

Manual de Diretrizes de Comunicação da Identidade Digital de Governo

Ministério do
Planejamento, Orçamento
e Gestão

Secretaria da
Comunicação Social



Sumário

Apresentação	3	Diretrizes de linguagem	34
Pilares de comunicação	4	Conteúdo	35
Foco no público	5	Cores	36
Experiência digital comum	6	Tipografia	40
Acessibilidade e responsividade	7	Temas	41
Economicidade	8		
Estrutura padrão	9	Boas práticas para a aplicação de conteúdo editorial	46
Estrutura padrão	10	Recomendações gerais	47
Portal institucional	11	Reforma ortográfica	54
Cabeçalho	12	Recomendações para tagueamento	55
Barra de destaque	22		
Coluna de Menus	24		
Rodapé	25		
Outros portais	26		
Cabeçalho	27		
Coluna de Menus	32		
Rodapé	33		

Apresentação

Este manual de diretrizes foi desenvolvido com o intuito de apresentar as funções, vantagens e características do Portal Padrão, parte integrante do Projeto de Identidade Digital do Governo Federal. O objetivo principal dessa estrutura é oferecer unidade na presença digital dos órgãos do Sicom para que o cidadão navegue e encontre, com mais facilidade e com um mínimo de curva de aprendizado, as informações sobre as políticas públicas, equipamentos e serviços ofertados pelo Governo Federal. Sendo assim, portanto, uma ferramenta facilitadora para o público exercer o direito à cidadania.

Para facilitar o entendimento, este material pretende explicar os objetivos e as peculiaridades desenvolvidas no Portal Padrão. O manual se divide em três partes: **1º parte - pilares de comunicação:** com as características e vantagens da implantação do Portal Padrão; **2ª parte - estrutura padrão:** apresentação da composição e da divisão de informações do portal; **3ª parte - linguagem:** utilização dos estilos visuais e de conteúdos mais adequados para compor a estrutura do espaço virtual.

01

Pilares de comunicação

Razões para padronização

A

Foco no público

B

Experiência digital comum

C

Acessibilidade e responsividade

D

Economicidade

02

Pilares de Comunicação

Razões para padronização

Foco no público

Os conteúdos do portal são disponibilizados com foco no público principal. Aliado a uma linguagem multimídia de fácil entendimento, o portal torna-se acessível a todos. O objetivo aqui é que o interessado consiga, de fato, ter conhecimento e compreensão do assunto procurado.

A

Pilares de Comunicação

Razões para padronização

Experiência digital comum

A fim de facilitar a identificação do público com os portais ligados ao governo federal, o Portal Padrão foi desenvolvido equilibrando a estrutura padrão estabelecida e as peculiaridades de cada órgão. Sempre com o foco no público, a padronização foi intencional para que o cidadão não tenha dificuldade em conseguir informações ao acessar outro portal do governo. Além da facilidade de acesso, acredita-se que o Portal Padrão, implantado em diversos órgãos, gere mais credibilidade e posicionamento ao próprio governo ao criar uma identificação digital dos portais governamentais disponíveis à população.

B

Pilares de Comunicação

Razões para padronização

Acessibilidade e responsividade

Segundo o Decreto de Lei nº 5.296, de 2004, que torna obrigatória a implementação dos critérios de acessibilidade em portais para atender as pessoas com deficiência, o Portal Padrão implantou, na página principal, um local destinado a acessibilidade, que permite inserir esse público às ações desenvolvidas e trabalhadas pelo governo federal.

Tendo em vista o crescimento no acesso à internet por meio de dispositivos móveis, a construção do Portal Padrão ocorreu de maneira responsiva. Isto é, o Portal já é concebido de maneira flexível para se adaptar a diferentes tamanhos de tela, atendendo a uma ampla variedade de dispositivos, mantendo a gestão do conteúdo organizada e eficaz. Dessa maneira, o acesso é garantido em várias plataformas.

C

Pilares de Comunicação

Razões para padronização

Economicidade

O Portal Padrão foi criado com uma estrutura reutilizável, ou seja, pode ser aplicada em diferentes órgãos. Dessa forma não é preciso investir em uma nova arquitetura e criação, podendo reaproveitar as ferramentas já organizadas e pré-formatadas. O Portal Padrão é constituído de módulos prontos para serem desenvolvidos, possibilitando redução de custo material e humano.

D

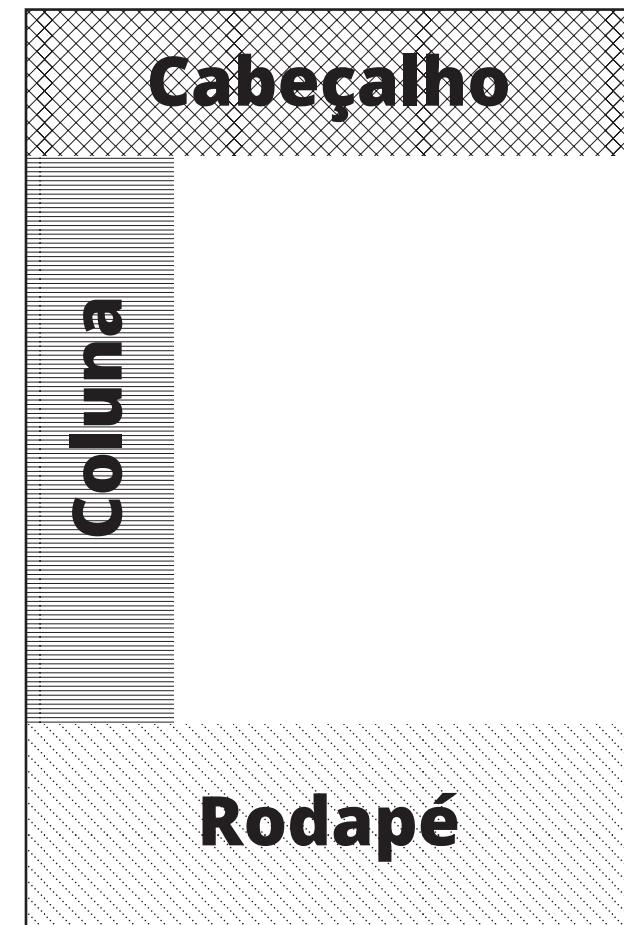
Estrutura padrão

O Portal Padrão foi estruturado em um conjunto fixo de cabeçalho, coluna de menus e rodapé. Ainda que seja uma estrutura fixa, este formato permite ao órgão escolher a disposição dos conteúdos e das cores pré-definidas.

03

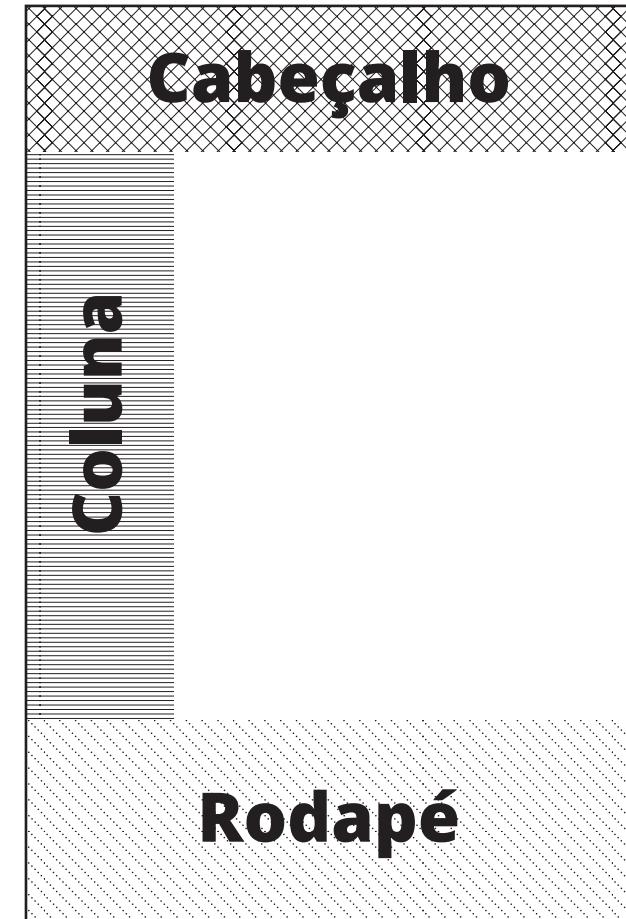
Estrutura padrão

A apresentação geral desse conjunto é definida com o formato da letra “C”, sendo estruturado e organizado da seguinte forma: cabeçalho (área superior); coluna de menus (lateral à esquerda) e rodapé (área inferior). Toda a estrutura desenvolvida ajuda o cidadão a identificar, imediatamente, que está em uma página oficial do governo e qual órgão está visitando. Com a padronização e a organização de cada item disposto nos portais governamentais há maior facilidade de navegação e na busca de informações.



