



Sorry for my bad english...

Hello people,

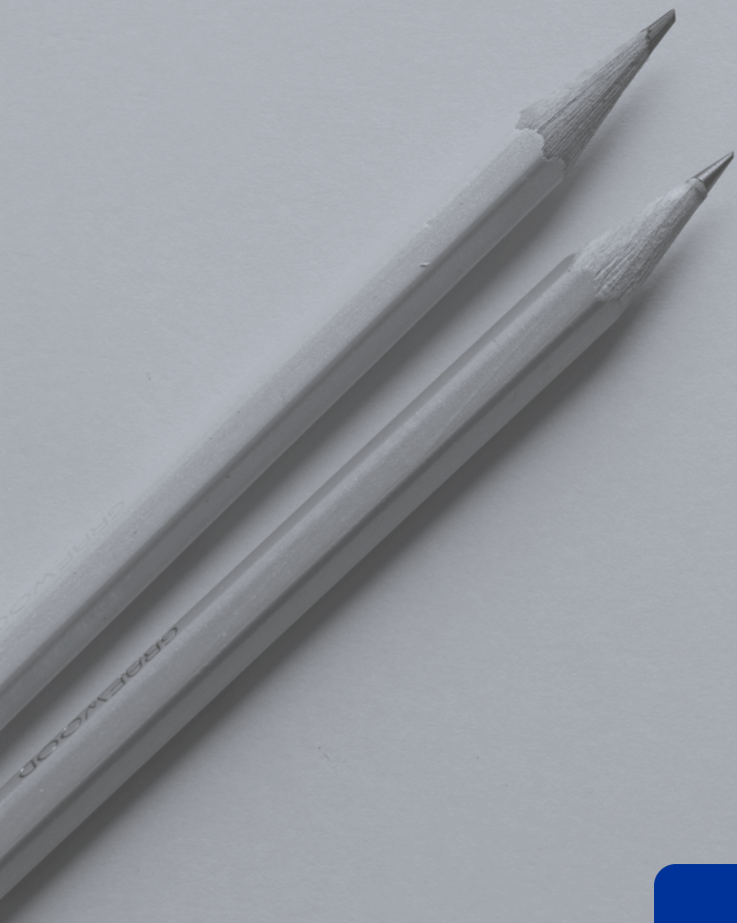
I will start my presentation by apologizing to everyone.

I will do it in Portuguese, because I don't trust my English unless it is for reading, in fact, not even for reading...

I tried to leave the slides in English to make it easier for everyone to understand. I hope you used the correct terms ... :)

If everything goes wrong, blame it on Google Translate! :D

Ok, let's go!



who is
Marcelo Sales



- **Designer** developing digital products for 20 years.
- **Invited professor of Accessibility** in courses at **ESPM, FAAP** and **Belas Artes** and **Accessibility Instructor** at **Mergo User Experience**. *(recognized institutions in Brazil)*
- **Member of the W3C Brasil** Web Accessibility Specialists Group.



At **Itaú** *(the largest private sector bank in Brazil)* since 2008, currently on the **Design Ops** team in **CX** working with **UX** and **100% focus on accessibility**.



<http://accessibilida.de>

<http://marcelosales.work>

Why create a toolkit accessibility?

*one minute...
before talking about it ...*

What is WCAG?

WCAAG

WCAG

Web Content Accessibility Guidelines



Content



wcag



Todas Notícias Imagens Vídeos Livros Mais Configurações Ferramentas

search for WCAG on Google in Portuguese...

Aproximadamente 8.110.000 resultados (0,33 segundos)

As Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web (**WCAG**, do inglês Web Content Accessibility Guidelines) são parte de uma série de recomendações para acessibilidade para a web publicadas pela Web Accessibility Initiative do W3C.

[Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web – Wikipédia, a ...](https://pt.wikipedia.org/wiki/Diretrizes_de_Acessibilidade_para_o_Conteúdo_da_Web)
https://pt.wikipedia.org/wiki/Diretrizes_de_Acessibilidade_para_o_Conteúdo_da_Web

? Sobre este resultado Feedback

Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.0

<https://www.w3.org/Translations/WCAG20-pt-PT/>

11 de dez de 2008 - Os critérios de sucesso das **WCAG** 2.0 são escritos sob a forma de declarações testáveis, que não dependem de uma tecnologia específica.



wcag



All

Images

News

Videos

Books

More

Settings

Top

About 15,600,000 results (0.57 seconds)

Ad · www.dftm.org/ +1 312-973-1112

WCAG Guidelines - Raise Awareness

Send A Message About Your Brand & What Matters To You. Accessible & Easy To Understand. Explaining **WCAG** 2.0 & 2.1 Guidelines & Implementation In Plain English—Download Today. Download Today. Written In Plain English.

[Our Programs](#) · [About Us](#) · [Our Events](#) · [Book Tickets](#) · [Get Involved](#)

www.w3.org › WAI › standards-guidelines › wcag

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) Overview ...

Introduces the **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)** international standard, including **WCAG** 2.0 and **WCAG** 2.1. **WCAG** documents explain how to ...

You've visited this page many times. Last visit: 5/26/20

search for
WCAG on
Google in
English...

TABLE OF CONTENTS

Abstract**Status of This Document****Introduction to Understanding WCAG 2.0****Understanding Techniques for WCAG Success Criteria****Understanding Guideline 1.1 [Text Alternatives]**

Understanding Success Criterion 1.1.1 [Non-text Content]

Understanding Guideline 1.2 [Time-based Media]

Understanding Success Criterion 1.2.1 [Audio-only and Video-only (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.2 [Captions (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.3 [Audio Description or Media Alternative (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.4 [Captions (Live)]

Understanding Success Criterion 1.2.5 [Audio Description (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.6 [Sign Language (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.7 [Extended Audio Description (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.8 [Media Alternative (Prerecorded)]

Understanding Success Criterion 1.2.9 [Audio-only (Live)]

Understanding Guideline 1.3 [Adaptable]

Understanding Success Criterion 1.3.1 [Info and Relationships]

Understanding Success Criterion 1.3.2 [Meaningful Sequence]

Understanding Success Criterion 1.3.3 [Sensory Characteristics]

Understanding WCAG 2.0

A guide to understanding and implementing Web Content Accessibility Guidelines 2.0



W3C Working Group Note 7 October 2016

This version:

<https://www.w3.org/TR/2016/NOTE-UNDERSTANDING-WCAG20-20161007/>

Latest version:

<https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/>

Previous version:

<https://www.w3.org/TR/2016/NOTE-UNDERSTANDING-WCAG20-20160317/>

Editors:

Michael Cooper, W3C
Andrew Kirkpatrick, Adobe Systems Inc.
Joshue O Connor, InterAccess

Previous Editors:

Loretta Guarino Reid (until May 2013 while at Google, Inc.)
Gregg Vanderheiden (until May 2013 while at Trace R&D Center, University of Wisconsin-Madison)
Ben Caldwell (until September 2010 while at Trace R&D Center, University of Wisconsin-Madison)
Wendy Chisholm (until July 2006 while at W3C)
John Slatin (until June 2006 while at Accessibility Institute, University of Texas at Austin)

This document is also available in these non-normative formats:

- [Single file version](#)
- [Single file diff-marked version showing revisions since 17 March 2015](#), and
- [Alternate Versions of Understanding WCAG 2.0](#),

Copyright © 2016 W3C® ([MIT](#), [ERCIM](#), [Keio](#), [Beihang](#)). W3C [liability](#), [trademark](#) and [document use](#) rules apply.

