

ESTUDO PERTO DIGITAL · 2026

O que aprendemos com **10 milhões** de usuários

O maior estudo de acessibilidade digital do Brasil.

Dados reais de uso de recursos de acessibilidade em
centenas de sites brasileiros, ao longo de mais de três anos.

Seis coisas que **10 milhões** de interações ensinam

- 1. Quando a acessibilidade é oferecida, ela é usada.** mais de 10 milhões de interações com recursos de acessibilidade, crescendo mais de 60% em doze meses e mais que dobrando em 2026.
- 2. Acessibilidade no Brasil é pelo celular.** 7 em cada 10 interações acontecem em tela pequena, por toque. Em saúde, indústria e varejo passa de 8 em cada 10.
- 3. O primeiro ajuste é sempre ampliar.** Zoom no conteúdo é o recurso mais usado da base, com 12% de todas as ativações. Fonte, contraste e zoom não são detalhe: são o mínimo, e o que a maioria usa.
- 4. Libras não é nicho.** É o segundo recurso mais usado e o número um em mais organizações do que qualquer outro. Pessoas surdas vão direto ao recurso: ele é ativado mais de 15 vezes mais do que o perfil de deficiência auditiva.
- 5. Neurodivergência é 1 em cada 4.** TDAH, dislexia e epilepsia respondem por 25% dos perfis ativados. Acessibilidade vai muito além da deficiência visual.
- 6. Quem ativa, não desliga.** Mais de 9 em cada 10 organizações que começaram há dois anos seguem usando — e a maioria, todos os meses. Acessibilidade não é campanha, é infraestrutura.

Tecnologia para 14,4 milhões de pessoas? A conta é **maior**.

14,4 milhões

de pessoas com deficiência no Brasil

IBGE, Censo Demográfico 2022

60 milhões

de brasileiros precisam de acessibilidade para usar a internet: cerca de um terço do país

Inclui pessoas idosas, com baixa escolaridade, com deficiência temporária e neurodivergentes

7 em cada 10

já deixaram de comprar por causa de uma barreira de acessibilidade

Pesquisa de mercado, Perto Digital

A pergunta que este estudo responde não é "quantas pessoas precisam". Isso o Censo já diz. A pergunta é outra: **o que essas pessoas fazem quando a acessibilidade está ao alcance?** Que recurso ativam primeiro, em que aparelho, em que tipo de site, e se continuam usando depois da novidade.

Durante mais de três anos, as tecnologias de acessibilidade da Perto registraram cada vez que alguém precisou de um recurso e encontrou. São esses registros — mais de 10 milhões deles — que estão nas próximas páginas.

A barreira não está na pessoa. Está na interface.

Os três números acima são dados de mercado (IBGE, Cetic.br e base comercial da Perto). Tudo o que vem a seguir é dado de uso real, medido na base da Perto.

Um laboratório de acessibilidade em **escala real**

**mais de
900**

sites e portais
com as
ferramentas da
Perto

3 anos

de série
contínua, mês
a mês, sem
lacunas

40+

tecnologias de
acessibilidade
medidas, de
Libras a
rastreamento
facial

8

perfis prontos:
cego, baixa
visão,
daltonismo,
TDAH, dislexia
e outros

O que é uma interação

As ferramentas ficam no site de cada organização: ajustes de leitura e de cor, tradução para Libras, leitura em voz alta, comando de voz, navegação por rastreamento facial. Cada vez que alguém usa uma delas, registramos uma **interação**. Não medimos visitas nem pessoas: medimos **necessidades atendidas**. A mesma pessoa pode gerar várias interações numa visita — e é exatamente isso que mostra o que ela precisa.

Período coberto: junho de 2023 a agosto de 2026. Os "últimos doze meses" vão de setembro de 2025 a agosto de 2026.

