



GUIA de LINGUAGEM SIMPLES do ICICT

AUTORAS:
Liana Braga Paraguassu
Valéria Machado da Costa

ICICT | FIOCRUZ
NOVEMBRO 2023
VERSÃO 1





GUIA de
LINGUAGEM SIMPLES
do ICICT

Liana Braga Paraguassu
Valéria Machado da Costa

RIO DE JANEIRO
OUTUBRO | 2023

EXPEDIENTE FIOCRUZ

Presidente
Mario Moreira

Chefia de Gabinete
Zélia Profeta

Diretor-Executivo
Juliano Lima

Vice-Presidência de Ambiente, Atenção e
Promoção da Saúde
Hermano Casto

Vice-Presidência de Educação, Informação e
Comunicação
Cristiani Vieira Machado

Vice-Presidência de Pesquisa e Coleções Biológicas
Maria de Lourdes Aguiar Oliveira

Vice-Presidência de Produção e Inovação em Saúde
Marco Krieger

EXPEDIENTE ICICT

Diretor
Rodrigo Murtinho

Vice-Diretora de Informação e Comunicação
Tania Cristina Pereira dos Santos

Vice-Diretora de Pesquisa
Mônica de Avelar Figueiredo Mafra Magalhães

Vice-Diretora de Ensino
Mel Bonfim

Vice-Diretora de Desenvolvimento Institucional
Ingrid Jann

Chefe de Gabinete
Claudenice Carvalho Girão

GUIA DE LINGUAGEM SIMPLES ICICT/FIOCRUZ

AUTORAS:

Linguagem Simples – Liana Braga Paraguassu | Mestre em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

Acessibilidade – Valéria Machado da Costa | Doutora em Informática na Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

ORGANIZADORAS:

Fundação Oswaldo Cruz
Liana Braga Paraguassu
Valéria Machado da Costa
Juliana Krapp Guimarães

COLABORADORES:

Juliana Krapp Guimarães
Cláudio Viola da Silva

PROJETO GRÁFICO

Valéria de Sá

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Valéria de Sá

REVISÃO:

Wendell Sussuarana Setubal
e Juliana Krapp Guimarães

P222 Paraguassu, Liana Braga
Guia de linguagem simples do ICICT / Liana Braga Paraguassu,
Valéria Machado da Costa. – Rio de Janeiro: ICICT/Fiocruz, 2023.
66 p. : il. color.

Bibliografia: p. 66
ISBN: 978-65-87975-03-0.

1. Linguagem Simples. 2. Linguagem Simples na Saúde. 3. Acessibilidade.
I. Costa, Valéria Machado da. II. Fundação Oswaldo Cruz. Instituto de
Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde. III. Título.

CDD 401.47

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca de Manguinhos/ICICT/Fiocruz,
sob responsabilidade de Regina Maria de Souza – CRB-7/7438.



Este trabalho está licenciado sob CC BY-NC-SA
4.0. Para visualizar uma cópia desta licença, visite
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	07
O GUIA	09
Quem pode usar este guia?	10
Linguagem Simples: <i>contexto histórico e definição</i>	10
O que é Linguagem Simples?	11
Por que devo usar Linguagem Simples?	12
Perfil do leitor brasileiro	15
Linguagem Simples na Saúde	16
Como aplicar a Linguagem Simples	16
ANTES DE ESCREVER	17
PENSE NO PÚBLICO LEITOR E NA FINALIDADE DO DOCUMENTO	18
DURANTE A ESCRITA	19
1 - ORGANIZE AS IDEIAS E O CONTEÚDO	20
1.1. Qual é a mensagem principal do texto?	20
1.2. Coloque a informação mais importante primeiro	20
1.3. Pense nos títulos e subtítulos	21
2 - ESTRUTURE O TEXTO	23
2.1. Escreva frases curtas	23
2.2. Use a ordem direta: sujeito + verbo + objeto	25
2.3. Escreva parágrafos curtos	26
2.4. Prefira frases afirmativas	26
2.5. Coloque a ideia principal antes das exceções	27
3 - ESCOLHA BEM AS PALAVRAS	27
3.1. Use a forma mais simples do verbo	27
3.2. Evite transformar verbos em nomes	28
3.3. Prefira palavras concretas	28
3.4. Elimine palavras desnecessárias	29
3.5. Use palavras conhecidas do leitor	31
3.6. Evite sinônimos	32
3.7. Prefira palavras curtas	33

3.8. Como lidar com os termos	33
3.9. Evite usar pronomes no lugar dos substantivos	34
3.10. Use uma linguagem que aproxima	35
3.11. Evite advérbios terminados em –mente	35
3.12. Como lidar com siglas, abreviaturas e estrangeirismos	36
4 - DEIXE O SEU TEXTO MAIS ATRAENTE AOS OLHOS DO LEITOR	38
4.1. Não se esqueça da legibilidade	38
4.2. Dê exemplos	39
4.3. Use listas, gráficos e figuras (quando possível)	40
4.4. Use grifos para destacar os conceitos principais	42
DEPOIS DE ESCREVER	43
Releia o texto e peça ajuda a um(a) colega	43
Aplique fórmulas de leituraabilidade	43
Teste com leitores reais!	43
Checklist da Linguagem Simples	45
MATERIAL COMPLEMENTAR	49
Textos para a internet	50
Como as pessoas usam a internet	50
Os padrões de leitura na internet	51
Como escrever textos simples para a internet	52
Fórmulas de leituraabilidade e recursos tecnológicos gratuitos	55
Diferenças entre abreviação, abreviatura e sigla	62
Diferentes formas de testagem dos textos	63
Normativas e propostas legislativas relacionadas ao tema da Linguagem Simples no brasil	65

APRESENTAÇÃO

“SAÚDE É DEMOCRACIA. DEMOCRACIA É SAÚDE.”

A afirmação, do sanitarista Sergio Arouca, ocorreu em 1986. Foi durante seu discurso na Oitava Conferência Nacional de Saúde, um encontro histórico em Brasília: nasciam ali as bases do Sistema Único de Saúde, o SUS. O Brasil experimentava dias especiais. Estava, afinal, retomando o espírito democrático. Inclusive com a construção de uma nova Constituição. Nos muitos debates para o desenho de nosso novo pacto democrático, florescia a ideia de que saúde ia muito além da mera ausência de doença.

Saúde, afinal, também tem a ver com os direitos que deveriam ser essenciais a todos os brasileiros. Direito a ter uma casa. Direito à alimentação, ao saneamento básico, ao lazer. Direito ao voto, direito à cidadania. E, podemos afirmar hoje, com ainda mais ênfase do que em 1986: direito, também, à comunicação e à informação.

O direito à comunicação e à informação é fundamental para assegurar o direito à saúde. É sobre essa premissa que o Instituto de Comunicação e Informação em Saúde (Icict), integrante da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), tem desenvolvido sua trajetória.

A pandemia de covid-19 escancarou a centralidade que tem a comunicação, hoje, para os processos de saúde pública. Mas a crise sanitária enfatizou, também, os inúmeros desafios que a comunicação pública e a divulgação científica enfrentam nos dias atuais. E deu relevo à urgência de “desburocratizar” e “descomplicar” a linguagem usada pelas instituições públicas, tradicionalmente, para se comunicar com seus diferentes públicos.

Seja para, por exemplo, fortalecermos a vacinação como ferramenta fundamental para a segurança das populações. Seja para ampliarmos a participação social, dimensão básica de toda democracia que se quer forte. Seja para a democratização do conhecimento científico, o uso da linguagem simples pelas instituições públicas é elemento primordial.

E está relacionado a outro conceito-chave na luta por uma sociedade mais equânime: a Gestão do Relacionamento com o Cidadão. Ou seja: “uma filosofia gerencial que representa o esforço de todos os níveis de governo em atender com rapidez e precisão às necessidades, solicitações e indagações dos cidadãos, promovendo mudanças nas políticas, práticas e procedimentos do setor público” (Shaikh, 2014 apud Carvalho *et al.*).

A Política de Comunicação da Fiocruz, publicada em 2016, destaca que

[é preciso] qualificar cada vez mais [a] interação e comunicação direta com a população, por meio da valorização e integração dos serviços de relacionamento com o cidadão, além da interface com públicos específicos. Mais do que isso, o

desafio não se resume a qualificar o atendimento, mas ampliar os canais de acesso e diálogo, e contribuir para a produção de conteúdo focada no cidadão, a partir da ausculta social, fortalecendo o caráter público, participativo e democrático da comunicação realizada pela Fundação (Pontes et al., 2016).

O Icict investe em diferentes ações com o intuito de melhorar, e qualificar, o Relacionamento com o Cidadão. Seja por meio de um serviço de atendimento ao cidadão, via Fale Conosco e chatbots, seja a partir da simplificação de conteúdos-chave voltados, principalmente, para tirar dúvidas do cidadão, como as Perguntas e Respostas de covid-19 e esporotricose, e infográficos sobre doenças.

Em 2021, a partir da criação da Rede Integrada de Relacionamento com o Cidadão (RIRC), Portaria nº 563/2021, esse trabalho iniciou uma nova etapa com a obrigatoriedade do uso da ferramenta do Fale Conosco, desenvolvida pelo Icict, por todas as unidades da Fiocruz, sob a supervisão técnica da Ouvidoria.

Com esta integração, os modelos de resposta de ambos os canais passaram por uma simplificação, visando a uma maior compreensão por parte das pessoas.

Este Guia de Linguagem Simples do Icict/Fiocruz é um dos resultados do projeto “Criação da Rede Integrada de Relacionamento com o Cidadão (RIRC) para apoio à comunicação integrada da Fiocruz com o cidadão” – do Edital Inova Gestão (2020/2021), coordenado pela Ouvidoria em parceria com a equipe do Fale Conosco do Portal Fiocruz. E está integrado também a outras iniciativas, como o projeto de reformulação do site do Icict¹ e os projetos de desenvolvimento de chatbots².

Todos esses projetos fazem parte do Programa Inova, da Fiocruz, lançado em 2018, que tem como objetivo fomentar a pesquisa e a inovação, resultando na entrega de produtos/conhecimento/serviços para a sociedade.

A elaboração deste Guia foi feita em parceria com a Assessoria de Comunicação do Icict (Ascom-Icict) no sentido de buscar atender às demandas da unidade no que diz respeito a uma escrita mais simples e acessível ao seu público. E, com isso, prosseguir no encalço da comunicação e da informação como peças-chave para que a saúde seja, de fato, um direito de todos.

*Juliana Krapp e
Valéria Machado*

¹ Questão de Cidadania: introduzindo a linguagem simples na comunicação do Icict (Pipdt/Icict, 2021).

² O chatbot como ferramenta de gestão da informação sobre ensino na Fiocruz (Edital Inova Gestão, 2021) e Melhorando a qualidade do atendimento ao cidadão no Guia de Serviços da Fiocruz: uso do chatbot com inteligência artificial para atendimento imediato (Edital Produtos Inovadores - 3ª edição, 2023).

O GUIA

Quem pode usar este guia?

Linguagem Simples: contexto histórico e definição

O que é Linguagem Simples?

Por que devo usar Linguagem Simples?

Perfil do leitor brasileiro

Linguagem Simples na Saúde

Como aplicar a Linguagem Simples

O GUIA

O Guia de Linguagem Simples do Ict/Fiocruz não é uma cartilha ou manual que deva ser lido e seguido do começo ao fim. Este Guia não é um material prescritivo, que tenha como objetivo mudar o seu estilo de escrita ou impor como você, trabalhador da Saúde, deve escrever daqui em diante. Como o próprio nome sugere, um guia é um material de orientação. Neste Guia, são apresentadas técnicas de comunicação e escrita que podem ajudar você a escrever de forma mais simples para um público leitor em foco, formado por pessoas que não estão habituadas à linguagem especializada da Saúde³.

QUEM PODE USAR ESTE GUIA?

O Guia de Linguagem Simples do Ict/Fiocruz é recomendado para jornalistas da área de Saúde, profissionais da linha de frente, redatores, cientistas ou qualquer pessoa que produza conteúdo em Saúde para a sociedade.

LINGUAGEM SIMPLES: contexto histórico e definição

A Linguagem Simples é uma forma de comunicação muito difundida em outros países como Argentina, Chile, Estados Unidos, Inglaterra e Portugal.

Nos Estados Unidos, a ideia de *Plain Language*, como chamam por lá, esteve ligada historicamente ao movimento pelos Direitos Civis. Ou seja, cresceu no bojo da luta por reformas que buscavam abolir as discriminações em geral e, em especial, a segregação racial.

No Brasil, o movimento em prol da Linguagem Simples não se estabeleceu como produto do ativismo. Porém, mais recentemente, o setor público tem percebido a necessidade de se comunicar de maneira mais eficaz com o cidadão. Melhorar a comunicação, afinal, amplia a confiança nas instituições, fortalece a transparência e a participação social, estimula a cidadania. É com esse enfoque que a Linguagem Simples vem ganhando força nos últimos anos, em nosso país.

³ Este guia teve como base as diretrizes do *Federal Plain Language Guidelines*.

O QUE É LINGUAGEM SIMPLES?

A Linguagem Simples é uma forma de comunicação objetiva, simples e inclusiva. A estrutura textual é enxuta, com frases e parágrafos curtos. Evita ambiguidade e procura usar um vocabulário conhecido do interlocutor. Permite que o público-alvo se concentre na mensagem principal do texto em vez de se distrair com uma linguagem complicada e inacessível. Na Linguagem Simples, o público-alvo está sempre em primeiro lugar.

O QUE É



Escrever/falar sempre pensando no leitor/interlocutor. Ele é a nossa bússola

Escrever/falar com palavras simples, conhecidas do leitor/interlocutor

Usar uma estrutura de texto simples, com frases curtas

Adequar o conteúdo a quem o lê/escuta

Forma de democratizar o conhecimento e promover a inclusão social

O QUE NÃO É



Escrever/falar de forma simplória e infantilizada

Escrever/falar de forma coloquial, usando gírias ou linguagem típica de WhatsApp e redes sociais

Retirar conteúdo importante do texto porque é complexo. O conteúdo precisa ser simplificado, não excluído

Tratar as pessoas como incapazes

Uma comunicação é simples quando a pessoa que lê o documento ou escuta a mensagem consegue compreender o conteúdo de forma fácil, sem precisar reler o texto várias vezes ou pedir explicações para outras pessoas. Podemos considerar que um texto é simples quando o leitor/interlocutor:

1. encontra a informação que procura de forma fácil;
2. compreende a informação que encontrou;
3. consegue usar a informação em benefício próprio ou de outras pessoas.

