos conteúdos jornalísticos. Registram-se como objetivos específicos dessa pesquisa: verificar o perfil sociocultural desses leitores especiais de jornais; produzir um estudo contextual, recuperando dados históricos acerca dos mesmos; investigar as razões pelas quais as versões *online* dos jornais no Estado não fazem uso das Normas Internacionais de Acessibilidade na *Web* e conhecer as principais barreiras de acessibilidade nas versões *online* nos jornais paraibanos; verificar como os profissionais do jornalismo percebem as pessoas cegas como leitores de jornal na *Web*.

Os sujeitos do estudo empírico, princípio norteador deste trabalho, foram observados, tomando-se por base dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (Censo 2010) os quais registram que cerca de 23,9% da população brasileira possui algum tipo de deficiência. Ou seja, quase 46 milhões de pessoas. Desse total, cerca de 36 milhões têm deficiência visual, o que equivale a 18,8% da população, considerando a baixa visão. Os dados confirmam ser a deficiência visual a que registra maior incidência no país. Nesse grupo, estão os 506 mil brasileiros com cegueira.

Os levantamentos do IBGE também apontam que a Paraíba é o 2º maior Estado da região nordeste em casos de pessoas com deficiência, com 27,5%, atrás apenas do



Rio Grande do Norte, que possui 27,8% da população com algum tipo de deficiência. Outro dado é que, das mais de 1 milhão de pessoas com deficiência, residentes na Paraíba, cerca de 823 mil declaram ter dificuldade para enxergar, mesmo com o uso de óculos ou lentes de contato. Esses são os números que representam os 27,5% da população deficiente visual. Desse total, 142.196 pessoas reconheceram ter deficiência visual severa, sendo que 8.477 são cegas, o equivalente a 0,2% da população no Estado. E foi para esse público que nossa pesquisa se destinou, também considerando que barreiras de acessibilidade podem ser muito diferentes para uma pessoa cega e para uma pessoa com baixa visão, uma vez que a cegueira total pressupõe completa perda de visão. A visão é nula, isto é, nem a percepção luminosa está presente.

Segundo Martín e Ramirez (2003), a cegueira caracteriza-se pela total ausência de visão, ou a simples percepção de luz. A baixa visão, segundo o Conselho Internacional de Educação de Deficiência Visual - Organização Mundial de Saúde (OMS) é o comprometimento do funcionamento visual em ambos os olhos, mesmo após tratamento e ou correção de erros refracionais comuns.

Esse estudo justifica-se como relevante por se preocupar com uma parcela da sociedade (pessoas com deficiência visual) que, até início dos anos 90, do século XX, não contava com nenhuma estratégia para leitura de jornais.

Considera-se que a diminuição de barreiras de acessibilidade é importante a todos, mas o universo de um público formado por grupos de deficientes visuais com demandas diferenciadas levou a se delimitar o objeto de pesquisa desse estudo, focando-o em quem possui o grau máximo de deficiência visual, as pessoas cegas, aqui apontadas como leitores especiais de jornais.

Apesar de os jornais paraibanos já possuírem versões *online*, a exemplo do Jornal Correio da Paraíba, A União e o Jornal da Paraíba, este último, com uma plataforma exclusiva para deficientes visuais, ainda são inexistentes no Estado, pesquisas que avaliem os modos de consumo desse tipo de produção jornalística por esses leitores especiais, dependentes cruciais dos dispositivos tecnológicos e dos leitores de tela<sup>2</sup>, para se manterem informados e interagirem via *internet*.

Envolveu-se na metodologia desse trabalho, procedimentos que tiveram por fim responder à problematização central da pesquisa: os jornais *online* da Paraíba

---

<sup>2</sup> Os sintetizadores de voz, através dos leitores de tela, interagem com as plataformas informáticas, permitindo ao usuário cego autonomia e independência, no uso dos dispositivos tecnológicos.

apresentam estratégias de interatividade com interfaces acessíveis para leitores especiais de jornais, ou seja, aos usuários cegos?

Essa investigação inicia-se com pesquisa bibliográfica, na qual são feitas as leituras seletivas e compreensão dos principais conceitos nela envolvidos e também aponta que, dado ao quase ineditismo desses estudos no âmbito do jornalismo paraibano, tem caráter eminentemente exploratório. Conforme defende Andrade (2005) ao ressaltar que “a pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo trabalho científico, e tem caráter preliminar ou preparatório para outro tipo de pesquisa, visto que a problematização apontou para a necessidade de se levantar o estado atual dos fenômenos, abordados na perspectiva de um diagnóstico da situação”. É certo que, conforme se verá ao longo da análise, o trabalho ganhou uma feição prospectiva e de inovação, visto que aponta caminhos e diretrizes para a produção jornalística acessível.

Nessa investigação, adotaram-se como corpos de análise os jornais digitais: Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba e A União. Estes jornais foram pesquisados através dos seguintes *sites*, respectivamente: <http://www.jornaldaparaiba.com.br/>; <http://correiodaparaiba.com.br/>; <http://jornalauniao.blogspot.com.br/>.

Em Julho de 2014, deu-se sequência aos estudos, em sua segunda etapa, com a aplicação de um questionário dirigido a 7 (sete) jornalistas responsáveis por conteúdos *online*, envolvidos com a produção jornalística nos principais jornais do Estado, a exemplo dos editores, desenvolvedores de páginas e repórteres responsáveis por estes veículos no estado da Paraíba. Nessa etapa da coleta, deu-se preferência aos questionários eletrônicos, porém observando-se que a coleta foi insuficiente e, portanto, optou-se por modificar a abordagem aos “informantes”, aplicando-se a pesquisa *in loco*. O instrumento utilizado tanto *online* quanto *in loco* será detalhado no terceiro capítulo.

A terceira etapa da metodologia envolveu um estudo técnico dos processos de validação dos jornais Web pesquisados. Nessa etapa, pesquisou-se a utilização de alguns validadores, a saber: validador W3C, validador DaSilva e por fim chegou-se ao validador *Examinator*, considerado o mais apropriado para a pesquisa, conforme será detalhado também no terceiro capítulo desse trabalho.

Adotou-se como etapa final da metodologia desse estudo a realização da entrevista Grupo Focal, considerando que, para uma melhor compreensão da problemática, é necessário que se investigue essa realidade, através da experiência do usuário humano.

De acordo com Costa (2006, p. 180), os Grupos Focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. São, na verdade, uma entrevista coletiva que busca identificar tendências.

A técnica do GF utiliza-se aqui, a fim de se constituir também uma ferramenta de pesquisa qualitativa capaz de auxiliar na identificação de tendências e na reflexão sobre o sentido dos valores, desvendar problemas e chegando até a agenda oculta da questão (Ibid, p. 183). Para ela, os GFs permitem perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência em certo grupo. Além disso, buscam compreender, sem generalizações, determinada temática, contando com a participação conjunta dos entrevistados no aprofundamento do que se conhece acerca do assunto estudado; trata-se, assim, de uma espécie de “entrevista coletiva”.

Essa dissertação está dividida em quatro capítulos, estruturados da seguinte forma: capítulo 1 Revisão Teórico-conceitual – Expondo-se os tópicos Midiatização e processos de produção, circulação e recepção dos conteúdos; Webjornalismo: historicizando o conceito; Webjornalismo e pessoas cegas: o estado atual dos estudos; Acessibilidade: o marco legal e o debate sobre webjornalismo cidadão. No Capítulo 2 apresenta-se um Panorama Contextual do Webjornalismo Paraibano, fazendo-se breve descrição dos modos de distribuição dos conteúdos online, considerando a realidade dos principais jornais do estado Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba. Além disso, informa-se sobre a Versão Digital para Deficientes Visuais (VDDV) do Jornal da Paraíba. O capítulo 3 dedica-se à Pesquisa Aplicada e Seus Resultados, considerando a Acessibilidade na Ótica de Profissionais de Jornalismo e analisa o Webjornalismo paraibano: primeiras páginas e a validação da acessibilidade. No capítulo 4 essa pesquisa voltou-se ao Grupo Focal e seus resultados, trazendo os tópicos: Planejamento e Definição do Público; Termo de compromisso livre e esclarecido; Roteiro da Entrevista e Realização da Reunião GF; A experiência propriamente dita: navegação nas páginas web selecionadas; Planilhas de tratamento de dados; Análise dos dados coletados e apresenta, por fim, a Análise da Experiência de navegação.

## **1 REVISÃO TEÓRICO-CONCEITUAL**

O primeiro capítulo dessa pesquisa é dedicado à fundamentação teórica da investigação, em que se partiu de um conjunto de concepções chave, a saber: Mídiação e os Processos de Produção, Circulação e Recepção dos Conteúdos; Webjornalismo, sua história e seus principais estágios de desenvolvimento; Acessibilidade: o Marco Legal e o Debate Teórico.

### **1.1 Mídiação e os Processos de Produção, Circulação e Recepção dos Conteúdos**

Uma das concepções centrais desse trabalho é a mídiação, teoria que esteve presente em estudos, durante a formação disciplinar deste Mestrado em Jornalismo. O termo “mídiação”, ou seja, processos de interação social a partir do desenvolvimento e da intensificação da convergência tecnológica (FAUSTO NETO, 2008), ou ainda um “novo bios midiático”, do qual a chamada cibercultura é parte constituinte, junto a outros fenômenos e manifestações comunicacionais.

Este importante “operador teórico”, conforme Fausto Neto (2011), é um processo que explica fenômenos da sociedade contemporânea.

A literatura emergente sobre a mídiação aponta a importância de suas manifestações em várias dimensões da vida social: nos modos como permeiam práticas institucionais e dos atores sociais; no atravessamento que realiza junto aos comportamentos sociais e individuais, bem como o papel de seus dispositivos na construção de representações sociais e das identidades, etc. (FAUSTO NETO, 2011, p.20).

Somente a partir das transformações tecnológicas inseridas no campo midiático, este deixa de ser considerado apenas como uma ferramenta ou uma técnica e passa a ser compreendido como ambiência.

Precisando melhor o conceito,

“A mídiação corresponde ao desenvolvimento de processos crescentes e complexos de tecnologias, convertidas em meios e em operações tecnodiscursivas, através de processos de produção e de recepção de discursos que afetam a sociedade no âmbito da prática das instituições e a dos atores sociais, gerando novas e complexas formas de contatos e de interações” (Ibid, p.21).

Para o pesquisador Verón (1997), essa situação de mudança comunicacional acelerada teve sua origem na “evolução dos dispositivos tecnológicos e da emergência de novas tecnologias, mas também como resultado da evolução da demanda”. Assim, afirma, “a comunicação midiática gera um processo de midiatização das sociedades industriais”. Encontra-se no trabalho de Verón, a construção de uma perspectiva de análise do processo de midiatização. Seu esquema para a aproximação investigativa do fenômeno preocupa-se com a problemática da influência dos meios sobre os mecanismos de funcionamento social e com as sociabilidades que surgem a partir das novas tecnologias de comunicação, dentro do processo de midiatização. Ele também aponta uma conceituação de comunicação midiática na qual se articulam os dispositivos tecnológicos, as condições específicas de produção e as práticas de recepção.

Sodré (2002) diz que a midiatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de “tecnointeração” –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada «médium» (SODRÉ, 2002: 21-22). Segundo esse autor, todas essas possibilidades de interação se inserem no seio da sociedade contemporânea e as relações sociais são múltiplas e intensas, implicando, até mesmo, um novo modo de presença do indivíduo no mundo contemporâneo. Já Gomes (2006) fala de uma nova ambiência cujos processos midiáticos viriam a se constituir em novos operadores da inteligibilidade social.

No entanto, Braga (2006) considera que a midiatização não pode, ao menos até este momento, ser considerada como processo interacional de referência, pois constitui realidades sociais marcadas por jogos variados e sutis entre objetivações indeterminadas, que refazem suas articulações com sentidos e pertinência dados pelo usuário.

Nestes termos, retomamos os aportes de Fausto Neto (2006), quando defende que com todo esse contexto, a sociedade contemporânea rege-se pela midiatização e vive nela permeada de tal forma, que já não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais.

(...) a midiaticização é algo maior do que as concepções de funcionalidades e instrumentalidades como as questões midiáticas foram entendidas da parte de construções teóricas filiadas às escolas ou correntes de investigação, nas quais as mídias não se constituíam em suas questões centrais. A emergência deste conceito de midiaticização é uma decorrência do próprio desenvolvimento de uma modalidade prática de comunicação que impõe aos campos de conhecimentos demandas de leituras e de interpretações que superariam, por assim dizer, certos “protocolos clássicos”, cujos primeiros movimentos de compreensão dos fenômenos midiáticos trataram de aprisionar o próprio objeto (FAUSTO NETO, 2006, p. 02).

De acordo com esse autor, as operações de midiaticização afetam - e muito - as práticas institucionais, uma vez que as relações entre instituições e usuários sociais passam a ser mediadas por protocolos que se formam nas práticas midiáticas. Ainda, os modos como o campo dos media afetam as relações entre usuários e as instituições e vice-versa, ora como regulador, ora como fonte de interação. As características de transversalidade e relacionais classificam a midiaticização como uma prática social. A midiaticização fundada está longe de ser somente uma dimensão tecnológica, contudo, é caracterizada por novas linguagens, sensibilidade, saberes e escrituras, pelo predomínio do audiovisual sobre a tipográfica e pela imagem, interferindo também no conhecimento.

O fato é que a revolução tecnológica proporcionou a configuração do fenômeno da midiaticização. Fausto Neto apropria-se de Barbero para reforçar a ideia de que:

Se a revolução tecnológica deixou de ser uma questão dos meios, para decididamente passar a ser uma questão de fins, é porque estamos ante a configuração de um ecossistema comunicativo conformado não só por novas máquinas ou meios, senão por novas linguagens, sensibilidades, saberes e escrituras, pela hegemonia da experiência audiovisual sobre a tipográfica, e pela reintegração da imagem no campo da produção do conhecimento. O que estamos vivendo (...) é a reconfiguração das mediações que constituem seus modos de interpelação dos sujeitos e a representação dos vínculos que dão coesão à sociedade (BARBERO, 2004, p.36)

Essas novas formas de interação entre todos os usuários leitores midiaticizados, transformam profundamente a vida dos indivíduos, no trabalho e na sociabilidade. Assim, também podemos concordar com Fausto Neto (2008, p.92), ao afirmar:

Na sociedade midiaticizada ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade [...] estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a ‘cultura da mídia’ (**grifo meu**).

Entende-se, portanto, que não é possível explorar nos limites deste capítulo, o conceito de midiaticização em toda a sua amplitude e aparato autoral, mas é importante considerar que outros autores, além dos já citados, apoiam esta concepção, para explicar cenário atual das sociedades tecnológicas.

## 1.2 - Webjornalismo: Historicizando o Conceito

Na esteira da discussão sobre midiaticização, tratamos agora do fenômeno definido como Webjornalismo<sup>3</sup>. Aportes teóricos fundamentais voltados a esses estudos são Palacios (2010), Canavilhas (2012), Mielniczuk (2003), entre outros.

Desde o início das atividades jornalísticas na *Internet*, pesquisadores se esforçam na busca por definições e características que possam fazer jus à nova mídia. Entretanto, a nomenclatura “ideal” para a prática jornalística na *Internet* deve atender não apenas a aspectos tecnológicos como a plataforma e as possibilidades nela dispostas. Realidade da sociedade contemporânea, o fazer jornalístico na *Internet* vivencia constante processo de transformação, razão pela qual, ainda se precisa de definições que esclareçam sua identidade, ante aos receptores dessa informação.

Os fatos apontam que a prática do jornalismo na *internet* tem causado inúmeros debates, inclusive em torno de sua nomenclatura. Mielniczuk, por exemplo, cita várias destas: “jornalismo *online*”, “jornalismo eletrônico”, “jornalismo digital”,

---

<sup>3</sup> Na área acadêmica ou na prática profissional, os termos ‘jornalismo *online*’, ‘webjornalismo’, ‘ciberjornalismo’, ‘jornalismo digital’ e outros têm sido usados como sinônimos com intuito de referirem-se ao mesmo fenômeno: “o processo de produção de conteúdos hipermediáticos disponibilizados em redes digitais de informação.” (SAAD, 2008, p. 71). Em tese, todos esses termos designam o jornalismo desenvolvido para e publicado na *internet*. Nessa dissertação, optamos pelo termo webjornalismo quando nos referimos ao conceito acima descrito por Saad. Cf. : <[http:pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo\\_online](http:pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_online)>. Acesso em, 18 de abril 2014

“ciberjornalismo” e “jornalismo multimídia”. E, apesar de cada conceito indicando o mesmo fenômeno, a autora não os vê como sendo definitivamente precisos. Ela então busca em Canavilhas e encontra “Webjornalismo”, com a explicação de que este termo traz os demais já citados. (MIELNICZUK, 2003). Focada em Canavilhas, a autora defende que o termo se relaciona com seu suporte técnico, a *web* (abreviação de World Wide Web, como é denominada a rede mundial de computadores). Canavilhas (2001) justifica a escolha do termo Webjornalismo porque a nomenclatura encontra-se relacionada com o suporte técnico. Para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos ‘telejornalismo’; para o jornalismo voltado para o rádio, chamamos de ‘radiojornalismo’; e chamamos de ‘jornalismo impresso’ aquele que é feito para os jornais impressos em papel. Logo, a utilização desse termo parece natural.

Ao longo dos anos, com a prática jornalística na *Internet*, autores parecem concordar no seguinte: o Webjornalismo é composto por parâmetros que têm base na multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e na memória. Características, que aqui apresentamos de forma breve, mas que refletem as potencialidades oferecidas pela *Internet* ao jornalismo desenvolvido para a Web.

**Multimídia/Convergência** - No contexto do webjornalismo, multimídia, trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. Através dela é possível a transmissão da mesma informação em vários formatos (áudio, vídeo, imagem estática ou texto), conduzindo a novas formas de “leitura”.

**Interatividade** - Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia *online* possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo. Isto pode acontecer de diversas maneiras, entre elas, pela troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas; através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em *sites* que abrigam fóruns de discussões; através de *chats* com jornalistas. Porém, os autores não contemplam a perspectiva da interatividade no âmbito da própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto que, conforme Machado (2008) constitui também uma situação interativa. A interação faz com que o usuário emita sua opinião, elogie, critique, colabore com sugestões e, principalmente, construa as notícias, fato que, quando bem aplicado e apurado, ajuda a explorar o senso crítico da população.

**Hipertextualidade** – Esta característica, apontada como específica da natureza do jornalismo *online*, traz ao leitor a possibilidade de se aprofundar por meio de *links*,



interconectando textos. Bardoel e Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos como originais de *releases*, outros *sites* relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos que possam levantar os ‘prós’ e os ‘contras’ do assunto em questão, entre outros.

Personalização - Também denominada de personalização ou individualização, consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário. Há *sites* noticiosos, entre eles o da Cable News Network (CNN), que permite a pré-seleção dos assuntos de interesse. Assim quando o *site* é acessado, este já é carregado na máquina do usuário atendendo à demanda solicitada. A personalização de conteúdo firma a relação canal/receptor permitindo que este se veja no produto final.

Memória - Palacios (1999) aponta para o fato do acúmulo das informações serem mais viáveis, técnica e economicamente do que em outras mídias. Sendo assim, o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no Webjornalismo, seja com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores. Desta forma, surge a possibilidade de acessar com maior facilidade um material antigo. A memória ultrapassa a barreira de espaço e tempo, disponibilizando informações publicadas até mesmo na ausência de conexão à rede.

Dos cinco operadores apresentados, os mais relevantes em nosso trabalho são aqueles que tratam da multimidialidade, da interatividade e da personalização. Ainda que a ideia da personalização aponte para modelos comerciais de consumo, privilegiando demandas individuais, queremos nos apropriar do mesmo de outra maneira, ou seja, queremos defender a personalização de conteúdos a fim de que também contemplem estratégias de acessibilidade para leitores especiais de jornais.

Observa-se, neste contexto, uma série de processos interativos ou multi-interativos que envolvem o leitor de jornal na Web. Diante de um computador conectado à *Internet* e acessando um produto jornalístico, o usuário estabelece relações: com a máquina; com a própria publicação, através do hipertexto; e com outras pessoas - seja autor ou outros leitores (LEMOS, 1997; MIELNICZUK, 1998).

Apesar de o termo Webjornalismo está relacionado à web, a nomenclatura apenas começou a ser utilizada quando as potencialidades da plataforma passaram a ser mais bem aproveitadas, através de iniciativas empresariais e editoriais que, mudando de estratégia, foram após a ideia da digitalização dos formatos tradicionais, indo além, no

uso de recursos multimídia e hipertexto. A evolução se deu, em princípio, através da potencialização do uso da plataforma HTML (abreviação para a expressão inglesa *HyperText Markup Language*, que significa *Linguagem de Marcação de Hipertexto*) e o desenvolvimento de novas ferramentas tecnológicas que exercem influência direta, tanto na produção jornalística, quanto na recepção das informações.

Alguns exemplos de pesquisas brasileiras conduzidas por Barbosa (2005), Machado (2008) e Santi (2009), entre outros, apontam a evolução do Webjornalismo em três, quatro e até cinco gerações.

Ao centrarmos a discussão voltada aos elementos que compõem o Webjornalismo, identificamos a **primeira geração**, como período transpositivo, ou seja, aquela que se ocupa da transposição, integral, de parte do conteúdo produzido para veículos impressos. Um momento em que inexistia qualquer tipo de adequação do texto para a mídia, assim como não se contratam jornalistas, nem os treinam, para trabalhar com o novo ambiente, e as atualizações acontecem de acordo com ritmo das redações, 24 horas no caso de jornais diários. Uma tímida tentativa de entrar no ciberespaço. Nesse modelo, ainda em prática por alguns jornais, é visível uma ausência de agregação significativa de recursos, possibilitados pela tecnologia da *Internet*.

Com a chegada da **segunda geração**, marcada principalmente pelo aproveitamento dos textos dos jornais para os *sites*, no conhecido período perceptivo, o webjornalismo vivenciou instantes de meras cópias do impresso para a Web. Foi neste momento que também surgiram os *links* com chamadas para notícias de fatos que aconteceram no período compreendido entre as edições.

E, mesmo atreladas ao modelo de produção do impresso, a partir de 1995, as redações começaram a contar com jornalistas dedicados a *Internet*, com exploração de novas ferramentas, ou seja, uma produção de conteúdo exclusivo para a mídia, mesmo que ainda de forma incipiente. É quando o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalistas e leitores ou, entre os leitores, através de fóruns de debates. A tendência era então, a busca por produtos vinculados não só ao modelo do jornal impresso, mas também a empresas jornalísticas com credibilidade e rentabilidade associadas ao jornalismo impresso (MIELNICZUCK, 2001, p.2).