PARTE 1 · O TAMANHO DO USO

+ de 10 milhões

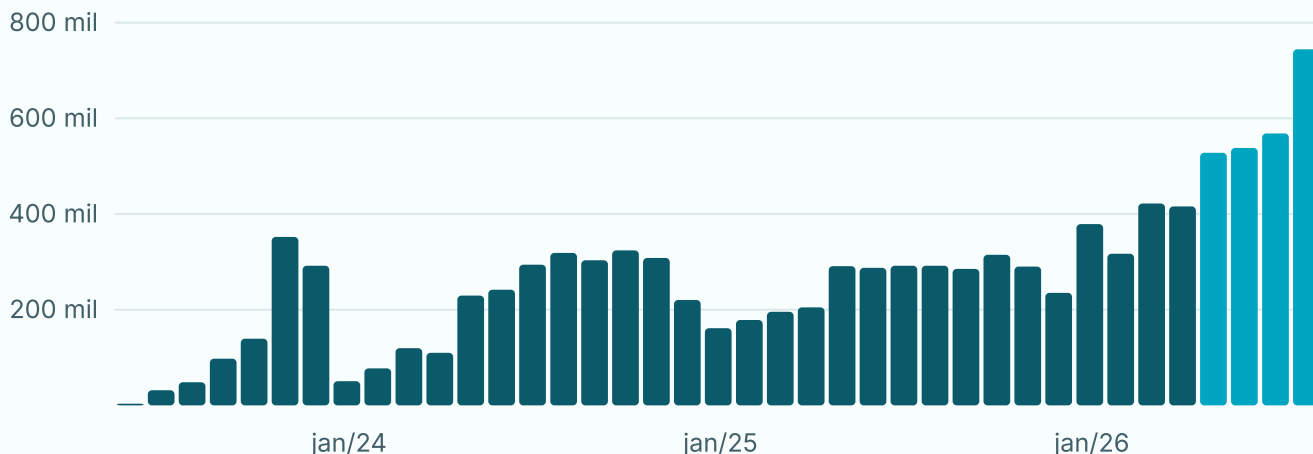
Dez milhões de vezes em que alguém precisou de um recurso de acessibilidade para usar um site, e **encontrou**.

mais de 6 milhões de ativações de recursos

mais de 1 milhão de ativações de perfis

7 em cada 10 pelo celular

Quando a acessibilidade é oferecida, ela é usada



Interações por mês, de junho de 2023 a agosto de 2026. As barras em ciano são os meses acima de 500 mil.

+ de 60%

de crescimento nos últimos doze meses contra os doze anteriores

mais que dobrou

o volume de janeiro a agosto de 2026 contra o mesmo período de 2025

5 vezes mais

organizações com uso no mês do que há dois anos

O crescimento não é uma curva suave: acontece em degraus, cada vez que uma organização grande coloca a acessibilidade no ar e o público descobre. O mês recorde, agosto de 2026, passou de 700 mil interações — e os quatro meses de maio a agosto de 2026 ficaram, cada um, acima de 500 mil.

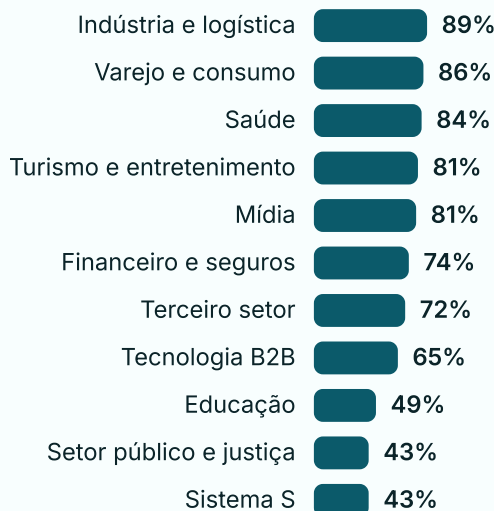
Em texto: a série mensal começa em poucos milhares em 2023, passa de 200 mil ao mês durante 2024, de 300 mil em 2025 e chega a mais de 700 mil em agosto de 2026.

Acessibilidade no Brasil acontece na palma da mão

7 em cada 10

interações de acessibilidade acontecem no celular, em tela pequena, por toque. Quem precisa de acessibilidade está no mesmo aparelho que todo mundo — e espera que funcione ali.

Mas o tipo de site define a plataforma. Em sites de consumo, saúde e produto, o celular passa de 8 em cada 10. Em portais de serviço ao cidadão, tribunais e plataformas de estudo, metade do uso ainda é no computador — e por isso navegação por teclado e por rastreamento facial pesam mais nesses setores.



