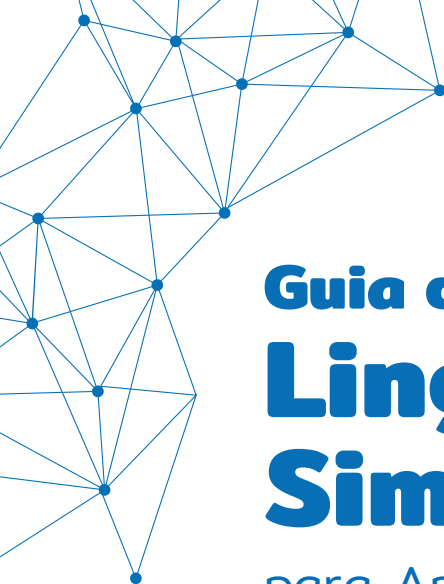




Guia de uso da **Linguagem Simples**

para Apresentação
de Serviços Públicos

A decorative graphic in the top left corner consisting of a network of blue lines connecting various points, forming a complex, web-like structure.

Guia de uso da Linguagem Simples

para Apresentação
de Serviços Públicos

Realização

ABEP-TIC

Presidente Executivo

Tasso Ligon - PRODEST / ES

Vice-Presidente Executivo

André Casão - PRODESP / SP

Presidente do Conselho

Lutiano Silva - PRODAP / AP

Vice-Presidente do Conselho

Antônio Torres - ATI / PI

Vice-Presidente de Gestão

Ezio Faro - EMGETIS / SE

Vice-Presidente de Relações Institucionais

Mauro Farias - PRODERJ / RJ

Vice Presidente de Tecnologia

Leandro Victorino - CELEPAR / PR

Responsável

Lutiano Silva - PRODAP / AP
Presidente do Conselho de
Associações ABEP

Consultoria



Claudia Cappelli
Vanessa Nunes
Rodrigo Oliveira
Valéria Campaner

Colaboração

Basic Comunicação

Rio de Janeiro, 2022

© Todos os Direitos Reservados

A decorative graphic at the bottom of the page consisting of a network of blue lines connecting various points, forming a complex, web-like structure.

Sumário

Introdução	4
O Guia	6
O Método	8
Identificar o Propósito Organizacional	10
Entender a Organização	11
Entender a demanda	13
Definir os artefatos que serão construídos ou traduzidos	14
Identificar padrões existentes	15
Identificar os Clientes das Informações	16
Identificar seu público	17
Organizar a informação para mais de um público	20
Fazer a Engenharia da Informação	22
No caso do conteúdo não existir	23
No caso do conteúdo já existir	23
Organizar o Design da Informação	24
As Práticas de Linguagem Simples	35
Escrita de textos	36
Modelagem de Processos	50
Desenho de Gráficos	63
Sobre a Linguagem Simples	88
Um breve histórico	88
Instituições que promovem as boas práticas de Linguagem Simples	89
O Federal Plain Language Guideline	90
Países que são referência em Linguagem Simples	92
A Linguagem Simples no Brasil	95
Ferramentas	96
Referências Bibliográficas	102

Introdução

“Oferecer serviços públicos que permitam a todos exercer sua cidadania é uma obrigação do estado.”



Lendo esta frase, você poderia se perguntar:

- O que faz com que o serviço garanta ao cidadão exercer sua cidadania?
- Que características este serviço precisa ter?
- Como ele deve se apresentar para o cidadão?
- Que elementos podem contribuir para tornar este serviço mais eficaz a ponto de fazer com que o cidadão se sinta acolhido nos seus direitos?

Grande parte do que se entrega ao cidadão, na verdade, é um conjunto de informações. Então a resposta a estas questões passa por entregar estas informações de forma simples e de fácil utilização, para que ele sempre consiga fazer três ações:

A Linguagem Simples!

Esses 3 princípios são a base da Linguagem Simples, uma tradução do termo em inglês Plain Language. Um conjunto de práticas que facilitam a compreensão da informação e é a base deste guia.



Encontrar o que precisa



Entender o que encontrou



Usar para atender às suas necessidades

E é para isso que este **GUIA** foi desenvolvido. Seu principal objetivo é apresentar práticas que podem auxiliar na construção, organização e apresentação de informações, sejam elas representadas através de textos, figuras, gráficos, modelos ou outras formas.

A construção deste **GUIA** é apoiada no uso das práticas de Linguagem Simples, apresentadas no [Federal Plain Language Guideline](#) e por métodos e técnicas utilizadas em diversas áreas como:



Transparência



**Visualização
de Informação**



**Gestão de
Processos**



**UX
Writing**



**Avaliação de
Interfaces**



**Arquitetura
de Informação**

Objetivos da ABEP-TIC

A organização tem como um de seus pilares, estimular a informática como ferramenta de apresentação de informações e serviços ao cidadão.

Este **GUIA** foi criado em um projeto desenvolvido pela Associação Brasileira de Entidades Estaduais de Tecnologia da Informação e Comunicação (ABEP-TIC), instituição que atua na promoção e fortalecimento da cooperação entre suas associadas.

E aqui temos um ponto importante!



Este Guia busca auxiliar estas empresas de TIC no uso de métodos, técnicas e práticas na construção de serviços que garantam ao cidadão exercer sua cidadania.

O Guia

Um Guia, como o próprio nome sugere, serve para indicar que passos seguir para você fazer um trabalho. Ele fornece um método que organiza seu trabalho, além de apresentar e explicar como usar as práticas que serão realizadas durante a execução do método. Este método aqui utilizado é apresentado na seção a seguir.

Para fazer uso deste GUIA é preciso que você entenda o método apresentado nele, e siga suas etapas. Vale lembrar que este método não é para ser seguido da mesma forma para todas as situações. As fases e práticas definidas nele devem ser escolhidas por você dependendo da organização, cliente, informação que se quer apresentar, entre outros elementos. Assim, para aplicação da Linguagem Simples você fará escolhas, mas fique tranquilo, todas elas estão definidas neste GUIA.

Nesta versão o Guia define o método a ser utilizado e as práticas de Linguagem Simples que fazem parte deste método. Quanto ao método, esta versão apresentará 3 (três) das 4 (quatro) etapas que o compõem, deixando para o final deste trabalho a etapa de Análises e Avaliações. Este método é apresentado na próxima seção. Na parte das práticas, esta versão mantém as práticas para escrita de textos e acrescenta práticas para representação de informações através de Modelos de Processo e Desenho de Gráficos. Em versões seguintes ainda serão acrescentadas práticas referentes à Definição e organização de dados; Organização de informações; Arquiteturas de dados corporativos; e Projeto de Interface Web.

2^a

versão com práticas para

Escrita de textos

Modelagem de Processos

Desenho de Gráficos

novas versões com...

Arquiteturas de dados corporativos

Projeto de Interface Web



Versão Final

Você está aqui!

A figura a seguir ilustra este conjunto de possibilidades de aplicações da Linguagem Simples.



Muitos formatos, tipos e modelos de informação.

Nesta imagem você vê colorido apenas a parte do conteúdo que vamos tratar nesta segunda versão. Vamos colorindo outras áreas a medida que práticas sejam adicionadas a esse guia. A informação é complexa e pode ser representada de muitas formas e para contemplar os vários tipos e formatos vamos tratar destes principais artefatos.

O Método

Método é uma palavra que vem do grego e significa caminho. Se refere ao meio utilizado para chegar a um fim. Em geral, o método é composto por um conjunto de passos que, sendo executados, alcançam um objetivo. Estes passos são atividades que contêm práticas definidas.

Olhando lá na nossa Introdução, vimos que este **GUIA** foi desenvolvido para apresentar conjuntos de práticas que ajudam na construção, organização e apresentação de informações em Linguagem Simples. Mas não basta colocarmos aqui uma lista destas práticas. É importante explicar como e quando cada uma delas deve ser utilizada.

Assim, apresentamos aqui o Método Simplifixa (www.simplifixa.com.br). Este método estrutura o trabalho a ser realizado para melhoria ou criação de informações em Linguagem Simples. Ele é fortemente baseado nas práticas indicadas no Federal Plain Language Guideline mas também complementado com práticas de outras áreas que serão descritas ao longo do GUIA conforme necessário.

O **Método** utilizado é composto por quatro fases, como podemos ver na figura a seguir:

1**Propósito Organizacional**

⋮

2**Cliente da Informação**

⋮

3**Engenharia da Informação**

⋮

4**Análises e Avaliações**

Na imagem, você verá mais detalhes sobre cada fase. Vamos expandir cada uma e descrever quais atividades são realizadas nelas. Com isso, você terá uma visão geral do que precisará fazer para depois em cada capítulo apresentarmos em detalhes cada prática do método! Vamos lá:



Método Simplifixa



Propósito Organizacional

Aqui estamos querendo conhecer:

- **Os objetivos, regras e processos da organização**, para saber como ela funciona e qual sua intenção em ter uma comunicação mais simples.
- **Quais artefatos** (processos de negócio, sistemas, documentos internos, sites, comunicação interna etc) serão tratados nesta iniciativa.
- **Padrões de comunicação** existentes nesta organização.

Este tema não está diretamente relacionado com as Práticas do *Federal Plain Language Guideline*, mas é de extrema importância conhecer o contexto e as premissas do trabalho que você vai realizar antes de começar.

Cliente da Informação

Aqui estamos querendo **entender em detalhes o público**, para definir a melhor forma de apresentar a informação. Você precisa saber com quem está falando para se comunicar efetivamente com essas pessoas. Nesse ponto vamos tratar a prática de “Pensar no seu Público” definida no *Federal Plain Language Guideline*.

Engenharia da Informação

Aqui, quando falarmos de **Linguagem Simples para escrita de textos**, vamos organizar a maioria das práticas presentes no *Federal Plain Language Guideline*. Desde práticas para organização até as práticas sobre sentenças, frases e palavras. Serão também inseridas outras práticas coletadas na literatura para organização e estruturação dos outros tipos de conteúdos que falamos anteriormente. Vamos trabalhar ainda atividades diferentes para criação de conteúdos ou melhoria de conteúdos já existentes.

Análises e Avaliações

Aqui vamos tratar das avaliações. Neste ponto sugerimos métodos de observação, investigação e inspeção que podem ser usados para verificar se o produto gerado, após a aplicação de todas as práticas citadas anteriormente, teve o resultado desejado. Esta parte do método é apoiada no *Federal Plain Language Guideline*, mas inclui métodos de avaliação de literaturas diversas.

Nos capítulos a seguir serão detalhadas as partes do **Método Simplifixa** indicando como realizar cada uma das práticas sugeridas.

1

Identificar o Propósito Organizacional

Segundo o método apresentado na seção anterior deste GUIA, você deve começar o seu trabalho entendendo porque está realizando isso, qual a necessidade da organização e onde a organização quer chegar com este trabalho. Entender estas razões é muito importante e vai ajudar você a ter uma direção no seu desenvolvimento. Para isso, esta fase do método foi organizada em 4 (quatro) etapas. Veja abaixo cada uma e logo em seguida os detalhes.



Entender a Organização



Entender a Demanda



**Definir os artefatos que serão
construídos ou traduzidos**



Identificar padrões existentes

01

Entender a Organização

- Qual a razão de ser da organização?
- Quais serviços ela presta internamente e ao cidadão?
- Qual é a sua estratégia de comunicação?

Compreender o **papel da organização no Estado Brasileiro e como ela se relaciona com a Sociedade** é o primeiro passo para definir como essa comunicação será apresentada.

Para definir isso, você precisa responder a estas três principais perguntas:

- **Quais são os objetivos da organização?**

Ao compreender qual a posição da organização no Estado, o que ela faz e como ela é avaliada, você consegue perceber objetivos e metas influenciados pelas formas de comunicação. Essas informações podem te ajudar a descobrir as preocupações dos Gestores em relação à qualidade da comunicação do trabalho realizado.

- **Quais serviços a organização oferece?**

Ao conhecer os serviços que a organização presta e como eles são apresentados, você consegue observar padrões atuais de linguagem e formatos de apresentação de informações. E com a análise dos objetivos da organização, você consegue identificar as formas de comunicação que a organização tem utilizado.

- **Qual é a estratégia de atuação da organização?**

Entendendo como a organização atua para prestar serviços, você pode avaliar as ineficiências e definir diretrizes de comunicação alinhadas à estratégia da organização.

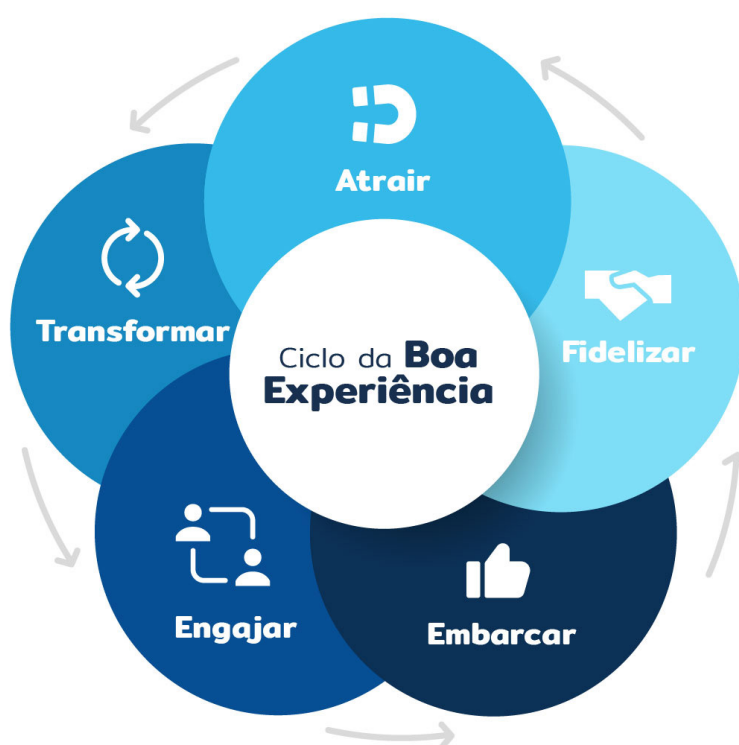
Veja esse Exemplo

Suponha que a organização é uma secretaria municipal de educação. Um dos serviços prestados por ela é permitir que o cidadão possa realizar a matrícula de seus filhos em uma escola pública de ensino fundamental ou médio. Aqui estamos falando de um grande número de cidadãos brasileiros com direito à educação e este é um “dever do Estado e da família” (Art. 205 da CF/88).

Este serviço abrange cidadãos dos mais diversos níveis de escolaridade e, portanto, deve usar uma linguagem de comunicação bastante simples e direta.



O uso de uma linguagem simples consegue **atrair** as pessoas para o uso dos serviços através dos canais de comunicação da organização e oferecer um serviço de qualidade que **fidelize** essas pessoas e faça com que elas escolham usar novamente o serviço através destes canais. Assim elas **embarcam** na (boa) experiência que tiveram ao obter sucesso com o uso do serviço e se **engajam** e se envolvem ativamente com essa experiência. A **transformação** acontece quando as pessoas preferem usar o serviço por estes canais e recomendam a outros de sua comunidade como um canal onde o serviço é claro, entendido e funciona! Este ciclo, desde a atração até a transformação, representa uma experiência bem sucedida das pessoas e promove uso e melhoria contínuos da apresentação e uso de informações pelas pessoas.



Você pode achar difícil e desafiador descobrir essas coisas dentro da organização, mas uma vez que estejam bem claras, você será capaz de decidir as estratégias de comunicação muito mais facilmente e de forma padronizada. Você também será capaz de agir de forma rápida e eficaz para contornar e até mesmo se antecipar a problemas no entendimento de um serviço específico.

Agora, após entender a organização e como ela quer se relacionar com o cidadão, precisamos entender a demanda. Certamente não vamos fazer tudo de uma vez. Então precisamos saber quais problemas vamos buscar resolver. Para isso temos a Etapa 2!

02 Entender a demanda

Aqui você vai focar na demanda, que pode estar relacionada a um ou mais serviços:

- Qual é a necessidade ou problema que precisa ser resolvido?
- Quais objetivos precisam ser atendidos com a resolução desta necessidade?
- Quais são os processos de trabalho da organização que você vai precisar analisar para entender essa demanda?

Compreender **a demanda, os objetivos de comunicação e as necessidades** para atender esses objetivos é fator-chave para definir como você vai planejar o atendimento a esta demanda.

No nosso exemplo

Retornando naquele exemplo da secretaria municipal de comunicação, suponha que ela tem uma demanda com relação ao serviço de matrícula nas escolas. O objetivo da secretaria é atrair e fidelizar todos os cidadãos com filhos em idade escolar e a necessidade identificada é de que o atendimento a este serviço recebe um número muito alto de chamadas por telefone ou presenciais por problemas de entendimento sobre como solicitar a matrícula através do serviço eletrônico.

O serviço está disponível, mas muitos cidadãos não entendem como realizar o passo a passo de solicitação via este canal.

Uma vez entendida a demanda você conseguirá definir quais artefatos serão o foco do seu trabalho. A Etapa 3 te ajudará a fazer isso!

03

Definir os artefatos que serão construídos ou traduzidos

Defina os veículos de comunicação

É importante pensar em que tipo de veículo de comunicação este artefato vai ser publicado. Pode ser numa página Web, um Relatório, numa apresentação, no corpo de um email, entre outros.

A seleção dos artefatos que serão trabalhados é importante para definir o escopo e concentrar os esforços de atuação. Agora você deve selecionar quais **os artefatos mais adequados para atender as necessidades identificadas**. Estes artefatos representam conjuntos de informações que você vai definir se vai apresentar através de formatos como:

- Textos;
- Gráficos;
- Figuras;
- Tabelas;
- Modelos de dados;
- Modelos de processos;
- Modelos organizacionais.



No nosso exemplo

Retornando ao nosso exemplo, o canal de comunicação que pode ser o foco de trabalho da secretaria municipal de educação é a interface web de apresentação do serviço no portal de serviços do Estado e que atualmente tem como conteúdo texto mas que seria interessante e ficaria mais simples se este texto fosse apresentado em formato de uma tabela ou de um fluxo de processos.

Mas antes de começar a trabalhar as práticas de Linguagem Simples nos meios de comunicação selecionados, você precisa saber se existe algum padrão de apresentação de informações já definido pela organização! Portanto, vamos para a Etapa 4!

04

Identificar padrões existentes

Para encerrar esta primeira fase do método, você precisa descobrir se existem padrões de escrita, modelos de organização de informação e padrões que estabelecem identidade visual para apresentar, formatar e colorir textos, figuras, tabelas e desenhos de maneira geral. Claro que você pode e deve sempre pensar em melhorias, mas caso algum padrão exista, antes de você pensar em mudar qualquer coisa, é importante saber o quanto isso está ou não alinhado com o que já existe na organização.

Compreender e **usar os padrões para apresentação de informações já existentes**, contribui para a padronização e implantação de Linguagem Simples de forma abrangente e unificada por toda a organização.



No nosso exemplo

No exemplo da secretaria municipal de educação, o Estado pode ter definido uma identidade visual para apresentação de uma página web no Portal de Serviços e também pode ter definido um conjunto de regras básicas para organização das informações que devem ser seguidas.

Pronto! Agora que você já conhece a organização, seus objetivos e seu propósito com este trabalho de aplicação da Linguagem Simples nos artefatos que fazem parte da sua demanda, podemos passar para a próxima fase do método que é a identificação do cliente das informações.

2

Identificar os Clientes das Informações

Se você não sabe com quem você está falando, como você vai se comunicar efetivamente com essas pessoas? Compreender **quem é a pessoa com quem se fala** é um dos principais elementos de uma comunicação de sucesso.

Este é o primeiro ponto tratado pelo *Federal Plain Language Guideline*, sobre o qual estamos apoiando a construção deste Guia, como citado na nossa introdução. Lá, na prática de **“Pensar no seu Público”**, são citadas duas sub-práticas:



Identifique e escreva para seu público

Pense em quem é o seu público, o que ele sabe sobre as informações que você tem e como apresentar estas informações para ele.



Cuide de públicos diferentes, de forma separada

Se for necessário apresentar conteúdos diferentes para públicos diferentes em um mesmo local, separe-os. Não confunda o leitor com assuntos que não fazem parte do seu interesse.

Para você poder atender estas sub-práticas deve cuidar de duas coisas:

- **Identificar o público** relacionado à demanda que você está trabalhando para poder apresentar informações que atendam as necessidades dele;
- **Organizar as informações** no caso destas servirem para mais de um público e tiverem que ser apresentadas de forma diferente para os dois. Veja abaixo cada uma em detalhes.

01

Identificar seu público

Antes de começar a apresentar qualquer informação para alguém, é necessário **definir o perfil das pessoas que vão receber esta informação** para entender:

- Quais são os problemas e objetivos das pessoas;
- O que buscam para resolver suas necessidades;
- Que perguntas gostariam de ter respondidas;
- Quais suas histórias e motivações;
- Quais são suas características como usuário; e
- Quanto de conhecimento elas têm deste assunto.

E como definir estes perfis?

Aqui vamos usar a técnica de *personas* que consiste em definir através de um perfil semi fictício as pessoas com quem você vai se comunicar. O objetivo é que você compreenda melhor quem são estas pessoas e do que elas precisam. Assim, você pode fazer melhores escolhas de apresentação, organização e design de informação.

Saiba mais sobre a técnica de personas

A literatura sobre *personas* é grande e caso você queira, pode se aprofundar bastante nesse assunto. Você encontrará facilmente muito conteúdo em uma busca geral principalmente nas áreas de *marketing*, publicidade e *design*.

Aqui vamos trazer uma explicação sobre este conteúdo que já vai te ajudar na construção destas *personas*. **Não pule essa etapa, pois ela vai guiar todo o seu trabalho daqui em diante!**

Você pode identificar uma ou mais *personas* com quem vai se comunicar. E precisa caracterizar cada uma delas. Esta caracterização consiste em explicitar uma série de informações sobre cada uma, de modo que você tenha conhecimento de como ela se comporta, atua, se relaciona, etc. Você pode fazer diversas análises com estas informações, pois, em geral, as *personas* tem:

- um nome fictício, para facilitar a conexão;
- região, cidade ou estado onde mora;
- idade;
- valor da renda;
- formação educacional;
- estado civil;
- uma breve história sobre o seu dia a dia;
- profissão e tarefas que realiza;
- hábitos;
- estilo de vida;
- redes sociais favoritas;
- hobbies;
- valores;
- problemas que deseja resolver;
- dúvidas;
- expectativas e objetivos pessoais;
- ambições.

E como descobrir estas *personas*?

Um ponto muito importante é que as *personas* não devem ser baseadas no que pensamos. É certo que ela é uma representação semi fictícia, mas é preciso ser baseada em dados reais. Sendo assim você deve procurar saber as características das pessoas que acessam as informações que você disponibiliza. Precisa saber quais são os seus objetivos, as suas dificuldades e os seus desafios e como você pode ajudá-las.

Mas como vamos fazer isso? Aqui temos algumas sugestões de perguntas que você pode tentar responder pensando na demanda que você está trabalhando na sua organização. Veja:

- Quem são os cidadãos que acessam as informações?
- Que assunto da sua organização pode interessar para ele?
- Por que eles acessam essas informações ou serviços?
- Que expectativas eles têm do serviço?
- Quais os procedimentos que eles costumam fazer mais de uma vez?
- Como eu posso ajudar estes cidadãos a obterem o que precisam?

Agora que você já tem informações do ponto de vista da sua organização e como ela poderia atender melhor este cidadão, podemos também fazer perguntas para um conjunto de pessoas usuárias que você tenha acesso. Caso não tenha, você pode usar estas perguntas para criar perfis a partir delas, imaginando possíveis respostas. A seguir temos um conjunto destas perguntas que podem ser sobre informações pessoais, estilo de vida, interesses, necessidade de informações, trabalho ou outras tantas categorias que você ache necessário utilizar para definir seu público. São elas:

- Qual sua idade?
- Qual seu estado civil?
- Onde você mora?
- Tem filhos? Quantos? Quais as idades deles?
- Qual seu nível de instrução/escolaridade?
- Quais são suas dificuldades e problemas?
- Tem problemas de acessibilidade ou alguma deficiência?
- Que horários do seu dia você mais costuma buscar estas informações?
- Que dispositivo utiliza mais?
- Você costuma acessar essas informações em casa, no trabalho ou na rua?
- Quais são os seus interesses principais?
- Quais são as redes sociais que você faz parte?
- Com qual frequência você consulta essas redes?
- Que conteúdos considera interessante?
- Quais as principais páginas, sites e blogs que segue?
- Qual é seu cargo?
- Em que empresa trabalha?
- O que você faz no trabalho?
- Quais são suas responsabilidades?
- Você usa informação que busca externamente no seu trabalho?
- Que mecanismos utiliza para buscar informação?

- Onde você costuma buscar informações?
- Prefere realizar serviços online ou presencialmente?
- Com qual frequência você busca por serviços na internet?
- Você descobre facilmente como solicitar e usar os serviços que precisa?

Após você ter conseguido respostas para as perguntas citadas acima ou para parte delas, você estará apto a desenhar as *personas* que são seus potenciais usuários.

Veja esses Exemplos



Heloisa Martins Perfil da Persona

🔍 COMO ELA NOS ENCONTROU

- Indicação de pessoa de confiança
- Encontrou o nosso site pela busca
- Anúncios pelas redes sociais

⊕ PONTOS DE CUIDADO

- Há muita demora no atendimento
- Deseja um preço competitivo com experiência marcante



👤 INFORMAÇÕES GERAIS

Faixa etária : 50 - 70
Região : Centro-oeste
Nacionalidade : Brasileira
Estado civil : Casada
Escolaridade : Superior
Hobbies : Dança

👍 QUEM ELA É?

