

MANUAL DE BOAS PRÁTICAS

Publicadores de Conteúdo



PREFEITURA DE
SÃO PAULO

SUMÁRIO



1. PORQUE SER ACESSÍVEL	3
1.1 O que é acessibilidade digital?	4
1.2. Acessibilidade	5
2. BOAS PRÁTICAS	6
2.1. Redação	7
2.2. Imagens	9
2.3. Vídeos	12
2.4. Redes sociais	13

1. PORQUE SER ACESSÍVEL

A Convenção Internacional Sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, adotada pela ONU em 30 de março de 2007, em Nova York, e ratificada pelo Decreto Federal nº 6.949 de 25 de agosto de 2009 [2], estabelece em seu artigo 9º item 1:

*“A fim de possibilitar às pessoas com deficiência viver com autonomia e participar plenamente de todos os aspectos da vida, os Estados Partes deverão tomar as medidas apropriadas para assegurar-lhes o acesso, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, ao meio físico, ao transporte, à **informação e comunicação, inclusive aos sistemas e tecnologias da informação e comunicação**, bem como a outros serviços e instalações abertos ou propiciados ao público, tanto na zona urbana como na rural”.*

A acessibilidade pode proporcionar a todos nós facilidade de uso, rapidez, eficiência, maior conforto, satisfação e segurança.

Para as pessoas com deficiência, a acessibilidade possibilita equiparação de oportunidades e uma vida com autonomia e com maior participação em todos os seus aspectos.

1.1 O QUE É ACESSIBILIDADE DIGITAL?

Podemos dizer que a acessibilidade digital se trata da possibilidade e da condição de alcance, percepção e entendimento para a utilização, em igualdade de oportunidades, com segurança e autonomia, dos sítios e serviços disponíveis na web.

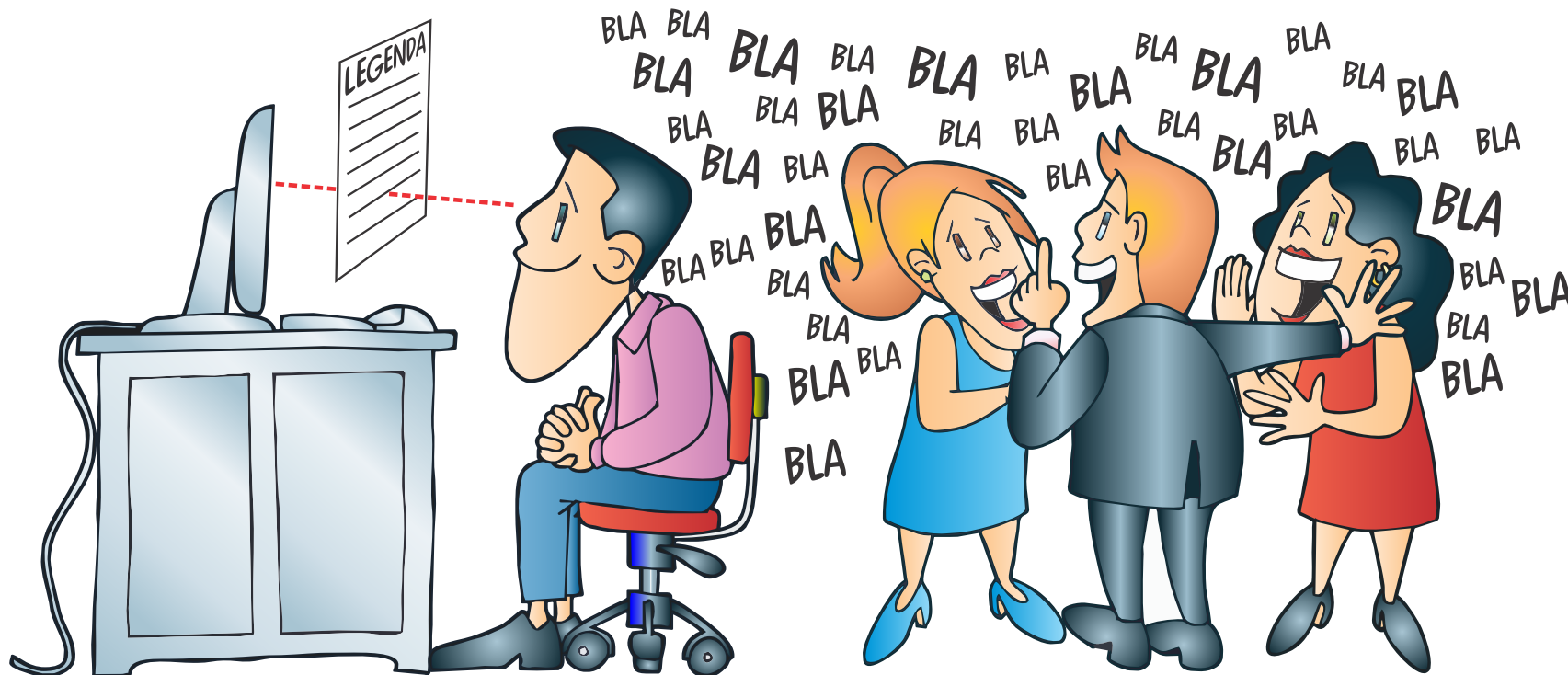
A acessibilidade na web significa que idosos e pessoas com deficiência por exemplo, podem navegar, perceber, entender, interagir e até contribuir para a web.