POR QUE DEVO USAR LINGUAGEM SIMPLES?

O direito à comunicação e à informação é fundamental para o direito à saúde. Essa afirmativa pode parecer complexa à primeira vista. Mas é, na verdade, bem simples.

Todos os cidadãos brasileiros têm direito a atendimento médico gratuito pelo SUS. Só que, para serem atendidas, as pessoas precisam ter acesso a informações básicas. Saber qual unidade de saúde procurar, como fazer um agendamento, quais documentos levar.

E também precisam conhecer os seus direitos, para exigir que sejam cumpridos. Precisam saber a quais canais recorrer no caso, por exemplo, de terem dificuldades para receber esse atendimento.

Para que tudo isso se cumpra, a comunicação é fundamental. E estamos falando aqui não apenas do modelo de comunicação que define um emissor, uma mensagem e um receptor. Esse modelo, que imagina a comunicação como um processo em direção única, não leva em conta que, nos processos comunicacionais, o que ocorre é bem mais complexo.

Adotar a linguagem simples nas práticas cotidianas de instituições públicas é, sobretudo, um passo muito importante para assegurar os direitos da população. E, por isso, é também uma ferramenta para fortalecer as próprias instituições.

Além de todos os argumentos, há ainda, agora, exigências legais. A Lei de Acesso à Informação (LAI) prevê que os textos governamentais precisam ser escritos em uma linguagem clara e de fácil compreensão (LAI, art. 5º). Além disso, está tramitando no Congresso Nacional um projeto de lei específico sobre a Linguagem Simples, PL 6256/19, que, assim como em outros países, entende que a comunicação governamental deve ser de fácil compreensão pelo cidadão⁴.



SAIBA MAIS:

PARA CONHECER OUTRAS LEIS E NORMATIVAS QUE PREVEEM UMA LINGUAGEM MAIS CLARA E OBJETIVA, VEJA O ITEM “NORMATIVAS E PROPOSTAS LEGISLATIVAS RELACIONADAS AO TEMA DA LS”, NA P. 65.

⁴ A Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência publicou no Diário Oficial a RESOLUÇÃO “N” SMPD Nº 11, DE 26 ABRIL DE 2023. A resolução dispõe sobre a criação do Grupo de Trabalho de Linguagem Simples para a implementação de suas diretrizes na Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência (SMPD).

Nesse sentido, é fundamental que instituições que contribuem para a promoção e salvaguarda da saúde da população brasileira, como a Fiocruz, estejam preparadas para aplicar as estratégias de Linguagem Simples em seus canais de comunicação internos e externos.

A Linguagem Simples traz inúmeros benefícios para as instituições e o cidadão, pois reduz os ruídos na comunicação e possibilita que a informação seja passada de maneira mais objetiva e eficaz. A figura a seguir ilustra quatro motivos para você usar Linguagem Simples.



EFICÁCIA

O público em foco compreenderá melhor o que você está querendo dizer
Haverá menos ruídos na comunicação, evitando ambiguidade e equívocos na interpretação da mensagem



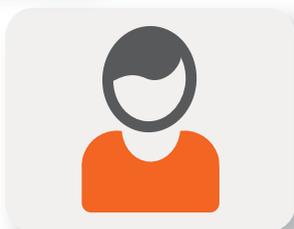
EFICIÊNCIA

Você gasta menos tempo explicando o que você deseja dizer
Você consegue se comunicar com um maior número de pessoas
A Linguagem Simples poupa tempo e recursos no ambiente de trabalho



SEGURANÇA

Uma linguagem simples e acessível também salva vidas em áreas críticas como Saúde e Segurança
Instruções escritas em linguagem simples são mais facilmente compreendidas e seguidas pelos trabalhadores, proporcionando mais segurança na execução de tarefas, prevenindo acidentes e até a morte



CARREIRA

Saber escrever em linguagem simples e acessível é um grande diferencial e pode abrir muitas portas e oportunidades profissionais

Fonte: Paraguassu, Liana

São muitos os materiais que podem ser escritos em Linguagem Simples para melhorar a comunicação entre os cidadãos e as instituições. Mesmo artigos científicos ou relatórios de pesquisa podem se beneficiar do uso da Linguagem Simples. Afinal, é perfeitamente possível manter os termos técnicos, essenciais a esse tipo de publicação, mas buscar uma construção textual e um vocabulário mais amigáveis.

Textos escritos com linguagem simples tornam a experiência de leitura mais agradável para todos e você tem mais chances de chamar a atenção de outros cientistas, gestores, jornalistas que podem divulgar sua pesquisa.

VEJA ALGUNS EXEMPLOS DE TEXTOS QUE PODEM SER ESCRITOS EM LINGUAGEM SIMPLES:

Artigos científicos	Materiais técnicos
Contratos	Matérias, reportagens e releases de divulgação
Declarações de Acessibilidade	Orientações aos usuários, em situações diversas
Editais	Relatórios
E-mails	Sites institucionais
Informes administrativos	Termos de consentimento de pesquisas
Manuais e guias	
Materiais educativos	

A Linguagem Simples promove uma comunicação mais simples e objetiva não só com o público externo, formado pela sociedade em geral, mas também entre o público interno das organizações.

VEJA OS BENEFÍCIOS PARA OS PÚBLICOS EXTERNO E INTERNO:

BENEFÍCIOS DA LS PARA O PÚBLICO EXTERNO

Promove a inclusão social pela democratização do conhecimento
Possibilita o exercício da cidadania por meio do real acesso à informação
Proporciona autonomia
Oferece transparência da informação
Reduz custos
Previne doenças e incentiva o autocuidado
Promove maior acessibilidade da informação

BENEFÍCIOS DA LS PARA O PÚBLICO INTERNO

Reduz ruídos na comunicação entre os membros da equipe
Demonstra que os servidores têm empatia para com os usuários do serviço
Demonstra empatia para com os colegas de trabalho
Promove a inclusão social entre os servidores com diferentes níveis de escolaridade e letramento
Aumenta a eficiência e reduz o retrabalho
Gera economia de recursos e tempo
Promove maior acessibilidade da informação entre os servidores

PERFIL DO LEITOR BRASILEIRO

Até agora, vimos que a Linguagem Simples é uma técnica que pode facilitar a comunicação entre diferentes perfis de leitores e interlocutores. Mas será que conhecemos o público com o qual estamos tentando nos comunicar? Para conhecer o perfil dos brasileiros, veja alguns dados do Indicador de Alfabetismo Funcional do Brasil (Inaf, 2018)⁵. Esse estudo abrange a população de 15 a 64 anos.

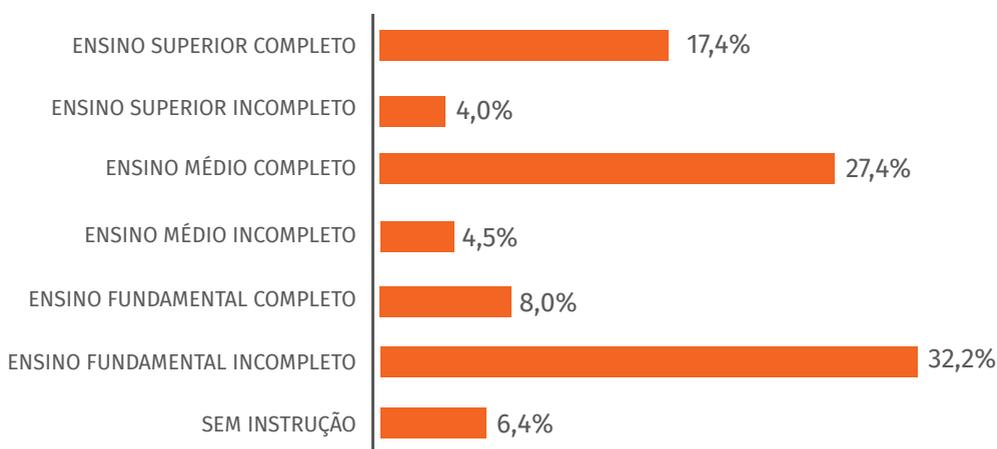


Fonte: Edson Ikê
Banco de imagens
Nova Escola

ALGUNS DADOS DO INAF 2018

- 88% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA TEM DIFICULDADE DE COMPREENSÃO LEITORA
- 56% DOS BRASILEIROS ALFABETIZADOS TÊM UM NÍVEL DE COMPREENSÃO RUDIMENTAR OU ELEMENTAR
- APENAS 12% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA CONSEGUEM LER E COMPREENDER PLENAMENTE UM TEXTO SOBRE O COTIDIANO, COMO UMA NOTÍCIA DE JORNAL

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) também apresenta dados relevantes para entendermos melhor o perfil da nossa população. No Brasil, quase 50% das pessoas com 25 anos ou mais têm até o Ensino Fundamental e um pouco mais de 20% chegam à universidade. Em média, o brasileiro frequenta a escola por menos de 8 anos. Se compararmos com a Alemanha e os Estados Unidos, as pessoas nesses países passam mais de 14 anos na escola.



⁵ O Inaf é o Indicador de Alfabetismo Funcional do Brasil. Este estudo é realizado desde o ano de 2001, numa parceria entre a ONG Ação Educativa e o Instituto Paulo Montenegro.

LINGUAGEM SIMPLES NA SAÚDE

Já vimos que grande parte da população do país fica à margem de informações essenciais para o exercício de sua cidadania, como aquelas relacionadas aos temas de Saúde. Importante ressaltar, porém, que a principal causa do baixo letramento em Saúde no Brasil não é exatamente a falta de acesso à informação, mas, sim, a dificuldade de grande parte dos brasileiros em compreender os conteúdos aos quais têm acesso.

Segundo o portal gov.br, 90% dos lares brasileiros já têm acesso à internet. Isso se traduz em acesso a um número inesgotável de sites, blogs e materiais on-line sobre os mais variados temas de Saúde. Não é à toa que, no Brasil, o site de buscas do Google passou a ser chamado de “Dr. Google”. Uma pesquisa realizada em 2019, pelo próprio Google, indica que 26% dos brasileiros recorrem primeiramente ao site de buscas e ao Youtube quando desejam saber mais sobre temas de Saúde. E o Brasil é o país que mais usa a internet como fonte para informações relacionadas à Saúde.

Mas será que essas informações são compreendidas pela maioria da população brasileira? Fazer com que a mensagem seja transmitida ao cidadão de forma eficaz é um desafio diário para quem produz conteúdo. Dessa forma, para que a informação não chegue à população sem cumprir seu propósito, que é o de comunicar a mensagem de forma que as pessoas entendam, é fundamental adotar estratégias para facilitar a comunicação. Uma dessas estratégias é o uso da técnica de Linguagem Simples.

COMO APLICAR A LINGUAGEM SIMPLES

Para aplicar a Linguagem Simples, você deve organizar o processo em três momentos:

I) ANTES DE INICIAR A ESCRITA

II) DURANTE A ESCRITA

III) DEPOIS DA ESCRITA



ANTES DE ESCREVER

Pense no público alvo e na finalidade do documento

ANTES DE ESCREVER

PENSE NO PÚBLICO-ALVO E NA FINALIDADE DO DOCUMENTO

Na Linguagem Simples, o interlocutor vem sempre em primeiro lugar. É ele quem guia os nossos passos no processo de simplificação de um texto. É a nossa bússola. Portanto, antes de escrever um texto, procure pensar sobre a pessoa, ou grupo de pessoas, com a qual você está tentando se comunicar. É também importante pensar sobre o tipo de documento, sua finalidade e objetivos. Assim, recomendamos que você reflita sobre os seguintes pontos antes de começar a escrever:

PÚBLICO-ALVO

Quem lerá o texto? Qual o perfil do leitor ou grupo de leitores?

O que o meu público já sabe sobre o assunto?

O que o meu público precisa saber/aprender?

Quais dúvidas podem surgir levando-se em conta o nível de letramento e escolaridade do meu público-alvo?

DOCUMENTO

Por que estou escrevendo um texto sobre este assunto?

Qual a finalidade do documento? Para que ele existe? (Informar, ensinar, instruir etc.)

Quais informações não podem faltar no texto?