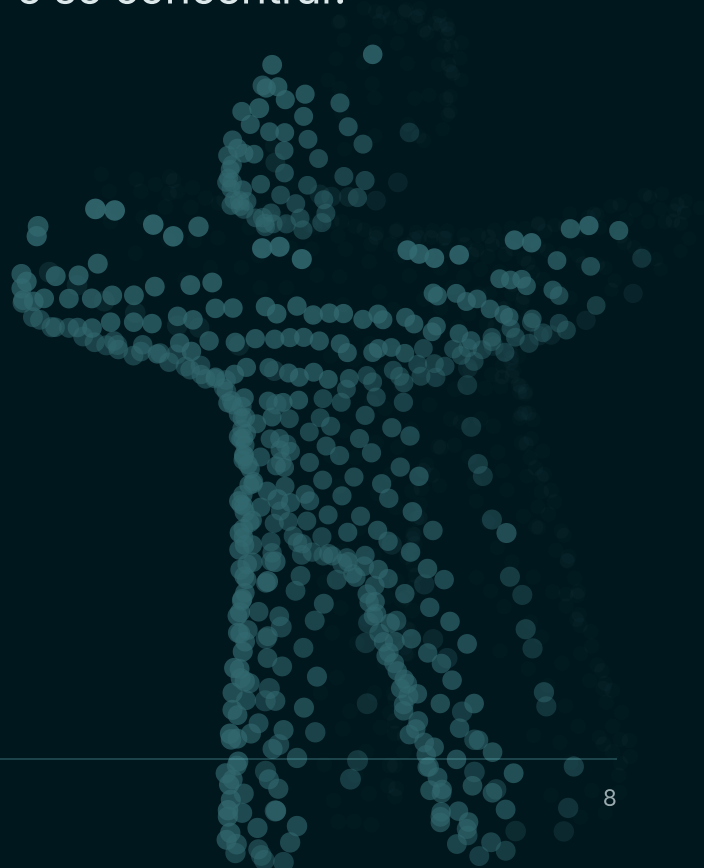
Participação do celular nas interações, por setor.

Lição: comece pelo celular. Um recurso de acessibilidade que só funciona bem no computador atende a minoria.