Abstract

This document, "Understanding WCAG 2.0," is an essential guide to understanding and using [Web Content Accessibility Guidelines \(WCAG\) 2.0 \[WCAG20\]](#). It is part of a series of documents that support WCAG 2.0. Please note that the contents of this document are informative (they provide guidance), and not normative (they do not set requirements for conforming to WCAG 2.0). See [Web Content Accessibility Guidelines \(WCAG\)](#)

when accessing any of the documents, a world of information opens...

Introduction to Understanding WCAG 2.0

On this page:

[Understanding the Four Principles of Accessibility](#)

[Layers of Guidance](#)

Understanding WCAG 2.0 is an essential guide to understanding and using "Web Content Accessibility Guidelines 2.0" [WCAG20]. Although the normative definition and requirements for WCAG 2.0 can all be found in the WCAG 2.0 document itself, the concepts and provisions may be new to some people. Understanding WCAG 2.0 provides a non-extended commentary on each guideline and each Success Criterion to help readers better understand the intent and how the guidelines and Success Criteria work together. It also provides examples of techniques or combinations of techniques that the Working Group has identified as being sufficient to meet a Success Criterion. Links are then provided to write-ups for each of the techniques.

This document is not an introductory document. It is a detailed technical description of the guidelines and their intent. For an introductory document, see [Web Content Accessibility Guidelines \(WCAG\) Overview](#) for an introduction to WCAG, including technical documents, and educational material.

Understanding WCAG 2.0 is organized by guideline. There is an *Understanding Guideline X.X* section for each guideline. The intent and any advisory techniques that are related to the guideline but not specifically related to any of its Success Criteria are listed there as well.

Each *Understanding Guidelines X.X* section is then followed by a *Understanding Success Criterion X.X.X* section for each Success Criterion of that guideline. These sections each contain:

- The Success Criterion as it appears in WCAG 2.0
- Intent of the Success Criterion
- Benefits (how the Success Criterion helps people with disabilities)
- Examples
- Related Resources
- Techniques or combinations of techniques that are sufficient to meet the guidelines
- Common failures of this Success Criterion
- Additional advisory techniques that go beyond what is required to meet the Success Criterion but can be used to make some or all types of content more accessible. Use of advisory techniques does not impact the level of conformance claimed.
- Key terms for this Success Criterion (taken from the WCAG 2.0 Glossary)

Links are provided from each Guideline in WCAG 2.0 directly to each *Understanding Guideline X.X* in this document. Similarly, there is a link from each Success Criterion in WCAG 2.0 to the *Understanding Success Criterion X.X.X* section in this document.

For information about individual techniques, follow the links throughout this document to the techniques of interest in the [Techniques for WCAG 2.0](#) document.

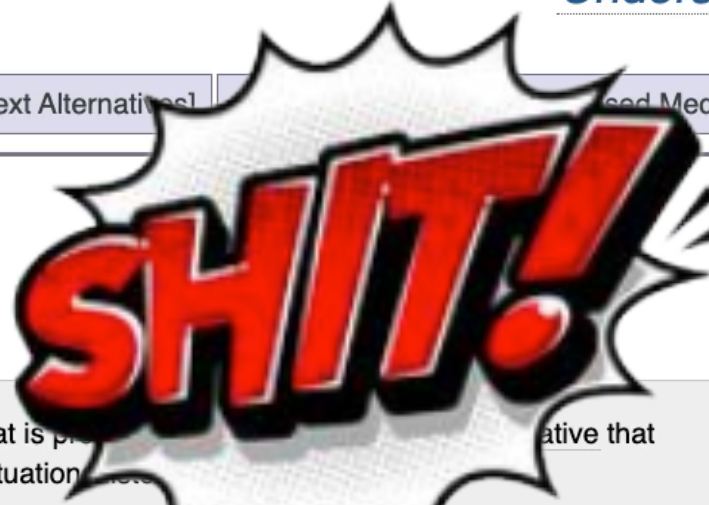
For links to information on different disabilities and assistive technologies see [Disabilities on Wikipedia](#).



**at first,
everything
is beautiful...**

Non-text Content

Understanding SC 1.1.1



On this page:

Intent

Examples

Related Resources

Techniques & Failures

Key terms

1.1.1 Non-text Content: All non-text content that is presented as part of the user interface has a text alternative that serves the equivalent purpose, except for the situations listed below.

- **Controls, Input:** If non-text content is a control or accepts user input, then it has a name that describes its purpose. (Refer to [Guideline 4.1](#) for additional requirements for controls and content that accepts user input.)
- **Time-Based Media:** If non-text content is time-based media, then text alternatives at least provide descriptive identification of the non-text content. (Refer to [Guideline 1.2](#) for additional requirements for media.)
- **Test:** If non-text content is a test or exercise that would be invalid if presented in text, alternatives at least provide descriptive identification of the non-text content.
- **Sensory:** If non-text content is primarily intended to create a specific sensory experience, text alternatives at least provide descriptive identification of the non-text content.
- **CAPTCHA:** If the purpose of non-text content is to confirm that content is being accessed by a person rather than a computer, then text alternatives that identify and describe the purpose of the non-text content are provided, and alternative forms of CAPTCHA using output modes for different types of sensory perception are provided to accommodate different disabilities.
- **Decoration, Formatting, Invisible:** If non-text content is pure decoration, is used only for visual formatting, or is not presented to users, then it is implemented in a way that it can be ignored by assistive technology.



then...
how much
information
do I have
to study... :(

**Why create
a toolkit
accessibility?**

**Why study WCAG
it takes time,
sometimes boring,
it's complicated...**

But that thought contributes especially with two things...

1) failure to understand the guidelines

(and consequently)

2) the complete failure to adopt the guidelines

Challenges and research opportunities in accessibility and digital inclusion in Brazil

Talita Pagani's article brings reflections on the theme
published on Feb 26, 2018

Challenge 1: Adoption of accessibility recommendations on websites and scientific publications

**Is there, in fact, a difficulty in understanding accessibility recommendations,
even with adaptation to the Brazilian context?**

Yes!

**There is a great difficulty for everyone
involved in digital products,
in understanding the guidelines.**

**The first idea
for the toolkit...**

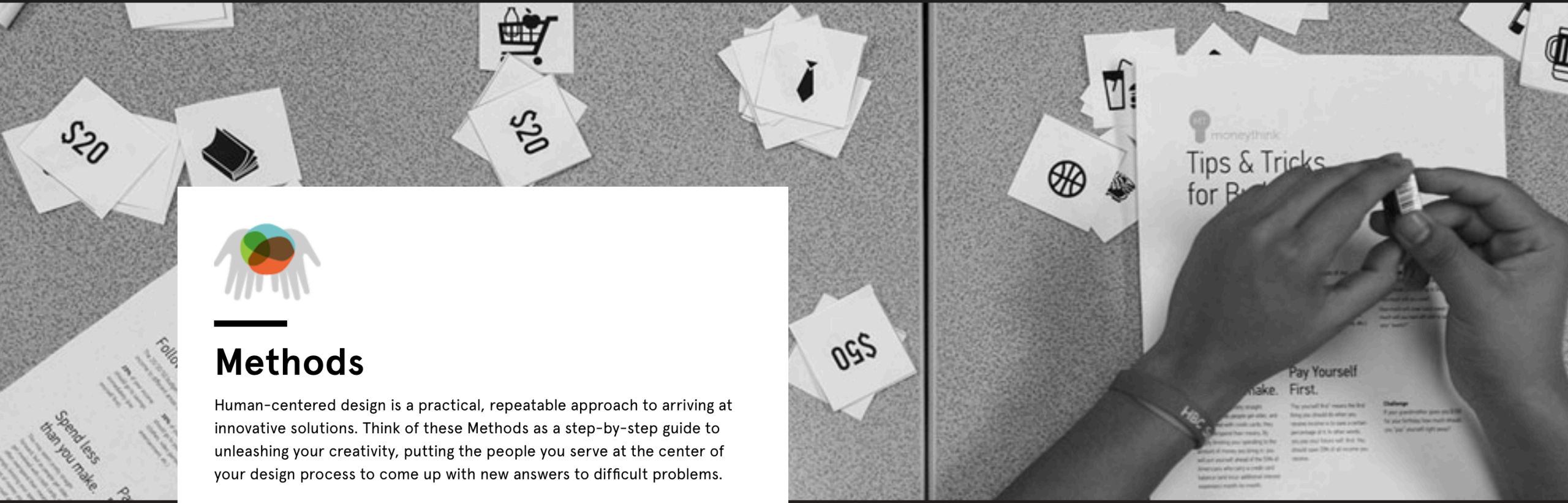
and it all started
with a
card sorting...





