

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 25/09/2020 | Edição: 185 | Seção: 1 | Página: 6

Órgão: Ministério das Comunicações/Secretaria de Comunicação Institucional

PORTARIA Nº 483, DE 28 DE AGOSTO DE 2020

Aprova o Manual de Diretrizes para a padronização dos portais do Governo federal no novo Portal Institucional denominado Gov.Br.

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DO MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, no uso da atribuição que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso I, da Constituição, e com fundamento no art. 6º, incisos X e XI do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, resolve:

Art. 1º Fica aprovado, na forma do Anexo, o Manual de Diretrizes que dispõe sobre elementos necessários à padronização dos portais do Governo Federal, layouts possíveis, descrição de itens obrigatórios e variáveis do portal, boas práticas para aplicação de conteúdo editorial e diretrizes para elaboração de conteúdos de vídeos, infográficos e tagueamento.

Parágrafo único. Sem prejuízo da publicação no Diário Oficial da União, o Manual de Diretrizes será divulgado no portal único do Governo federal "gov.br".

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

FÁBIO FARIA

ANEXO

Manual de Diretrizes GOV.BR 2020

Secretaria Especial de Comunicação Social

Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais Digitais

Elaboração

Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais Digitais

Colaboração

Secretaria Especial de Modernização do Estado Secretaria de Governo Digital

Governo Federal

Secretaria Especial de Comunicação Social. Departamento de Conteúdo

e Gestão de Canais Digitais. Manual de Diretrizes, Versão 1.0. Brasília, 2020.

1. Apresentação

A nova proposta de unificação digital do Governo Federal, o portal gov.br, tem por objetivo atender às necessidades dos brasileiros na procura por informações e serviços públicos, facilitando e tornando o relacionamento com a administração pública mais transparente, simples e moderno.

O projeto possui um conjunto de diretrizes, padrões e modelos de publicação a serem aplicados pelos órgãos/entidades federais em seus portais oficiais. O gov.br está alinhado com as tendências de design de experiência e interação do usuário e com as práticas atuais de comunicação governamental em ambientes digitais utilizadas mundialmente.

Este manual expressa detalhes e elementos necessários para a padronização dos portais, além de apresentar o projeto, seus pilares e objetivos.

Demonstra

O gov.br está em constante atualização. Todos os envolvidos contribuem para seu aperfeiçoamento. Por isso, tudo que iremos apresentar aqui é introdutório e pode ser complementado com o Demonstra, um tutorial dinâmico pronto para esclarecer em detalhes a construção das páginas institucionais.

2. O que é o gov.br

O gov.br é uma plataforma que visa a unificação de portais na internet, sistemas e aplicativos móveis que contenham informações institucionais, notícias ou prestação de serviços do Governo Federal. Isso significa reunir em um só lugar, de forma simples, prática e eficiente todos os serviços e informações oferecidas digitalmente ao cidadão. Ademais, oferece um espaço informativo e utilitário para a população, mantendo-a ciente do que está sendo realizado pelo Governo e a poucos cliques de serviços essenciais, através da integração de serviços disponibilizados por todas os órgãos públicos do Governo em seus respectivos sites.

O portal único é desenvolvido na plataforma Plone, considerada uma das mais seguras e amplamente utilizada por entidades públicas no Brasil e exterior. Seu layout segue a linha da identidade visual do Governo Federal e reúne boas práticas de design de experiência e interação do usuário.

As boas práticas de estruturação de serviços, por exemplo, foram revistas com o objetivo de garantir uma melhoria no atendimento aos cidadãos. São exemplos de práticas que guiaram esse novo padrão:

Priorizar atenção ao usuário, no lugar do foco na tecnologia

É preciso entender a necessidade do usuário para, só depois, pensar em como atendê-la. A tecnologia deve se adequar ao objetivo e não o contrário. Recomenda-se pensar em mais de uma maneira para resolver um problema.

Boa-fé dos usuários como premissa

Não optar por soluções tecnológicas e de segurança mais complexas apenas por presumir inabilidade ou imperícia do usuário. É preciso ter soluções mais simples e eficientes, além de mecanismos de controle que devem ser utilizados racionalmente, para minimizar os danos na experiência do usuário.

Compreensão e Compatibilidade

Os serviços devem ser compreensíveis tanto para usuários quanto para máquinas, sendo também compatíveis com assistentes virtuais. É preciso que a inteligência artificial possibilite isso à medida que apoia a classificação e organização do conteúdo dos serviços.