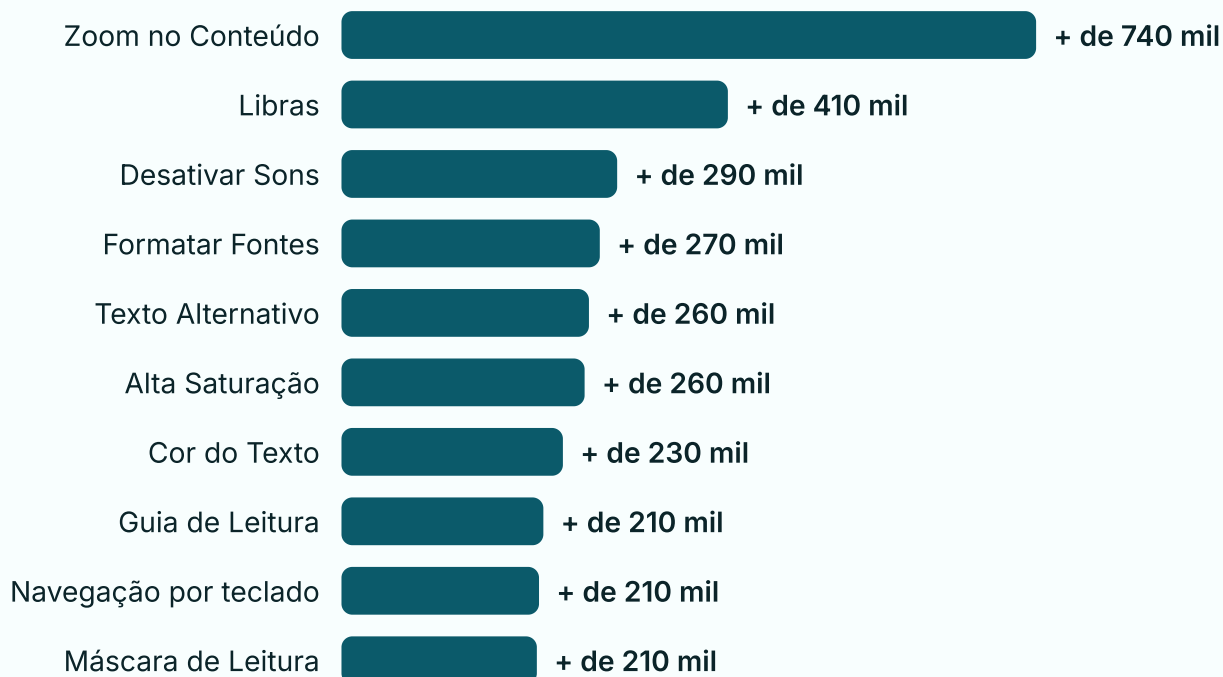
PARTE 2 · O QUE AS PESSOAS PEDEM

Mais de 40 recursos medidos.
Quatro necessidades
explicam quase **tudo**.

Ver melhor. Entender em Libras. Ler e se concentrar.
Navegar sem mãos e sem mouse.



O que as pessoas mais usam



Os dez recursos mais ativados, entre mais de quarenta.

Zoom no conteúdo está em praticamente todas as organizações e é o número um na maioria delas. **Libras** é o segundo em volume e o que lidera em mais organizações. Texto, cor, navegação, conteúdo e som: os cinco grupos de recursos aparecem no topo. Ninguém precisa de uma coisa só.

Por grupo: ajustes de texto respondem por 29% das ativações; conteúdo (Libras, texto alternativo, guia e máscara de leitura) por 25%; navegação por 23%; ajustes de cor por 17%; som por 7%.

O primeiro ajuste é sempre **ampliar**

12%

de todas as ativações de recursos são zoom no conteúdo. É a necessidade mais universal da base: aparece em praticamente todas as organizações e é o recurso número um na maioria delas.

45%

das ativações são ajustes de texto e de cor somados: formatar fontes, tamanho da letra, cor do texto e do fundo, alta saturação, contraste.

O que isso diz para quem constrói

- **Tamanho de fonte, contraste e zoom não são detalhe de design.** São o mínimo — e são o que a maioria das pessoas usa primeiro.
- **Baixa visão é maior que cegueira.** No perfil típico de uma organização, baixa visão é o perfil mais ativado, à frente de cego. Lupa, contraste e saturação atendem mais gente do que leitor de tela sozinho.
- **Daltonismo é frequente e quase invisível.** É o terceiro perfil mais ativado. Nunca transmita informação só por cor.

Libras não é nicho. É o recurso que lidera em **mais organizações**.

2º

recurso mais usado de toda a base, atrás só do zoom

+ de 60

organizações em que Libras é o recurso número um — mais do que qualquer outro

+ de 15 vezes

mais ativações do recurso Libras do que do perfil "deficiência auditiva"

Esse último número é o mais importante. O perfil de deficiência auditiva é o menos ativado dos oito — e, ainda assim, Libras é o segundo recurso mais usado. A explicação é simples: **pessoas surdas não procuram um "perfil". Procuram Libras.** Vão direto ao recurso, no meio da jornada, na hora em que precisam entender uma página.

Libras é o recurso número um em turismo e venda de ingressos, em serviços financeiros, no Sistema S e em tecnologia. Comprar uma passagem, pagar uma conta, se matricular num curso: são jornadas em que não entender uma frase significa desistir.

Lição: Libras nativa na jornada, não escondida num perfil.

Neurodivergência é 1 em cada 4

25%

dos perfis ativados são TDAH, dislexia e epilepsia. Em plataformas de estudo e cursos, TDAH é o perfil número um.