Portal institucional

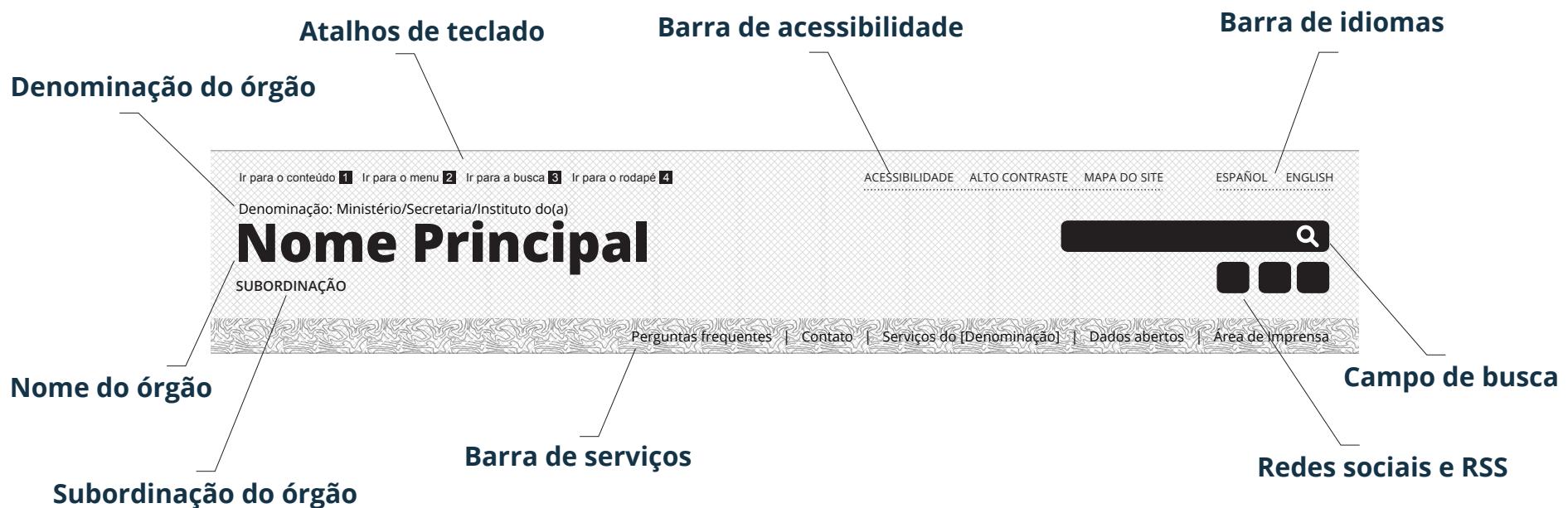
O Portal institucional tem, por essência, esclarecer a atuação do órgão apresentando em sua estrutura padrão os assuntos por ele tratados, informações institucionais e a chancela da entidade governamental com denominação, nome e subordinação da mesma. O conceito é representar em um ambiente digital as principais atividades de uma instituição. Além disso, existem áreas bem definidas para abrigar contatos com o órgão e conteúdos voltados à imprensa.



Cabeçalho

Formatação do cabeçalho

O cabeçalho possui a estrutura básica de identidade do portal. Contém a identificação do órgão, atalhos e recursos de acessibilidade, idiomas, busca, redes sociais, serviços e contato.



Cabeçalho

Atalhos de teclado

Ir para o conteúdo **1** Ir para o menu **2** Ir para a busca **3** Ir para o rodapé **4**

Os atalhos de teclado são destinados preferencialmente às pessoas com deficiência. Estes atalhos são padronizados e desenvolvidos conforme dispõe o Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (e-MAG), que prevê um conjunto de ferramentas (Ir para o conteúdo, Ir para o menu, Ir para a busca e Ir para o rodapé) desenvolvidas para facilitar o acesso deste público.

São facilmente localizados no canto superior esquerdo do portal, logo acima da identificação do órgão.

Cabeçalho

Barra de acessibilidade

ACESSIBILIDADE ALTO CONTRASTE MAPA DO SITE

ESPAÑ

No lado direito do cabeçalho, acima do campo de busca, a barra de acessibilidade possui atalhos que consistem em proporcionar maior facilidade de navegação no portal. O item Acessibilidade contém os recursos adaptados as pessoas com deficiência. O item Alto Contraste transforma a relação de contraste entre o plano de fundo e os elementos do primeiro plano, criando um contraste otimizado. O Mapa do site apresenta lista de páginas internas que não estão presentes no menu.

Cabeçalho

Barra de idiomas

'A DO SITE

ESPAÑOL ENGLISH

Ao lado direito da barra de acessibilidade, a barra de idiomas permite o acesso do conteúdo em outras línguas, mas fica visível apenas quando estes conteúdos existem. A nome do item em outro idioma deve estar associada à escrita da mesma forma que o país de origem. Exemplo: Español para o idioma espanhol e English para o idioma inglês. A ordem de prioridade é sempre espanhol em primeiro, inglês em segundo e demais idiomas na sequência. Quando algum idioma for selecionado, a opção Português torna-se o primeiro item.

Cabeçalho

Denominação do órgão

Denominação: Ministério/Secretaria/Instituto do(a)



Localizado abaixo dos atalhos de teclado e acima do nome do órgão, a denominação descreve como o órgão é caracterizado no governo. Exemplo: Palácio do, Ministério do, Secretaria dos, Agência Nacional de, etc.

Cabeçalho

Nome do órgão

(DENOMINAÇÃO, MINISTÉRIO/SECTERIA/INSTITUTO UVA)

Nome Principal

SUBORDINAÇÃO

Localizado com destaque abaixo da denominação e acima da subordinação, este campo descreve o nome principal do órgão. Exemplo: Planalto, Turismo, Direitos Humanos, Aviação Civil, etc.

Cabeçalho

Subordinação do órgão

— — — — —
SUBORDINAÇÃO

Na parte inferior ao destaque do órgão é descrito, quando necessário, a subordinação do órgão. A Secretaria de Direitos Humanos, por exemplo, está subordinada à Presidência da República.

Cabeçalho

Campo de busca



No canto direito do cabeçalho, abaixo da barra de acessibilidade e barra de idiomas, o campo de busca permite ao público realizar uma pesquisa de conteúdo dentro daquele portal.

Cabeçalho

Redes sociais e RSS



Abaixo do campo de busca, os ícones dispostos indicam os perfis em redes sociais daquele órgão e RSS. Deve-se obedecer à seguinte ordem de disposição: redes de interação (Facebook, Google+, Twitter, Pinterest e outros) seguido por repositórios públicos (Youtube, Flicker, Soundcloud, Slideshare, Issuu e outros), finalizando à direita com a assinatura de RSS.

Cabeçalho

Barra de serviços



Localizado em toda a extensão inferior do cabeçalho, a barra de serviços compreende itens relacionados a serviços e contatos do órgão. Obedece à seguinte ordem: Perguntas frequentes (item da LAI), Contato (compreende todas as formas de contato do órgão), Serviços do órgão (lista de todos os sistemas de interação), Dados abertos (quando disponibilizado pelo órgão) e Área de imprensa (todas as publicações do portal em ordem cronológica, credenciamento, contato da assessoria, entre outros).

Barra de destaque

Formatação da barra

Localizado abaixo da barra de serviços e acima da coluna de menus e miolo, a barra de destaque reúne links para acesso rápido a ações, programas ou qualquer item de destaque que não seja perene, por exemplo, Jornada da Juventude, Copa 2014, Programa Mais Médicos. O objetivo é dar visibilidade a conteúdos evitando o excesso de publicação de banners no miolo.



Coluna de Menus

Áreas quentes

Composto pelo menu de apoio e menus principais dividido por chapéus seguindo o critério de maior importância para o público. Deve-se evitar itens de caráter institucional.

Item 1 menu de apoio

Item 2 menu de apoio

Item 3 menu de apoio

ASSUNTOS

► Editoria A

Menu aberto

Simus Famiglius

Editoria B

Menu de apoio

Lista de até quatro itens que merecem destaque ou que não se enquadram em nenhum chapéu.

Menu principal

Chapéu

Assunto da coluna de menus.

Item de menu aberto

Estrutura em árvore, que permite até 4 níveis hierárquicos.

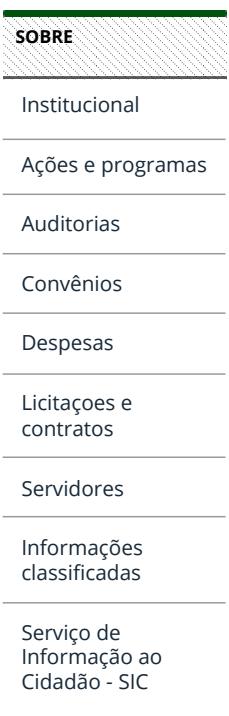
Item de menu

Link que pode possuir ou não uma hierarquia interna.

Coluna de Menus

Áreas frias

Composto pelo menu Sobre (responsável pelos conteúdos institucionais) e, quando aplicável, Central de Conteúdos.



Menu Sobre

Composto por itens da LAI e deve seguir a ordem apresentada na imagem.

Pode-se adicionar outros itens institucionais à critério do órgão.

CENTRAL DE CONTEÚDOS



Imagens



Vídeos



Áudios



Publicações



Aplicativos

Central de Conteúdos

Lista de conteúdos ricos categorizados por imagens, vídeos, áudios, publicações e aplicativos.