3. O porquê da mudança

O projeto surgiu da necessidade de dar uma identidade visual às páginas do Governo, bem como ter uma única lógica de navegação nos diferentes sites. Essas mudanças facilitam o acesso do cidadão e cumprem as determinações do decreto nº 9.756, de 11 de abril de 2019.

O objetivo agora é que, ao acessar as páginas do novo gov.br, o usuário esteja apenas a 3 cliques da informação que busca.

O novo gov.br facilita a experiência do cidadão na hora de conhecer e utilizar os serviços oferecidos pelo Governo ou ainda de exercer seus deveres. Além disso, melhora a tarefa dos órgãos de gerir, avaliar e aprimorar seus canais.

A unificação emprega soluções tecnológicas para simplificar a experiência do usuário na hora de utilizar e conhecer os serviços públicos oferecidos, economizando tempo e evitando deslocamentos desnecessários.

A mudança também será vantajosa para os órgãos federais. A plataforma concentra e auxilia a oferta dos serviços, sem desrespeitar a autonomia funcional de cada órgão/entidade. Com orientações bem definidas e a elaboração de manuais padronizados, os órgãos/entidades conseguirão se comunicar de forma clara, simples e efetiva, se aproximando cada vez mais dos respectivos públicos.

4. Pilares da mudança

Experiência única

Os diversos serviços digitais do governo se propõem a atender os cidadãos como uma central única, um balcão de atendimento, que ofereça soluções para diferentes necessidades. Devem, portanto, compartilhar e seguir os mesmos padrões estruturais e visuais. A experiência precisa conferir confiança aos usuários, diminuindo sua curva de aprendizado. A interface deve ser consistente, mas flexível e adaptável de acordo com o contexto de quem a utiliza.

Eficiência e clareza

É importante que os processos dos serviços sejam simples e eficazes, com informações organizadas e estruturadas para solucionar de forma rápida e clara as necessidades dos usuários. Informações importantes e essenciais para o uso dos serviços devem ser sempre priorizadas. A eficiência precisa ser alcançada sem prejudicar a compreensão do usuário (pode ser mais adequado um maior número de etapas se as informações e o processo do serviço ficarem mais claros para o usuário, por exemplo).

Acessibilidade

O sistema de serviços deve cumprir as diferentes necessidades de acessibilidade, atendendo às orientações do e-MAG - Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico - e, principalmente, considerar os diferentes usos e acessos ao portal.

Colaboração

O aprimoramento contínuo dos padrões apresentados deve ser incremental, colaborativo e contínuo, baseado nas necessidades dos cidadãos e na experiência de aplicação já adquirida.

Reutilização

Interfaces digitais dos sites, aplicativos e sistemas de governo devem utilizar componentes existentes sempre que possível. Caso haja necessidade de criar um novo, os padrões visuais e funcionais devem ser respeitados.

A serviço do cidadão

Os diversos serviços digitais do governo se propõem a atender os cidadãos como uma central única e devem, portanto, compartilhar e seguir os mesmos padrões de identidade verbal e visual. Sendo assim, a experiência transmite confiança aos usuários. A interface é consistente, mas flexível e adaptável de acordo com o contexto de quem a utiliza.

O gov.br é voltado para a sociedade e construído sob o ponto de vista do usuário. A escolha dos serviços que devem ser cadastrados no portal, chamados de Serviços Públicos de Atendimento, são aqueles que o usuário precisa conhecer o processo e interagir com o órgão para usufruir de seus efeitos.

Interação

Serviço que só pode ser prestado com a colaboração do usuário.

Personalização

É aquele onde cada usuário recebe o serviço por uma instância própria, particular, e não de forma generalizada, como ocorre com o policiamento, por exemplo.

Suficiência

O processo deve englobar desde o "pedido" (inscrição, requisição, convocação etc.) até a "entrega do produto", ou seja, o serviço termina quando o usuário receber aquilo que ele tinha por objetivo no início, ou então quando obtiver a resposta definitiva de que não tem direito/não foi selecionado ao serviço.

Processo padrão

O serviço tem um passo a passo básico para sua prestação (salvo imprevistos), com definições claras de cada passo que o usuário deve realizar para obter o produto ou resposta do serviço.

Utilidade direta à sociedade

Deve ser uma atividade fim que atenda a uma parcela direta da população, e não somente à máquina pública.

5. Apresentação da estrutura

Por meio de uma arquitetura de informação, o Gov.br padroniza layout e orientações editoriais comuns, as informações publicadas por ministérios, secretarias e demais órgãos federais, se comunicando com o público de forma clara e possibilitando uma experiência unificada nos sites e portais.