Itaú designers applying a card sorting exercise in 2017...

**Has a toolkit for
everything...**



Methods

Human-centered design is a practical, repeatable approach to arriving at innovative solutions. Think of these Methods as a step-by-step guide to unleashing your creativity, putting the people you serve at the center of your design process to come up with new answers to difficult problems.

FILTER METHODS

- INSPIRATION
- IDEATION
- IMPLEMENTATION
- BY QUESTION
- VIEW ALL

MY METHODS

BODY LANGUAGE

PHOTOJOURNAL

THE FIVE WHYS

FRAME YOUR DESIGN CHALLENGE

Validate

Test a design hypothesis.



[See all Validate cards](#)



[Print this card](#)

Card sorting

What

A categorization exercise in which participants divide concepts into different groups based on their understanding of those concepts.

Why

To gain insights from users about how to organize content in an intuitive way.

How to do it

There are two types of card sorting: open and closed. Most card sorts are performed with one user at a time, but you can also do the exercise with groups of two to three people.

Open card sort

1. Give users a collection of content represented on cards.
2. Ask users to separate the cards into whatever categories make sense to them.
3. Ask users to label those categories.
4. Ask users to tell you why they grouped the cards and labeled the categories as they did.

Closed card sort

✖ PROCESS

All

Gather Insights

Ideate

Prototype & Test

*** DIFFICULTY

All

Low

Medium

Hard

🕒 TIME

All

1-5 days

5-10 days

10+ days

🎯 OUTCOMES

All

Discover

Generate Ideas

Prioritise

Methods

[Submit a method](#)



Jobs to be done

The jobs-to-be-done framework is a helpful way to look at customer motivations in a business setting.

••• MEDIUM

🕒 7 - 14 DAYS



Quick Market Research

Understanding the industry and market opportunity for your solution

••• MEDIUM

🕒 1/2 - 1 DAY



Quick Competitive Review

Gain a quick overview of your competitors and their strengths and weaknesses.

••• MEDIUM

🕒 1/2 - 1 DAY



Solution Validation Exercise

Test your assumptions around your solution's fit to your target audience and problem space.

••• MEDIUM

🕒 5 DAYS

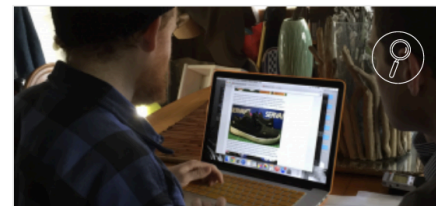


Problem Validation Exercise

Understand your problem from the perspective of your target audience

••• HARD

🕒 5 DAYS



Market Validation Exercise

Learn about your market hypothesis and assumptions.

••• MEDIUM

🕒 2 DAYS

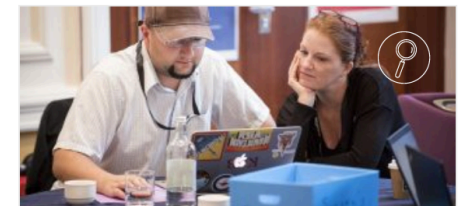


Usability Heuristic Testing

An internal review of the usability of your service or product

••• LOW

🕒 1/2 DAY



Usability Testing

Evaluate the experience of your product or service with your intended users before launching.

••• MEDIUM

🕒 5 - 8 DAYS

Browse by Category

ENERGIZERS (13)	INNOVATION (15)	SELF-LEADERSHIP (12)
ACTION (9)	TEAM (26)	ALL (75)

Time frame (minutes)

5-30	30-60
60-120	120-240

Group size

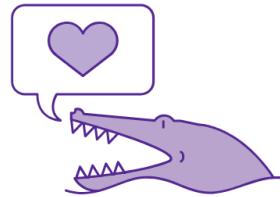
2-10	10-40	40+
-------------	--------------	------------

SORT BY: LATEST A-Z

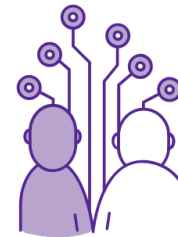
SHOW FEATURED



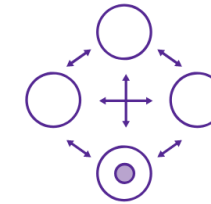
MethodKit for Team Development
TEAM



Conflict Responses
TEAM



Myers-Briggs Team Reflection
TEAM



Circles of Influence
TEAM



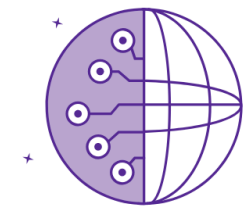
Design Sprint for Any Team
TEAM



Alignment & Autonomy
TEAM



Engineering Your Team OS
TEAM



Team Remote Working Charter
TEAM



Tools for effective meetings & creative workshops

The MethodKits are analogue tools designed to help you develop ideas, get overview and work together in meetings & workshops. Some of the kits are frameworks while some are libraries, more about that below. Common uses for the cards are planning, brainstorming, development and evaluation of projects.

Our users describe the kits as **universal, easy to use, versatile, dynamic, creative with straight-forward language.**



**I mean,
for **ALMOST**
everything...**

**Missing one
with WCAG!**



**Creation
process...**

Toolkit MVP...

Operável

2.4.3 (A) Ordem do foco

A ordem de navegação de links, elementos de formulário, etc, sempre será lógica e intuitiva.

Compreensível

3.2.3 (AA) Sugestão de erro

Fornecer sugestões de preenchimento para o usuário o menos que isso coloque em risco a segurança da informação do conteúdo.

Operável

2.4.7 (AA) Foco Visível

É visualmente aparente qual elemento da página tem o foco de teclado no momento.

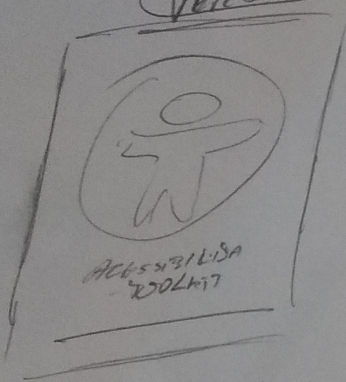
Compreensível

3.2.1 (A) Em foco

Quando um elemento de página recebe foco, ele não resulta em uma mudança substancial no contexto ou qualquer mudança que possa confundir o usuário.