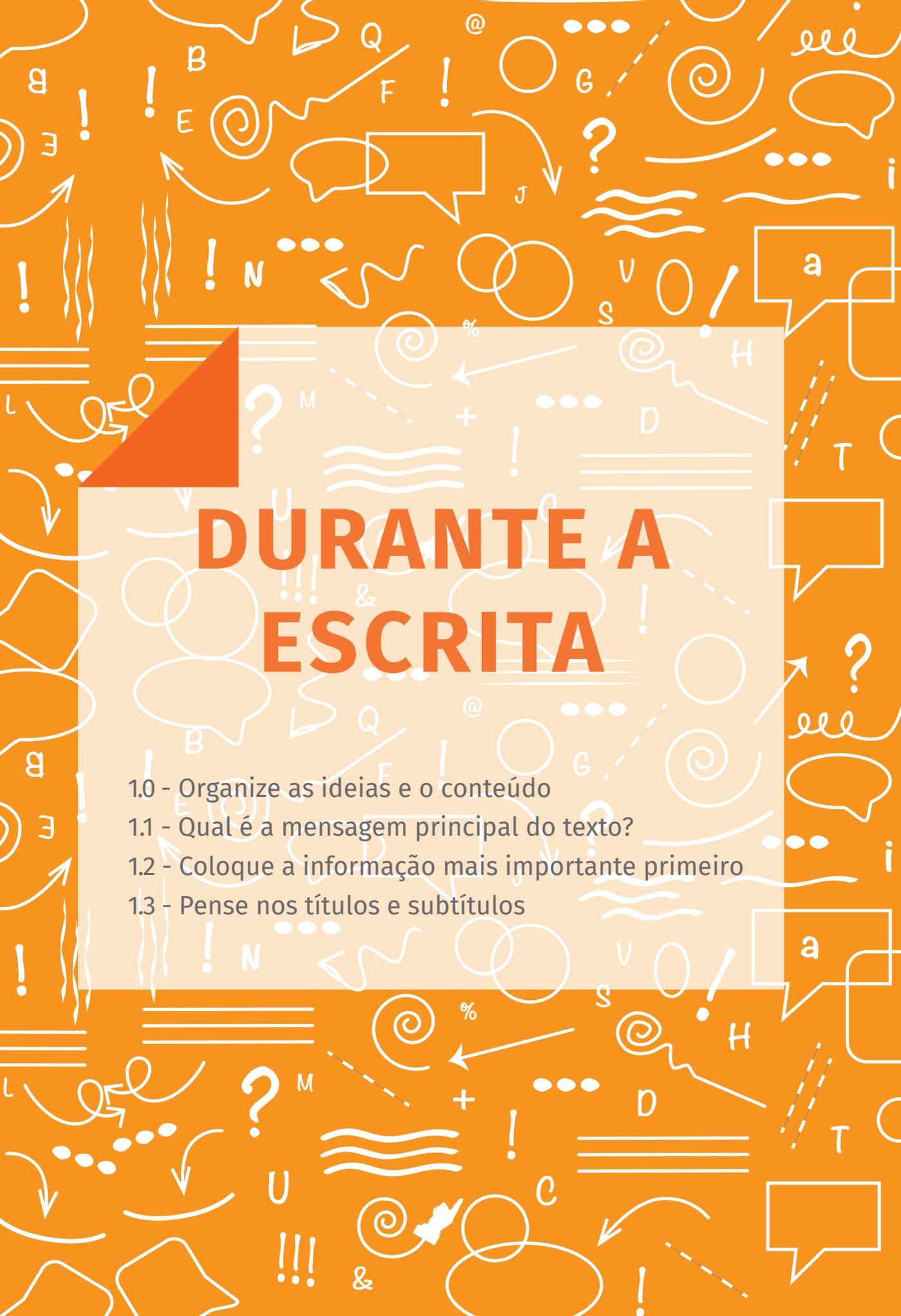
Quais os possíveis pontos críticos para o entendimento do texto?

Lembre-se também de que o seu público pode ser formado por pessoas com algum tipo de deficiência. Sendo assim, é fundamental seguir as Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG 2.1), que oferecem diversas recomendações com a finalidade de tornar o conteúdo da Web mais acessível.

ATENÇÃO:

Na grande maioria das vezes, você não redige um texto para uma pessoa apenas. É bem possível que o seu grupo de leitores seja diverso e que tenha diferentes necessidades, nível de escolaridade e letramento.

Neste caso, procure escrever para quem terá mais dificuldade de entender. Se, por exemplo, o texto for veiculado nas redes sociais da Fiocruz, use uma linguagem que pode ser compreendida com facilidade pelo público geral leigo, muitas vezes com escolaridade e letramento limitados, e não apenas por profissionais da Saúde.



DURANTE A ESCRITA

- 1.0 - Organize as ideias e o conteúdo
- 1.1 - Qual é a mensagem principal do texto?
- 1.2 - Coloque a informação mais importante primeiro
- 1.3 - Pense nos títulos e subtítulos

DURANTE A ESCRITA

Depois de refletir sobre o tipo, a finalidade e o público-alvo do texto, é hora de iniciar a escrita. A seguir, veja algumas dicas de Linguagem Simples que poderão ajudar você neste processo.

1 - ORGANIZE AS IDEIAS E O CONTEÚDO

1.1 . QUAL É A MENSAGEM PRINCIPAL DO TEXTO?

Qual é a mensagem que você deseja que o seu público compreenda? Analise a relevância das informações de acordo com o perfil de leitor. No caso de textos da área da Saúde, pergunte-se: esta é uma informação que somente profissionais da saúde teriam interesse/necessidade de saber? Ou é uma informação importante para todos?

Se você estiver simplificando um texto já existente, primeiro, leia todo o texto. Destaque a mensagem principal. Após, assinale aquelas informações que considere pouco relevantes para o seu público e as retire do texto. Edite!

ATENÇÃO:

Informações importantes não podem ser retiradas de um texto só porque são complexas. Elas precisam ser simplificadas de acordo com o nível de compreensão do leitor em foco.

1.2 . COLOQUE A INFORMAÇÃO MAIS IMPORTANTE PRIMEIRO

Não sobrecarregue o seu leitor! Uma informação (tópico) por parágrafo é mais do que suficiente. Além disso, organize o texto para que as informações mais importantes apareçam primeiro. As informações mais relevantes devem estar no primeiro parágrafo; de preferência, na primeira frase do texto. Por isso, cuidado com as introduções!

ATENÇÃO:

Muitos leitores não chegam ao final do texto. Por isso, nunca deixe informações importantes para depois!

VEJA UM EXEMPLO DE REESCRITA:

ANTES:

O que são variantes?

Vírus são organismos muito simples, compostos por material genético muito pequeno, que armazena as informações de suas características moleculares e biológicas. Sequências genéticas virais que diferem em uma ou mais mutações são chamadas de variantes.

DEPOIS:

O que são variantes?

As variantes surgem quando o vírus sofre mutações (mudanças no material genético). As variantes são diferentes do vírus original, mas continuam fazendo parte da mesma família de vírus. O coronavírus causador da covid-19 tem muitas variantes. A delta e a ômicron são bem conhecidas. A variante ômicron fez com que o vírus fosse transmitido mais facilmente de uma pessoa para a outra.

Fonte: Glossário da Rede CoVida

1.3 . PENSE NOS TÍTULOS E SUBTÍTULOS

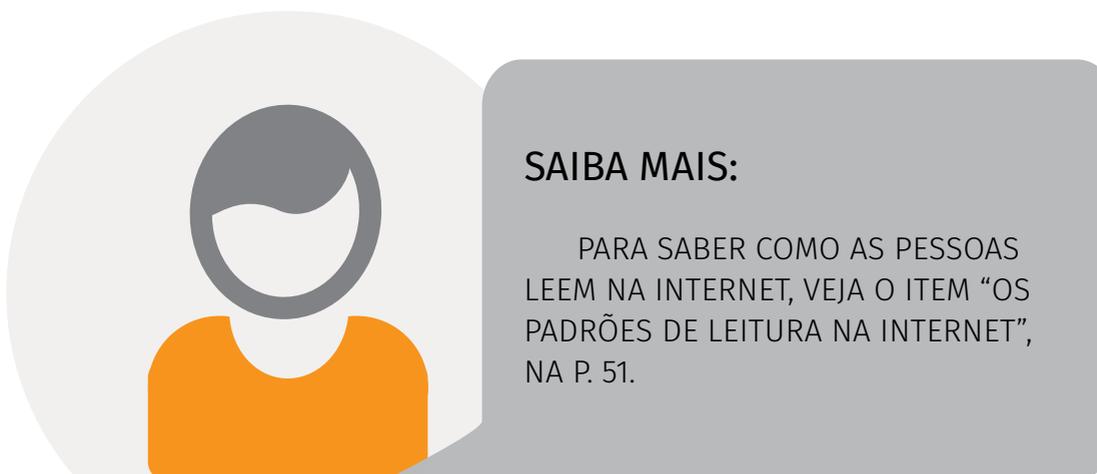
Mesmo em textos muito bem-organizados, pode ser difícil para o leitor acompanhar todos os assuntos de um documento. Uma maneira de organizar melhor o texto, e chamar a atenção do leitor para os tópicos, é usar títulos e subtítulos simples e objetivos.

VEJA ALGUNS EXEMPLOS DE TÍTULOS:

Título na forma de pergunta	➔	Quais são os sintomas da malária?
Título com substantivo + verbo	➔	Os sintomas causados pela malária
Título com apenas uma palavra	➔	Sintomas

Na hora de formatar os títulos e subtítulos numa página web, use as marcações H1 a H6 no seu gerenciador de conteúdo⁶. Isso permite que os leitores de tela (tecnologia assistiva usada por pessoas cegas ou com baixa visão) identifiquem que aquele texto é um título ou subtítulo, facilitando a navegação pela tela.

O mesmo se aplica a documentos textuais, que devem usar os “Estilos”, no Word⁷, que também funcionam como orientadores para o leitor de tela⁸.



SAIBA MAIS:

PARA SABER COMO AS PESSOAS LEEM NA INTERNET, VEJA O ITEM “OS PADRÕES DE LEITURA NA INTERNET”, NA P. 51.

⁶ É um software utilizado por pessoas não técnicas para armazenar, organizar e publicar conteúdos na Web.

⁷ Saiba como criar documentos digitais acessíveis neste [Manual sobre criação de documentos digitais acessíveis](#), do TCU, ou ainda neste outro [Manual de documentos digitais acessíveis do IFF RS](#).

⁸ Mesmo que você transforme seu documento de texto em um arquivo pdf, essas marcações permanecem e vão contribuir para tornar seu pdf acessível.

2 - ESTRUTURE O TEXTO

2.1 . ESCREVA FRASES CURTAS

Escreva a informação necessária com o mínimo de palavras possível! Reduza o número de palavras por frases, pois frases muito longas dificultam a leitura. Frases longas podem ser divididas em duas frases menores ou mais.

ESTATÍSTICAS:

O GUIA DE LINGUAGEM SIMPLES OXFORD GUIDE, DO GOVERNO BRITÂNICO, INDICA QUE O COMPRIMENTO IDEAL DE UMA FRASE PARA FACILITAR A COMPREENSÃO É DE 15 PALAVRAS, SENDO 25 PALAVRAS O LIMITE MÁXIMO (DEPENDENDO DO PÚBLICO LEITOR!!!). ACIMA DE 40 PALAVRAS A FRASE FICA MUITO DIFÍCIL DE LER!

• 15 PALAVRAS



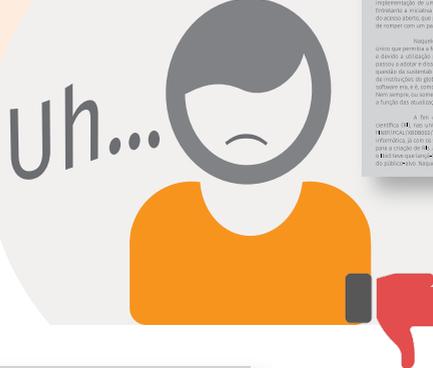
• 25 PALAVRAS



• 40 PALAVRAS



Uh...



de acesso aberto está dentro do guarda-chuva dos projetos da Cátedra Aberta (Aberta), uma iniciativa promovida pelo Instituto de Acesso Aberto (IAA), uma comunidade propulsora em nível global e pioneira a demonstrar a preservação produzida cientificamente por meio de acesso aberto.

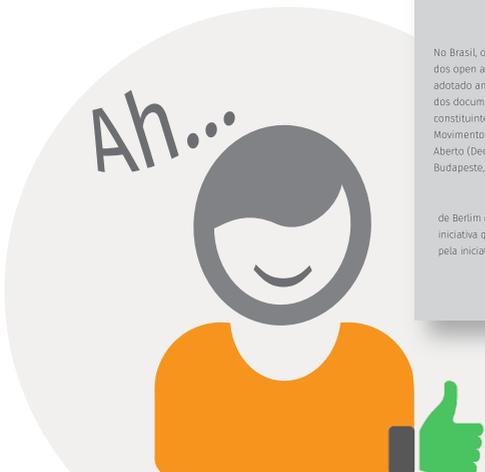
No Brasil, o enfoque dos open archives foi adotado antes mesmo dos documentos constituintes do Movimento de Acesso Aberto (Declaração de Budapeste, Declaração de Berlim e Declaração de Bethesda). A primeira iniciativa que promovia o acesso aberto foi realizada pela iniciativa SciELO (1997), indexador de revistas científicas de acesso aberto. Outras iniciativas que também focaram no acesso aberto foram a criação da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) (2002) e o projeto de acesso aberto da revista de acesso aberto (2011), criada e gerida pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT).

Em 2011, o IBICT passou a desenvolver o software Open Journal System (OJS) em todos os servidores e módulos de pesquisa brasileira, para que os editores de revistas científicas pudessem criar e transformar suas revistas em revistas de acesso aberto e garantir a produção editorial de suas revistas de forma digital. Esta decisão resultou em um aumento de 100% no número de artigos de acesso aberto em 2011, segundo o Relatório de Atividades de Acesso Aberto, que promoveu uma revolução na comunicação científica. Neste momento que isso aconteceu com um propósito claro: o acesso.

Hoje em dia, o IBICT desenvolve a utilização do software Open Journal System (OJS) em todos os servidores e módulos de pesquisa brasileira, para que os editores de revistas científicas pudessem criar e transformar suas revistas em revistas de acesso aberto e garantir a produção editorial de suas revistas de forma digital. Esta decisão resultou em um aumento de 100% no número de artigos de acesso aberto em 2011, segundo o Relatório de Atividades de Acesso Aberto, que promoveu uma revolução na comunicação científica. Neste momento que isso aconteceu com um propósito claro: o acesso.

A fim de impulsionar a criação de repositórios institucionais de produção científica (RI), nos universidades e institutos de pesquisa brasileira, o IBICT lançou o RIA, o RIA (Repositório Institucional de Acesso Aberto) em 2011, com o objetivo de facilitar a criação de RI e a utilização de capacidades voltadas para a criação de RI. O princípio orientador do RIA é a criação de um RI que seja capaz de fornecer acesso a conteúdos de acesso aberto, uma vez que isso tem sido uma das principais prioridades do IBICT.

Ah...



Movimento de Acesso Aberto

No Brasil, o enfoque dos open archives foi adotado antes mesmo dos documentos constituintes do Movimento de Acesso Aberto (Declaração de Budapeste, Declaração



de Berlim e Declaração de Bethesda). A primeira iniciativa que promovia o acesso aberto foi realizada pela iniciativa SciELO (1997), indexador de revistas

ATENÇÃO:

Nem sempre será possível encurtar as frases, pois, muitas vezes, é necessário acrescentar informações para ajudar o leitor na compreensão. Os exemplos são ajudas importantes à compreensão leitora e podem aumentar um texto.

Além disso, o português é uma língua menos direta do que o inglês. No português, utilizamos muitos conectivos textuais (conjunções, preposições, pronomes etc.).