Os padrões, códigos e documentação que formam o Design System do Gov.br devem ser seguidos por designers e desenvolvedores que criam para o governo, para que mantenha unidade do portal, a consistência e a qualidade da interface.

Ainda assim, a estrutura tem flexibilidade para atender às necessidades comunicacionais de cada órgão/entidade. O visual foi pensado para ser mais atrativo e moderno, sendo possível adequá-lo às mensagens e campanhas que cada entidade precisa promover, sem abrir mão de assegurar a chancela e a credibilidade da administração pública sobre os conteúdos. O portal Gov.br possui uma arquitetura de site composta por cabeçalho, miolo e rodapé.

Mais informações sobre o Design System do Gov.br podem ser encontradas em dsgov.estaleiro.serpro.gov.br/

6. Layouts possíveis

Os layouts disponíveis para uso dos portais institucionais seguem a mesma linha visual do portal principal do Governo Federal.

Com uma interface consistente e de fácil compreensão, o gov.br permite ainda a adaptação de acordo com o contexto de quem a utiliza, seguindo as diretrizes definidas, possuindo versões com layout responsivo para dispositivos móveis.

A disposição dos itens flexíveis fica a critério do gestor de conteúdo de cada órgão, sendo apenas a parte de notícia fixa ao topo, podendo variar entre notícia fixa ou carrossel.

Os itens obrigatórios ficam localizados ao final da página inicial, sempre anteriores ao rodapé.

Opção 1:

- Cabeçalho;
- Menu;
- Notícias em formato carrossel;
- Serviços;
- Outras notícias;
- Banner;
- Agenda da autoridade;
- Acesso à Informação;
- Central de conteúdo;
- Atendimento ao cidadão;
- Rodapé.

Opção 2:

- Cabeçalho;
- Menu;
- Notícias em destaque;
- Outras notícias;
- Banner promocional;
- Outras notícias;
- Página de campanhas;
- Agenda da autoridade;

- Serviços e informações ao cidadão;
- Banner promocional;
- Acesso à informação;
- Rodapé.

7. Descrição de itens do gov.br

Cabeçalho

No cabeçalho, fica localizada a assinatura do gov.br, assegurando a legitimidade do conteúdo oficial publicado. Além disso, possui os atalhos de navegação facilitada e ferramentas de acessibilidade para pessoas com deficiência.

Os atalhos são compostos pelos itens:

- Órgãos do Governo: lista os demais Ministérios e Secretarias, além do Banco Central do Brasil.
- Acesso à informação: apresenta notícia, informações básicas, serviços e mídias relacionados diretamente com a Lei de Acesso à Informação.
- Legislação: link para o portal Legislação com a íntegra de todas as leis nacionais e demais instrumentos regulatórios sancionados pelo Presidente e Congresso Nacional.
- Acessibilidade: relação das funcionalidades de acessibilidade disponíveis no gov.br.
- Acesso gov.br: para realização de login e acesso ao conteúdo exclusivo de usuários cadastrados.
- Contraste: ferramenta de acessibilidade que altera instantaneamente o esquema de cores do site para leitura facilitada.

Barra de Acessibilidade

A barra de acessibilidade está disponível ao lado direito do cabeçalho, com atalhos que auxiliam pessoas com deficiência ou visão reduzida no acesso aos conteúdos.

- Alto Contraste: transforma a relação de contraste entre o plano de fundo e os elementos do primeiro plano, criando um contraste otimizado.
- VLibras: o programa que traduz o conteúdo do site para a Língua Brasileira de Sinais (Libras).

Denominação do Órgão

- Já nos sites específicos de cada órgão, o cabeçalho traz o nome do órgão/entidade ao qual o conteúdo do site se refere (Ministério, Secretaria etc.) em fonte menor.
- Logo abaixo vem o seu subordinado, ou seja, sua área de atuação ou como ele é mais conhecido pela população.
- A caixa de busca ajuda o usuário a buscar informações dentro do site.

Menu

O menu é expansível e está representado por três linhas horizontais (formato hambúrguer), localizado no cabeçalho. Para expandir o menu, basta clicar no ícone e automaticamente todos os itens disponíveis no site serão revelados. O menu deve ser organizado por áreas temáticas, com linguagem simples e objetiva.