- Gestora Administrativa de longa carreira em uma empresa internacional.
- Pessoa ativa e que adora novas experiências e não se preocupa e investir na medida de um bom retorno.
- Lê publicações sobre economia. Participa de eventos esportivos e está ativa nas redes sociais.

🛒 PORQUE ELA COMPRA DA GENTE

- Preço
- Expertise

💬 O QUE DESEJA PARA NOS CONTRATAR

- Depoimentos
- Prêmios adquiridos

❌ O QUE ELA NÃO QUER

- Pagar grandes taxas
- Prejuízo com o investimento

CARACTERÍSTICAS

- Possui de 2 a 4 filhos
- Residência alugada
- Renda médio de 2,5 mínimos
- Residente na região Sudeste



PERFIL GERAL

- Utiliza apenas transporte público
- Possui 3 a 4 animais domésticos
- Pratica atividade física regularmente
- Pouco hábito para acesso a internet

OBJETIVOS

- Adquirir a casa própria
- Mudar de região
- Comprar um carro
- Aquirir um plano de saúde
- Concluir uma faculdade

JOÃO RIBEIRO

MASCULINO

Idade: 42 anos
Educação: Médio
Ocupação: Autônomo
Estado Civil: Casado

ESTILO DE VIDA

- Frequenta partidas de futebol
- Hobbie em jogar cartas
- Pouco hábito de leitura

02

Organizar a informação para mais de um público

É muito importante **atingir cada uma das pessoas da maneira mais individualizada possível**. Isso fará com que ela se sinta acolhida e representada. Empatia e ética devem ser pontos fortes na sua comunicação. Você precisa atingir o coração das pessoas!

Neste caso temos dois pontos:

- Cada pessoa deve receber somente a informação que precisa e
- Duas pessoas podem precisar da mesma informação, mas com apresentações diferentes.

O primeiro já vimos como resolver quando usamos a técnica de *personas* explicada anteriormente. O segundo vamos tratar aqui.

Saiba mais sobre a segmentação de mercados

Assim como a técnica de *personas*, a segmentação de mercado é muito utilizada na área de *marketing* para identificar grupos de perfis de consumidores.

Uma técnica que pode nos ajudar com isso é o que chamamos **Segmentação de Mercado**. Aqui, dentro de uma adaptação, vamos utilizar esta técnica para formar grupos das *personas* que já foram construídos para tornar mais clara as possíveis formas de apresentação de informação. A intenção é termos a visão de quais formas uma mesma informação precisa ser apresentada dependendo do grupo que vai usá-la.

Como segmentar as *personas*?

Podemos criar grupos de *personas* conforme os hábitos de consumo, no caso aqui, necessidades de consumo de informação. Esses hábitos devem ser obtidos a partir do entendimento das necessidades e das preferências das pessoas que acessam as informações ou que consomem os serviços que você oferece. Estes hábitos e necessidades foram definidos quando você definiu as *personas* no passo anterior.

Vamos agora ver algumas características que devem ser observadas para que você identifique a necessidade de apresentar a mesma informação de forma diferente para públicos diferentes:

- Temos duas ou mais *personas* que precisam da mesma informação ou serviço de forma diferente?
- Um grupo de *personas* precisa de informação simplificada e outro grupo da mesma informação com mais detalhes?
- Dados mais complexos precisam ser explicados para algum grupo de *personas* e para outro não?
- Formas gráficas são preferenciais para um grupo de *personas* e para outro não?
- Temos *personas* usuárias da mesma informação ou serviço com perfis cognitivos muito diferentes (formas diferentes de assimilar informações)?

Caso você responda sim, para uma ou mais destas perguntas é necessário indicar para cada grupo de *personas* definidas anteriormente como as informações devem ser apresentadas.



Mecanismos para segmentar informações

Caso você tenha a necessidade de apresentar a mesma informação ou serviço para públicos com perfis de consumo diferentes, alguns mecanismos podem ser utilizados:

- Deixar que os usuários escolham quais informações querem ver;
- Apresentar num primeiro nível informações mais resumidas e permitir detalhes em sequência;
- Utilizar referências para fora da parte principal das informações ou serviço como elemento de complementação das mesmas;
- Utilizar mecanismos para explicar conteúdos de forma opcional;
- Permitir opções de apresentação da mesma informação na forma textual ou através de outros formatos de apresentação deste mesmo conteúdo.

Agora que você já identificou os clientes das informações que fazem parte da demanda sobre a qual está trabalhando, podemos seguir para o próximo passo do método que trata de realizar toda a engenharia da informação para criar conteúdos utilizando as práticas de Linguagem Simples ou, caso o conteúdo já exista, utilizar as práticas para traduzi-lo para a Linguagem Simples.

3

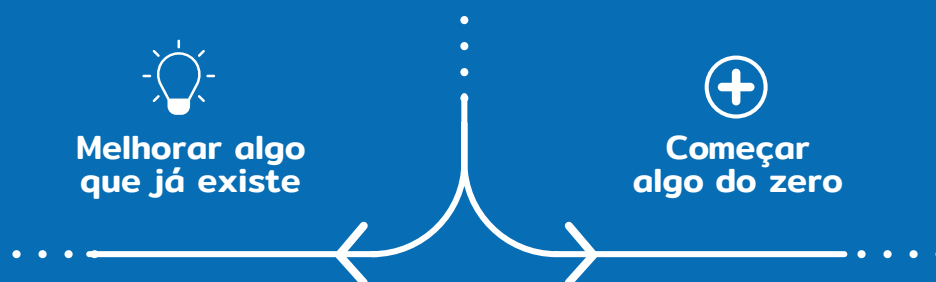
Fazer a Engenharia da Informação

Neste ponto você já entendeu como a organização funciona, seus objetivos, os serviços que oferece. Já sabe que artefatos devem ser trabalhados para gerar uma melhor comunicação. Entendeu também quem é o seu público-alvo, como ele se caracteriza e como você pode definir grupos de usuários.

Agora vamos falar como **tratar a informação que você precisa apresentar para seu público** de modo que ela possa ser realmente entendida.

Mas antes de começar você precisa identificar se os artefatos que você vai tratar, que podem ser processos, documentos, normativos, interfaces de sistemas ou outros que tenham sido definidos, já existem e necessitam de mudanças ou devem ser construídos como novos artefatos da organização.

A depender da opção, você precisará seguir passos diferentes no método.



No caso do conteúdo não existir

Se você vai fazer um projeto para construir um novo conteúdo, o ideal é que já faça utilizando todas as práticas da Linguagem Simples. Para isso, a partir dos artefatos definidos na Etapa 3 da Seção de Propósito Organizacional, vá direto para as práticas definidas na próxima Seção e utilize as que se aplicam ao conteúdo que você tem que construir.

Checklists de tarefas

Você pode usar listas para ajudá-lo a organizar cada prática que precisa avaliar em seu conteúdo. Além disso há muitos softwares ou websites como o *Trello* ou *Google Keep* que oferecem essas funções.

No caso do conteúdo já existir

Se você vai fazer um projeto para traduzir para Linguagem Simples um conteúdo já existente, as práticas da próxima Seção devem ser utilizadas como um *checklist* ou lista de tarefas, como um processo de avaliação. Para isso você pode transformar cada prática prevista na Seção 4 em perguntas e ir verificando se aquela prática está estabelecida no artefato ou não. Caso não esteja, você deve propor uma melhoria de modo que ela passe a ser atendida.

Veja esse exemplo para o caso do conteúdo existir

Olhando na seção 4 (quatro) o item de Organização de Conteúdo, tem várias práticas apresentadas como, por exemplo:

- Organize seu conteúdo de maneira cronológica,
- Coloque as informações gerais primeiro,
- Escreva seções curtas.

Devemos estas práticas em perguntas. Veja abaixo:

- ☐ Este conteúdo está organizado de maneira cronológica?
- ☐ As informações gerais estão apresentadas primeiro?
- ☐ As seções do texto são curtas?

Você deve usar esta mesma forma apresentada no exemplo para questionar sobre cada prática apresentada na Seção 4 (quatro).

4

Organizar o Design da Informação

Aqui começaremos a apresentar as práticas para tornar a Linguagem Simples e assim garantir um melhor entendimento do conteúdo apresentado. Uma parte é baseada no *Federal Plain Language Guideline*. Outras partes são baseadas em conhecimentos de diversas áreas como Gestão de Processos, Arquitetura de Informação, Gestão de Informação, Visualização de Informação, Interface Humano Computador e *UX Writing*.

Este capítulo faz parte da Engenharia da Informação que é a fase 3 do método. Aqui vamos, a partir do conjunto de informações que temos para apresentar, descobrir como esta informação deve ser estruturada. Isso significa que trataremos do Design da Informação, da sua organização e das estruturas possíveis que podemos usar para uma melhor apresentação.

O design de informação (ou infodesign) é uma ferramenta visual que trabalha principalmente como um conteúdo, produto ou conceito é apresentado, ou seja, como uma mensagem é “dita” ao seu público aumentando sua captação. Também é visto como uma área do design gráfico que lida detalhadamente com o projeto da informação visual. Seu objetivo principal é melhorar como o usuário adquire informação em sistemas de comunicação analógicos e digitais.

Vamos então tratar de algumas práticas que podem nos ajudar a melhorar o design da informação que você precisa apresentar como um todo. Vamos pensar como devemos organizar melhor o conteúdo e qual a melhor forma de apresentá-los. Organização de conteúdo é um dos pontos principais para um bom entendimento. Não se consegue entender algo que não tem uma estrutura, uma ordem, uma representação adequada ou que tem excesso de conteúdo. A seguir vemos práticas sobre isso.

01 Organize seu conteúdo para atender as necessidades do seu público-alvo

Pessoas acessam informações para obter respostas para seus problemas ou para alcançar algum objetivo. Em geral, querem saber como fazer algo. Esta prática nos indica que devemos pensar que conteúdo seu público deseja acessar. Pense nas perguntas que ele fará e, em seguida, organize as informações na ordem em que ele precisa.

Caso suas informações tenham uma ordem cronológica, como se fossem um processo, uma sequência de passos, é importante apresentá-las de modo a mostrar para o público-alvo que essa é uma sequência existente e que ele deve seguir os passos na ordem apresentada para resolver seu problema ou encontrar a informação que deseja.

Mas se o conjunto de informações que você quer apresentar é um texto corrido veja se o mesmo pode se tornar mais leve quando você inclui elementos de design como cores, formatos, ícones, espaços entre conteúdos, entre outras coisas que podem melhorar o seu impacto visual.



Ao invés disso..... Prefira isso



Para poder estar apto a participar você precisa seguir os seguintes passos: Por exigência da justiça eleitoral é preciso estar quite com o serviço eleitoral. Contudo, você precisa conferir, anteriormente, se não está impedido de sair do país pela justiça.



Para poder estar apto a participar você precisa seguir os seguintes passos:

- Não estar impedido de sair do país pela justiça.
- Estar quite com o serviço eleitoral, por exigência da justiça eleitoral.



02 Coloque as informações gerais primeiro, depois as específicas e exceções

É importante descrever o objetivo das informações apresentadas. Isso pode ser feito através de um título ou mesmo um texto com uma explicação mais detalhada. Em seguida coloque as informações mais importantes no início. Informações especializadas ou exceções devem ficar sempre para depois. O que for para a maioria do seu público-alvo deve vir em primeiro lugar.



Ao invés disso..... Prefira isso

Os brasileiros residentes no exterior podem buscar assistência via e-mail. Já os que estão no país realizam o processo de preenchimento e envio de sua inscrição em contato com a agência pelo número listado abaixo.



Se você é brasileiro faça sua inscrição ligando para a agência usando o número abaixo. Se está morando fora do Brasil no momento, entre em contato por e-mail.



03 Crie índices

Um índice é uma lista em uma determinada ordem que inclui todos os itens, seções, capítulos, etc. de um texto. Além disso, junto de cada um destes elementos está indicado onde encontrá-lo. O índice pode ser muito útil para conjuntos de informações muito grandes ou muito complexas. Neste caso ele será como um roteiro que o público-alvo poderá seguir e encontrar mais rapidamente as informações que precisa. Os menus que usamos nos sistemas são também uma forma de índice destas aplicações.



Ao invés disso.....



1. Ouvidoria pública

Ouvidorias públicas são unidades administrativas dos ministérios, dos órgãos da Presidência da República e das entidades da administração indireta, ou seja, das autarquias, fundações públicas e empresas estatais.

1.1. Origem

A origem do que hoje chamamos de Ouvidoria Pública remete à Suécia, onde, em 1809, foi criada a figura do Ombudsman, com o objetivo de receber e encaminhar as queixas dos cidadãos relacionadas a serviços públicos. Nessa época, criou-se a palavra ombudsman que, em sueco, significa "representante do povo".

1.2. Atuação

A atuação de ouvidorias atende, fundamentalmente, ao comando constitucional do art. 37, parágrafo 3º da Constituição que determina ao Poder Executivo, observadas as disposições legais, a instituir e manter serviços de atendimento às reclamações e sugestões dos



Prefira isso.....



1. Ouvidoria pública	1
1.1. Origem	1
1.2. Atuação	2
1.3. Tipos de manifestação	5
1.4. Implementação	7
1.4.1. Requisitos	8
1.4.2. Processos	12

04 Use o limite de três níveis para apresentar conteúdo

O número indicado pela literatura para níveis de informação é 3 (três). Isso porque o ser humano em geral não consegue memorizar rapidamente mais de três níveis de informação. Assim, esta prática nos indica que devemos usar no máximo 3 (três) níveis de apresentação de conteúdo. No caso de estarmos, por exemplo, falando de um menu ele não deveria ter mais do que três níveis de desdobramento. No caso de falarmos de um texto com índice, o mesmo se aplica.



Ao invés disso..... Prefira isso

1. Guia de Informações Úteis
1.1. Dúvidas principais
1.1.1. Manuais
1.1.1.1. Recomendações
1.1.1.1.1. Fale conosco

✗

1. Guia de Informações Úteis
1.1. Dúvidas principais
1.1.1. Fale conosco

✓



05 Use títulos úteis e curtos

Os títulos são elementos de informação que resumem o que está sendo apresentado na sequência. Porém, quando vamos escrevê-los devemos ter atenção para não escrever nada muito extenso e para escrever algo que traduza de fato a informação que seguem.

Os títulos não devem ser muito compridos porque sobrecarregam a informação a ser apresentada. Uma boa prática é que tenham no máximo 5 (cinco) palavras.

Quanto aos títulos serem úteis, podemos analisar algumas categorias existentes. Elas podem ajudar você a identificar qual o mais adequado sempre. São elas:

- **Título de perguntas:** Muito útil se você conhece as perguntas que seu público-alvo pode fazer. Esta categoria de título ajudará o seu público-alvo a encontrar rapidamente as informações que procura. Um bom exemplo de uso desta categoria de títulos são as FAQs (Frequent Asked Questions) que encontramos na maioria dos sites de empresas;

- **Título de declarações:** Define em poucas palavras o conteúdo que vem em seguida. É o mais utilizado. Uma ótima escolha.
- **Título de Tópicos:** São títulos do tipo “Geral”, “Aplicativo” e “Escopo”. Estes devem ser nossas últimas escolhas, pois são vagos e não ajudam a saber o que teremos de fato no conteúdo que ele resume. Sempre que puder evite usar.



Ao invés disso..... Prefira isso



Título declaração:	Título declaração:
Profissionais da saúde e vacinação para COVID-19	Profissionais de saúde que não foram vacinados contra COVID-19.
Título Perguntas:	Título Perguntas:
Covid-19 e o contágio com o dinheiro	Posso pegar Covid-19 através de notas e moedas?
✗	✓

06 Estruture o conteúdo antes de iniciar sua construção

Estruturar as diversas partes que compõem o seu artefato vai facilitar muito a sua percepção sobre se ele está completo e mostrar para você possíveis agrupamentos a serem feitos.

É importante entender a estrutura completa do que vai ser apresentado antes de iniciar sua construção. Além disso, dar títulos para cada uma das partes vai fazer você entender se cada informação que será apresentada de fato tem relação com o item que você definiu.

Outro ponto importante aqui é que você precisa decidir como vai apresentar esta informação, se através de um texto, gráfico, modelo, etc. É importante identificar a forma de comunicação que será utilizada. Documento escrito e impresso, apresentações de slides, painéis de dados ou dashboards, páginas web ou mobile etc. Este tópico determinará o nível de detalhamento das informações repassadas e o seu nível de controle sobre o que o público conseguirá absorver ou não.

07 Escreva seções Curtas

Seções curtas dão a sensação de que vamos entender mais fácil o conteúdo e também nos ajudam a dar títulos melhores, dado que tratam apenas de um assunto.

Já as seções de conteúdo muito longas e densas são visualmente desagradáveis e dão a impressão de que o que está ali é muito complexo ou difícil de entender. Estas seções em geral tratam de mais de um assunto, o que também dificulta o seu resumo em um título.

Então em cada seção coloque apenas um assunto e faça isso com o menor número de palavras possível. Depois tente resumir num título e veja se este consegue dar conta de tudo que está ali escrito. Esta é uma boa forma de verificar as seções de seus conteúdos.



Ao invés disso..... Prefira isso



O programa tem uma linha telefônica Punjabi em 604-877-6163 na qual você pode deixar uma mensagem de correio de voz para alguém retornar sua chamada (as chamadas só são retornadas às sextas-feiras entre 10h00 e 12h00). Além disso, atendentes de reservas que falam chinês geralmente estão disponíveis pelo telefone 1-800-663-9203. Se não houver um disponível para atender sua chamada, você será questionado se alguém pode traduzir em seu nome ou para ligar de volta quando houver assistência de tradução disponível. Você também pode pedir a um membro da família ou amigo para ajudá-lo com a ligação.



O programa tem uma linha telefônica Punjabi em 604-877-6163. Lá você pode deixar uma mensagem de correio de voz para alguém retornar sua chamada (as chamadas só são retornadas às sextas-feiras entre 10h00 e 12h00).

Além disso, atendentes de reservas que falam chinês geralmente estão disponíveis pelo telefone 1-800-663-9203. Se não houver um disponível para atender sua chamada, você será questionado se alguém pode traduzir em seu nome ou para ligar de volta quando houver assistência de tradução disponível.

Você também pode pedir a um membro da família ou amigo para ajudá-lo com a ligação.



08 Deixe “Espaços em branco” para ter uma visualização mais agradável

Os espaços em branco são recursos visuais que podem ajudar você a tornar o design da informação mais agradável, seja ela num documento ou num site, ou tela de sistema. São muito conhecidos na literatura como “Área negativa”. Além disso, podem facilitar também a organização das informações por gerar mais espaço entre os conteúdos.

Para você poder gerar espaços em branco, uma boa prática é substituir blocos de texto por figuras, tabelas ou listas, ou então criar regiões dentro de uma página, ou tela.



Ao invés disso.....



Prefira isso

Ouvidoria pública
Ouvidorias públicas são unidades administrativas dos ministérios, órgãos da Presidência da República e entidades da administração indireta.

✗

Ouvidoria pública
Ouvidorias públicas são unidades administrativas dos ministérios, órgãos da Presidência da República e entidades da administração indireta.

✓

09 Use listas

Listas ajudam o seu público-alvo a se concentrar em partes importantes, a entender a ordem em que coisas acontecem e também é ideal para apresentar conjuntos de itens, condições e exceções. A única prática dentro desta que não é recomendada é o uso de listas dentro de outras listas. Isso pode mais atrapalhar que ajudar.



Ao invés disso.....



Prefira isso

Depois de trabalhar no documento, você deve salvá-lo. Faça isso clicando em “Arquivo” no canto superior direito e, em seguida, clique em “Salvar”. Uma janela será aberta solicitando um nome para o arquivo e um local onde armazená-lo. Nomeie o arquivo, na parte inferior da caixa, ao lado de “Nome do arquivo”. Por exemplo, nomeie o arquivo como “Teste 1” ou como quiser.

✗

Depois de trabalhar no documento, para salvar seu trabalho:

- Clique em Arquivo
- Clique em Salvar
- Digite um nome para o arquivo na janela que será aberta
- Opcional: Selecione outra rede ou pasta para salvar em um local diferente
- Clique em Salvar

✓

10 Use tabelas

Tabelas podem ajudar seu público-alvo a entender relacionamentos entre conjuntos de informações que muitas vezes ficam perdidos ou ocultos em textos muito extensos. Basicamente, elas são utilizadas para representar dados quantitativos de uma forma simples. O título geral de uma tabela deve estar no topo, e deve indicar as abrangências dos dados. Cada coluna também deve ter seu próprio título.

Você deve buscar colocar títulos auto explicativos e deve evitar ao máximo o uso de abreviações. Caso necessário coloque comentários nas células, se possível. O uso de formatação em células (indicação de datas, valores, moeda, etc.) da tabela também pode contribuir para um melhor entendimento.



Ao invés disso.....



Um depósito deve ser feito com cada proposta de compra de produtos florestais indígenas. Esses depósitos devem ser de pelo menos:
Dez (10) por cento se o valor de corte avaliado for inferior a \$ 100.000 em qualquer caso, não inferior a \$ 1.000 ou o valor total, o que for menor.
Cinco (5) por cento se o valor do corte em pé avaliado for de \$ 100.000 a \$ 250.000, mas em qualquer caso não inferior a \$ 10.000;



Prefira isso.....



Você deve incluir um depósito em sua oferta para comprar produtos florestais indígenas, mas o valor do depósito varia.

Se o valor de corte avaliado for	Você deve depositar	E o valor mínimo para depósito é
menos de \$100.000	10% do valor do corte	\$1.000
entre \$100.00 e \$250.00	5% do valor do corte	\$10.000

11 Use ilustrações

Uma ilustração é uma imagem que passa uma mensagem, que pretende informar, explicar ou auxiliar no entendimento de algo. As ilustrações podem acompanhar textos ou podem ser imagens que, por si só, cumprem a função de comunicar.

Aqui a boa e velha frase de que “uma figura vale mais que mil palavras” faz todo sentido. Usar ilustrações pode ter um bom efeito e trazer muitos benefícios para o entendimento. Muitas vezes uma ilustração pode ser mais útil do que um texto descrevendo algo.

Então, sempre que puder, verifique se há a possibilidade de colocar uma ilustração anexada a seu texto com o devido título e texto explicativo se necessário ou mesmo uma imagem em substituição a ele. Neste caso o único agravante é que talvez você vá precisar de um especialista em design para elaborar esta imagem, exceto se você mesmo tenha esta competência.



Ao invés disso.....



EM CASO DE EMERGÊNCIA:

Para acionar o mecanismo, basta romper o lacre que protege a alavanca. Feito isso, puxe a alavanca para baixo. Nesse momento, as janelas serão liberadas, sendo assim, empurre cuidadosamente as janelas para fora e saia do veículo.



Prefira isso.....



12 Use negrito, itálico ou cores para destacar pontos importantes

O uso de recursos como Negrito e Itálico podem ser interessantes para destacar informações importantes no seu conteúdo. Porém, tenha cuidado. Não use de forma indiscriminada. Defina um limite para dar ênfase às informações mais relevantes, caso contrário você perderá o efeito de impacto deste recurso. Além disso, você ainda pode associar o uso deste recurso com cores, o que dá ainda mais ênfase ao que você quer destacar.



Ao invés disso..... Prefira isso



O Brasil é uma república federativa constitucional presidencialista, desde 1889. O Estado brasileiro está organizado em três Poderes: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. O Chefe do Poder Executivo (que acumula as funções de chefe de Estado e chefe de Governo) é o Presidente da República. Segundo a Constituição da República Federativa do Brasil, no Plebiscito realizado no dia 21 de abril de 1993, disciplinado na Emenda Constitucional nº 2, de 25 de agosto de 1992, foram mantidos a república e o presidencialismo, como forma e sistema de governo, respectivamente.



O **Brasil** é uma **república federativa constitucional presidencialista**, desde 1889. O Estado brasileiro está organizado em **três Poderes: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário**. O **Chefe do Poder Executivo** (que acumula as funções de chefe de Estado e chefe de Governo) é o **Presidente da República**. Segundo a Constituição da República Federativa do Brasil, no **Plebiscito realizado no dia 21 de abril de 1993**, disciplinado na Emenda Constitucional nº 2, de 25 de agosto de 1992, foram mantidos **a república e o presidencialismo**, como forma e sistema de governo, respectivamente.



13 Mantenha um bom contraste com o fundo

O fundo deve ter contraste com as ilustrações e textos. Geralmente letras pretas em um fundo branco funcionam bem. Esse é um ponto importante para incluir pessoas com diferentes deficiências visuais, por exemplo.



Ao invés disso..... Prefira isso



Ouvidoria pública

Ouvidorias públicas são unidades administrativas dos ministérios, órgãos da Presidência da República e entidades da administração indireta.



Ouvidoria pública

Ouvidorias públicas são unidades administrativas dos ministérios, órgãos da Presidência da República e entidades da administração indireta.



14

Garanta que as cores funcionam para pessoas com deficiência ou daltonismo.