No instante em que as empresas, percebem a potencialidade e facilidades de negócios proporcionadas pela mídia e partem para o lançamento de produtos exclusivos para a *Internet* surge a **terceira geração** do Webjornalismo, ou período hipermediático,

tendo como suporte principal a facilidade de atuação, sem vínculo com empresas de mídia tradicionais. O fato de não ser necessário passar por processo de licitação junto aos órgãos de regulação governamental, também foi outro atrativo para as empresas em seus mais diversos segmentos.

Os produtos jornalísticos, entretanto, são muito mais presentes nessa etapa, na qual se observa tentativas definitivas, de se explorar e praticar as potencialidades promovidas pela web para fins jornalísticos. Recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística são observados entre as possibilidades presentes nesse estágio que também oferece interatividade, como chats que contam com personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões, que disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário.

Em 2004, com a incorporação do banco de dados, nasce uma nova transformação: **a quarta geração** do Webjornalismo, sendo promovida por avanços na programação dos códigos fonte que permitem uma maior relação notícia e usuário, à medida que novas páginas são criadas mediante solicitação do usuário em navegá-las. Trata-se agora, de um Webjornalismo com mais flexibilidade nas estruturas. De acordo com Santi (2009, p.187) na quarta geração “ocorre a efetiva industrialização dos processos jornalísticos para a web que até então eram elaborados de forma intuitiva e artesanal.”

A abertura para maior participação do internauta resulta em um distanciamento profissional nos processos de produção, de modo que, em um sistema automatizado de produção no Webjornalismo, característico de sua quarta geração, o controle parece se encontrar na elaboração de sua “arquitetura da informação”, já que em todas as demais etapas há a possibilidade de incorporação do usuário. O desenvolvimento colaborativo, resultante de uma publicação aberta que caracteriza o Webjornalismo a partir de então, parece representar, principalmente para o jornalista, a perda do controle do processo de produção de informações no ciberespaço (MACHADO apud SANTI, 2009, p.187).

Observa-se, então, que a cada dia, a *Internet* leva a comunicação social a reinventar sua linguagem e suas práticas. Razão pela qual também é importante considerarmos o que diz Canavilhas (2012), ao ver o telemóvel na quarta geração de dispositivos para o jornalismo na web, ou seja, os celulares e *smartphones*.

Assim, ele aponta novas alternativas para comunicação, através dos dispositivos móveis, como um ambiente comunicativo capaz de reconfigurar o papel de emissores e receptores.

Após décadas em que os meios ocuparam um lugar central aproveitando o consumo grupal de informação, o ecossistema mediático entrou numa nova era caracterizada pelo consumo individual e móvel onde o consumidor e a plataforma de recepção tomam esse lugar de destaque. No segundo caso – os novos formatos – verificou-se o aparecimento conteúdos hipermultimediáticos e imersivos (infografias interativas, as reportagens multimédia, serious games etc), registando-se ainda uma aceleração geral na velocidade da informação em circulação: as notícias de última hora, muitas vezes distribuídas por SMS ou alertas, permitem que o leitor esteja permanentemente ligado à sua realidade próxima pela possibilidade de receber quase de imediato, relatos noticiosos pouco elaborados e que, por isso mesmo, podem ser distribuídos quase em simultâneo com a ocorrência do acontecimento. (CANAVILHAS, 2012, p.8).

Até os dias atuais, nenhum veículo teve, na história, maior taxa de penetração do que os telemóveis. Em todo o mundo, o dispositivo possui taxa de penetração superior a qualquer outro meio de comunicação.

Na comparação com outros meios de comunicação os números favorecem igualmente o telemóvel: de acordo com o Tomi Ahonen Almanac 2011, a taxa de penetração mundial da rádio era de 56,3%, a de televisão 23,1% e a da imprensa diária 6,5%, todos valores muito inferiores aos já referidos 86,7% do telemóvel (CANAVILHAS, 2012, p.4).

A expansão do espaço de publicação e a velocidade acelerada de produção são as marcas principais também apontadas por Borges (2009) como sendo distintivas do Webjornalismo. Com igual importância, o autor reconhece que estas mudanças contribuem para democratizar a comunicação e revigorar os processos políticos.

A revolução provocada pela *internet* nos meios de comunicação e, principalmente, no jornalismo contemporâneo, pode ser comparada à invenção da imprensa de Johannes Gutemberg, no século XV, que tornou possível a impressão em massa, num período em que, os jornais impressos, por serem relativamente mais acessíveis e baratos que outras mídias, concentraram em si as principais manifestações jornalísticas necessárias ao incremento regional ou local das sociedades. Para McLuhan (2000) a criação da mídia impressa foi baseada na uniformidade e na continuidade. Ao posicionar-se quanto ao fato de o meio reconfigurar e controlar a proporção e a forma das ações e associações humanas, o autor afirma que “a mensagem de qualquer meio ou

tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas” (MCLUHAN, 2000, p.22).

A *internet* mudou as rotinas de produção na redação dos jornais, principalmente por apresentar características próprias antes jamais permitidas, a exemplo do espaço ilimitado para escrita, conforme comenta Palacios (2003, p. 25).

“Da mesma forma que a “quebra dos limites físicos” na web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso, sob os mais variados formatos (multi) midiáticos, abre-se a possibilidade de disponibilização *online* de toda informação anteriormente produzida e armazenada, através de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação”.

Ao passar do tempo, as notícias foram adquirindo características próprias, através das quais os webjornais prestam informação ao leitor de tal forma que ele não é mais passivo, mas interage, inclusive contribuindo na formação da notícia, isso porque a *Internet* estimula o imperativo do tempo real. Esta temporaneidade se traduz em tempo midiático e o tempo político, tal qual o tempo humano e social foi modificado pelo tempo dos sistemas de informação. Por sua vez, os jornalistas, por estarem no cerne do Webjornalismo precisaram, e ainda precisam aprender a lidar com a pressão instaurada por esta nova temporaneidade. Isso porque a *Internet* tem tornado editores, repórteres e redatores mais permeáveis à opinião e participação dos leitores.

Neste ínterim, o elemento central da análise que se submete à demanda da atualidade é também a bússola do jornalismo e do Webjornalismo em particular, razão pela qual também leva Castells (2003) ao referenciar a Rede Mundial de Computadores que, em face da sua amplitude, tem sido indispensável a este processo.

[...] a *Internet* cresceu, e continua crescendo, numa velocidade sem precedentes, não só no número de redes, mas no âmbito de aplicações. Para que essa sequência ocorra, três condições são necessárias: primeiro, a arquitetura de interconexão deve ser ilimitada, descentralizada, distribuída e multidirecional em sua interatividade [...]. (CASTELLS, 2003, p. 28)

Contudo, o Jornalismo e *Internet*, ainda possuem uma fronteira desafiadora. Para Manoel Castells (1999) a transformação que está ocorrendo com o hipertexto, por exemplo, é também tão poderosa quanto o surgimento da escrita. Por isso, ele também

vislumbra mudanças culturais com o sistema eletrônico de comunicação global via rede computacional e defende:

O Webjornalismo está à disposição de milhões de pessoas no ciberespaço, mas isso não o torna um jornalismo massificado porque o seu acesso exige requisitos ainda não alcançados pela maioria da população mundial. “Embora seu uso expanda em ritmo fenomenal, a CMC [Comunicação Mediada pelo Computador] ainda excluirá a maior parte da humanidade por um longo tempo, ao contrário da televisão e outros meios de comunicação de massa” (CASTELLS, 1999, p.382).

Este novo ambiente de interconexão, por ainda não ter sido plenamente colonizado, oferece ainda um campo de experimentação para os profissionais que procuram se adaptar as normas deste paradigma, predominante no mercado jornalístico tradicional, as novas possibilidades e costumes da comunicação em rede, considerando que o usuário já não é leitor passivo, conforme Palacios (2003, p. 160):

Diante de um computador conectado à *internet* ao acessar a um produto jornalístico, o usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas – autores ou outro (s) leitor (es).

Também é importante considerar Barbosa (2005, p. 2) ao defender que a *Web* integrante do ciberespaço, se destacou pela aplicação da linguagem de hipertexto (HTML), que proporciona a interface mais usual a pessoas, mesmo sem nenhum conhecimento específico de códigos ou outros comandos de informática. Assim sendo, é possível entender que “como forma de jornalismo mais recente, o Webjornalismo é a modalidade na qual as novas tecnologias não são consideradas apenas como ferramentas, mas, sim, como constitutivas dessa prática jornalística.”

O jornalismo na web altera tanto a relação dos profissionais com o produto, quanto ao leitor com o jornalismo.

Diferentemente das formas anteriores de jornalismo que necessitam ser “distribuídas” seja através da circulação (papel impresso) seja pela difusão de ondas, o jornalismo digital precisa ser acessado pelo leitor/usuário. O texto está lá posto como uma unidade que deve ser construída segundo um formato multilinear propiciado pelo hipertexto, o qual permite a organização da narrativa jornalística em diferentes níveis ou blocos de texto aliando além de imagens estáticas, vídeos, animações e áudio, que são ligados entre si pelo *link* como o elemento constitutivo e inovador para o hipertexto digital, uma escrita marcada pela supressão de limites de espaço e de tempo (BARBOSA, 2002, p.14).

Portanto, os desafios impostos ao webjornalismo, voltados a compreender as diversidades e pluralidade do ciberespaço ainda são muitos. Conforme Sousa (2014) impõe-se para os novos campos afetados pelo paradigma tecnológico, e por consequência o campo do webjornalismo, a tarefa de compreender a diversidade e a pluralidade dos sujeitos que conformam a esfera do ciberespaço, assim como a multiplicidade de usos que podem ser materializados através dos insumos tecnológicos.

### **1.3 Webjornalismo e pessoas cegas: o estado atual dos estudos**

Pretende-se neste tópico realizar um panorama sucinto, acerca das pesquisas sobre o webjornalismo e as pessoas cegas, ressaltando-se que não foi feita uma pesquisa rigorosa de levantamento dessas produções com respeito ao webjornalismo. Assim, apresentam-se apenas algumas pesquisas que foram relevantes para esse projeto, as quais foram realizadas nos quatro últimos anos. Trata-se de três estudos, a saber: “Jornalismo e Acessibilidade: Apontamentos sobre Contratos de Leitura para Efeitos de Reconhecimento de Leitores Especiais de Jornais Online” - Sousa (2014); “Acessibilidade e Multimídia no Webjornalismo da América do Sul” - Segatto (2015); e “Mídia na Internet: à distância de muitos cliques”, Candeias (2011).

Na pesquisa realizada por Sousa, parte integrante dos anais do 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, ocorrido em Campo Grande - Mato Grosso do Sul, observa-se que trata dos resultados iniciais de uma investigação desenvolvida no Grupo de Pesquisas em Jornalismo, Acessibilidade, Mídia e Cidadania – GJAC da UFPB, no qual se partiu da hipótese de que os meios de comunicação convencionais, como rádio e TV são os de preferência das pessoas cegas, entretanto, a investigação aponta que as redes sociais têm se constituído numa importante fonte de acesso a informações, seja fortalecendo redes de relacionamento e de indicação de notícias, seja por via de perfis de portais noticiosos, seguidos por esses sujeitos.

A pesquisa tem vinculação direta com essa investigação, na medida em que analisa hábitos de consumo de notícias por pessoas cegas. O método de coleta foi um questionário eletrônico, (<http://goo.gl/a0SrH2>) o qual foi respondido por pessoas cegas sendo 59 brasileiras e 9 Portuguesas, no total de 68 pessoas.

Observa-se que a pesquisa identifica que as tecnologias, são por natureza, inclusivas, e informa que os próprios seres humanos podem ser pensados como sujeitos tecnológicos. Conforme Anselmino (2013, p. 28), “...*es imprescindible comprender que el ser humano está constituído de maneira tecnológica: es um tecnológico*”. A autora reflete sobre o fato de que a tecnologia ganha relevância, a partir dos usos sociais que lhes são dados.

Demonstra-se também através da pesquisa que, de fato, impõe-se para novos campos afetados pelo paradigma tecnológico, e por consequência o campo do webjornalismo, a tarefa de compreender adversidade e a pluralidade dos sujeitos que formam a esfera do ciberespaço, assim como a multiplicidade de usos que podem ser materializados através dos insumos tecnológicos.

Confirma-se na pesquisa que os leitores especiais de jornais têm na internet um lugar privilegiado para o acesso a conteúdos jornalísticos, conforme conclui a autora “As preferências de consumo indicam que pelo menos mais de oitenta por cento dos entrevistados têm preferência por conteúdos jornalísticos de um modo geral”.

Por sua vez, no estudo português voltado à acessibilidade, Média na Internet: à distância de muitos cliques, escrito por Cláudia Vargas Candeias e publicado na revista Louis Braille em 2011, observa-se o não cumprimento de regras de acessibilidade em 11 sites de informação. De acordo com a autora “Apesar de termos desenvolvido muito trabalho e recomendações relativas à acessibilidade dos sítios *Web* nunca tínhamos abordado a Imprensa”. Esta lacuna que correspondia igualmente a uma necessidade levou o coordenador do **Programa Acesso**<sup>4</sup> da UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento – a estudar o modo como os Media Portugueses disponibilizam informação através das suas páginas *Web*. “Com esta iniciativa pretendíamos saber como é que a rádio, os jornais e a televisão se apresentam na *Internet* e aproveitam algum do trabalho já feito, nomeadamente, pela televisão que no passado apresentou algumas práticas interessantes em matéria de acessibilidade”, refere Jorge Fernandes.

Assim, observa-se que o estudo de Candeias analisou entre março e agosto de 2011, os sites de 11 órgãos de comunicação social: três operadores de televisão a emitir em sinal aberto (RTP, SIC e TVI), cinco jornais (Correio da Manhã, Expresso, Jornal de Notícias, Público e Sol) e três estações de rádio (Antena 1, Renascença e TSF). Para

---

<sup>4</sup> [www.aceso.umic.pt](http://www.aceso.umic.pt)



observar a acessibilidade destes sítios, efetuou-se verificação dos conteúdos presentes na *homepage* de cada site através do validador automático *Examinator*. Após a verificação automática, procedeu-se a uma análise manual com recurso a tecnologias de apoio, como o leitor ecrã JAWS, um dos leitores de tela mais utilizados em Portugal por pessoas cegas e com baixa visão, o leitor *Voice Over* da Apple e o *browser OPERA*.

Mostra-se no estudo que ambas as estratégias permitiram chegar a uma mesma conclusão: nenhum dos sítios atinge o nível mínimo de conformidade com as Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web. Contudo, de um modo geral, o autor da pesquisa considera que “em qualquer um dos três setores, assistimos a erros graves que constituem barreiras à acessibilidade universal”.

Já no estudo “Acessibilidade e Multimídia no Webjornalismo da América do Sul”, realizado por Segatto (2015), observa-se que a autora chegou a problematizar o modo de apresentação da notícia no webjornalismo frente às normas internacionais de acessibilidade web para pessoas com deficiência nos 10 países da América do Sul que são signatários da Convenção Internacional dos Direitos das Pessoas com Deficiência: Argentina, Brasil, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

E, assim como nessa pesquisa, confirma-se que o acesso à informação como um direito humano ainda encontra barreiras para se efetivar. Mesmo com a criação de tecnologias que facilitam a interação entre as pessoas com deficiência, os equipamentos e a *internet*, as páginas web e seus conteúdos precisam estar adequados às diretrizes de acessibilidade para que essas tecnologias de apoio funcionem plenamente.

Em exemplos dos registros da pesquisa, observa-se o caso no qual de 264 imagens capturadas em 10 webjornais, apenas três fotos apresentavam texto descritivo, além da situação, em que de 149 fotos publicadas em 151 notícias, nenhuma possuía alternativa em texto. Um posicionamento que, segundo a autora, transfere para o conteúdo das legendas, a responsabilidade que poderia funcionar como um recurso de alternativa de descrição no entorno da imagem.

Por fim, a autora posiciona-se de maneira enfática quanto à qualidade e a postura textual descritiva da informação, presentes nas imagens como uma opção da pesquisa: “O webjornalismo possui potencial para a promoção da acessibilidade, por meio da multimídia, mas não o executa”.

#### **1.4 Acessibilidade: O Marco Legal e o Debate sobre Webjornalismo Cidadão**

Outra concepção central desse trabalho é a de acessibilidade, na qual se aborda do ponto de vista das produções científicas. Assim sendo, os dispositivos legais que regulamentam políticas de acesso à informação e a comunicação, a exemplo da Lei Brasileira de Acessibilidade – Decreto Lei 5296, e artigo primeiro da Convenção da ONU, voltado às Normas Internacionais de Acessibilidade, também apontam que barreiras nas comunicações e informações são entendidas por “qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos dispositivos, meios ou sistemas de comunicação, que sejam ou não de massa, bem como aqueles que dificultem ou impossibilitem o acesso à informação”.

De uma forma geral o termo tem sido utilizado como significado de garantia de que as pessoas, indistintamente, tenham acesso a todas as áreas de seu convívio, entretanto, de acordo com a Lei Federal 10.098 (BRASIL, 2000) acessibilidade é a possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida, refere-se a dois aspectos, que embora tenham características distintas, estão sujeitos a problemas semelhantes, no que diz respeito à existência de barreiras interpostas às pessoas deficientes: o espaço físico e o espaço digital.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), “a definição de acessibilidade é o processo de conseguir a igualdade de oportunidades em todas as esferas da sociedade”. Ou seja, a acessibilidade é também um processo que tem sido utilizado para garantir que todos tenham livre acesso nas diversas áreas de seu convívio.

Entretanto, a consideração do termo acessibilidade não poderá ser ditada por meras razões da solidariedade, mas, sobretudo, por uma concepção de sociedade realmente, onde todos deverão participar, com direito de igualdade, e de acordo com as suas características próprias (CONDORCET, 2006).

Acessibilidade surge como atributo imprescindível na sociedade permitindo que todos possam desfrutar das mesmas oportunidades, a saber: educação, trabalho, habitação, lazer, cultura e as novas tecnologias da informação e comunicação (AMENGUAL, 1994 apud TAVARES FILHO, 2003).

Encontra-se também no Modelo de Acessibilidade Governo Eletrônico - Padrões Brasil e-Gov, várias e importantes recomendações, a saber: o conteúdo alternativo para imagens, no qual se recomenda, que “seja fornecida definições em texto, pelo atributo alt, para imagens, fotos, gráficos, banners, botões de imagem, áreas ativas de mapa de imagem, CAPTCHA, etc. Além do alt, para imagens mais complexas, que necessitem de uma descrição mais detalhada, seja fornecida uma descrição longa no próprio contexto ou em um *link* (claramente identificado como descrição da imagem) logo após a imagem”.

Já de acordo com o W3C, a acessibilidade diz respeito a locais, produtos, serviços ou informações efetivamente disponíveis ao maior número e variedade possível de pessoas. Isto requer a eliminação de barreiras arquitetônicas, a disponibilidade de comunicação, de acesso físico, de equipamentos e programas adequados, de conteúdo e apresentação da informação em formatos alternativos.

O W3C é um consórcio internacional que trabalha em conjunto com a sociedade, com o objetivo de oferecer padrões para a Web. Uma das metas desta organização é prover o acesso à Web a todos os indivíduos, em qualquer tipo de sistema computacional. Em 1999, o W3C criou a *World Accessibility Initiative* (WAI), com o objetivo de desenvolver diretivas relacionadas à acessibilidade à Web, com a finalidade de padronizar a criação de *websites*. Assim sendo, foi proposto um conjunto de diretivas para acessibilidade de conteúdo Web, *Web Content Accessibility Guidelines 1.0*, que consiste em um documento explicativo referente à elaboração de conteúdos Web destinados a todos os indivíduos, independentemente de sua necessidade especial.

## 2 WEBJORNALISMO PARAIBANO: UM PANORAMA CONTEXTUAL

Apresentam-se, neste capítulo, além de dados históricos dos jornais, informações referentes ao webjornalismo paraibano, a exemplo de quais jornais no Estado possuem versões online, como se dão os processos de produção, circulação e recepção de conteúdos, quando o assunto é acessibilidade. Faz-se também uma análise de cada Jornal, com base na realidade e versão online de cada um, considerando-se a condição de geração atual dentro do webjornalismo.

Registra-se ainda nesse capítulo a razão pela qual essa pesquisa não utilizou o Jornal A União como terceira via de observação ao longo dos estudos. Ou seja, o fato de que pensou-se num primeiro momento, investigar os três jornais do Estado, mas constatou-se que o Jornal A União, por não dispor de um portal próprio, e disponibilizar sua versão impressa na ferramenta blog spot, impedia uma análise semelhante a que foi realizada nos dois outros jornais. E, finaliza-se com um tópico específico da VDDV - Versão Digital para Deficientes Visuais do Jornal da Paraíba, contemplando apresentação com a tela sintetizada (Figura 1).

### 2.1. Jornal A União

O Jornal A União foi fundado em 2 de fevereiro de 1893 e resiste até a atualidade, circulando como o único jornal oficial no Brasil. Vinculado ao Governo da Paraíba, é o quarto Jornal mais antigo do País e o primeiro entre os que são impressos no Estado.

Atualmente, A União se insere no contexto das transformações da imprensa da Paraíba, geradas pela inovação tecnológica imposta pela informática. Em sua versão digital, o jornal oficial se apresenta com todo o conteúdo do impresso. Entretanto, uma das suas diferenças em relação aos demais é que ele não possui portal, sendo o único a alimentar o seu conteúdo utilizando um blog <http://jornalauniao.blogspot.com.br/>.

Com base nessa realidade, pode-se considerar, portanto, que a forma online de disponibilização do Jornal A União o coloca na condição de webjornalismo de primeira geração, ou seja, aquela que se ocupa da transposição, integral, ou de parte do conteúdo produzido para veículos impressos. Um momento em que inexiste qualquer tipo de adequação do texto para a mídia e as atualizações de acordo com o ritmo das redações.

No tocante à acessibilidade para leitores especiais de Jornais, constatou-se que o jornal deixa a desejar, visto que os conteúdos são digitalizados como imagens e dispostos no blog. A versão digital do Jornal é aberta, sem nenhum tipo de restrição ao internauta que não possui problemas de acessibilidade, conforme a figura abaixo.