O **cidadão**, habitante da cidade de São Paulo pode, por exemplo, **realizar alguns serviços pela internet**, como: agendamento eletrônico para cadastro no ISS Imposto Sobre Serviços, marcar um exame médico, ver o itinerário de ônibus, ver a programação cultural da cidade, escolher o local mais próximo para vacinar seu animal de estimação, solicitar a retirada de entulho, poda de árvore, concerto de calçadas, tapa-buracos, e outros serviços.

Mas, esta facilidade disponível ao cidadão pode ficar comprometida se os sites para estes serviços não forem acessíveis.

Por outro lado, quando há acessibilidade digital nos serviços oferecidos pela web, isto contribui para a eliminação de barreiras causadas pela impossibilidade de locomover-se até determinado local, ler material impresso, ouvir as informações transmitidas ou compreender informações publicadas em ambientes confusos e com muita estimulação.

Além dos sites serem acessíveis, seu conteúdo precisa estar acessível também. **A redação deve ser clara, as imagens devem ser descritas e deve haver legendas para os vídeos.**



1.2 ACESSIBILIDADE

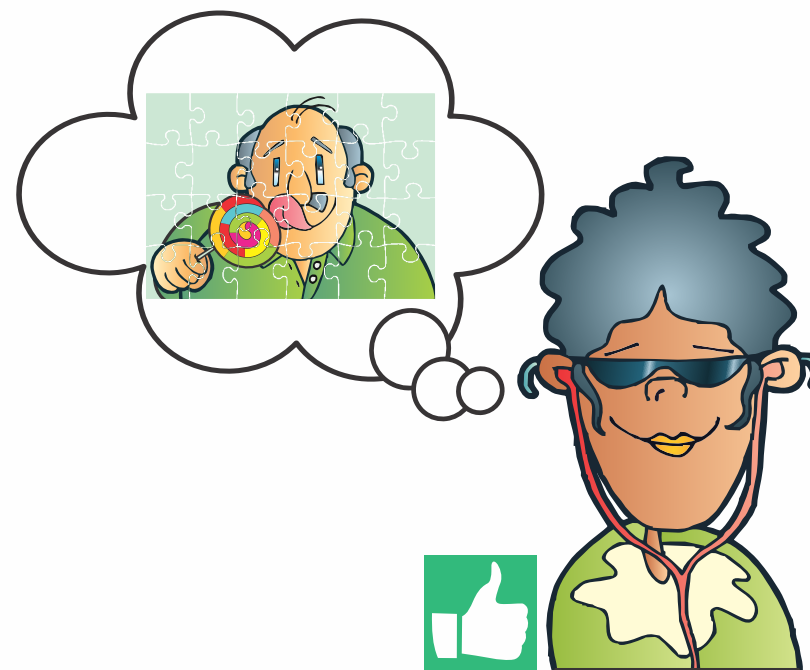
O escopo de acessibilidade do presente manual contempla a **deficiência visual parcial ou total**. Eventualmente poderão ser incluídas orientações para acessibilidade para outras deficiências como a auditiva e motora, por exemplo.

As dificuldades encontradas pela maioria das pessoas com deficiência visual referem-se ao conteúdo **não-textual**, ou seja, imagens e vídeos. Isso ocorre, pois a ferramenta de leitura de tela comumente usada pelos deficientes visuais percorre todo o conteúdo e quando encontra uma imagem, por exemplo, procura pelo texto alternativo para informar ao usuário o que aquela imagem contém.