No Brasil, cerca de 8% da população é daltônica, ou seja, possui alguma dificuldade em distinguir certos tipos de cores. Para ajudar esses leitores, faça pequenas modificações nas cores para elas terem contrastes para todas as formas de deficiência de visão colorida. Você pode contar com paletas de cores que existem para deficiências, por exemplo:

- **colorbrewer.org:** apresenta filtros para auxiliar as pessoas a selecionar paletas de cores, inclusive opções para daltônicos;
- **colors.co:** gerador de paletas e combinações de cores para designers que podem ser editadas de acordo com os vários tipos de daltonismo.

Mas apenas escolher uma boa paleta não garante sucesso! É possível usar uma delas e mesmo assim produzir uma figura que algum daltônico não consiga ler. Logo, você deve testar com usuários ou realizar simulações para ver se ficaram boas de verdade. Existem alguns sistemas para isso como:

- **let's get color blind:** extensão para o navegador Firefox que adiciona um filtro a todas as páginas acessadas simulando como um daltônico visualiza as informações;
- **spectrum:** extensão para o navegador Google Chrome para testar se sua página atende requisitos para diferentes deficiências de visão incluindo o daltonismo.

5

As Práticas de Linguagem Simples

Agora que já vimos práticas gerais para design de conteúdo, vamos falar aqui de práticas específicas para cada representação de informação que você pode ter escolhido dependendo da sua necessidade. Existem diversas formas de representação de informação. Nesta versão deste Guia estamos apresentando as três mais utilizadas.

Estamos falando das práticas referentes a textos, modelos de processo e gráficos. Porém, perceba que apesar de termos este agrupamento, algumas práticas podem servir a mais de uma representação. Por exemplo, algumas práticas de Escrita de Textos devem ser usadas também quando estamos nomeando ou descrevendo processos, ou também dando título a gráficos, por exemplo.

Este capítulo faz parte da Engenharia da Informação (Fase 3 do método), porém por esta fase ser mais extensa e contemplar muitas práticas ela foi dividida e organizada da forma como mostra a figura a seguir:

**Escrita
de Textos**



**Modelagem
de Processos**



**Desenho
de Gráficos**





Escrita de textos

A escolha cuidadosa das palavras, os verbos que devem dizer exatamente o que será feito, o cuidado com as abreviações entre outros itens, fazem parte desta prática. Aqui você vai cuidar da forma de transmitir o conteúdo.

Muitas vezes estas práticas podem parecer isoladas, mas não são. Vamos ver cada uma delas, mas já sabendo que todas se relacionam. Para facilitar e estruturar melhor a organização deste conteúdo, vamos organizar as práticas por tipos relacionados a: palavras, frases, parágrafos e elementos complementares.



Palavras

As palavras são o bloco mais básico do texto. A escolha delas, na escrita do conteúdo é muito importante. Vemos a seguir um conjunto de práticas muito importantes que ajudará você a fazer as melhores escolhas:

01

Analise cada palavra

Essa prática de análise deve ser guiada por 5 (cinco) princípios fundamentais que são:

- **Concisão:** escolha sempre o menor número de palavras para dizer algo.
- **Precisão:** busque sempre a melhor palavra para transmitir uma ideia.
- **Simplicidade:** escolha sempre a palavra mais simples entre mais de uma palavra com o mesmo significado.
- **Domínio comum:** escolha sempre as palavras mais conhecidas pela maior parte do seu público-alvo.
- **Necessidade:** Verifique se precisa realmente de cada palavra escrita. Palavras desnecessárias servem apenas para fazer seu público-alvo perder tempo.

Para encontrar as melhores palavras, você pode usar um dicionário de sinônimos!



Ao invés disso..... Prefira isso



Concisão:

Existe um desacordo entre as partes.

Precisão:

Depois passou-se a oitiva da segunda testemunha.

Simplicidade:

O paciente está recebendo suporte ventilatório com pressão positiva.

Domínio comum:

Os clientes nos forneceram o feedback do produto.

Necessidade:

Todos precisam passar por um processo de adaptação.



Concisão:

As partes discordam.

Precisão:

Depois a segunda testemunha falou.

Simplicidade:

O paciente está em um respirador.

Domínio comum:

Os clientes informaram seu grau de satisfação com o produto.

Necessidade:

Todos devem se adaptar



02

Use sempre o tempo presente nos verbos

O presente (do indicativo) é a forma mais simples do uso do verbo. É utilizado para indicar ações que ocorrem no presente, fatos gerais, ações repetidas ou situações, emoções e desejos permanentes. Também é usado para expressar uma verdade universal, sentimentos, opiniões e preferências. Um documento escrito no tempo presente é mais imediato e mais simples, por consequência mais fácil de ser entendido. Portanto, procure sempre escrever neste tempo.



Ao invés disso..... Prefira isso



Modo Indicativo sem Tempo Presente:

O serviço ficará pronto em 24h após a confirmação do pedido.

Tempo Presente no Modo Subjuntivo:

Quando não houver confirmação o pedido será devolvido.



Modo Indicativo sem Tempo Presente:

O serviço fica pronto 24h após a confirmação do pedido.

Tempo Presente no Modo Subjuntivo:

O pedido é devolvido se não houver confirmação.



03 Evite verbos ocultos

Um verbo oculto é um verbo transformado em um substantivo. Muitas vezes pode ser necessário colocar outro verbo extra para fazer sentido. Quando substantivamos um verbo acabamos tirando ele de sua forma direta e simples, o que adiciona certo grau de dificuldade ao texto. Portanto, devemos evitar substantivar verbos.



Ao invés disso..... Prefira isso



A chegada do cliente no nosso setor é demorada.

Muitas dúvidas no uso do sistema.



O cliente demora para chegar no nosso setor.

Os usuários demonstraram muitas dúvidas no uso do sistema.



04 Seja assertivo. Indique o que “deve” ser feito

O verbo “deve” é um importante aliado para podermos indicar ao público-alvo o que tem que fazer. Ele pode ajudar para que o seu público-alvo identifique prontamente o que precisa ser feito. Outros tempos deste verbo como “deveria”, “devia” ou até outros verbos como “pode” ou “poderia” devem ser evitados, pois podem dar ao público-alvo uma falsa sensação de que se ele não fizer a ação, tudo vai acontecer normalmente.



Ao invés disso..... Prefira isso



O requerente será notificado por correio em todos os casos em que a autorização solicitada não seja concedida e terá 30 dias para recorrer da decisão.



Você será notificado por correio caso sua candidatura seja rejeitada. Para recorrer da decisão, você **deve** entrar com um recurso no prazo máximo de 30 dias.



05 Use pronomes para falar diretamente com seu público-alvo

É importante entender que quando apresentamos um conjunto de informações, estas podem ser de utilidade para milhões de pessoas, mas apesar disso, na verdade, é uma única pessoa que está “do outro lado”, seja de uma interface, ou de um mural, ou ainda de um balcão. Portanto, é importante que você fale diretamente com cada um que pode estar consumindo suas informações em um determinado momento.

A prática do uso de pronomes como “você” nos textos gera empatia fazendo com que cada um, independentemente de fazerem parte de um conjunto enorme de *personas* se sinta acolhido e identificado. Portanto, é importante definir muito bem para quem você está direcionando sua conversa.



Ao invés disso..... Prefira isso



Para cancelar a compra envie uma mensagem para nosso Departamento com o número da compra e seus dados pessoais (Nome, CPF e telefone) em até 7 dias corridos após o pagamento.

X

Você pode cancelar esta compra em até 7 dias a partir de hoje. **Você** deve enviar um e-mail para nosso Departamento contendo: número da compra, seu nome, CPF e telefone.

✓

06 Minimizar o uso de abreviações

O uso de abreviações é algo que pode dificultar o entendimento do texto, dado que elas podem não ser de domínio comum do público-alvo. Caso possa, substitua pelo nome por extenso ou coloque um nome simplificado. Porém, se tiver que fazer uso, defina a mesma na primeira vez que aparecer. Outro ponto importante é a quantidade de vezes que elas aparecem. Não devem ultrapassar um total de três ocorrências.



Ao invés disso..... Prefira isso



A ABEn tem como um de seus eixos a defesa e a consolidação da educação em Enfermagem e pesquisa científica.

X

A Associação Brasileira de Enfermagem (ABEn) tem como um de seus eixos a defesa e a consolidação da educação em Enfermagem e pesquisa científica.

✓

07 Use definições apenas para palavras com significados muito fora do usual

Se você seguir, sempre que possível, a prática citada anteriormente de usar palavras de domínio comum, terá muito pouca necessidade de apresentar definições para estas. É importante sempre priorizar termos conhecidos pelo público-alvo. Um ponto importante é identificar o contexto da informação. Caso não seja uma palavra de domínio comum mas o termo seja conhecido pelo público-alvo, não há necessidade de explicar o conceito da mesma.

Definições devem ser utilizadas somente quando muito necessário e este conteúdo deve ser apresentado logo no início ou ao final do conteúdo. Pode-se ainda ter uma área em separado para estas definições que pode ser indicada para acesso ao longo do conteúdo apresentado.



Ao invés disso.....

Os engenheiros de petróleo analisam a operação das árvores de Natal diariamente de 6 em 6 horas.

✗



Prefira isso

Os engenheiros de petróleo analisam a operação das árvores de Natal (conjunto de válvulas que regula a produção e é fundamental para a segurança) diariamente de 6 em 6 horas.

✓

08 Use o mesmo nome para definir um conceito ao longo de todo o conteúdo

É muito comum buscarmos o uso de sinônimos para não ficar repetindo palavras. A impressão que você pode ter é que o texto fica muito repetitivo se você usar sempre o mesmo nome para falar a mesma coisa.

Mas, **não se engane! Isso não ajuda.** Ao contrário. Pode prejudicar o entendimento do conteúdo porque pode confundir seu público-alvo. O uso de dois nomes diferentes para dizer a mesma coisa pode levar o público-alvo a entender que você está falando de duas coisas diferentes. Portanto, escolha um nome para se referir a um conceito e use o mesmo durante todo a apresentação do seu conteúdo.



Ao invés disso.....

No **prédio** A ficam as máquinas de compressão. Esta **instalação** tem um controle específico de temperatura.

✗



Prefira isso

No **prédio** A ficam as máquinas de compressão. Este **prédio** tem um controle específico de temperatura.

✓

09 Evite jargões, estrangeirismos ou termos técnicos

O uso de termos técnicos, jargões ou estrangeirismos devem ser evitados sempre que possível. Termos técnicos podem ser usados quando você de fato souber que ele é um nome entendido pelo seu público-alvo ou, quando necessário o uso, deve vir acompanhado de sua definição.

Já os estrangeirismos, você deve substituir por palavras no seu idioma. Procure pelos mesmos em dicionários especializados nisso. Quanto aos jargões eles devem seguir a mesma prática indicada anteriormente para o uso de abreviações.



Ao invés disso.....

O cliente enviou o **budget** ontem para toda equipe.

✗



Prefira isso

O cliente enviou o **orçamento** ontem para toda equipe.

✓

10 Evite usar barras (/)

O uso de barras no meio do texto não é uma prática recomendada, pois pode gerar ambiguidade. Além do uso como sinal de divisão, a barra não deve ser utilizada. Um exemplo clássico do mau uso disso é o “e / ou”.



Ao invés disso.....

Neste espaço é permitido que o cliente estacione bicicletas **e/ou** patinetes.

As avaliações foram realizadas com base nos testes e/ou entrevistas.

✗



Prefira isso

Estacione aqui sua bicicleta ou patinete.

As avaliações foram realizadas com base nos testes ou entrevistas.

✓

11

Formate números e datas

Quando temos números muito grandes que podem ser apresentados de forma arredondada ou aproximada, devemos utilizar esta prática. Os conceitos como: “Muitos”, “alguns”, “vários” podem ser utilizados neste caso.

Componha números de telefone ou números de CPF, separando-os de maneira padrão. Evite o uso de algarismos romanos em marcadores e numerações.



Ao invés disso..... Prefira isso



Registramos 1.985.478 atendimentos.
CPF: 15678915600
Telefone: 2227891882

X

Registramos quase 2 milhões de atendimentos.
CPF: 156.789.156-00
Telefone (22) 2789-1882

✓



Frases

As frases são a segunda categoria de elemento de um texto. É definida como sendo todo enunciado que possui sentido completo, isto é, que possui a capacidade de transmitir as ideias por si só. A escolha delas, na escrita do conteúdo é muito importante. A seguir vemos um conjunto de práticas muito importantes que ajudará você a construir as melhores frases:

12

Use a voz ativa

A voz ativa deixa claro quem deve fazer o quê e elimina a ambiguidade sobre as responsabilidades.

A “voz do verbo” é o que diz para você se o sujeito da frase está executando a ação ou se ele está sofrendo a ação feita por outra pessoa. No primeiro caso chamamos isso de voz ativa e no segundo de voz passiva.

A voz ativa é recomendada porque ela deixa claro quem deve fazer o quê, o que elimina a possibilidade de dúvida, pois não tem ambiguidade.

Portanto, busque sempre o uso da voz ativa colocando suas frases na forma direta **(sujeito + verbo + objeto)**.



Ao invés disso..... Prefira isso



O relatório foi escrito por João

Os equipamentos foram adquiridos pelo novo gerente.



João escreveu o relatório.

O novo gerente adquiriu os equipamentos



13 Escreva Frases Curtas

Frases mais curtas são melhores para transmitir informações. Elas dão a sensação de fechamento de uma ideia, pois dividem as informações em unidades menores e mais fáceis de entender dentro de uma sentença.

Muitos tem a prática de construir frases muito extensas e cheia de vírgulas para fazer complementações. Mas isso não é uma boa prática porque ao ler este conteúdo, o público-alvo ao chegar ao final, acaba relendo por serem muitas informações agregadas na mesma frase.

Usar muitos pontos não é crime! Ao contrário. Isso facilita em muito o entendimento de cada parte do texto, pois o público-alvo ao ter acesso a este conteúdo vai vendo de forma pausada o que se quer transmitir ali.



Ao invés disso..... Prefira isso



Se algum membro do conselho se aposentar, a empresa, a critério do conselho, e após notificação do presidente do conselho a todos os membros do conselho pelo menos 30 dias antes de executar esta opção, poderá comprar, e o membro que se aposentará deve vender, o interesse do membro na empresa.



A empresa pode comprar a participação de um membro que está se aposentando. Esta ação deve ser notificada ao presidente do conselho e a todos os membros até 30 dias antes.



14

Evite negativos ou exceções duplas

Estamos acostumados a pensar e falar de maneira positiva. Quando escrevemos em forma negativa, colocamos um obstáculo no caminho do público-alvo e dificultamos que eles nos entendam. Além disso, se você escreve uma frase que tenha dois negativos, eles se cancelam, mas isso é muito difícil para ser entendido numa primeira leitura de um conteúdo. Em geral, quando esta formação acontece na frase você leva seu público-alvo a ter que repetir, mais de uma vez a leitura para ter um completo entendimento.



Ao invés disso.....



Prefira isso

Nenhuma aprovação de qualquer programa de compatibilidade de ruído, ou qualquer parte de um programa, pode estar implícita na ausência de aprovação expressa da agência.

X

Você deve obter a aprovação expressa da agência para qualquer programa de compatibilidade de ruído ou qualquer parte de um programa.

✓

15

Coloque a ideia principal antes de apresentar as exceções

Aqui, como nas práticas de Organização de Conteúdo já apresentadas anteriormente, as informações mais importantes, que contenham a ideia principal deve estar no início da frase. Informações especializadas ou exceções devem ficar sempre para depois.

Quando você fala da exceção antes da regra geral, o público-alvo absorve a exceção e depois a regra, nessa ordem. Por causa disso, ele geralmente precisa voltar para entender o relacionamento entre os dois. Fica muito mais fácil entender se você começar com a ideia principal e depois cobrir exceções e condições.



Ao invés disso.....



Prefira isso

Todas as pessoas, exceto aqueles com 18 anos ou mais, devem ...

O treinamento, que contou com a participação de 60 funcionários e obteve índices de aprovação acima de 95%, foi um grande sucesso.

X

Cada pessoa com menos de 18 anos deve ...

O treinamento foi bem-sucedido: 60 funcionários compareceram e deram índices de aprovação de mais de 95%.

✓

16 Diminua as ambiguidades

Dizemos que uma palavra ou uma frase é ambígua quando ela transmite mais de um significado. Quando sua intenção é passar a mensagem com clareza devemos ao máximo evitar o duplo sentido.

Textos ambíguos são bastante perigosos, pois podem levar seu público-alvo a ter ações indevidas. Portanto, evite esta situação. Para tal, procure manter objetos próximos aos verbos, assim como os condicionais e outros modificadores ao lado das palavras que eles modificam. Busque colocar também as condições, substituição de um sujeito e exceções logo após a parte principal.



Ao invés disso..... Prefira isso



Ele sentou na cadeira e quebrou o braço.
Ele sentou e o braço da cadeira quebrou. OU Ele sentou na cadeira e quebrou o próprio braço. ?

Ana encontrou o gerente da loja com o seu irmão.
Ana encontrou o seu irmão com o gerente da loja. OU Ana encontrou o gerente da loja com o irmão dele?

✗

Ele quebrou o seu braço ao sentar na cadeira.

Ana estava com o seu irmão e encontrou com o gerente da loja.

✓

17 Evite apostos e vocativos

Esses recursos de linguagem são usados para exemplificar ou especificar melhor algo no meio da frase. Eles geralmente se encontram entre vírgulas, mas o uso destas subseções deve ser evitado por quebrar a continuidade da frase.



Ao invés disso..... Prefira isso



A garota, que parecia desacordada, foi levada para o hospital.

Os bolos ficaram lindos e saborosos, fruto da sua técnica e dedicação.

✗

A garota parecia desacordada. Foi levada para o hospital.

Os bolos ficaram lindos e saborosos. Eles foram fruto da sua técnica e dedicação.

✓

18 Use exemplos

Bons exemplos podem substituir longas explicações. A prática de usar exemplos pode ajudar seu público-alvo a entender melhor a informação. Quanto mais complexo o conceito sobre o qual você está escrevendo, mais você deve considerar usar um exemplo.



Ao invés disso..... Prefira isso



Todos os clientes devem registrar o seu acesso em dispositivos móveis.

Todos os clientes devem registrar o seu acesso em dispositivos móveis, por exemplo através de celulares, tablets ou smartphones.

✗

✓

19 Reduza as referências cruzadas

Referência cruzada se refere a toda informação que aparece num texto e que, na verdade, é outro conteúdo. Portanto, podemos dizer ser um sistema de sinalização que permite ao seu público-alvo encontrar as informações de forma específica e também mais ampla. Podem ser usadas em documentos impressos e em texto na internet.

Existem diversas formas de você fazer uma referência cruzada, como, por exemplo, usando: um asterisco, um número numa palavra em um texto, uma tabela explicativa, uma hiperligação, entre outros.

Porém, você deve ter atenção com seu uso. Não é uma boa prática você usar este recurso de forma intensa. Ele atrapalha um pouco o entendimento dado que faz seu público-alvo abandonar o texto principal e se desviar para outra parte do conteúdo em outro local.

Caso você tenha necessidade de usar uma referência cruzada e esta se referir a algo breve, coloque no final do texto, como uma referência utilizando o recurso do asterisco ou do número na palavra composto com nota de rodapé. Para textos mais longos use outras formas de fazer como as citadas acima, porém evite ao máximo utilizar este recurso.



Ao invés disso..... Prefira isso

O pessoal designado (seção 144.2) deve cumprir os requisitos de criptografia de documentos (seção 141.24), de acordo com o regulamento 12.458, Seção 544a. Consulte a seção 141.1 para definições de documentos.



De acordo com o regulamento¹, o pessoal designado deve cumprir os requisitos de criptografia de documentos. (Consulte a seção 144.2 desta norma para obter uma lista do pessoal designado.)

¹ - Regulamento 12.458, Seção 544a



PT

Parágrafos

O parágrafo é a terceira categoria de elementos de um texto. É definido como sendo um conjunto de frases apresentadas de forma lógica e relacionada que serve para expressar um pensamento ou ideia. Um parágrafo se organiza da seguinte forma: uma frase tópico, ou seja uma frase que começa o parágrafo. Em geral, uma frase curta na forma direta resumindo o texto. Logo após, temos o desenvolvimento do pensamento e a conclusão. A seguir vemos um conjunto de práticas muito importantes que ajudará você a construir melhores parágrafos:

20

Tenha uma frase tópico

Você deve iniciar o parágrafo com uma frase que define a ideia geral do que será dito ali. Esta frase é chamada frase tópico ou tópico frasal. Seu público-alvo deve conseguir compreender a ideia geral do parágrafo lendo esta sua primeira frase.

Podemos ter também uma frase tópico para fazer a transição entre parágrafos. Esta frase deixa claro para seu público-alvo que:

- O parágrafo tem continuidade no parágrafo seguinte
- O parágrafo seguinte se opõe ao parágrafo anterior
- O parágrafo seguinte vai na direção completamente diferente do anterior



Ao invés disso..... Prefira isso

Hoje acordei, troquei de roupa, tomei o café da manhã e fui trabalhar. Chegando ao trabalho, cumpri todas as minhas obrigações, sai para almoçar e na parte da tarde tive algumas reuniões. Voltei pra casa e descansei a noite. Meu dia foi como habitualmente



Meu dia foi como habitualmente. Acordei, troquei de roupa, tomei o café da manhã e fui trabalhar. Chegando ao trabalho, cumpri todas as minhas obrigações, sai para almoçar e na parte da tarde tive algumas reuniões. Voltei pra casa e descansei a noite.



21 Conecte os seus parágrafos com palavras de transição

Parágrafos podem ser conectados através do uso de palavras ditas de transição. Como exemplo podemos citar “também”, “além disso”, entre outras. Este uso pode ser útil quando você quer mostrar para o seu público-alvo a linha de pensamento que o texto está seguindo.

Use palavras de transição se você quer apresentar um exemplo de algo falado no parágrafo anterior, se você quer fazer uma argumentação sobre o texto do parágrafo anterior ou se você, quer trazer um novo assunto diferente do que foi apresentado no parágrafo anterior.



Ao invés disso..... Prefira isso

Ao escrever um documento você deve considerar as características do seu público-alvo. É importante entender como ele gostaria de receber as informações e também como ele fará uso delas.

Você deve saber também que informações são de fato úteis para ele.



Ao escrever um documento você deve considerar as características do seu público-alvo. É importante entender como ele gostaria de receber as informações e também como ele fará uso delas.

Além disso, você deve saber também que informações são de fato úteis para ele.



22 Escreva parágrafos curtos com apenas um assunto

Parágrafos curtos são mais fáceis de ler e entender. Um parágrafo é considerado curto quando tem no máximo 150 palavras e de três a oito frases.

Muitos tem a prática de construir parágrafos muito extensos. Mas isso não é uma boa prática porque ao ler este conteúdo, o público-alvo ao chegar ao final, acaba relendo por serem muitos assuntos no mesmo parágrafo. Portanto, coloque apenas um assunto em cada parágrafo. Isso também vai te ajudar a definir melhor sua frase tópico, citada anteriormente. Para juntar as ideias contidas em cada parágrafo use palavras de transição.



Ao invés disso..... Prefira isso



A dissertação é um texto que serve para apresentar informações sobre um tema e defender um ponto de vista a respeito de um assunto de pesquisa. Em geral, ele é organizado em introdução, desenvolvimento e conclusão, organizados para mostrar qual o ponto de vista do autor e convencer o leitor sobre o que está se tentando provar. Isso permite a análise e reflexão sobre o que está sendo apresentado, bem como a possibilidade de argumentação. Esta análise pode levar o autor a perceber a necessidade de melhorias que podem ser implementadas em seu trabalho. Melhorias estas que podem vir muitas vezes a ser bastante diferente da ideia inicial do autor.

✗

A dissertação é um texto que serve para apresentar informações sobre um tema e defender um ponto de vista a respeito de um assunto de pesquisa. Em geral, ele é organizado em introdução, desenvolvimento e conclusão, organizados para mostrar qual o ponto de vista do autor e convencer o leitor sobre o que está se tentando provar.

Isso permite a análise e reflexão sobre o que está sendo apresentado, bem como a possibilidade de argumentação. Esta análise pode levar o autor a perceber a necessidade de melhorias que podem ser implementadas em seu trabalho. Melhorias estas que podem vir muitas vezes a ser bastante diferente da ideia inicial do autor.

✓



Modelagem de Processos

Vamos falar dos modelos de processo. Esta representação de informação pode ser muito útil quando você quiser explicar um fluxo de atividades ou o passo-a-passo de como realizar um serviço.

Você deve saber como desenhar estes modelos de processos e também que boas práticas usar quando for construir estas representações. Por isso, você precisa cuidar de como transmitir melhor estas informações que quando apresentadas de forma gráfica auxiliam muito o cidadão, pois resumem de forma fácil um conjunto de atividades ou passos que ficam muitas vezes bem mais complexos quando aparecem somente em formato de texto. Para facilitar e estruturar melhor a organização deste conteúdo, vamos organizar as práticas por aspectos relacionados à: desenho, escrita e descrição e aparência dos modelos de processo.

Antes de começar é importante definir o padrão de modelagem, dado que a memória de uma imagem aumenta a percepção e entendimento das pessoas sobre algo. Devemos lembrar que existem padrões internacionais de modelagem de processo e um exemplo é a BPMN. Mas ela é uma linguagem muito técnica. Aqui, em nome da Linguagem Simples, estamos justamente sugerindo simplificações para buscar garantir o entendimento.

O primeiro passo então é você definir que elementos vai querer apresentar (atividades, atores, documentos, regras, sistemas e outras informações) e depois o que vai usar para representar eles. Uma notação!