Operável

2.4.4 (A)



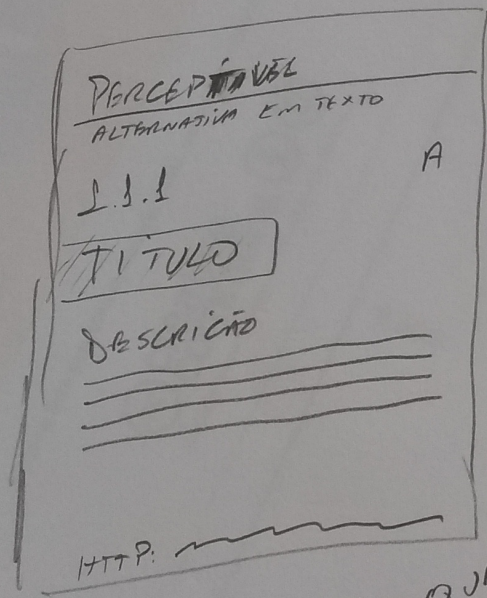
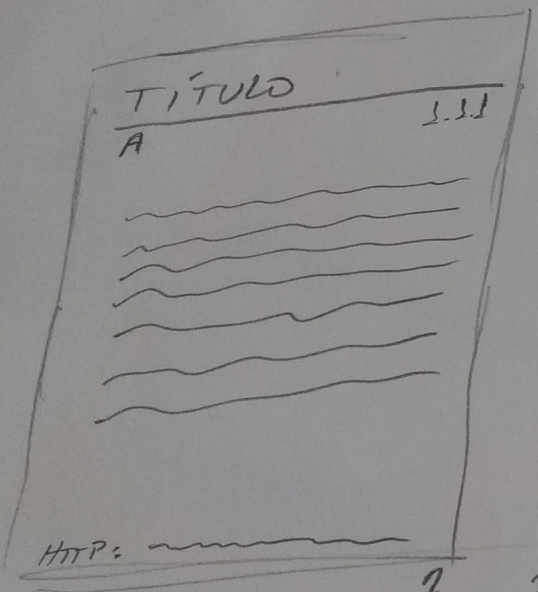
- PRINCÍPIOS
- NÚMERO DA DIRETRIZ
- TÍTULO
- DESCRIÇÃO
- LINK P/ DIRETRIZ COMPLETA
- RECOMENDAÇÕES
- NÍVEIS (A, AA, AAA)

Quais diretrizes são + voltadas p/:

ILUSTRAÇÕES
DIRETRIZES

annotations and card layout...

- UX
- DS
- M
- Ti



- PRINCÍPIO?
- RECOMENDAÇÃO?
- MENOS TEXTO!

O QUE SERÁ DEFINIDO POR COR?

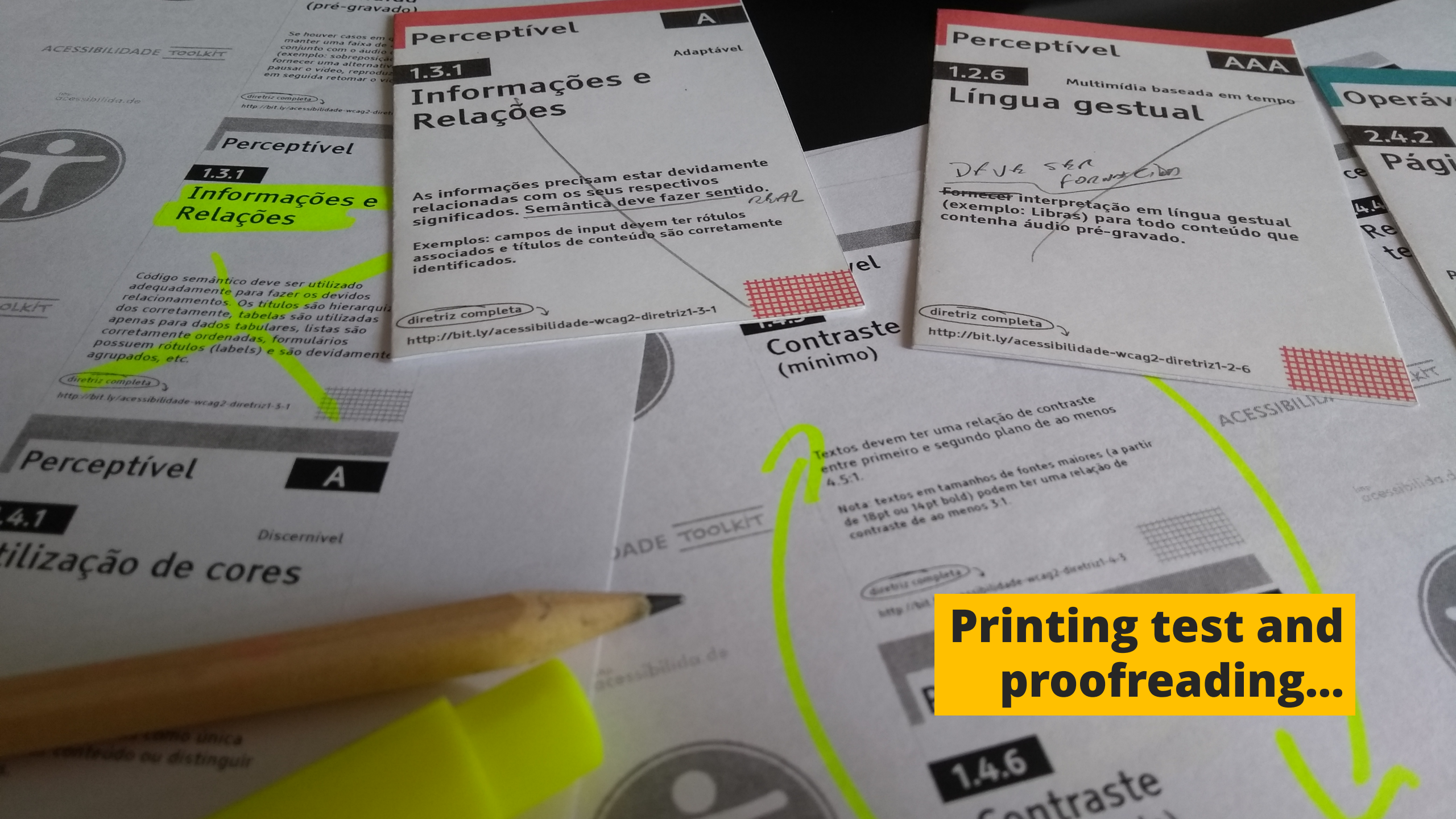
INSTRUÇÕES

- CRÉDITOS
- LICENÇA DE USO (Creative Commons)
- TIPOGRAFIA (TIRESIAS)

→ MONTAGEM DOS CARDS

- GLOSSÁRIO

- WCAG (4 princípios, 12 RECOMENDAÇÕES, 61 DIRETRIZES) → ??



Perceptível **A** Adaptável

1.3.1 Informações e Relações

As informações precisam estar devidamente relacionadas com os seus respectivos significados. *Semântica deve fazer sentido. RHAL*

Exemplos: campos de input devem ter rótulos associados e títulos de conteúdo são corretamente identificados.

diretriz completa
<http://bit.ly/acesibilidadewcag2-diretriz1-3-1>

Perceptível **AAA** Multimídia baseada em tempo

1.2.6 Língua gestual

Deve ser fornecido

Fornecer interpretação em língua gestual (exemplo: Libras) para todo conteúdo que contenha áudio pré-gravado.

diretriz completa
<http://bit.ly/acesibilidadewcag2-diretriz1-2-6>

1.4.5 Contraste (mínimo)

Textos devem ter uma relação de contraste entre primeiro e segundo plano de ao menos 4.5:1.

Nota: textos em tamanhos de fontes maiores (a partir de 18pt ou 14pt bold) podem ter uma relação de contraste de ao menos 3:1.

diretriz completa
<http://bit.ly/acesibilidadewcag2-diretriz1-4-5>

Perceptível

1.3.1 Informações e Relações

Código semântico deve ser utilizado adequadamente para fazer os devidos relacionamentos. Os títulos são hierarquizados corretamente, tabelas são utilizadas apenas para dados tabulares, listas são corretamente ordenadas, formulários possuem rótulos (labels) e são devidamente agrupados, etc.

diretriz completa
<http://bit.ly/acesibilidadewcag2-diretriz1-3-1>

Perceptível **A** Discernível

4.1 Utilização de cores

Printing test and proofreading...