Por isso, no português, 20 palavras por frase é uma medida razoável.

VEJA UM EXEMPLO DE FRASE LONGA QUE PODE SER TRANSFORMADA EM DUAS FRASES OU MAIS:

ANTES:

Estão abertas as inscrições para a chamada EU-LAC 2022, iniciativa do Grupo de Interesse EU-LAC – formado por agências de fomento da Europa, América Latina & Caribe para a Cooperação Birregional em Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) – apoiada no Brasil pela Faperj, através do Conselho Nacional das Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa (Confap) e também pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

= 64 PALAVRAS

*OBS.: Neste exemplo, os nomes das instituições foram mantidos por extenso, pois era a primeira vez que eram mencionados. Contudo, a recomendação é que depois seja usada apenas a sigla, reduzindo o número de palavras por frase.

DEPOIS:

Estão abertas as inscrições para a chamada EU-LAC 2022, iniciativa do Grupo de Interesse EU-LAC. O EU-LAC é formado por agências de fomento da Europa, América Latina & Caribe para a Cooperação Birregional em Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I). No Brasil, a iniciativa é apoiada pela Faperj, através do Conselho Nacional das Fundações Estaduais de Amparo à Pesquisa (Confap) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Primeira frase = 15 palavras

Segunda frase = 23 palavras

Terceira frase = 30 palavras

ANTES:

Ela destacou a limitação funcional – relativa à dificuldade de realizar tarefas como tomar banho, fazer compras, utilizar transporte público, entre outras – como um dos problemas de saúde pública mais relevantes do mundo moderno e um dos principais indicadores com que os epidemiologistas do envelhecimento trabalham para analisar essa etapa da vida.

= 51 palavras

DEPOIS:

A pesquisadora destacou a limitação funcional como um dos problemas de saúde pública mais relevantes do mundo moderno. Limitação funcional é quando a pessoa tem dificuldade de realizar tarefas como tomar banho, fazer compras e usar o transporte público, entre outras. Os epidemiologistas que estudam o envelhecimento trabalham com os indicadores de limitação funcional para analisar essa etapa da vida.

Primeira frase = 18 palavras

Segunda frase = 24 palavras

Terceira frase = 19 palavras

ATENÇÃO:

Nunca é demais enfatizar que o leitor em foco é a bússola das decisões tomadas em prol da Linguagem Simples!

No exemplo anterior, a frase original está bem escrita e clara para um leitor letrado e com hábito de leitura. Portanto, nem sempre será preciso encurtar as frases, trocar pronomes por substantivos etc. Por isso, pense sempre em quem lerá o seu texto!

2.2. USE A ORDEM DIRETA: SUJEITO + VERBO + OBJETO

Estudos linguísticos demonstram que o uso excessivo de formas indiretas, como a voz passiva, pode prejudicar a compreensão leitora. Além da voz passiva, no português usamos outras formas indiretas. Com frequência, ocultamos o sujeito da frase, indicando o autor da ação apenas com a flexão do verbo.

Se você suspeitar que o texto possui muitas frases na forma indireta, fique atento! E, quando possível, coloque as frases na ordem direta, ou seja, **sujeito + verbo + objeto**. Veja um exemplo de antes e depois:

ANTES:

Importantes estudos epidemiológicos são realizados pelo LIS.

DEPOIS:

O LIS realiza importantes estudos epidemiológicos (estudo de como as doenças se comportam em populações específicas).

*OBS.: A explicação sobre o que são estudos epidemiológicos só será necessária em um texto para não especialistas.

2.3 . ESCREVA PARÁGRAFOS CURTOS

Assim como as frases, os parágrafos devem ser curtos e objetivos. Parágrafos muito longos desencorajam o leitor a até mesmo iniciar a leitura. A recomendação é que um parágrafo não tenha mais que 150 palavras e, no máximo, oito frases.

ATENÇÃO:

Se o leitor em foco tiver alguma dificuldade de compreensão leitora, o parágrafo deve ter até 50 palavras divididas em, no máximo, três frases.

ALÉM DISSO, NÃO ESQUEÇA: MANTENHA APENAS UM TÓPICO POR PARÁGRAFO!

2.4. PREFIRA FRASES AFIRMATIVAS

Sempre que possível, use formas afirmativas, porque toda negação requer trabalho mental. E é muito comum que o leitor não perceba o “NÃO” na frase.

Em algumas situações, frases negativas podem ser utilizadas. O importante, nesses casos, é evitar a combinação de vários elementos negativos.

ANTES:

Se os sintomas piorarem, não deixe de procurar um médico

DEPOIS:

Se os sintomas piorarem, procure um médico.

2.5. COLOQUE A IDEIA PRINCIPAL ANTES DAS EXCEÇÕES

Quando você inicia uma frase pela exceção, obriga o leitor a reler a frase. O que faz com que ele primeiro se dê conta da exceção, para, só depois, entender a regra. Não parece lógico, não é mesmo? Portanto, a regra ou a ideia principal do texto deve ser sempre introduzida primeiro. As exceções vêm depois. E, de preferência, reduza ao máximo o número de exceções à regra, para não sobrecarregar o leitor com muitas informações.

EVITE INICIAR A FRASE COM:

EXCETO COMO/QUANDO/SE

SALVO COMO/QUANDO/SE

A MENOS QUE

A NÃO SER QUANDO/QUE/SE



ANTES:

Exceto quando indicado por médicos, projeto de lei proíbe o uso de andadores.

DEPOIS:

Projeto de lei proíbe o uso de andadores infantis, exceto quando indicado por médicos.

3 - ESCOLHA BEM AS PALAVRAS

3.1. USE A FORMA MAIS SIMPLES DO VERBO

A forma mais simples de um verbo é o **presente**. Quando possível, use o tempo presente para deixar o seu documento mais objetivo e direto.

O **presente do indicativo** é o tempo verbal usado para falar de uma ação que ocorre no momento da fala. Permite situar o tempo presente indicando uma ação habitual. Pode também ser usado para falar de ações que acontecerão num futuro próximo.

Já o **presente do subjuntivo** é o tempo verbal usado para indicar uma ação do presente ou do futuro. Também é utilizado para expressar desejos.

Você também pode usar o imperativo para dar orientações (nunca imposições!), já que é uma forma mais direta.

DEVER + INFINITIVO	IMPERATIVO
ANTES: Para prevenir a covid-19, você deve lavar as mãos com água e sabão ou usar álcool em gel.	DEPOIS: Para prevenir a covid-19, lave as mãos com água e sabão ou use álcool em gel.

3.2. EVITE TRANSFORMAR VERBOS EM NOMES

Evite a nominalização (transformar verbos em nomes), pois as palavras derivadas da nominalização costumam ser mais abstratas e complexas. Veja alguns exemplos:

ANTES: Para a prevenção da covid-19 recomenda-se a higienização das mãos.	DEPOIS: Para prevenir a covid-19, higienize (lave) as mãos.
ANTES: Fazer o encaminhamento do paciente para o especialista.	DEPOIS: Encaminhar o paciente para o especialista.

3.3. PREFIRA PALAVRAS CONCRETAS

Prefira palavras concretas, que são mais facilmente acessadas no dicionário mental do leitor/interlocutor. Os verbos de ação e os substantivos concretos, que dão nome aos seres, objetos e locais, como o nome sugere, costumam ser mais concretos e fáceis de compreender.

Já os substantivos abstratos, que se referem a sentimentos, estados e qualidades, além dos advérbios e dos adjetivos, podem ser mais complexos para os leitores.

E como saber se uma palavra é mais ou menos concreta? Faça um exercício mental. É fácil imaginar alguém correndo (verbo de ação correr), certo? E mesmo que a gente não conheça todas as funções dos pulmões, conseguimos imaginar que temos pulmões (substantivo concreto) dentro do nosso corpo. Agora, será que é tão fácil criar imagens mentais para palavras como “sintomas” (substantivo abstrato), “provisoriamente” (advérbio), “pulmonar” (adjetivo)?



3.4. ELIMINE PALAVRAS DESNECESSÁRIAS

Evite redundância e repetir palavras sem necessidade, expressões rebuscadas e que não dizem nada para o leitor. Vá direto ao ponto.

Palavras demais em um texto desperdiçam o tempo de quem está lendo e causam ambiguidade.

Alguns exemplos:

A criança sofreu uma hemorragia de sangue e foi parar no hospital. Todas as hemorragias são de sangue; portanto, “sangue” está sobrando na frase.

ATENÇÃO:

Dependendo do leitor em foco, talvez seja preciso explicar o que é uma hemorragia, mas a solução não é a redundância.

OUTRAS EXPRESSÕES REDUNDANTES (PLEONASMOS):

ENTRAR PARA DENTRO

SAIR PARA FORA

DESCER PARA BAIXO

SUBIR PARA CIMA

HEMORRAGIA DE SANGUE (TODAS AS HEMORRAGIAS SÃO DE SANGUE)

HEPATITE DO FÍGADO (A HEPATITE É UMA DOENÇA DO FÍGADO)

METADES IGUAIS

ADIAR PARA DEPOIS

CONCLUSÃO FINAL

A seguir, veja como você pode simplificar o texto optando por palavras ou expressões mais diretas:

EVITE

PREFIRA

com base no fato de que;

porque

devido ao fato de que
a fim de, com o objetivo de, com vistas a

para

com periodicidade mensal

todos os meses; mensalmente

um grande número de; um pequeno
número

muitos(as) / poucos(as)

deem conformidade com; de acordo com

segundo; conforme; como

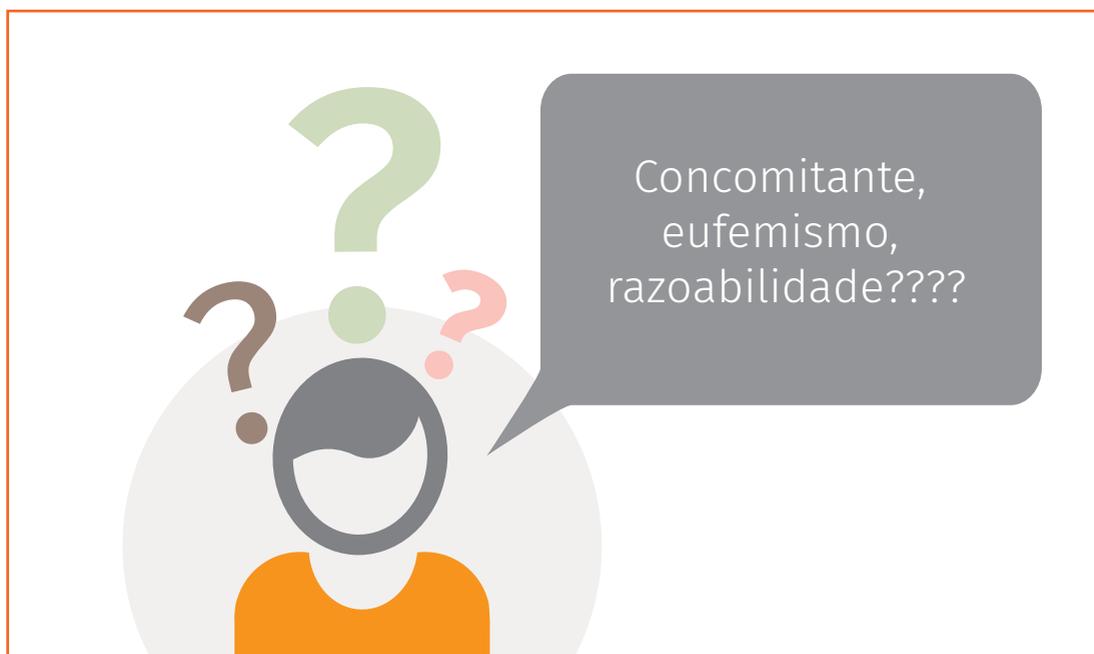
o Departamento X e o Departamento Y...

_os Departamentos X e Y...

3.5. USE PALAVRAS CONHECIDAS DO LEITOR

Use palavras conhecidas, que façam parte do dicionário mental do leitor. Se você identificar no seu texto palavras pouco conhecidas do leitor em foco, as substitua por alternativas mais simples.

E não esqueça: não são só os termos técnico-científicos de um texto que podem ser complexos! Existem muitas palavras que, apesar de não serem classificadas como linguagem especializada, podem dificultar muito a compreensão.



SAIBA MAIS:

PARA SABER SE UMA PALAVRA É POTENCIALMENTE COMPLEXA PARA UM LEITOR EM FOCO, CONHEÇA O CORPOP (CORPUS DO PORTUGUÊS POPULAR). CONSULTE A P. 59 PARA APRENDER A USAR O CORPOP.

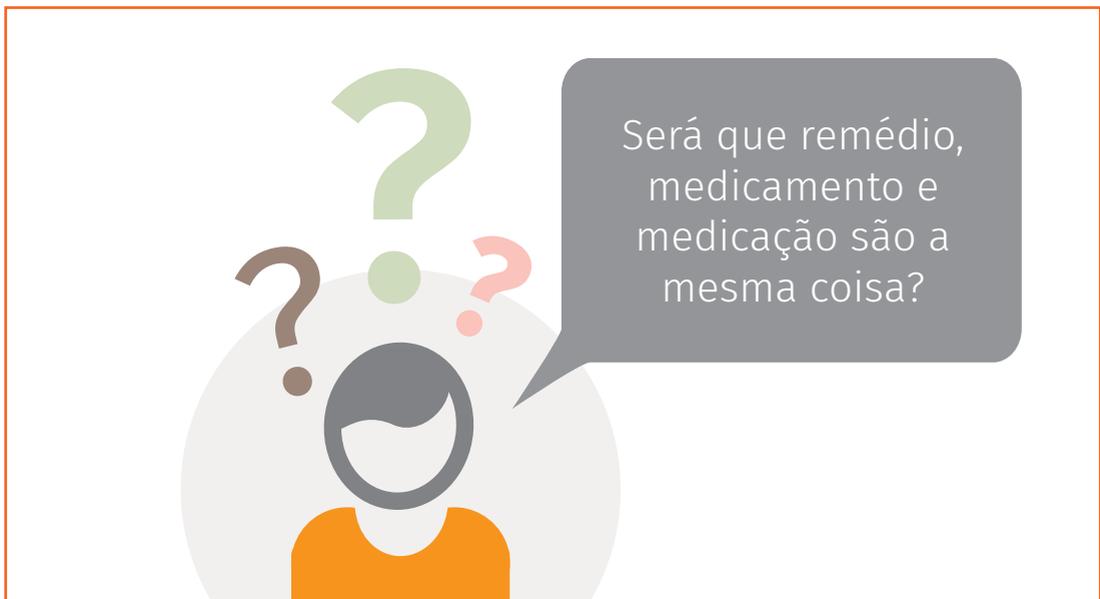


3.6 . EVITE SINÔNIMOS

Quem nunca aprendeu na escola que não devemos repetir palavras em um texto? Sempre nos ensinaram a buscar sinônimos, não é mesmo? Afinal, ninguém quer um texto repetitivo e “pobre”!