Rodapé

Formatação do rodapé

O rodapé deve possuir a lista de links de primeiro nível do portal com exceção do menu Sobre e Central de Conteúdos. Permite o acesso rápido e funciona como um atalho para os principais itens do site.

Primeira e segunda colunas

Devem conter, respectivamente, todos os itens de primeiro nível dos chapéus (excetuando o menu Sobre e Central de Conteúdos) e os itens da barra de serviços.

Assuntos	Serviços	Redes Sociais	RSS
Editoria A	Perguntas frequentes	Facebook	O que é
Editoria B	Contato	Twitter	Assine
Editoria C	Servicos do Portal	YouTube	
Editoria D	Sobre o Portal	Flickr	
Editoria E			
Editoria F			
Editoria H			
Editoria I			
Editoria J			

2013 - Desenvolvido com o CMS (Nome)



Selo de acesso à informação

Link pra o portal www.acessoainformacao.gov.br



Nota de direitos autorais e desenvolvimento

Indicação de propriedade de conteúdo e desenvolvimento CMS.

Terceira e quarta colunas

Trazem, respectivamente, como chapéus: redes sociais (lista dos perfis do órgão), RSS (O que é? e Assine) e navegação (acessibilidade, mapa do site e idiomas).

Marca do governo

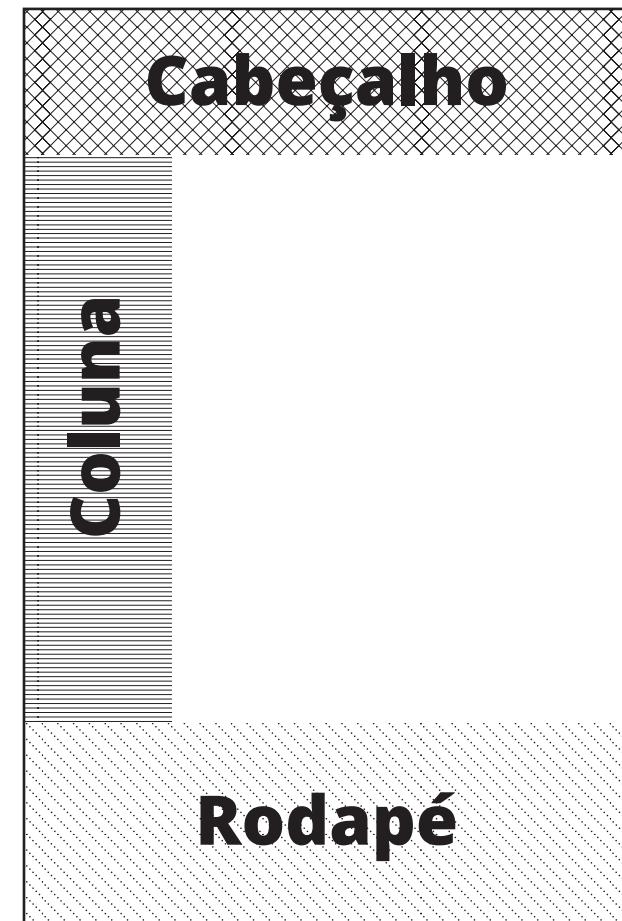
Marca que representa a identidade visual do governo atual.

Outros portais

Existem outros portais que podem apresentar características próprias, ou seja, não representam institucionalmente órgãos governamentais .

Exemplos: Portal da Legislação, Guia de Aplicativos, Guia de Serviços, dentre outros.

Sendo assim, existem áreas específicas em sua estrutura que se diferenciam do portal institucional do órgão. A seguir, em detalhes as modificações no cabeçalho, coluna de menus e rodapé.



Cabeçalho

Formatação do cabeçalho

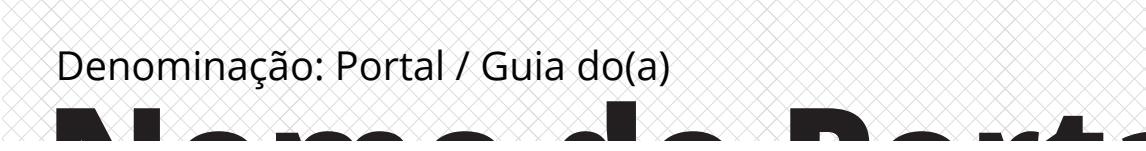
O cabeçalho possui a estrutura básica de identidade do portal. Contém a identificação do portal, atalhos e recursos de acessibilidade, idiomas, busca, redes sociais, serviços e contato.



Cabeçalho

Denominação

Denominação: Portal / Guia do(a)



Localizado abaixo dos atalhos de teclado e acima do nome do portal, a denominação descreve como o site é caracterizado no governo. Exemplo: Portal da, Guia de, etc.

Cabeçalho

Nome do Portal



Localizado com destaque
abaixo da denominação
e acima da subordinação,
este campo descreve o
nome principal do portal.
Exemplo: Aplicativos,
Serviços, Legislação, etc.

Cabeçalho

Subordinação



SUBORDINAÇÃO

Na parte inferior ao destaque do portal é descrito, quando necessário, a subordinação do portal. O Portal da Legislação, por exemplo, está subordinado ao Governo Federal.

Cabeçalho

Barra de serviços

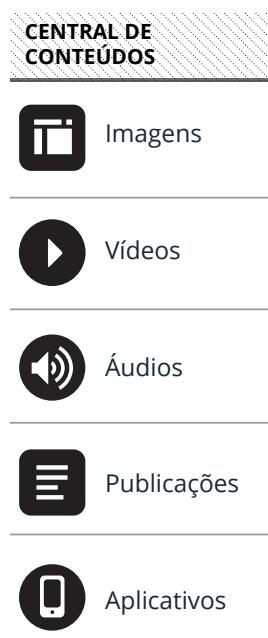


Localizado em toda a extensão inferior do cabeçalho, a barra de serviços compreende itens relacionados a serviços e contatos do portal. Obedece à seguinte ordem: Perguntas frequentes (item da LAI), Contato (compreende todas as formas de contato do órgão), Serviços do portal (lista de todos os sistemas de interação), Sobre o portal (link para página interna com informações sobre o referido portal).

Coluna de Menus

Áreas frias

Quando aplicável, disponibilizar menu Central de Conteúdos. O menu Sobre não aparece mais como área fria no menu vertical, ele já está disponível na Barra de serviços.



Central de Conteúdos

Lista de conteúdos ricos categorizados por imagens, vídeos, áudios, publicações e aplicativos.

Rodapé

Formatação do rodapé

O rodapé deve possuir a lista de links de primeiro nível do portal com exceção do menu Sobre e Central de Conteúdos. Permite o acesso rápido e funciona como um atalho para os principais itens do site.

Primeira e segunda colunas

Devem conter, respectivamente, todos os itens de primeiro nível dos chapéus (excetuando o menu Sobre e Central de Conteúdos) e os itens da barra de serviços.

Assuntos	Serviços	Redes Sociais	RSS
Editoria A	Perguntas frequentes	Facebook	O que é
Editoria B	Contato	Twitter	Assine
Editoria C	Servicos do Portal	YouTube	
Editoria D	Sobre o Portal	Flickr	
Editoria E			
Editoria F			
Editoria H			
Editoria I			
Editoria J			

2013 - Desenvolvido com o CMS (Nome)



Selo de acesso à informação

Link pra o portal www.acessoainformacao.gov.br



Nota de direitos autorais e desenvolvimento

Indicação de propriedade de conteúdo e desenvolvimento CMS.

Terceira e quarta colunas

Trazem, respectivamente, como chapéus: redes sociais (lista dos perfis do órgão), RSS (O que é? e Assine) e navegação (acessibilidade, mapa do site e idiomas).

Marca do governo

Marca que representa a identidade visual do governo atual.

Diretrizes de linguagem

Detalhes sobre o uso correto de cores, tipografias e recomendações gerais de boas práticas de design.

É recomendada a utilização das guias a seguir para personalizar o portal padrão, de modo a garantir que todo o conteúdo governamental publicado na internet seja íntegro e confiável.

As diretrizes estão adequadas aos modelos de acessibilidade do governo (e-MAG), ao planejamento de comunicação digital junto ao SICOM e ao projeto Tangram desenvolvido pela DITEC.

04

Conteúdo

O miolo do portal permite a organização dos conteúdos com liberdade editorial para o órgão apresentar o que é mais relevante naquele momento para o seu público. Por exemplo: notícias, galeria de fotos, galeria de vídeos, agenda de autoridades, últimas postagens nas redes sociais, conteúdos relacionados, etc.

Para orientação sobre a construção de cada uma das áreas de conteúdo acesse o **Guia de estilo do Portal Padrão**.