Se este texto alternativo não existe ou é superficial o usuário não tem acesso ao que a imagem representa e qual a relevância dela para a compreensão do texto.

O texto alternativo de imagens ou sinopse de vídeos não deve ser a cópia de um trecho do conteúdo que já está presente no texto, pois quem utiliza a ferramenta de leitura de tela receberá a informação duplicada. Esta duplicidade causa desconforto e confusão para o usuário.



2. BOAS PRÁTICAS

A experiência de navegação em um site precisa ser fácil, agradável e interessante ao usuário, para isso é importante observar como o conteúdo está sendo oferecido neste meio, quais os caminhos que o usuário deve percorrer até chegar até uma informação específica e certificar-se que tudo funciona bem tanto no cognitivo quanto em suas funções.

Para que esta experiência seja boa é preciso atentar-se a forma como o texto é direcionado ao seu público alvo, se é de fácil entendimento, se tem clareza e termos de fácil compreensão, também é preciso que o site tenha um bom layout, as imagens e demais ilustrações da página precisam ter boa qualidade, nitidez, cores com bom contraste e serem de fácil entendimento ao que se propõem, da mesma forma precisam ser as demais mídias disponibilizadas como vídeo e áudios.

Todos os conteúdos publicado em uma página devem levar em consideração a facilidade de entendimento e navegação do seu público alvo.

2.1 REDAÇÃO

Escrever é um processo de descobrimento, por isso se aprende na prática. Contudo, organização e disciplina são fundamentais nessa hora e quando se fala de comunicação institucional todo cuidado e atenção **são importantes**.

Vejam algumas dicas de redação para produzirem textos melhores:

1) Seja específico, definido, concreto e não **disperse** o foco. Isso mantém o leitor interessado.

Descubra o que pretende com o seu texto. Qual seu objetivo? **Informar, persuadir, entreter, argumentar, avaliar, recomendar, provocar, inspirar, analisar...** São inúmeras possibilidades. Você fala direto com o cidadão que vive na cidade de São Paulo, busque fazer conexões com situações do cotidiano, isso cria familiaridade e aproxima o leitor.

2) Defina quem é o seu público. Antes de começar a escrever, pense nessas questões:

Você escreve para: uma autarquia,

secretaria, prefeitura regional, algum programa da PMSP, etc.

Busque entender qual o nicho dos munícipes que mais consomem o seu conteúdo e use uma linguagem que fale diretamente com ele.

Qual o propósito da sua escrita?

Você está apenas informando?

É um artigo? É uma notícia?

Seu público é multicultural?

Será que seus leitores precisam de dados estatísticos para serem convencidos?

Quais conceitos você deve enfatizar?

O que você tem a dizer que vai gerar uma nova perspectiva?

Que impressões você quer transmitir com o texto?

3) Leve em conta todas as circunstâncias, tais como: **prazo, formato, tamanho e número de palavras**.

Neste caso, os sistemas de publicação de conteúdo devem permitir trabalhar livremente no campo de texto, então, escreva o suficiente para dizer tudo o que o leitor precisa saber.

4) Abandone as ideias que não se encaixam no contexto ou não são relevantes. **Foco no objetivo do texto**, isso vai te ajudar com a síntese das ideias.

5) Reescreva as passagens que estiverem confusas. É melhor perder um tempinho a mais, do que despertar o **desinteresse do leitor**.

Sempre que concluir um texto, peça para outra pessoa lê-lo e dizer qual foi sua compreensão sobre o conteúdo, nosso cérebro tende a não ver os erros quando estamos há muito tempo concentrado em apenas uma coisa, por isso a importância de ter alguém que o ajude na revisão, não apenas gramatical e ortográfica.

6) Capriche na revisão. Preste atenção na digitação, gramática, ortografia e pontuação. **Desleixos com a escrita são imperdoáveis**, ainda mais se forem constantes.

7) Muita atenção ao primeiro parágrafo. **Ele deverá ter como propósito prender a atenção do seu leitor**. Para isso use: linguagem clara, objetiva, bom humor, citações, dados de alguma pesquisa ou fatos interessantes. Assim, terá mais chances de cativar o leitor.

8) Trabalhe a coesão. Utilize conjunções para ligar corretamente uma frase à outra, um parágrafo ao outro e uma seção à outra. **Isso direciona a leitura e a torna mais prazerosa**. A coesão no assunto também é fundamental.



9) Tipo de fontes - Ao contrário da leitura em impressos no meio

digital recomenda-se usar fontes sem serifas já que os pequenos detalhes das fontes serifadas pode não ter boa legibilidade nas telas.