Critério de Sucesso 3.1.5 Nível de Leitura

Quando o texto exigir uma capacidade de leitura mais avançada do que o terceiro ciclo do ensino básico após a remoção dos nomes próprios e títulos, está disponível conteúdo suplementar, ou uma versão que não exija uma capacidade de leitura mais avançada do que o terceiro ciclo do ensino básico.



Compreensível **AAA**

3.1.5 Legível

Nível de leitura

Caso um determinado conteúdo seja tão complexo a ponto de um usuário com ensino fundamental completo* não ser capaz de entender, será necessário a sua revisão ou a utilização de conteúdo complementar que facilite o seu entendimento.

Nota: *baseado em níveis internacionais (UNESCO)

diretriz completa
<http://bit.ly/aceessibilidade-wcag2-diretriz-3-1-5>



3.1.5 - Nível de leitura

[AAA]

[acessar Critério de Sucesso 3.1.5](#)

Compreensível

Legível

Caso um determinado conteúdo seja tão complexo a ponto de um usuário com ensino fundamental completo* não ser capaz de entender, será necessário a sua revisão ou a utilização de conteúdo complementar que facilite o seu entendimento.

Nota: *baseado em níveis internacionais (UNESCO)

Critério de Sucesso 2.4.5 Várias formas

Está disponível mais de uma forma para localizar uma página Web num conjunto de páginas Web, exceto quando a Página Web for o resultado, ou um passo, de um processo.



Operável **AA**

2.4.5 Navegável

Várias formas

O usuário sempre deve ter opções e formas diferentes para acessar ou localizar um determinado conteúdo.

diretriz completa
<http://bit.ly/aceessibilidade-wcag2-diretriz-2-4-5>



2.4.5 - Várias formas

[AA]

[acessar Critério de Sucesso 2.4.5](#)

Operável

Navegável

O usuário sempre deve ter opções e formas diferentes para acessar ou localizar um determinado conteúdo.

Exemplo: um mesmo conteúdo pode ser acessado por um menu de navegação e também um campo de busca no site.

some cards have gone through up to 6 revisions...

**Construction
prototype...**


Perceptível

1.4.8 Apresentação visual

Garantir que a reorganização, a formatação, a mudança de cores e/ou a ampliação mantenham a legibilidade de textos.

ACESSIBILIDADE TOOLKIT

Apresentação visual



diretriz completa
<http://bit.ly/acesibilidadewcag2-diretriz-1-4-8>

Perceptível

Imagens de texto (sem exceções)

Evitar o uso de imagens em vez de texto que possam apresentar problemas de legibilidade.

ACESSIBILIDADE TOOLKIT

Imagens de texto com exceção



acesibilidadewcag2-diretriz-1-4-8

Inkjet printing...


Operável

2.1.1 Teclado

Acessível por teclado

Toda funcionalidade deve estar disponível para utilização com teclado. A menos que a funcionalidade não possibilite o controle apenas por teclado.

ACESSIBILIDADE TOOLKIT



diretriz completa
<http://bit.ly/acesibilidadewcag2-diretriz-2-1-1>

Operável


2.1.2 Sem bloqueio de teclado

Acessível por teclado

Deve ser possível navegar por todos os elementos sem que seja necessário o uso do teclado.

ACESSIBILIDADE TOOLKIT

Sem bloqueio de teclado



<http://acesibilidadewcag2-diretriz-2-1-2>

cut and paste...

Perceptível **A**

1.1.1 Alternativas em texto

Conteúdo não textual

Todo conteúdo "não textual" deve oferecer uma alternativa em texto para identificação do conteúdo.

Nota: a menos que a imagem seja decorativa ou se caixe em algumas exceções (ver diretriz completa).

diretriz completa

http://bit.ly/acessibilidade-wcag2-diretriz-1-1-1

Perceptível **A**

1.2.1 Multimídia baseada em tempo

Apenas áudio ou apenas vídeo (pré-gravado)

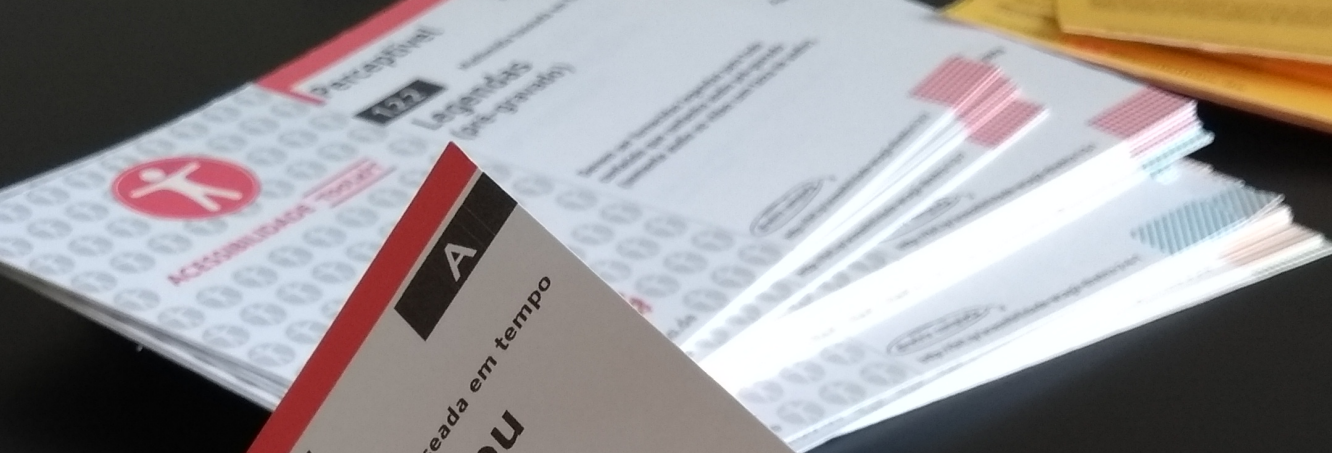
Deve ser fornecida uma alternativa para o conteúdo apresentado;

Apenas áudio: fornecer uma transcrição descritiva do conteúdo em texto;