The screenshot displays a dashboard with several content modules:

- GALERIA DE VÍDEOS**: Shows a video thumbnail from "AFRICA Y SUR AMERICA" and two text cards: "ANVISA autoriza produção nacional de medicamento para artrite" and "Profissional de saúde veja manual para orientar jovens com HIV/Aids".
- TÍTULO RÁDIO**: Displays a radio player with the title "Voz do Brasil ao vivo: metade das obras previstas até 2014 está pronta". Below it are two audio cards: "Conta de luz fica 18% mais barata. Para a indústria e comércio, queda será de 32%" and "Bon Dia, Ministro: redução da energia ajuda a combater inflação, diz Lula".
- Ciência e tecnologia**: Shows a thumbnail of laboratory equipment and the text "KIT PARA H1N1 Teste criado por brasileiro para detectar a doença é mais confiável".
- Trabalho e emprego**: Shows a thumbnail of a man and the text "DIREITO DO TRABALHADOR Assistência temporária é dada ao trabalhador demitido sem justa causa".
- Segurança**: Shows a thumbnail of a hand and the text "CRIANÇAS E ADOLESCENTES Justiça lança guia de referência para enfrentar o tráfico humano".
- CHIPS**: Shows a thumbnail of electronic components and the text "FINPEP Conheça a empresa pública federal responsável por desenvolver semicondutores".
- DESIGUALDADE DE GÊNERO**: Shows a thumbnail of a woman and the text "Mulheres ocupam menos de 14% dos cargos de diretoria das 500 maiores empresas".
- COMPROMISSO E ATITUDE**: Shows a thumbnail of a person's hand and the text "BEBIDA E DIREÇÃO Pacto Nacional pela Redução de Acidentes aborda Nova Lei Seca".
- FINEP**: Shows a thumbnail of a document and the text "Criada em 1967, entidade já financiou milhares de iniciativas, como a Embrapa".
- TRABALHO ESCRAVO**: Shows a thumbnail of a person and the text "Denúncias de práticas irregulares podem ser feitas ao Ministério do Trabalho".
- ACESSAR A PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA**
- ACESSAR A PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO**
- ACESSAR A PÁGINA DE SEGURANÇA**

Cores

Variações e regras cromáticas

Para apresentar a imagem do Governo Federal a partir de uma identidade única e fornecer maior articulação aos órgãos, foi desenvolvida uma paleta de cores derivadas de signos nacionais, tais como a Bandeira Nacional, os brasões, insígnias, entre outros. A seguir serão dispostos os discos cromáticos (paletas de cores), com suas derivações, complementos e recomendações.

A cor exerce um papel fundamental ao exprimir a atmosfera do Governo Federal. Ela contém, subjetivamente, um código cultural, que ressalta a importância dos signos brasileiros. A paleta foi desenvolvida sob os parâmetros de acessibilidade expostos no e-MAG. As variações e combinações propostas podem ser intercaladas e usadas de

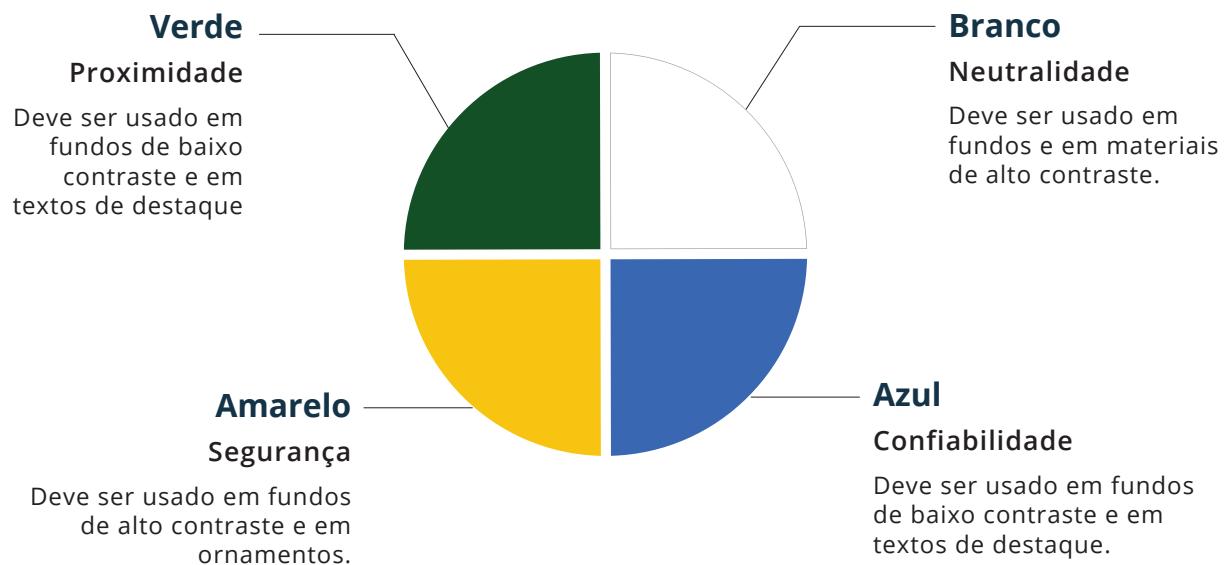
diferentes formas, desde que estejam sempre de acordo com as instruções de acessibilidade do manual.

A percepção de cor depende não apenas da pigmentação das superfícies em si, como também da intensidade e do tipo de tom aplicados a ela. Esses fatores são determinantes no uso de degradês e contrastes. Dessa forma, sugere-se aplicar sempre o maior contraste possível sem que se perca a riqueza cromática da paleta.

Cores

Disco cromático

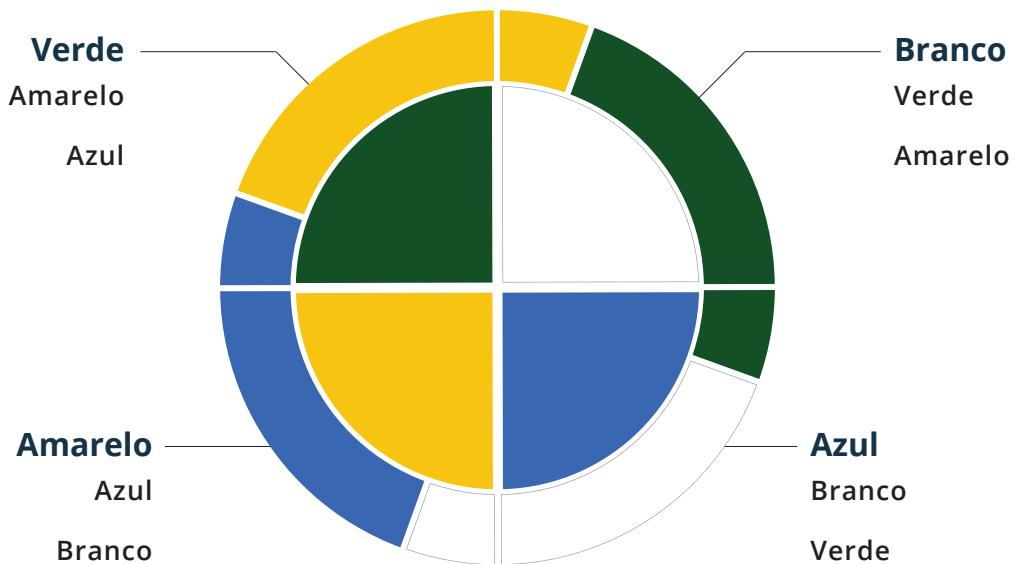
O disco principal possui as quatro cores da bandeira, sem ordem de prioridade nem escala de uso. Ela deve ser usada como principal referência na hora de escolher o tema a ser utilizado.



Cores

Sugestão de combinações complementares

É possível combinar as quatro cores entre si. No entanto, sugere-se que não sejam usadas sempre juntas, possibilitando assim uma maior aderência e discernimento dentro do portal. Para facilitar a escolha, foi selecionado um conjunto de duas cores complementares para cada matiz. Elas podem ser seguidas nessa orientação, ou invertidas quando necessário.



Tipografia

Família tipográfica padrão

A tipografia oficial para web deve ser a família Open Sans, em todas suas variações. Abaixo seguem os três pesos em que a tipografia deve aparecer com mais frequência.

Open Sans Extrabold

AaBb

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 () . ; , [] {} “ ”

Open Sans Bold

AaBb

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 () . ; , [] {} “ ”

Open Sans Regular

AaBb

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 () . ; , [] {} “ ”

Temas

Foram criados quatro temas versáteis para que sejam utilizados conforme semelhança com a atual marca do órgão. Cada tema possui a predominância de uma das quatro cores da bandeira utilizada no disco cromático citado anteriormente.

É importante ressaltar que, embora os temas estejam pré-definidos, o órgão que tiver a necessidade de customizar ainda mais o design dos mesmos, pode fazê-lo seguindo as premissas desse manual. Caso existam especificidades de linguagem, elas podem ser tratadas particularmente e aplicadas, desde que não interfiram na identidade expressa nesse documento.