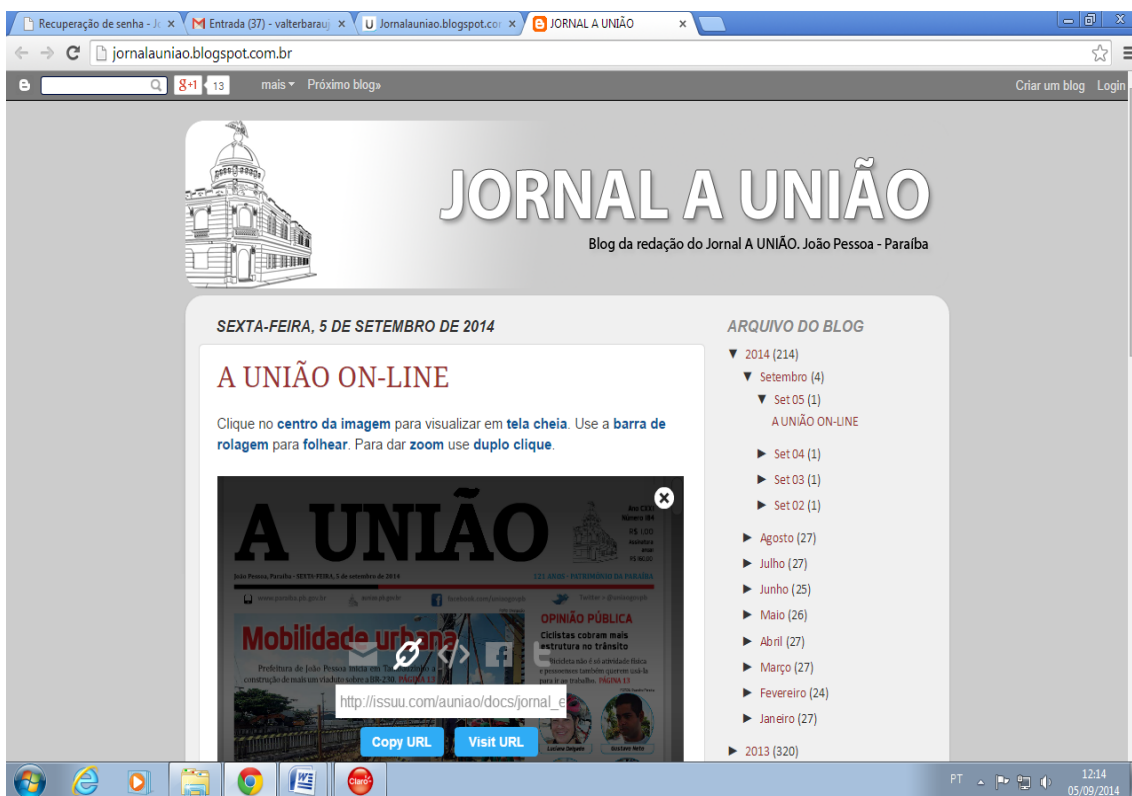


Figura 1: Blog do Jornal A União

## 2.2 Jornal Correio da Paraíba

O Jornal Correio da Paraíba foi fundado em 5 de agosto de 1953. O matutino com publicação diária na Paraíba e no Brasil integra o Sistema Correio de Comunicação composto também por TVs, Rádios, Portais.

Atualmente com redações em João Pessoa e Campina Grande, ao longo da história o Correio da Paraíba contou com profissionais notáveis, como Biu Ramos, Gonzaga Rodrigues, Soares Madruga, Dorgival Terceiro Neto (ex-governador e ex-prefeito de João Pessoa), Luiz Augusto Crispim, Luiz Ferreira, Carlos Roberto de Oliveira, João Manoel de Carvalho, Agnaldo Almeida, Dulcídio Moreira, entre outros.

Por possuir um processo de produção que não apresenta interatividade aberta com o internauta, o qual se dá através do registro de todo o conteúdo do jornal impresso, conforme se registra em <http://correiodaparaiba.com.br/flip/web/index.php> pode-se afirmar que atualmente, o a versão online do Jornal Correio da Paraíba encontra-se em um processo híbrido, entre a segunda e a terceira geração do webjornalismo, com tendência para ser classificado como de segunda geração, ou seja, aquela marcada principalmente pelo aproveitamento dos textos dos jornais para os *sites*, no conhecido período perceptivo, em que o webjornalismo vivenciou instantes de meras cópias do impresso para a Web.

A versão digital é aberta apenas a assinantes ou a pessoas que se candidatam a acessar o Jornal por 30 dias, através de uma assinatura de cortesia, liberada em até 24 horas, mediante preenchimento prévio de um formulário cadastral, conforme se demonstra na figura, abaixo.

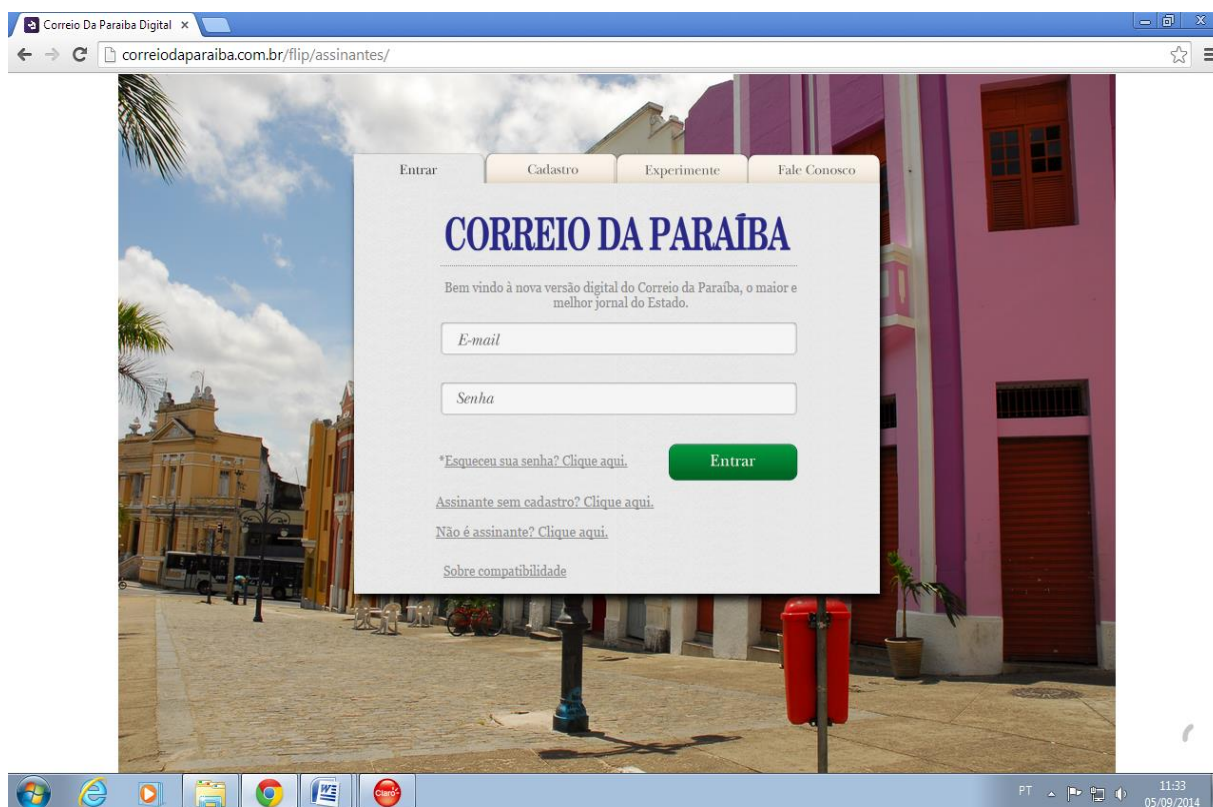


Figura 2: Tela de acesso à versão digital do Jornal Correio da Paraíba

### 2.3 Jornal da Paraíba

O Jornal da Paraíba foi fundado em 5 de setembro de 1971. Com publicações diárias, com exceção da segunda-feira, na Paraíba e no Brasil. O jornal apresenta duas edições de capa, uma primeira para a capital do estado, João Pessoa, e a segunda para a cidade de Campina Grande, essa última dirigida ao restante do interior.

Pode-se destacar nesse periódico, que faz parte da Rede Paraíba de Comunicação, composta também por TVs, Rádios e Portais, produtos online dos seus colunistas e blogueiros, além de uma sessão de vídeos, Jornal da Paraíba - TV, e um acervo que disponibiliza todas as edições do jornal desde sua fundação em arquivos eletrônicos, a versão VDDV e ainda a possibilidade de ouvir todas as notícias em áudio.

Por apresentar interatividade com o internauta, através de chats, vídeos, enquetes, entre outros, pode-se afirmar que atualmente, o a versão Digital do Jornal da Paraíba encontra-se na terceira geração do webjornalismo, ou seja, período hipermediático, tendo como suporte principal a facilidade de atuação, sem vínculo com empresas de mídias tradicionais.

De acordo com informações da editoria do Jornal da Paraíba, o processo de produção de conteúdo do portal Jornal da Paraíba <http://www.jornaldaparaiba.com.br/> passa por três fases: primeiro o Departamento de Produção, processa todo o conteúdo para o jornal impresso, em seguida, um jornalista faz os ajustes para o Portal, definindo manchetes, destaques, fotos etc. E, por fim, se junta ao conteúdo que não saiu no impresso, por ter sido produzido especificamente para o portal. Ou seja, os blogueiros e também os editores e repórteres, conforme se demonstra na figura 3, a seguir:



Figura 3: Versão digital do Jornal da Paraíba

## 2.4 Aplicativo VDDV - Jornal da Paraíba

Além da versão digital, via portal, conforme exposto acima, o Jornal da Paraíba é o único no estado que também mantém uma Versão Digital para Deficientes Visuais – VDDV, aplicativo lançado em outubro de 2008, o que conta com recursos multimídia e interativo a pessoas com deficiência visual. A proposta do VDDV é disponibilizar na íntegra o áudio das notícias da edição impressa do jornal. A tecnologia foi desenvolvida pelo próprio grupo de comunicação no setor de Métodos e Sistemas. Trata-se de uma tela sintetizada que emite sons a partir do movimento do cursor, denominado módulo de leitura eletrônica. Através deste recurso, o mouse passa a ser fundamental para quem quer se atualizar via *internet*, mas não tem visão ou não teve oportunidade de aprender a ler. A tela (figura 4) pode ser acessada em <http://jornaldaparaiba.globo.com/dv/>



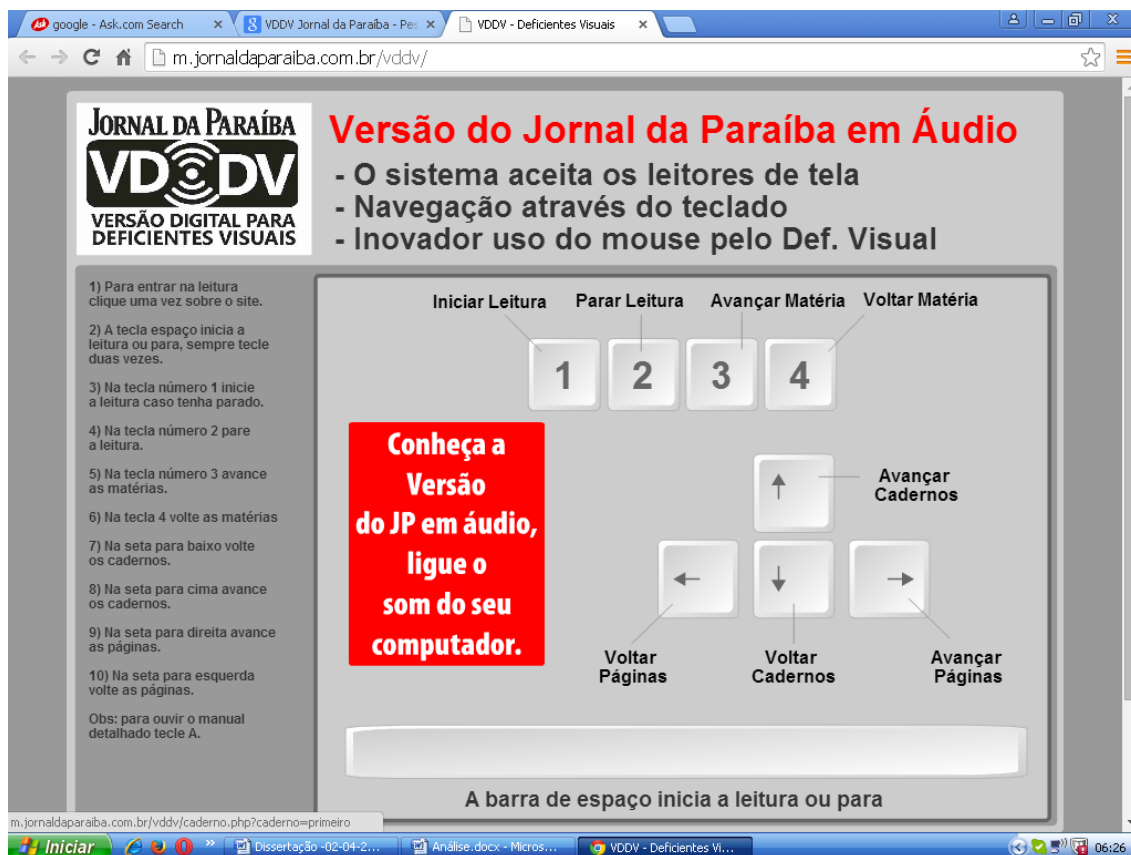


Figura 4: Imagem do Aplicativo VDDV do Jornal da Paraíba

#### 2.4.1 - Tela Sintetizada VDDV

O VDDV utiliza uma tela sintetizada, estruturada na tela do computador sobre dois eixos de coordenadas. Ao movimentar o mouse dentro desta tela, sua posição é localizada. O cursor, ao passar por uma região específica, identifica uma matéria e a transmite às caixas de som, todo o seu conteúdo, permitindo ao internauta ouvir as matérias da edição do dia do jornal. Conforme indica figura da tela sintetizada abaixo.

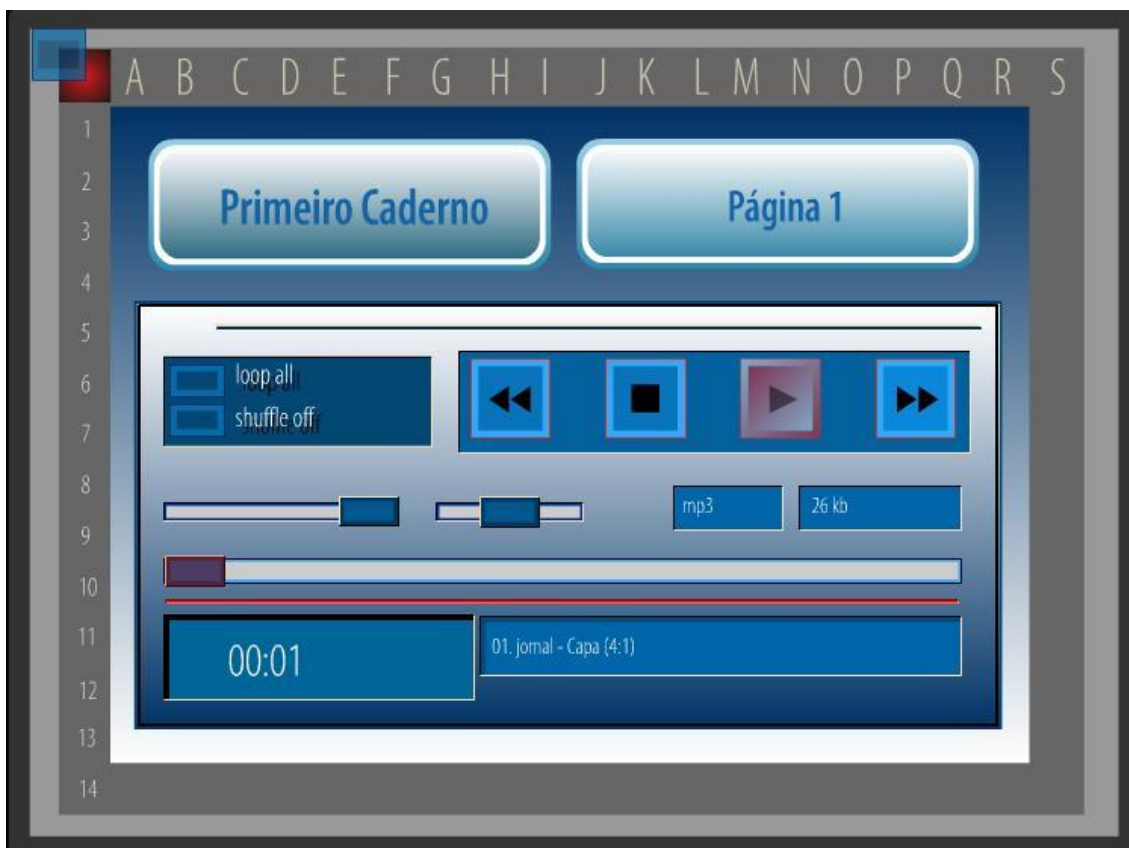


Figura 5. Imagem da Tela Sintetizada – VDDV

Com uma tela sintetizada, forma-se a localização do cursor conforme a posição horizontal, indicada pelas letras A até S, e por sua posição vertical indicada pelos números 1 a 14. Assim, com o movimento do mouse, o internauta identifica em que região da tela se encontra. Ao ultrapassar os limites da área, dispara-se um bip de alerta.

Confere-se, na sequência um exemplo dessa leitura eletrônica. No canto superior da tela sintetizada encontram-se duas regiões: “Primeiro Caderno” e “Página 1”, que identificam os cadernos e as páginas a fim de que o internauta escolha aquela de seu interesse, ou seja, a que ele deseja ouvir.

Uma vez escolhendo-se a matéria, o controle se dá, através de uma voz eletrônica feminina, que disponibiliza o conteúdo para o internauta por meio das saídas de som.

Observa-se na figura abaixo, o internauta, mediante movimento do mouse, posicionando o cursor na região E2. Na sequência, com o botão de ação do mouse (esquerdo) o internauta seleciona o caderno que deseja entrar. Após, levar o cursor para a posição K3 é possível da mesma forma, selecionar e ouvir cada página.

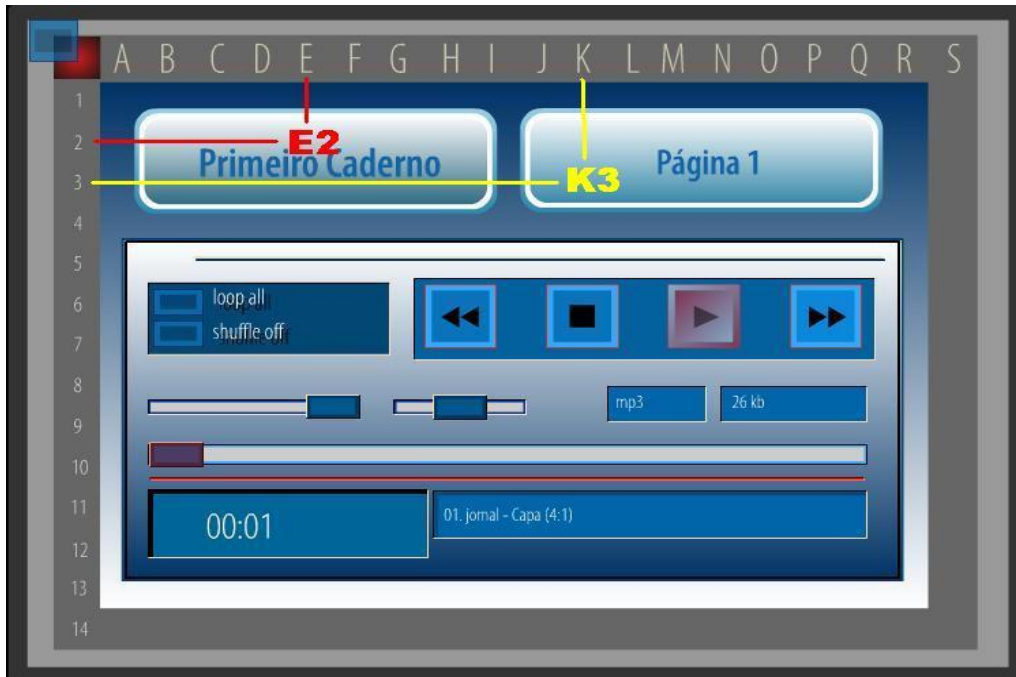


Figura 6: Imagem do Método de localização da Tela Sintetizada - VDDV

Na região abaixo, encontram-se os demais comandos que completam a Tela Sintetizada, quais sejam: botões de avanço e retrocesso de matérias, parada e início de leitura, volume, repetir leitura e modo aleatório das ordens de execução das matérias.



Figura 7: Imagem dos controles do aplicativo - VDDV

## 2.4.2 Cadernos do JP, sob o olhar do aplicativo VDDV

Apresenta-se nesse tópico a estrutura do Jornal da Paraíba, Primeiro Caderno, Cidades, Esportes, Vida e Arte, conforme o olhar do VDDV. A proposta do aplicativo é disponibilizar ao internauta o mesmo conjunto de matérias publicadas em cada um desses cadernos conforme imagens abaixo.