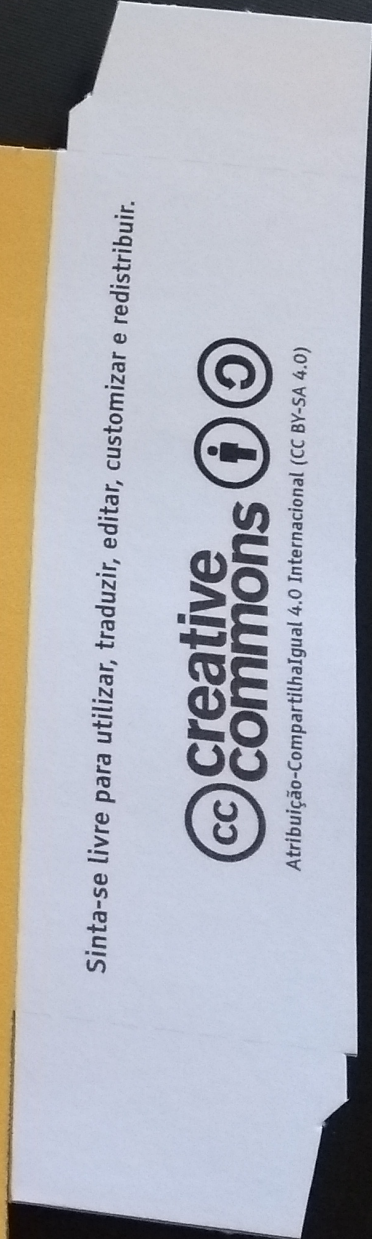
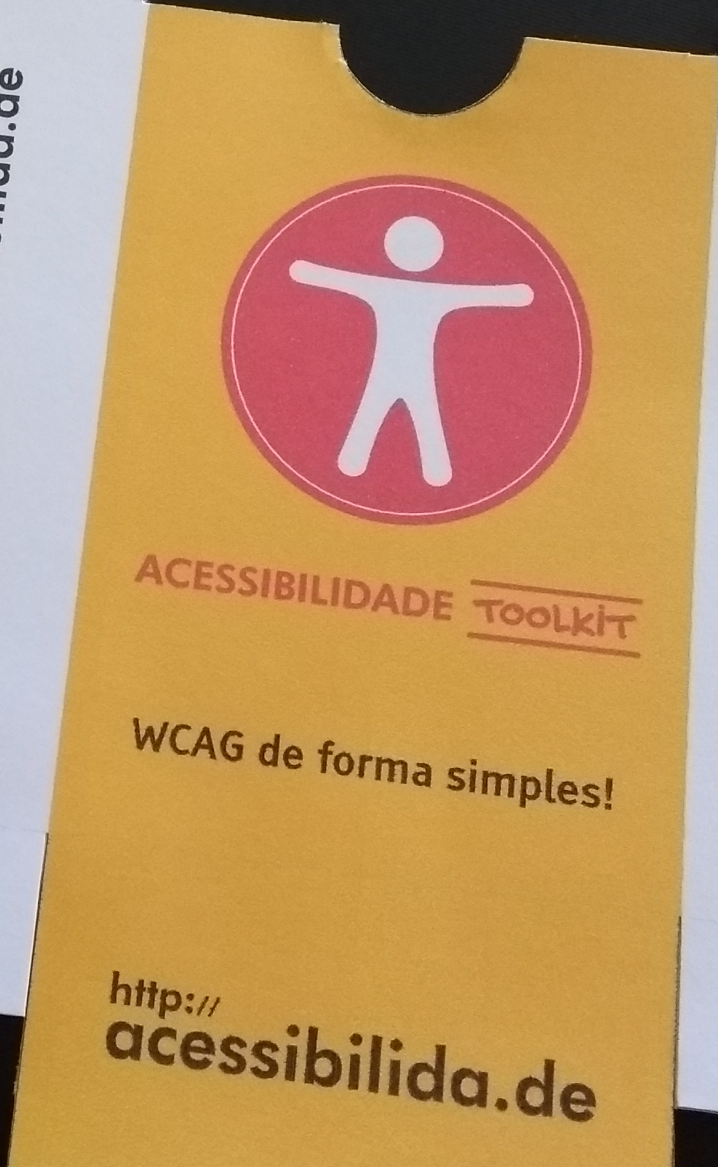
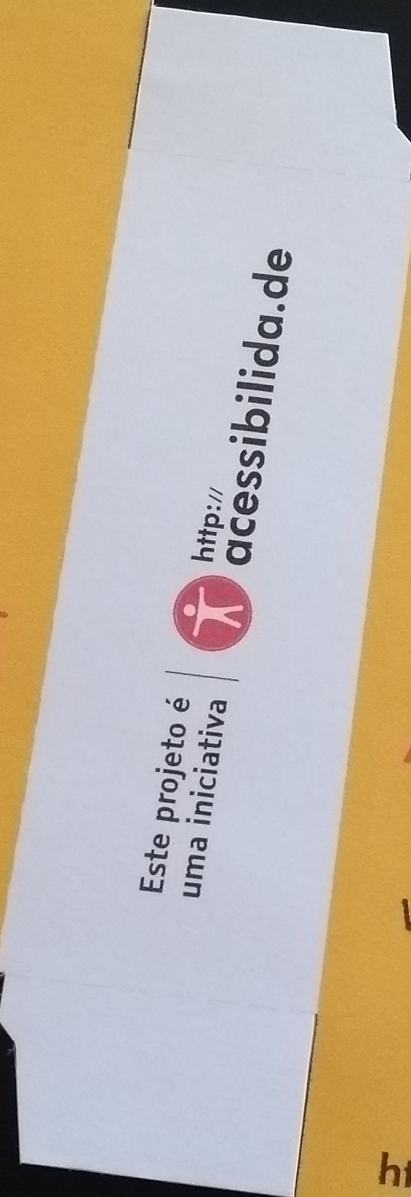
Apenas vídeo: fornecer áudio alternativo e/ou uma transcrição descritiva do conteúdo em texto;

diretriz completa

http://bit.ly/acessibilidade-wcag2-diretriz-1-2-1



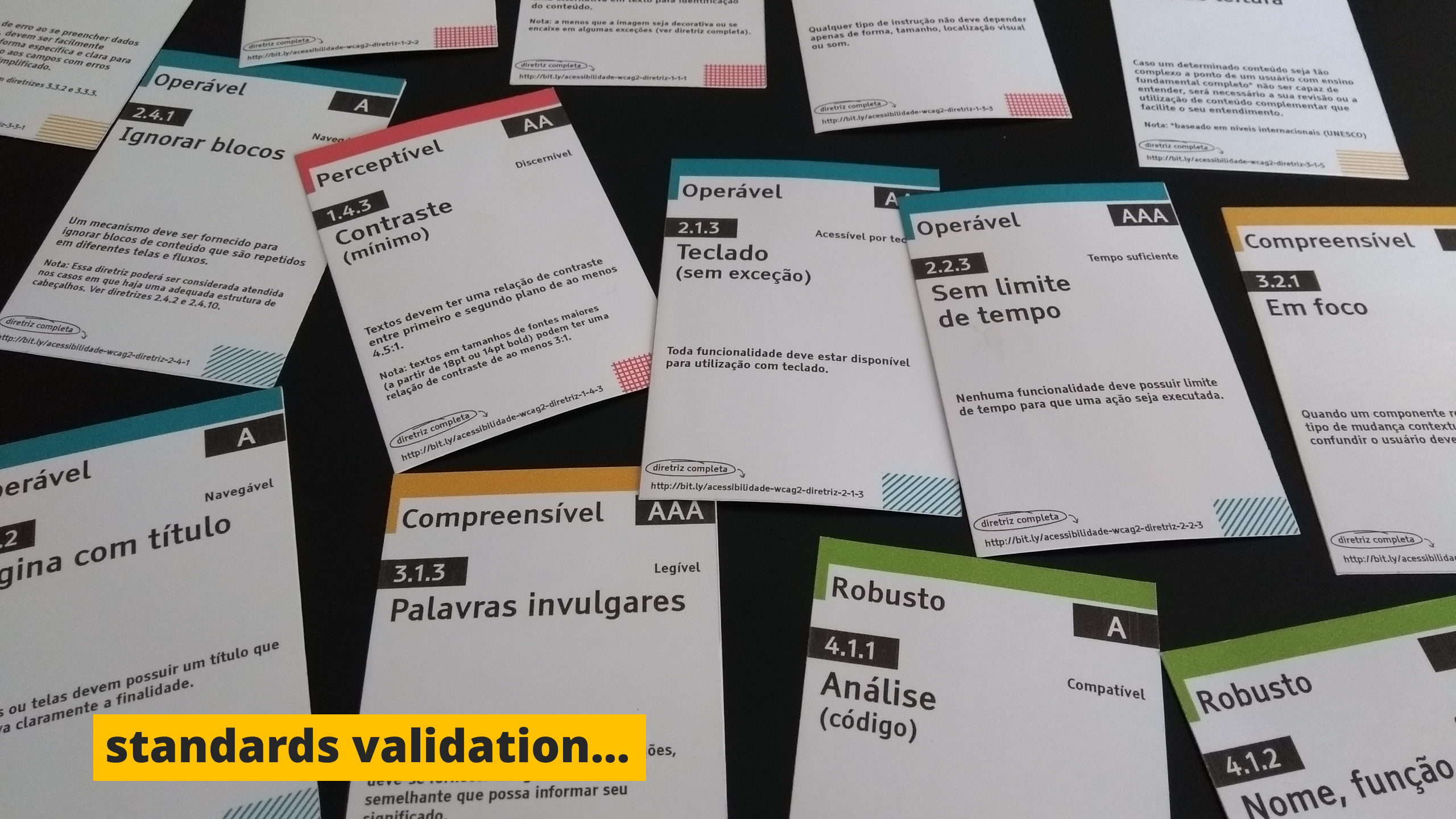
packaging...





assembled packaging...

standards validation...