Evite o uso de fontes cursivas e fantasia.

Sinalize os links no texto com palavras sublinhadas e de cor diferente do texto corrido.

Use fontes em **itálico** para: grafia estrangeira, sentido figurado, citação, título, indicações de fonte, etc.

	
<p>Lorem ipsum Etra vivasdam. Scis, consimp lisqua videm publiquidenosta, Catudacertam etiampl. cretissene caestrum, consicien il vehendu cerribu satuusa revis condiis. Diem duci ia oc ta et verei criorum mentio conestuis condent erceris actumus peris. Iquem abit, quast? Hocati, fursultus. Ricasdram quodiem. Etrortam</p>	<p>Lorem ipsum Etra vivasdam. Scis, consimp lisqua videm publiquidenosta, Catudacertam etiampl. cretissene caestrum, consicien il vehendu cerribu satuusa revis condiis. Diem duci ia oc ta et verei criorum mentio conestuis condent erceris actumus peris. Iquem abit, quast? Hocati, fursultus. Ricasdram quodiem. Etrortam condioemur. Opimperit, iaes hora Sentus omacia ecri porionsid inpridi issediud es! Sp. Diem</p>

9.1) Tamanho das fontes - Ler um texto em mídia digital requer uma distância maior entre o olho e o texto do que numa leitura em meio impresso, por isso é necessário que o texto esteja em um tamanho confortável em relação a esta distância. E isto deve ser customizado de acordo com a mídia, afinal, esta distância de leitura também vai variar em um smartphone, tablet, televisão, etc.

Ao determinar a fonte num site, selecione um tamanho confortável: entre **14 e 16 pixels** para a maioria das fontes de texto para tela é uma boa regra.

9.2) Contraste - **O contraste de 100%, no caso de monitores, não é recomendável.** Quando a cor do fundo for completamente branca um cinza bem escuro como #333 ou #444 é mais confortável para leitura do que o preto total (#000).

Uma boa escolha de fundo para um site é a baseada numa cor que permita o destaque do texto em contraste. Isto faz com que seja fácil e rápido do utilizador ler o título e o corpo de texto de forma mais clara.



10) Ler um texto em voz alta possibilita que você avalie a coesão dele. Evite as combinações de palavras que não soam muito bem. Caso perceba a existência dessas combinações ruins no seu texto, basta substituir as palavras por sinônimos ou expressões equivalentes. (Esse vício de linguagem se chama cacofonia e acontece quando a junção de duas sílabas, uma no final da palavra e outra no início de outra, se encontram e resultam em um “som desagradável”; acabam formando outra palavra.)

11) Recorra a ganchos e links. Utilize-os para aumentar ainda mais o envolvimento do leitor com o seu texto; unindo a sua informação a outras que estejam em outros lugares na web (especialmente dentro dos sites da própria PMSP. Para criar links, insira-os na frase que melhor descreve o conteúdo de destino do link, e evite os textos “clique aqui” ou “saiba mais”.

2.2 IMAGENS

Ao escrever um texto é comum incluir imagens para enriquecer o conteúdo. Essas imagens podem ser somente ilustrativas, como a foto panorâmica da cidade de São Paulo, ou altamente significativa, como a cerimônia de apresentação de um programa de governo. Em ambos os casos é necessário **descrever a imagem de forma clara, objetiva e consistente**.

Procure usar imagens que sirvam de apoio ao conteúdo textual ou que funcionem como complemento da informação. **Nunca use textos longos em formato de imagem**.

Busque sempre usar imagens de **alta qualidade de baixo peso** (as imagens precisam ter 72DPI considerando seu tamanho físico sem perder a qualidade da imagem). Imagens pixelizadas ou desfocadas não trazem uma boa impressão sobre seu layout, prefira imagens nítidas com equilíbrio de cores, contraste e brilho.



Seja cauteloso ao usar imagens com fotos de pessoas comuns, as fotos precisam ter autorização de uso da imagem para divulgação.

Ao usar imagem em destaque num banner use figuras que transmitam a mensagem de forma clara e evidente e que necessitem de **pouco apoio textual** (títulos e sub-títulos).

Para garantir a acessibilidade das imagens é necessário informar o texto alternativo. É importante **não utilizar adjetivos que possam conduzir a opinião do usuário**, tais como “bela”, “linda”, “incrível”, da mesma forma que ocorre com qualquer usuário que não apresenta deficiência visual e que faz o julgamento da imagem da maneira que quiser.