Figura 8. Imagens do Primeiro Caderno JP, sob o olhar VDDV

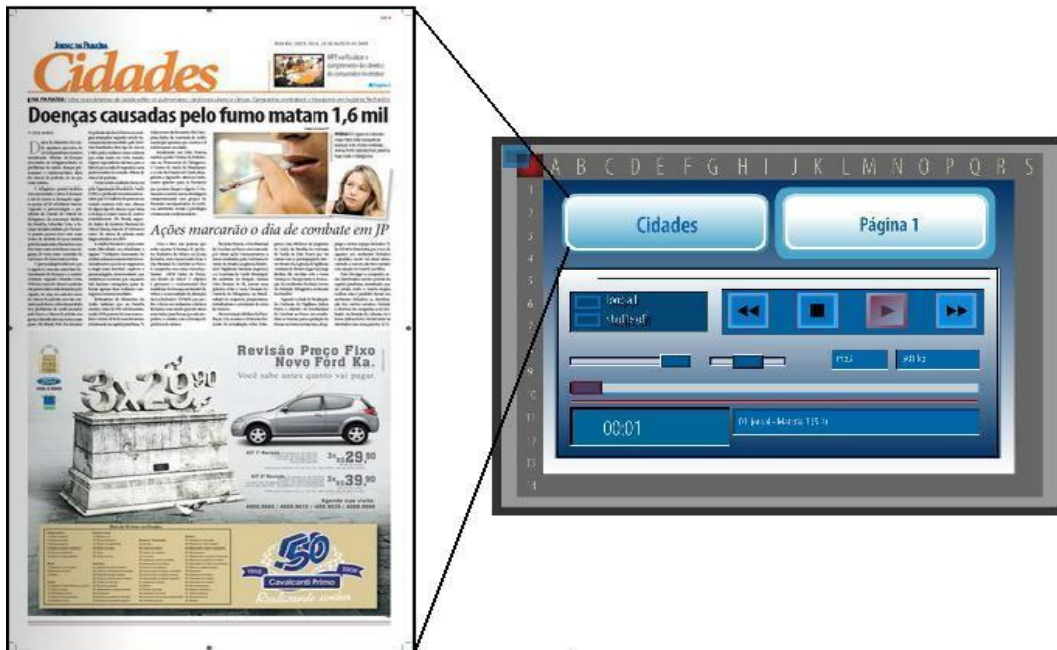


Figura 9. Imagens do Caderno Cidades - JP, sob o olhar VDDV



Figura 10. Imagens do Caderno Esportes - JP, sob o olhar VDDV





Figura 11. Imagens do Caderno Vida & Arte - JP, sob o olhar VDDV

### **3 A PESQUISA APLICADA E SEUS RESULTADOS**

Apresenta-se aqui os resultados da pesquisa, aplicada junto aos profissionais que atuam em jornais *online*, na Paraíba. Alguns dados estão descritos através de gráficos no formato *pizza* para objetivar a compreensão dos resultados.

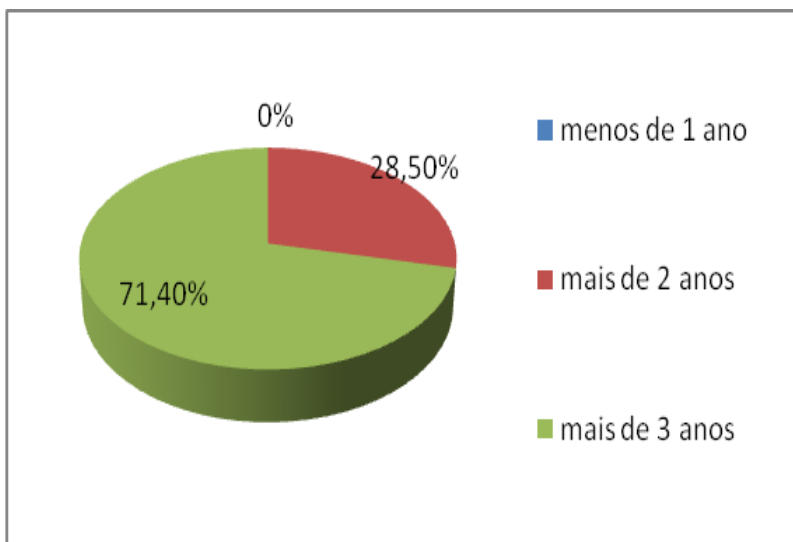
Sabe-se que o tempo ainda é determinante nas redações de jornais, e no caso do webjornalismo não é diferente. Assim, para colher as informações de forma rápida, mas de maneira precisa, se optou em um primeiro momento, por trabalhar uma consulta através de questionários *online*. A parte prática dessa pesquisa iniciou-se junto aos profissionais que atuam em jornais *online*, na Paraíba, em agosto de 2014, através de processo eletrônico de coleta de dados. Mas, percebendo-se a dificuldade em se contar com a contribuição dos jornalistas e editores, desenvolvedores de páginas e outros profissionais envolvidos no processo, em virtude do tempo, resolveu-se fazer a pesquisa *in loco* visitando redações dos jornais, em João Pessoa, onde conseguimos as informações apontadas nos gráficos apresentados a seguir.

De forma importante ressalta-se nesse item, que essa é uma pesquisa preliminar de caráter exploratório, cujo resultado reflete a realidade levantada apenas no momento de sua aplicação, junto aos profissionais do webjornalismo paraibano.

#### **3.1 Acessibilidade na ótica dos profissionais do jornalismo**

O gráfico1 mostra a distribuição dos entrevistados conforme tempo de serviço na empresa. Verificou-se que 71,4% dos entrevistados têm mais de 3 anos de serviço.

**GRÁFICO 1:** Distribuição dos entrevistados conforme tempo de serviço na empresa.  
João Pessoa – PB, 2014.

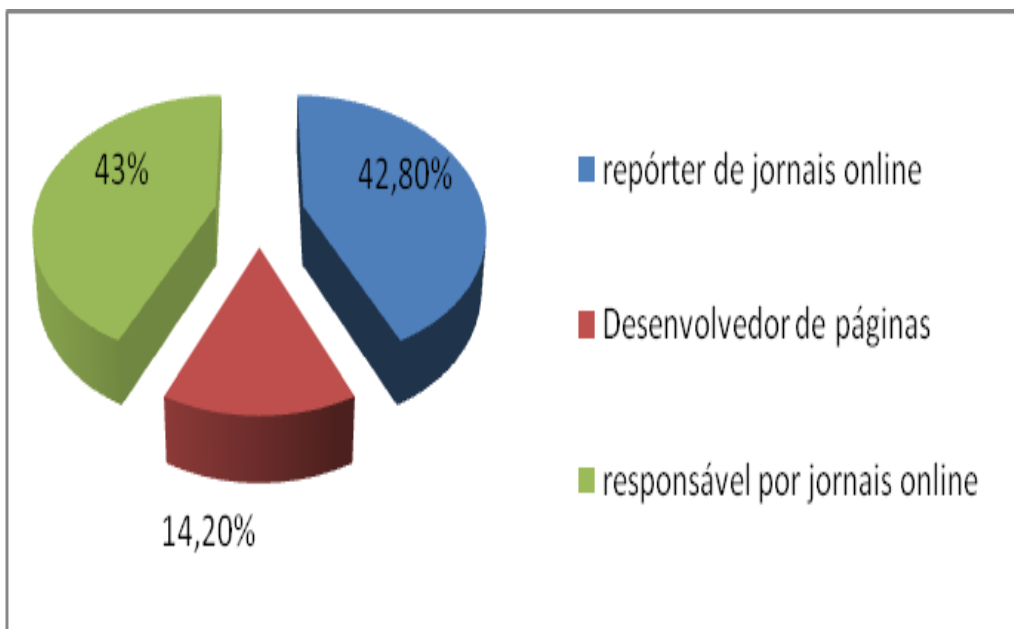


O fato de 71,4% dos sete jornalistas pesquisados sinalizarem ter mais de três anos de serviços na empresa, conforme gráfico 1, dá indícios de que a rotatividade de empregados não é um complicador para melhor se preparar a equipe quanto à acessibilidade na web.

No gráfico 2, os dados apresentam a distribuição dos entrevistados conforme a função que desenvolvem na empresa. São responsáveis pelo jornal *online* 43%.



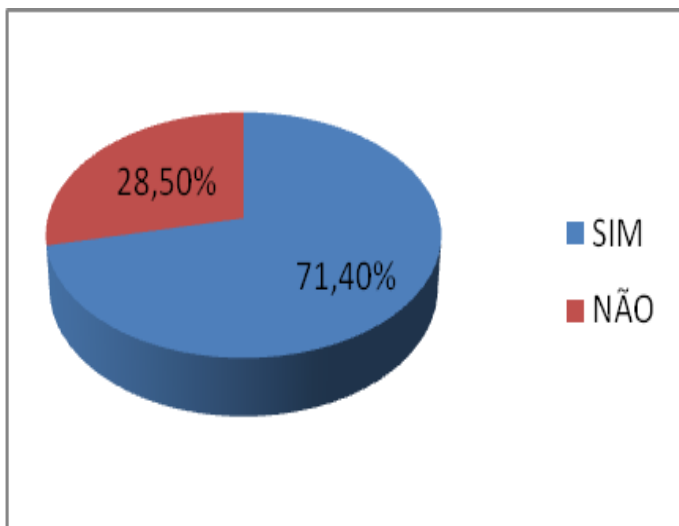
**GRÁFICO 2:** Distribuição dos entrevistados conforme função que desenvolvem na empresa. João Pessoa – PB, 2014.



Foi questionado aos entrevistados, se os mesmos sempre desempenharam tal função na empresa. A maioria (71,4%) respondeu que não. O tempo de serviço específico na função atual variou de 3 meses a 6 anos.

Pode-se verificar no gráfico 3, realização de capacitações para a acessibilidade na web promovida pela empresa. A maioria (71,4%) já realizou algum tipo de capacitação nessa área.

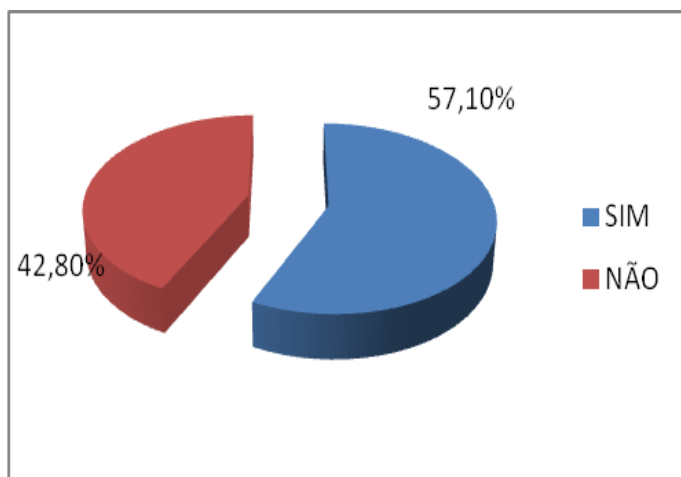
**GRÁFICO 3:** Distribuição dos entrevistados conforme realização de capacitação à acessibilidade na web promovida pela empresa. João Pessoa – PB, 2014.



A descrição dos entrevistados de como se deu a capacitação para a acessibilidade à web promovida pela empresa foi relatada da seguinte forma: Por meio de reuniões e *workshop*; participação em seminários; realização de diversos cursos *online* via plataforma Uniglobo; cursos, treinamentos e capacitações para o desenvolvimento da versão para deficientes visuais com visitas às organizações.

Quanto aos valores mensurados na distribuição dos entrevistados, conforme conhecimento das normas internacionais de acessibilidade na web w3c, 57,1% afirmou que possuía conhecimento nessas normas.

**GRÁFICO 4:** Distribuição dos entrevistados conforme conhecimento das normas internacionais de acessibilidade na web w3c. João Pessoa – PB, 2014.

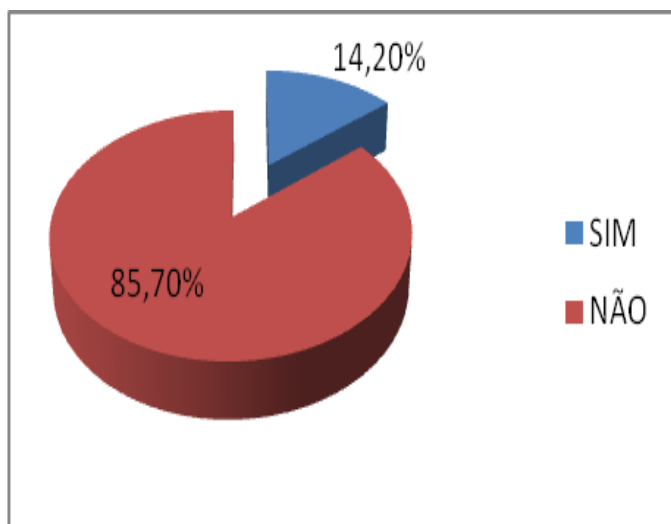


Neste quesito, também foi solicitado aos entrevistados que fossem atribuídos valores que variaram de 1 a 5 para o seu nível de conhecimento sobre acessibilidade na web, sendo 1 o nível mais baixo e, 5 o nível mais alto. Verificou-se que 14,2% dos entrevistados consideraram-se com nível 1 e 3, respectivamente; 28,5% estão no nível 2 e, este mesmo percentual de entrevistados não respondeu.

Os entrevistados foram indagados se, ao postar um conteúdo na página do seu jornal, em algum momento eles já haviam pensado em um usuário cego. Somou-se 57,1% respondendo que não, 28,5% sim e, 14,2% às vezes. Destes 28,5% que já haviam pensado no usuário cego, quanto à leitura de jornal, foi questionado se o mesmo lembrava de algum caso em que precisou alterar um conteúdo para facilitar o acesso do usuário. As respostas obtidas foram: “não lembro”; “no início da criação da ferramenta, usamos um deficiente visual para testar e dar ideias para essa ferramenta”; “Temos como padrão a publicação de vídeos, assim que disponíveis, para facilitar o acesso. No *JPO*online, que faz parte do G1, tínhamos, até algum tempo atrás, um funcionário formado em Comunicação Social, com função especificamente voltada para gravar arquivos de áudio da leitura dos conteúdos diários do jornal”.

O gráfico 5 mostra a distribuição dos entrevistados que consideram o portal de seu jornal acessível aos leitores cegos. Foi possível observar que 85,7% não consideram seu jornal acessível a essas pessoas.

**GRÁFICO 5:** Distribuição dos entrevistados que consideram o portal de seu jornal acessível aos leitores cegos. João Pessoa – PB, 2014.



Para finalizar a entrevista com os profissionais que trabalham com jornais *online*, foi-lhes solicitado que acrescentassem informações relacionadas ao tema “acessibilidade”. Não opinaram 57,1%. As sugestões descritas pelos 42,9% foram as seguintes:

- 1- “Há uma preocupação constante com a padronização dos conteúdos veiculados, em conformidade às normas globais de acessibilidade, mas não há um incentivo ou um trabalho específico para este fim. Ou seja, não existe uma iniciativa explícita especialmente voltada para esse tema.”;
- 2- “Sempre precisamos de pesquisas para evoluir, conviver com pessoas diferentes e entender as dificuldades não apenas dos cegos, mas em geral encontrar a melhor maneira de expandir o conhecimento sobre o assunto de acessibilidade digital, principalmente em desenvolvimento de páginas na rede mundial de computadores. Os programadores a nível superior não estão preparados para desenvolver em um padrão universal. Mas sempre teremos conteúdos não apropriados para pessoa com certos limites físicos. Devemos ter uma atenção especial, até mesmo com usuários com dificuldade em aprender a manipular um computador e novos equipamentos. Estamos em época multimídia, cada vez otimizando o conteúdo para *internet*, mas é importante ressaltar que esse

conteúdo deve ser planejado para atingir o máximo de leitores, independente de gênero, número e grau.”

- 3- “O que posso acrescentar é que cada vez que melhoramos o nosso *site* sempre trabalhamos para a acessibilidade.”

### **3.2 Análise da entrevista com os profissionais de Jornalismo**

Observou-se, nessa entrevista aos profissionais que atuam em jornais *online*, na Paraíba, que a ausência de uma política de acessibilidade das empresas de comunicação, parece ser uma das razões que faz com que esses profissionais desconheçam, em sua maioria, as Diretrizes de Acessibilidade e, por isso, não as utilizam em seu cotidiano.

Esses depoimentos voltados à produção e circulação dos conteúdos no webjornalismo paraibano são importantes, entretanto, para comprovar que os entrevistados compreendem a necessidade de ir além da notícia e da necessidade de se aprimorarem, buscando, junto às empresas, novas ações e ferramentas que garantam maior acessibilidade das pessoas cegas aos conteúdos jornalísticos.

O fato de as empresas comerciais não contribuírem de forma comprometida com as questões da acessibilidade, estão abrindo mão de um leitor em potencial que já tem o consumo de conteúdos na internet como um hábito cotidiano.

Faz-se necessário, portanto, que a mídia em geral participe desse processo inclusivo, investindo em adaptações em sua própria estrutura, como por exemplo, criando aplicativos que filtrem as barreiras de acessibilidade, visando um atendimento mais satisfatório, direcionado ao público formado por pessoas com deficiência visual.

É importante concluir que essa análise diz respeito a uma pesquisa preliminar de caráter exploratório, cujo resultado reflete a realidade levantada apenas no momento de sua aplicação, junto aos profissionais do webjornalismo paraibano.

### **3.3 Webjornalismo paraibano: primeiras páginas e a validação da acessibilidade**

Em todo o mundo são inúmeras as recomendações relativas às diretrizes de acessibilidade na *Web*. Entre os exemplos, estão as que são defendidas pela organização W3C (World Wide Web Consortium), um consórcio internacional fundado em 1994,

formado por diferentes organizações espalhadas em todos os continentes, cujo objetivo é prover padrões para a Web. Segundo Bernes-Lee, diretor da W3C e fundador da web, esta organização tem como uma de suas metas, prover o acesso à Web a todos os indivíduos, em qualquer tipo de sistema computacional.

No Brasil, esforços também têm sido feitos para garantir a acessibilidade na web. Um Comitê da ABNT foi criado para comparar e analisar várias diretrizes de acessibilidade, tendo como resultado o Modelo de Acessibilidade Brasileiro (e-MAG), que tem o propósito de padronizar o processo de adequação dos sites às normas de acessibilidade. Em dezembro de 2004, foi assinado o Decreto n. 5.296, que regulamenta leis anteriores, estabelecendo um prazo para adequação dos sites da administração pública, de interesse público ou financiado pelo Governo (FERREIRA e NUNES, 2008). A primeira versão do (e-MAG), a 1.4, elaborada pelo Departamento de Governo Eletrônico em parceria com a ONG Acessibilidade Brasil, foi disponibilizada em 2005, seguida da versão 2.0, com as alterações, em 2005. Em 2011, surgiu a versão 3.0, unificando o modelo em apenas um documento. E, com a revisão do modelo, o Governo Eletrônico disponibilizou em abril de 2014, a versão 3.1, apresentando melhorias no conteúdo do texto para torná-lo mais compreensível, com destaque para o subitem. “O processo para desenvolver um sítio acessível”, que ganhou um capítulo próprio.

A adoção de validadores automáticos é um dos recursos mais utilizados para se observar a acessibilidade de sítio. Trata-se de ferramentas concebidas pela UMIC - University of Manchester Innovation Centre (Agência para a Sociedade do Conhecimento), que faz um levantamento dos principais constrangimentos à aplicação das Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web<sup>5</sup>.

Ferramentas automáticas e de revisão direta, os validadores avaliam o nível de acessibilidade à web mediante pesquisa no código da página. Para tanto, emitem relatórios que indicam erros de acessibilidade das páginas com base nas prioridades sugeridas nas Diretrizes para a Acessibilidade dos Conteúdos da Web. Geralmente rápidos esses métodos são ainda incapazes de identificar todas as nuances da acessibilidade. E, para garantir resultados mais precisos quanto aos processos de interatividade, multimidialidade hipertextualidade, com a acessibilidade, a avaliação

---

<sup>5</sup> As **Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web 1.0** [Web Content Accessibility Guidelines – WCAG 1.0] abrangem uma vasta gama de recomendações para tornar o conteúdo da Web mais acessível.

humana tem sido a melhor alternativa para complementar a validação dos níveis que apontam equivalentes textuais do tipo aplicabilidade, clareza e facilidade da navegação.

Interessante é também considerar que, para se obter um bom resultado com os validadores, é importante testar a acessibilidade dos conteúdos em mais um destes softwares, isto porque eles possuem diferenças relevantes entre si, principalmente na sua aderência aos Web Standards (padrões Web) (<http://Examinator.ws/>).

Entre os validadores mais conhecidos e utilizados estão o Hera (em português); o Cynthia Says; o DaSilva (em português). Entretanto, percebe-se que ainda são poucas as recomendações que abordam a Imprensa, especificamente *Jornalismo Online*. Na Paraíba esta lacuna tem correspondido como uma necessidade que se impulsiona a pesquisar sobre Leitores Especiais de Jornais. Para tanto, esse processo inicia-se através dos validadores DaSilva e através do validador W3C. Entretanto, ambos não corresponderam às expectativas, o primeiro buscou-se por diversas vezes, mas, sempre apresentava falha técnica e não esteve disponível. O segundo apresentava-se disponível, porém trazia um relatório eminentemente técnico, impossibilitando uma interpretação mais segura dos dados pesquisados. E, a partir da leitura do estudo “Medias na Internet: À Distância de Muitos Cliques”, publicado na Revista Luís Braille, optou-se por trabalhar com o validador *Examinator*, considerando que, apesar de gerar seu relatório no idioma Espanhol, é mais compreensivo, ao gerar uma nota de avaliação em cada situação analisada, premiando, por meio de um indicador rápido de página de acessibilidade, com uma pontuação de 1 a 10, a acessibilidade de um site, fazendo referência a algumas diretrizes de acessibilidade, recomendadas para conteúdo Web 2.0 (WCAG 2.0). Percebeu-se, portanto, ser o *Examinator* o validador mais indicado para esse estudo.

O processo de validação das páginas selecionadas dos dois principais jornais no Estado ocorreu no dia 20 de janeiro de 2015, quando se analisou os sites do Jornal da Paraíba e Correio da Paraíba, observando-se o nível de acessibilidade de ambos a pessoas com deficiência visual, chegando-se aos resultados cujo detalhamento consta dos relatórios em anexo.

Através do índice produzido pelo validador *Examinator*, as estratégias adotadas, em conformidade com as Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web, apontam conclusões do tipo: numa escala de 1 a 10, verifica-se que os conteúdos de notícia da página principal, (figura em anexo) que foram disponibilizados *online*, pelo

Jornal da Paraíba teve (média=5.7) na matéria “Defensores entram no STF pedindo suspensão da LOA na ALPB”, (conforme o link: <http://www.jornaldaparaiba.com.br/notícia/143496>), encontram-se mais acessíveis do que os apresentados pelo Jornal Correio, também em sua página principal, recebeu do validador *Examinator* (média=5.0) na matéria (figura em anexo) “Mais de mil usuários de drogas foram atendidos por CAPS, em três anos na Paraíba, (Conforme <http://portalcorreio.uol.com.br/noticias/saude/geral/2015/01/19/NWS%2C253101%2C42%2C419%2CNOTICIAS%2C2190-MAIS-MIL-USUARIOS-ALCOOL-DROGAS-ATENDIDOS-CAPS-TRES-ANOS.aspx>).