As páginas institucionais deverão apresentar em seu menu, no mínimo, os cinco tópicos a seguir, em ordem alfabética:

- Acesso à informação;
- Assuntos;
- Canais de atendimento;
- Centrais de conteúdo;
- Composição;

- Serviços.

- É vedada a duplicação de textos relacionados a serviços prestados, a fim de se evitar a assincronia entre os conteúdos apresentados no portal gov.br e no portal institucional do órgão ou entidade.

- É recomendável que os serviços mencionados no portal institucional remetam, por meio de hiperlink, aos conteúdos presentes na carta de serviços disponível no portal gov.br.

- Não é recomendável criar nomes exclusivos para o menu de serviços.

- É necessário que o acesso à categoria Serviços conste no primeiro nível do menu dos portais institucionais dos órgãos ou entidades.

Busca

O portal gov.br conta com duas possibilidades de aplicação da busca: reduzida e expandida.

A busca expandida está localizada na página inicial do gov.br, ocupa a área de destaque e é acompanhada por uma imagem de fundo (background) que destaca uma campanha ou ação importante do Governo no período.

O objetivo deste estilo de busca é oferecer uma via direta ao cidadão para pesquisar o conteúdo que deseja. A busca reduzida está localizada nas páginas de órgãos/ entidades governamentais e nas outras seções do site.

Miolo

O miolo é o espaço para exibição de conteúdos do órgão, o objetivo dessa área é facilitar a prestação de serviços e a visualização de informações por parte do usuário. Os conteúdos estão divididos em variáveis, utilizados de acordo com as especificidades de cada órgão, e obrigatórios e permanentes, itens imprescindíveis a todos os sites.

O grupo de conteúdos variáveis é apresentado na parte superior da página, sendo seus componentes definidos pelo gestor de conteúdo, de acordo com as especificidades do órgão. Caberá a ele definir o modelo a ser aplicado, considerando o destaque, a listagem de notícias e a inclusão de banners.

Já o grupo de conteúdos permanentes estará posicionado no layout na parte inferior, começando pelo componente "Agenda". Nesse grupo, é obrigatória a existência de agenda do representante do órgão/entidade, acesso à Informação, centrais de conteúdo e atendimento ao cidadão.

Conteúdos permanentes:

- Agenda do representante do órgão;
- Acesso à informação;
- Centrais de conteúdo;
- Atendimento ao cidadão.

Conteúdos variáveis:

- Imagem de destaque;
- Carrossel de notícia;
- Notícias;
- Banners;
- Cards de acesso a outras páginas.

8. Itens Permanentes

Agenda

A agenda é um item obrigatório dentro do site, apresentando a mesma diagramação de componentes em ambos os modelos de layouts disponíveis. No caso da agenda do representante do órgão, o módulo ganha espaço de destaque na página principal. Na agenda estão disponíveis:

- Compromissos com local e horário definidos;

- Navegação pela agenda completa.

A agenda interna da autoridade é composta por:

- Selo do Governo Federal, com o nome da autoridade e do órgão/entidade;
- Dois calendários, sendo o primeiro com todas as datas referentes ao mês e o segundo com os dias corridos da semana;
- Uma área de busca;
- Os títulos dos compromissos, horário que serão realizados e os detalhes importantes.

Boas práticas

- Título e descrição do evento preparam o usuário, caso queira acompanhar;
- Visualização do mês completo, com suas respectivas atualizações reflete transparência;
- Usuário pode adicionar o evento à própria agenda, facilitando o acompanhamento do que o interessa.

Acesso à Informação

As informações relativas à Lei de Acesso à Informação - LAI fazem parte das categorias de conteúdos permanentes. O artigo 8º prevê um mínimo de dados que os órgãos e entidades devem obrigatoriamente divulgar nas suas páginas oficiais na internet. Dos treze itens obrigatórios, apenas oito serão exibidos na página inicial. Para acessar os demais, é preciso clicar em "Ver Mais" ou via Menu Principal. Já o item Institucional do "Acesso à Informação" apresenta as informações organizadas em quatro abas obrigatórias: Biografia, Estrutura, Competências e Quem é Quem. Se for necessário incluir conteúdo, os Gestores de Conteúdo podem ser criadas mais abas.

Boas práticas

- A categorização de temas diferencia os conteúdos e ajuda a entender cada um de maneira mais prática.

Centrais de Conteúdo

Os conteúdos serão agrupados de acordo com suas características: áudio, imagens, textos e vídeos. Fica a cargo do gestor de conteúdo responsável acrescentar ou suprimir cards, de acordo com a necessidade do Órgão.