Como consultar os cards?

Princípio de
acessibilidade

Código do
critério de sucesso

Critério de Sucesso

Perceptível **A**

Alternativas em texto

1.1.1 **Conteúdo não textual**

Todo conteúdo* "não textual" deve oferecer uma alternativa em texto para identificação do conteúdo, a menos que a imagem seja decorativa ou se encaixe em algumas exceções (ver diretriz completa).

diretriz completa
<http://bit.ly/acessibilidade-wcag/diretriz-1-1>

Nível de conformidade

Recomendação (ou diretriz)

Descrição resumida da diretriz

Para evitar qualquer erro de interpretação sempre será recomendado a leitura da diretriz completa

Link para consultar a diretriz completa

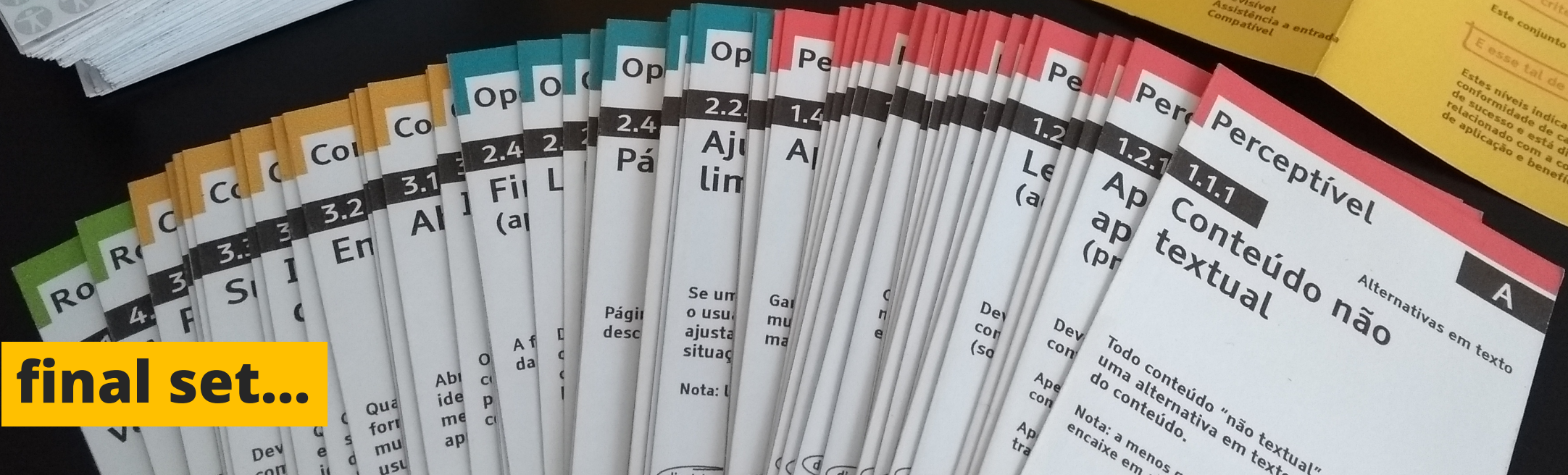
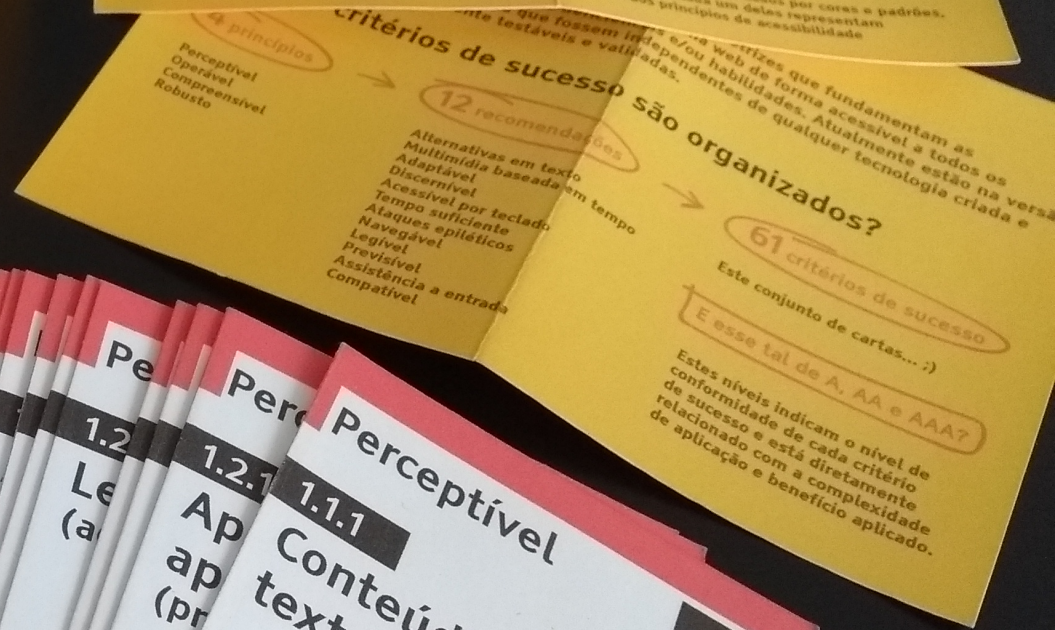
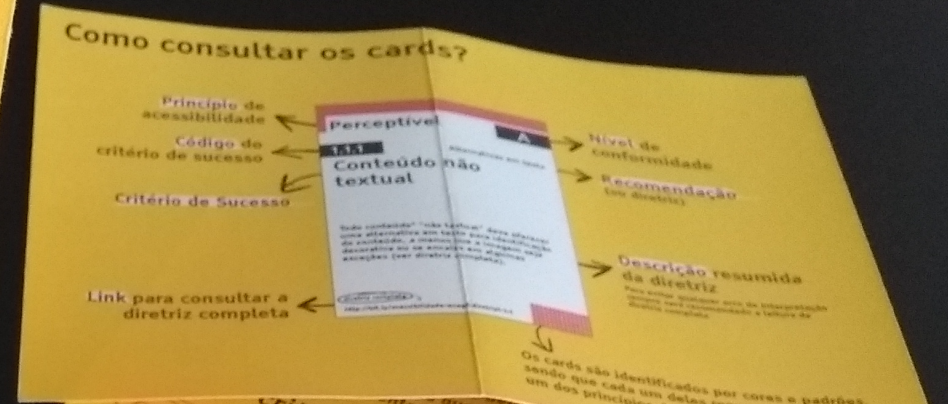
Os cards são identificados por cores e padrões, sendo que cada um deles representam um dos princípios de acessibilidade

instructions...

Recomendações

61 crit

organizados?






final set...

*feel free to use,
translate, edit,
customize and
redistribute

the most important...