Verde

BRASIL | Acessar à informação | Ir para o conteúdo | Ir para o menu | Ir para a barra | Ir para o rodape | Denominação: Ministério/Secretaria/Instituto do(a) | Participe | Serviços | Legislação | Órgãos e canais | Buscar no portal | Buscar | Sobre | Sair |

ACESSIBILIDADE | ALTO CONTRASTE | MÍDIA DO SITE | ESPAÑOL | ENGLISH

Perguntas frequentes | Contato | Serviços do [Denominação] | Dados abertos | Área de Imprensa

EM DESTAQUE | DESTAQUE 1 | DESTAQUE 2 | DESTAQUE 3 | DESTAQUE 4 | DESTAQUE 5 | DESTAQUE 6

Item 1 menu de apoio
Item 2 menu de apoio
Item 3 menu de apoio
Item 4 menu de apoio

ASSUNTOS

Editoria A
Editoria B
Editoria C
Editoria D
Simus Famiglus
Inato Heglá
Lorenzo Papus
Habemus Polga
Ua hula Milas
di Pironalq Sua
Falti
Ladilim Kunis
Andonabonus
Consectetur Kackt
Lorem ipsum
Dolor sit
Editoria E
Editoria F
Editoria G
Editoria H
Editoria I
Editoria J

Sobre

Institucional
Ações e programas
Auditorias
Convenções
Despesas
Licitações e contratos
Servidores
Informações classificadas
Serviço de Informação ao Cidadão - SIC

CENTRAL DE CONTEÚDOS

Imagens
Vídeos
Áudios
Publicações
Aplicativos

DESGUALDAD DE GÉNERO

Conheça a empresa pública federal responsável por desenvolver semicondutores

ENP

Criada em 1957, entidade já financiou milhares de iniciativas, como a Embrapa

ACESSAR A PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

ACESSAR A PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO

ACESSAR A PÁGINA DE SEGURANÇA

Assuntos

Editoria A
Editoria B
Editoria C
Editoria D
Editoria E
Editoria F
Editoria G
Editoria H
Editoria I
Editoria J

Serviços

Perguntas frequentes
Contato
Serviços do [Denominação]
Dados abertos
Área de Imprensa

ACESSAR A PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

ACESSAR A PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO

ACESSAR A PÁGINA DE SEGURANÇA

Redes Sociais

Facebook
Twitter
YouTube
Flickr

O que é?

Assine

Navegação

Acessibilidade
Mapa do site
Versión en español
English version

41

2013 - Desenvolvido com o CMS [Nome]

Acessar à informação

BUSCA

MAPA DO SITE

VERSIÓN EN ESPAÑOL

ENGLISH VERSION

GOVERNO FEDERATIVO DO BRASIL

PAÍS BOM E PAÍS PÉSSIMO

Amarelo

BRASIL
Ir para o conteúdo | Ir para o menu | Ir para a busca | Ir para o topo |
Denominação: Ministério/Secretaria/Instituto do Brasil
Nome Principal
SUBORDINAÇÃO

Participar | Serviços | Políticas públicas | Órgãos e canais | Q | Busca integrada
ACESSIBILIDADE | ALTO CONTRASTE | MAPA DO SITE | Espanhol | English
Buscar no Portal
Perguntas frequentes | Contato | Serviços do [Status do órgão] | Dados abertos | Área de Imprensa

DESTAQUE 1 DESTAQUE 2 DESTAQUE 3 DESTAQUE 4 DESTAQUE 5 DESTAQUE 6

BRASIL SEM MISÉRIA

22 milhões de famílias brasileiras saem da pobreza extrema



"Falta pouco para que não haja mais brasileiros marginalizados na miséria", afirma a presidente Dilma durante cerimônia de anúncio de medidas do Plano Brasil Sem Miséria.



Da Busca Ativa até o saque: conheça o caminho do cidadão até descer a miséria

GALERIA DE VÍDEOS



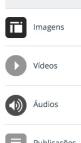
ACESSAR TODOS OS VÍDEOS

TÍTULO RÁDIO



ACESSAR TODOS OS ÁUDIO

CENTRAL DE CONTÚITOS



DESGUALDAD DE GÉNERO

Conheça a empresa pública federal responsável por desenvolver semicondutores

PNEP

Criada em 1967, entidade já financial miliares de iniciativas, como a Embraer

TRABALHO ESCRAVO

Denúncias de práticas irregulares podem ser feitas ao Ministério do Trabalho

ACESSAR A PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

ACESSAR A PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO

ACESSAR A PÁGINA DE SEGURANÇA

Ciência e tecnologia



Teste criado por brasileiro para detectar a doença é mais confiável

Trabalho e emprego



Assistência temporária é dada ao trabalhador demitido sem justa causa

Segurança



Judicância e o Judiciário: Justiça é o grande referência para enfrentar o tráfico humano

Assuntos

- Editoria A
- Editoria B
- Editoria C
- Editoria D
- Editoria E
- Editoria F
- Editoria G
- Editoria H
- Editoria I
- Editoria J

Serviços

- Perguntas frequentes
- Contato
- Serviços do [Status do órgão]
- Dados abertos
- Área de Imprensa

Redes Sociais

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Flickr

RSS

- O que é
- Arasne

Navegação

- Acessibilidade
- Mapa do site
- Versão en español
- English version

2013 - Desenvolvido com o (MS) Norma



Azul

BRASIL

Ir para o conteúdo | Ir para o menu | Ir para a busca | Ir para o topo | Busca integrada

Participar | Serviços | Políticas públicas | Órgãos e canais | Buscar no Portal

ACESSIBILIDADE | ALTO CONTRASTE | MARCA DO SITE | ESPAÑOL | ENGLISH

Denominação: Ministério/Serpro/Instituto do

Nome Principal

SUBORDINAÇÃO

Perguntas frequentes | Contato | Serviços do [Status do órgão] | Dados abertos | Área de Imprensa

EM DESTAQUE

- Item 1 menu de apoio
- Item 2 menu de apoio
- Item 3 menu de apoio
- Item 4 menu de apoio

ASSUNTOS

- Editoria A
- Editoria B
- Editoria C
- Editoria D**
- Simus Famiglus
- Inato Hagla
- Lorenzo Papus
- Habemus Polga
- Uta hula Milen de Pironalq Sua
- Falbi
- Ladrilm Kunis
- Andronabonus
- Consectetur Kackt
- Lorem ipsum
- Dolor Sit
- Editoria E
- Editoria F
- Editoria G
- Editoria H
- Editoria I
- Editoria J

BRASIL SEM MISÉRIA

22 milhões de famílias brasileiras saem da pobreza extrema

"Falta pouco para que não haja mais brasileiros engajados na miséria", afirma a presidente Dilma durante cerimônia de anúncio de medidas do Plano Brasil Sem Miséria.

EVOLUÇÃO DO BOLSA FAMÍLIA

Presidenta Dilma explica as melhorias nos programas de transferência de renda

CADASTRO ÚNICO

Sabá como ajudar a coletar dados das famílias com renda de até meio salário mínimo

INFOGRÁFICO

Da Busca Ativa até o saque: conheça o caminho do cidadão até deixar a miséria

GALERIA DE VÍDEOS

TÍTULO RÁDIO

Vox do Brasil ao vivo: metade das obras previstas até 2014 está pronta

Corte de justiça libera 10% mais horas. Pela a indústria e comércio, queda será de 32%

Roni Dilé: Ministro redução da energia ajuda a combater inflação, diz Lobo

CENTRAL DE CONTEÚDOS

- Imagens
- Vídeos
- Audios
- Publicações
- Aplicativos

Cláudia

Título do vídeo em execução lorem ipsum d...

ANRISA

ANRISA adere ao pacto de medicamento para artigo

Professor

Professor do padre volta mensal para orientar jovens com HIV/AIDS

ACESSAR TODOS OS VÍDEOS

Segurança

Trabalho e emprego

Justiça libera 10% das obras

Assistência temporária é dada ao trabalhador desmolido sem justa causa

SCIENTES

Justiça lança guia de referência para enfrentar o tráfico humano

COMPROVADO ATÉ ONTEM

Acesso às entidades que oferecem apoio às mulheres em situação de violência

BEBIDA E DIREÇÃO

Pacto Nacional pela Redução de Acidentes aborda Nova Lei Seca

ACESSAR À PÁGINA DE SEGURANÇA

Assuntos

- Editoria A
- Editoria B
- Editoria C
- Editoria D
- Editoria E
- Editoria F
- Editoria G
- Editoria H
- Editoria I
- Editoria J

Serviços

- Perguntas frequentes
- Contato
- Serviços do [Status do órgão]
- Dados abertos
- Área de Imprensa

Redes Sociais

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Flickr

RSS

- O que é
- Assine

Navegação

- Acessibilidade
- Mapa do site
- Verão en español
- English version

ACESSAR À PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

ACESSAR À PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO

ACESSAR À PÁGINA DE SEGURANÇA

voltar ao topo

2013. Desenvolvido com o CMS [Nome]

Amazônia Informação

BRASIL

PAÍS NOVO E PRÓSPERO FAMÍLIA

Branco

BRASIL
Ir para o conteúdo | Ir para o menu | Ir para a barra | Ir para o rodape | Denominação: Ministério/Sercretaria/Instituto do(a)
Nome Principal
SUBORDINAÇÃO

Páginas frequentes | Contato | Serviços do [Status do órgão] | Dados abertos | Área de Imprensa

Participar | Serviços | Políticas públicas | Órgãos e canais | Q Busca integrada
ACESSIBILIDADE ALTO CONTRASTE MAPA DO SITE ESPAÑOL ENGLISH

Buscar no Portal

DESTAQUE 1 DESTAQUE 2 DESTAQUE 3 DESTAQUE 4 DESTAQUE 5 DESTAQUE 6

BRASIL SEM MISÉRIA

22 milhões de famílias brasileiras saem da pobreza extrema



"Falta pouco para que não haja mais brasileiros marginalizados na miséria", afirma a presidente Dilma durante cerimônia de anúncio de medidas do Plano Brasil Sem Miséria.