Repositórios de conteúdo

- Após a migração, visando as melhores práticas e o atendimento dos critérios de economicidade do gov.br, os conteúdos de mídia devem ser armazenados em repositórios como, por exemplo, as redes sociais Flickr, Youtube e Instagram.

- No portal, teremos dois layouts padrão com alguns módulos que podem ser escolhidos.

- O conteúdo é livre e fica a critério do Gestor.

Boas práticas imagens

- Título e data da imagem situam o contexto de cada uma;
- Exibir as datas de modificação mostra que o conteúdo do site é sempre atualizado;
- Ícones de redes sociais no topo e embaixo incentivam e viabilizam o compartilhamento do conteúdo do site.

Boas práticas vídeos

- Sinalizar onde estão os novos conteúdos do órgão/entidade também funciona como call to action para que o público siga o perfil no Youtube;

- Título e descrição preparam o usuário para o que será encontrado no vídeo, dando mais liberdade para que ele escolha os conteúdos que deseja assistir.

Boas práticas áudio

- Indicar o tema do áudio/notícia com a data atesta a constante atualização do site;

- A listagem de áudios dá mais liberdade para o usuário escolher o que deseja ouvir;
- A licença de creative commons dá mais legitimidade ao conteúdo dos órgãos.

Atendimento ao cidadão

A parte de atendimento ao cidadão é um dos componentes fixos do site, possuindo atalhos para a Ouvidoria e os itens dos Canais de Atendimento. É de suma importância facilitar o relacionamento com o cidadão, tornando mais acessível o contato com os órgãos competentes.

Para qualquer uma das ações, o usuário é direcionado para o Fala.Br, a Plataforma Integrada de Ouvidoria e Acesso à Informação. Lá, ele deve fazer login e registrar sua manifestação.

Boas práticas

- As opções de registrar ocorrência com o login unificado do gov.br ou específico da ouvidoria dão mais liberdade ao usuário.

Rodapé

Ao final, está localizado o rodapé. É um "espelho" do portal, com links de acesso direto às redes sociais, um mapa geral do site com todos os itens de atalho de menu de primeiro e segundo níveis, atalhos para os sites do gov.br e acesso à informação. O rodapé facilita a procura do usuário por outras seções.

Boas práticas

- É importante que todas as áreas tenham esse rodapé, pois assim o usuário não se perde na navegação e encontra mais facilmente as informações desejadas ao navegar por todo o site.

9. Itens variáveis

Notícia

Para publicação de notícias, a formatação do texto é padrão e não possui estilos diferentes. A estrutura consiste em: palavra-chave; título; resumo; data e hora da publicação e da última modificação; foto; texto corrido; fonte da notícia; categoria onde se encaixa.

Para a divulgação de outras notícias relevantes, mas que não precisam estar em destaque, o portal permite a utilização na página principal das opções:

- Texto e imagens maiores;
- Texto e imagens menores;
- Apenas texto;
- Notícia em destaque ou texto.

Boas práticas

- Banners e notícia em destaque são modelos recomendados, uma vez que a notícia atua como protagonista, chamando a atenção do usuário.

Os itens que compõem o grupo flexível do site serão implementados segundo as características e necessidades do órgão/entidade. Nele, podem entrar os serviços em destaque, as últimas notícias ou ainda cards de acesso a outras páginas.

Boas práticas - Cards de Notícias

- Intuitivos, dão uma visão geral das notícias e facilitam a localização do conteúdo pelo qual os usuários têm interesse.

Boas práticas - Categorias

- O usuário pode acessar a informação pelo campo de busca, pelo órgão/estado ou por categoria.

A categorização ajuda a entender o conteúdo de maneira mais direta, determinando o grupo de conteúdo que usuário encontrará ali.

Categorias e subcategorias são o conjunto de serviços e informações que são dispostos e agrupados de forma hierárquica para facilitar a navegação, tornando-a mais objetiva.

Boas práticas - Grupos de Notícias

- Incentiva o usuário navegar por todos os itens da lista.

10. Boas práticas para aplicação de conteúdo editorial

Linguagem do cidadão

A linguagem utilizada deve ter como referência um vocabulário simples e próximo a realidade dos brasileiros. É importante evitar termos técnicos e palavras rebuscadas. Contudo, deve-se seguir a norma culta da língua portuguesa sem que isso atribua um tom erudito à mensagem. Como destaca o professor Carlos Alberto Faraco, não se deve confundir oralidade com informalidade.

