

E-BOOK

# 9 LIÇÕES SOBRE BOAS PRÁTICAS DE **ACESSIBILIDADE** **DIGITAL EM WEBSITES**

*(com base no WCAG 2.1 AA)*

*Em parceria com* **Coca-Cola**

The background is a solid blue color with a subtle, repeating pattern of hexagons in a slightly darker shade of blue. On the left side, there is a white rounded rectangle. The text "Acessibilidade Digital" is written in white, bold, sans-serif font, positioned to the right of the white rectangle.

# **Acessibilidade Digital**



## O que é acessibilidade digital?

A acessibilidade digital é compreendida como uma série de recursos e ferramentas que possibilitam melhor navegação, interação e experiência de usuários com alguma deficiência ou limitação.

Sem os recursos acessíveis, esses usuários não conseguem navegar com autonomia pela web e encontram barreiras para consumir os conteúdos digitais, necessitando da ajuda de terceiros para executar essas tarefas.

*“O poder da web está em sua universalidade. O acesso para todos, independente da deficiência, é um aspecto essencial.”*

**Tim Berners-Lee**, Diretor da W3C  
e inventor da World WideWeb

# Sumário:

|           |                                |           |
|-----------|--------------------------------|-----------|
| <b>1.</b> | <b>Acessibilidade digital</b>  | <b>04</b> |
| <b>2.</b> | <b>Vantagens da ferramenta</b> | <b>09</b> |
| <b>3.</b> | <b>Diretrizes do WCAG</b>      | <b>11</b> |
| <b>4.</b> | <b>Boas práticas</b>           | <b>15</b> |
| <b>5.</b> | <b>Time EqualWeb Brasil</b>    | <b>28</b> |
| <b>6.</b> | <b>Referências</b>             | <b>31</b> |
| <b>7.</b> | <b>Entre em contato</b>        | <b>33</b> |

# Acessibilidade digital é lei



No dia 06 de julho de 2015 foi sancionada a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146, art. 63).

Segundo o **art. 63 da LBI**:

*“É obrigatória a acessibilidade nos sítios da internet mantidos por empresas com sede ou representação comercial no País ou por órgãos de governo, para uso da pessoa com deficiência, garantindo-lhe acesso às informações disponíveis, conforme as melhores práticas e diretrizes de acessibilidade adotadas internacionalmente.”*





## Conteúdo acessível

*by design ou automático?*

Existem dois caminhos para tornar o conteúdo acessível. Há diferenças entre a acessibilidade digital by design e a acessibilidade através de uma ferramenta automática.

Com a ferramenta automática, toda nova página se torna acessível imediatamente, quando instalada no CMS ou clicando e colando o código da EqualWeb nas novas páginas desejadas.

Assim, sua empresa não precisará arcar com os custos dos profissionais que constroem o site manualmente by design, ou com a manutenção dos recursos no site e a inclusão de novas páginas. Com a ferramenta EqualWeb, toda nova atualização é feita automaticamente e de forma fácil e prática.



## Desafios para tornar um site acessível

- ✓ Difícil adequação à LBI (*Lei Brasileira de Inclusão*)
- ✓ Falta de profissionais especializados
- ✓ Projeto de alto investimento
- ✓ Elevada dedicação de tempo
- ✓ Manutenção e atualização constantes





## **Vantagens da ferramenta**

## *Vantagens da* **ferramenta Equalweb**

- ✓ Melhoria no SEO e no ranqueamento nas ferramentas de busca
- ✓ Fácil navegação para um público mais amplo e diversificado
- ✓ Melhor conversão do website: maior público e maior receita
- ✓ Maior tempo médio de visualização das páginas
- ✓ Manutenção simples e ágil do website
- ✓ Compatibilidade com todos os dispositivos móveis e plataformas de desenvolvimento
- ✓ Tecnologia israelense com uso de Inteligência Artificial

The background is a solid teal color with a subtle pattern of overlapping hexagons in a slightly darker shade. On the left side, there is a white rounded rectangle.

# **Diretrizes do WCAG**

## Diretrizes do WCAG

E para tornar o site acessível a todas as pessoas, é preciso seguir as diretrizes da Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), documento que informa as recomendações de acessibilidade digital, determinadas pelo W3C.