Calma, é mais fácil do que parece! Uma notação é a combinação de informações, como elas podem se relacionar e uma forma gráfica e colorida de desenhar cada uma. O que queremos aqui é que você defina suas representações bem mais simples e fáceis de serem entendidas. Para fazer isso você pode criar uma notação ou usar algum padrão já existente. Aqui a seguir, sugerimos um exemplo de notação de algumas informações (chamaremos elementos):

Padrão BPMN

Business Process Model and Notation (BPMN) atualmente é mantida pelo Object Management Group e surgiu para unificar a modelagem de processos, pois cada organização possuía seus próprios desenhos, dificultando a vida dos usuários.

Atividade

É o que o ator (pessoa, grupo de pessoas ou departamento) faz. Geralmente é representada visualmente por um retângulo:



Ator

É o responsável por executar uma ou mais atividades. Desenhamos esse elemento como um retângulo acima das atividades que o ator é responsável.



Fluxo

É a sequência de atividades. Representamos através de setas interligando as atividades e mostrando a direção de leitura entre elas.



Evento

É algo que inicia ou conclui um processo. Normalmente são desenhados como círculos preenchidos ou não para diferenciar os tipos.



Desvio

É uma condição que define o caminho do fluxo. São representados pela figura geométrica do losango.

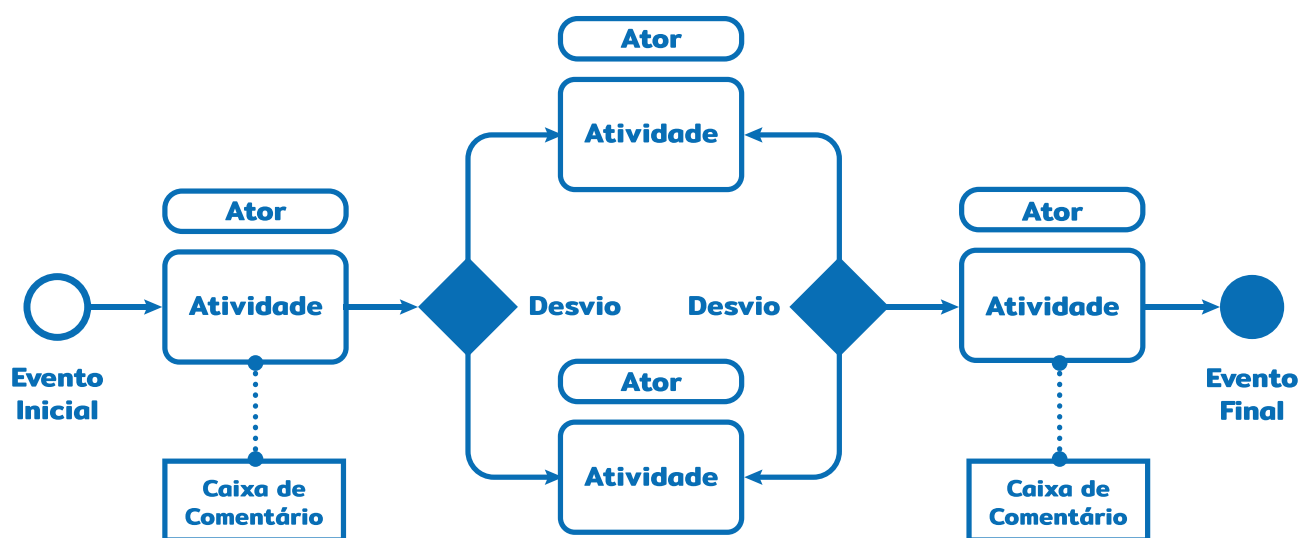


Caixa de Comentário

É uma informação adicional (como uma regra de negócio, documento, sistema, etc.) que seja importante para entender como o processo é executado. São representadas como retângulos ligados a atividade sobre o qual acrescentam informações.



É importante que você mantenha um formato padrão em todo o desenho do processo. Você deve se concentrar em ter uma aparência limpa e amigável. Veja um exemplo com todos os elementos utilizados em processo do início ao fim.



Apresente sempre uma legenda de cada elemento.

Não deixe ninguém com dúvidas sobre o que cada elemento significa. Ao fim da página ou na introdução sobre os seus processos apresente uma legenda de cada elemento utilizado.



Desenho

Aqui vamos tratar boas práticas para você definir como o modelo do processo será desenhado. Serão apresentados pontos importantes para que você comunique de forma clara o comportamento do processo, atores e informações manipuladas.

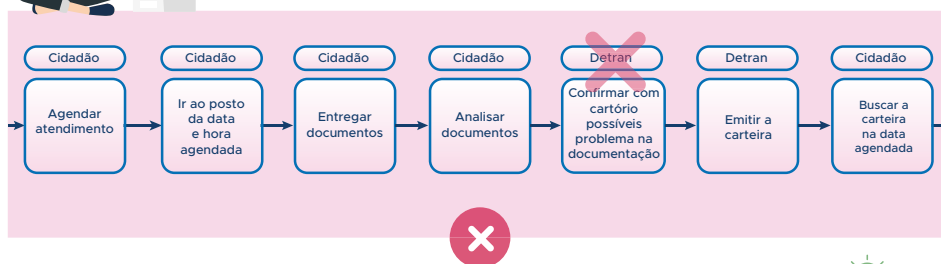
01

Apresente somente o que é relevante ao público-alvo

De acordo com seu público-alvo, e as personas definidas na segunda fase do método apresentado neste Guia, mostre somente o que for do interesse dele. Por exemplo, ao descrever um processo de atendimento de um serviço, retire as atividades administrativas que não são de interesse do público-alvo e que não envolvem nenhuma ação deste público.



Ao invés disso



Prefira isso



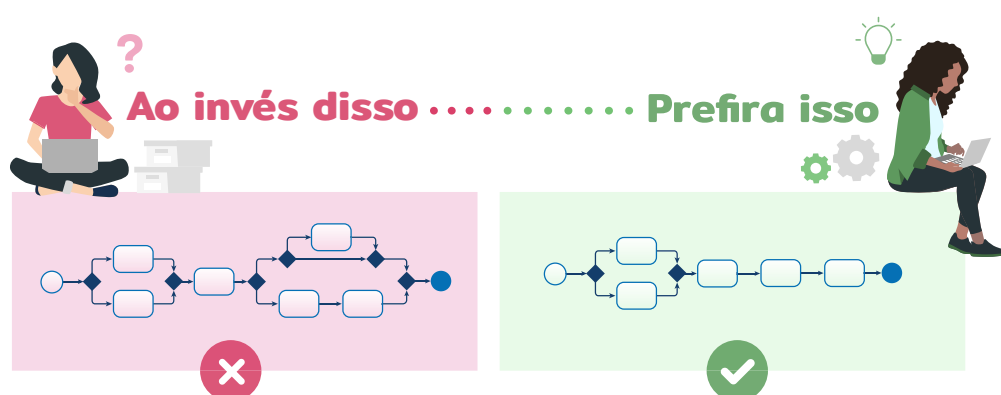
02

Minimize o tamanho do modelo

Você deve manter os modelos no menor tamanho possível. Um bom padrão é ter no modelo no máximo 20 elementos (incluindo todos os tipos).

No caso das atividades, se precisar dar maiores detalhes, utilize o que chamamos subprocessos. Neste caso, quando necessário, permita que a atividade possa ser desdobrada em outras para dar maiores detalhes. Mas lembre! O ideal é que um modelo de processo seja auto-contido.

Por exemplo, na apresentação de um processo que explica como funciona um serviço digital, a pessoa pode clicar em uma atividade e abrir uma janela que apresenta explicações mais detalhadas sobre ela.

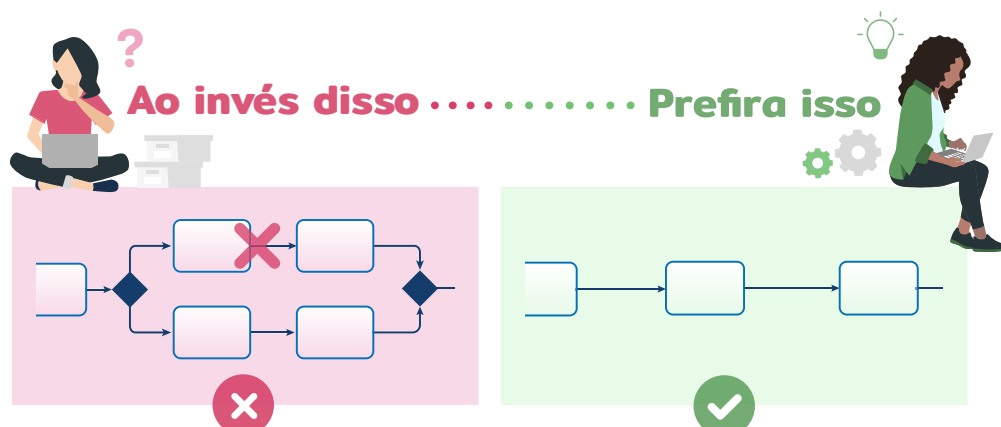


03

Mostre em destaque o “caminho feliz”

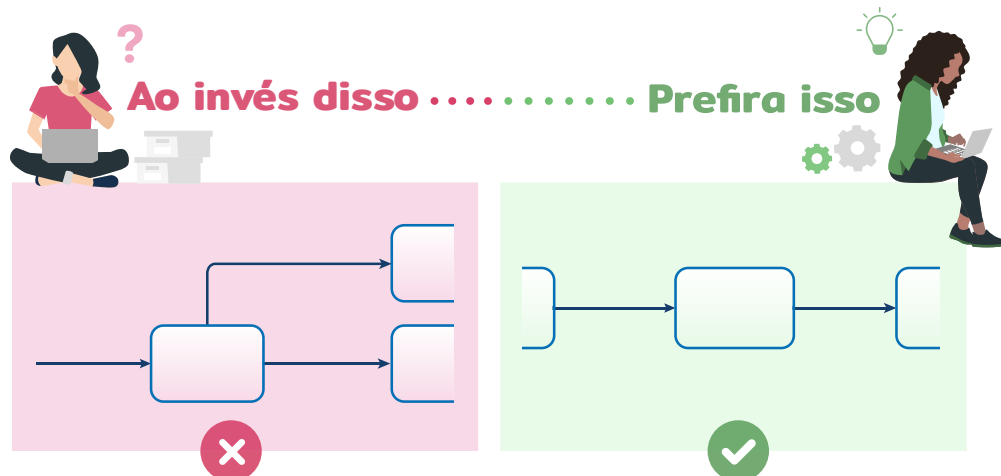
Mostre sempre como acontece o processo na forma padrão, ou seja, quando nada dá errado e não há desvios até o final. Caso seja realmente necessário, você pode modelar os fluxos alternativos, porém dando menos destaque a eles.

Se achar importante, você também pode modelar outras formas de realizar esses mesmos passos. Mas deixe clara essa opção, senão a pessoa que lê pode ficar sem saber qual processo deve seguir.



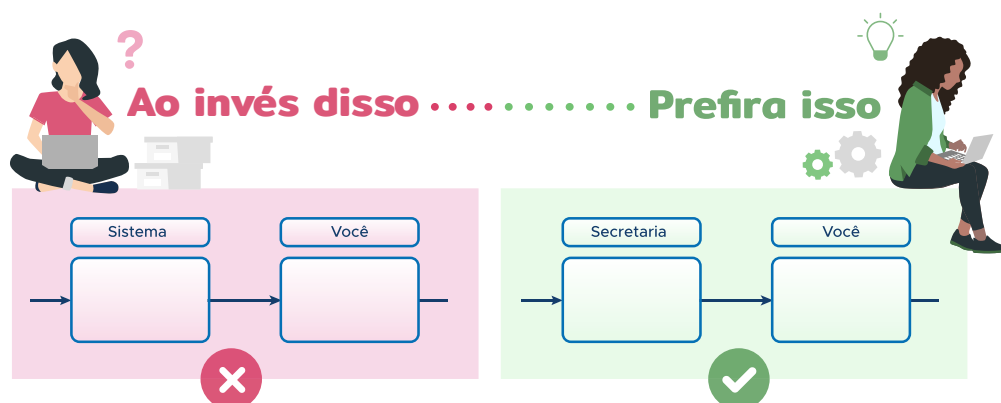
04 Tenha somente uma entrada e uma saída na atividade

Uma atividade deve ter somente 1 seta de entrada e somente 1 seta de saída para outra atividade, evento ou desvio (um ponto de bifurcação, por exemplo). Dessa forma a pessoa que lê não tem dúvida do que entra e o que sai da atividade. De onde vem e para onde vai.



05 Não use sistema como responsável na atividade

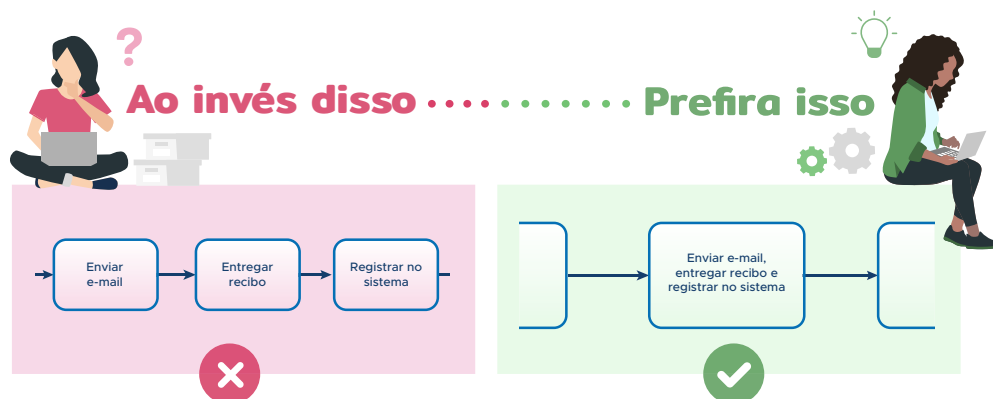
No caso de atividades feitas por sistemas, não coloque o sistema como sendo o ator executor da atividade. Coloque o nome do órgão público que administra o sistema. Lembre que o cidadão não conhece os sistemas e sim os órgãos responsáveis por este.



06

Agrupe atividades sequenciais

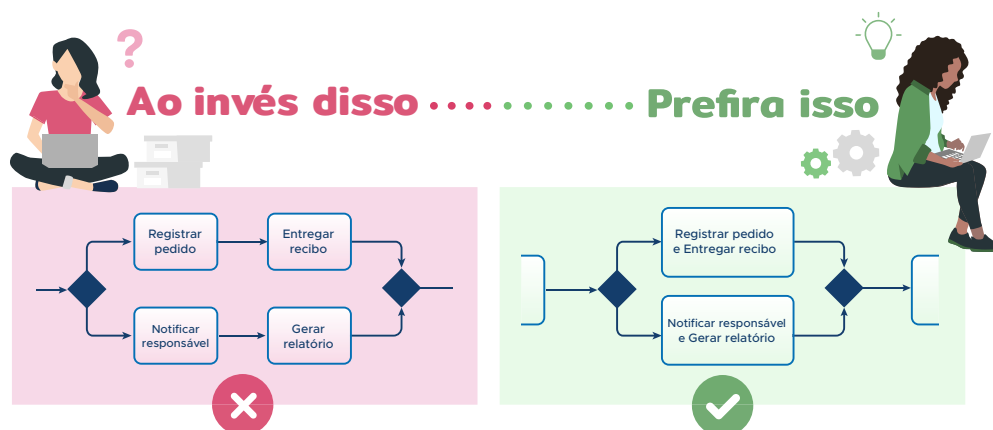
Se um mesmo ator (pessoa ou órgão) realiza uma série de atividades que acontecem em sequência, agrupe em uma única atividade. Isso reduz o número de elementos no modelo do processo. Se for necessário, utilize um subprocesso para apresentar em mais detalhes essa sequência.



07

Diminua atividades paralelas

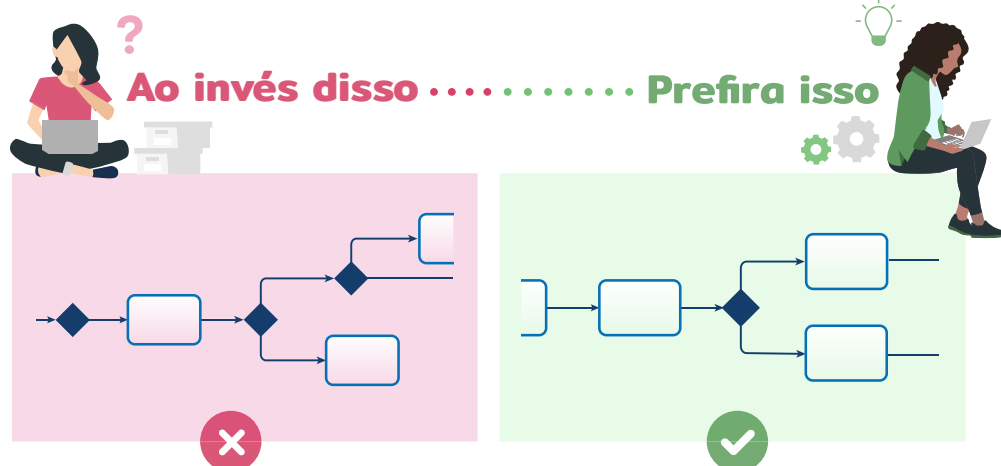
Você deve diminuir a quantidade de atividades que acontecem em paralelo. Você pode fazer como no item anterior. No caso de serem realizadas pelo mesmo ator (pessoa ou órgão), agrupe. E se necessário detalhe num subprocesso.



08

Use poucos desvios no processo

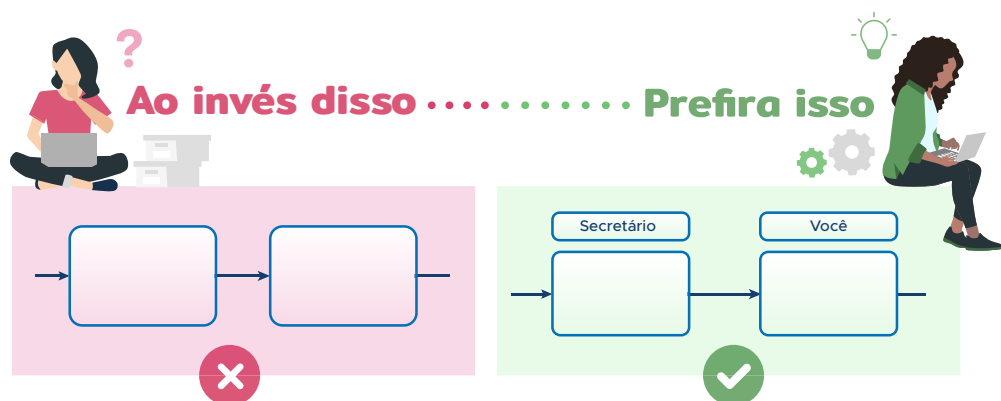
Inclua somente aqueles que apresentam de fato regras ou informações importantes que precisam ser avaliadas pelo cidadão para definir qual o caminho a seguir.



09

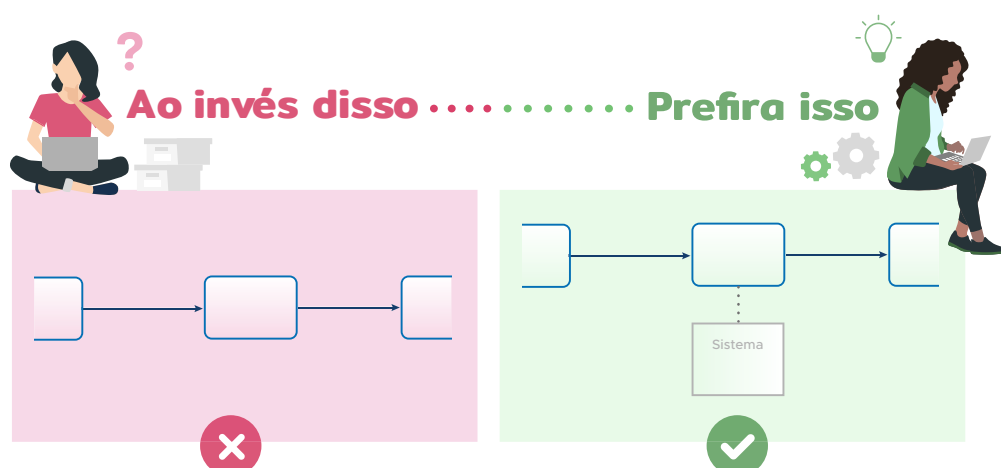
Indique o ator responsável

Diga quem é a pessoa responsável por fazer cada atividade relacionando esta como o ator responsável participante do processo.



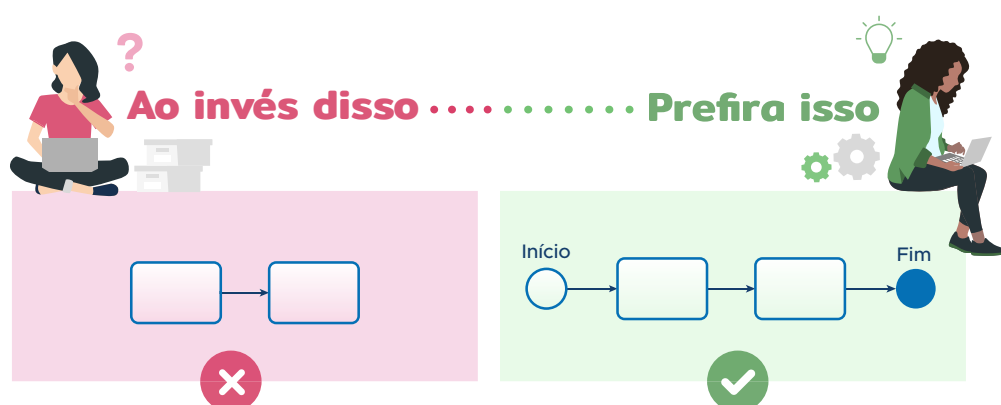
10 Apresente os elementos usados na execução das atividades

Você deve incluir no modelo todos os elementos (regras, leis, documentos, sistemas, etc.) que tenham informações que afetam a execução das atividades. Você pode colocar eles diretamente ligados na atividade. Mas se forem muitos, e você não quiser poluir o modelo, pode colocar à parte ao lado em uma caixa de comentário e numerar. Aí você pode associar com a atividade através dos números.



11 Marque o início e fim do processo

Se precisar use eventos para representar onde o processo começa e onde termina. Use um único evento para marcar o início e um único evento para marcar o fim do processo.





Escrita e Descrição

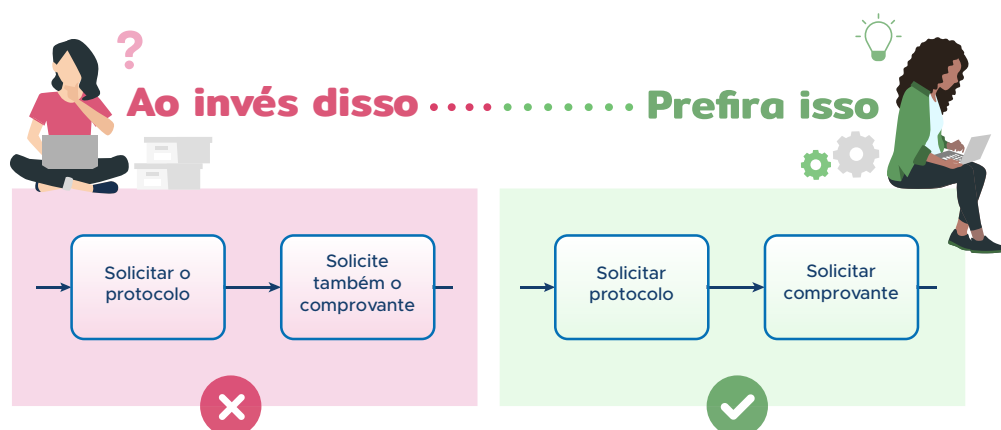
Este segundo aspecto tem relação com a escrita de textos nos elementos do processo. Mas aqui estamos falando de espaços menores para apresentar informações específicas já que vão estar em elementos gráficos (caixas, círculos, etc.). Vemos a seguir algumas práticas específicas para cuidar da forma de transmitir esse conteúdo.