Frases e textos curtos

Orações e períodos longos tornam a leitura cansativa e mais complexa. Além disso, podem fazer com que o leitor esqueça do tema inicial abordado ou quem é o sujeito da ação. Evite períodos longos, com mais de duas linhas e muitas vírgulas. Apresente uma ideia em cada oração. As melhores práticas de legibilidade recomendam frases com até 30 palavras para assegurar a fluidez da leitura. Essa tática também minimiza a quantidade de redutores de velocidade, como vírgulas, pronomes relativos e erros de concordância.

Construir frases, títulos e linha fina sempre na ordem direta

A voz ativa dá clareza à lógica da ação relatada. A estrutura básica sujeito + verbo

· predicado facilita a compreensão do texto. Exemplo: Governo divulga calendário nacional de vacinação.

Títulos e linha fina curtos

Na nova arquitetura padrão, título e linha fina devem ter, no máximo, duas linhas. Além disso, a linha fina deve complementar a ideia do título com novas informações. Os títulos precisam ser atrativos e despertar o interesse do leitor, pois são o primeiro contato do cidadão com o texto.

Parágrafos curtos

Estudo de Eye Track III, do Instituto Poyter, mostrou que parágrafos curtos, com menos de 50 palavras, atraem o dobro da atenção dos usuários. Na arquitetura do portal Institucional Padrão, é possível manter esse padrão em parágrafos com até três linhas.

Usar separadores de texto

Aplicar recursos multimídia, "olhos" ou intertítulos para separar blocos de texto facilita a leitura escaneada e prende a atenção do usuário. Destrinchar o texto em tópicos também auxilia a compreensão do texto.

Empacotamento e integração dos conteúdos

Antes de publicar, o editor deve mapear os conteúdos disponíveis e planejar a organização destes na página. Os conteúdos multimídia devem sempre trazer informações novas em relação ao que consta no texto. É importante pensar sobre a melhor maneira de disponibilizá-los na página, com o apoio dos diversos recursos disponíveis.

Padrões jornalísticos

A elaboração das notícias, sobretudo as factuais, deve prezar pelos padrões jornalísticos de apuração, estilo e escrita. Usar lead e pirâmide invertida, bem como deixar que apenas as fontes consultadas façam a defesa do governo, dá credibilidade ao texto. Assim, os usuários perceberão que o governo também segue os parâmetros usados pela imprensa tradicional. Contudo, esse modelo não deve engessar o modelo produtivo, tampouco cercear a capacidade criativa dos profissionais. Sempre que possível, e necessário, é importante utilizar modelos diferentes, como textos com perspectiva literária e humanizado, explicadores e comparação de dados.

Evitar uso de adjetivos desnecessários e vagos

Cabe às fontes consultadas qualificar e opinar sobre as ações do governo. O profissional da assessoria de comunicação deve recorrer a adjetivos apenas quando for imprescindível.

Matérias sobre a perspectiva do cidadão

As reportagens em formato storytelling, que focam nas vivências do cidadão podem ser uma oportunidade para relatar o impacto das políticas públicas na realidade dos brasileiros.

Consultar fontes externas

Sempre que possível, deve-se consultar fontes externas ao governo, como cidadãos, representantes da sociedade civil organizada, empresários, líderes de Organizações Não-Governamentais e sindicatos.

Deixar que a população opine sobre as propostas do governo, agrega credibilidade às matérias e amplia a identificação dos indivíduos com o governo.

Call to action nos títulos e chamadas

Algumas palavras incentivam o usuário a acessar um conteúdo (tática conhecida como call to action). Criar senso de urgência ativa o Sistema Límbico, região cerebral responsável pelas emoções e comportamentos sociais. Os títulos devem encorajar o leitor a tomar a decisão de explorar o conteúdo. Exemplos: "Conheça 10 passos para reduzir o sal na alimentação diária"; "Afim, quais medidas fizeram a economia do país voltar a crescer"; "Entenda como a reforma trabalhista muda a vida dos brasileiros".

Formato buzz

O formato de listas para responder perguntas e curiosidades é uma das formas de dialogar com os sentimentos do usuário. O formato Buzz é uma excelente estratégia para aguçar a curiosidade dos leitores em relação a temas de interesse público e importantes para o governo. Isso também pode auxiliar a ampliar o engajamento nas mídias sociais. Exemplos: "10 mitos sobre a reforma trabalhista", ou ainda "As 10 melhores praias do Brasil para ir com a família".