Os elementos da análise nas páginas *Web* dos jornais foram: o texto e a imagem, principais instrumentos de trabalho da imprensa escrita. Os erros são frequentes e transversais aos dois jornais analisados, entre os exemplos se destacam a não marcação do idioma das páginas e dos seus conteúdos, parágrafos não assinalados, *links* em branco e imagens sem legendas. Alguns destes erros constituem obstáculos à compreensão dos conteúdos, por parte de pessoas cegas, principalmente aquelas que se utilizam de tecnologias de apoio, como os leitores de telas.

Entretanto, de um modo geral, é importante considerar que nos dois jornais observam-se erros graves que constituem barreiras à acessibilidade universal.

Após a verificação automática, através do *Examinator*, procedeu-se, no dia seguinte, uma análise manual de acessibilidade aos dois jornais, aplicando-se a técnica do Grupo Focal, utilizando-se do recurso a tecnologias de apoio, como o leitor de telas.

Finalizando, registra-se que, nessa pesquisa, tanto no processo de coleta de dados via validador automático, quanto nesse GF, na coleta dos dados e na análise dos resultados, contou-se com a participação da mestranda em Ciências da Computação da UFPB, Virgínia Campos, pesquisadora de acessibilidade na área de Áudio descrição, cujo auxílio contribuiu de forma importante para conquista dos resultados.

O relatório automático fornecido pelo *Examinator* é bastante amplo, apresentando várias informações de caráter técnico da área de computação. Nessa pesquisa, contudo, relacionam-se apenas os tópicos específicos ao escopo do trabalho, conforme se segue:



Apesar de a investigação haver permitido algum conhecimento sobre validadores, o estudo demonstra a necessidade de maior aprofundamento, assim como do importante enlace entre jornalistas e profissionais da informática, que podem esclarecer e propiciar maior compreensão sobre esses conteúdos eminentemente técnicos. Os validadores geram relatórios com indicadores, na sua maioria, voltados a interfaces informáticas, bem como a softwares e códigos de programação que podem ser efetivados para melhorar a acessibilidade também no webjornalismo.

#### **4 O GRUPO FOCAL E SEUS RESULTADOS**

Conforme alertam os estudiosos da acessibilidade, não basta avaliar o jornalismo web, somente pela via da validação automática. Para uma melhor compreensão da problemática é necessário que se investigue essa realidade, através da experiência do usuário humano.

De acordo com Costa (2006, p. 180) os Grupos Focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular.

Nessa pesquisa constitui-se um Grupo Focal, doravante denominado de GF(s), composto por usuários cegos, a fim de se aplicar pesquisa de observação sobre sua experiência de acesso à leitura de jornais *online*, conforme será detalhado mais adiante.

A técnica GF utiliza-se aqui, a fim de se constituir também uma ferramenta de pesquisa qualitativa capaz de auxiliar na identificação de tendências e na reflexão sobre o sentido dos valores, desvendar problemas e chegando até a agenda oculta da questão (Ibid, p. 183). Para ela, os GFs permitem perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência em certo grupo. Além disso, buscam compreender, sem generalizações, determinada temática, contando com a participação conjunta dos entrevistados no aprofundamento do que se conhece acerca do assunto estudado; trata-se, assim, de uma espécie de “entrevista coletiva”.

O método tem sua origem atribuída às Ciências Sociais, em 1941. Em geral, os GFs contam com 5 a 10 pessoas, têm duração aproximada de duas horas e são conduzidos por um moderador. Este pode fazer uso de roteiros semi-estruturados,

previamente preparados para gerar e orientar a discussão. Entretanto, recomenda-se... um “ritmo” que comece com perguntas mais amplas, divergentes e desestruturadas, para depois chegar a perguntas mais convergentes e estruturadas (Ibid, p. 184).

Nessa pesquisa optou-se pela técnica do GF para avaliar as formas de acesso aos jornais *online* pelas pessoas com deficiência visual, investigando operadores como: facilidade de acesso, interatividade, e a existência ou não, de estratégias de acessibilidade voltadas a essa parcela da sociedade no webjornalismo paraibano.

É, portanto, objetivo desse GF identificar hábitos de consumo de notícias por pessoas cegas e contribuir para redefinição e melhorias nos formatos dos jornais web da Paraíba, refletindo sobre melhores condições de acesso para esse leitor potencial. O foco volta-se a observar como esse leitor especial navega em páginas de jornal na web, verificando dificuldades e/ou facilidades de acesso a conteúdos jornalísticos.

Estudiosos da área apontam que o GF obedece a uma série de etapas e métodos, a exemplo de: planejamento e definição do público alvo, devidamente autorizado por via de termo de Compromisso Livre e Esclarecido, Elaboração do Roteiro de Entrevista e Realização da Reunião. Conforme destaca Costa (2006, p. 190) “O Grupo Focal é uma ferramenta que não exige a identificação ou autoria das respostas. Os respondentes são identificados por número na tarefa do registro”.

#### **4.1 - Planejamento e definição do público**

A pesquisa seguiu as etapas propostas inicialmente, partindo do planejamento do Grupo Focal, onde se definiu o público alvo da investigação. O público-alvo de um Grupo Focal é definido de acordo com a necessidade do pesquisador. Por exemplo, usuários e não usuários de um programa, ou usuários de níveis educacionais distintos. O GF deve ter nível socioeconômico e acadêmico semelhante, para evitar inibições e constrangimentos (Ibid, p. 185).

Assim sendo, essa pesquisa buscou a formação de um GF inteiramente composto por pessoas com cegueira total, com idade acima dos 18 anos, e com nível superior completo. O grupo se constituiu por cinco membros, sendo um comunicólogo e quatro pedagogos. É importante registrar que os cinco integrantes dominavam bem o

leitor de tela NVDA<sup>6</sup>, sigla em Inglês para “Acesso Não Visual ao Ambiente de Trabalho”. O fator “sexo” não foi determinante para o que se pretendia estudar; sendo, portanto, convidados participantes de ambos os gêneros.

A escolha por pessoas com cegueira total, deu-se também, em razão de que o trabalho foca-se apenas em um aspecto da acessibilidade ao webjornalismo, ou seja, aquele diretamente ligado a essas pessoas. Ressalte-se que estratégias relativas à acessibilidade para pessoas com baixa visão, exigiriam também diferentes estratégias metodológicas de pesquisa.

Nessa pesquisa, o perfil do GF foi então, o seguinte: duas pessoas cegas mestres em educação, uma especialista em educação infantil e duas pessoas cegas haviam concluído o ensino superior em Pedagogia e Comunicação. O GF foi formado por três homens e duas mulheres, com idade que variou entre 32 e 55 anos.

#### **4.2 Termo de Compromisso Livre e Esclarecido**

É decisivo no mundo das pesquisas registrarem-se as autorizações dos entrevistados, e/ou envolvidos. Nesse caso, o Termo de Compromisso Livre e Esclarecido se deu, durante a entrevista, de maneira oral e individualizada. Conforme defende Costa (2006, p. 187) “... é preciso obter autorização dos participantes e é importante insistir na questão da confidencialidade das informações, garantir ao participante que os nomes verdadeiros não serão divulgados e que cada entrevistado será identificado apenas por um número”.

Em conformidade com o padrão de planejamento do GF, também se optou por gravar as afirmações individuais e voluntárias dos participantes, os quais declaram, por espontânea vontade, o seguinte conteúdo: “eu, fulano de tal... concordo em participar desta pesquisa, através deste grupo focal e autorizo que sejam feitas gravações do áudio, assim como das minhas imagens, para os fins deste estudo”.

#### **4.3 Roteiro da Entrevista e Realização da Reunião GF**

---

<sup>6</sup> Plataforma para a leitura de tela, um programa em código aberto que vai “ler” o Windows para facilitar a inclusão digital de deficientes visuais.

Definido o público alvo, tratou-se da elaboração do roteiro de entrevista com base no objetivo do GF, ou seja, buscar propiciar a observação em tempo real, de leitores cegos de jornais *online*, para mapear barreiras de acessibilidade enfrentadas, ou facilidades e preferências de determinados conteúdos jornalísticos. O roteiro do GF funciona como um *prompter* para que o moderador se guie durante a entrevista. Esse roteiro também visa estruturar o relatório, composto por gravações, transcrições, além de anotações do documentador e um resumo dos comentários mais importantes, conclusões e recomendações do moderador (COSTA, 2006, p.183),

Assim, nessa pesquisa buscou-se também organizar um roteiro de entrevista, a partir de blocos que apresentaram temas e perguntas, conforme se segue:

**Tema 1** – Questões Gerais sobre Consumo de Conteúdos de Arte, Literatura, Cinema e Comunicação. Neste tema também se abordou sobre preferências por meios de comunicação, indagando sobre quais eram os meios de comunicação favoritos dos integrantes do GF.

**Tema 2** – Acesso à *Internet* e hábitos de consumo. Questionou-se quanto às rotinas de acesso a conteúdos pela *internet*; a partir daqui, apresentaram-se as questões de maior interesse do tema focal, ou seja, buscou-se saber dos participantes quanto ao tipo de conteúdo noticioso preferido na *internet*.

**Tema 3** – Consumo de Jornais Paraibanos. Indagou-se, com relação aos jornais do Estado, se havia preferência dos participantes do GF por um ou alguns deles.

**Tema 4** – Voltou-se a mensurar o conhecimento dos participantes com relação à Versão Digital para Deficientes Visuais – VDDV, aplicativo exclusivo do Jornal da Paraíba desenvolvido e disponibilizado a pessoas cegas.

**Tema 5** - A Experiência propriamente dita: navegação nas páginas da web selecionadas

Faz-se necessário registrar que, também com prévia autorização do GF, durante a aplicação das tarefas, optou-se por documentar (fotografar, filmar e gravar) todo o processo, a partir de sua execução, com a auto-apresentação dos participantes.

A reunião do GF, propriamente dita, realizou-se no dia 20 de janeiro de 2015, a partir das 14h, no laboratório de informática do Instituto dos Cegos da Paraíba – Adalgisa Cunha, situado à Avenida Santa Catarina, bairro dos Estados, em João Pessoa.

A fim de garantir a confidencialidade das informações, as pessoas cegas entrevistadas foram codificadas de P1 a P5, conforme sugere Costa (2006). P1 (Participante 1) é do sexo feminino, tinha, 46 anos de idade na data do encontro; é mestre em Educação e trabalha na Rede Pública de Educação do município de João Pessoa. P2 é do sexo masculino; tinha 36 anos de idade na data do encontro; é Especialista em Educação, também trabalha na Rede Pública de Educação do Município de João Pessoa, e há mais de 10 anos no Sistema Indústria da Paraíba. P3 é do sexo feminino; tinha 32 anos na data do encontro; é Mestra em Educação e leciona na Rede Pública de Educação do Município de João Pessoa. P4 é do sexo masculino, tinha 37 anos na data do encontro; é pedagogo. P5 é do sexo masculino, tinha 55 anos, na data do encontro; é Comunicólogo e funcionário público do Município de João Pessoa.

Com os participantes sentados em grande círculo, iniciou-se a reunião apresentando-se as boas vindas a todos e explicando sobre o objetivo e a técnica do GF e o papel dos documentadores. Logo em seguida, solicitou-se a autoapresentação dos membros do GF, conforme ordenados nos assentos, ou seja, da esquerda para a direita, considerando-se o seguinte: P1 – o primeiro participante, de acordo com ordem, P2 o segundo participante, P3 o terceiro participante, e assim por diante.

A fim de facilitar o andamento da entrevista, o bloco de perguntas foi organizado por temas, envolvendo questões gerais sobre Consumo de Conteúdos de Arte, Literatura, Cinema e Comunicação, Acesso à *Internet* e hábitos de consumo, Consumo de Jornais Paraibanos, Versão Digital para Deficientes Visuais - VDDV, Experiência propriamente dita: navegação nas páginas de web selecionadas e Avaliação da experiência com o grupo.

Perguntado sobre qual o meio de comunicação que mais utilizava, P1 respondeu: redes sociais, TV e *internet* — “o impresso não dá pra eu utilizar muito porque depende de alguém pra estar lendo. (...) prefiro utilizar mais a *internet* e a TV”. P2 destacou a TV e as redes sociais: “só que eu normalmente ouço a TV logo cedo do dia, quando ainda estou me arrumando para sair de casa. Mas eu prefiro mesmo as redes sociais, porque encontro mais facilidade de me comunicar com os amigos”. P3 endossou a opinião: “eu acho que a forma das redes sociais é de uma forma que dá pra gente absorver melhor, é

mais detalhado e dá pro deficiente visual acompanhar melhor”. TV e rádio também foram ressaltadas por P3, mas com utilização menor, apenas quando chegava em casa e havia alguém ouvindo ou assistindo. Por sua vez, P4 disse preferir rádio: “rádio, por essa facilidade, que eles descrevem muito bem a notícia, os fatos. O rádio e a *internet* eu acho muito mais tranquilo, porque eu não preciso perguntar nada a ninguém. Eu gosto tanto do rádio que acompanho diariamente os noticiários, conheço os locutores pelo nome, e até identifico quando um âncora muda de uma emissora para outra”. Em direção similar, a réplica de P5 considerou as vantagens da *internet* e das redes sociais, mas por influência, desde a sua infância, o rádio é o veículo mais próximo de sua realidade. “Gosto de ouvir toda a programação radiofônica, inclusive a esportiva. O rádio hoje tem evoluído muito, através das web rádios as quais são, principalmente, úteis quando precisamos ouvir um bom conteúdo à distância. Mas, ainda assim, eu prefiro o rádio tradicional AM, aquela que precisa apenas de um receptor a pilha, que eu posso usar ao pé do ouvido”.

Após as perguntas baseadas em modelo de entrevista desestruturada de caráter mais amplo, a discussão foi conduzida por perguntas estruturadas mais focais, voltadas aos aspectos mais objetivos de interesse da pesquisa, como a relação das pessoas com deficiência visual e hábitos de consumo voltados ao jornalismo paraibano *online*.

Indagado sobre o hábito de ler pela *internet*, quais são os conteúdos que mais consumia, P1 respondeu: “Eu diria que os conteúdos que mais me chamam a atenção no Twiter são receitas culinárias, dicas das revistas com reportagens de artistas. E eu prefiro acompanhar estes conteúdos no Twiter, porque eles vêm em formas de manchetes, ou seja, a gente só lê se quiser, não é? quando me interessa eu me informo por lá mesmo. Filmes em TV, mas gosto muito das notícias, das manchetes. Sim, tem também o Podcast<sup>7</sup> que, apesar de não usar muito, mas eles trazem várias notícias da semana e eu me sinto bem atualizada”. P2 respondeu “Eu gosto muito de *Skype*<sup>8</sup> também, até pela comunicação que se faz, usando as conferências, reunião online, interação intercâmbio, Facebook uso também uso muito para estudar acompanhando conteúdos acadêmicos e científicos e para me informar na TV, gosto de ouvir as notícias, e assisto também a documentários na Discovery”. Já P3, bem humorada e

---

<sup>7</sup> Nome dado ao arquivo de áudio digital, frequentemente em formato MP3 ou AAC (Este último pode conter imagens estatísticas e links), publicado através de podcasting na *Internet* e atualizado via RSS (Recurso desenvolvido em XML que permite aos responsáveis por sites e blogs divulgarem notícias ou novidades destes, como atualizações do web site).

<sup>8</sup> Software que possibilita a comunicação de voz e vídeo via *Internet*

bastante à vontade disse: “Eu acho que sou meio maluca, todo mundo dizendo que houve notícias, tal, mas eu procuro ver aquelas páginas que trazem dicas para o dia a dia, receitas de culinária, coisas do lar e páginas que trazem dicas de livros, páginas com conteúdo acadêmico, mas essas páginas eu acesso via Facebook. Na TV, às vezes gosto de ver jornais e os documentários da Discovery, e no rádio gosto de ouvir música, no fim de semana e até mesmo estudando, eu percebo que consigo me concentrar bem, ouvindo música”.

Ao falar sobre os hábitos de consumo preferido, P4 disse que “no rádio gosto muito de ouvir o radiojornalismo, gosto de política, a dança das cadeiras de secretários, na CBN, Jovem Pan, Rádio Jornal do Comércio e outras onde fico ouvindo comentaristas das diversas áreas, como esporte, saúde, política e outras. Mas, gosto muito também de ouvir música e acompanhar programas de rádios, mesmo de outras regiões, através das Web rádios, principalmente rádios aquelas que tocam músicas nordestinas, eu fico sempre procurando estes conteúdos”. E P5, por sua vez, respondeu a questão da seguinte forma: “Bem, a Web-rádio eu ainda estou descobrindo, comecei agora. Mas assim, antes eu ligava o rádio mais para ouvir música, mas com o tempo, a maioria das rádios começaram a tocar as mesmas coisas o tempo todo e a gente começa a ficar mais seletivo naquilo que gosta de ouvir e hoje, basicamente eu gosto mais de ouvir jornalismo, mas sempre usando o censo crítico porque nem tudo que a gente escuta pode acreditar, em virtude de ter muitos comentários tendenciosos. E também gosto muito do Twiter porque eu sou muito observador e gosto muito de interagir, muitas vezes eu entro numa página e fico ali observando e, dependendo do que for eu entro no assunto e interajo”.

Perguntado com relação ao consumo de jornais paraibanos, P1 respondeu: “O jornalismo paraibano eu assisto mais no rádio, mas não é um hábito. No Twiter eu sigo a TV Cabo Branco, que só dá as manchetes. Até eu estou pensando em acompanhar mais as notícias daqui. Então neste momento, não me interessa o Jornalismo paraibano. Acesso também o site da prefeitura para me inteirar das notícias, porque é da instituição que trabalho. Mas, realmente eu não tenho o hábito de consultar o jornalismo paraibano”. Para responder a questão P2 disse: “Bom eu, geralmente pela manhã, nas primeiras horas, quando estou me preparando para ir ao trabalho eu gosto de assistir o Bom Dia Paraíba e às vezes eu dou uma olhada na página do Jornal da Paraíba que, aliás, melhorou bastante. Mas, o Bom Dia Paraíba todos os dias eu acompanho”. Sobre

o assunto P3, falou: “É o seguinte, eu acesso as páginas dos jornais paraibanos, mas para ver notícias de concursos, ou seja, para buscar uma informação específica porque tenho interesse em fazer concursos. Mas quando eu estou me arrumando gosto de deixar a TV ligada no Bom Dia Paraíba. Mas à noite é sagrado, sempre eu acompanho porque, quando chego do trabalho, o meu pai está ali assistindo o JPB então eu acabo dando uma olhadinha pelo menos nas manchetes. Comigo também aconteceu um caso interessante, quando eu morava fora, morei com uma amiga que diariamente acessava a *internet* para saber notícias de João Pessoa. Ela dizia que era porque no Jornal a notícia é mais completa. Então ela se informava e me passava as notícias, eu achava interessante, mas, mesmo assim, eu não adquiri o hábito de ler jornais”.

Por sua vez, P4 respondeu a questão afirmando: “Eu sou bitolado, o jornalismo paraibano com as brigas políticas eu acompanho sempre. Assim como as mudanças de secretários e tudo que se divulga, eu estando em casa, não deixo de manter o rádio ligado. E também acompanho o jornalismo paraibano pela televisão. Outra coisa que gosto é acompanhar os bastidores, quando existe mudança de âncoras de uma emissora para outra e eu conheço quase todos pelo nome. Uma outra forma que eu acompanho o jornalismo paraibano é através da televisão, porque é um hábito desde criança”. P5 respondeu da seguinte forma: “Bem, sempre que eu posso, acompanho os Jornais da Tv Cabo Branco. Mas nem sempre dá certo porque meu filho quer ver Tv a cabo e, às vezes, não dá. Mas o rádio eu sempre ouço, e percebo que existem também, principalmente ao meio dia, uns programas que trazem comentários muito provincianos. Acho que as rádios deveriam ver isso com mais cuidado. Mas, eu queria comentar um fato: quando morreu João Nogueira, o compositor, que eu sempre acompanhava, eu não pude, naqueles dias, ouvir rádio e somente fiquei sabendo da morte dele no fim de semana, através do Fantástico e, na ocasião, eu dei uma bronca em casa dizendo: gente, desse jeito o mundo se acaba e ninguém aqui fica sabendo”.

Quando perguntado sobre o VDDV do Jornal da Paraíba, P1 respondeu que seria interessante que saísse uma versão do Jornal em Texto, sem os comerciais. P2 disse “Há algum tempo eu também andei acessando a Versão Digital para Deficientes Visuais – (VDDV) e eu achei muito bom lá também, mas acho que as notícias são bem resumidas. Eles não colocam o conteúdo do jornal todo, como esporte, classificados, ainda é resumido. Mas se eles conseguissem colocar todo o conteúdo das páginas lá, era bem bacana porque tem teclas de atalhos é bem prático mesmo. É uma pena que não é um



jornal completo. Mas a parte que conferi do Jornal da Paraíba eu gostei. P3 respondeu com uma outra indagação: “Será que não tinha como sair a versão do Jornal em Texto, sem os comerciais?” P4 disse “Eu gostaria de ler o jornal em texto, sem propagandas, se isso for possível através do VDDV...” P5 respondeu: “A proposta do VDDV, é realmente interessante, mas bom seria que essa versão trouxesse o conteúdo completo do jornal e também pudesse resolver o problema de acentuação” o aplicativo VDDV do Jornal da Paraíba não foi acessado pelo GF em virtude da limitação do tempo e, principalmente, porque em algumas máquinas do laboratório, se fazia necessário a instalação do Flash play, para poder aplicar a experiência.

#### **4.4 A Experiência propriamente dita: navegação nas páginas de web**

Com todos os participantes retomando os seus assentos em grande círculo, iniciou-se a avaliação da experiência dos membros do GF, obedecendo-se a ordem disposta no início das atividades, ou seja, da esquerda para a direita, considerando-se o seguinte: P1, o primeiro; P2, o segundo; P3, o terceiro; P4 o quarto e P5, o quinto participante.

Apresentou-se a proposta, para que cada um falasse da sua experiência e quem tivesse conhecimento de acessibilidade, poderia falar, como exemplo: eu tive tal problema, eu identifiquei que tal jornal é melhor, então cada um falaria da sua experiência, qual foi o jornal que lhe deu mais conforto e, claro, não considerando os problemas surgidos nos computadores. A proposta foi aceita e assim aconteceu a avaliação da experiência de cada integrante do GF.

Sugeriu-se que as atividades, dessa etapa iniciassem seguindo a mesma ordem do começo dos trabalhos, ou seja, a partir de P1.