Porém, é importante pensar que quanto maior a variedade lexical de um texto, ou seja, **quanto maior o número de palavras diferentes, mais complexo o texto será para o leitor.**

Essa é uma relação meio óbvia, certo? Quanto maior a variedade de palavras, mais extenso terá de ser o vocabulário do leitor para que ele consiga dar conta do texto. Simples assim! Mas muitas vezes esquecemos disso. Por isso, evite sinônimos para os mesmos conceitos, ou talvez o leitor não consiga fazer a relação entre eles e entender que significam a mesma coisa.



ATENÇÃO:

Cuidado, pois muitas vezes, para evitar repetições, acabamos usando como sinônimos palavras que têm significados distintos. É o caso de medicamento e medicação.

MEDICAMENTO → pode ser substituído por remédio

MEDICAÇÃO → o ato de medicar
(administrar o medicamento)

3.7 . PREFIRA PALAVRAS CURTAS

Muitos Guias de *Plain Language* recomendam usar palavras de até duas sílabas. Isso porque, no inglês, existem estudos que demonstram que as palavras mais simples e frequentes dessa língua têm até duas sílabas.

Nunca é demais lembrar que o inglês é uma língua muito diferente do português. A começar pela origem. O inglês é uma língua germânica, enquanto o português é uma língua de origem latina. Por isso, assim como acontece com o tamanho das frases, na nossa língua temos um pouco mais de flexibilidade no tamanho das palavras.

Muitas palavras de três sílabas no português são bastante frequentes e conhecidas dos leitores.

Quem não sabe o que quer dizer **ca-va-lo** | **a-çú-car** | **ba-na-na**?

ATENÇÃO:

Não podemos seguir as diretrizes do *Plain Language* como se o português tivesse a mesma origem e gramática do inglês.

3.8. COMO LIDAR COM OS TERMOS

Sempre que possível, a recomendação é substituir um termo complexo por uma palavra mais simples. Contudo, sabemos que isso nem sempre é fácil, especialmente nos textos sobre temas de Saúde. Mas antes de decidir o que fazer com os termos, é preciso saber reconhecê-los no texto.

Comece assinalando os termos (palavras especializadas) que você considera complexos para o leitor em foco. No caso de textos da área da Saúde, marque todos os termos relacionados à medicina, biologia, farmacologia, e assim por diante. E pesquise! Pois esses termos precisam ser explicados ou, de preferência, substituídos por outros mais fáceis de compreender.

JÁ IDENTIFIQUEI OS TERMOS. O QUE EU FAÇO COM ELES?

Existem duas formas de solucionar essa questão: a simplificação por substituição e a simplificação por explicação. Veja os exemplos:

EXEMPLIFICAÇÃO POR SUBSTITUIÇÃO:

ANTES: João está com nefrolitíase.

DEPOIS: João está com pedras nos rins. (termo popular para nefrolitíase)

EXEMPLIFICAÇÃO POR EXPLICAÇÃO:

ANTES: João está com nefrolitíase.

DEPOIS: João está com nefrolitíase, doença popularmente conhecida como pedras nos rins.

ATENÇÃO:

Nem sempre é possível substituir um termo por outro mais simples, ou retirar as terminologias do texto. Por isso, a explicação/definição é um recurso importante. Além disso, a explicação/definição pode ser útil quando você desejar ensinar um vocabulário novo para o leitor.

3.9. EVITE PRONOMES NO LUGAR DOS SUBSTANTIVOS

Evite muitos pronomes! Muitas vezes, queremos tornar o texto mais fluido e substituímos o sujeito e o objeto (substantivos) por pronomes.

Não raro o leitor se perde e não consegue identificar ao que ou a quem aquele pronome está se referindo.



Esta imagem tem direitos autorais.

EXEMPLO:

O sistema imunológico responde ao antígeno produzindo um anticorpo específico para **ele**, com a função de eliminá-lo.

↓ ↓
PRONOME PESSOAL RETO PRONOME OBLÍQUO

ELIMINAR QUEM?

O SISTEMA IMUNOLÓGICO, O ANTICORPO OU O ANTÍGENO???

SERÁ QUE É TÃO ÓBVIO PARA O LEITOR?

3.10. USE UMA LINGUAGEM QUE APROXIMA

Use “você” para estabelecer um diálogo direto com o leitor. O pronome de tratamento “você” ajuda o público a se ver no texto e ter uma relação mais próxima com o conteúdo. O leitor se sente representado.

Para estabelecer uma relação de responsabilidades e direitos compartilhados, usar “nós” é uma boa opção. A sua organização ou instituição se torna mais acessível ao público.



3.11. EVITE ADVÉRBIOS TERMINADOS EM -MENTE



Esta imagem tem direitos autorais.

Os advérbios podem deixar um texto mais difícil de ler. Por isso, fique atento a eles. Advérbios são palavras menos concretas que os substantivos e os verbos. Assim, é muito mais difícil para o leitor/interlocutor construir a imagem mental de um advérbio como “concomitantemente” do que da palavra “coração”, por exemplo.

A recomendação é que se preste atenção especial aos advérbios terminados em -mente, pois eles modificam palavras (adjetivos) que muitas vezes já são complexas em sua origem. É claro que alguns desses advérbios fazem parte do vocabulário do dia a dia do brasileiro. Então, você não precisa sair cortando todos os advérbios terminados em -mente do seu texto. Mas fique atento!

ATENÇÃO:

Nem todos os advérbios terminados em -mente são desconhecidos do leitor. É importante observar o radical da palavra. Se a palavra que deu origem ao advérbio for simples, é muito provável que o advérbio não seja tão complicado assim.

NORMAL → normalmente

FREQUENTE → frequentemente

Agora, se a palavra original já for complexa, o advérbio ficará mais difícil ainda.

CONSISTENTE

CONSISTENTEMENTE

INDUBITÁVEL

INDUBITAVELMENTE

3.12. COMO LIDAR COM SIGLAS, ABREVIATURAS E ESTRANGEIRISMOS

As abreviaturas e siglas nasceram com a intenção de reduzir o tamanho das expressões e, com isso, deixar as frases mais curtas. Mas muitas dessas palavras são conhecidas apenas do público especializado, tornando o texto uma verdadeira charada para o leitor leigo.

E como lidar com elas? A recomendação é que as abreviaturas sejam sempre evitadas.

Já no caso das siglas, elas devem ser escritas por extenso na primeira vez em que aparecerem no texto, com a sigla entre parênteses. Após, você pode utilizar apenas a sigla. Mas cuidado: se o seu leitor não as conhecer, ou se você não sabe quem é o seu público-alvo, evite usar siglas.

Algumas siglas, porém, são tão conhecidas dos leitores que o nome por extenso é mais complicado do que a própria sigla. É o caso de DNA, que é tanto uma sigla quanto um estrangeirismo.

DNA => SIGLA + ESTRANGEIRISMO = do inglês *Deoxyribonucleic Acid*

A sigla equivalente em português é ADN. Mas quem usa ADN?

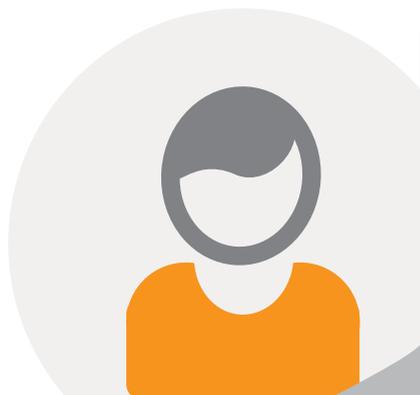
Os estrangeirismos também devem ser evitados ou usados com parcimônia. Mas, assim como no caso de DNA, alguns outros estrangeirismos são não só conhecidos do público, como mais usados que seu equivalente em português. É o caso de mouse (rato em português de Portugal), notebook (computador portátil), office-boy (contínuo), outdoor (cartaz), pedigree (linhagem). Isso prova que toda regra tem sua exceção!

ATENÇÃO:

O uso de siglas em textos institucionais aumentou muito, virando uma espécie de cacoete nos últimos anos. É muito comum, por exemplo, que setores de instituições públicas se autodenominem por meio de siglas, e isso se replique em matérias, informes, textos em geral. O problema é que siglas em excesso tornam o conteúdo obscuro e difícil para os leitores. Mesmo que o nome completo do setor, órgão ou projeto tenha sido citado por extenso, a adoção de siglas nos parágrafos seguintes cria o desagradável efeito “sopa de letrinhas”. Lembre-se disso na hora de recorrer às siglas!

SAIBA MAIS:

VOCÊ SABE A DIFERENÇA ENTRE ABREVIÇÃO, ABREVIATURA E SIGLA? PARA DESCOBRIR, VEJA O ITEM “DIFERENÇA ENTRE ABREVIÇÃO, ABREVIATURA E SIGLA”, NA P. 62.



4 DEIXE O TEXTO MAIS ATRAENTE AOS OLHOS DO LEITOR

4.1. NÃO SE ESQUEÇA DA LEGIBILIDADE!

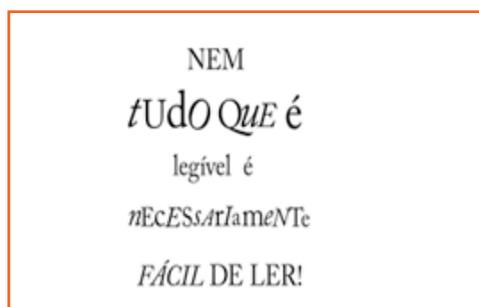
Tudo importa para deixar o texto legível! A fonte, o tamanho da letra, a cor do texto, o espaçamento entre as frases, o contraste.

Use fonte tamanho 12 ou superior. Prefira uma fonte mais arredondada (sem serifa como a Arial), e fuja das fontes com efeito “escrito à mão” ou manuscrito. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) indica alguns tipos de fonte por uma razão!

Não se esqueça do espaçamento entre as frases, das margens e do espaçamento entre os parágrafos. Use, pelo menos, espaço 1,5 entre as linhas e recuo do início dos parágrafos de 1,25 cm.

O Governo Federal traz algumas orientações com relação à tipografia e diagramação para a acessibilidade de conteúdos Web⁹ :

- Visualmente, a largura de linha de texto deve estar entre 11 e 13 palavras ou 60 caracteres. Isso permite que a pessoa leia até o final sem se cansar ou perder o início da próxima linha.
- Evite o texto justificado. Justificar o texto cria áreas irregulares entre as palavras, tornando o tempo de leitura até 20% mais longo, além de ser mais difícil a leitura por pessoas com dislexia.
- Recomenda-se que se use o tamanho de fonte a partir de 16px para parágrafo. Esse tamanho é padrão nas folhas de estilo (CSS)¹⁰ dos navegadores.
- A escolha do tipo de fonte para ser usada em um site depende de diversos fatores, como a identidade visual padronizada que deve ser seguida.



⁹ Para mais informações acesse a [Cartilha de Orientação para Construção de Conteúdo Acessível no Gov.br](#)

¹⁰ Folhas de estilo são um template que controla a formatação dos elementos HTML de uma página web.

Quando falamos de legibilidade também temos que atentar para a acessibilidade de conteúdo para pessoas daltônicas. Caso a diferenciação ou marcação da informação seja feita somente por cores (por exemplo, em gráficos, seções separadas por cores etc.) é bem provável que o seu conteúdo não seja legível para uma parcela do seu público. Você pode encontrar mais informações consultando o **Guia de acessibilidade cromática para daltonismo**¹¹.



SAIBA MAIS:

VOCÊ SABE A DIFERENÇA ENTRE LEGIBILIDADE E LEITURABILIDADE? PARA DESCOBRIR, VEJA O ITEM “FÓRMULAS DE LEITURABILIDADE E RECURSOS TECNOLÓGICOS GRATUITOS”, NA P. 55.

4.2. DÊ EXEMPLOS

Os exemplos ajudam a esclarecer conceitos complexos. Bons exemplos podem substituir longas explicações ou definições. Quanto mais complexo for o conceito que você estiver explicando, mais úteis serão os exemplos. Procure dar exemplos que tenham relação com a vida cotidiana e a realidade das pessoas que lerão o documento. Na frase a seguir, foram apresentados alguns tipos de sintomas da covid-19 para situar melhor o leitor:

O DIAGNÓSTICO É FEITO PELO MÉDICO, QUE IRÁ AVALIAR OS SINTOMAS (FEBRE, TOSSE, DORES NO CORPO, NARIZ ESCORRENDO) E OS RESULTADOS DOS EXAMES DO PACIENTE (TESTES DE COVID-19).

¹¹ [Acesse o Guia de acessibilidade cromática para daltonismo.](#)

4.3. USE LISTAS, GRÁFICOS E FIGURAS (QUANDO POSSÍVEL)

Esquematize! Organize o conteúdo de forma que fique mais fácil de ler. Usar listas (bullet points), figuras e gráficos pode ser uma boa pedida.

Exemplo de texto corrido e texto com lista (bullet points):

ANTES:

Chá de abacate com hortelã, mel, uísque ou outras substâncias previnem a infecção pelo coronavírus?