+ de 640 mil

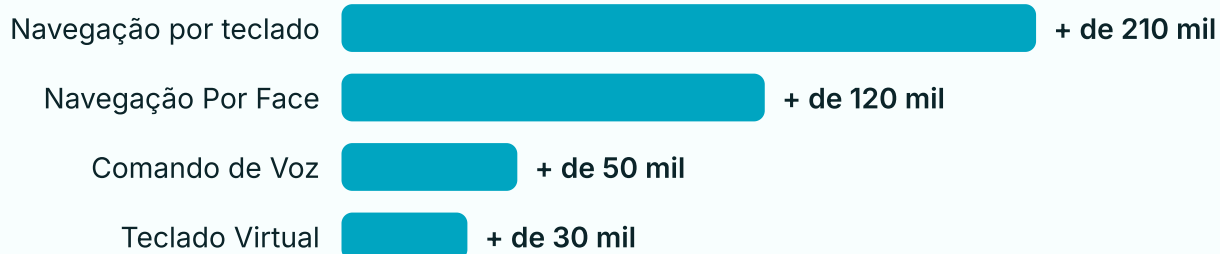
ativações de guia de leitura, máscara de leitura, bloqueio de animações e fonte para dislexia — os recursos de quem precisa de foco.

Dados de mercado estimam que cerca de 5% da população tem transtornos cognitivos ou neurodivergências. Na base, esse grupo responde por um quarto dos perfis ativados. **A neurodivergência usa proporcionalmente mais os recursos de acessibilidade** — e é a que menos aparece nas discussões sobre o tema.

O que isso diz para quem constrói

- Guia de leitura e máscara de leitura, que destacam a linha que está sendo lida, estão entre os dez recursos mais usados.
- Animação que não para é barreira. Bloquear animações é um recurso de alto uso, não um capricho.
- Fonte adequada e espaçamento ajudam a ler, não só a enxergar.

Teclado, rosto e voz: **mais de 430 mil** ativações



Ativações dos quatro recursos de navegação sem mouse.

Navegação por rastreamento facial — mover o cursor com o rosto, pela câmera — está presente em praticamente todas as organizações da base e é o recurso número um em vários portais de serviço público e de educação, onde o uso é no computador.

A navegação por teclado é a mais usada do grupo e aparece em quase todas as organizações. É também a mais barata de garantir: um site que funciona com Tab e Enter já atende quem não usa mouse — e é o que WCAG, a NBR 17225 e a LBI pedem.

Lição: se o site não funciona sem mouse, ele não funciona para muita gente.

Quem ativa um perfil pronto, e qual



■ Visual (cego, baixa visão, daltonismo): **70%**

■ Neurodivergência (TDAH, dislexia, epilepsia): **25%** ■ Motor: **3%** ■ Auditivo: **2%**

Participação de cada grupo de perfis nas ativações de perfil, em toda a base.

Um perfil pronto liga um conjunto de recursos de uma vez: "cego", "baixa visão", "TDAH". Visual domina, com 70% das ativações; neurodivergência vem logo atrás, com 25%.

Mas o agregado esconde uma coisa: o perfil "cego" lidera no total porque uma única grande instituição de ensino responde por mais de um quarto de todas as ativações de perfil da base. **Na organização típica, a ordem é outra:** baixa visão primeiro, depois cego, TDAH e daltonismo.

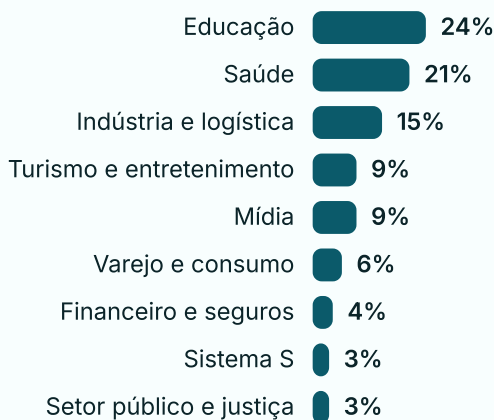
E o perfil de deficiência auditiva, o menos ativado, convive com Libras no segundo lugar entre os recursos. Perfil mede quem se identifica com um rótulo. Recurso mede o que a pessoa precisa. **Para desenhar, siga o recurso.**

PARTE 3 · ONDE ACONTECE, E SE CONTINUA

A acessibilidade não é igual em todo setor. E não é **campanha**.

Educação, saúde, indústria, turismo, setor público: cada um pede uma coisa. Todos continuam usando depois que começam.

Onde a acessibilidade acontece



Participação de cada setor nas interações do histórico.