O W3C é o consórcio internacional formado por 450 membros - empresas, órgãos governamentais e organizações independentes - com a finalidade de estabelecer padrões para a criação e a interpretação de conteúdos para a Web.



#PraCegoVer

Ilustração de uma prancheta com informações enumeradas de 1 a 3 em lista com o título “Regras”. Há três pessoas na imagem. Uma mulher com um laptop no colo, outra mulher apontando para a prancheta e um homem com uma lupa apontada para as informações.



## Diretrizes do WCAG

O WCAG, por sua vez, é o documento que define as diretrizes globais de acessibilidade digital a serem seguidas pelos sites para que o conteúdo seja acessível a todas as pessoas.

A primeira versão, 2.0, foi implementada em 1999 e a versão atual, 2.1, disponibilizada em junho de 2018. Em 2021, uma nova revisão normativa, a versão 2.2, está para ser liberada, e contará com novos 8 suportes adicionais, totalizando 58 critérios.

Seguir essas recomendações é muito importante para que o seu site seja acessível a todos os cidadãos. Se essas recomendações não forem implementadas, pessoas com deficiência apresentarão dificuldade em usar plenamente a internet.



## Diretrizes do WCAG

Segundo o conjunto de regras da WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), há quatro princípios básicos que definem um site acessível:

1

### Perceptível:

As informações e os componentes da interface devem ser percebidos por todos os usuários.

3

### Operável:

Os componentes de interface de usuário e a navegação devem ser operáveis.

2

### Compreensível:

A informação e a operação da interface de usuário devem ser compreensíveis.

4

### Robusto:

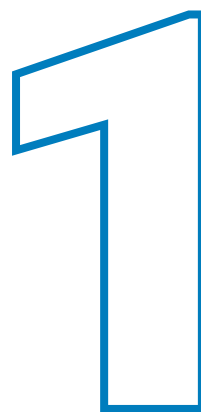
O conteúdo deve ser robusto o suficiente para poder ser interpretado de forma confiável pelos usuários.

The background is a solid blue color. On the left side, there is a white rounded rectangle. To the right of this rectangle, the text "Boas Práticas" is written in white. The background also features a subtle pattern of hexagons in a lighter shade of blue, creating a 3D effect.

# **Boas Práticas**



## Dicas para escrever *conteúdos em texto*

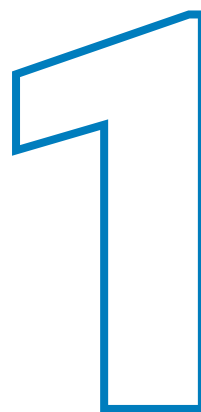


1. Use uma linguagem simples, direta e de fácil compreensão;
2. Utilize frases (de no máximo 35 palavras) e parágrafos curtos;
3. Preste atenção na formatação dos textos. Em muitos casos, a fonte escolhida (ex: *itálico*) ou a maneira de destacar uma informação (como LETRAS MAIÚSCULAS) podem dificultar a leitura;
4. Não justifique o seu texto. Ao fazer isso, criam-se espaços desiguais entre as palavras, dificultando a leitura. Priorize, portanto, o texto justificado à esquerda para garantir a legibilidade do conteúdo;





## Dicas para escrever *conteúdos em texto*



5. Use corretamente a gramática, a ortografia e a pontuação;
6. Evite palavras difíceis ou ambíguas. E caso haja um termo técnico, explique o significado;
7. Leve em consideração o tamanho dos elementos e da fonte;
8. Preste atenção na hierarquia dos títulos e subtítulos. O título H1 deve conter a informação mais relevante e ser seguido pelos títulos H2, H3 e assim por diante. Isso ajuda a organizar o conteúdo;
9. Evite o uso de jargões, metáforas, figuras de linguagem e abreviações sem explicações; Não faça uso de fontes serifadas, cursivas ou fantasia. Elas podem ser estilizadas, mas dificultam a leitura;

## Dicas para escrever conteúdos em texto

# 1

**10.** Não utilize cores ou estilos de fonte para enfatizar algum conteúdo importante. Quando precisar destacar alguma informação, use ponto de exclamação (!) para dar entonação, sublinhe ou deixe em **negrito**;



#PraCegoVer

Ilustração de um computador destacando a formatação de um texto. Três pessoas, uma delas apoiada ao lado direito da tela do laptop, outro mostrando o texto e a terceira com um braço aberto e outro segurando um lápis.