12

Defina um padrão para descrição dos elementos do modelo

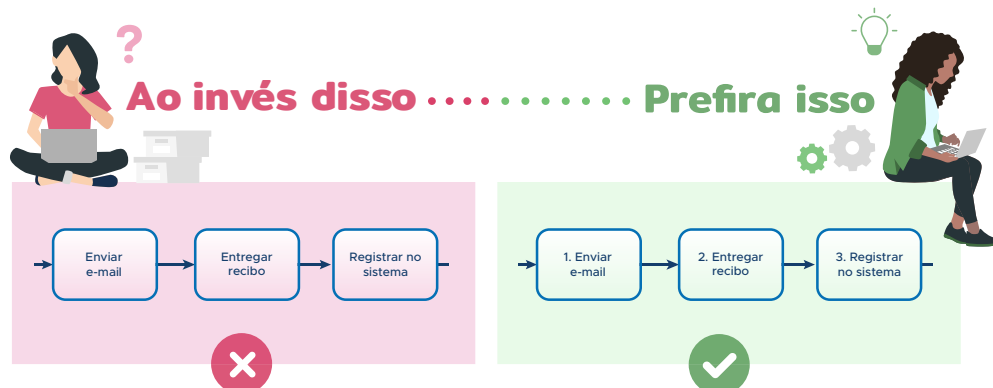
Todos os elementos que você definiu anteriormente devem ter um padrão de escrita. Aliás, defina isso no seu padrão de modelagem de processos que falamos logo no início. Você pode buscar um padrão ou já ter algum. Para facilitar sugerimos aqui algumas boas práticas:

- **Não use abreviações.**
- **Nas atividades comece com verbo no infinitivo** (use sempre verbos ativos, que indicam a ação que uma pessoa deve realizar) e se possível depois do verbo coloque um substantivo. Seja objetivo e utilize poucas palavras para escrever o nome. (ex: Elaborar contrato, Realizar compra, Emitir guia)
- **Nos eventos use verbos no particípio passado.** (ex: Protocolo alterado, Guia emitida, Compra realizada). Um evento sempre representa um ato feito que vai dar início a um processo ou um ato que o processo acabou de finalizar.
- **Nos desvios descreva a situação que avalia as condições para desviar pelos caminhos possíveis.** (ex: acabado /não acabado, emitido/não emitido, alterado/não alterado).



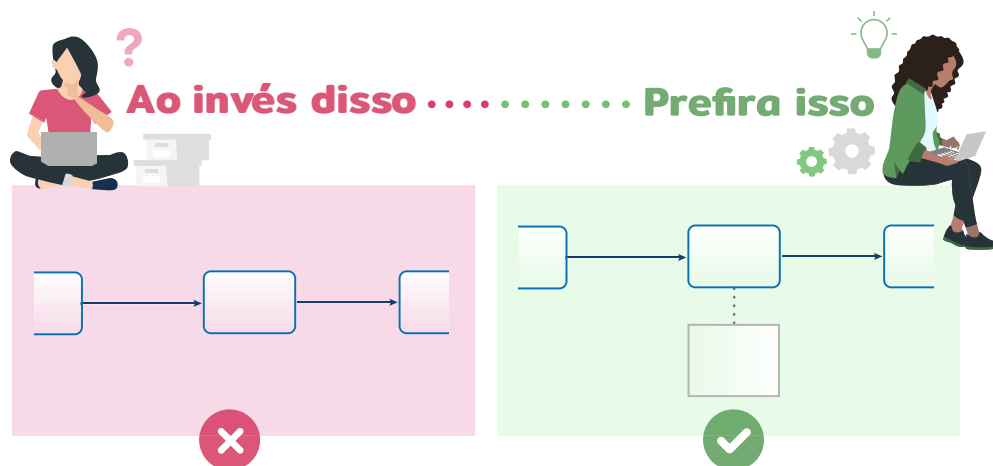
13 Numere as atividades

Coloque número em cada atividade de forma sequencial. Isso ajuda a dar um indicativo de qual é a sequência de atividades para realização de um serviço.



14 Detalhe as atividades

Construa descrições mais detalhadas das atividades que possam ser acessadas caso a pessoa queira entender melhor sobre ela. Escreva um texto explicativo e pouco técnico dando detalhes sobre ela. Outra opção é colocar no próprio modelo alguns comentários usando para isso Caixas de Comentário.





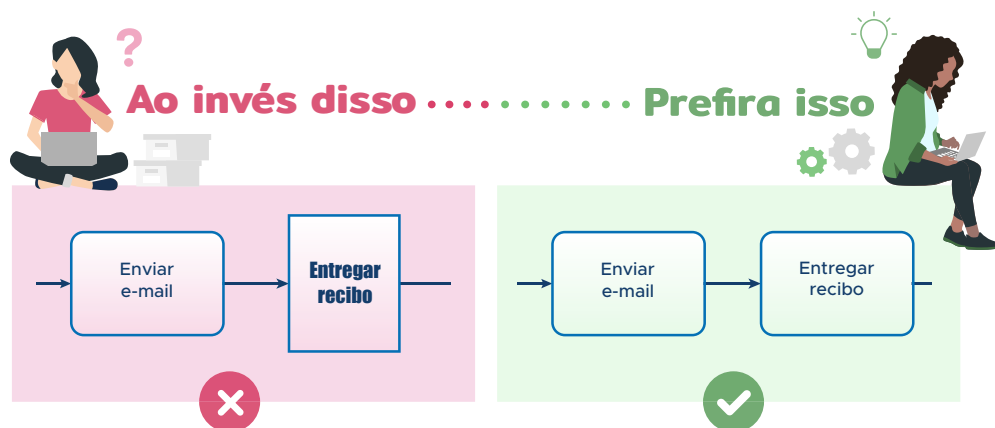
Aparência

O último aspecto trata de como você vai organizar a apresentação gráfica do modelo de processo para comunicar de forma fácil e eficiente o seu conteúdo. Vamos ver algumas das práticas mais importantes:

15

Padronize elementos visuais

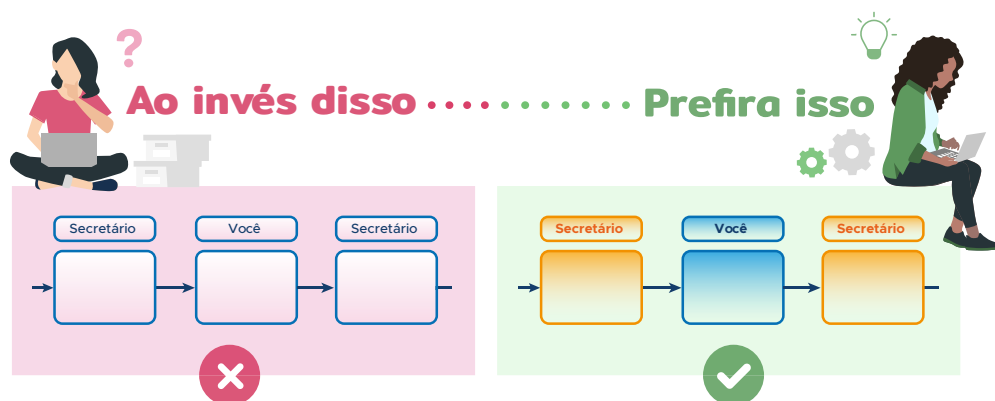
Use tamanhos de fontes, cores, caixas de texto, disposição de elementos sempre num mesmo padrão. Usar coisas diferentes pode levar a pessoa que está lendo a interpretações diferentes. Aliás, defina isso no seu padrão de modelagem de processos que falamos logo no início.



16

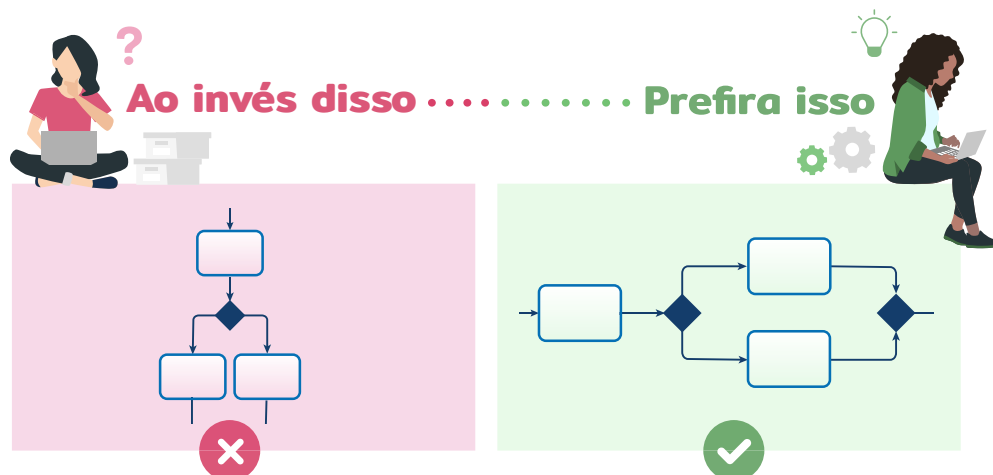
Diferencie com cores os elementos do modelo

Use cores para diferenciar elementos entre si. Você pode também, por exemplo, utilizar diferentes tonalidades de uma mesma cor para as atividades realizadas por cada ator diferente. A diferença visual das responsabilidades fica mais clara. O que importa é que o uso das cores deve ser padronizado, deve informar algo útil e ter significado claro.



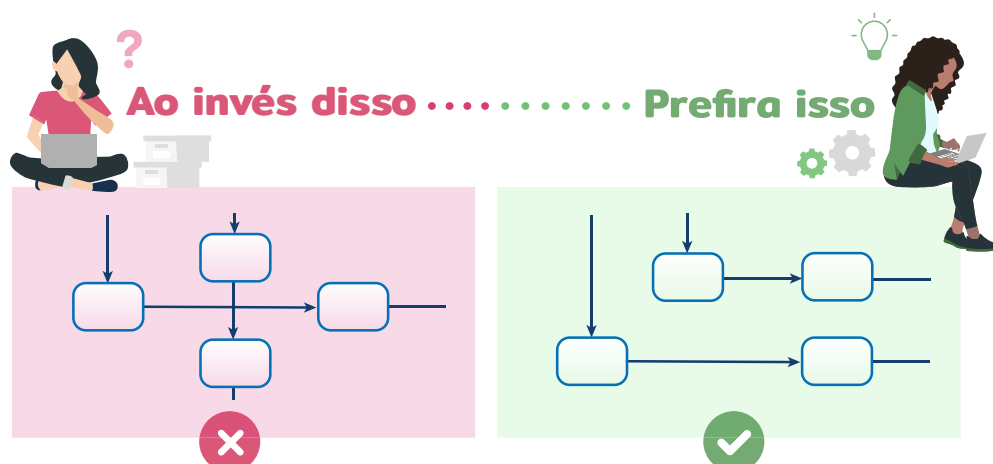
17 Modele sempre na horizontal da esquerda para a direita

A diagramação horizontal é mais natural que a vertical. Assim como a sequência de atividades da esquerda para a direita. Mas, não construa modelos muito longos. Evite fazer com que a pessoa tenha de rolar a tela para a lateral. Isso faz com que ela perca a noção do que já veio antes no processo.



18 Mantenha os fluxos separados

Não coloque setas uma sobre as outras entre elementos do processo. Para melhorar esta possível necessidade, coloque curvas nas setas, mas mesmo assim use somente quando muito necessário. O ideal é sempre buscar um caminho melhor para a seta.





Desenho de Gráficos

Já vimos até aqui práticas gerais para organização e design de informação, práticas para textos e práticas para quando utilizamos modelos de processo no lugar de etapas descritivas. Agora vamos ver como podemos também organizar informações que podem ficar muito mais simples se apresentadas por gráficos.

A escolha de que representação gráfica usar para cada informação e também que boas práticas podemos ter quando construímos estas representações são importantes porque podem melhorar o nosso entendimento sobre elas e é justamente por isso que estamos aprendendo como usar estas práticas de Linguagem Simples.

Aqui você vai cuidar de como transmitir melhor estas informações que quando expostas de forma gráfica auxiliam e muito o cidadão, pois resumem de forma fácil um conjunto de dados que se explicados em texto poderiam deixar tudo bem mais complexo. Para facilitar e estruturar melhor a organização deste conteúdo, vamos organizar as práticas por tipos relacionados a: formato da apresentação, formas do gráfico, paleta de cores, tratamento dos eixos, legendas, detalhes e pontos específicos.



Dados

Todo gráfico é criado a partir de um conjunto de dados ou informações. Você começou pensando um pouco sobre “Quem” irá ler esse conteúdo, agora vamos organizar “O Que” você deve mostrar. Como você pôde perceber algumas decisões que envolvem as etapas de criar um bom gráfico dependem das informações a serem comunicadas.

01

Selecione somente dados relevantes.

Para cada gráfico, você irá mostrar a relação de dois, três ou quatro tipos de dados diferentes. Use apenas dados relevantes para comunicar as informações que deseja ao seu público, de acordo com as características e necessidades de visualização identificadas anteriormente.

No seu conjunto de dados, geralmente em formato de tabelas, você pode excluir colunas que não são importantes para os gráficos que irá criar ou até mesmo retirar linhas que não agregam informação para os seus objetivos.

02 Avalie a quantidade e qualidade de dados utilizados.

Se os seus conjuntos de dados são muito grandes, com dados faltando, ou confusos de entender, considere corrigir esses problemas para produzir uma visualização menos confusa ou problemática.

Observe a tabela abaixo com os principais problemas nos dados e algumas alternativas de solução:

Intervalo de dados grandes ou espalhados.

Valores muito variados, extensos ao longo do tempo ou com muitas categorias. Gerando gráficos complexos e com muita informação.

- Agrupar ou categorizar dados. Por exemplo, agrupar idades em faixas etárias (acima de 20 anos, entre 30 e 45 anos, mais de 80 anos, etc.) utilizar uma categoria chamada “outros” para resumir várias outras e assim diminuir a variedade de dados.
- Remover dados no caso de haver muitos registros ou datas que não são relevantes e possam ser retirados.

Erros ortográficos.

Digitação ou preenchimento errado.

- Editar o texto diretamente, se um valor correto puder ser corrigido, por exemplo, nomes de lugares incorretos, formato de data inconsistente, valores fora da faixa aceitável como idades negativas ou com a unidade incorreta
- Remover dados. Caso o valor não possa ser interpretado diretamente, o melhor é excluí-lo.

Valores em branco ou ausente.

Campos, colunas ou atributos dos seus dados que não foram preenchidos ou estão incompletos.

- Preencher com um valor substituto:
- Copiando o valor de um dado mais próximo;
- Adicionando a média de todos os valores;
- Interpolando valores próximos, ou seja, uma média entre os valores anterior e posterior do dado ausente.
- Remover dados, caso nenhum desses casos não seja a melhor opção.

Registros duplicados.

Endereços, nomes, categorias, ou um conjunto de valores que representam um mesmo item.

- Identifique e retire uma dessas ocorrências.

Valores atípicos ou exagerados.

Valores fora do normal em um conjunto de dados, seja muito grande ou pequeno, afetando a distribuição dos outros valores.

- Avalie se o valor é extremo por algum erro ou porque ele reflete com precisão uma ocorrência no mundo real.
- Em caso de erro, remova apenas os valores exagerados específicos.
- Em caso de ser um valor real, mas que afeta os demais valores:
- Regredir ou aumentar os limites nos dados para valores mais próximos da média normal.
- Remover dados prejudiciais



Formato de apresentação

Nesta etapa vamos tratar o “Como” será apresentado o conteúdo que você está criando. Esses e outros pontos são importantes para que você comunique de forma fácil e eficiente o seu conteúdo a partir do que você já definiu do público e dos seus dados.

03

Escolha a representação visual mais apropriada

Você deve decidir a melhor representação para a suas informações com base nos dados que você possui. Escolha o melhor tipo para criar uma imagem atraente, significativa dos dados e garantir que os objetivos de visualização dos seus usuários sejam alcançados. Nem sempre isso é feito por gráficos, você pode escolher tipos mais simples, como tabelas ou o próprio texto.



- **Texto direto:** se houver um ou dois números para compartilhar, um simples texto é a melhor opção.
- **Tabela:** use-a quando for visualizar múltiplos dados com pouca ou nenhuma relação. Ou quando quiser apenas uma tabulação de um resultado.

- **Gráficos:** usados na maioria das situações diárias, pois funcionam melhor por serem mais visuais e fáceis de comunicar. Há vários modelos como: barras, pizza, linhas, etc.

Existem vários tipos de gráficos. Os mais utilizados são os **gráficos de barras, gráficos de pizza e gráficos de linhas**.



Para ajudá-lo a escolher acesse catálogos de gráficos na web ou siga as recomendações que muitos sistemas que criam gráficos fornecem.

04 Escolha um meio adequado para criar os seus gráficos

O melhor software de visualização será aquele que permite você fazer os gráficos que precisa. Os sistemas mais comuns são desde programas de planilhas eletrônicas, até websites que criam gráficos ou plataformas de visualização mais robustas. Alguns critérios que podem ajudá-lo a escolher entre as várias opções disponíveis hoje em dia são:

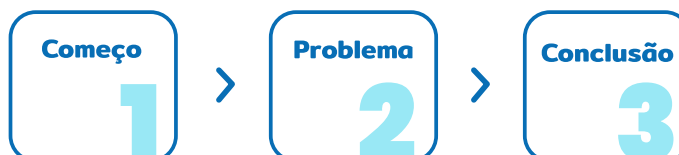
- **Facilidade de aprendizado:** as funções são fáceis de aprender e não exigem muito tempo;
- **Reprodução das visualizações:** os gráficos criados podem ser salvos e reproduzidos facilmente a partir dos mesmos ou novos dados;
- **Ajuste visual:** até que ponto a aparência visual dos gráficos pode ser ajustada.

05 Conte uma história com metáforas para contextualizar as informações

Seus gráficos podem ser usados para contar histórias, deixar o conteúdo mais próximo do leitor ou até representar informações de contexto. Portanto, adicionar elementos que mostram características dos seus dados como, por exemplo, desenhos, ícones ou pictogramas das coisas, ou ainda objetos de que tratam sobre o que você está comunicando, pode ser muito interessante.

Como contar uma história com meus gráficos?

Há várias formas de organizar o seu conteúdo com uma narrativa atraente. Você pode seguir o modo clássico: **Começo**, onde apresenta os seus objetivos; **Desafio ou Problema**, que é algo que precisa ser resolvido ou solucionado; **Conclusão ou chamada para ação**, onde você demonstra o que foi realizado e o que ainda precisa ser feito para avançar mais.

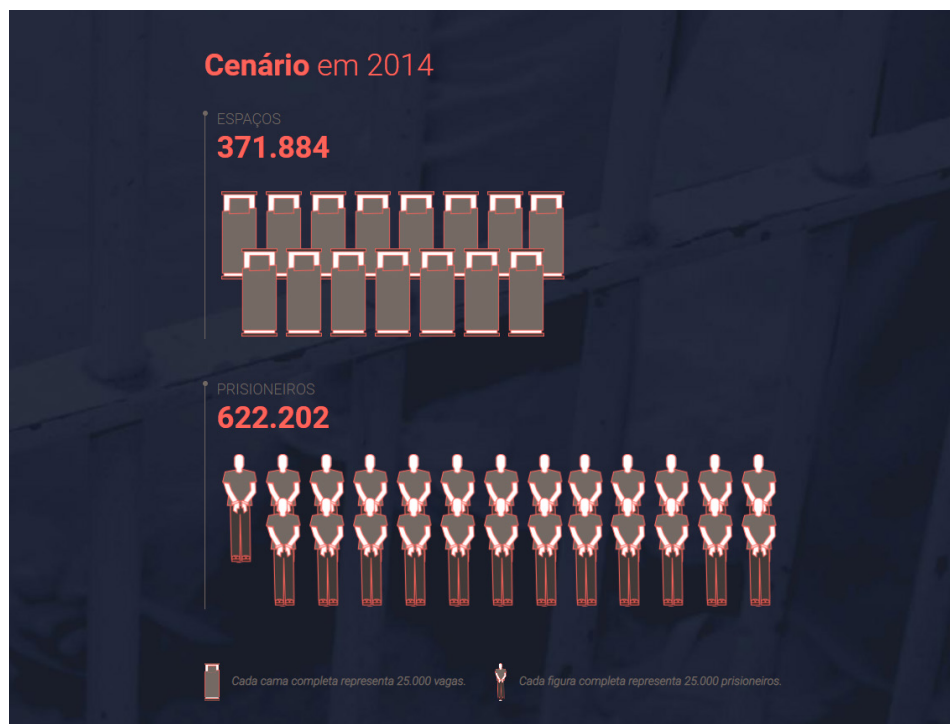


Como usar metáforas visuais para deixar seu conteúdo mais próximo do leitor?

No exemplo abaixo veja que o proporcional de cada número do gráfico foi representado por figuras de camas de dormitórios e pessoas presas. Isso faz com que o leitor só de olhar consiga entender bem melhor os números apresentados e reforce à associação de comparações entre eles.

Projeto Data Crime

O [Data Crime](#) é uma ferramenta aberta criada do Estúdio Café, uma empresa brasileira de design da informação. Em suas páginas são apresentados diversos gráficos e análises sobre segurança pública.





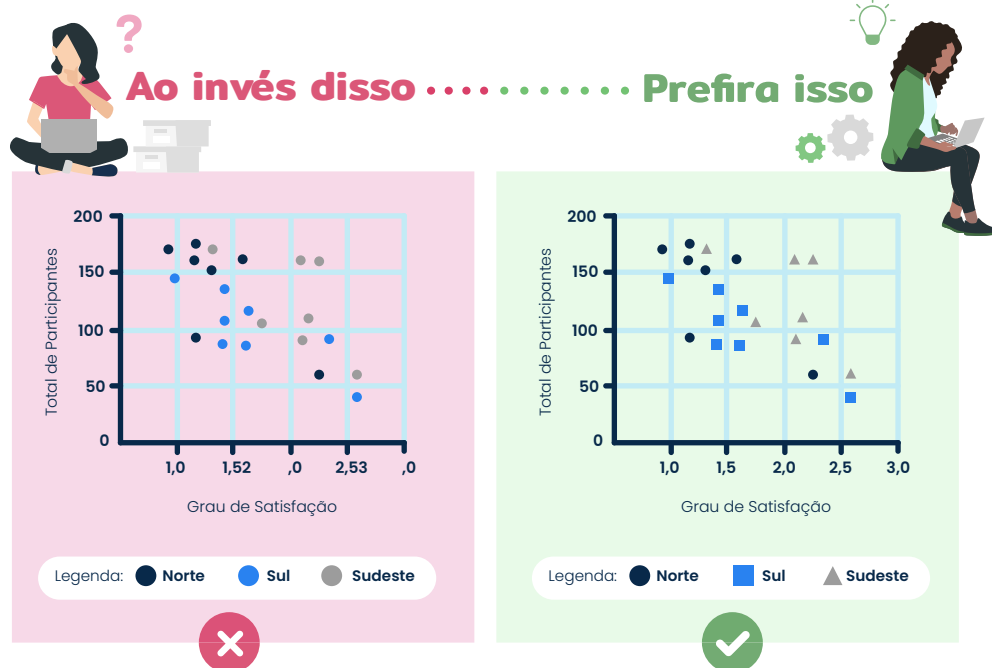
Formas do gráfico

Para criar os gráficos com os seus dados você irá avaliar algumas regras dependendo do gráfico (linhas, barras, pizza, etc.). Aqui vamos olhar com atenção as formas ou símbolos representados em um, ou outro tipo que você escolheu criar.

06

Facilite a percepção. Apresente uma informação de duas formas diferentes

Se você tiver itens diferentes e desejar identificá-los por cores, por exemplo, os usuários podem não distinguir os tons da melhor forma se os itens coloridos forem muito pequenos ou ainda as cores parecerem semelhantes para pessoas que sofrem com daltonismo. Sempre que uma informação for transmitida por meio da cor escolha outra forma de diferenciar esses itens, seja por tamanho, posição, forma, entre outros.



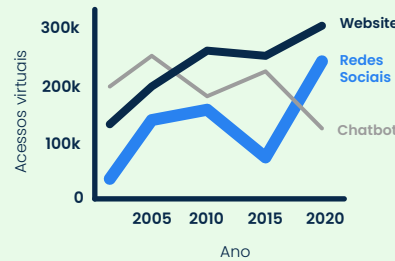
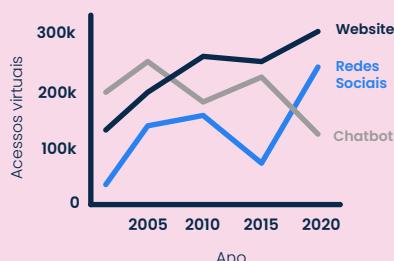


Ao invés disso Prefira isso



Não dependa apenas das cores

No caso de uma impressão em preto e branco ou um leitor com dificuldade de identificar cores, a segunda figura é a melhor. Nela as linhas são diferenciadas também pela largura. Algumas com o traço mais grosso que outras.



07

Um dado deve se destacar dos outros imediatamente. Não repita a mesma forma para informações diferentes

No seu gráfico você irá transmitir várias informações e cada uma delas deve ter um formato único. Para serem identificadas, as formas devem ser bem diferentes uma da outra. Por exemplo, você pode definir para uma informação o formato de círculos e para outro, quadrados.

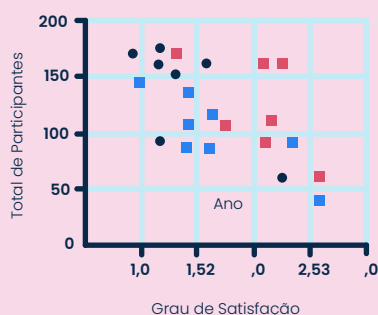


Ao invés disso Prefira isso

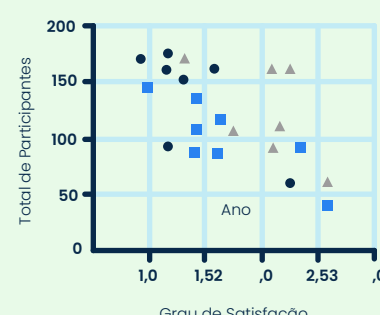


Veja a diferença

O primeiro gráfico representa as regiões Sul e Sudeste como um quadrado, apesar das cores diferentes a leitura pode ser prejudicada pelos símbolos iguais. Já no segundo gráfico observamos símbolos e cores diferentes. Dois modos bem claros de representação da quais informação.