Em resposta, P1 disse que se saiu melhor com o Jornal da Paraíba e acrescentou: “Eu não gosto de ler jornal por isso, são muitos anúncios e muitas propagandas que terminam nos confundindo e isso desanima, mesmo sabendo que são estes anunciantes que pagam. Mas, a meu ver, o Jornal da Paraíba já traz a notícia em meio a toda a divulgação. Já o Correio é mais burocrático, é necessário informar que você não é assinante. E ainda tem que entrar no link para informar que não se trata de um assinante. Para só depois acessar a notícia”, afirma.

Pergunta-se então a P1: Quando você estava navegando, deu para perceber se havia imagens, alguma coisa como banner? Ao que ela responde: “não deu para navegar bem e por isso eu não posso dizer muita coisa, mas acredito que o Jornal da Paraíba, mesmo com as imagens, é melhor de se navegar que o Correio da Paraíba”.

Passou-se então a ouvir P2: “Bom, o que eu pude observar é que realmente o Jornal da Paraíba é mais leve, ou seja, os cursores se movem com mais facilidade, as setas e tudo mais. Inclusive há algum tempo eu também andei acessando aquela Versão Digital para Deficientes Visuais – (VDDV) e eu achei muito bom lá também, mas acho que as notícias são bem resumidas. Eles não colocam o conteúdo do jornal todo, como esporte, classificados, ainda é resumido. Mas se eles conseguissem colocar todo o conteúdo das páginas lá, era bem bacana porque tem teclas de atalhos é bem prático mesmo. É uma pena que não é um jornal completo. Mas parte em si do Jornal da Paraíba eu gostei. Já o Correio da Paraíba é um pouco mais complexo, inclusive tem aquela parte para quem é assinante e que uma vez, um primo meu pediu para eu acessar para ele e realmente, mesmo para quem é assinante o leitor de telas não consegue ler. Já aquela parte que nós testamos hoje, para leitores não assinantes, eu consegui ler. Agora assim, é um caminho mais longo, um pouco mais trabalhoso para o leitor de telas fazer a leitura”. Perguntou-se em seguida se P2 havia achado a notícia de seu interesse, ao que respondeu: “Sim, eu consegui ler. Agora infelizmente cada página tem suas particularidades”. Quando perguntado se ele achava ter tocado em alguma imagem, P2 disse que sim. Perguntou-se ainda se as imagens estavam identificadas. “Não, deu para perceber que elas estavam lá, mas sem identificação, portanto, se formos comparar entre os dois, acho que o Jornal da Paraíba é mais prático”, respondeu P2.

Por sua vez, P3 respondeu – Em tese eu concordo com tudo o que foi falado agora. Eu não sou muito prática na leitura de Jornais, mas, de fato no Jornal da Paraíba eu consegui ler mais rápido. Já o Correio ele tem essas divisões: notícias, esporte, classificados e quando você entra no link notícias, você percorre todo um caminho para chegar na notícia que você quer e quando você chega na notícia, ele ainda vai ler a manchete para você e a impressão que dar é de que fosse uma tabela, que ele divide em colunas e, se você for vendo com “Tab” ou com “Seta”, mesmo assim ele repete muito. Então quando ele ler a manchete da notícia já vem a parte de curtir, compartilhar etc. Se você não for uma pessoa curiosa pode se enganar pensando que a notícias acabou ali.

Geralmente a lógica seria o “curtir” e “compartilhar” virem ao final da notícia. E se você quiser prosseguir...

Como resposta a P3 foi informado a todos que essa é uma regra que os grandes portais estão adotando, que primeiro você curte, recomenda e compartilha o texto lá em baixo. E, se você for em portais de grandes jornais é assim que eles fazem, talvez seja um padrão ou regra, provavelmente de programação de *internet*, eles adotam dessa forma. Ao final se admitiu: você tem razão P3, para uma pessoa cega, que não tem a visão do conjunto, do conteúdo, ela pode achar que a notícia acabou.

P3 concluiu dizendo: “Um detalhe interessante que se percebe no Jornal Correio é que ele consegue, ao final da leitura da notícia, interligar outras relacionadas ao tema, através de *links*, coisa que não é percebível no Jornal da Paraíba. A menos que essa situação aconteceu apenas na notícia que eu li, ou seja, de não ter nenhuma outra notícia relacionada”.

Perguntou-se então ao grupo se alguém encontrou, em algum jornal a opção ir direto ao conteúdo. “Não”, responderam. Pois essa é uma ferramenta importante que os grandes jornais adotam, mas que aqui na Paraíba ainda não existe. Esta opção evita que o leitor se perca naquele emaranhado de propagandas.

Então, continuou P3 no primeiro, o Jornal da Paraíba, eu li sobre a divulgação do SISUR, que está bem em evidência e no Jornal Correio da Paraíba eu li sobre o aumento do Imposto de Renda e esta tem vários *links* relacionados.

Perguntou-se então P3, você diria ser o mais confortável para se ler, os dois foram bons?

P3 - Apesar de todo o “lixo” das propagandas o Jornal da Paraíba parece ser mais leve ao leitor de tela e você consegue chegar à notícia mais rápido. Basta selecionar a notícia com o “Tab” e já se pode lê-la. Esse é um percurso bem menor para se chegar à notícia.

P4 - Eu achei que o Jornal da Paraíba tem menos atalhos para se chegar à notícia, como P3 já frisou. Você vai direto à notícia e já começa a ler e o Correio tem essa questão de jogar a manchete, o tema e aí se você não estiver mesmo a fim de ler, você para ali. Inclusive quando eu li uma parte da notícia achei que tinha terminado, mas quando eu fui descendo com a seta foi que cheguei ao fim da notícia. Agora uma coisa que eu percebi no Jornal Correio e não percebi no Jornal da Paraíba, foi que ele

consegue separar os parágrafos, deixando uma linha em branco para o próximo parágrafo e no final também a importância de sugerir as notícias relacionadas.

P5 – Bem, dando o devido desconto do navegador, eu considero que acabei sendo traído por minha pressa né? Quando menos percebi já estava lendo sobre o show do RPM que vai acontecer aqui em João Pessoa e aí, quando me vi já estava sem paciência, entrei no Caderno de Política e ainda consegui ler alguma coisa escrita pelo Helder Moura. Mas, como se trata de um colunista as notícias são curtas, né? Então eu concordo com P1 e faria tudo de novo. Porque se não tiver paciência, qualquer um desiste. Já no Correio da Paraíba eu consegui chegar à notícia e li sobre a questão de um “Lava a Jato”, e então encontrei a notícia retalhada.

Mas, você diria que nos dois jornais é possível se sentir desconfortável? “É, eu acho que em outro momento, com uma máquina melhor eu conseguiria, com mais calma, fazer muito melhor em meu próprio computador. Contudo, eu acho também que o Jornal da Paraíba é mais navegável. Mas no Jornal Correio, a questão dos *links* das notícias relacionadas, ao final de cada leitura, é realmente muito bacana.”

Antes de passarmos para P1 para que a gente não perca o fio, é bom lembrar que P2 foi a única pessoa que falou sobre o VDDV Jornal da Paraíba. Então eu perguntaria: alguém, além de P2, já acessou, qual foi a experiência?

P5: “Eu já acessei, mas achei complicado porque precisa usar o mouse e assim acabei desistindo.”

P2: “Acho que ele está melhor agora.”

Mas ainda têm problemas, a acentuação é truncada, eles eliminaram o sintetizador e o mouse e você fica refém de um resumo. Por outro lado é positivo porque você vai direto ao conteúdo sem ter este calhamaço de publicidade, mas ler com acentuação truncada, para quem usa o leitor de tela, é complicado.

Perguntou se o grupo teria alguma sugestão de melhoria a sugerir ao VDDV?

P1: “Será que não tinha como sair a versão do Jornal em Texto, sem os comerciais?”

P5 – “Eu gostaria de ler o jornal em texto, sem propagandas.”

O GF foi informado então que esta é a proposta do VDDV, mas seria realmente interessante que ela saísse com o conteúdo completo e resolvesse o problema de acentuação.

P1 pergunta – “Mas é ruim de fazer o cadastro?”

Ao que lhe foi respondido: “não, apenas que o resultado alcançado não é diferente do já esperado. E no Jornal Correio da Paraíba, não é possível se cadastrar por conta do CATHA e o Jornal da Paraíba você consegue, tranquilamente, fazer o cadastro. Prova de que o JP está melhor.”

Informou-se então ao grupo que seriam antecipadas as hipóteses a que temos chegado: a exemplo de que o hábito do consumo de notícias, via web, por pessoas cegas está sendo criado agora e que, ainda é um processo em construção. Além de que este não é um processo confortável para as pessoas cegas. Portanto a gente chegaria a estes resultados com qualquer grupo.

Retomando a palavra, P1 disse: Um detalhe importante é que, para quem ver, é muito mais confortável pegar o jornal em papel, sentar no sofá e ir ler, para nós, entretanto, um jornal online é muito mais interessante. O fato é que a experiência de acesso ainda não é confortável. Mas, é bom que se diga que as pessoas que veem têm também desconforto, mas aí elas são muito mais rápidas nas soluções.

#### **4.5 Planilhas de Tratamento de Dados**

Apresenta-se abaixo planilhas utilizadas para fins de tratamento de dados. Cada planilha descreve as respostas dos participantes (P1, P2, P3, P4, P5) da pesquisa conforme os temas sugeridos no processo da coleta de dados durante a entrevista do Grupo Focal. Os temas abordados foram:

Tema 1 (T1) – Preferência por Consumo de Conteúdo

Tema 2 (T2) - Acesso à *Internet* Hábitos de Consumo

Tema 3 (T3) - Leitura de Jornais Paraibanos

Tema 4 (T4) – VDDV

Tema 5 (T5) - A Experiência propriamente dita: navegação nas páginas da web selecionadas

## PLANILHAS PARA TRATAMENTO DE DADOS

| Temas / Participantes | T1 – Meios de Comunicação Preferidos          |
|-----------------------|---|
| P1                    | Redes Sociais, Twiter e Skype TV, livros      |
| P2                    | Facebook, Skype e Televisão                   |
| P3                    | Redes Sociais, (Facebook), TV, rádio e livros |
| P4                    | Rádio AM, TV e livros                         |
| P5                    | Rádio, Twiter, Web rádio, Redes Sociais       |

**Tabela 1.** Meios de Comunicação Preferidos

| Temas / Participantes | T2 – Conteúdos preferidos  |
|-----------------------|--|
| P1                    | O que chama atenção de eu ver são as receitas culinárias, filmes na TV, dicas das revistas com reportagens de artistas, manchetes das notícias e Podcash                               |
| P2                    | Eu gosto muito de interagir via skype, Facebook Notícias, Paraíba, Jornal da Paraíba Online  |
| P3                    | Eu talvez diga que não gosto, porque quando eu acesso a é mais para ver dicas de livros página do Jornal é apenas para ver concursos   |
| P4                    | Eu curto muito radiojornalismo em diversas áreas Política, mudanças de secretários, gosto ouvir música, inclusive em outros estados, através da web rádio                              |
| P5                    | Eu também gosto do radiojornalismo, antes eu ouvia rádio mais por conta das músicas, mas com o tempo vi que ouvir notícia era melhor, assim como interagir, principalmente via Twiter. |

**Tabela 2.** Conteúdos preferidos

| Temas / Participantes | T3 - Leitura de Jornais Paraibanos  |
|-----------------------|---|
| P1                    | Eu não tenho interesse, nem o hábito de ler notícia quando eu acompanho alguma coisa é através do rádio e do Twiter que já dar as manchetes e aquelas que me chamam mais atenção eu procuro ler a matéria completa.   |
| P2                    | Não são todos os dias, mas também costumo assistir o Bom Dia Paraíba e de vez em quando eu lida nas páginas do Jornal da Paraíba Online, que aliás melhorou bastante  |
| P3                    | Eu acesso as páginas dos Jornais Paraibanos, apenas para buscar um conteúdo específico, ou seja, saber sobre concursos. Mas à noite quando chego em casa gosto de, pelo menos, ouvir as manchetes   |
| P4                    | Eu vivo o rádiojornalismo no todo. Isso me interessa, é um verdadeiro hábito e isso, e eu tenho desde criança. Também gosto de acompanhar os bastidores da notícia, acompanhando, por exemplo, quando um âncora troca de uma emissora para outra e, por fim, busco me inteirar das notícias pela TV |
| P5                    | Sempre que eu posso, acesso os jornais para saber alguma coisa. O rádio eu ouço as rádios, para me inteirar dos fatos.  |

**Tabela 3.** Leitura de jornais paraibanos

| Temas / Participantes | T4 – VDDV  |
|-----------------------|--|
| P1                    | Disse que conhecia, mas que seria interessante acompanhar uma versão do Jornal em texto, sem os comerciais.  |
| P2                    | Disse: andei acessando a VDDV e eu achei muito bom também, mas acho que as notícias são bem resumidas.   |
| P3                    | Respondeu com uma outra indagação: “Será que não tinha como sair a versão do Jornal em Texto, sem os comerciais?”  |
| P4                    | Respondeu que gostaria de ler o jornal em texto, sem propagandas, se isso for possível através do VDDV...” ótimo.  |
| P5                    | A proposta do VDDV é realmente interessante, mas bom seria que essa versão trouxesse o conteúdo completo do jornal e também pudesse resolver o problema de acentuação. |

**Tabela 4.** VDDV

| Temas / Participantes | T5 – navegação nas páginas da web  |
|-----------------------|--|
| P1                    | Eu não gosto de ler jornal por isso, são muitos anúncios e muitas propagandas que terminam nos confundindo e isso desanima, mesmo sabendo que são estes anunciantes que pagam. |
| P2                    | O que eu pude observar é que realmente o Jornal da Paraíba é mais leve, ou seja, os cursores se movem com mais facilidade, as setas e tudo mais                                |
| P3                    | Eu não sou muito prática na leitura de Jornais, mas, de fato no Jornal da Paraíba eu consegui ler mais rápido  |
| P4                    | Eu achei que o Jornal da Paraíba tem menos atalhos para se chegar à notícia  |
| P5                    | Dando o devido desconto do navegador, eu considero que acabei sendo traído por minha pressa... se não tiver paciência, qualquer um desiste.                                    |

**Tabela 5.** Navegação nas páginas da web

#### 4.6 Análise dos dados coletados

É um pensamento comum aos estudiosos de GF que a análise dos dados constitui-se na etapa mais difícil dessa técnica, uma vez que repetir ou transcrever o que foi dito não é o suficiente. Entretanto, sobre esse assunto Puchta apud Costa (2006) também destaca que a produção de “opiniões” é um dos resultados do GF.

O que se observa é que, apesar de conduzido sob uma ótica amistosa e de informalidade, a aplicação da técnica do GF é capaz de revelar uma riqueza de opiniões e demandas com alto valor que norteiam as buscas por melhorias, a partir do tema Como está a Acessibilidade do Jornalismo *Online* na Paraíba. Este é um dos importantes resultados apresentados nesse GF.

De acordo com Vieira e Zouanin apud Ruediger e Riccio (2004) “...o alto poder analítico dos Grupos Focais permitem não só analisar as estruturas discursivas, mas também compreender várias alternativas de métodos que podem ser adotados e que integrados geram uma riqueza de perspectivas”.



No caso dessa pesquisa, para o tratamento dos dados, adotaram-se as seguintes dimensões: 1 - Respostas Espontâneas; que refletem de forma mais fiel à percepção do participante; 2 - Respostas socialmente aceitas, que refletem a pressão do grupo, a conformidade; e 3 - Respostas pistas, ensejam continuidade da investigação. Para tanto, de forma literal transcreve-se na sequência, uma série do material coletado, capaz de apontar e contemplar os tipos de respostas apresentadas por esse GF, a fim de se apontar a diferença entre elas e a forma como devem ser observadas. 1 - Respostas Espontâneas: “Não os atalhos não funcionam”, “não gosto de ler os jornais por isso, são muitos os anúncios e propagandas”; 2 - Respostas socialmente aceitas: “É uma pena que não é um jornal completo”, “Eu gostaria de ler o jornal em texto, sem propagandas”; 3 - Respostas pistas: “Eu conseguiria, com mais calma, fazer muito melhor em meu próprio computador”, “É muito mais confortável pegar o jornal em papel, sentar no sofá e ir ler, para nós, entretanto, um jornal online é muito mais interessante”.

Observa-se, que a abordagem adotada para análise dos dados, nesse GF apresenta um demonstrativo claro de que, cada uma dessas respostas destacadas, conduz a reflexões e soluções, tanto imediatas quanto futuras.

#### **4.7 Análise da Experiência de Navegação**

Apresenta-se, nesse tópico, como se deu a Experiência de Navegação com o Grupo Focal em alguns dos vários momentos importantes e também como foram alcançados os resultados durante esse processo.

Na prática, foram avaliadas as condições de acessibilidade do webjornalismo paraibano. O processo inicia-se deixando os integrantes do grupo inteirados de que, a proposta inicial da pesquisa era investigar os três jornais do Estado, mas ao perceber que o Jornal A União é inacessível, por ser exposto como imagem, optou-se por analisar os dois outros jornais apenas o Jornal da Paraíba e o Correio da Paraíba.

Conforme planejado, o Grupo Focal aconteceu disponibilizando aos integrantes do grupo, computadores com devido acesso à internet, antes do início da experiência e o desempenho das tarefas que lhes seriam solicitadas. Foram também distribuídos, em seguida, fones de ouvidos aos participantes.

Na sequência, explicou-se ao grupo, que as tarefas seriam bastante simples, mas no caso de dúvidas, os participantes poderiam ficar à vontade para perguntar. Solicitou-se então que, de preferência, todos usassem o mesmo navegador deixando o grupo em um mesmo padrão de acesso. Sugerindo-se assim, o Mozilla, como opção a todos.

Com os cinco integrantes a postos, no mesmo navegador, foi-se então solicitado que todos abrissem o endereço web do Jornal da Paraíba [www.jornaldaparaiba.com.br](http://www.jornaldaparaiba.com.br). À medida que fossem acessando ao portal, deveriam sinalizar sua ação.

Todos devidamente conectados passou-se a explorar a página inicial do Jornal. Nesse ambiente, cada membro do grupo acessou uma notícia de seu interesse e conforme foram navegando, relataram o que vivenciavam, quanto às dificuldades e/ou facilidades no consumo dos conteúdos.

Essas tarefas com o grupo foram também realizadas de igual modo, no Portal do Jornal Correio da Paraíba, a fim de que os participantes pudessem opinar qual dos dois jornais, apresentava maiores barreiras e/ou facilidades de acesso.

Finalizando, pode-se afirmar que a Experiência de Navegação com o GF, atendeu às expectativas porque houve a participação ativa de todo o grupo em cada solicitação e, que este, por conseguinte, propiciou a oportunidade de ser avaliado, sob o olhar dessa pesquisa, em cada etapa vivenciada no momento.

**REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA ENTREVISTA GRUPO FOCAL, JOÃO PESSOA, JANEIRO - 2015.**





## 5. CONCLUSÃO

Este trabalho verificou que os profissionais de jornalismo no Estado da Paraíba, abordados nesse estudo, desconhecem, em sua maioria, as Diretrizes de Acessibilidade, razão pela qual não as utilizam em seu cotidiano e, talvez por esse motivo, não têm interesse em aprimorar ferramentas que garantam maior acessibilidade ao webjornalismo às pessoas cegas.

Na análise do *Examinator*, os elementos considerados nas páginas *Web* foram o texto e a imagem, principais instrumentos de trabalho da imprensa escrita. Os erros apontados são frequentes e transversais ao Jornal da Paraíba e Correio da Paraíba. Entre os exemplos se destacam *links* cujos conteúdos são imagens sem texto alternativo; ligações com o mesmo texto, mas diferentes destinos; atributos são usados para controlar a apresentação visual. Estes erros constituem obstáculos à compreensão dos conteúdos, por parte de pessoas que utilizam tecnologias de apoio.

Entretanto, de um modo geral, é importante considerar que nos dois jornais observam-se erros que constituem barreiras à acessibilidade universal.

Quanto ao GF, observou-se que a maioria dos depoimentos incluiu a *internet* como um dos veículos mais utilizados, seguido pelo rádio em sua versão tradicional e

também o web rádio. E, que embora a técnica (qualitativa) do GF não pretenda ser generalista, as informações levantadas são importantes para contribuir como alternativas de melhorias para que pessoas cegas possam ter melhor acessibilidade no momento em que conectam à *internet*. E que, portanto, mesmo considerando que a *Web* não foi concebida pensando-se nas pessoas com deficiência visual, isso não impede que ocorram adaptações para melhor atender a esse público especial.

A cada dia, com a expansão tecnológica permitindo que a comunicação conquiste novas formas e funções sociais, o mundo de adaptações, inovações e oportunidades desconhece a palavra limite: a presença dos leitores de telas, em suas diversas versões, é um exemplo dessas bem sucedidas adaptações, que chegaram para mudar o estilo de vida de milhões de pessoas cegas em todo o mundo.

Razões como essas têm sido o incentivo de pessoas com deficiência visual, para conquistarem cada vez mais, novos territórios de visibilidade social, cultural, política e econômica, que significam, indiscutivelmente, avanços com impacto direto na qualidade social e da diversidade cultural das nossas sociedades. Com mérito, este público tem se conscientizado de que são cidadãos de pleno direito e atores imprescindíveis nos processos de desenvolvimento cultural e de novas perspectivas de se ver o mundo.

Quanto ao veículo de comunicação mais utilizado para o consumo de notícias, os participantes do grupo focal elegeram a *internet* e o rádio. Dos cinco entrevistados, quatro disseram ouvir rádio, sendo que dois deles sinalizaram ser esse, o seu predileto. Também é interessante perceber que, desde os primórdios, o rádio é capaz de emitir mensagens e alcançar todos os consumidores de conteúdo de forma indistinta. Fatos que também explicam a razão desse veículo ter sido tão bem lembrado nesse grupo.

Contudo, apesar de o rádio parecer ser bastante acessível e eficiente às pessoas com deficiência visual, isso não significa, porém, sustentar o estereótipo de que elas não possam se interessar por outros meios de comunicação, inclusive a *internet*; apesar de esta ser em frequência muito superior, desenvolvida para as pessoas que veem e bem pouco adaptada aos sujeitos desprovidos da visão e essa ainda é, portanto, uma realidade que, com urgência, precisa melhorar em todo o mundo contemporâneo.

De acordo com os depoimentos levantados no GF observou-se que o Jornal da Paraíba, mesmo apresentando limitações, possibilitou uma experiência mais confortável no tocante à navegabilidade e aos processos de interação e consumo dos conteúdos pelas pessoas com deficiência visual, quando comparado ao Correio da Paraíba.