11. Diretrizes para vídeos

Linguagem e edição com aderência ao tema

A linguagem e a edição devem ser coerentes com o assunto abordado, assim como os planos e cenários. Além disso, o vídeo deve acompanhar a perspectiva editorial do portal, com formatos específicos para o conteúdo institucional, noticioso, contextual (Entenda) e aqueles focados nas experiências dos cidadãos (storytelling).

Condução dos depoimentos

As perguntas devem contribuir para que o entrevistado expresse opiniões e relatos. A indução de respostas não é uma prática recomendada.

Roteiro

Recomenda-se a ordem direta, além de evitar rimas e pontuações inadequadas. O roteiro deve prever o uso de imagens captadas, de arquivo, documentais e arte, que contribuirão para tornar o vídeo didático, claro e objetivo.

Trilha sonora

A escolha de músicas e efeitos sonoros deve ser feita de acordo com o tema abordado e contribuir para prender atenção do leitor. Também deve estar alinhada com o ritmo que se pretende dar à passagem das imagens. Bancos de trilhas gratuitas são uma excelente opção para garantir uma produção mais econômica.

Uso de imagem

Todos os personagens filmados devem autorizar o uso de sua imagem por meio de documento datado e assinado.

Eliminar ambiguidade

Evitar empregar os pronomes "seu" ou "sua". Se for o caso, usar "dele" ou "dela". O primeiro caso provoca confusão e pode dar impressão de que a posse é do usuário.

Didatismo

Termos técnicos e estrangeirismos devem ser evitados. Caso sejam necessários, é importante acrescentar uma breve explicação.

Sonoridade e ritmo

Texto de vídeo é para ser falado e ouvido. Por isso, recomenda-se evitar rimas exageradas e pontuações que quebrem o ritmo.

Narração ou locução

Deve ser feita como quem conta uma história. A locução deve ser pausada, conversada e natural.

Legendagem e acessibilidade

O Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (e-MAG) recomenda que vídeos com áudio falado tenham legendas. Além de essencial para pessoas com deficiência auditiva, a alternativa em texto também é importante para quem não pode ativar o som no momento em que acessa o material. A legenda deve usar a ortografia correta, independentemente de erros dos depoimentos. Estrangeirismos e gírias, caso ditos, devem aparecer em itálico. É desejável ainda que vídeos com áudio apresentem alternativa na Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS).

Pacote gráfico padrão

Recomenda-se que os vídeos sejam identificados com vinhetas padrão de abertura e encerramento. Nomes, cargos, identificação de instituições devem ser feitos com Geradores de Caracteres (GCs), seguindo a mesma linha de arte das vinhetas. O tempo de exposição é o tempo de leitura, entre três e sete segundos.

Artes e gráficos

Os caracteres gráficos ajudam a visualização e a compreensão de números, regras, datas, entre outras informações. Excesso de texto na arte dificulta a visualização, por isso, deve ser sucinto.

12. Diretrizes para infográficos

Os infográficos facilitam a compreensão das mensagens, pois conseguem transmitir de forma resumida, didática e imagética explicações sobre um assunto. Para isso, é possível combinar texto, fotografia, desenho, ícones, mapas e fichas. As peças permitem uma compreensão mais fácil e ágil da mensagem.

Modos de simbolização

Variar o modo de simbolização (posição e sentido da leitura na arte) e apresentar conteúdos de forma esquemática tornam a leitura mais dinâmica, além de possibilitar uso de mais ícones e ilustrações. Os infográficos horizontais reduzem a necessidade de rolar a página.

Infográficos comparativos

Deve-se variar os tipos de abordagem e produzir infográficos que comparem situações (antes e depois de uma política pública) e expliquem processos (o que levou o governo a tomar uma determinada decisão). Existem diversas ferramentas que produzem comparações de dados entre diversas situações.

Ilustrações e ícones

Ilustrações e ícones devem ser adequados à linguagem utilizada pelo público-alvo. Além disso, eles ajudam a prender a atenção do cidadão e a transmitir a informação desejada.

Animações

Infográficos animados (motion graphic) e interativos atraem a atenção do leitor e incentivam-no a permanecer na página. Estes últimos são uma boa estratégia para auxiliar a memorização de informações e transmitir uma mensagem por meio de conteúdos educativos, sobretudo quando se utiliza Quiz e games.

Menor quantidade de texto possível

Não escrever o que pode ser mostrado. Deve-se privilegiar a informação visual e não apenas imagens decorativas. Use a menor quantidade de texto possível.