## Como usar os links?

# 2

1. Não diferencie os **links** por cor, pois usuários daltônicos podem não percebê-los e não captarão a informação.
2. Utilize um texto sublinhado ou em **negrito** para representar um link. Isso fará com que eles sejam facilmente identificados.
3. Crie links reconhecíveis, descritivos e contextualizados. Cada link deve descrever o que o usuário encontrará ao clicar nele.
4. Evite usar “Clique aqui”, “Saiba mais”, “Veja mais”. Opte por: “Acesse o site (x)”, “Saiba mais no portal (x)”, “Para conferir fotos do evento, clique aqui”. As ferramentas leem o texto do link exatamente como está escrito. Sendo assim, os usuários precisam entender para onde vai o link e qual é o contexto.



## Use **descrição** em todos os conteúdos não textuais

# 3

Todo conteúdo digital não textual deve conter descrição: fotos, ilustrações, tabelas, gráficos, gifs, organogramas, infográfico etc.

1. Descreva de forma clara e objetiva
2. Na descrição de imagens, não esqueça de descrever as cores, o fundo, e todos os elementos visuais que aparecerem na imagem;
3. Para fazer a descrição correta, siga a ordem: formato + sujeito + paisagem + contexto + ação.
4. Evite o uso de adjetivos que façam juízo de valor (bonito, bela, feio, bom, mau etc.);
5. A descrição da imagem pode ser informada no próprio texto ou por meio de um atributo ALT.

## Use descrição em todos os conteúdos não textuais

# 3

**6.** Se uma imagem não transmitir conteúdo ou se o conteúdo da imagem for transmitido em outro lugar (como em uma legenda ou texto próximo), a imagem deve ter um texto alternativo vazio / nulo (alt = "") para garantir que seja ignorado por um leitor de tela.



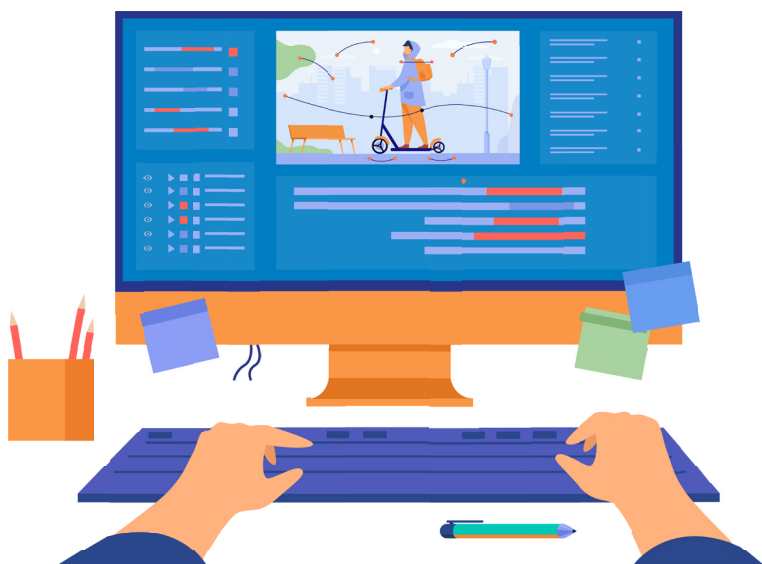
#PraCegoVer

Ilustração de um computador com tela azul, onde aparece uma seta amarela posicionada para cima e imagens em volta.

## Vídeos: audiodescrição, legenda e Libras

# 4

1. Todo conteúdo em vídeo deve possuir versão legendada (para surdos alfabetizados em português);
2. Além das legendas, é crucial que o vídeo tenha, também, janela de Libras (com avatar digital ou Intérprete de Libras), para surdos não alfabetizados em português. Vale lembrar que 80% dos surdos do mundo não compreendem a língua portuguesa escrita.
3. É muito importante também que os vídeos forneçam audiodescrição das informações visuais. Ela deve contextualizar o conteúdo do vídeo sem atrapalhar a compreensão do áudio original;