Também sugere-se, com base nos resultados apontados, que o aplicativo VDDV seja aperfeiçoado, principalmente quanto à necessidade de uso do *mouse*, a fim de facilitar a acessibilidade desse leitor em potencial.

É importante registrar que, em virtude de algumas questões técnicas de difícil compreensão dos relatórios dos validadores, buscamos apoio no Lavid/UEPB, que através da Mestra Virgínia Campos, nos deu o suporte na interpretação dos dados.

Diante das condições restritivas supramencionadas, entre outras voltadas ao curto tempo para atender toda a demanda do tema em questão, recomenda-se que, para trabalhos futuros, seja disponibilizado um tempo maior, a fim de que esses estudos possam ter continuidade.

Espera-se, portanto, que esse trabalho contribua de forma positiva para reflexão daqueles que fazem webjornalismo, com intuito de melhorar a acessibilidade de pessoas cegas, disponibilizando recursos na web que possam garantir a maior inclusão e participação dessas pessoas à informação plena e de qualidade.

## REFERÊNCIAS

AMENGUAL, Clotilde. Barreiras arquitetônicas. *In: Curso Básico sobre Acessibilidade ao Meio Físico. Anais do VI SIANF*. Brasília: CORDE, 1994, p.34-52.

ANDRADE, Maria Margarete. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**: elaboração de trabalhos na Graduação. São Paulo: Atlas, 2005.

BARBERO, Jesús Martín. **Razón técnica e razón política**: Espacios/tiempos no pensados. *In: Revista ALAIC*. Ano I. Nº 1 Jul/Dez. São Paulo, 2004.

BARBOSA, Suzana. A informação de proximidade no jornalismo *on-line*. *In: Revista Contracampo 7*, Dossiê Tecnologias: Niterói: Instituto de Arte e Comunicação Social; v.7, p.47-64, set/2002.

BARBOSA, Suzana. Bases de dados e Webjornalismo: em busca de novos conceitos. *In: Mesa Novas Tecnologias/Novas Linguagens do 4º Congresso da Sopcom*. Universidade de Aveiro, Santiago – PT. 20 e 21 de Outubro de 2005.

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism** (2000). *In: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/publ9.htm>*.

BORGES, J. **Webjornalismo**: política e jornalismo em tempo real. Rio de Janeiro: Apicuri, 2009.

BRAGA, José Luiz. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. *In: XV Encontro da Compós*. UNESP, Bauru, SP, 2006, 15p.

BRASIL. **Lei nº 10.098** de 19 de dezembro de 2000 - Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências.

CANAVILHAS, José Manuel Messias. **Webjornalismo**: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web. Portugal, Universidade da Beira Interior, 2001. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 25 de julho de 2014.

CANAVILHAS, João. **Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna**, diciembre 2012. ISBN-13: 978-84-15698-06-7 / D.L.: TF-969-2012 Página 1. Actas on-line: [http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012\\_actas.html](http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas.html). Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada. (Universidade da Beira Interior – Portugal).

CANDEIAS, Cláudia Vargas. **Medias na Internet: À Distância de Muitos Cliques” (in) Luís Braille, Revista Especializada para a área da Deficiência Visual**, Acapo, Lisboa, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. Vol 1. A Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a *internet*, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CONDORCET, Bernard (2006). Disponível em:  
<[http://intervox.nce.ufrj.br/~bernard/VI\\_encontro/4\\_ACESSI.TXT](http://intervox.nce.ufrj.br/~bernard/VI_encontro/4_ACESSI.TXT)>. Acesso em: 14 de agosto de 2014.

COSTA, Maria Eugênia Belckzak. Grupo Focal. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. **Midiatização - prática social, prática de sentido**. Paper Compós. Bauru, 2006.

FAUSTO NETO, A. Ombudsman: a interrupção de uma fala transversal. In: **Revisa Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 19, p. 1-15, jul/dez. 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. Transformações do jornalismo na “sociedade em vias de midiatização”. In: FAUSTO NETO, Antônio; FERNANDES, José David Campos (Orgs). **Interfaces Jornalísticas**: Ambientes, tecnologias e linguagens. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2011, p. 17-33.

FERREIRA, Simone Bacellar Leal; NUNES, Ricardo Rodrigues. **E-Usabilidade**. Rio de Janeiro: LTC, 2008

GOMES, Pedro Gilberto. *O processo de midiatização da sociedade*. Paper PPGCOM Unisinos. São Leopoldo, 2006.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE – Dados do Censo 2010 publicados no Diário Oficial da União em 04/11/2011.

LEMOS, André. (1997) **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais**. In:  
<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>.

MACHADO, Elias; KERBER, Diego; MANINI, Elaine. **O Jornalismo digital no Diário.com.br: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense On-line**. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). São Paulo, 2008.

MARTÍN, Manuel Bueno; RAMIREZ, Francisco Ruiz. Visão Subnormal. In: MARTÍN, Manuel Bueno; BUENO, Salvador Toro (Org). **Deficiência Visual: Aspectos Psicoevolutivos e Educativos**. São Paulo: Santos, 2003. p 27-40.

MCLUHAN, Marshall. O Meio é a mensagem. In: \_\_\_\_\_. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2000, p. 21-37.



MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo online e os espaços do leitor: um estudo e caso do NetEstado**. (Dissertação de Mestrado). UFRGS/PPGCOM, Porto Alegre, 1998.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre o jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (org.) **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**, 3. ed. São Paulo: Contexto, Coleção Comunicação, 2003.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no jornalismo online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999.

PALACIOS, Marcos – **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online**: o lugar da memória – Disponível em:  
<[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003\\_palacios\\_olugardamemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf)>  
Acessado em: 11 de agosto de 2014.

PALACIOS, Marcos. Convergência e memória: jornalismo, contexto e história. **Matrizes**. Ano 4, n. 1. São Paulo, jul/dez. 2010, p. 37-50.

RUEDIGER, Marco Aurélio; RICCIO, Vicente. Grupo Focal: método e análise simbólica da organização e da sociedade. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa Qualitativa em Administração**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

SANTI, Vilso Júnior Chierentin **O processo de apuração no Webjornalismo de quarta geração**. Eco – Pós, v. 12, n.3, Setembro-dezembro 2009, p. 181-194.

SEGATTO, Karine Arminda de Fátima. **Acessibilidade e multimídia no webjornalismo da América do Sul** (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa – PR, 2015.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUSA, Joana Belarmino. **Jornalismo e Acessibilidade: Apontamentos sobre Contratos de Leitura para Efeitos de Reconhecimento de Leitores Especiais de Jornais Online**. In. Anais do 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo. Campo Grande, 2014. Disponível em:  
<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor5/files/2014/07/joanabelarmino.pdf>. Acessado em 09/02/2015.

TAVARES FILHO, J. P. **A interação do idoso com os caixas de auto-atendimento bancário.** [Dissertação de Mestrado] Pós-Graduação em Engenharia de Produção da universidade Federal de Santa Catarina. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/9458.pdf>> Acesso em: 10 julho 2014.

VERÓN, Eliséo. **Esquema para el analisis de la mediatización. Diálogos de la Comunicación.** Lima, n. 48, out. 1997.

W3C. Disponível em: <<http://www.w3c.org>>. Acessado em: 27 de agosto 2014.

## **GLOSSÁRIO**

ABNT – Associação Brasileira de Normas e Técnicas

ALPB – Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba

AM- Amplificação Modulada

CAPS – Centro de Assistência Psicossocial

CBN – Central Brasileira de Notícias

CNN – Coble News Network

E-mag - Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico

GF – Grupo Focal

GJAC – Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Mídia, Acessibilidade e Cidadania - UFPB

HTML – Hypertext Markup Language

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

JPB – Telejornal da TV Paraíba

LOA – Lei Orçamentária Anual

MP3 - MPEG Layer 3

NVDA – Acesso não visual ao ambiente de trabalho

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONU – Organização das Nações Unidas

P – Participantes

PMDB – Partido Municipalista Democrático Brasileiro

STF – Supremo Tribunal Federal

T – Temas/questões

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento

VDDV - Versão Digital para Deficientes Visuais

W3C - World Wide Web Consortium

WAI - Web Accessibility Initiative

WCAG<sub>1</sub> . Web Content Accessibility Guidelines

WCAG<sub>2</sub> . Web Content Accessibility Guidelines

WEB - World Wide Web

# APÊNDICE

## APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO AOS PROFISSIONAIS DO JORNALISMO

1) Há quanto tempo você trabalha na empresa?

Há menos de um ano

Há mais de 2 anos

Há mais três anos

2) Que função você desenvolve na empresa?

Repórter de Jornais *Online*

Desenvolvedor de páginas

Responsável por Jornais *Online*

3) Você sempre desempenhou esta função?

Sim     Não

Se sua resposta foi não, há quanto tempo você desempenha esta função?

---

4) Sua empresa já promoveu alguma capacitação voltada à acessibilidade na web?

Sim     Não

Se sua resposta foi sim, descreva brevemente, como se deu esta formação.

---

---

5) Você conhece as normas internacionais de acessibilidade na web W3C?

Sim  Não.

Se sua resposta foi sim, atribua um valor de 1 a 5 para o seu nível de conhecimento do tema ( ), sendo 1, para nível baixo e 5 para alto.

6) Ao postar um conteúdo na página do seu Jornal, em algum momento você já pensou em um usuário cego?

Sim  Não  Às vezes.

Se sua resposta foi sim, você lembra algum caso em que precisou alterar um conteúdo, a fim de facilitar o acesso de um usuário cego?

7) Você considera o Portal do seu Jornal acessível aos leitores cegos?

Sim  Não

8) Se desejar, acrescente outras informações relacionadas ao tema acessibilidade em seu trabalho.

---

---

# **ANEXOS**

## **Anexo I – RESULTADOS DOS VALIDADORES**

### **Relatórios do *Examinator* - Pontuação geral**

Jornal da Paraíba – Página principal: pontuação ponderada = rodada = 5.5

Jornal da Paraíba – Página da notícia: pontuação ponderada = 5.7

Jornal Correio da Paraíba – Página principal: pontuação ponderada = 5.5

Jornal Correio da Paraíba – Página da notícia: pontuação ponderada = 5.7

### **Avaliação por Pessoas e Limitação (Página principal – Jornal da Paraíba)**

- Limitação Total para ver: Marcar 5.2 (18 ensaios)
- Limitação Grave para ver: Marcar 5.7 (17 ensaios)
- Limitação de movimento dos membros superiores: Marcar 6.5 (13 ensaios)
- Limitação Auditiva: Marcar 5.0 (14 ensaios)
- Limitação relacionada com a idade: Marcar 5.5 (17 ensaios)

(Página da notícia – Jornal da Paraíba)

- Limitação Total para Ver: Marcar 5.2 (18 ensaios)
- Limitação Grave para ver: Marcar 5.8 (16 ensaios)
- Limitação de movimento dos membros superiores: Marcar 6.8 (13 ensaios)
- Limitação Auditiva: Marcar 5.6 (14 ensaios)
- Limitação relacionada com a idade: Marcar 5.6 (16 ensaios)

(Página principal - Correio da Paraíba)

- Limitação Total para Ver: Marcar 4.8 (18 ensaios)
- Limitação Grave para ver: Marcar 5.4 (19 ensaios)
- Limitação de movimento dos membros superiores: Marcar 5.3 (15 ensaios)
- Limitação Auditiva: Marcar 4.6 (16 ensaios)



- Limitação relacionada com a idade: Marcar 5.0 (18 ensaios)  
(Página da Notícia – Correio da Paraíba)
  
- Limitação Total para Ver: Marcar 4.7 (19 ensaios)
- Limitação Grave para ver: Marcar 5.4 (19 ensaios)
- Limitação de movimento dos membros superiores: Marcar 4.9 (15 ensaios)
- Limitação Auditiva: Marcar 4.8 (16 ensaios)
- Limitação relacionada com a idade: Marcar 5.1 (18 ensaios)

### **Quantidade de ocorrências por valor da escala**

Os critérios para selecionar o tipo de testes a ser aplicado em cada caso, é que devem informar se ele tem os seguintes juízos de valor:

- \* Péssimo: 1
- \* Mal: 2 ou 3
- \* Normal: 4 ou 5
- \* Bom 6 ou 7
- \* Muito bom: 8 ou 9
- \* Excelente: 10

**Fonte:** *Examinator*

### **Jornal da Paraíba** (Página principal)

Excelente: 8

Bom: 1

Regular: 1

Mal: 6

Muito mal: 3

### **Lista completa de ocorrências página principal Jornal da Paraíba**

1 - Há 8 *links* cujo conteúdo é uma imagem sem texto alternativo;

- 2 - Há 1 controle de formulário sem etiquetas associadas ou atributo título. Conceito;
- 3 - Há 42 ligações com o mesmo texto, mas diferentes destinos. Conceito;
- 4 - Em 170 casos, o atributo de título de um link se limita a repetir o texto do link. Conceito;
- 5 - Em 1 caso, os títulos não são devidamente alinhados. Conceito;
- 6 - Existem duas tabelas sem células de cabeçalho. Conceito;
- 7 - O primeiro link da página não leva ao conteúdo principal. Conceito;
- 8 - Oito atributos são usados para controlar a apresentação visual. Conceito;
- 9 - Código de linguagem inexistente no atributo Lang. Conceito;
- 10 - Existem dois casos de ligação adjacente com o mesmo recurso;
- 11 - Há oito imagens com atributo alt nulo;
- 12 - Há 1 elemento link para a navegação;
- 13 - São utilizados 68 elementos de cabeçalho;
- 14 - Todas as imagens têm uma alternativa de texto;
- 15 - Há quatro *links* que permitem ignorar blocos de conteúdo;
- 16 - Elemento nenhum é usado para controlar a apresentação visual;
- 17 - Todos os atributos HTML medidos são expressos em valores relativos;
- 18 - A página tem um elemento de título;
- 19 - Todas as formas têm um botão de envio.

### **Jornal da Paraíba (Página da notícia)**

Excelente: 7

Bom: 2

Regular: 1

Mal: 4

Muito mal: 4

### **Lista completa de ocorrências da notícia - Jornal da Paraíba**

- 1 - Há elemento iframe sem título;
- 2 - Não há controle de uma forma sem rótulo associado ou atributo título;
- 3 - Em 163 casos, o atributo de título de um link se limita a repetir o texto do link;

- 4 - Há 36 *links* com o mesmo texto, mas diferentes destinos;
- 5 - Há 2 *links* que contêm apenas uma imagem sem uma alternativa em texto;
- 6 - Em dois casos, os títulos não são devidamente aninhados;
- 7 - O primeiro link da página não leva ao conteúdo principal;
- 8 - Código de linguagem inexistente no atributo Lang;
- 9 - Existem dois casos de ligação adjacente com o mesmo recurso;
- 10 - O título da página contém 94 caracteres;
- 11 - Há duas imagens com o atributo alt nulo;
- 12 - Há 1 elemento link para a navegação;
- 13 - São usados 24 elementos de cabeçalhos;
- 14 - Não se usa atributos para controlar a apresentação visual;
- 15 - Todas as imagens que têm um texto alternativo;
- 16 - Há 2 *links* que permitem ignorar blocos de conteúdo;
- 17 - Não se usa atributos para controlar a apresentação visual;
- 18 - Todas as formas têm um botão de envio.

### **Jornal Correio da Paraíba (Página principal)**

Excelente: 8

Bom: 2

Mal: 5

Muito mal: 5

### **Lista completa de ocorrências página principal Jornal Correio da Paraíba**

- 1 - Há dois elementos do rótulo sem conteúdo de texto;
- 2 - Há 2 etiquetas sem atributo;
- 3 - Há 1 elemento iframe sem título;
- 4 - Não há controle de uma forma sem rótulo associado ou atributo título;
- 5 - Há 37 vínculos com o mesmo texto, mas diferentes destinos;
- 6 - Não há controle de uma forma sem rótulo associado;
- 7 - Em quatro casos, as medições absolutas são usadas para indicar a largura de um elemento;

- 8 - Em um caso, os títulos não são devidamente aninhados;
- 9 - Em 46 casos, o atributo de título de um link se limita a repetir o texto do link;
- 10 - Há um valor repetido nos atributos id;
- 11 - O título da página contém 125 caracteres;
- 12 - Há 4 casos que as regras CSS não especificam as cores do primeiro plano e fundo enquanto;
- 13 - São usados 12 elementos de cabeçalho;
- 14 - Atributos não são usados para controlar a apresentação visual;
- 15- Todas as imagens que têm um texto alternativo;
- 16 - O primeiro link na página leva ao conteúdo principal da página;
- 17 - Há 3 *links* que permitem ignorar blocos de conteúdo;
- 18 - Não são usados elementos para controlar a apresentação visual;
- 19 - O principal idioma do site é identificado com o código "pt-br";
- 20 - Todas as formas têm um botão de envio.

### **Correio da Paraíba (Página da notícia)**

Excelente: 7

Bom: 2

Regular: 1

Mal: 5

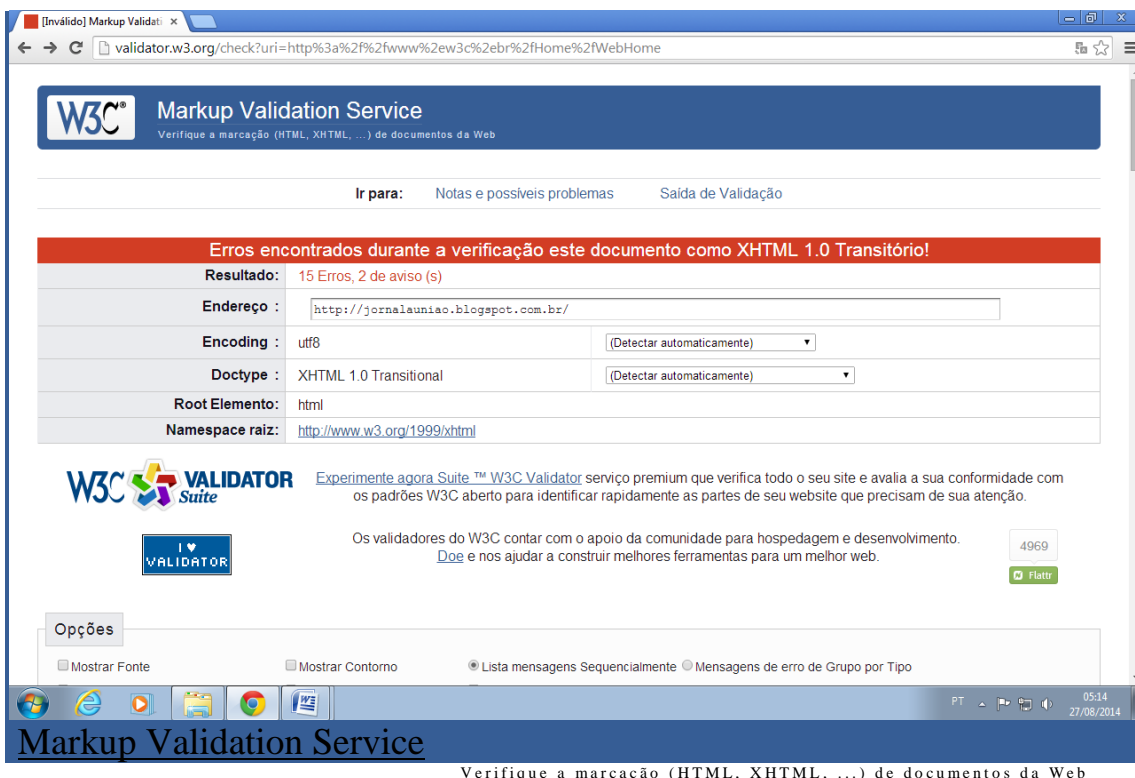
Muito mal: 6

### **Lista completa de ocorrências da notícia - Jornal Correio da Paraíba**

- 1 - Há 2 elementos do rótulo sem conteúdo de texto;
- 2 - Há 2 etiquetas sem atributo;
- 3 - Há 5 controles de formulário sem etiquetas associadas;
- 4 - Há dois elementos iframe sem título;
- 5 - Há 5 controles de formulário sem etiquetas associadas ou atributo título;
- 6 - Há 33 *links* com o mesmo texto, mas diferentes destinos;
- 7 - Em 49 casos, o atributo de título de um link se limita a repetir o texto do link;

- 8 - Em quatro casos, as medições absolutas são usadas para indicar a largura de um elemento;
- 9 - Há um formulário sem botão de envio;
- 10 - Há uma ligação cujo conteúdo é apenas uma imagem sem texto alternativo;
- 11- Há um valor repetido nos atributos id;
- 12 - Há 4 casos que as regras CSS não especificam as cores do primeiro plano e fundo enquanto;
- 13 - título da página contém 103 caracteres;
- 14 - Há uma imagem com o atributo alt nulo;
- 15 - São usados 11 elementos de cabeçalho;
- 16 - Os atributos são usados para controlar a apresentação visual;
- 17 - Todas as imagens têm um texto alternativo;
- 18 - O primeiro link na página ileval ao conteúdo da página principal;
- 19 - Há 3 *links* que permitem ignorar blocos de conteúdo;
- 20 - Elementos não são usados para controlar a apresentação visual;
- 21- O principal idioma do site é identificado com o código "pt - br".

## JORNAL A UNIÃO – VALIDADOR W3C– Jornal A União em, 27.08.14



The screenshot displays the W3C Markup Validation Service interface. The browser address bar shows the URL: `validator.w3.org/check?uri=http%3a%2f%2fwww%2ew3c%2ebr%2fHome%2fWebHome`. The page title is "Markup Validation Service" with the subtitle "Verifique a marcação (HTML, XHTML, ...) de documentos da Web".

Navigation links include "Ir para: Notas e possíveis problemas" and "Saída de Validação".

A red banner indicates: "Erros encontrados durante a verificação este documento como XHTML 1.0 Transitório!".

Validation details:

- Resultado: 15 Erros, 2 de aviso (s)
- Endereço: `http://jornalauniao.blogspot.com.br/`
- Encoding: utf8 (Detectar automaticamente)
- Doctype: XHTML 1.0 Transitional (Detectar automaticamente)
- Root Elemento: html
- Namespace raiz: `http://www.w3.org/1999/xhtml`

Below the details, there is a promotional message for "W3C VALIDATOR Suite" and a "Flatrate" button with the number "4969".

Options (Opções) at the bottom include:

- Mostrar Fonte
- Mostrar Contorno
- Lista mensagens Sequencialmente
- Mensagens de erro de Grupo por Tipo

The footer of the page reads: "Markup Validation Service Verifique a marcação (HTML, XHTML, ...) de documentos da Web". The system tray at the bottom right shows the date "27/08/2014" and time "05:14".