Legenda: ● Norte ■ Sul ■ Sudeste



Legenda: ● Norte ■ Sul ▲ Sudeste



08

Mantenha a ordem natural de cada informação ou agrupe temas semelhantes

Se suas informações já possuem uma ordem, mantenha essa ordem no seu gráfico. Por exemplo, se os seus dados são alfabéticos, meses do ano, dias da semana, etc. Se não houver uma ordem específica, organize as informações por tamanho, crescente, decrescente ou algum critério que seja significativo no contexto do seu gráfico.

Veja a diferença

O primeiro gráfico está ordenado de forma decrescente. Porém, essa organização deixa as faixas etárias embaralhadas. O melhor é ordenar de acordo com as faixas, conforme o segundo gráfico, tornando-o mais intuitivo e de fácil leitura.



Paleta de cores

Quando falamos sobre a escolha de cores, muitas vezes quem cria gráficos toma essa decisão sem critérios ou baseada em gosto pessoal. As cores são também uma forma de transmitir ou representar as suas informações.

09

Identifique os dados que precisam ser coloridos no seu gráfico.

O uso de uma paleta de cores é sempre uma decisão com propósito. Nunca deixe que um sistema tome essa decisão por você. Para escolher as cores que vão representar os seus dados é preciso primeiro identificar de que tipo eles são. Normalmente eles se apresentam de duas formas distintas:

- **Quantitativo ou Numérico:** São informações que se referem a “quantidade”. Geralmente são sobre números.
- **Qualitativo ou Categorias:** São dados sobre às “qualidades”. Geralmente é em formato de textos ao invés de números. São relacionadas aos adjetivos ou a forma de descrever, ou dar nomes a algo.

Considere a Tabela de dados abaixo e veja que apenas as colunas de **cor azul** podemos identificar como **quantitativas**, enquanto as demais são **qualitativas**.

Nome	Data de Nascimento	Faixa Etária	Peso	Classificação do Peso	Gênero
Márcia Tuller	12/05/1947	70 a 80	74	Peso Normal	Feminino
José Ribeiro	11/02/1984	30 a 40	110	Sobrepeso	Masculino
Daniel Gomes	25/10/1969	50 a 60	9	Baixo peso	Masculino

Repare que neste exemplo as informações sobre data de nascimento, medida em anos completos, é **quantitativa**. Porém, se for informada apenas a faixa etária (70 a 80 anos, 50 a 60 anos, etc.), é **qualitativa**. Da mesma forma, o peso, se registrado o valor numérico é classificado como **quantitativo**, entretanto a categoria do peso (Baixo peso, Normal ou Sobrepeso) já é considerada uma informação **qualitativa**.

10 Selecione uma paleta conforme o dado

Aprendemos como classificar os dados, agora você poderá escolher uma paleta adequada. Veja abaixo qual a paleta para cada situação:

Se for um dado qualitativo:

Escolha cores diferentes para no máximo 5 a 7 categorias.

#DE8E08 #48A4E3 #138F60# ECE134 #0B5DA2 #C94905# BF6196



#66C2A5# FC8D62 #8DA0CB #E78AC3 #A6D854# FFD92F #E5C494



A principal preocupação aqui é escolher cores que pareçam distintas umas das outras e, ao mesmo tempo, serem equivalentes entre si, já que os dados têm a mesma importância. Quando alcançamos mais de 8 cores diferentes, encontrar tons suficientemente diferentes se torna muito difícil. Neste caso, use rótulos diretamente em vez de cores quando precisar distinguir entre mais itens.

Se for um dado quantitativo crescente ou decrescente:

Escolha uma única cor que varia do claro ao escuro.

#99000D #CB181D# EF3B2C #FB6A4A #FC9272 #FCBBA1# FEE5D9



#084594# 2171B5 #4292C6# 6BAED6 #9ECAE1# C6DBEF #EFF3FF



Essas paletas são chamadas sequenciais. Use-as para mostrar quais valores são maiores ou menores do que os outros ou a que distância um valor específico está do outro. Fique atento! Apesar da paleta ser de uma cor única, a diferença de tons deve ser evidente.

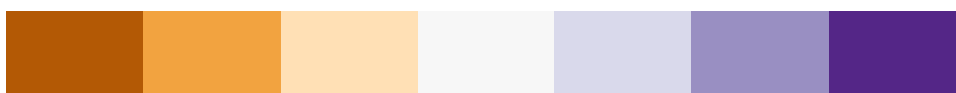
Se for um dado quantitativo com relação a um valor médio:

Escolha cores para cada extremo, variando para um tom neutro ao centro.

#052A94 #6A72AA# B0B3CA# DBDBDB #CCADB3# AB6171 #7A002D



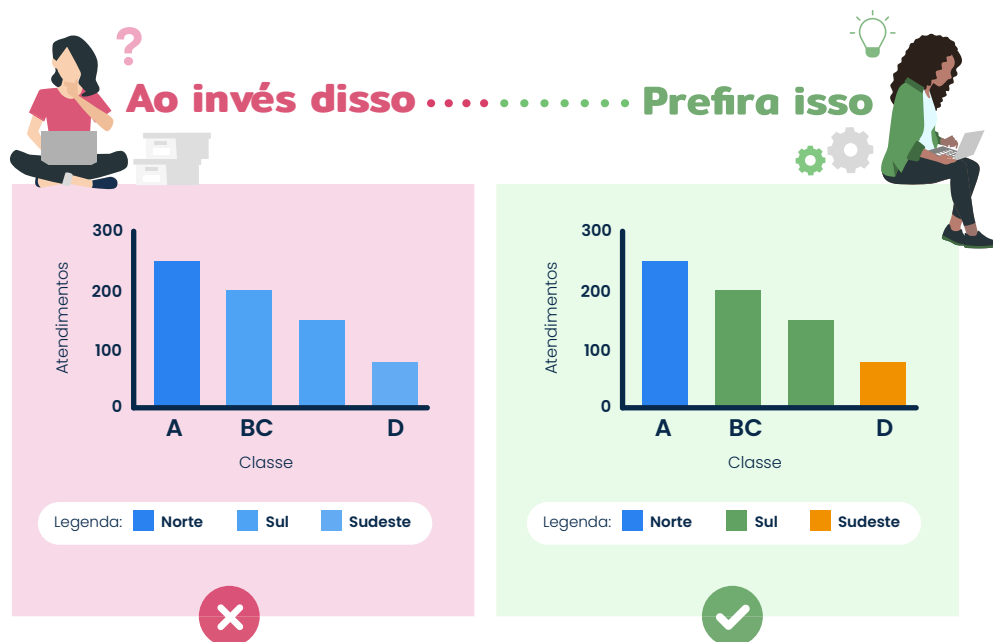
#B35806 #F1A340# FEE0B6 #F7F7F7 #D8DAEB #998EC3# 542788



Essas paletas são chamadas divergentes. São utilizadas para dados que variam de positivo para negativo, temperaturas, ou qualquer outro dado que você deseje mostrar o quão distantes dois valores específicos estão um do outro.

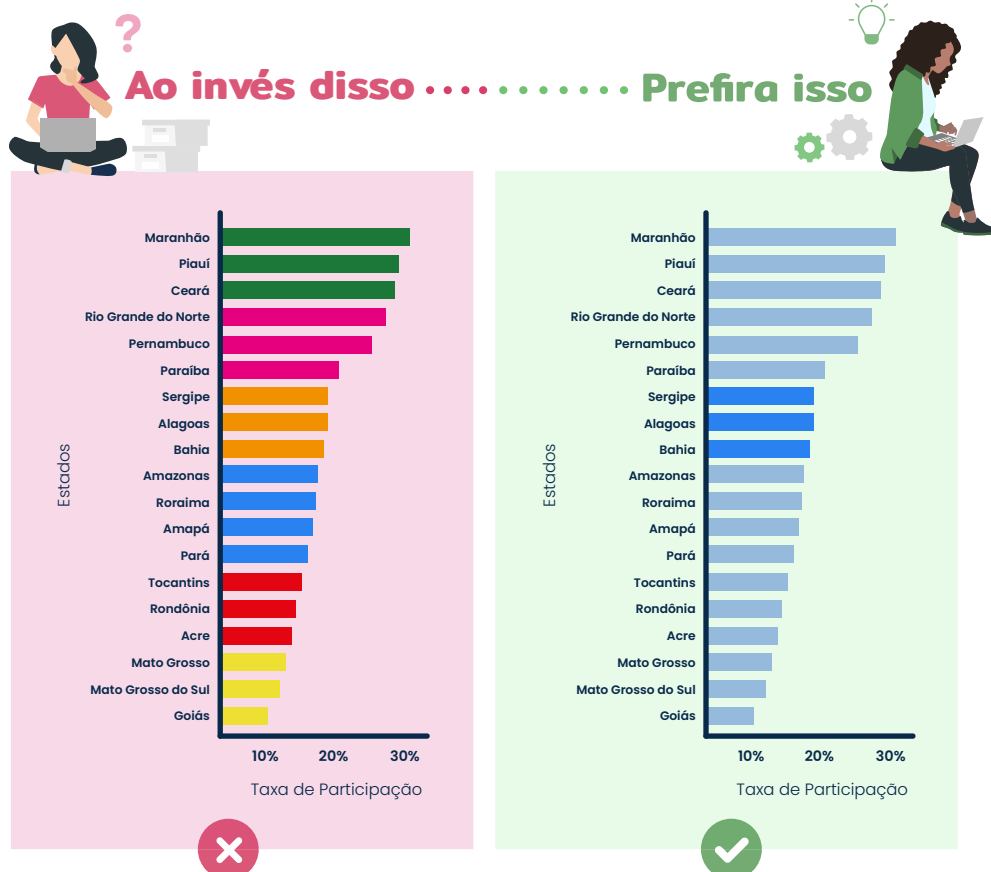
11 Diferencie os tons das cores em qualquer paleta

Seja nas paletas de cores qualitativas, aquelas com várias cores, ou nas paletas sequenciais ou divergentes, aquelas com uma ou duas cores variando o tom, a diferença entre cada tonalidade precisa ser a melhor possível, para evitar ambiguidades e dificuldade na interpretação do seu gráfico.



12 Evite colorir grandes áreas com cores muito fortes

Quando as cores escolhidas são muito intensas e elas preenchem boa parte do seu gráfico, isso torna a sua figura difícil de olhar. Por exemplo, será difícil ler os dados sem ter nossos olhos atraídos para as grandes áreas fortemente coloridas. Não há problema em usar cores mais fortes para destaques ou pontos importantes desde que sejam mínimos e colocados com cuidado e propósito.



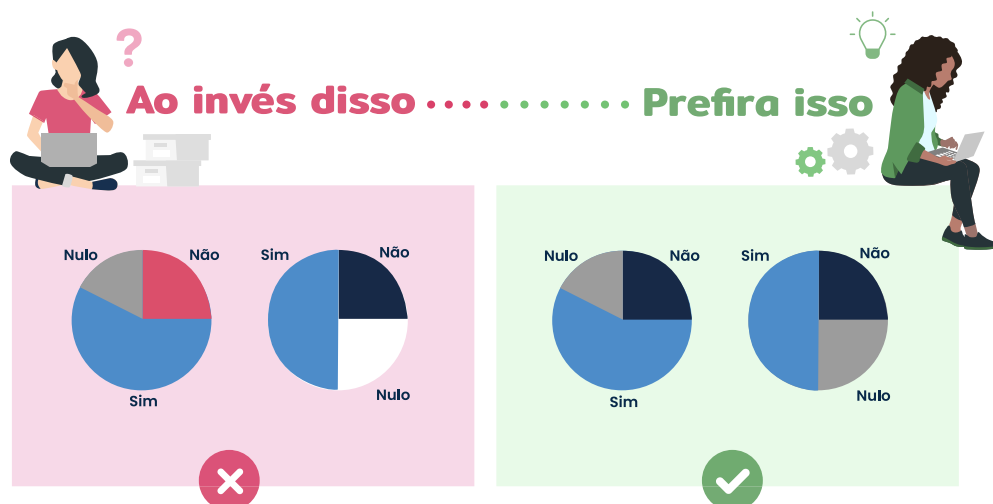
13 Destaque cores somente em dados importantes

Nenhuma cor deve se destacar em relação às outras quando não há essa intenção. Contudo, se há informações importantes para o leitor destaque essa informação. Uma maneira fácil de conseguir esse destaque é diminuir os tons de todos os elementos na figura, exceto nos dados a serem destacados ou colorir esses elementos com uma cor ou tom diferente do restante da figura.



14 Use a mesma cor para a mesma informação

Mantenha a consistência visual para o seu leitor. Se no seu gráfico você está usando uma paleta de cor azul para o público masculino e roxo para o feminino, use essas mesmas cores em outras figuras com esses dados. Assim, ele não precisará associar uma nova cor a informação a cada figura.



15 Use as conotações culturais das cores a seu favor

Sempre que possível, siga os significados culturais ou naturais de cores com base no público-alvo. Por exemplo, o público ocidental, em geral, associa vermelho ao perigo, enquanto o público oriental associa a boa sorte. Essas convenções não precisam sempre ser seguidas, mas podem diminuir desconfortos para o leitor.



Azul ou Rosa?

Observe que essa prática não está vinculada aos estereótipos das cores mas, se adequar ao que é culturalmente associado por um grupo para facilitar a identificação desses leitores.

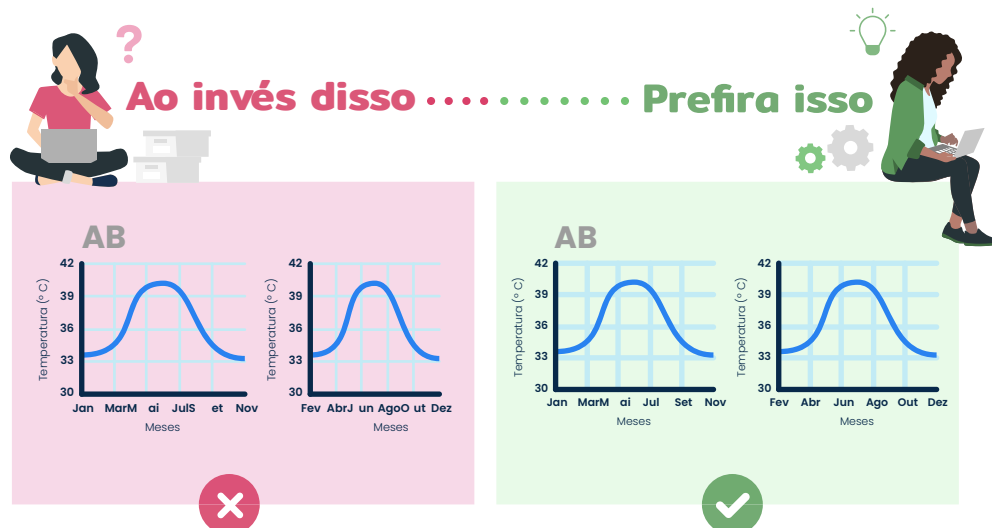


Eixos

A maioria dos gráficos são criados a partir de dois eixos, um vertical e outro horizontal. Aquelas duas retas, uma chamada de x e outra de y que normalmente vemos no ensino fundamental da escola (coordenadas cartesianas). Nessa etapa vamos falar sobre esses eixos e como definir e organizar da melhor maneira as informações.

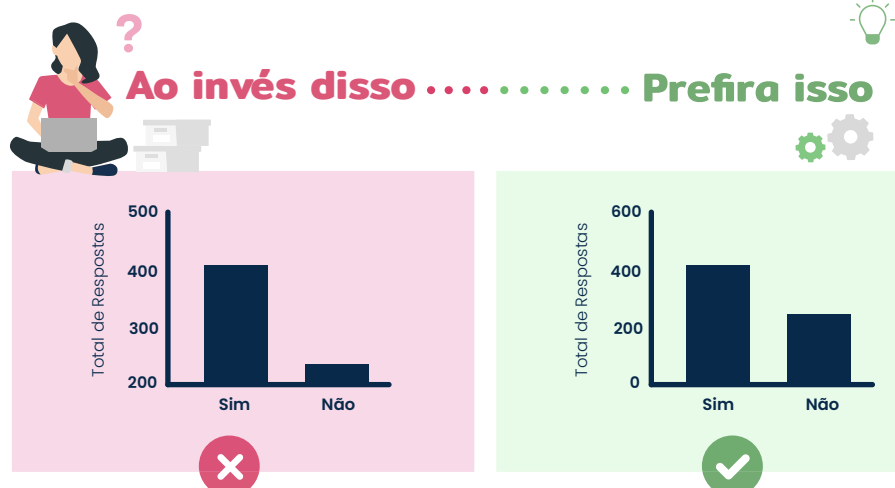
16 Use a mesma escala em eixos de unidades iguais

Não distorça o seu gráfico! Se os eixos vertical e horizontal forem medidos nas mesmas unidades, os espaçamentos para esses dois eixos devem ser iguais. Caso contrário, você poderá dar a impressão de que os dados são maiores ou menores em relação ao mesmo eixo.



17 Comece o eixo com o valor zero se os valores são absolutos e dependem de comparação.

Começar um eixo distante da posição zero irá retirar o ponto de referência inicial dos seus dados e distorcer a interpretação do seu leitor. Sempre que for possível mantenha o zero no gráfico.



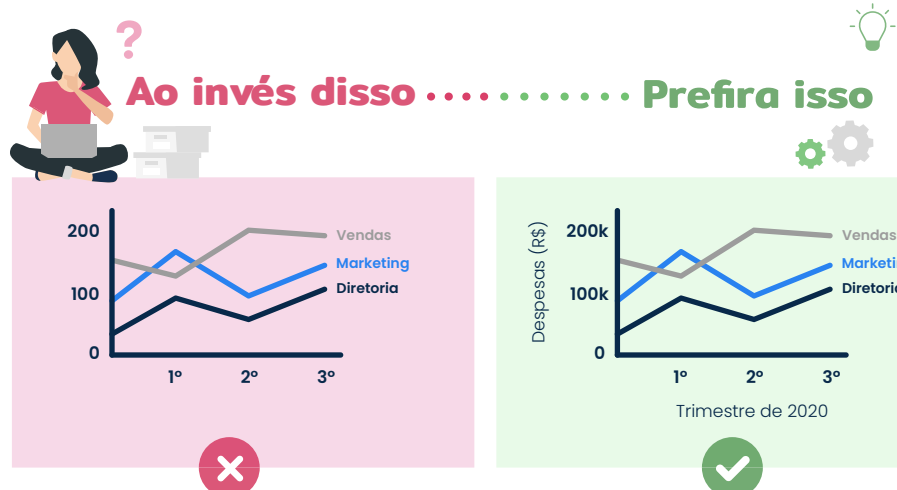
18 Comece o eixo mais próximo do intervalo dos dados se os valores têm pouca relação com o ponto zero

Em casos que seus dados não tenham nenhuma relação com o ponto zero construa o seu gráfico com os eixos mais próximos dos valores que você deseja mostrar. Por exemplo, se a sua imagem mostra valores de temperatura durante um dia na escala Fahrenheit uma escala de temperatura usada em países de língua inglesa como os Estados Unidos que varia de 32° a 212° graus não é interessante manter um eixo começando no ponto zero.



19 Rotule cada eixo com títulos e suas unidades

Usar rótulos nos eixos é uma boa prática e deve ser feito sempre que possível. Inclua sinais de moeda, de porcentagem e pontos em números grandes, caso necessário. Dê preferência a usar apenas uma palavra curta nos rótulos, em caso de palavras grandes, rotacionar ou manter rótulos paralelos.



20 Use rótulos com um pequeno número de valores

Sempre que um gráfico mostra um pequeno número de valores, faz sentido adicionar os rótulos acima dos dados.





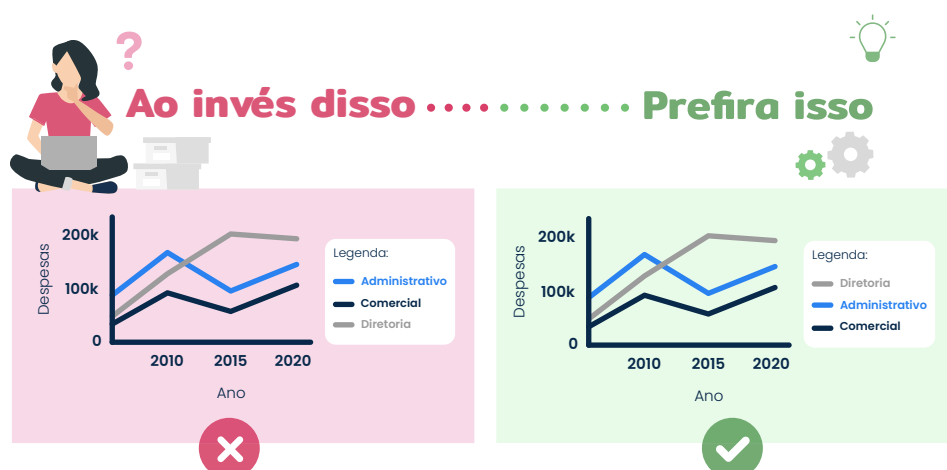
Legenda

Alguns gráficos possuem legendas. Ela é um item que muitas vezes é deixado de lado no canto da página ou poucas vezes conferido por já ser gerado automaticamente pelos sistemas que criam gráficos. Porém, vamos dar uma atenção especial a ela já que é por meio dela que os leitores também ficam sabendo como ler o gráfico e quais dados estão representados.

21

Use a legenda na mesma ordem dos seus dados

Organize a legenda para que ela corresponda à ordem dos dados.



22

Elimine a legenda, quando possível, rotulando diretamente os elementos

Podemos facilitar a vida de nossos leitores se eliminarmos a legenda e acrescentarmos rótulos de textos diretamente nos elementos, eixos e formas da figura que sirvam como guias para o restante da figura.



23

Apresente uma única legenda com todos os elementos de uma só vez

Não tenha várias legendas separadas para os diferentes elementos de seu gráfico. Sempre que representamos um conjunto de dados por um gráfico crie uma única legenda e a posicione próxima ao gráfico.





Destaques e Elementos Adicionais

Agora vamos observar detalhes mais específicos nos seus gráficos. Avalie desde os dados que precisam estar em evidência, a necessidade de retirar o excesso ou desordem visual e até mesmo complemente os gráficos com informações adicionais ou significado de dados que o seu público pode não conhecer.

24 Crie uma hierarquia visual destacando as informações que precisam de mais atenção

As informações que requerem atenção imediata devem ser exibidas nas áreas de maior destaque visual. Se há algo importante para o seu público saber ou ver, torne isso algo muito diferente do resto. Esse destaque é geralmente feito de algumas formas:

- **Aumentar o tamanho** em relação aos outros elementos próximos
- **Usar cores mais vibrantes**
- **Tornar mais transparente** os elementos sem destaque
- **Apresentar primeiro os destaques** em áreas superiores no gráfico e detalhes adicionais em linhas inferiores.



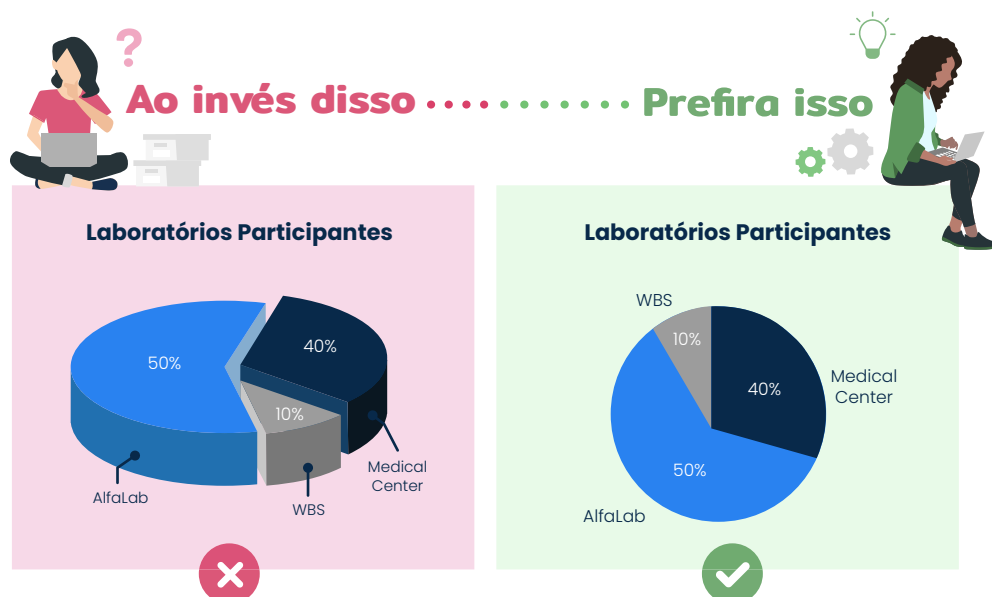
25 Explique o significado dos gráficos ou como funcionam

Para alguns gráficos pode ser interessante adicionar um parágrafo curto com os destaques ou pontos importantes que serão comunicados ou então um texto explicativo sobre como fazer a leitura do mapa.



26 Não use 3D sem motivo

Criar um gráfico em 3D apenas por estética não acrescenta em nada! Na verdade, cria mais problemas, pois uma projeção de objetos 3D em duas dimensões geralmente irá distorcer os seus dados. Usar visualizações 3D só faz sentido quando queremos mostrar objetos que são 3D no mundo real.