Uso do humor

Ainda que o governo deva prezar por uma linguagem formal, é possível utilizar o humor para atrair a atenção do leitor e tornar a leitura leve e agradável, mantendo a civilidade e respeitando as diferenças, nunca fazendo uso de piadas ou comentários que possam agredir pessoas em função de sua raça, cor, gênero ou orientação.

Acessibilidade

Acessibilidade é essencial, principalmente quando se trata de conteúdos produzidos pelo setor público. O Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (e-MAG) recomenda as seguintes possibilidades: alternativa em texto (com link para página de descrição) e contraste mínimo (para ser visualizado por pessoas com baixa visão).

Facilidade de compartilhamento

O conteúdo deve ser facilmente compartilhável. Por isso, é importante disponibilizar o código HTML do material para ser mais facilmente incorporado nos canais interessados em divulgá-lo.

Tipografia

Adotar formas tipográficas com poder de informação e elementos icônicos precisos.

Ícones e cores

Ícones e cores Ícones e cores devem ser coerentes com a mensagem e devem ser usados para destacar informações. O bom uso da paleta de cores permitirá que o cidadão "amarre" visualmente o raciocínio no momento da leitura.

13. Diretrizes para tagueamento

As técnicas de tagueamento são responsáveis pelo bom posicionamento dos conteúdos nos sítios de busca. Estes utilizam uma série de parâmetros para mostrar conteúdos pertinentes ao cidadão no topo dos resultados. Há uma série de boas práticas de tagueamento que atendem aos complexos critérios dos algoritmos utilizados por motores de busca. Quanto mais critérios forem atendidos, melhor o posicionamento nos resultados, seja por meio do tagueamento de palavras-chave aplicadas em cada conteúdo ou nos códigos de programação do portal.

Título

Pelo menos uma das palavras-chave deve estar no título. Em regra, o título é o principal marcador (heading tag) que indicará aos buscadores a ordem hierárquica dos conteúdos na página.

URL amigável no idioma correto

O gerenciador de conteúdo deve utilizar o título do texto para criar a respectiva URL, a ser formada por termos no idioma do conteúdo publicado.

Tags no início

Os principais termos-chaves devem aparecer nas primeiras 150 palavras do texto, segundo a consultoria Moz. Os buscadores priorizam essa área para identificar conteúdos relevantes, ainda que o escaneamento seja feito em todo o material.

Precisão e personalização

Use um termo chave (tag mãe) associado a duas ou três palavras que o especifiquem para formar uma pequena frase. As palavras-chave cauda longa (long tail) garantem uma busca mais personalizada, já que a especificidade dos termos reduz a concorrência (ex.: "Como obter financiamento do FIES").

Subtítulos e chapéus

Usados pelas ferramentas para escanear e encontrar conteúdo. São complementos estratégicos, pois aparecem nas descrições dos resultados de busca.

Sinônimos

Para otimizar a indexação, use palavras diferentes com o mesmo significado dos termos-chaves ao longo do texto, abrangendo uma maior variedade de termos. Pois, repetir os mesmos termos muitas vezes prejudica a performance nos motores de busca.

Quantidade ideal

A empresa de software Yoast SEO recomenda densidade de palavras-chave no texto, entre 0,5% e 2,5%. Ou seja, um texto com 200 palavras deve ter no mínimo uma e, no máximo, cinco palavras-chave. Um número excessivo tem efeito inverso no ranking de classificação.

Descrição de fotos

Preencher o campo específico (ALT) ao publicar imagens é um dos critérios verificados por buscadores para posicionar um conteúdo. Desse modo, a imagem fica acessível para pessoas com deficiência visual, além de otimizar resultados para quem usa o filtro "imagens" nos sites de busca.

Links externos e internos

Um dos principais critérios para os buscadores avaliarem a reputação de um site é medir a quantidade de links recebidos de outros portais. Por isso, é importante parcerias com outros órgãos e entidades, bem como produzir conteúdos relevantes para fomentar a indicação orgânica em diversas propriedades digitais que não sejam do Executivo Federal.

Meta-descrição

É o breve texto que descreve o site e aparece nos resultados de busca. Deve estar escrito no idioma do público-alvo e a descrição deve ter até 155 caracteres. Embora não seja fator de ranqueamento, estimula os usuários a clicar.

Seleção de palavras-chave

A melhor forma de escolher as principais palavras-chave é colocar-se no lugar do usuário e se questionar: quais palavras eu digitaria nos buscadores para encontrar esse conteúdo?

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.