EVOLUÇÃO DO BOLSA FAMÍLIA
presidenciada Dilma explica as melhorias nos programas de transferência de renda

CADASTRO ÚNICO
Saiba como ajudar a coletar dados das famílias com renda até meio salário mínimo

INFORGRAPHICO
Da Busca Ativa até o saque: conheça o caminho do cidadão até descer a miséria

GALERIA DE VÍDEOS



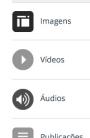
[ACESSAR TODOS OS VÍDEOS](#)

TÍTULO RÁDIO

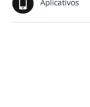


[ACESSAR TODOS OS ÁUDIO](#)

CENTRAL DE CONTEÚDOS



Aplicativos



[ACESSAR A PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA](#)

Ciência e tecnologia



[ACESSAR A PÁGINA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA](#)

Trabalho e emprego



[ACESSAR A PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO](#)

Segurança



[ACESSAR A PÁGINA DE SEGURANÇA](#)

DESGUALDADE DE GÉNERO



[ACESSAR A PÁGINA DE DESIGUALDADE DE GÉNERO](#)

Mulheres ocupam menos de 14% dos cargos de diretoria das 500 maiores empresas



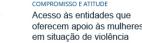
[ACESSAR A PÁGINA DE DESIGUALDADE DE GÉNERO](#)

COMBATE À TRABALHADORA



[ACESSAR A PÁGINA DE COMBATE À TRABALHADORA](#)

CONTRIBUIÇÃO DA ENTIDADE



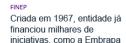
[ACESSAR A PÁGINA DE CONTRIBUIÇÃO DA ENTIDADE](#)

RNP



[ACESSAR A PÁGINA DE RNP](#)

Denúncias de práticas irregulares podem ser feitas ao Ministério do Trabalho



[ACESSAR A PÁGINA DE TRABALHO E EMPREGO](#)

REDAÇÃO E DIREÇÃO



[ACESSAR A PÁGINA DE REDAÇÃO E DIREÇÃO](#)

Assuntos

- Editoria A
- Editoria B
- Editoria C
- Editoria D
- Editoria E
- Editoria F
- Editoria G
- Editoria H
- Editoria I
- Editoria J

Serviços

- Perguntas frequentes
- Contato
- Serviços do [Status do órgão]
- Dados abertos
- Área de Imprensa

Redes Sociais

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Flickr

RSS

- O que é
- Acessar

Navegação

- Accesibilidad
- Mapa do site
- Verisión en español
- English version



Boas práticas para a aplicação de conteúdo editorial

Diretrizes para Redação, Estilo e Edição

Escrever de maneira simples, direta e concisa é a chave para ser compreendido pelo maior número possível de usuários, dos cidadãos brasileiros de todos os perfis e até os leitores estrangeiros. Para isso, a linguagem dos sites governamentais deve ser inclusiva e acessível, observando as seguintes recomendações de redação:

Recomendações gerais

Construir frases e textos curtos. A maioria dos usuários da web, segundo apontam estudos e pesquisas, não está disposta a fazer *scroll* (rolar a página) em textos que se estendem muito. Por isso, a melhor estratégia é escrever pequenos blocos de texto e lançar mão de subtítulos que separam o assunto por tópicos. Isso promove “quebras” no texto que agilizam a leitura.

Construir frases, linha-fina e textos na ordem direta (sujeito/verbo/ predicado). Use preferencialmente a voz ativa, para facilitar a leitura e reforçar a ação do sujeito. *Exemplo:* Gutenberg inventou a imprensa (*voz ativa*). E não: A imprensa foi inventada por Gutenberg (*voz passiva*). Título e linha-fina devem ter redações diferentes. A linha fina deve complementar o título com novas informações.

Parágrafos curtos. Procure não utilizar parágrafos com mais de quatro linhas. Se julgar que ficou longo demais, abra um novo parágrafo. O índice de leitura do texto vai aumentar, já que ficará mais arejado.

Construir títulos curtos e com verbo. Um título claro, curto, objetivo e preciso estimula o leitor a clicar na chamada. A mesma regra vale para subtítulo (ou linha fina) e intertítulo, recurso usado no interior do texto para separar assuntos diferentes. Destaque os aspectos mais interessantes do conteúdo para instigar o usuário a continuar avançando pelo tema. O ideal é que o título tenha no máximo 50 caracteres com espaço (leia mais a respeito nas Diretrizes para Tagueamento).

Repita palavras-chave, mas não abuse. Textos com palavras repetidas tornam-se pobres, infantis e refletem falta de edição. No entanto, textos em formato web buscam melhores posições nos buscadores, que rastreiam todo o texto à procura da palavra específica digitada pelo internauta. Por isso, espalhe as palavras-chave ao longo do texto. O percentual ideal é entre 3% e 6% (ou seja, de cada 100 palavras, a palavra-chave deve aparecer entre três e seis vezes). Um número maior provoca perda de pontos no ranking do buscador (leia mais sobre as repetições de palavras-chave nas Diretrizes para Tagueamento).

Interação e hiperlinks. Ofereça o máximo de informações de qualidade em textos breves, que abram caminho para outros conteúdos, como links internos e externos. Textos com galeria de fotos, vídeos, áudios, infográficos, artes e mapas aumentam o tempo de navegação dentro daquela página e contextualiza o internauta sobre aquele tema. Por isso, é necessário “embedar” esses recursos adicionais sempre que possível.

Evitar adjetivos vagos. Sempre que utilizados, os adjetivos devem trazer uma ideia mais precisa ao substantivo e não apenas completá-lo. Exemplo: O programa social recebe grandes investimentos. Melhor seria dimensionar exatamente os “grandes investimentos”.

Evitar adjetivos e advérbios que expressem juízo de valor. Adjetivos tornam os textos opinativos, o que deve ser evitado, especialmente nos textos noticiosos. Exemplos: certo, errado, bonito, feio, verdadeiro, falso, evidentemente, certamente, definitivamente, efetivamente, absolutamente.

Numerar itens dentro do texto. Quando possível, transforme itens do texto em tópicos ou listas para facilitar a leitura. Prefira listar determinadas informações por pontos, números ou letras (cada um em uma linha), se for possível.

Exemplo: Veja abaixo a lista de ministérios envolvidos no Plano Brasil Sem Miséria:

- Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
- Ministério da Saúde
- Ministério do Desenvolvimento Agrário

Evitar os artigos indefinidos. Cabe ao texto informar com precisão.

Exemplo: “Uma medida provisória vai reorganizar os planos de saúde”. Especifique o número da medida provisória, o que ela vai determinar e por qual período ela estará em vigência. Num exemplo hipotético, o correto é: “A medida provisória nº 1043/11 determina aumento anual dos planos de saúde de acordo com a inflação”.

Importância da releitura. Releia a notícia, legenda, título ou a íntegra do discurso redigido. Repasse essa mesma nota ou chamada para o editor. A segunda leitura de outro profissional que não tenha produzido o texto é fundamental para evitar erros.

Abusar do verbo infinitivo, evitar gerúndio. Troque verbos no gerúndio pelo infinitivo, para que o texto fique forte e direto. Exemplo: Cabe aos integrantes do órgão visitar as cidades, para fazer a interlocução com a sociedade. E não: Cabe aos integrantes do órgão visitar as cidades, fazendo a interlocução com a sociedade.

Usar vocabulário acessível. Dê preferência às palavras mais comuns e conhecidas, como os exemplos a seguir fora dos parênteses. Use sinônimos apenas diante da necessidade de várias menções próximas. Exemplos: cidade (município); voltar (regressar); imposto (tributo); avião (aeronave); juiz (magistrado); morte (óbito); professor (docente); fugir (evadir-se); pressa (açodamento); entrar (ingressar), passageiros (usuários de transporte); carro (veículo); mulher (esposa); marido (esposo); bala (projétil); alunos (educandos), tribunal (corte).

Evitar clichês, cacoetes e metáforas desgastadas.

Fuja do lugar comum e dos cacoetes de linguagem. Além de terem pouco valor informativo, tornam o texto deselegante. Exemplos: os quatro cantos do mundo; do Oiapoque ao Chuí; luz no fim do túnel; coroar-se de êxito; consternar-se profundamente; antes de mais nada; a todo vapor; caixinha de surpresas; via de regra; página virada; silêncio sepulcral; aurora da vida; lábios de mel.

Evitar palavras e expressões que tenham significado regional. Prefira a forma conhecida nacionalmente ou, se no texto tiver importância, informe que se trata de um regionalismo e dê o sinônimo conhecido. Exemplos: guia (meio-fio), holerite (contracheque), guri (menino), jabá (carne seca ou carne de sol), aipim (mandioca), mafuá (parque de diversões), carta de motorista (carteira de motorista).

Explicar termos técnicos. Se não for possível evitar termos ou conceitos técnicos, explique do que se trata de forma didática e utilize recursos visuais

se necessário. Avalie se não é o caso de eliminar o termo técnico e utilizar, diretamente no texto, o próprio significado. Exemplo: “Ele é portador de trombocitemia essencial” pode ser substituído por “ele é portador de uma deficiência na coagulação do sangue”.