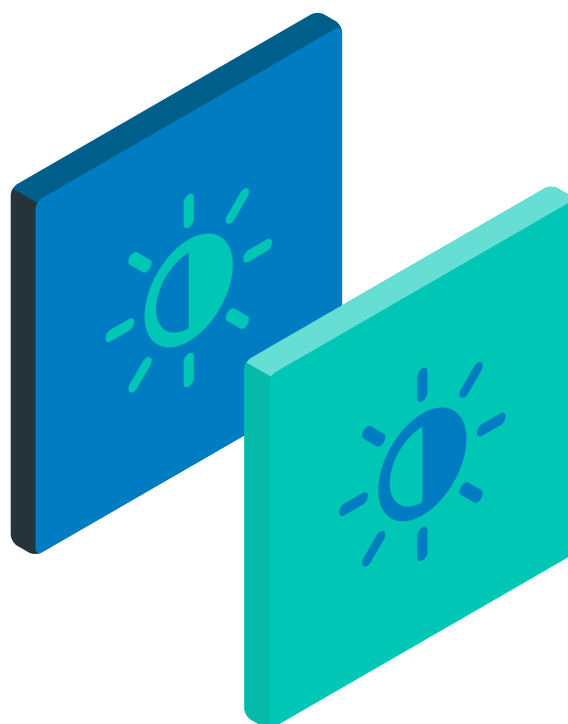
#PraCegoVer  
Ilustração da tela de um computador. Duas mãos posicionadas no teclado editando um vídeo em um programa de edição.

## Contraste

*na medida certa*

5

1. Garanta um bom contraste entre cores e elementos, para facilitar a visualização dos usuários;
2. O ideal é trabalhar com um contraste mínimo de 4.5:1 (ou 3:1 para textos maiores). Usar também o máximo de contraste possível pode atrapalhar o entendimento da informação.
3. Se for possível, aumente a saturação, o brilho e a matiz das cores, para torná-las facilmente identificáveis com as cores ao redor.



#PraCegoVer  
Ilustração de dois quadrados paralelos representando a diferença de constraste.

## Prefira listas e não tabelas!

# 6

- Use listas em vez de tabelas quando puder!
- Tabelas podem ser acessíveis, mas usuários de leitores de tela precisam saber os comandos de tecla avançados para navegar por elas e compreendê-las.
- Contudo, se o conteúdo precisa necessariamente ser apresentado em uma tabela, tente tornar o mais simples possível.
- Tabelas complexas são ruins para leitura, acessibilidade e para dispositivos móveis (ficam desconfiguradas e ruins de ler).

#PraCegoVer  
Ilustração de uma prancheta azul, com informações escritas em lista e checks do lado esquerdo de cada lista.





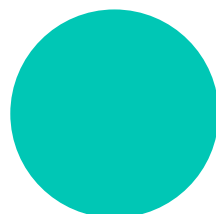
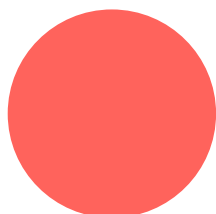
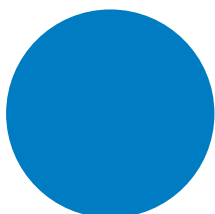


## Não destaque *informações pelas cores*



Não use cores para sinalizar e destacar informações. É importante que as informações principais do site não dependam das cores, pois pode confundir pessoas daltônicas no momento de consumir alguma informação.

Há inúmeras formas de destacar conteúdos importantes. Você pode distinguir os elementos através do tamanho, **espessura** e textura da fonte ou usando símbolos (®) e ícones (Δ).



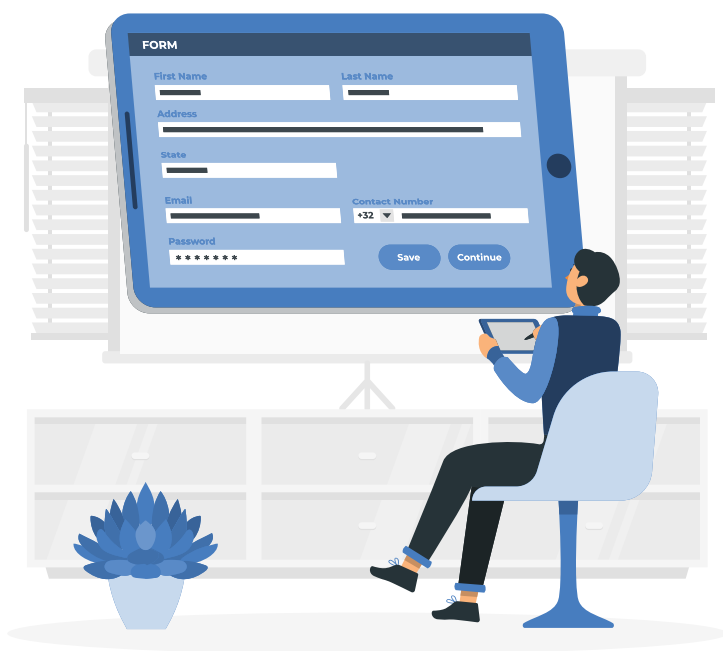
#PraCegoVer

Três círculos preenchidos nas cores azul, laranja e verde respectivamente.