Para que isso seja feito é importante informar três características que são encontradas na maior parte das imagens de forma sintética:

O que | Onde | Contexto

Veja os exemplos de descrições:



<http://observasampa.prefeitura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2014/07/imgDestaque00011.jpg>

Inadequadas ✕

Vista panorâmica
Lindo panorama da cidade
Foto da cidade
Imagem ilustrativa

Adequada ✓

Vista panorâmica da cidade de São Paulo com foco nos prédios da região central

Inadequadas ✕

Carnaval
Bloco de rua “Maluca Beleza”
Imagem do Carnaval de rua

Adequada ✓

Foliões do bloco “Maluca Beleza” na Avenida São Luiz, localizada centro, desfilam no Carnaval de rua de São Paulo



<http://carnavalderua.prefeitura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2016/02/blocofuzue.jpg>

Inadequadas ✕

Centro temporário de acolhimento
Foto do CTA
Beliches

Adequada ✓

Beliches com um cobertor dobrado sobre cada colchão no centro temporário de acolhimento distribuídas em ambiente iluminado



http://capital.sp.gov.br/fotos-para-noticias/2017-05/20170510_inauguracao_cta_mooca/20170510_cta_mooca_012_lr.jpg/image_view_fullscreen

Inadequadas



Daniela Mercury

Adequada



Cantora Daniela Mercury no palco localizado na Praça Júlio Prestes na região central de São Paulo faz discurso sobre preconceito na Virada Cultural 2013

<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/comunicacao/noticias/imagens/2013-05-18-fa-virada-cultural-9.JPG>



http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/regionais/upload/chamadas/sem_titulo_1490016015.jpg

Inadequadas



Logotipo
Procon Paulistano

Adequada



Logotipo do Procon
Paulistano Digital

Inadequadas



Mapa da cidade de São Paulo mostrando o uso do solo

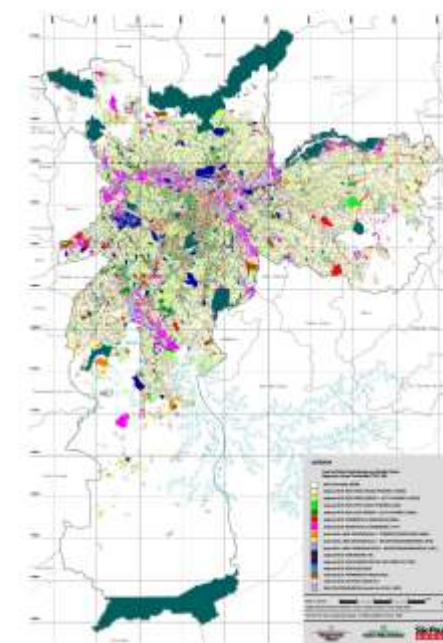
Mapa da cidade com áreas coloridas

Mapa

Adequada



Mapa da cidade de São Paulo com foco no uso do solo por quadra fiscal mostrando áreas coloridas de acordo com a legenda



<http://atlasambiental.prefeitura.sp.gov.br/mapas/109.jpg>

No caso de mapas e infográficos a informação visual pode ser mais significativa que o texto. **É importante que o conteúdo do mapa ou infográfico também esteja presente de forma textual.** Porém, o ideal é que este conteúdo acessível, que deve conter exatamente as mesmas informações do mapa ou infográfico, esteja presente em outra página (outra notícia ou outro artigo), sendo que o acesso a este artigo deve ser feito por um link “descrição acessível” no texto principal para manter a clareza.

2.3 VÍDEOS

Sempre que possível, prefira a publicação de **vídeos curtos com mensagens diretas**.

Atenção à qualidade de imagem e de som do vídeo.

Para garantir os critérios de acessibilidade é necessário incluir a sinopse que descreve o conteúdo. **A descrição pode ser mais detalhada no formato de resumo**. Por exemplo:

Vídeo:

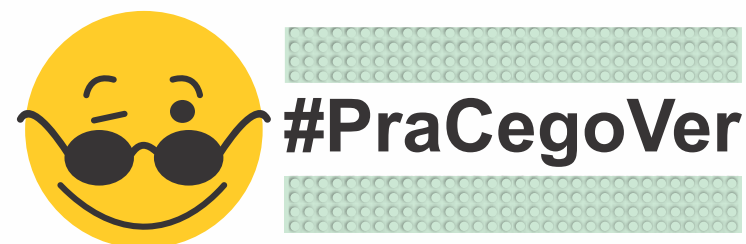
Coletiva de imprensa da Virada Cultural 2017

Sinopse:

Cerimônia oficial de lançamento da Virada Cultural 2017 com a presença do prefeito João Doria, presidente da SP Turis David Barioni, representante da curadoria da Virada Cultural Hugo Passolo, Secretário da Cultura André Sturn e do cônsul geral de Portugal Paulo Lopes Lourenço. No vídeo as falas são de David Baroni, Hugo Passolo e André Sturn, nesta ordem.