Evitar jargões profissionais. Não utilize expressões de um grupo específico de profissionais. Quase sempre é possível torná-las comprehensíveis para a maioria das pessoas. Exemplo: “O juiz concedeu à defesa vista ao processo”. Escreva assim: “O juiz autorizou que os advogados de defesa vejam o processo”.

Não usar palavras estrangeiras. Use a tradução em português sempre que possível. As exceções ficam para as palavras que não têm tradução exata em nossa língua ou são popularmente conhecidas e aceitas no Brasil em sua forma estrangeira. Exemplos: apartheid, duplex, freelance, habeas-corpus, gay, hot dog, video game, réveillon, jetom; xerox, internet, web, backup, copyright, rock and roll, manicure, karaokê, pop, punk, tape, rottweiler, windsurfe, neon, mignon, rave, kitsch.

Palavras aportuguesadas. Não use no idioma original palavras que já estejam aportuguesadas. Exemplos: whisky (use uísque), cognac (use conhaque), karatê (use caratê), record (use recorde), soutien (use sutiã).

Preconceito na linguagem. Nenhum site governamental deve admitir expressões preconceituosas ou discriminatórias contra grupos étnicos, nacionalidades, tendências políticas, fé religiosa, preferências sexuais, características físicas ou mentais. As origens étnicas, condições de saúde, características físicas, preferências sexuais e atividades políticas de entrevistados ou personagens citados em textos, vídeos ou áudios só devem ser mencionadas quando imprescindíveis no contexto da informação. Exemplo: “O primeiro presidente negro dos Estados Unidos”. Caso contrário, podem soar gratuitas e reforçar preconceitos.

Estereótipos. Não use expressões que reforcem estereótipos. Exemplos: mulher separada, suburbanos, empresário esperto, criança carente, povo pobre,

provincianos, gente da colônia, novos-ricos, patricinha, mauricinho, paraíba ou baiano (quando usadas pejorativamente para designar nordestino).

Formas de tratamento. Os sites governamentais devem adotar linguagem formal ao mencionar a presidenta da República, o vice-presidente, ministros, secretários, diplomatas, deputados, senadores, presidentes de bancos, autarquias, fundações, instituições ou diretores-gerais de agências reguladoras, dentre outros.

Portanto, ao mencionar a atual mandatária do Brasil, use as formas “presidenta”, “presidenta Dilma”, “presidenta da República” ou “Dilma Rousseff”. Não utilizar apenas “Dilma”, por ser muito informal, ou “Dilma Vana Rousseff”, já que a presidenta não é popularmente conhecida pelo nome do meio, informação que só cabe no texto de sua biografia. A mesma regra vale para os demais titulares dos cargos supracitados.

Leia a seguir as demais regras recomendadas de tratamento:

Ao se dirigir ao usuário, faça-o no singular. Exemplo:
Leia o texto na íntegra.

- Não use “doutor” como forma de tratamento para médico. O título é adequado quando se refere à formação acadêmica. Exemplo: Mario de Almeida, doutor em geologia pela Universidade de Lisboa.
- “Seu” e “Dona” devem ser evitados, a não ser que o personagem seja notoriamente conhecido com esse tratamento. Por exemplo, “Dona Zica da Mangueira”, “o compositor Seu Jorge”.
- Ao mencionar ocupantes de cargos na esfera pública ou privada, escreva o nome do cargo com minúscula. Exemplos: presidente, ministro da Fazenda, secretário de Transporte, embaixador dos Estados Unidos, desembargador, presidente da República, procurador-geral da República, superintendente de Esportes, o presidente da Câmara dos Deputados.

• Já a instituição representada deve vir com inicial maiúscula. Exemplos: Presidência da República, Presidência, Ministério da Fazenda, Diretoria de Esportes, Consultoria-Geral do Estado, Câmara dos Deputados.

- Use o gênero feminino para designar função ou cargos exercidos por mulheres. Exemplo: a deputada, a embaixadora, a diretora, a procuradora.
- Sempre que são citados pela primeira vez no texto, vereadores, deputados, senadores, prefeitos e governadores devem ter seu partido e estado identificado. Exemplo: O senador Francisco de Oliveira (PMDB-SP). Nas menções posteriores, podem ser tratados por seus nomes ou sobrenomes, de acordo com a forma como são mais conhecidos pelo público.

Abreviaturas. Quando um órgão do governo for citado pela primeira vez em uma matéria, seu nome deve ser escrito por extenso, acompanhado pela sigla entre parênteses. Depois disso, é permitido usar somente a sigla. Por exemplo: “A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) vai lançar novo site”.

Para casos em que um órgão não é conhecido por sua sigla (Caixa Econômica Federal, por exemplo), pode-se escrever o nome por extenso, e nas próximas vezes usar apenas o apelido pelo qual a instituição é conhecida (a Caixa, no caso, e não CEF).

Evite siglas ou abreviações pouco conhecidas do público geral. Escreva por extenso e explique a função do órgão. Exemplo: BC é usualmente usado para designar o Banco Central do Brasil. Já Cnen (Comissão Nacional de Energia Nuclear) é uma sigla bem conhecida apenas para um público específico. Para fazer caber em títulos com pouco espaço, vale reduzi-la, mas sem usar caixa alta em todo o nome, já que ele não está completo. Exemplo: "Comissão de energia nuclear tem novo presidente". Se couber o nome completo do órgão, melhor. Exemplo: "Comissão Nacional de Energia Nuclear tem novo presidente". Dentro do texto, explicar o que faz esse órgão.

Redação de legenda das imagens. Recomenda-se a produção de legendas com informações novas

e relevantes. Legendas descritivas da própria foto são necessárias para identificar as pessoas expostas e a situação. Exemplo: Ministro da Saúde, Alexandre Padilha, cumprimenta a presidente Dilma Rousseff, durante lançamento de nova fase do programa Farmácia Popular no Palácio do Planalto.

Outro ponto importante é informar crédito da imagem e tags da imagem (leia regras em [Diretrizes para Tagueamento](#)).

Redação das descrições dos vídeos. Fundamental destacar o tema principal do vídeo de forma sucinta e clara. Também recomenda-se a menção às palavras-chaves ([leia regras em Diretrizes para Tagueamento](#)).

Redação das descrições dos áudios. A mesma recomendação feita para os vídeos também valem para este tipo de formato.

Reforma ortográfica

As novas regras ortográficas valem desde 1º de janeiro de 2009. A partir de janeiro de 2012, elas se tornaram obrigatórias. A seguir, leia um resumo das principais alterações e exemplos das palavras mais utilizadas.

NOVAS REGRAS	O QUE MUDOU	EXEMPLOS	EXCEÇÃO / ATENÇÃO
Trema	Deixou de ser usado, mas nada muda na pronúncia	Consequência, Tranquilo, Antiguidade	Nomes próprios estrangeiros (como "Müller")
Acentuação – Ditongos abertos de palavras paroxítonas	Ditongos "éi", "ói" e "éu" de palavras paroxítonas (as que têm a penúltima sílaba mais forte) não levam mais acento	Heroico, Ideia, Tipoiá, [Eu] apoio	Palavras oxítonas, como "herói", "papéis" e "troféu" mantêm o acento. Paroxítonos terminados em "r" mantêm acento [Ex.: "destróier", "Méier"]
Acento circunflexo em letras dobradas	Os hiatos "oo" e "ee" não recebem mais acento	povo[o] de povoar[i], enjoo, veem, voo	-
Acento diferencial de tonicidade	Não se acentuam mais certos substantivos e formas verbais para distingui-los graficamente de outras palavras	Vou para casa. [preposição]/ Ela não para de chorar. [verbo] Vou pelo morro/pela estrada. [contracção de preposição + artigo]/ O pelo do gato. [substantivo]/ Eu pelo/ela/pela a cabeça. [verbo] pera, polo	Esta regra aplica-se também às palavras compostas: "para-brisa", "para-raios". Para evitar confusões, foram mantidos os acentos do verbo pôr (para diferenciar da preposição por) e da forma do pretérito perfeito pôde (para diferenciar do presente pode). O acento de fôrma (distinto de forma) é facultativo
Acento agudo sobre o "u"	Não se acentua mais o "u" tônico nos grupos que, qui, que, qui, de verbos como "averiguar", "apazigar", "arguir", "redarguir", "enxagar"	averigue, apazigue, ele argui, enxague você	-
Acento agudo de algumas palavras paroxítonas	Some o acento no i e no u fortes depois de ditongos [união de duas vogais], em palavras paroxítonas	feiura, bocaiuva, baiuca, Suipe	"Feiíssimo" e "cheiíssimo" continuam acentuados porque são paroxítonos, bem como "Piauí", "tuiuiú" e "teiú", que são oxítonos
Hifen não é usado	Quando o prefixo termina em vogal e o segundo elemento começa com uma vogal diferente	extraescolar, aeroespacial, autoestrada, infraestrutura, autoatendimento, contraindicação	-
	Quando o segundo elemento começa com "s" ou "f", devendo essas consoantes serem duplicadas	antirreligioso, antissemita, contrarregra, infrassom, ultrassonografia, autorregulamentação	O hifen será mantido quando o prefixo terminar em "r". Exemplos: hiper-requintado, inter-resistente, super-revista
Hifen é usado	Se o segundo elemento começa por "h"	geo-história, giga-hertz, bio-histórico, super-herói, anti-herói, macro-história, mini-hotel, super-homem	-
	Para separar vogais ou consoantes iguais	inter-racial, micro-ondas, micro-ônibus, mega-apagão, sub-bibliotecário, sub-base, anti-imperialista, anti-inflamatório, contra-atacar, entre-eixos, hiper-real, infra-axilar	Mesmo que a outra palavra iniciada com prefixo "co" tenha "o", NÃO utiliza-se o hifen.
	Prefixos "pan" ou "circum", seguidos de palavras que começam por vogal, "h", "m" ou "n"	pan-negritude, pan-hispânico, circum-murados, pan-americano, pan-helenismo, circum-navegação	-
	Com "pós", "pré", "pró", "ex", "vice" e "soto"	pós-graduado, pró-reitor, pré-datado, pré-escolar, vice-presidente, ex-prefeito, soto-mestre	-
	Em palavras com "aqueém", "além", "recém" e "sem"	além-mar, recém-inaugurado, sem-terra	-