## Estrutura dos formulários

# 8

1. Não diferencie os botões dos formulários por cores. A validação dos campos de formulários geralmente segue o modelo de verde para sucesso e vermelho para erro. Isso, para os daltônicos, é um elemento visual que prejudica o entendimento.
2. Crie áreas de clique maiores nos botões.
3. Indique claramente como e onde preencher os dados.



#PraCegoVer  
Ilustração de um formulário no computador e um homem sentado olhando para a tela e preenchendo cada um dos dados.



## *Elementos com* **movimento**

# 9

Movimentos de tela no seu site podem afetar gravemente a saúde de pessoas suscetíveis a convulsões causadas por efeitos estroboscópicos, cintilantes ou intermitentes, além de causar desvios de atenção para usuários que apresentam capacidade limitada de leitura ou dificuldade de concentração. Sendo assim:

- 1.** Use animações com cuidado.
- 2.** Não utilize elementos que piscam ou que sumam e apareçam rapidamente.
- 3.** Evite mudanças bruscas no escuro para o claro na tela, como luzes estroboscópicas.
- 4.** Assegure-se que a tela trema dentro de uma faixa de segurança, que é considerado de 2 a 60 flashes por segundo.



# **Sobre a EqualWeb**



## Sobre a Equalweb

A EqualWeb é uma solução tecnológica israelense, considerada uma das pioneiras e líderes globais em Acessibilidade Digital para sites de internet. A partir do uso de algoritmos de Inteligência Artificial, torna qualquer website um ambiente acessível para pessoas com necessidades específicas de navegação.

No Brasil, mais de 60 milhões de pessoas precisam de algum recurso para navegar plenamente pelos sites, e a solução da EqualWeb adiciona 31 recursos automaticamente ao site. Tudo em conformidade com a Lei Brasileira de Inclusão (LBI) no que tange a acessibilidade digital.

Há 6 anos no mercado, a solução EqualWeb permite tornar acessível o website de empresas de qualquer porte em poucos minutos, sem necessidade de desenvolvimento de linhas de código e sem interferir na velocidade de carregamento e segurança do website.



## Equipe EqualWeb



**ANDREA SCHWARZ** 

Presidente e Porta-voz da  
EqualWeb e LinkedIn Top Voices  
*Inclusão e diversidade*