2.4 REDES SOCIAIS

Cada rede social possui recursos próprios de acessibilidade. Alguns mais maduros que outros, porém um projeto que está se popularizando na Internet propõe o uso de uma hashtag que identifique o conteúdo de uma imagem presente no post. A hashtag **#PraCegoVer** tem sido utilizada como alternativa à falta de recurso para inclusão do texto alternativo das plataformas. A vantagem é que é possível utilizar a hashtag nas redes sociais mais populares.



Veja exemplos:

Facebook:

https://ptbr.facebook.com/hashtag/pracegover?source=feed_text&story_id=1282608151769692

Instagram:

<https://www.instagram.com/explore/tags/pracegover/>

A Prefeitura de São Paulo também adotou esta hashtag no Facebook e ela deve ser usada para descrever imagens da mesma maneira descrita acima mantendo a consistência: **o que, onde e contexto.**

Abaixo seguem os recursos que cada rede social oferece quanto à acessibilidade:



Facebook

Texto alternativo: o Facebook está aperfeiçoando um algoritmo para identificação do conteúdo das imagens para gerar o texto alternativo automaticamente.

Leia o artigo: Como o texto alternativo automático funciona?

https://ptbr.facebook.com/help/216219865403298?helpref=faq_content

Sinopse dos vídeos: Assim como deve ser feita a inclusão esta informação em textos dos sites e portais da PMSP também no Facebook é necessário incluir a sinopse no momento da publicação do vídeo.



Twitter

Em 2016 o Twitter atualizou os aplicativos mobile para que seja possível escrever o texto alternativo de uma imagem na rede social.

O recurso já está disponível na versão para computador.

Leia o artigo: Imagens acessíveis a todos no Twitter

<https://blog.twitter.com/pt/2016/imagens-acess-veis-a-todos-no-twitter>



Instagram

O Instagram ainda não oferece um recurso para inclusão de texto alternativo para as imagens. A única forma é utilizar a legenda.



Não Permitido

Textos longos, confusos, sem objetividade, com gírias, erros de ortografia ou de gramática.



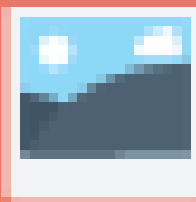
Fontes cursivas ou fantasias.



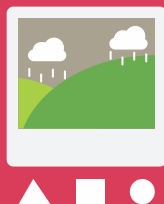
Baixo contraste entre fonte, fundo e demais elementos do layout.



Imagens desfocadas e de baixa qualidade.



Imagens com descrição inadequadas para cegos, vagas ou incompletas.



Vídeo sem legendas ou interprete de libras.



Permitido

Textos objetivos, com linguagem clara, sem erros de ortografia ou de gramática.



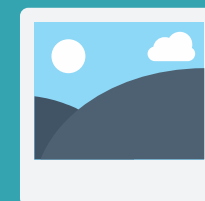
Fontes sem serifas.



Bons contrastes entre fonte, fundo e demais elementos do layout.



Imagens com nitidez e de alta qualidade.



Imagens com descrição adequadas para cegos, com informações claras e objetivas.



Vídeo com legendas ou interprete de libras.





PREFEITURA DE SÃO PAULO

João Doria

PREFEITO DA CIDADE DE SÃO PAULO

Fabio Santos

SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Cid Torquato

SECRETARIA MUNICIPAL DA PESSOAL COM DEFICIÊNCIA

Daniel Annenberg

SECRETÁRIO MUNICIPAL DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

CONTEUDISTAS:

Alcione de Godoy, Denis Sakamoto,
Douglas Bernardes de Souza, Igor Cavalcanti,
Kamila Aparecida Ferreira Camilo,
Laila Dell' Antonia Scarassati e Sidney Tobias de Souza

ILUSTRAÇÃO E DIAGRAMAÇÃO:

Erick Mendes e Francisco Ferreira