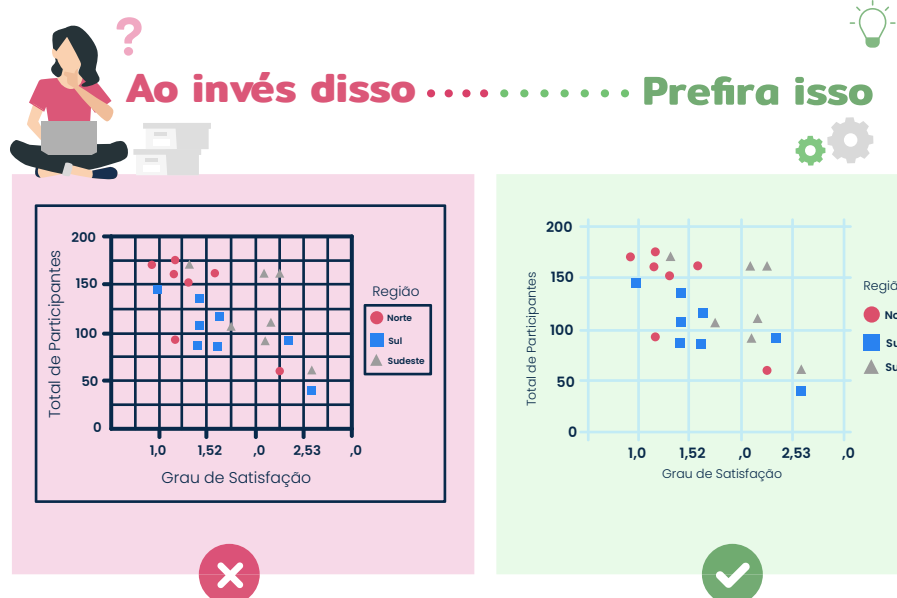


27 Não mostre muitos dados ou elementos desnecessários de uma só vez

Ao criar um gráfico, todos os elementos devem ser essenciais. Caso contrário, esse volume pode fazer nossa imagem parecer mais complicada do que o necessário. Você pode remover elementos que não sejam dados sem diminuir sua clareza:

- **Retire as bordas** do gráfico que sejam desnecessárias;
- **Remova as linhas de grade** ou coloque-as de uma cor mais clara;
- **Retire rótulos** dos dados em excesso ou **elementos sobrepostos**;
- **Diminua os rótulos de texto**, se for o caso.

Essas e outras ações podem limpar o visual para destacar o que realmente importa, os dados. Assim você ajuda a reduzir o esforço cognitivo dos leitores e facilita no reconhecimento de padrões.





Pontos específicos

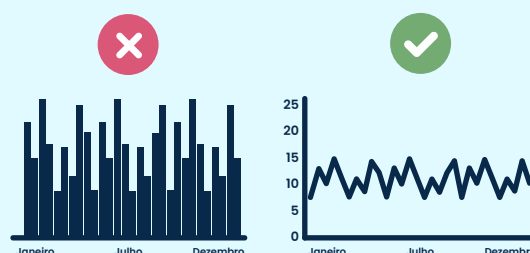
Podemos ainda alterar pontos específicos de alguns gráficos. Vamos ver aqui recomendações e boas práticas para os tipos mais comuns (barras, pizza, linhas).

28

Gráficos de Barras

Use até 25 barras para dados

Procure usar até 25 barras para não poluir visualmente e com o excesso acabar com barras muito finas que são difíceis de diferenciar uma das outras.



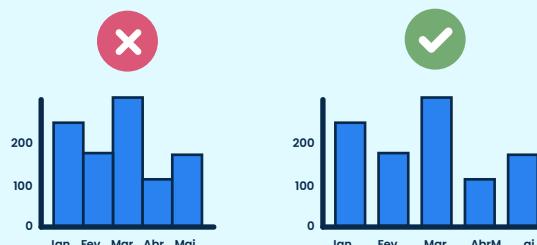
Inverta os eixos ao invés de girar os rótulos

Os rótulos nos eixos rotacionados tendem a ser difíceis de ler e exigem muito espaço embaixo da imagem. A melhor solução para rótulos com palavras longas é geralmente inverter os eixos vertical e horizontal.



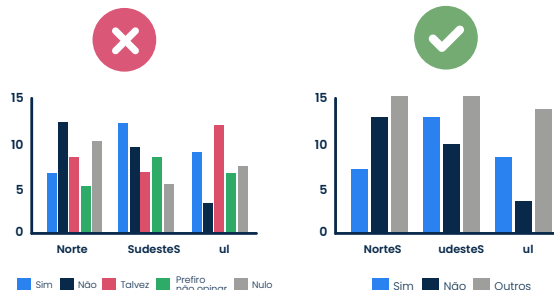
Mantenha um espaço em branco separando cada barra do seu gráfico.

Esse espaço é importante para diferenciar uma barra da outra.



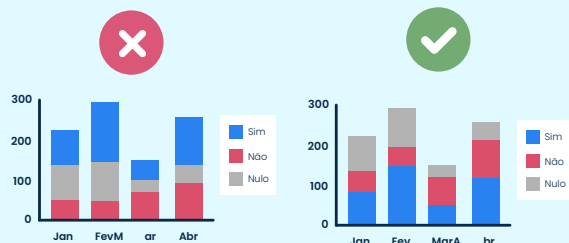
Não use muitas barras para representar vários grupos de informação.

Quando você tem grupos e categorias de informações e deseja mostrá-los juntos em um gráfico de barras, tenha cuidado para não adicionar muita informação. Mantenha sempre a ordem de cada barra no seu gráfico. Ela será importante para o leitor compará-las.



Empilhe primeiro o dado mais importante em um gráfico de barras empilhadas.

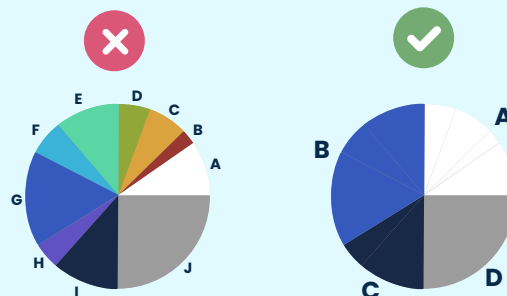
Barras empilhadas têm o problema de as diferentes barras não poderem ser comparadas facilmente porque eles têm linhas de base diferentes.



29 Gráficos de Pizza

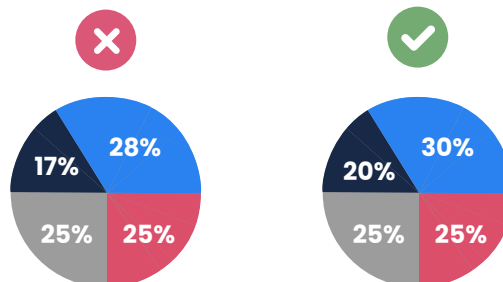
Adicione no máximo 7 fatias ao seu gráfico.

Muitas fatias em um gráfico de pizza aumentam a quantidade de dados representados e dificultam a comparação pelo excesso de informação ou proporção entre as várias fatias ser pequena.



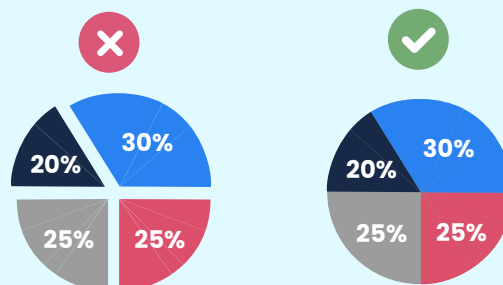
Some 100% em todas as fatias do seu gráfico.

O conjunto de dados de um gráfico em pizza precisa sempre ter um total de 100%.



Não adicione cortes entre as fatias do seu gráfico.

Adicionar cortes que separam as partes da imagem não é uma boa prática, pois atrapalham a comparação com as demais proporções.



30 Gráficos de Linhas

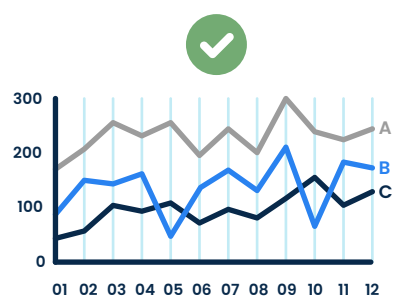
Avalie a proporção entre altura e largura do gráfico.

Em gráficos de linha você pode achatar ou alongar a sua curva sem necessidade ocasionando erros de interpretação aos seus leitores. No geral, uma referência muito utilizada é deixar o gráfico proporcional à inclinação média da linha em 45° graus. Um gráfico mais quadrado geralmente destaca os picos e pontos altos da sua linha e deixa os dados mais próximos.



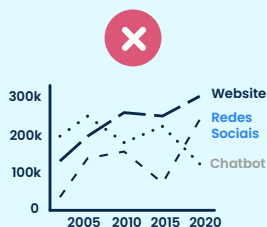
Retire os pontos em dados densos.

É comum em gráficos de linhas manter pontos sobre os dados, porém se forem muitos a figura pode ficar poluída. Neste caso, retire os pontos. Em geral, quanto mais densa a série temporal, menos importante é mostrar observações individuais com pontos.



Não diferencie as linhas por traços ou pontilhados, pois dificultam a identificação.

Em gráficos de linha, você pode alterar a linha (sólida, tracejada, pontilhada, etc), mas usar linhas tracejadas e pontilhadas produz geralmente resultados ruins. Além disso, frequentemente requer um esforço mental grande para combinar diferentes traços ou padrões de traços do gráfico à legenda.



5

Sobre a Linguagem Simples

Nesta Seção vamos trazer informações sobre histórico, instituições e casos de sucesso em diversos países do mundo e algumas referências bibliográficas sobre a Linguagem Simples.

Um breve histórico

1940

Os livros precursores

Em 1946, o escritor americano Rudolph Flesch publicou o livro *The Art of Plain Talk*, onde desenvolveu uma métrica para avaliar o nível de dificuldade imposto pela escrita correlacionando ao grau de escolaridade necessário para compreensão do conteúdo, fato este que marcou o início das primeiras histórias sobre buscas por textos mais simples.

1950

Mais a frente, no início dos anos 50, Ernest Gowers publicou os livros *Plain Words* e *The ABC of Plain Words*, ambos a pedido do Tesouro Britânico, órgão que buscava melhorar como escrever documentos oficiais usados pelos cidadãos.

1970

O Avanço na área do Direito e Serviço público

Na década de 70 a prática da linguagem simples ganhou força nos Estados Unidos e a Grã-Bretanha. O movimento teve grande apoio de associações de defesa do consumidor, funcionários públicos e pessoas da área do Direito. Mesmo não tendo um padrão, o movimento foi se espalhando pela sua importância.

1980

Oxford Guide to Plain Language

Mais tarde, o pesquisador Martin Cutts reuniu no livro *Oxford Guide to Plain English* as 25 principais diretrizes que dão clareza a um texto. Entre elas podemos citar:

- O uso de palavras que podem ser entendidas pelo seu público;
- A criação e uso de um estilo para textos;
- O não uso de palavras excessivas;
- A preferência pelo discurso direto;
- A organização das informações pela sua importância e uso;
- O não uso abusivo de referências cruzadas entre outros.



Instituições que promovem as boas práticas de Linguagem Simples

Existem atualmente no mundo três organizações que promovem oficialmente as práticas da *Plain Language*. Estas organizações são reunidas numa federação que foi criada em 2007 chamada *International Plain Language Federation*. Seu principal objetivo é definir um padrão internacional de linguagem simples, além de capacitar e certificar profissionais nessas práticas. A seguir apresentamos as três organizações:



Plain Language Association International - PLAIN



Conferências Internacionais

Realizadas sempre nos anos ímpares desde 1995, com objetivo de divulgar e ampliar o conhecimento da linguagem simples. Em 2021, trouxe o seguinte tema: Acesso para todos: a linguagem simples é um direito civil.

Fundada em julho de 2008 no Canadá, a *Plain Language Association International* (PLAIN) é uma organização sem fins lucrativos que reúne apoiadores da linguagem simples e praticantes em todo o mundo.

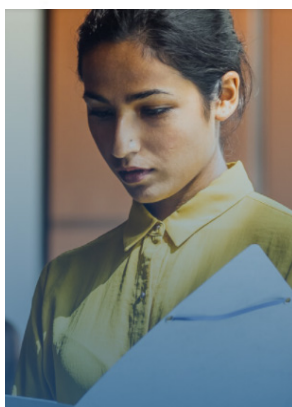
Trabalham para ampliar a consciência e visibilidade sobre a linguagem simples, a fim de tornar plenamente acessíveis todas as comunicações direcionadas ao grande público. Ajudam pessoas a entender os interesses e princípios da linguagem simples, além de promover sua pesquisa e desenvolvimento.

Também prestam serviços aos seus membros, incluindo marketing, *networking* e conferências. Patrocinam um fórum de debate e troca de conhecimentos entre membros e voluntários. Colaboram com organizações que possuem objetivos complementares e auxiliam a alcançar essas metas.

Comandada inteiramente por voluntários, sua base possui integrantes de mais de 30 países, que divulgam e incentivam a comunicação simples em pelo menos 15 idiomas diferentes. Sua página oficial está disponível em: <https://plainlanguagenetwork.org/>



Clarity



A *Clarity* é atualmente a maior organização de linguagem simples em todo o mundo. Fundada em 1983 na Inglaterra, reúne profissionais comprometidos em promover a prática da linguagem simples no âmbito jurídico. Possui representantes em cerca de 30 países e um time dedicado de voluntários trabalhando localmente em mais de 50 países para transformar o “juridiquês” em conteúdo compreensível a qualquer pessoa.

Dentre suas principais atividades está a publicação semestral do *The Clarity Journal*, que traz resultados de pesquisas em linguagem simples, conselhos práticos, exemplos de antes e depois, histórias de sucesso, estratégias de campanha, etc.

Realizam conferências internacionais bianuais, sempre em anos pares, dando oportunidade a seus membros de fazer intercâmbio de ideias e aprendizado de novas práticas, além dos encontros regionais organizados por representantes oficiais de países integrantes da *Clarity*.

Disponibilizam também em sua página oficial dezenas de links para leitura e download de livros, manuais, visualização de sites e artigos, todos voltados à prática da linguagem jurídica simples. Acesse em: <https://www.clarity-international.org/>



Federal Plain Language Report Card

Publicado anualmente desde 2012, é um relatório que avalia o quão bem os órgãos federais estão cumprindo a Plain Writing Act of 2010, legislação americana de redação simples. Os critérios analisados são a conformidade com a legislação, redação e design da informação.

Center for Plain Language

Organização fundada em 2003 nos Estados Unidos cujo principal objetivo é ajudar instituições governamentais e empresariais a escrever textos claros às suas respectivas audiências. Sua missão é promover a comunicação clara para que as pessoas e as organizações possam prosperar, criando assim uma cultura de clareza. O Center possui comunicadores de diversas áreas, como meio acadêmico, consultoria, seguradoras de saúde e comunidades empresariais.

Organizam o *ClearMark Awards*, premiação que homenageia as entidades prestadoras de serviços que fizeram a aplicação eficaz da linguagem simples e design da informação em seus materiais oficiais. As categorias analisadas incluem formulários, manuais, guias, infográficos e sites. Outra premiação é a *WTF Awards* (Work That Failed), que divulga trabalhos que falharam na comunicação com a audiência. Qualquer pessoa pode indicar anonimamente um candidato, bastando preencher o formulário com alguns dados de contato, além do link ou arquivo desejado.

O formulário de submissão ao *WTF Awards* e destaques aos vencedores do *ClearMark Awards*, além de acesso a modelos de documentos, ferramentas e tutoriais, estão disponíveis em sua página oficial no endereço: <https://centerforplainlanguage.org>



O Federal Plain Language Guideline

A *Federal Plain Language Guideline* é um guia elaborado pela PLAIN para orientar sobre o uso da linguagem simples no atendimento ao cidadão. O documento é dividido em cinco blocos de práticas, conforme a imagem abaixo: a definição da audiência; a organização do conteúdo; a escrita do texto; redação para a web (se o texto tiver essa especificidade) e a realização de testes junto ao público.

Federal Plain Language Guidelines

1

Definição do Público-alvo

2

Organização do Conteúdo

3

Escrita do Texto

4

Escrita para a Web

5

Realização de Testes

O **primeiro bloco**, denominado **“Pense no seu Público”**, orienta a escrever direcionando a fala à sua audiência. É sugerido que a fala seja direcionada sempre a um indivíduo, mesmo que o documento seja utilizado pelo grande público.

Quanto à organização, o guia orienta iniciar o documento declarando sua finalidade e resultados, pois as pessoas buscam invariavelmente estas respostas e o texto requer uma organização que atenda as necessidades do seu leitor. Além disso, orienta que seguir uma organização cronológica facilita a sua leitura.

Já no terceiro bloco, o guia fala da estrutura gramatical de um documento, com dicas de quais palavras utilizar, qual classe de palavra e até mesmo dentro de uma classe, qual é a mais indicada em determinado contexto, para ser mais eficaz sua compreensão.

O bloco que fala como **escrever para a Web** trata da diferença entre um texto impresso e um texto criado para o público do mundo Web e como criar sites que funcionem atingindo o público usuário da internet. Traz dicas de como o público utiliza a rede, o que esse usuário busca, como identificá-lo, ter sua atenção e compreensão através da linguagem simples.

O **quinto e último bloco** discute a **orientação e aplicação de testes e validações junto à audiência**, recomendado tanto para sites, documentos, aplicativos, mídia social e mensagens de relações públicas. Segundo o guia, o ideal é testar, no mínimo, duas vezes: aplica-se o teste junto ao público, coleta-se o *feedback*, faz-se as correções e então repete-se o teste.

Você pode usar várias técnicas para ajudá-lo a melhorar seu documento para que a versão final seja bem-sucedida, como o teste de usabilidade, entre outros. O guia pode ser acessado no site da PLAIN, no endereço <https://www.plainlanguage.gov/guidelines/>



Países que são referência em Linguagem Simples

O uso das práticas de linguagem simples vem crescendo muito em dezenas de países, desde a comunicação estratégica de marketing a sentenças judiciais. Ações bem sucedidas embasam e solidificam a relevância da metodologia, mas quando as iniciativas vêm do poder público o impacto é bem maior, devido ao grande alcance da prestação de serviços à população.

A seguir, trazemos alguns exemplos de países que vêm transformando a comunicação com os cidadãos através do uso da linguagem simples, destacando seus principais projetos e resultados.



Diversos conteúdos gratuitos.

No site da Rede, acesse a normativos das instituições integrantes, guias com recomendações para textos na web, checklists para avaliação de documentos e um curso gratuito de introdução à metodologia.

Chile

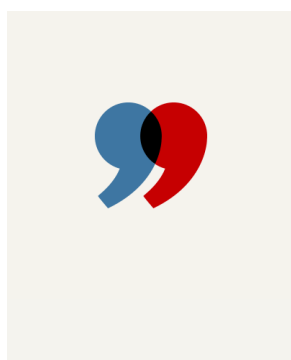
Criada em março de 2017 na cidade de Santiago, a *Red de Lenguaje Claro* reúne sete instituições públicas do Chile trabalhando para a implementação de iniciativas, projetos de divulgação e facilitação do uso da linguagem simples, tanto nessas instituições quanto nos demais órgãos do Estado chileno. São elas: Poder Judiciário, Controladoria Geral da República, Câmara dos Deputados, Biblioteca do Congresso Nacional, Ministério da Secretaria Geral da Presidência da República, PUC de Valparaíso (quem iniciou o trabalho), além do Conselho de Transparência.

Para promover a transparência e eficiência no uso de recursos públicos, assim como o acesso à informação, a Rede tem como compromisso o uso de linguagem simples nos documentos e iniciativas que divulgam e promovem seu uso em cada uma das sete instituições, além do desenvolvimento de padrões de linguagem clara e compreensível.

Seu trabalho e engajamento teve grande importância no uso de linguagem simples na América Latina, tanto que influenciou outros países como Argentina e Colômbia na fundação de suas próprias redes de linguagem simples.



Estados Unidos



Em meados dos anos 90 nos Estados Unidos, surgiu a PLAIN (Rede de Ação e Informação em Linguagem Simples). É uma rede de funcionários de diferentes especialidades e agências federais que promovem e apoiam o uso da linguagem simples em documentos escritos pelos órgãos governamentais americanos.

Acreditando que o uso da linguagem simples economiza tanto tempo quanto dinheiro nas agências federais americanas e assim oferece um melhor serviço ao público, a PLAIN tem como objetivo promover o uso da linguagem simples em toda a comunicação governamental.

De modo a popularizar e difundir a metodologia, desenvolveram e atualizam regularmente o conteúdo de seu site oficial, gerenciam o uso da linguagem simples na rede, oferecem treinamentos e seminários na área em suas agências federais, promovem reuniões mensais extensivas a todo funcionário federal para discussões sobre a linguagem simples e aceitam ajuda de funcionários das agências americanas que queiram colaborar com a PLAIN.

Justificam a importância do uso da linguagem simples como fator econômico não somente de dinheiro, mas principalmente de tempo, uma vez que as pessoas não têm tempo extra para “traduzir” documentos difíceis. A linguagem simples economiza esse tempo e, conseqüentemente, o dinheiro público, facilitando o atendimento e a própria vida do cidadão.

Ainda segundo a PLAIN, há outros benefícios notáveis, como o alcance de um maior número de entendedores da mensagem transmitida, menores chances de má interpretação de comunicados e, em caso de documentos com orientações, mais precisa e rapidamente serão seguidas essas orientações, quando se compreende com mais facilidade.



Regeringskansliet

Suécia



Processo contínuo há mais de 40 anos

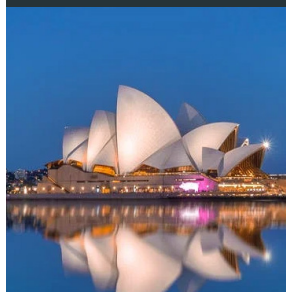
A ideia surge porque as leis devem ser claras e de fácil compreensão, visto que seu conteúdo impacta a tomada de decisões em todos os níveis da sociedade, influenciando grandemente a redação de dispositivos legais criados pelas autoridades públicas e demais textos publicados em guias, livros e sites.

A Suécia é um dos países pioneiros na utilização da linguagem simples na produção de documentos administrativos e também um dos principais fomentadores dessa prática em todo o mundo, impulsionando e inspirando nações que estão iniciando a simplificação de comunicações e textos oficiais.

Três momentos distintos marcam o início das práticas no país:

- 1976, a contratação do especialista em linguagem *Per Lundahl* para organizar o projeto de modernização sistemática da linguagem em atos e legislações do governo;
- 1978, a criação do curso de pós-graduação em Consultoria Linguística na Universidade de Estocolmo, para formar profissionais capacitados a trabalhar na modernização da linguagem;
- 1993, a nomeação do *Plain Swedish Group* pelo governo sueco para implementar a linguagem simples em documentos oficiais e encorajar agências governamentais a iniciarem seus próprios projetos na metodologia.

Tais momentos pavimentaram a estrada da linguagem simples no país, cujo trabalho de alto nível tem como característica fundamental a revisão de textos jurídicos. Há um departamento no Ministério da Justiça chamado *Secretariat for Legal and Linguistic Draft Revision*. É composto por advogados e linguistas com a função específica de revisar todas as legislações e textos produzidos pelos ministérios e nenhum documento pode ser impresso se não for validado pela equipe. Buscam sobretudo influenciar os redatores a adotar um estilo de escrita amigável, seja durante as sessões de treinamento ou aconselhando por telefone e e-mail quando surgem dúvidas pontuais de redação.



Próprio Manual de Linguagem Simples

Desde 1993, publicam e revisam seu próprio manual de linguagem simples, destinado ao uso dos integrantes do Escritório e outros países membros da Commonwealth.

Austrália

O movimento da Linguagem Simples na Austrália surgiu na década de 70, momento em que países de língua inglesa estabeleceram um debate mais organizado ao redor do tema, demonstrando a necessidade de incluir a prática na redação de documentos e formulários federais. Em 1984, o governo australiano seguiu na mesma direção e a Comissão do Senado Permanente para Educação e Artes recomendou a criação de uma Força Tarefa Nacional, de modo a elaborar orientações na reforma da linguagem jurídica, denotando que o plano era ir muito além da reformulação de apólices de seguro, contratos de hipoteca ou imposto de renda.

A demanda pela abordagem de documentos legislativos era significativa não somente por suas próprias deficiências, mas também pela influência sobre outras redações oficiais. Além de frequentemente ditarem palavras a serem empregadas, servidores públicos acabam tentados a imitar esse estilo de linguagem, impactando toda a sociedade. Esforços isolados, como do governo estadual de Victória no ano de 1986 em prol da implementação de uma Comissão de Reforma Legislativa surtiram efeito positivo e, no ano de 1996, veio a promulgação da Lei da Comissão de Reforma da Legislação Australiana, criando uma agência independente de fornecimento de recomendações à reforma legislativa, dentre elas, a simplificação da lei.

Ainda no campo legislativo, outro notável esforço vem do Escritório de Conselho Parlamentar, responsável pela redação e publicação das leis Australianas da *Commonwealth*. Uma Organização intergovernamental composta por 53 países membros independentes que faziam parte do Império Britânico. Incentivam ativamente o uso de linguagem simples na legislação e lideram o desenvolvimento e uso das técnicas, reduzindo assim a complexidade das leis.