Até o momento, não há nenhum medicamento, substância, vitamina, alimento específico que possa prevenir a infecção pelo novo coronavírus. As recomendações de prevenção são: evitar contato próximo com outras pessoas que não fazem parte do convívio muito próximo, usar máscara cirúrgica ou caseira, realizar lavagem frequente das mãos, utilizar lenço descartável para higiene nasal, cobrir nariz e boca quando espirrar ou tossir, evitar tocar mucosas de olhos, nariz e boca, higienizar as mãos após tossir ou espirrar, não compartilhar objetos de uso pessoal, manter os ambientes bem ventilados, evitar contato próximo a pessoas que apresentem sinais ou sintomas da doença e evitar contato próximo com animais selvagens e animais doentes em fazendas ou criações.

DEPOIS:

Chá de abacate com hortelã, mel, uísque ou outras substâncias previnem a infecção pelo coronavírus?

Não previnem. Até o momento, não existe nenhum medicamento, substância, vitamina, alimento específico que possa prevenir a infecção pelo novo coronavírus. Para se prevenir, siga as recomendações a seguir:

- use máscara em ambientes com muita gente e/ou com pouca ventilação;
- lave as mãos com água e sabão com frequência ou use álcool em gel 70%;
- use lenço descartável para assoar o nariz;
- cubra o nariz e a boca com o braço quando tossir ou espirrar;
- não compartilhe objetos, como talheres e copos;
- mantenha os ambientes bem ventilados (janelas abertas);
- evite contato próximo com pessoas que apresentem sinais ou sintomas da doença (tosse, nariz escorrendo, febre).

Fonte: Portal Fiocruz

Já os gráficos devem ser fáceis de compreender; caso contrário, podem atrapalhar mais do que ajudar. Devem representar a informação sem que o leitor precise gastar tempo fazendo interpretações.

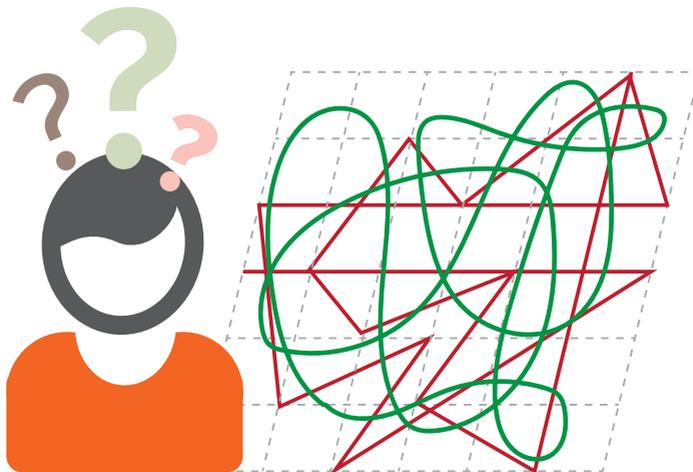
Com relação às figuras, tenha cuidado para não exagerar nas ilustrações. Elas servem para ajudar a explicar a mensagem e chamar a atenção para algum ponto do texto. Não para decorar! Por isso, é importante pensar em sua função comunicativa. Há seis funções comunicativas: decorativa, representacional, organizacional, relacional, transformacional e interpretativa.

FUNÇÃO	IMAGEM USADA PARA	EXEMPLO
DECORATIVA	Adicionar um apelo estético ou de humor.	Imagem colocada na capa de um livro ou de um manual.
REPRESENTACIONAL	Representar um objeto de forma realística.	O print de uma tela; a fotografia de uma lesão ou equipamento.
ORGANIZACIONAL	Mostrar relações qualitativas entre conteúdos.	Um mapa conceitual; um organograma institucional.
RELACIONAL	Mostrar relações quantitativas entre duas ou mais variáveis.	Um gráfico de colunas ou de pizza. Uma animação do ciclo da água.
TRANSFORMACIONAL	Mostrar mudanças em um objeto ao longo do tempo e espaço.	Um vídeo mostrando a evolução dos efeitos de uma doença no organismo.
INTERPRETATIVA	Ilustra uma teoria, um princípio ou uma relação de causa e efeito.	O desenho de uma estrutura molecular. Uma série de diagramas com setas que ilustram o fluxo sanguíneo no coração.

Fonte: Clark e Lyons (2011 apud Costa, 2014)

As funções que menos contribuem para a compreensão do conteúdo são a decorativa e a representacional. A primeira, por ser um uso meramente estético, a segunda, representacional, deve ser utilizada somente quando for necessário apresentar uma visão realística do assunto abordado, como uma atividade cotidiana, por exemplo (Costa, 2014; CDC, 2009).

As imagens devem representar o leitor, isto é, elas devem atender à diversidade humana. Em 2023, a Fiocruz lançou a sua Política de Equidade Étnico-Racial e de Gênero, que orienta a instituição para a garantia da equidade de gênero, raça e etnia nas mais diversas áreas de atuação da Fiocruz, incluindo a comunicação e informação.



Importante ressaltar que todas as imagens devem ser descritas para que os leitores de tela possam “descrever” aquela imagem para pessoas cegas ou com baixa visão. O Word¹² possui essa funcionalidade e os gerenciadores de conteúdo para Web também possuem um campo para a descrição, que fica atribuída ao elemento ALT do HTML. Nas redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn também há funcionalidades para descrição das imagens¹³. Use-as!

Outro ponto importante é que os buscadores, como Google, utilizam a descrição das imagens para ranqueamento e busca das páginas. Ou seja, uma boa descrição da imagem ajuda seu site a aparecer nas primeiras páginas dos buscadores.

4.4. USE GRIFOS PARA DESTACAR OS CONCEITOS PRINCIPAIS

Use negrito ou itálico para realçar conceitos ou informações importantes, que não devem passar despercebidas do leitor. Mas cuidado: colocar grifos para destacar muitas informações ao mesmo tempo pode causar o efeito contrário, e a informação importante se perder.

Colocar tudo em LETRA MAIÚSCULA não é uma boa técnica para destacar a mensagem. Embora possa chamar a atenção do leitor para a seção, é difícil de ler. Da mesma forma, o sublinhado também torna o texto mais difícil de ler e ainda pode ser confundido com um link.

É importante não usar somente cor para destacar o conteúdo, pois pessoas com daltonismo podem não identificar a diferença entre as cores, como dito anteriormente¹⁴.

¹² Saiba como criar documentos digitais acessíveis neste [Manual sobre criação de documentos digitais acessíveis](#), do TCU, ou ainda neste outro Manual de documentos digitais acessíveis do IFF RS.

¹³ A Enap possui um curso sobre [Audiodescrição](#)

¹⁴ Saiba mais no [Guia de acessibilidade cromática para daltonismo](#).



DEPOIS DE ESCREVER

Releia o texto e peça ajuda a um(a) colega
Aplique fórmulas de legibilidade
Teste com leitores reais

RELEIA O TEXTO E PEÇA AJUDA A UM(A) COLEGA

Antes de testar o texto com o público-alvo, peça a opinião dos seus colegas de trabalho. Peça que leiam todo o texto e verifique se compreenderam a mensagem. Essa é uma maneira simples e rápida de obter feedback.

O ideal é testar com pessoas do grupo de leitores em foco, mas, como isso nem sempre é possível, uma pessoa do seu círculo de trabalho pode auxiliar nessa tarefa. Além disso, é uma etapa importante antes de testar com o público-alvo. Afinal, uma segunda opinião é sempre bem-vinda.

APLIQUE FÓRMULAS DE LEITURABILIDADE

Existem fórmulas, chamadas fórmulas de legibilidade, que podem ajudar você a avaliar se seus textos estão acessíveis para um leitor em foco. Essas fórmulas calculam, por exemplo, o comprimento das palavras e das frases de um texto.

As fórmulas de legibilidade não são determinantes da complexidade do texto, pois existem muitas variáveis e fatores subjetivos nessa análise, mas podem indicar se você está no caminho certo.



SAIBA MAIS:

PARA CONHECER MAIS SOBRE AS FÓRMULAS DE LEITURABILIDADE E FERRAMENTAS COMPUTACIONAIS QUE CALCULAM OS ÍNDICES DE FORMA AUTOMÁTICA, VEJA A P. 55.

TESTE COM LEITORES REAIS

Sempre que possível, teste o documento com leitores reais! A teoria ajuda, mas de nada adianta se não for colocada em prática. Verifique se a mensagem que você quer comunicar é bem compreendida pelo público-alvo.

A fase de testagem é muito importante naqueles documentos que serão lidos por muitas pessoas. É o caso dos textos publicados nos canais oficiais de comunicação da Fiocruz.

O feedback dos leitores permite que você faça ajustes no texto, adequando a forma e o conteúdo às capacidades de compreensão dos principais envolvidos: a cidadã e o cidadão que precisam ter seus direitos compreendidos.



SAIBA MAIS:

A ETAPA DE TESTAGEM É FUNDAMENTAL PARA VERIFICAR SE O PÚBLICO-ALVO TEM CONDIÇÕES DE COMPREENDER O DOCUMENTO. PARA CONHECER ALGUMAS FORMAS DE TESTAGEM, VEJA O ITEM “DIFERENTES FORMAS DE TESTAGEM DOS TEXTOS”, NA P. 64.

Agora que você conhece as etapas da Linguagem Simples, use o checklist a seguir para verificar se a sua simplificação foi bem-sucedida.

CHECKLIST DA LINGUAGEM SIMPLES

ORGANIZE AS IDEIAS E O CONTEÚDO

	SIM	NÃO	NÃO SE APLICA
01. O conteúdo está organizado para atender às necessidades do seu público-alvo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02. A mensagem principal do texto está clara?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03. As informações mais importantes estão no início do texto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04. Os títulos são úteis e curtos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ESTRUTURE O TEXTO

	SIM	NÃO	NÃO SE APLICA
05. As frases são curtas e trazem apenas a informação necessária?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06. As frases do texto estão, em sua maior parte, na ordem direta (sujeito + verbo + objeto)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07. Os parágrafos são curtos e trazem apenas um tópico por parágrafo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08. As frases são, em sua maior parte, afirmativas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09. A informação principal é colocada primeiro, depois as exceções?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ESCOLHA BEM AS PALAVRAS

	SIM	NÃO	NÃO SE APLICA
10. Quando possível, os verbos estão no presente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. O texto evita palavras complexas, como verbos transformados em nomes (encaminhamento etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. O texto privilegia palavras concretas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. O texto traz apenas as palavras necessárias, evitando expressões que não têm sentido para o leitor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. As palavras e expressões são simples, conhecidas do leitor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Cada conceito tem um único nome que o define no texto? Os sinônimos são evitados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Os termos/jargões são evitados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Quando os termos não podem ser substituídos são fornecidas explicações/definições?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Os pronomes retos e oblíquos em substituição aos substantivos são evitados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Há um diálogo direto com o leitor por meio do pronome “você”?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Os advérbios terminados em -mente são evitados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Há poucas ou nenhuma abreviatura/sigla?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Há poucos ou nenhum estrangeirismo no texto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DEIXE O TEXTO MAIS ATRAENTE AOS OLHOS DO LEITOR

	SIM	NÃO	NÃO SE APLICA
23. O texto está legível (fonte, espaçamento etc. adequados)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. São fornecidos exemplos para auxiliar o leitor na compreensão do conceito?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Listas são usadas quando necessário?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. O material possui tabelas e ilustrações simples que ajudam na compreensão?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Grifos (negrito, itálico ou cores) são usados para destacar pontos importantes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DEPOIS DE ESCREVER

	SIM	NÃO	NÃO SE APLICA
28. Você releu o seu texto várias vezes ou pediu que um(a) colega lesse o material para você?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Você usou fórmulas de legibilidade para testar a complexidade do texto? (Veja o material complementar).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Você testou o seu texto com o seu público-alvo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**MATERIAL
COMPLEMENTAR**

COMO AS PESSOAS LEEM NA INTERNET

Ao contrário do que acontece com materiais impressos, como livros e jornais, as pessoas não leem páginas inteiras na internet. Normalmente, elas buscam conteúdo na web com um objetivo em mente. Buscam informações que possam ajudá-las a realizar uma tarefa, seja descobrir como fazer uma receita, comprar um produto ou saber mais sobre uma doença. Por isso, as pessoas costumam “escanear” as páginas de conteúdo.

Em um famoso estudo realizado no final da década de 1990, Nielsen e Morkes descobriram que 79% dos participantes da pesquisa apenas “passavam os olhos” pelas páginas e somente 16% liam o conteúdo todo.

Mesmo com um número cada vez maior de usuários da internet, o percentual de conteúdo que é lido na íntegra em um site não aumentou muito. Veja alguns fatos de uma pesquisa um pouco mais recente que devem ser considerados quando você estiver criando um conteúdo para a internet:

- Em um estudo de 2008, com base na análise de 45.237 páginas, Nielsen descobriu que os usuários leem apenas 18% de tudo o que é publicado em uma página.
- À medida que o número de palavras de uma página aumenta, esse percentual cai.
- Para que as pessoas leiam metade das palavras contidas em uma página, você deve limitar o conteúdo a 110 palavras ou menos.

OS PADRÕES DE LEITURA NA INTERNET

Você acabou de ver que os usuários apenas “escaneiam” a página. Agora, é preciso entender quais são esses padrões de escaneamento do conteúdo.

O primeiro padrão apresentado por Nielsen é no formato da letra F. Ou seja, os usuários focam a atenção primeiro na parte superior esquerda da página, nos títulos e nas primeiras poucas palavras do texto, em um movimento horizontal. Depois, descem para a outra linha, mas, em média, leem apenas as duas primeiras palavras de cada linha. Além disso, os usuários podem levar apenas cinco segundos para decidir se aquele conteúdo é útil para eles ou não.



Fonte: <https://www.nngroup.com/articles/how-people-read-online/>

O PADRÃO EM FORMA DE F NÃO É O ÚNICO PADRÃO DE ESCANEAMENTO DE CONTEÚDO. VEJA OUTROS:

- Padrão de bolo em camadas (*layer-cake pattern*) – os olhos examinam títulos e subtítulos e ignoram o texto abaixo. Um gráfico visual ou mapa de calor desse comportamento mostrará linhas horizontais, como num bolo com camadas de glacê.
- Padrão pontilhado (*spotted pattern*) – o usuário pula grandes pedaços de texto e o escaneia como se procurasse por algo específico, como um link, números, uma palavra específica ou um conjunto de palavras com uma forma distinta (como um endereço ou assinatura).
- Padrão de marcação (*marking pattern*) – os olhos ficam focados em um único ponto enquanto o mouse rola ou desliza o dedo pela página. Este padrão acontece mais no celular do que no desktop.
- Padrão de ignorar (*bypassing pattern*) – o usuário pula as primeiras palavras da frase quando várias linhas de texto em uma lista começam todas com a(s) mesma(s) palavra(s).
- Padrão de compromisso (*commitment pattern*) – o usuário lê quase tudo na página. Se as pessoas estiverem altamente motivadas e interessadas no conteúdo, elas lerão todo o texto em um parágrafo ou mesmo uma página inteira. Isso acontece em apenas 16% dos casos.