- [Ir para:](#)

- [Notas e possíveis problemas](#)

- [Saída de Validação](#)

Erros encontrados durante a verificação este documento como XHTML 1.0 Transitório!

|                        |   |                      |
|------------------------|---|----------------------|
| <b>Resultado:</b>      | 15 Erros, 2 de aviso (s)  |                      |
| <b>Endereço :</b>      | <input type="text" value="http://www.w3c.br/Home/WebHome"/>             |                      |
| <b>Encoding :</b>      | utf8  | <input type="text"/> |
| <b>Doctype :</b>       | XHTML<br>1.0<br>Transitional  | <input type="text"/> |
| <b>Root Elemento:</b>  | html  |                      |
| <b>Namespace raiz:</b> | <a href="http://www.w3.org/1999/xhtml">http://www.w3.org/1999/xhtml</a> |                      |



Experimente agora Suite™ W3C Validator serviço premium que verifica todo o seu *site* e avalia a sua conformidade com os padrões W3C aberto para identificar rapidamente as partes de seu *website* que precisam de sua atenção.



Os validadores do W3C contar com o apoio da comunidade para hospedagem e desenvolvimento.  
[Doe](#) e nos ajudar a construir melhores ferramentas para um melhor web.

Opções



- Mostrar Fonte
- Mostrar Contorno
- Lista mensagens
- Sequencialmente
- Mensagens de erro de Grupo por Tipo
- Validar páginas de erro
- Saída detalhada
- Limpe Markup com HTML Tidy

[Ajuda](#) sobre as opções estão disponíveis.

Revalidar

## Notas e possíveis problemas

As seguintes observações e advertências destacar falta ou informações conflitantes que causou o validador para executar algumas conjecturas antes da validação, ou outras coisas que afetam a saída abaixo. Se o palpite ou fallback está incorreta, pode tornar os resultados de validação totalmente incoerente. É *altamente recomendado* para verificar esses problemas potenciais, e, se necessário, corrigi-los e voltar a validar o documento.

-  **Codificação de caracteres incompatibilidade!**  
A codificação de caracteres especificada no cabeçalho HTTP ( utf8 ) é diferente do valor do <meta> elemento ( UTF-8 ). Vou usar o valor do cabeçalho HTTP ( utf8 ) para essa validação.
-  **Codificação de caracteres raros ou não registrado detectado**  
A codificação de caracteres declarado para este documento ( utf8 ) é suportado pelo validador, m pode ser amplamente suportado em todas as plataformas.Por uma questão de interoperabilidade, o melhor é usar uma codificação de caracteres Unicode, como UTF-8 , ou uma das codificações de caracteres registrados .  
Mais informações sobre a declaração de uma codificação de caracteres em seu servidor Web ou n documento pode ser encontrado no *site* do W3C Internacionalização.

## Saída de validação: 15 Erros


-  **Linha 187, Coluna 468 : tipo de documento não permite elemento "p" aqui; faltando um dos "objeto", "aplicação", "mapa", "iframe", "button", "ins", "del" start-tag**

Strantes ... Já estão confirmados. <br /> <P > O Evento dEste Ano TEI  
Como Tema o aniv ...



Não é permitido o elemento mencionado a aparecer no contexto em que você colocou; os outros elementos mencionados são os únicos que não são permitidos lá e pode conter o elemento mencionado. Isso pode significar que você precisa de um elemento que contém, ou possivelmente que você esqueceu de fechar um elemento anterior.

Uma causa possível para esta mensagem é que você tentou colocar um elemento nível de bloco (como "<p>" ou "<table>") dentro de um elemento inline (como "<a>", "<span> ", ou "<font>").


-  **Linha 293, Coluna 5 : tag end para o elemento "br", que não está aberto**

</ Br >



O Validador encontrada uma tag final para o elemento anterior, mas esse elemento não está aberto. Isso geralmente é causado por uma tag final sobre de um elemento que foi removido durante a edição, ou por um elemento implicitamente fechado (se você tiver um erro relacionado a um elemento que está sendo utilizado onde não é permitido, isso é quase certamente o caso). Neste último caso, este erro irá desaparecer assim que resolver o problema original.

Se esse erro ocorreu em uma seção de script do seu documento, você deve ler esta entrada FAQ .


3.  **Linha 295, Coluna 5 : tag end para o elemento "br", que não está aberto**

```
</ Br >
```



O Validador encontrada uma tag final para o elemento anterior, mas esse elemento não está aberto. Isso geralmente é causado por uma tag final sobra de um elemento que foi removido durante a edição, ou por um elemento implicitamente fechado (se você tiver um erro relacionado a um elemento que está sendo utilizado onde não é permitido, isso é quase certamente o caso). Neste último caso, este erro irá desaparecer assim que resolver o problema original.

Se esse erro ocorreu em uma seção de script do seu documento, você deve ler esta [entrada FAQ](#).


4.  **Linha 296, Coluna 5 : tag end para o elemento "br", que não está aberto**

```
</ Br >
```



O Validador encontrada uma tag final para o elemento anterior, mas esse elemento não está aberto. Isso geralmente é causado por uma tag final sobra de um elemento que foi removido durante a edição, ou por um elemento implicitamente fechado (se você tiver um erro relacionado a um elemento que está sendo utilizado onde não é permitido, isso é quase certamente o caso). Neste último caso, este erro irá desaparecer assim que resolver o problema original.


Se esse erro ocorreu em uma seção de script do seu documento, você deve ler esta [entrada FAQ](#).

5.  **Linha 297, Coluna 187 : tag end para "img" omitido, mas OMITTAG NÃO foi especificado**

```
... S / concurso2.jpg "alt =" 2º Concurso de Aplicativos do Ministério da  
Justiça "> </ a >
```



Você pode ter esquecido de fechar um elemento, ou talvez você quis dizer com "auto-fechar" um elemento, ou seja, terminando com "/>" em vez de ">".

6.  **Linha 297, Coluna 54 : tag de início estava aqui**

```
... / Www.w3c.br / Home / ConcursoAplicativos "> < img src =  
"http://www.w3c.br/pub/Home/Con...
```

7.  **Linha 313, Coluna 26 : tipo de documento não permite elemento "div" aqui; assumindo faltando "li" start-tag**



```
<Div class = "headlinesRss" > <li> </ li>
```



8. **Linha 313, Coluna 31 : tipo de documento não permite elemento "li" aqui; faltando um "menu" "ul", "ol", "dir" start-tag**

```
<Div class = "headlinesRss"> <li > </ li>
```



Não é permitido o elemento mencionado a aparecer no contexto em que você colocou; os outros elementos mencionados são os únicos que não são permitidos lá e pode conter o elemento mencionado. Isso pode significar que você precisa de um elemento que contém, ou possivelmente que você esqueceu de fechar um elemento anterior.

Uma causa possível para esta mensagem é que você tentou colocar um elemento nível de bloco (como "<p>" ou "<table>") dentro de um elemento inline (como "<a>", "<span> ", ou "<font>").



9. **Linha 314, Coluna 19 : tipo de documento não permite elemento "li" aqui; faltando um dos "menu" "ul", "ol", "dir" start-tag**

```
<Li class = "hentry" > <p class = "entry-title"> <a href =  
"http://blog.w3c.br/dados/" c ...
```



Não é permitido o elemento mencionado a aparecer no contexto em que você colocou; os outros elementos mencionados são os únicos que não são permitidos lá e pode conter o elemento mencionado. Isso pode significar que você precisa de um elemento que contém, ou possivelmente que você esqueceu de fechar um elemento anterior.

Uma causa possível para esta mensagem é que você tentou colocar um elemento nível de bloco (como "<p>" ou "<table>") dentro de um elemento inline (como "<a>", "<span> ", ou "<font>").



10. **Linha 315, Coluna 19 : tipo de documento não permite elemento "li" aqui; faltando um dos "menu" "ul", "ol", "dir" start-tag**

```
<Li class = "hentry" > <p class = "entry-title"> <a href =  
"http://blog.w3c.br/homenagem...
```



Não é permitido o elemento mencionado a aparecer no contexto em que você colocou; os outros elementos mencionados são os únicos que não são permitidos lá e pode conter o elemento mencionado. Isso pode significar que você precisa de um elemento que contém, ou possivelmente que você esqueceu de fechar um elemento anterior.

Uma causa possível para esta mensagem é que você tentou colocar um elemento nível de bloco (como "<p>" ou "<table>") dentro de um elemento inline (como "<a>", "<span> ", ou "<font>").



11. **Linha 316, Coluna 19 : tipo de documento não permite elemento "li" aqui; faltando um dos "menu" "ul", "ol", "dir" start-tag**

```
<Li class = "hentry" > <p class = "entry-title"> <a href =  
"http://blog.w3c.br/vamos-pub...
```



Não é permitido o elemento mencionado a aparecer no contexto em que você colocou; os outros elementos mencionados são os únicos que não são permitidos lá e pode conter o elemento mencionado. Isso pode significar que você precisa de um elemento que contém, ou possivelmente que você esqueceu de fechar um elemento anterior.

Uma causa possível para esta mensagem é que você tentou colocar um elemento nível de bloco (como "<p>" ou "<table>") dentro de um elemento inline (como "<a>", "<span> ", ou "<font>").



12. **Linha 317, Coluna 19 : tipo de documento não permite elemento "li" aqui; faltando u "menu" "ul", "ol", "dir" start-tag**

```
<Li class = "hentry" > <p class = "entry-title"> <a href =  
"http://blog.w3c.br/vamos-fal...
```



Não é permitido o elemento mencionado a aparecer no contexto em que você colocou; os outros elementos mencionados são os únicos que não são permitidos lá e pode conter o elemento mencionado. Isso pode significar que você precisa de um elemento que contém, ou possivelmente que você esqueceu de fechar um elemento anterior.

Uma causa possível para esta mensagem é que você tentou colocar um elemento nível de bloco (como "<p>" ou "<table>") dentro de um elemento inline (como "<a>", "<span> ", ou "<font>").



13. **Linha 319, Coluna 5 : tag end para "li" omitido, mas OMITTAG NÃO foi especificado**

```
</ UI > </ div>
```



Você pode ter esquecido de fechar um elemento, ou talvez você quis dizer com "auto-fechar" um elemento, ou seja, terminando com "/>" em vez de ">".



14. **Linha 313, coluna 1 : tag de início estava aqui**

```
< div class = "headlinesRss"> <li> </ li>
```



15. **Linha 385, Coluna 3 : tipo de documento não permite elemento "p" aqui**

```
<P > </ p>
```




O elemento acima mencionado foi encontrado em um contexto em que não é permitido. Isso pode significar que você tem elementos incorretamente aninhados - como um elemento de "estilo" na seção "corpo" em vez de "cabeça" no interior - ou dois elementos que se sobrepõem (o que não é permitido).

Uma causa comum para este erro é o uso de sintaxe XHTML em documentos HTML. Devido às regras do HTML de elementos implicitamente fechados, este erro pode criar efeitos em cascata. Por exemplo, usando tags "auto-fechamento" do XHTML para "*link*" na seção "cabeça" de um documento HTML "meta" e pode fazer com que o analisador para inferir o fim da seção "cabeça" eo início do "corpo" seção (onde o "*link*" e "meta" não são permitidos, daí o erro reportado).

16.  **Linha 386, Coluna 3 : "DOCTYPE" declaração não é permitido em instância**

```
<! DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//PT" "http://www.w3.o...
```

17.  **Linha 386, Coluna 194 : Tipo de documento não permitir elemento "html" aqui**

```
.dtd ... "> <Html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="pt-BR" lang="pt-BR" >
```



O elemento acima mencionado foi encontrado em um contexto em que não é permitido. Isso pode significar que você tem elementos incorretamente aninhados - como um elemento de "estilo" na seção "corpo" em vez de "cabeça" no interior - ou dois elementos que se sobrepõem (o que não é permitido).

Uma causa comum para este erro é o uso de sintaxe XHTML em documentos HTML. Devido às regras do HTML de elementos implicitamente fechados, este erro pode criar efeitos em cascata. Por exemplo, usando tags "auto-fechamento" do XHTML para "*link*" na seção "cabeça" de um documento HTML "meta" e pode fazer com que o analisador para inferir o fim da seção "cabeça" eo início do "corpo" seção (onde o "*link*" e "meta" não são permitidos, daí o erro reportado).

[↑ TOP](#)

- [Início](#)

- [Sobre ...](#)

- [Notícias](#)

- [Docs](#)

- [Ajuda & FAQ](#)

- [Qualificações](#)

- [Contribuir](#)



Esse serviço é executado o W3C Markup Validator, [v.1.3](#) .

COPYRIGHT © 1994-2012 W3C ® ( MIT , ERCIM , KEIO ), TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. W3C RESPONSABILIDADE , DE MARCAS , USO DE DOCUMENTOS E LICENÇA DE SOFTWARE

**ANEXO II** – Imagem: Capa Jornal da Paraíba – **Resultados do *Examinator***.

## Informe



URI: <http://www.jornaldaparaiba.com.br/>

Título: Jornal da Paraíba - O portal de notícias da Paraíba

Elementos: 944

Tamaño: 14.9 KB (15294 bytes)

Fecha/Hora: 20/01/2015 - 12:50 GMT

Los resultados de la validación (X)HTML no están incluidos.

### Resultados generales de 19 pruebas:

[Excelente \(8\)](#) [Bien \(1\)](#) [Regular \(1\)](#) [Mal \(6\)](#) [Muy mal \(3\)](#) [Tablero](#)

---

Hay 8 imágenes con el atributo alt nulo

6

C9: Usar CSS para incluir imágenes decorativas

Imágenes: 38

Imágenes con alt nulo: 8

Se identifica el idioma principal de la página con el código "pt-BR"

10

H57: Usar atributos de idioma en el elemento html

Idioma principal de la página: pt-BR

---

La página tiene un elemento title

10

H25: Proporcionar un título usando el elemento title

Título de la página: Login de Usuário - Jornal da Paraíba

---

Todas las medidas en las CSS están expresadas con valores relativos

10

C24: Usar porcentajes en los valores de la CSS para definir el tamaño de los contenedores

Medidas expresadas con valores relativos en CSS: 1 🔍

---

La página tiene un elemento title

10

H25: Proporcionar un título usando el elemento title

Título de la página: Login de Usuário - Jornal da Paraíba

---

Todas las medidas en las CSS están expresadas con valores relativos

10

C24: Usar porcentajes en los valores de la CSS para definir el tamaño de los contenedores

Medidas expresadas con valores relativos en CSS: 1 🔍

---

Recursos relacionados que también deben evaluarse

Iframe

[https://login.jornaldaparaiba.com.br/module.php/aics/barra/barra\\_superior.html](https://login.jornaldaparaiba.com.br/module.php/aics/barra/barra_superior.html)

Imagem: Capa Jornal Correio da Paraíba – resultados do *Examinator*.

## Informe



URI: <http://portalcorreio.uol.com.br/noticias/>

Título: Notícias - Notícias, Política, Esportes, Entretenimento, Promoções e todas as Informações sobre a Paraíba, o Brasil e o mundo

Elementos: 466

Tamaño: 11.6 KB (11917 bytes)

Fecha/Hora: 20/01/2015 - 13:14 GMT

Los resultados de la validación (X)HTML no están incluidos.

### Resultados generales de 20 pruebas:

[Excelente \(8\)](#) [Regular \(2\)](#) [Mal \(5\)](#) [Muy mal \(5\)](#) [Tablero](#)

#### Se usan 12 elementos de encabezado

10

G141: Organizar una página usando encabezados

Encabezados (h1~h6): 12

#### No se usan atributos para controlar la presentación visual

10

G140: Separar la información y la estructura en la presentación para permitir presentaciones diferentes

Atributos para controlar el estilo visual de la presentación: 0

#### Todas las imágenes tienen una alternativa textual

10

H37: Usar atributos alt en los elementos img

Imágenes: 24

Imágenes sin alt: 0

#### El primer enlace de la página lleva al contenido principal de la página

10

G1: Agregar un enlace al principio de cada página que lleve directamente al área de contenido principal

Enlaces: 124

Enlace para saltar al contenido principal: 1

## Hay 3 enlaces que permiten saltar bloques de contenido

10

G123: Agregar un enlace al principio de un bloque de contenido repetitivo que dirija al final del bloque

Enlaces: 124

Enlaces para saltar bloques de contenido: 3

## No se usan elementos para controlar la presentación visual

10

G115: Usar elementos semánticos para marcar la estructura

Elementos para controlar el estilo visual de la presentación: 0

## Se identifica el idioma principal de la página con el código "pt-br"

10

H57: Usar atributos de idioma en el elemento html

Idioma principal de la página: pt-br

## Todos los formularios tienen un botón de envío

10

H32: Proporcionar botones de envío

Formularios: 1

Formularios sin botón de envío: 0

## Recursos relacionados que también deben evaluarse

Iframe

[http://portalcorreio.uel.com.br/www.facebook.com/plugins/likebox.php?href=https://www.facebook.com/portalcorreio&width=237&height=335&colorscheme=light&show\\_faces=true&border\\_color&stream=false&header=false](http://portalcorreio.uel.com.br/www.facebook.com/plugins/likebox.php?href=https://www.facebook.com/portalcorreio&width=237&height=335&colorscheme=light&show_faces=true&border_color&stream=false&header=false)



REEMPLAR DO ASSINANTE

# Alta de tributos deve elevar preço da gasolina

Pacote anunciado pelo Ministério da Fazenda altera alíquotas do PIS/Cofins, Cide e IOF. Preço do combustível pode subir R\$ 0,22 [Economia 1](#)

# Jornal da Paraíba

R\$ 1,50

TERÇA PARAÍBA, 20, JANEIRO, 2015 ANO 44 • Nº 12.555 [jornaldaparaiba.com.br](http://jornaldaparaiba.com.br)

# Governo corta R\$ 80 mi no orçamento da saúde

Verba foi remanejada para Tribunal de Justiça e Ministério Público. Hospitais de Emergência e Trauma da capital e de CG foram atingidos [Página 3](#)

**FEDERAL**  
**Hospital Universitário vai convocar mais de 970 aprovados**  
Superintendente do HULW, Arnaldo Medeiros, confirmou que as primeiras chamadas acontecem até quarta. [Página 7](#)

**SALÁRIO**  
**Prefeitos driblam crise e fixam piso acima do mínimo**  
[Página 4](#)

**HOUE REDUÇÃO**  
**ONG registra mais de 70 casos de estupro na Paraíba**  
[Cidades 1 e 2](#)



AUDIÊNCIA PÚBLICA. Secretário de Planejamento, Gestão e Finanças, Tarcio Pessoa, garante que serão feitas recomposições no orçamento da SES ao longo deste ano



JOÃO PESSOA. Passageiros reclamam de ônibus que circulam sem cobradores [Página 8](#)



ASSALTO FRUSTRADO. Grupo composto por 10 homens tenta explodir caixa eletrônico do Banco do Brasil, em Campina, desiste e abandona dinamite [Cidades 3](#)



American Horror Story ambienta sua 4ª temporada no mundo do freak show e seus personagens estranhos [VideoArte 1](#)



PARA AGRADECIMENTOS NÃO HÁ CONTRA INDICAÇÕES. OBRIGADO POR SEMPRE CUIDAR DE NOSSA SAÚDE  
20 DE JANEIRO - DIA DO FARMACÊUTICO



FARMÁCIA **Dias**  
A farmácia da família

CAMPINA GRANDE 33106000  
JOÃO PESSOA 32196000



ANEXO IV – CAPA DO CORREIO DA PARAÍBA ANALISADA POR VALIDADORES

# CORREIO DA PARAÍBA

TERÇA-FEIRA, 20 DE JANEIRO DE 2015

Jornalismo com ética e paixão Fundador: Teotônio Neto \* Ano: LXI \* Nº 169 \* www.correiodaparaiba.com.br

R\$ 1,50

**MÚSICA**  
Grupo Semente  
lança 1º CD,  
com sambas  
Pág. C-3



**MIX**  
93.7 FM  
SÓ UM PESSOAL

Mix comemora  
10 anos de  
SUCESSO Pág. A-11



**MAIS PERTO DA TERRA**  
Nasa descobre planeta que pode ter sinais efetivos de vida Pág. A-7

**CONCURSO**  
HU convoca  
150 classificados;  
posse será dia 2  
Pág. A-10

## MEDIDAS PARA CONTER CONSUMO

# Pacote eleva gasolina e dobra IOF de crédito



WILSON DIAS/AGÊNCIA BRASIL

Joaquim Levy (Fazenda), com Jorge Rachid (Receita Federal), disse que o Governo espera arrecadar R\$ 20,3 bi com impostos

O Governo anunciou que irá aumentar o PIS/Cofins e a Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (Cide), elevando em R\$ 0,22 o preço da gasolina. A alíquota do IOF passará de 1,5% para 3%. Com as mudanças, o Governo espera arrecadar R\$ 20,3 bilhões a mais. Pág. A-8

## ONS manda cortar energia e causa apagão em 11 Estados

### PB perde R\$ 522 mi do FPE em três anos

De 2012 a 2014, a Paraíba deixou de receber R\$ 522 milhões previstos no Fundo de Participação dos Estados (FPE), devido a quedas nos repasses. Com o dinheiro escasso e a piora da seca, municípios paraibanos perderam R\$ 3 bilhões de FPM. A Famup recomenda aos gestores que façam cortes. Pág. A-3

**ASSEMBLEIA**  
PSDB oferece apoio por vaga na Mesa Diretora Pág. A-2



MANOEL PIRES

**ORÇAMENTO** - Secretário Tárcio Pessoa (Planejamento) disse que o Governo pode mudar LÔA. Pág. A-4



MANOEL PIRES

Lucas criou portal que mostra notas de corte e ajuda alunos

**Candidato de Patos tira nota 1000 na redação** Pág. A-12

*Sisu inscreve 42,7 mil; site ajuda aluno a escolher curso*

No primeiro dia de inscrições do Sisu, a Paraíba registrou 42,7 mil inscrições para as 15.121 vagas nas universidades públicas. O prazo acaba quinta-feira. Para ajudar alunos na escolha de cursos, um estudante de Computação criou site com as notas de corte dos últimos três anos. Págs. A-12, B-1 e 2



**43 ANOS**  
de uma história de orgulho e dedicação à vida.  
Unimed PB



**SALÃO IMOBILIÁRIO**  
Realize seu maior sonho  
HOJE, DAS 10h ÀS 22h.



**Verão 2015**  
Conte com a gente!  
AETC