O governo australiano também possui uma página na internet inteiramente dedicada à padronização da edição de todo conteúdo produzido para o país (disponível em <https://www.stylemanual.gov.au/>), oferecendo inúmeras orientações sobre o projeto visual e estrutura de conteúdo, convenções gramaticais, conteúdo inclusivo e acessível. O objetivo são produções claras, consistentes e que atendam às necessidades dos usuários. Produzido e atualizado desde 2002, o manual ganhou esse aspecto mais moderno de modo a aderir à estratégia de Transformação Digital no país.



A Cartilha de Usabilidade

Em 2010, o Ministério do Planejamento e da Educação avaliaram 200 sites de serviços do governo brasileiro, a fim de analisar se as orientações do eMAG estavam sendo implementadas. Deste estudo veio a publicação da Cartilha de Usabilidade, trazendo recomendações de boas práticas. Uma delas sobre a “Redação”, indicando que o site deve “falar” a língua das pessoas por meio de palavras e frases familiares.

A Linguagem Simples no Brasil

A história da Linguagem no Brasil é ainda recente, se comparada ao movimento originado no Reino Unido nos anos 70. Aqui, as iniciativas do poder público federal estão associadas ao Governo Eletrônico, tendo em vista a democratização do acesso à Internet nos anos 2000. Nesta época, o Ministério da Ciência e Tecnologia lançou o Livro Verde e, no capítulo Governo ao Alcance de Todos, lançou críticas aos termos difíceis utilizados nos serviços públicos disponíveis na web.

Com a crescente demanda pela construção de sites da administração pública, o Comitê Executivo de Governo Eletrônico organizou diretrizes para seus websites, indicando que deveriam ser de fácil legibilidade, usando linguagem simples e direta. Já em 2005, veio o lançamento do guia eMAG (Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico), contendo orientações seguidas em todo o mundo de padrões para web, vindo a tornar-se obrigatório em todos os sites do governo brasileiro.

No ano de 2012 veio a promulgação da Lei de Acesso à Informação (LAI), o marco mais importante para a transparência de dados públicos no Brasil. Ressalta no artigo 5º que é dever do Estado garantir o direito de acesso à informação, “que será franqueada, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão”.

Outra lei importante surgida anos depois é a 13.460 de junho de 2017, também conhecida como Código de Defesa do Usuário do Serviço Público ou Lei da Carta de Serviços, que dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública. Em seu artigo 5º inciso XIV, recomenda a “utilização de linguagem simples e compreensível, evitando o uso de siglas, jargões e estrangeirismos”.

A Lei 14.129 publicada em março de 2021, dispõe sobre princípios, regras e instrumentos para o Governo Digital. Ela consolida o que foi orientado nas legislações precedentes, como a Lei de Acesso à Informação e Lei da Carta de Serviços. Seu objetivo é estruturar todo o conteúdo necessário para caracterização do governo digital. Evidencia em seu artigo 3º inciso VII “o uso de linguagem clara e compreensível a qualquer cidadão” como um dos princípios e diretrizes de um Governo Digital.



Ferramentas

Nesta seção você vai encontrar indicações de ferramentas e utilitários que podem te auxiliar na construção de seus textos. Ferramentas são importantes, pois podem fazer você ganhar produtividade, dado que conseguem realizar tarefas com volumes de dados maiores.

CAMELoT – Citizen Automatic Model Translator

CAMELoT

Você pode conhecer mais sobre o projeto ou utilizar gratuitamente a aplicação. Ela está disponível em: <https://camelot-5bf1b.firebaseio.com/#!/ferramenta>



O CAMELoT é uma aplicação web desenvolvida por Rodrigo Oliveira, Claudia Cappelli e Flávia Santoro, que realiza a tradução de modelos de processos de negócios BPMN para Linguagem Cidadã de Processos. Ele faz isso de forma semiautomática, ou seja, após a tradução é necessário alguns ajustes manuais por parte do usuário, que pode, por exemplo, decidir quais atividades farão parte do novo modelo.

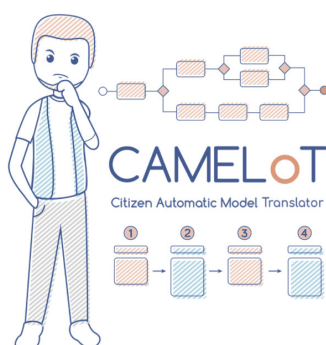
O procedimento necessário é bastante simples e intuitivo: através de um fluxo de quatro etapas, o usuário seleciona seu arquivo contendo sem modelo de processo em formato XPDL e o envia ao sistema, que identifica os elementos existentes no arquivo. Na etapa de configurações, o usuário tem a opção de remover atividades ou atores, poder editar os nomes das tarefas e deixá-las mais objetivas, além de poder definir uma cor para cada ator. Na etapa de exportação, o sistema apresenta o modelo já pronto, que pode ser salvo nos formatos disponíveis ou retornar para fazer ainda algumas adaptações.

CAMELoT

Ferramenta de tradução

Sobre o projeto

Contato



Vamos traduzir os seus modelos de processo de negócio para a linguagem cidadã:

Selecionar um Arquivo

* Somente arquivos XPDL (Arquivo padrão de transferência de informações de processos em BPMN)

Calculadora de Leiturabilidade

iris

Laboratório de Inovação e Dados

A planilha está disponível no link a seguir, sendo necessário criar uma cópia antes para possibilitar sua edição:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Z3qg1yPgCwSc3FpTcFOoDpbWMbdJQcDPTI7QMfwrGgM/edit#gid=0>



Esta calculadora, elaborada por Nataly Lima, é uma planilha com fórmulas que estimam o grau de leiturabilidade do texto, analisando a relação entre o tamanho da frase e das palavras, dado que afetam a fluidez da leitura. Foi inspirada no Índice de Rudolf Flesch. O resultado do cálculo é um número entre zero e 100, onde o valor acima de 75 indica um texto muito fácil de ler e abaixo de 25, indica um texto difícil de ler, compreensível talvez apenas por pessoas com Ensino Superior.

Para realizar o cálculo, é necessário contar o total de palavras, de frases e de sílabas existentes em seu texto. A própria calculadora disponibiliza links de sites que fazem essas contagens, embora muitos editores de texto também possuam essa funcionalidade. De posse das quantidades, basta inseri-las na planilha, obter o resultado e verificar em qual faixa se enquadra no índice de leiturabilidade.

Calculadora de Leiturabilidade | Nataly Lima | Cópia Pública IRIS LabGov CE

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda

100% Somente ver

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K	L	M	N
1													
2			Calculadora de Leiturabilidade										
3			(utiliza a fórmula do Índice Flesch Brasileiro)										
4													
5			Como usar										
6			: Não é possível editar esse arquivo. Por isso, antes de começar, faça uma cópia dessa planilha para ter uma calculadora só sua. Para isso, é só clicar em Arquivo > Criar uma cópia.										
7													
8			: Já está em sua própria cópia? Agora, você precisa descobrir três informações sobre seu texto: número de palavras, número de sílabas e número de frases. Seguem duas ferramentas para você descobrir esses números:										
9													
10			- Para saber o número de palavras e de frases, copie seu texto (ctrl+c), abra o link										
11			http://wordcounter360.com e cole (ctrl+v) na ferramenta do site. Abaixo da caixa de texto, em										
12			Detalhes, você vai ver o número de frases e de palavras do seu texto. Guarde esses números.										
13													
14													
15			- Para saber o número de sílabas, copie seu texto (ctrl+c), abra o link										
16			separadorsilabas.com/index-pt.php e cole (ctrl+v) na ferramenta do site. Abaixo da caixa de										
17			texto, selecione a opção 'Conte as sílabas' e, em seguida, aperte o botão 'Separar sílabas'. Veja o										
18			resultado e guarde o número.										
19													
20			: Agora é só preencher essas três informações na calculadora ao lado. O resultado aparece automaticamente. Para entender o nível de leiturabilidade do seu texto, compare seu resultado com										
21			a tabela logo abaixo da calculadora.										
22													
23			Essa calculadora foi feita por Nataly Lima , com material de pesquisa de Gabriel Panomarenko , e ajuda da comunidade de Lix Writers do Brasil. Espalhem por aí!										

Total de Palavras	62
Total de Frases	3
Total de Sílabas	154
RESULTADO	17,72284946

RESULTADO	LEITURABILIDADE	GRAU ESCOLAR
100-75	Muito fácil	1º a 5º ano
75-50	Fácil	6º a 9º ano
50-25	Difícil	Ensino Médio
25-00	Muito difícil	Ensino Superior

NILC
Since 1993

Acesse a ferramenta e conheça mais sobre índices no endereço <http://fw.nilc.icmc.usp.br:23380/cohmetrixport>



Coh-Metrix-Port 3.0

O Coh-Metrix-Port é uma tradução para o português brasileiro da ferramenta Coh-Metrix em inglês (<http://cohmetrix.com/>). Ela fornece índices para avaliar a coesão (harmonia entre as partes textuais), a coerência (ligação lógica entre as ideias) e a dificuldade de compreensão de um texto utilizando diversos níveis de análise linguística, tais como: lexical (ocorrência de termos diferentes, mas de mesmo significado), sintática (organização dos elementos na oração), discursiva (exame da estrutura para compreender a construção ideológica do texto) e conceitual (busca de termos obscuros que possuam definições mais claras).

Para usar, basta acessar o site do projeto, escrever ou colar o texto a ser analisado no campo correspondente e clicar no botão *submit*, aguardando a página exibir o resultado da análise.

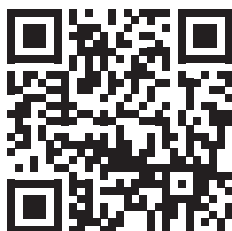
Nessa metodologia, diversos recursos e ferramentas de processamento de linguagem são utilizados para calcular as 46 diferentes métricas, entre elas o Índice de Leiturabilidade Flesch, Complexidade Sintática, Diversidade Léxica entre outros.



Biblioteca de design de padrões de contrato



A biblioteca com diversos modelos e exemplos está disponível em: <https://contract-design.worldcc.com/>



A *Contract Design Pattern Library* é uma biblioteca online de padrões de contrato, trazendo soluções para o problema de usabilidade e compreensão em contratos. Os padrões nesta biblioteca auxiliam a organizar as informações com mais clareza, para serem lidos, compreendidos e executados. A biblioteca visa diminuir problemas de compreensibilidade, que prejudicam até mesmo a implementação de contratos legalmente sólidos e adequados para transações.

O projeto tem o intuito de guiar o usuário na transformação visual do contrato, não disponibilizando soluções prontas que podem ser copiadas e coladas, mas sim diretrizes e exemplos que inspiram a melhorar o design da informação em contratos.

Os modelos orientam o usuário na ordenação do conteúdo, na construção de melhores sumários, tabelas, fluxogramas, linhas do tempo, entre outros elementos. Cada modelo traz uma explicação sobre si, sobre qual problema resolve, quando, por que usar e onde usar, além de exemplos de usuários que seguiram as diretrizes e aplicaram em seus contratos.

Biblioteca de padrões de design de contrato

Esta Biblioteca, com curadoria de World Commerce & Contracting, é uma coleção contínua de padrões de design de contrato – soluções eficazes e repetíveis para problemas de usabilidade e compreensão comuns em contratos. Os padrões de design de contrato ajudam você a organizar e comunicar seus contratos com mais clareza, para que sejam lidos, compreendidos e executados.

Explorar biblioteca



Projetando melhores contratos

Por que esta Biblioteca se concentra na usabilidade e compreensão do contrato



Padrões de design de contrato

Saiba mais sobre padrões de design e nossa abordagem de biblioteca de padrões



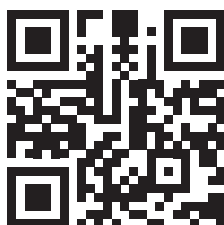
Como usar esta Biblioteca

Usando a Biblioteca pela primeira vez? Começa aqui.

Wordrake

WORDRAKE.

Conheça mais sobre o software e suas funcionalidades no site: <https://www.wordrake.com/>



O *Wordrake* é uma extensão para o programa Microsoft Word que realiza automaticamente a edição de textos (em inglês) removendo frases e palavras desnecessárias, o que torna os documentos mais curtos e claros.

Para utilizá-lo, é necessário adquirir uma licença ou fazer download para testes. Após a instalação do *plugin* no Word, basta clicar no botão que fica disponível na barra de ferramentas, aguardar o processamento e aceitar ou não as recomendações feitas.

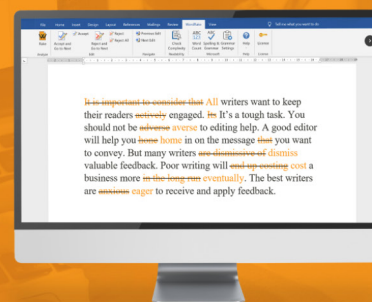
Sua principal diretriz é que, em um texto, cada palavra sem sentido acaba roubando atenção das que tentam transmitir algo. Eliminando as palavras irrelevantes, você permite que a mensagem correta capture o leitor, economiza tempo, dinheiro e maximiza o impacto de sua comunicação.

Conheça o seu editor ideal.
Conheça o WordRake.

Experimente o WordRake

Saber mais

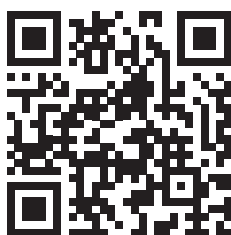
Edite perfeitamente para maior clareza e brevidade no Microsoft Word e Outlook.



Biblioteca de UX Writing



Para conhecer mais ou colaborar com o projeto, acesse: <https://www.uxwritinglibrary.com/>



A *UX Writing Library* é uma comunidade internacional de profissionais dedicados à pesquisa e divulgação das técnicas de *UX Writing*, prática essa que representa todo conteúdo escrito com intuito de garantir a melhor experiência do usuário de conteúdos digitais. Seus membros selecionam os melhores e mais úteis recursos deste campo e os organizam de maneira fácil de navegar e usar.

A biblioteca traz dicas de livros, eventos, cursos online, podcasts, matérias sobre primeiros passos em *UX Writing*, ferramentas úteis no processo de criação de textos, além de links para comunidades de diversos países, como Brasil e Portugal, nas quais é possível acessar outros tantos materiais e indicações.

Todos os recursos divulgados na biblioteca passam por avaliação, sendo previamente testados e aprovados ou tem recomendações notáveis. Recursos desatualizados, não práticos ou de campos alternativos são usualmente descartados.

THE UX WRITING LIBRARY



COMUNIDADES

Encontre uma comunidade de escrita UX perto de você e conheça seus colegas



CURSOS ONLINE

Cubra todos os conceitos básicos (e muito mais) no conforto da sua casa



INSPIRAÇÃO

Explore coleções de guias de estilo, vozes e capturas de tela



FERRAMENTAS

Plataformas e serviços para escrever e colaborar com sucesso



LIVROS

Todos os livros disponíveis sobre escrita e microcópia de UX



MAIS IDIOMAS

Dezenas de recursos em muitos outros idiomas

Hemingway Editor

Conheça mais sobre a ferramenta no endereço: <https://hemingwayapp.com/>

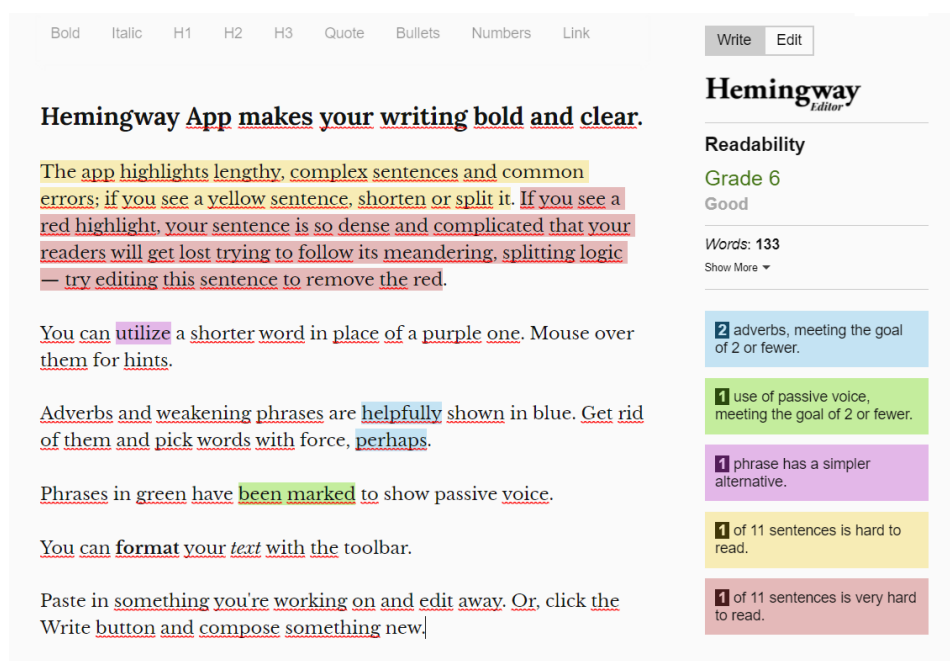


Hemingway - Editor de texto

O *Hemingway* é uma ferramenta web (em inglês) que atua como um corretor ortográfico, mas voltado para o estilo e organização do texto. Ele destaca em cores os trechos onde a escrita está muito densa, de modo que você possa reescrever o conteúdo e torná-lo mais claro e compreensível, tudo em tempo real.

Cada cor de destaque atribuída à frase ou palavra possui um significado. O amarelo e o vermelho indicam sentenças difíceis e muito difíceis de ler. O azul indica advérbios (que devem ser usados com cautela), o roxo indica palavra longa que pode ser trocada por outra menor e o verde indica voz passiva.

A ferramenta também mostra dados analíticos complementares, como tempo estimado de leitura, quantidade de palavras, sentenças e parágrafos, além do ranking atingido pelo texto na escala de leitura (facilidade/dificuldade de leitura).



The screenshot displays the Hemingway Editor interface. At the top, there is a toolbar with options: Bold, Italic, H1, H2, H3, Quote, Bullets, Numbers, and Link. Below the toolbar, the main text area contains several paragraphs of sample text. The text is color-coded: yellow highlights indicate complex sentences, red highlights indicate very complex sentences, blue highlights indicate adverbs, purple highlights indicate long words, and green highlights indicate passive voice. The sidebar on the right shows the Hemingway Editor logo, a 'Write' button, and an 'Edit' button. Below these, the 'Readability' section shows a 'Grade 6' rating and a 'Good' status. The 'Words: 133' count is also displayed. The sidebar lists several suggestions for improvement: 2 adverbs, meeting the goal of 2 or fewer; 1 use of passive voice, meeting the goal of 2 or fewer; 1 phrase has a simpler alternative; 1 of 11 sentences is hard to read; and 1 of 11 sentences is very hard to read.



Referências Bibliográficas

- BAEDECKE, Bengt; SUNDIN, Maria; **Plain Language in Sweden: a Progress Report**. Disponível em: <<http://en.copian.ca/library/research/plain2/sweden/report/sweden.pdf>> Acessado em: 14 nov. 2021;
- BRASIL. Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Lei de Acesso à Informação (LAI)**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20112014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em: 24 nov. 2021;
- BRASIL. Lei 13.460, de 26 de junho de 2017. **Lei da Carta de Serviços**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13460.htm>. Acesso em: 24 nov. 2021;
- BRASIL. Lei 14.129, de 29 de março de 2021. **Lei de Governo Digital**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14129.htm>. Acesso em: 24 nov. 2021;
- CENTER FOR PLAIN LANGUAGE. **History**. Disponível em: < <https://centerforplainlanguage.org/about/history/> > Acesso em: 02 nov. 2021;
- CLARITY. **About Clarity**. Disponível em: < <https://www.clarity-international.org/about-clarity/> > Acesso em: 06 nov. 2021;
- FISCHER, Heloisa. **Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania**. 1ª ed. 2018 Rio de Janeiro (p. 22, 24, 59-61). Edição do Kindle;
- GOVERNMENT OFFICES OF SWEDEN. **Organisation**. Disponível em: <<https://www.government.se/government-of-sweden/prime-ministers-office/organisation/>> Acessado em: 14 nov. 2021;
- INTERNATIONAL PLAIN LANGUAGE FEDERATION. **About us**. Disponível em: < <https://www.iplfederation.org/our-work/> >. Acesso em: 01 nov. 2021;
- LAW REFORM COMMISSION OF VICTORIA. **Legislation**, Legal Rights and Plain Language. The Plain Language Reference. Disponível em: < <https://victorialawfoundation.org.au/sites/default/files/resources/LRCV%20-%201986%20-%20Leg,%20Legal%20right%20and%20plain%20English.pdf>> Acessado em: 14 nov. 2021;
- OFFICE OF PARLIAMENTARY COUNSEL. **About the Office of Parliamentary Counsel**. Disponível em: <<https://www.opc.gov.au/about-opc>> Acessado em: 23 nov. 2021;
- OFFICE OF PARLIAMENTARY COUNSEL. **Plain English Manual**. Disponível em: < https://www.opc.gov.au/sites/default/files/plain_english_0.pdf> Acessado em: 23 nov. 2021;
- PLAIN LANGUAGE ACTION AND INFORMATION NETWORK. **About**. Disponível em: < <https://www.plainlanguage.gov/about/> > Acessado em: 13 nov. 2021;
- PLAIN LANGUAGE ACTION AND INFORMATION NETWORK. **Federal plain language guidelines**. Disponível em: < <https://www.plainlanguage.gov/guidelines/> > Acessado em: 21 nov. 2021;
- PLAIN LANGUAGE ACTION AND INFORMATION NETWORK. **Plain Language in Sweden**, the Results After 30 Years. Disponível em: < <https://www.plainlanguage.gov/resources/articles/plain-language-in-sweden/>> Acessado em: 14 nov. 2021;
- PLAIN LANGUAGE ASSOCIATION INTERNACIONAL. **Who we are**. Disponível em: < <https://plainlanguagenetwork.org/plain/who-we-are/> > Acessado em: 02 nov. 2021;
- RED DE LENGUAJE CLARO CHILE. **Sobre la Red**. Disponível em: < <http://www.lenguajeclarochile.cl/#Red> > Acessado em: 07 nov. 2021;
- SIMPLIFIXA. **Linguagem Simples**. Disponível em: < <https://www.simplifixa.com.br/linguagem-simples> >. Acesso em: 23 out. 2021;
- STYLE MANUAL. **The standard for Australian Government writing and editing**. Disponível em: <<https://www.stylemanual.gov.au/>> Acessado em: 23 nov. 2021;
- OLIVEIRA, RODRIGO; CAPPELLI, CLAUDIA; OLIVEIRA, JONICE. **An indicator of inefficient visualizations: the challenge of transparency during the COVID-19 pandemic in Brazil**. In: SBSI 2021: XVII Brazilian Symposium on Information Systems, 2021, Uberlândia Brazil. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3466933.3466937>> Acessado em: 25 nov. 2021;

OLIVEIRA, RODRIGO; CAPPELLI, CLAUDIA; OLIVEIRA, JONICE. **Diretrizes para o Design de Visualização da Informação: Estendendo a Linguagem Cidadã.** In: Anais do IX Workshop de Computação Aplicada em Governo Eletrônico (WCGE 2021), 2021. p. 259-266. Disponível em: <<https://sol.sbc.org.br/index.php/wcge/article/view/15994>> Acessado em: 25 nov. 2021;

OLIVEIRA, RODRIGO; CAPPELLI, CLÁUDIA; SANTORO, FLÁVIA. **CAMELoT - Tradutor Semiautomático de Processos em BPMN para Modelos Compreensíveis aos Cidadãos.** In: Anais do Workshop de Computação Aplicada em Governo Eletrônico (WCGE 2020). p. 1. Disponível em: <<https://sol.sbc.org.br/index.php/wcge/article/view/11253>> Acessado em: 25 nov. 2021;

CARVALHO, LUIZ PAULO; CAPPELLI, CLAUDIA; SANTORO, FLÁVIA MARIA. **BPMN pra GERAL, business process models in a citizen language.** In: SBSI'20: XVI Brazilian Symposium on Information Systems, 2020, São Bernardo do Campo Brazil. ACM. p. 1. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3411564.3411632>> Acessado em: 25 nov. 2021;

CARVALHO, LUIZ PAULO; CAPPELLI, CLAUDIA. **Linguagem Cidadã de Processos em Sistemas Digitais.** In: 17º Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade de Interfaces HumanoTecnologia e o 17º Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade de Interfaces e Interação HumanoComputador, 2019, Rio de Janeiro. Blucher Design Proceedings. São Paulo: Editora Blucher, 2019. v. 6. p. 1. Disponível em: <<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/34092>> Acessado em: 25 nov. 2021;

CARVALHO, L. P.; CAPPELLI, C.; SANTORO, F. M.. **Framework para tradução de modelos de processo de negócio para Linguagem Cidadã.** In: Anais do Simpósio Brasileiro de Sistemas de Informação, 2018. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/sbsi_estendido/article/view/6207> Acessado em: 25 nov. 2021;

CUNHA, L. M.; CAPPELLI, C.; SANTORO, F. M.. **Semiotic Engineering to define a Declarative Citizen Language.** In: 8th International Conference on Human-Computer Interaction (HCI), 2017, Toronto. Proceedings of 18th International Conference on Human-Computer Interaction, 2017. v. 1. p. 1. Disponível em: <https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58524-6_40> Acessado em: 25 nov. 2021;