COMO ESCREVER TEXTOS SIMPLES PARA A INTERNET

A. ESCREVA PARA OS SEUS USUÁRIOS

Refleta sobre quem é o usuário da página. Normalmente, os usuários acessam uma página institucional com uma tarefa em mente. Por isso, pense se a página ajuda os usuários a realizarem suas tarefas de maneira fácil. É importante identificar a missão, o propósito do site institucional para que as necessidades dos usuários possam ser atendidas.

B. IDENTIFIQUE OS USUÁRIOS E SUAS PRINCIPAIS TAREFAS

Para que você possa escrever e criar conteúdo para os seus usuários, primeiro é preciso entender quem são. Para isso, veja algumas dicas de como traçar um perfil:

- Preste atenção às perguntas dos usuários – o que perguntam quando mandam e-mails ou ligam para a instituição?
- Fale diretamente com os usuários e pergunte o que eles buscam encontrar no site institucional.
- Analise as métricas do seu site para descobrir o que as pessoas estão procurando quando acessam as páginas.
- Quais são as páginas mais visitadas? E onde os usuários passam mais tempo?
- Quais são as principais palavras de busca usadas?

C. ESCREVA CONTEÚDO WEB

Depois de definir quem são seus usuários e seus principais objetivos, é hora de escrever o conteúdo. É importante ter em mente que escrever conteúdo para a web é muito diferente de escrever conteúdo impresso. Não basta publicar no site uma notícia em formato de jornal impresso, por exemplo, e ela se transformará em textos na internet. Afinal, vale lembrar que os usuários leem apenas 18% dos textos na internet. Por isso, você precisa reduzir o conteúdo que tem impresso em pelo menos 50% para adaptá-lo para a internet.

VEJA ALGUMAS DICAS:

- Use o estilo de pirâmide invertida. Comece a falar do tema em questão com uma frase curta e objetiva. Coloque a informação mais importante no início (topo) e as informações adicionais no fim (base).
- Escreva somente a informação necessária. Selecione a informação que ajudará os seus usuários a atingirem seus objetivos e realizarem suas tarefas. Vá direto ao ponto e não enrole!
- Conteúdo em pedaços (chunked content). Não tente “fazer caber” todo o conteúdo em parágrafos longos. Divida a informação em tópicos, em seções lógicas separadas por títulos e cabeçalhos informativos.

ATENÇÃO:

O conteúdo não está acessível para o usuário se ele não puder:

- encontrar o que precisa;
- entender o que encontrou;
- usar o que encontrou para atender às suas necessidades.

D. EVITE MUITOS TEXTOS EM PDF

Em um primeiro momento, pode parecer que carregar documentos em PDF no site é a maneira mais fácil de transformar conteúdo impresso em conteúdo web. Infelizmente, isso só irá prejudicar um dos seus principais objetivos: manter os usuários interessados na sua página.

O grupo Nielsen realizou diversos estudos sobre o uso e a leitura de documentos em PDF e descobriu que a maioria dos usuários não gosta e evita ler arquivos PDF a todo custo. Veja algumas das razões para evitar o uso de arquivos PDF:

- demoram para baixar e abrir e podem travar o computador do usuário se os arquivos forem muito grandes;
- são difíceis de ler por alguns leitores de tela;
- podem fazer com que o usuário perca o site se os documentos forem abertos na mesma guia.

Se você, por algum motivo, não puder deixar de usar arquivos PDF no seu site, indique, na página onde o documento for disponibilizado para download, as seguintes informações:

- o assunto do documento;
- o tamanho do arquivo;
- quem pode achar o conteúdo útil;
- defina em seu gerenciador de conteúdo que o arquivo deve abrir numa nova guia.

E. USE LINGUAGEM SIMPLES

Todas as técnicas de Linguagem Simples apresentadas neste Guia podem ser usadas para a elaboração de conteúdo para a internet. Veja um resumo do que usar e do que evitar:



- uma organização lógica
- títulos e subtítulos informativos com palavras que contêm a informação-chave
- voz ativa
- pronomes como “você” para falar diretamente ao usuário
- palavras comuns, conhecidas do usuário
- listas, tabelas e figuras que façam sentido para o usuário



- linguagem especializada (termos)
- formas indiretas (voz passiva, sujeito oculto, indeterminado etc.)
- frases e parágrafos muito longos
- abreviações e siglas
- palavras complexas e desnecessárias
- informações que o usuário não precisa

FÓRMULAS DE LEITURABILIDADE E RECURSOS TECNOLÓGICOS GRATUITOS

DIFERENÇAS ENTRE LEGIBILIDADE E LEITURABILIDADE

Antes de passarmos às fórmulas de leitura, vale ressaltar o conceito de leitura. Frequentemente, o termo “readability”, em inglês, é erroneamente traduzido por “legibilidade” em português.

Como já vimos neste Guia, legibilidade diz respeito à tipografia de um texto, ou seja, à parte física do texto, suas letras, fontes, cores, números. Para que um texto seja legível, o leitor precisa converter, o mais rápido possível, os símbolos tipográficos em conceitos.

Porém, um texto pode estar legível, mas não ser “leiturável”. Isso porque a leitura de um texto diz respeito à compreensão que o leitor faz daquele texto; ou seja, se ele é capaz de compreender a mensagem transmitida por determinado texto. Portanto, **as fórmulas de leitura são usadas para medir se um texto está mais ou menos fácil de ler.**

ÍNDICE FLESCH E FLESCH-KINCAID

Dentre as diversas fórmulas de leitura existentes, uma das mais conhecidas do mundo é o índice Flesch Reading Ease. O índice Flesch foi criado por Rudolph Flesch na década de 40. Rudolph Flesch foi precursor e defensor do Plain Language. Flesch trabalhava em uma fábrica americana e percebeu que, assim como ele, seus companheiros também tinham dificuldade para compreender os manuais escritos em inglês utilizados no local de trabalho. Com o objetivo de medir a complexidade desse material e tornar os manuais mais acessíveis, Rudolph criou uma fórmula que media o grau de leitura.

A FÓRMULA PARA O INGLÊS:

$$\text{IFLF} = 206,835 - ((1,015 \times \text{comprimento médio da frase}) + 0,846 \times (\text{número de sílabas por 100 palavras}))$$

O índice Flesch trabalha com as variantes “comprimento médio por frase” e “número de sílabas por palavra”. O índice tem sete faixas de dificuldade de leitura, podendo variar de 0 a 100. Quanto maior for o índice, ou seja, mais próximo de 100, mais fácil de ler o texto; quanto mais próximo de 0, mais difícil.

O índice Flesch foi adaptado para a língua portuguesa no ano de 1996, de forma que representasse a realidade das estruturas das frases e palavras do universo da escrita em português do Brasil.

A FÓRMULA PARA O PORTUGUÊS:

$$\text{ILF} = 248.835 - [1.015 \times (\text{Número de palavras por sentença})] - [84.6 \times (\text{Número de sílabas do texto} / \text{Número de palavras do texto})]$$

VALOR DO ÍNDICE

LEITURA DO TEXTO

90-100	muito fácil
80-90	fácil
70-80	razoavelmente fácil
60-70	padrão
50-60	razoavelmente difícil
40-50	difícil
0-30	muito difícil

A maioria dos índices que vieram depois do índice Flesch tem como base a fórmula criada por Rudolph Flesch, como o índice Flesch-Kincaid, que recebe o nome de Rudolph Flesch e de seu criador, Peter Kincaid. O índice Flesch-Kincaid foi desenvolvido por Peter Kincaid a pedido da marinha americana. Foi primeiramente usado para testar a dificuldade de compreensão de manuais técnicos utilizados pelo exército. O índice Flesch-Kincaid é bastante útil por trazer um dado a mais: ele considera a dificuldade de compreensão da leitura por grau de escolaridade do leitor.

A FÓRMULA PARA O PORTUGUÊS:

$$\text{ILFK} = ((0,39 \times \text{média de palavras por frase}) + (11,8 \times \text{média de sílabas por palavra})) - 15,59$$

ÍNDICE	GRAU DE ESCOLARIDADE	OBSERVAÇÕES
90.0–100.0	5 anos de escolaridade	Muito fácil de ler. Fácil de ser compreendido por um aluno com aproximadamente 11 anos de idade.
80.0–90.0	6 anos de escolaridade	Fácil de ler.
70.0–80.0	7 anos de escolaridade	Razoavelmente fácil de ler.
60.0–70.0	de 8 a 9 anos de escolaridade	Linguagem simples. Fácil de ser compreendido por alunos entre 13 e 15 anos de idade.
50.0–60.0	de 10 a 12 anos de escolaridade	Razoavelmente fácil de ler.
30.0–50.0	Alunos universitários	Difícil de ler.
0.0 – 30.0	Com nível universitário	Muito difícil de ler. Compreendido só por graduados em universidades.

Em resumo, as fórmulas Flesch Reading Ease e Flesch-Kincaid podem ser um primeiro passo para se descobrir se um texto está muito complexo. A partir dos resultados, você pode decidir se vale a pena seguir no processo de simplificação ou se o texto já está suficientemente simples para o grupo de leitores em foco.

As fórmulas também podem ser uma boa alternativa para verificar o progresso da simplificação. Você pode ir alterando o seu texto e aplicar as fórmulas para avaliar se houve alguma mudança nos índices. Lembrando que para o índice Flesch e Flesch-Kincaid, quanto mais alto o índice mais fácil é o texto de ler.

E como medir o índice Flesch e Flesch-Kincaid de um texto? Existem recursos computacionais gratuitos que calculam o índice de forma automática. Um deles é a ferramenta NILC-Metrix, que você vai conhecer a seguir.

NILC-METRIX

O NILC-Metrix é um software gratuito disponível na Internet criado pelo Núcleo Interinstitucional de Linguística Computacional (NILC) da Universidade de São Paulo (USP). A ferramenta trabalha com 200 métricas textuais.



Para analisar um texto na ferramenta computacional, basta acessar a ferramenta, colar o seu texto na caixa e clicar em Submit. O NILC-Metrix fornecerá várias estatísticas, dentre elas o Índice Flesch.

Grupo	Métrica	Descrição	Valor
1 Coesão Referencial	adj_wtg_cnf	Quantidade média de referentes que se repetem nos pares de sentenças adjacentes do texto	1.0
2 Coesão Referencial	adj_cw_cnf	Quantidade média de palavras de conteúdo que se repetem nos pares de sentenças adjacentes do texto	1.0
3 Coesão Referencial	adj_alam_cnf	Quantidade média de radicais de palavras de conteúdo que se repetem nos pares de sentenças adjacentes do texto	1.0
4 Coesão Referencial	adjacent_refs	Média das proporções de candidatos a referentes na sentença anterior em relação aos pronomes pessoais do caso reto nas sentenças	0.0
5 Coesão Referencial	anaphoric_refs	Média das proporções de candidatos a referentes nas 5 sentenças anteriores em relação aos onomases anafóricos	0.0

As outras métricas textuais fornecidas pela ferramenta servem para uma análise mais aprofundada do texto e incluem o tamanho das frases, o número de palavras, a repetição de palavras ou se há muitos adjetivos no texto, entre muitas outras. Para saber mais, clique em cima do nome da métrica e a ferramenta fornecerá uma explicação.

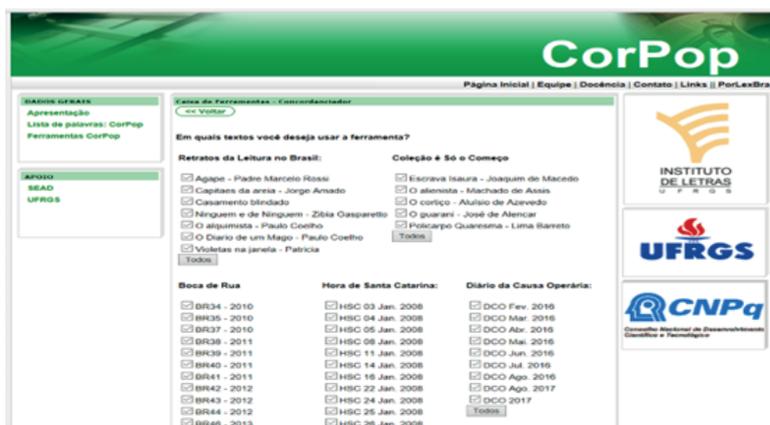
CORPOP

O CorPop é um corpus (seleção de textos) de referência do português popular escrito no Brasil. Ele foi construído a partir de textos selecionados com base no nível de letramento médio dos leitores do país¹⁵. A ideia é que o CorPop, como um guia de vocabulário potencialmente simples, possa ser utilizado para que você avalie se o vocabulário do texto está acessível para o leitor em foco.

A medida de referência é que quando uma palavra aparece cinco vezes ou menos no CorPop ela pode ser considerada uma palavra potencialmente complexa para o leitor de escolaridade e letramento limitados ao Ensino Fundamental. Vale ressaltar que, assim como as fórmulas de leiturabilidade, o CorPop não pode ser um determinante na escolha do vocabulário simples, uma vez que ele não dá conta de todo o universo lexical do português brasileiro. Assim, use o CorPop como uma referência, um ponto de partida, mas sem desconsiderar o seu conhecimento do perfil do leitor em foco.

COMO USAR O CORPOP

Na página inicial do CorPop, você pode selecionar com quais textos quer trabalhar/consultar. Você pode selecionar todos ao mesmo tempo ou aqueles que desejar.



Fonte: CorpPop (2018, documento on-line).