Recomendações para tagueamento

O desenvolvimento e a criação de novos sites de busca mudaram a forma de disponibilizar conteúdo na internet. Antigamente, não existia grande preocupação com a otimização de sites, ou seja, organizar palavras-chave (ou tags) e conteúdo para que a página aparecesse nas primeiras posições do ranking dos mecanismos de busca (Google, Bing, Yahoo, dentre outros). No entanto, a realidade atual é outra e figurar entre os primeiros da lista dos buscadores significa mais audiência para o site, já que cerca de 70% dos internautas não passam da primeira página dos resultados da busca.

O SEO (Search Engine Optimization) ou Otimização de Sites (em português) é a utilização de técnicas empregadas na programação da página e atualização de conteúdo para melhorar o posicionamento no ranking de resultados de busca.

Entre os fatores relevantes relacionados à estrutura de páginas estão títulos de páginas coerentes com o respectivo conteúdo e utilização de palavras-chave ou tags na página.

Fatores externos também são importantes, como link dessas páginas em outros sites. Por exemplo, links do órgão governamental disponibilizados para as páginas do Portal Brasil (www.brasil.gov.br). Isso mostra relevância do conteúdo e, portanto, facilita serem identificados pelos buscadores. Para quem produz e publica conteúdo, as atenções são para as palavras-chave, os títulos, descrições e links relacionados.

Critérios para selecionar palavras-chave

Palavras-chave ou tags são os termos usados pelos usuários para pesquisar nos sistemas de busca. Quando escrevemos uma palavra ou frase em um buscador

recebemos uma página de resultados com links de sites que possuem conteúdo relevante relativo ao termo digitado. Portanto, a escolha correta das palavras-chave é imprescindível para posicionar o site entre os primeiros resultados dos buscadores. Leia a seguir as principais dicas sobre como escolher as melhores palavras-chave para o tagueamento de uma página.

Palavras-chave resumem o conteúdo. Um dos caminhos está na resposta para a seguinte pergunta: *se eu procurar por este conteúdo na internet, quais palavras devo digitar no buscador para encontrá-las?* Selecione as palavras-chave que podem descrever o conteúdo que está sendo publicado especificamente naquela página, uma vez que os sites de busca procuram e classificam cada página individualmente, e não sites. O texto bem estruturado, portanto, ajuda o sistema de buscadores a encontrar o conteúdo. A palavra-chave deve estar obrigatoriamente no corpo do texto ou na legenda e/ou no título da página.

Tags no título e subtítulos. O título é uma das referências na procura pela palavra-chave ideal. É desejável que pelo menos uma das palavras-chave esteja no título. Se estiver no título, ela obrigatoriamente estará no nome da URL (endereço da página), o que ajuda ainda mais a indexar ou ranquear a página nos buscadores. Também ajuda na classificação a presença de tags na linha fina ou subtítulo (é o campo Sumário do publicador).

Quantidade de tags. Publique no máximo cinco palavras-chave por página. Pesquisas recentes mostram que os usuários utilizam cada vez mais um número maior de palavras na busca (média de 2,5 palavras digitadas). Por isso, utilize mais de uma palavra-chave no campo de tagueamento, já que os sites de buscas priorizam no ranking as páginas que apresentam todas as palavras que o internauta digitou, em detrimento das páginas que apresentam apenas uma palavra-chave.

Essa ação é mais importante ainda quando o usuário faz uma busca avançada. Neste caso, uma página que contenha somente uma das palavras excluída da lista de resultado.

Lembre-se, no entanto, de que o número excessivo de tags em uma mesma página tem efeito inversamente

proporcional no ranking de classificação dos buscadores. O percentual ideal é entre 3% e 6% (ou seja, de cada 100 palavras, a palavra-chave deve aparecer entre três e seis vezes). Um número maior provoca perda de pontos no ranking da página pelo buscador.

Outro motivo para evitar excesso de palavras-chave é a qualidade do texto. O excesso de repetição torna o texto pobre, infantil e revela pouco cuidado na edição e lapidação do conteúdo.

Palavra composta e expressões. Os primeiros resultados do ranking da busca costumam ser os mesmos independente ou não do uso de preposição no meio da expressão. Exemplo: Ministério Esporte ou Ministério do Esporte. Por isso, é desejável taguear as três opções “ministério”, “esporte” e “Ministério do Esporte”.

Homônimos. Caso a palavra-chave escolhida tenha um homônimo, a solução é incluir outro termo que a torne identificável e condizente com o conteúdo

da página. Exemplo: Copa (significa taça, local da cozinha onde é feita a refeição ou Copa do Mundo). Caso o assunto tratado seja futebol, prefira taguear como “Copa do Mundo”, e não apenas “Copa”, que tem sentido diverso.

Plural, maiúsculas e minúsculas. Taguar uma palavra no plural ou com letras maiúsculas ou só minúsculas altera o resultado da busca. Por isso, escolha a forma mais recorrente no texto para elegê-la como palavra-chave.

Não escolha palavras genéricas. Palavras que não são específicas sobre o conteúdo de uma página não têm relevância no ranking de busca. Por isso, evite publicar palavras-chave como: vídeo, foto, texto, conteúdo, galeria de imagens, especial etc.

Não indicar nomenclaturas erradas. Os buscadores ignoram páginas tagueadas com variações erradas de uma palavra-chave. Exemplo: Dilma Rousseff, Rusef, Russeff, Ruseff, Rousef, Rousset etc. Neste caso, tagueie apenas a forma com a grafia correta: “Dilma Rousseff”.

ORIENTAÇÕES ESPECIAIS PARA PUBLICAÇÃO DE PALAVRAS-CHAVE

Em textos

Títulos. O título deve conter palavras-chave (ou pelo menos uma delas) e resumir bem o que o leitor vai encontrar no texto. Evite frases longas, para que o título não apareça cortado na página de busca, como no exemplo abaixo:

[Folha Online - Dinheiro - Entenda a crise com o mercado ...](#) 
16 ago. 2007 – Como a crise americana provoca aversão ao risco, os investidores em ações preferem sair das Bolsas, sujeita a oscilações sempre, e aplicar ...
www1.folha.uol.com.br/folha/.../ult91u320606.shtml - Em cache - Similares

Em geral, 50 caracteres com espaço é suficiente para um título eficaz. Se utilizar mais de 60 caracteres, o título aparecerá cortado no resultado de busca.

Não repita o mesmo título em páginas diferentes. Por isso, se o título de uma galeria for “Dilma em visita à China”, é importante que o título da notícia correspondente seja diferente, assim como o título do Informe da Hora sobre esse assunto.

Links relacionados e cruzamento de conteúdo. Links internos ajudam os sistemas de busca a indexar conteúdos e a tornar mais relevantes as páginas do site. Veja exemplo:

Além dos links internos ao longo do texto, indique também links externos. O buscador entende que se há muitos links para uma página, é porque ela é importante. Esse processo aumenta a relevância da página.

Insira o link sobre a palavra, dentro do texto. Esqueça o famoso “clique aqui” e use itálico e sublinhado, recursos que aumentam a visibilidade para o link de conteúdo na indexação.

Exemplos:

Leia também:

[Ministério da Saúde inicia Campanha de Vacinação](#)

ou

[Leia mais informações na página de Saúde](#)

EM FOTOS

As palavras-chave devem estar tanto no título da foto quanto na legenda. Portanto, salve as fotos com palavras relevantes.

Deve-se também evitar arquivos nomeados com números, como “*220x120_FOTO_dilma_e_jogadores.jpg*”, por exemplo. Números devem ser tolerados apenas quando indicam as datas de eventos, para facilitar a procura de lançamentos de programas de governo ou de viagens presidenciais, por exemplo.



Para mais informações, acesse a cartilha de redação web do Ministério do Planejamento - <https://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/padroes-brasil-e-gov/cartilha-de-redacao-web>.



Acesse os demais manuais do Portal Padrão em <http://portalpadrao.plone.org.br/manuais>.