**make it available for free by
creative commons**

Sinta-se livre para utilizar, traduzir, editar, customizar e redistribuir.

 **creative commons**  
Atribuição-CompartilhaIgual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0)

**Considerations
about inclusive
design...**



Arial

Ilustração

afinal, qual é a letra?

Tiresias

Ilustração

alto e claro, comandante!

Provando de forma simples
como a Arial é uma fonte horrível! :)

WCAG de forma simples!

Caracteres facilmente identificáveis
em tela ou impressão, pequenos ou grandes.

online version...

guia-wcag.com

WCAG 2.1 de forma simples!

Chegou até aqui e não sabe o que é WCAG?

Em uma frase é: **"a base fundamental para que você tenha produtos digitais verdadeiramente inclusivos e acessíveis"**.

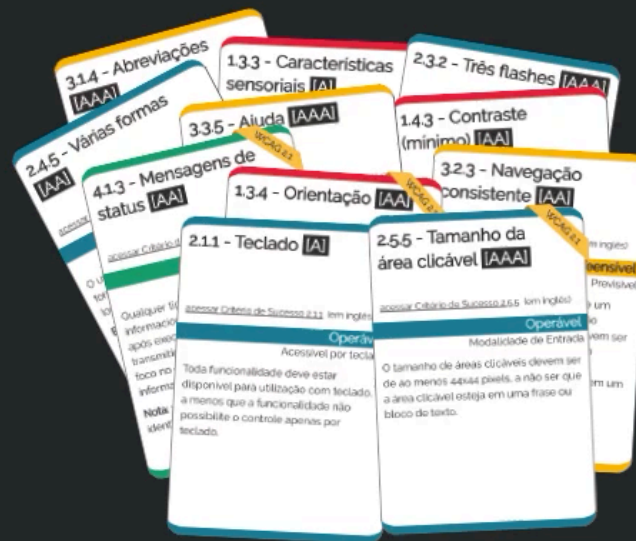
Para uma explicação mais detalhada, [assista a este vídeo onde explico o que é e como funciona](#).

Importante: A tradução dos critérios foi feita de forma livre e adaptativa. Esses cards não substituem a leitura completa dos critérios.

Em alguns dias, será lançada uma versão em inglês

(In a few days, an English version will be released).

Este material faz parte do projeto [Acessibilidade Toolkit](#).



Use os cards em suas dinâmicas!

Faça o download de todos os critérios da WCAG em formato PNG:

DOWNLOAD DOS CARDS EM PNG

WCAG - Guia de Consulta Rápida

Utilize este campo para FILTRAR o que procura:

O que deseja encontrar?

**English
version
available
next week...**

guia-wcag.com

this is a PWA!

**Feedback and
repercussions...**

The published article generated a series of positive comments ...



Talita Pagani
over 2 years ago



What a wonderful project, Marcelo !! Exquisite work, I want to purchase to use in classes and courses as soon as I have the availability of printing: D



Beatriz Lonskis
over 2 years ago



What an incredible project, congratulations on the excellent initiative!



Tiago Costa
over 2 years ago



What animal stuff !!!

We will include WCAG guidelines in our process and the Toolkit will help a lot!

Congratulations for the initiative.



Elvis Detona
over 2 years ago



FUCKED! Congratulations, that's what I can express now.

Original article published on Mar 07, 2018
<http://bit.ly/acessibilidade-toolkit>



Erica Oliveira
over 1 year ago



Congratulations on your excellent work, Marcelo.

I'm an IHC teacher and I'm going to use your kit with my students. Then I'll be back to give feedback. I strongly recommend submitting an article to IHC 2019 (it will be in Vitória-ES) to share your work.



Tiago Bezerra Dos Santos
over 2 years ago



Man, what a fantastic job!

I have already indicated it to several people and I intend to use it in future web development classes.

Thank you so much for sharing and congratulations on the incredible work!

Hug.

more comments ...

Original article published on Mar 07, 2018
<http://bit.ly/acessibilidade-toolkit>



Ricardo Dos Santos
about 2 years ago



Marcelo,

It may seem silly, but I am proud to know that there is a job with this care, with such dedication, in my country and in Portuguese!

Keep up the good work.



Gabriel Vince
over 2 years ago



Excellent job. Notify the staff here when the box is ready.
I want to order 😊



Victor Cardozo
over 2 years ago



Sensational! Congratulations on the great job, I loved it and it was very interesting to analyze, monitor and validate whatever the project is.



Wagner Aquino
over 2 years ago



Marcelo, work ... Congratulations. I am applying the concept of accessibility here in the company and for sure your material will help me a lot. Thank you for disseminating this material



Heber Alvares
over 2 years ago



Marcelo, congratulations!
I want a kit of that form, right here on my desk.
Waiting for the availability of this material.

Thank you very much.
Great empathy.



Fernando Fernandes
over 2 years ago



Damn, Marcelo, what an AWESOME project! Wonderful, congratulations, see!

My final project of the interaction design specialization will be aimed at people with visual impairments and I know it will help me a lot.

Be sure that I will spread your work ...

The toolkit started to be used as reference in several presentations



* photo of Felipe Barreto presenting at UX Conf Redux in Porto Alegre

And people and companies started printing and sharing...



Wagner Beethoven
@wagnerbeethoven

Seguindo

tõ bem apaixonado por essa proposta.
acessibilidade é o que importa no final.



14:20 - 21 de mar de 2018

personal use



Luiza Guerra • 1º
QA | MaxMilhas
2 d

Excelente iniciativa do [Marcelo Sales](#) para disseminar o conhecimento sobre as diretrizes do WCAG de forma simples!

Em breve, os squads da Engenharia da MaxMilhas receberão seus toolkits. <3

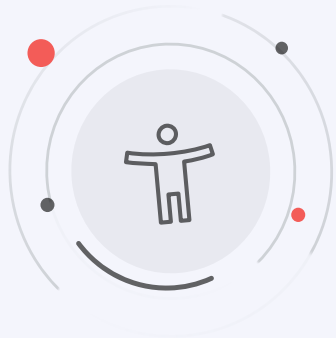


Company: Max Milhas

good example of customization



Company: Senior Sistemas



SKY[®]

Heurísticas de acessibilidade

Como consultar os cards?

Código do critério de sucesso

Critério de sucesso

Nível de conformidade

Recomendação (ou diretriz)

Princípio de acessibilidade

Descrição resumida da diretriz

1.1.1
Conteúdo não textual

Acessibilidade

SKY[®]

SKY Digital CX/UX. Transformação digital.

Perceptível Mídia alternativa

A **Conteúdo não textual**

Todo conteúdo "não textual" deve trazer uma alternativa em texto para identificar o conteúdo.

Nota: a não ser que o conteúdo seja apenas decorativo ou represente uma das exceções descritas no critério completo (captcha e imagens de teste).

 <http://bit.ly/acessibilidade-wcag2-diretriz-1-1-1>

Link para consultar a diretriz completa

Company: SKY

And **W3C Brasil** supported the project by distributing it in an exclusive version at the **Web.BR 2018** event ...



* thanks to Reinaldo Ferraz, for that ... :)

Next steps...

Next steps...

- **Launch a crowdfunding for the printed version...**
- **Create new card organization filters...**
- **Launch the English version** (in some days)...
- **Search partners to launch in other languages...**
- **Improve my english!** 😊

Thank you!

this presentation is available here:

<http://bit.ly/a11y-toolkit-id24>

<http://guia-wcag.com>

(soon) <http://wcag-guide.com>

<http://acessibilidadetoolkit.com>

Instagram & Twitter [@msales](https://www.instagram.com/msales)

LinkedIn [linkedin.com/in/msales78](https://www.linkedin.com/in/msales78)