Após a seleção dos textos que serão consultados no CorPop, você deve digitar a palavra que quer pesquisar. No exemplo ao lado, a palavra selecionada foi “patologia”

Aviso: Dependendo do número de corpora selecionados, o resultado pode demorar.

Escreva a palavra ou parte de palavra que você deseja procurar:

Escolha quantas palavras você deseja visualizar antes e após sua busca:

Escolha o formato de saída:

Fonte: Paraguassu, 2022

¹⁵ CORPOP. 2018. Acesso em: 27 set. 2018.

O termo “patologia” teve apenas duas ocorrências no CorPop. De acordo com os critérios de complexidade da ferramenta, “patologia” pode ser considerada uma palavra de baixa frequência (pouco usada) e complexa.

The screenshot shows the CorPop web interface. At the top, there is a green header with the 'CorPop' logo and navigation links: 'Página Inicial | Equipe | Docência | Contato | Links | PorLexBr'. Below the header, the page is divided into three main sections. On the left, there is a sidebar with 'DADOS GERAIS' (Apresentação, Lista de palavras: CorPop, Ferramentas CorPop) and 'APOIO' (SEAD, UFRGS). The central section, titled 'Caixa de Ferramentas - Concordanciador', displays the results for the word 'patologia'. It shows 'Concordanciador' and 'Total de concordâncias: 2', followed by a text snippet: 'real com a erradicação dessa patologia, mas logicamente o lucro resultante de controle da incidência da patologia. Contudo, o que se percebe'. On the right side, there are logos for 'INSTITUTO DE LETRAS UFRGS', 'UFRGS', and 'CNPq Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico'.

Fonte: CorpPop (2018, documento on-line).

Já a palavra “doença” tem 50 ocorrências no CorPop, podendo ser considerada uma palavra de alta frequência e potencialmente conhecida do leitor médio brasileiro.

This screenshot shows the CorPop interface with search results for the word 'doença'. The layout is identical to the previous screenshot. The central section displays 'Concordanciador' and 'Total de concordâncias: 50'. Below this, a large text snippet is shown, starting with 'econômico. A fome é uma doença social. As pessoas costumam dizer sumindo mesmo. Uns morrem de doença, outros são presos. Vamos sendo as pessoas. Uma usuária com doença mental foi repreendida porque esqueceu perguntou se eu tinha alguma doença. Eu falei que eu tinha de trabalhar por causa desta doença, tanto que vendo há anos profissional da saúde! Ou seja: doença viria caso de polícia. Existe um endereço. Se tiver uma doença crônica, uma passagem pelo sistema país com mais casos da doença no mundo, e o estado campanha mostra a gravidade da doença. Sem se cuidar, muitos acabam muitos acabam morrendo com a doença, inclusive alguns integrantes do Boca é traficante, se rouba por doença ou porque precisa... O morador que isso já era uma doença. Foi preso e levado para melhor remédio para a falsa doença. Crispim disse que estava bom classes, de acordo com a doença. Simão atacou de frente a A notícia da doença de Jerônimo correu entre as a gente. O crime, a doença e a loucura também acabam onde há a incidência dessa doença. No entanto, o que se no país em diagnóstico da doença, emita laudo ontem no qual Aedes aegypti, mosquito transmissor da doença, o que mantém o alerta de que alunos contralissem a doença resultou em perda de aula a confirmação do foco da doença, a diretora Sílvia Regina Neis Alegre tem transmissão interna da doença. Todos os outros casos registrados sete, Ti-ti-ti, terá câncer, mesma doença que provocou a morte da Dani Gam, por causa da doença, em 2007. -- Falar disto'.

Fonte: CorpPop (2018, documento on-line).

DIFERENÇAS ENTRE ABREVIÇÃO, ABREVIATURA E SIGLA

A Linguagem Simples recomenda evitar muitas abreviaturas e siglas quando não forem conhecidas do leitor em foco. Mas você sabe a diferença entre elas? Veja as diferenças a seguir¹⁶ :

ABREVIÇÃO

Abreviação é a forma reduzida da palavra e compreende a redução da palavra até um limite, de modo que não haja prejuízo ao entendimento.

EXEMPLOS:

Moto – motocicleta

Micro – microcomputador

Fone – telefone

Foto – fotografia

Pneu – pneumático

Cine – cinema

ABREVIATURA

Abreviatura é a representação de uma palavra através de suas sílabas (geralmente iniciais) ou de letras.

EXEMPLOS

Gram. – Gramática

m – metro

adj. – adjetivo

num. – numeral

núm. – número

gên. – gênero

a. C. – antes de Cristo

apto. – apartamento

Cia. – Companhia

¹⁶ **Abreviação, abreviatura e sigla – qual a diferença?** – Biblioteca Prof. Lydio Machado Bandeira de Mello – Faculdade de Direito da UFMG. Acesso: 01 abr 2023

Ltda. – limitada
S.A. – sociedade anônima
id. – idem
ib. ou ibid. – ibidem (da mesma forma)
U.S.A. – United States of America
vv. – versículos

SIGLA

Há regras quanto ao uso das siglas: todas as letras devem ser escritas com letra maiúscula se a sigla tiver até três letras ou se todas as letras tiverem um significado independente. Caso a sigla possua mais de três letras, somente a inicial será escrita em letra maiúscula.

EXEMPLOS:

ONU – Organização das Nações Unidas
ONG – Organização Não Governamental
MEC – Ministério da Educação e Cultura
BB – Banco do Brasil
IOF – Imposto sobre Operações Financeiras
Detran – Departamento Estadual de trânsito
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Bovespa – Bolsa de Valores do Estado de São Paulo
Volp – Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa

ATENÇÃO:

Abreviatura e sigla não padronizadas deverão ser traduzidas em nota de rodapé.

A acentuação gráfica da palavra é mantida na abreviatura. Ex.: pág.

Frase que termina com palavra abreviada não tem ponto final: etc. e não etc..

DIFERENTES FORMAS DE TESTAGEM DOS TEXTOS

PARA TESTAR O SEU TEXTO, VOCÊ PODE USAR DIFERENTES RECURSOS. VEJA ALGUNS TIPOS DE TESTAGENS

OPINIÃO DOS PARES

Pedir a opinião dos colegas de trabalho é a forma mais fácil e rápida de testagem. Porém, possivelmente a menos eficaz. Especialmente se os seus colegas não representarem o grupo de leitores em foco. De qualquer forma, é sempre bom receber uma segunda opinião.

QUESTIONÁRIO

O questionário sobre a compreensão leitora do texto pode ser aplicado em papel ou pela internet. Vale ressaltar que se o questionário for aplicado pela internet, os respondentes terão de dominar diferentes habilidades, como saber navegar bem em um ambiente web.

O questionário pode conter perguntas mais gerais e outras objetivas, sobre um determinado ponto de complexidade do texto. O formato virtual tem a vantagem de alcançar muitas pessoas. Existem ferramentas gratuitas ou pagas para a aplicação desses questionários virtuais, como o Google Forms, o Survey Monkey etc.

ENTREVISTA INDIVIDUAL

Deve ser feita de forma presencial ou por uma plataforma como Google Meets, Teams etc. Ajuda a compreender com mais clareza a opinião de uma pessoa que está usando o serviço ou recebendo um documento. É uma das formas mais ricas de se avaliar um texto. Porém, é uma das formas mais complexa de testagem, pois demanda tempo, recursos e a disposição dos entrevistados.

GRUPO FOCAL

O grupo focal é um método de pesquisa qualitativa que reúne participantes em uma entrevista. Assim como as entrevistas individuais, o grupo focal é uma forma muito rica de testagem e de coleta de informações. Porém, no grupo focal o debate de ideias é privilegiado.

A vantagem é que podem surgir insights muito interessantes desses debates. A desvantagem é que as pessoas podem ser “contaminadas” pela opinião dos outros. Assim como nas entrevistas, é um método que demanda tempo, recursos e a disposição dos participantes.

NORMATIVAS E PROPOSTAS LEGISLATIVAS RELACIONADAS AO TEMA DA LINGUAGEM SIMPLES NO BRASIL¹⁷

2021

· Portaria Conjunta nº 91/2021 do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Regulamenta o uso de Linguagem Simples e de Direito Visual no TJDFT.

· Lei nº 14.181/2021. Inclui capítulo no Código de Defesa do Consumidor, tratando da prevenção e tratamento do superendividamento, abordando questões relativas às informações nas contratações, mencionando que devem ser prévias e sempre observando as peculiaridades do consumidor. Há determinação expressa no sentido de que determinadas informações “devem constar de forma clara e resumida do próprio contrato, da fatura ou de instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor” (art. 54-B, §1º, do CDC).

2020

· Lei Municipal nº 17.316/2020, de São Paulo. Institui a Política Municipal de Linguagem Simples nos órgãos da Administração Direta e Indireta naquela cidade.

2019

· Projeto de lei nº 6.256/2019. Institui a Política Nacional de Linguagem Simples nos órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta.

2018

· Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018). Nos incisos V e VI do art. 6º, garantem-se, entre outras coisas, “informações claras, precisas e facilmente acessíveis”.

2017

· Lei Nacional de Defesa do Usuário dos Serviços Públicos (Lei nº 13.460/2017). No inc. XIV do art. 5º, garante-se a “utilização de linguagem simples e compreensível, evitando o uso de siglas, jargões e estrangeirismos”.

· Decreto nº 9.191/2017. Trata da redação dos atos normativos, estabelecendo, no art. 14, que “As disposições normativas serão redigidas com clareza, precisão e ordem lógica, observado o seguinte: I - para a obtenção da clareza: a) usar as palavras e as expressões em seu sentido comum, salvo quando a norma versar sobre assunto técnico, hipótese Guia de Linguagem Simples TJRS 14 em que se pode empregar a nomenclatura própria da área em

que se está legislando; b) usar frases curtas e concisas; c) construir as orações na ordem direta, evitando preciosismo, neologismo e adjetivações dispensáveis”.

· Decreto da Desburocratização (nº 9.094/2017). Estabelece que o Poder Executivo Federal deve observar a diretriz de “utilização de linguagem clara, que evite o uso de siglas, jargões e estrangeirismos” (art. 1º, inc. VII).

· Código de Processo Civil. O artigo 298 dispõe que “na decisão que conceder, negar, modificar ou revogar a tutela provisória, o juiz motivará seu convencimento de modo claro e preciso”. Além disso, o artigo 1022, inc. I, determina que “cabem embargos de declaração contra qualquer decisão judicial para esclarecer obscuridade ou eliminar contradição”.

2015

· Resolução nº 215/2015 do CNJ. Trata sobre o acesso à informação e a aplicação da Lei nº 12.527/2011. Estabelece que os órgãos administrativos e judiciais do Poder Judiciário devem garantir às pessoas naturais e jurídicas o direito de acesso à informação, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão (art. 2º).

2011

· Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011). No art. 5º, garante o direito de acesso à informação de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.

2010

· Lei Complementar Estadual nº 13.447/2010. Dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis. Estabelece que o texto normativo deve ser redigido com clareza, precisão e ordem lógica. Entre as diversas diretrizes, dispõe que devem ser usadas frases curtas e concisas, bem como orações na ordem direta.

1990

· Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990). No inc. III do art. 6º, traz como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentam.

¹⁷ Fonte: Guia de Linguagem Simples TJRS, disponível em <https://www.tjrs.jus.br/static/2022/07/Guia-de-Linguagem-Simples-TJRS.pdf>

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Daniel; DEMO, Gisela; MEDEIROS, Júlio; SCUSSEL, Fernanda. Citizen Relationship Management (CiRM): the past, present, and future of an emerging concept. Cadernos EBAPE BR, v. 19, n. 1, p. 32–44, jan. 2021.

CENTERS for Disease Control and Prevention. Simple put: a guide for creating easy-to-understand materials. 2009. Disponível em: <https://acesse.one/bWqZT>. Acesso em: 5 jul. 2023.

COSTA, Valéria Machado da. 2014. Letramento multisemiótico por meio do infográfico: um estudo de caso com alunas do programa mulheres mil. Tese (Doutorado em Informática na Educação). Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação do Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 256. 2014.

CUNHA, André Luiz Verucci. Coh-matrix-Port. c2015. Disponível em: <http://143.107.183.175:22680/analyze>. Acesso em: 25 maio. 2023.

CUTTS, Martin. Oxford Guide of Plain English. Oxford University Press, 4th edition, 2013.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Comitê Pró-Equidade de Gênero e Raça da Fiocruz. Política de equidade étnico-racial e de gênero da Fiocruz. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2023. 23 p.

GUIA de linguagem simples TJRS [recurso eletrônico] / Comissão de Inovação – Porto Alegre: Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, 2021. Disponível em: <https://www.tjrs.jus.br/static/2022/07/Guia-de-Linguagem-Simples-TJRS.pdf>.

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO. Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf). c2017. Disponível em: <http://www.ipm.org.br/inaf>. Acesso em: 15 set. 2018.

NILC. Simplificação Textual. c2010. Disponível em: <http://www.nilc.icmc.usp.br/nilc/index.php/tools-and-resources?layout=edit&id=27>. Acesso em: 23 set. 2018.

PARAGUASSU, Liana Braga. 2018. Tradução Especializada Acessível (TEA): revisão do tema e proposta de disciplina para cursos de graduação em tradução. Dissertação (Mestrado em Tradução, Terminologia e Lexicografia). Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 272. 2018.

PASQUALINI, Bianca Franco. Corpop: um corpus de referência do português popular escrito do Brasil. Tese (Doutorado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre 2018.

POLÍTICA de equidade étnico-racial e de gênero da Fiocruz / Fundação Oswaldo Cruz. Comitê Pró-Equidade de Gênero e Raça da Fiocruz. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2023. 23p.

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. Apostila do curso Linguagem Simples no Setor Público, 011 Lab, Prefeitura de São Paulo, julho de 2020, 73 p. Disponível em: <https://acesse.one/RMQtS>. Acesso em: 24 out. 2023.



Pavilhão Haity Moussatché – Campus Fiocruz | Manguinhos - RJ
Av. Brasil, 4.365 – Rio de Janeiro – CEP: 21.045-360
Tel.: (55XX21) 3865-3131

Redes Sociais:

Twitter: @icict_fiocruz

Facebook: fiocruz.icict

Instagram: icict_fiocruz



WWW.icict.fiocruz.br