**EDMUNDO FORNASARI**  
Head Institucional



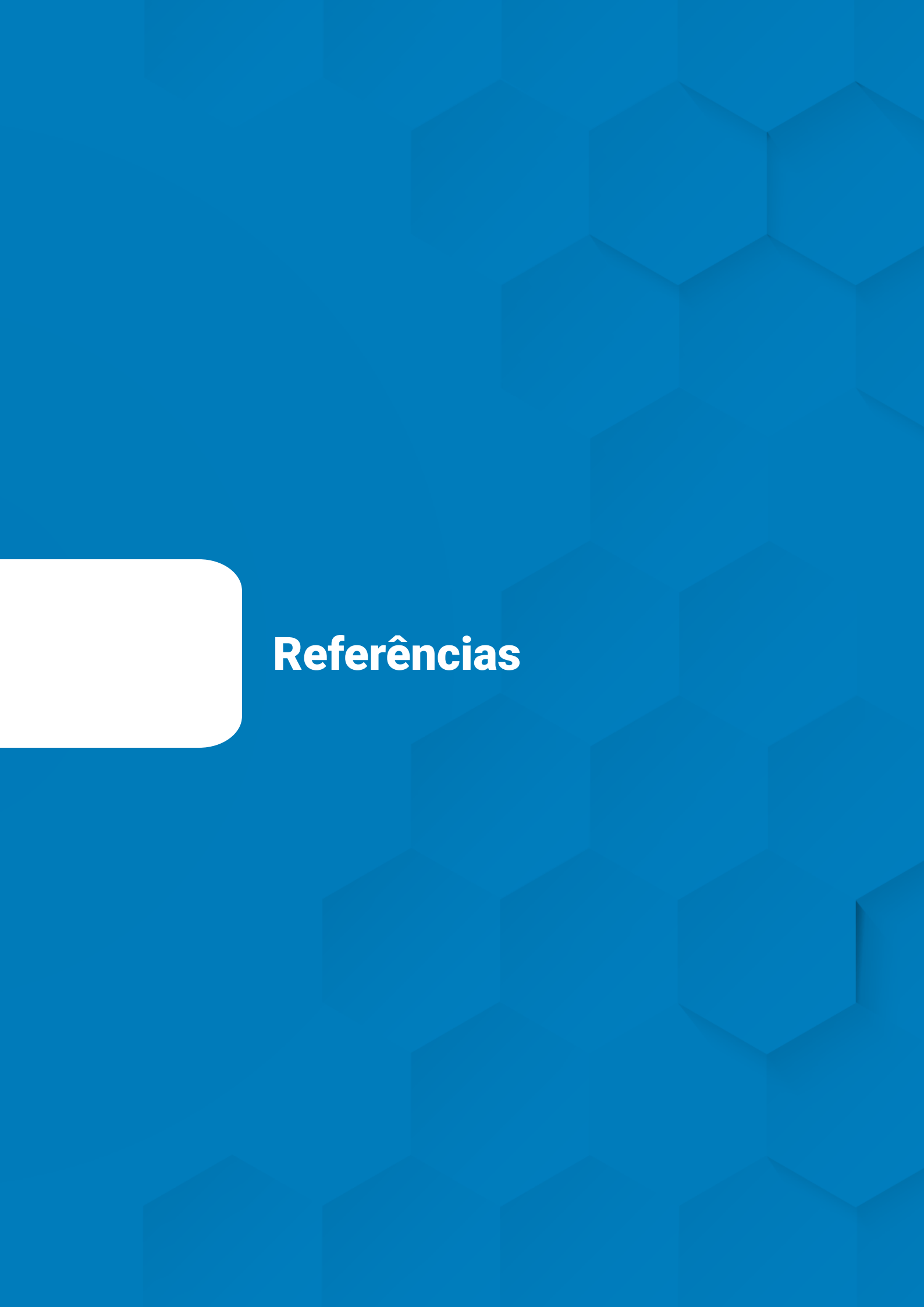
**JAQUES HABER**  
Head Comercial



**MARCELO  
HERSKOVITS**  
Head de Marketing



**RICARDO HECHTMAN**  
Head de Inovação



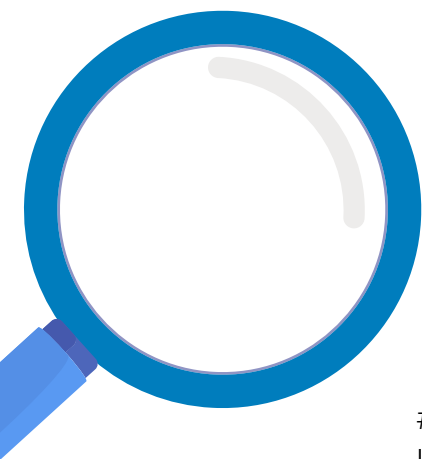
## Referências



## Referências

*clique e confira*

1. [help.blackboard.com](https://help.blackboard.com)
2. [w3c.br](https://www.w3c.br)
3. [medium.com](https://medium.com)
4. [mwpt.com.br](https://mwpt.com.br)
5. [mwpt.com.br](https://mwpt.com.br)
6. [resultadosdigitais.com.br](https://resultadosdigitais.com.br)



#PraCegoVer  
Ilustração de uma lupa.





The background is a solid teal color with a subtle, repeating pattern of hexagons in a slightly darker shade. On the left side, there is a white rounded rectangle. The text "Entre em contato" is positioned to the right of this rectangle.

**Entre em  
contato**



## Entre em contato



**JAQUES HABER**  
(011) 99982 0883



**RICARDO HECHTMAN**  
(021) 99506 0993



contato@equalweb.com.br



linkedin.com/company/equalweb/