Educação é o maior setor:

universidades, sistemas de ensino, plataformas de estudo. Metade do uso no computador, e o calendário acadêmico move a base inteira — dezembro cai, matrícula sobe.

Saúde tem a maior intensidade de uso

por organização: jornada pelo celular, baixa visão e TDAH no topo, Libras forte em planos e operadoras.

Indústria e consumo são os sites de

produto: quase 9 em cada 10 no celular, baixa visão e daltonismo.

Quem mais cresceu de 2025 para 2026 (janeiro a agosto)

+ de 8 vezes

setor público e justiça — tribunais, assembleias e portais de serviço

+ de 5 vezes

turismo, transporte e ingressos — onde Libras é o recurso nº 1

+ de 3 vezes

serviços financeiros — também com Libras à frente

quase 2x

educação, o maior setor, ainda crescendo

Quem ativa, **não desliga**

**9 em
cada 10**

organizações
que
começaram há
dois anos
seguem
usando

**3 em
cada 4**

organizações
com mais de
um ano usam a
acessibilidade
em todos os
meses, sem
falhar um

**4 em
cada 10**

interações do
último ano vêm
de
organizações
com dois ou
três anos de
uso

**5 vezes
mais**

organizações
ativas por mês
do que há dois
anos

O medo de quem decide é conhecido: "instala e ninguém usa". Os dados dizem o contrário. Mais de 9 em cada 10 organizações que colocaram a acessibilidade no ar em 2024 ou 2025 seguem com uso em 2026 — e a maioria delas usa todos os meses desde o primeiro.

E o uso não envelhece. Organizações com dois ou três anos de acessibilidade respondem por 4 em cada 10 interações do último ano: o público descobre o recurso e volta.

Acessibilidade não é campanha. É infraestrutura.

Cinco lições para quem **constrói**

1

Comece pelo celular.

7 em cada 10 interações de acessibilidade acontecem em tela pequena, por toque.

2

Fonte, contraste e zoom não são detalhe.

Quase metade de todas as ativações são ajustes de texto e de cor. É o mínimo, e é o que a maioria usa.

3

Libras nativa na jornada, não escondida num perfil.

Recurso nº 1 em mais de 60 organizações e mais de 15 vezes mais usado que o perfil auditivo.

4

Neurodivergência é 1 em cada 4.

Leitura guiada, menos animação e fonte adequada somam mais de 640 mil ativações.

5

Navegar sem mãos e sem mouse.

Teclado, voz e rastreamento facial estão presentes em praticamente todas as organizações da base.

Acessibilidade digital é **lei**. E é o que o público já está usando.

No Brasil, acessibilidade digital é obrigação legal, não recomendação: **Lei Brasileira de Inclusão (Lei 13.146/2015), artigo 63**, com a norma técnica **ABNT NBR 17225** e as diretrizes **WCAG** como referência. Dados de mercado indicam que 98% das empresas ainda desconhecem essa obrigatoriedade.

Seis passos que os dados sustentam

1. **Teste no celular primeiro.** Fonte legível, botões alcançáveis, zoom sem quebrar o layout.
2. **Garanta contraste e tamanho de texto.** O recurso mais usado da base é ampliar. Dê isso de graça, antes de qualquer ferramenta.
3. **Faça o site funcionar sem mouse.** Tab, Enter e foco visível em todo elemento interativo.
4. **Ofereça Libras onde há decisão.** Compra, cadastro, pagamento, matrícula: é nessas páginas que o recurso lidera.
5. **Dê controle sobre movimento e leitura.** Pausar animações, guia de leitura, fonte para dislexia.
6. **Meça o uso.** O que este estudo mostra para o Brasil, a sua organização pode ver para o seu público — e descobrir que ele é maior do que imagina.

Quem faz agora assume a liderança.

PARA FECHAR

Não é só acessibilidade. É experiência digital. É **crescimento**.

A Perto Digital é um ecossistema completo de acessibilidade digital: Plugin, Libras com inteligência artificial e avatares 3D, assistente de voz, documentos acessíveis, texto em fala, monitoramento e análise de uso. Os dados deste estudo vêm dessas tecnologias, em uso real em centenas de sites brasileiros.

Pronto para trazer acessibilidade para **Perto**?

www.pertodigital.com.br