



GUIA DE LINGUAGEM SIMPLES



GOVERNO DO ESTADO DO ACRE

Organização em
Centros de
Atendimento



GOVERNO DO
ACRE

Trabalho para cuidar das pessoas

Olá a todos!

É com muita alegria que compartilhamos esta importante iniciativa: o lançamento da 1ª edição do nosso **Guia de Linguagem Simples**.

Esta ação está totalmente alinhada com os princípios da administração do **Governo do Estado do Acre, que trabalha para cuidar das pessoas**.

Por compreendermos que isso é fundamental para oferecer um atendimento digno e com qualidade, nós, da OCA, procuramos nos comunicar em **Linguagem Simples** desde 2022.

Nosso objetivo é promover uma comunicação mais clara, acessível e eficiente, facilitando o entendimento das pessoas que interagem com nossos conteúdos, documentos e serviços.

Acreditamos que uma **linguagem simples e direta** melhora a experiência do usuário, reduz ambiguidades e torna nossas mensagens mais inclusivas.

Contamos com o apoio de todos para fazer dessa iniciativa uma forma de acolher e continuar cuidando das pessoas!

SUMÁRIO

O que é Linguagem Simples?	4
Definir o público-alvo	6
Antes de escrever	9
Na hora de escrever	12
Depois de escrever	19
Para saber mais	22

O QUE É LINGUAGEM SIMPLES?

É uma forma de comunicar que permite que a população compreenda melhor seus direitos e deveres. Ao tornar as informações mais compreensíveis, ela facilita a inclusão e fortalece a cidadania.

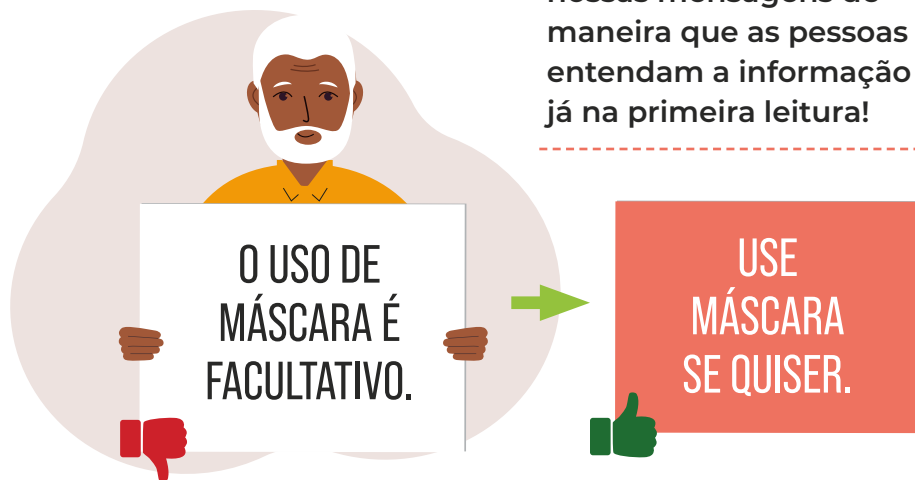
A técnica da Linguagem Simples torna mais claros os textos **informativos** e **funcionais**, ou seja, textos que informam e que ajudam as pessoas a realizar tarefas. Ela deve ser usada na comunicação interna e externa de órgãos públicos, em folhetos, formulários, contratos, sites, vídeos, redes sociais etc.



Dizemos que uma comunicação está em Linguagem Simples quando texto, estrutura e *design* estão tão claros que o público-alvo consegue **localizar** facilmente a informação de que precisa, **compreender** o conteúdo e **usar** essa informação.

Fonte: Plain Association International

Precisamos criar
nossas mensagens de
maneira que as pessoas
entendam a informação
já na primeira leitura!



Estas são
as etapas para
escrever em
Linguagem
Simples



Vamos conhecer cada uma delas nas páginas a seguir. >>>

DEFINIR O PÚBLICO-ALVO

Todas as mensagens que criamos devem começar com **esta ideia**:

DEVEMOS **CONHECER**
O PÚBLICO PARA NOS
COMUNICARMOS BEM
COM ELE!

Algumas perguntas podem nos ajudar a conhecer nosso público:

1. Com quem queremos nos comunicar?



Com um grupo específico de pessoas?



Com nossos colegas?



Com profissionais de uma área?

2.

Nosso público-alvo terá facilidade de compreender?

Ao pensar sobre o público-alvo, precisamos considerar que no Brasil temos um desafio a vencer: **o baixo alfabetismo funcional**, ou seja, a capacidade de usar a **leitura**, a **escrita** e a **matemática** para realizar tarefas práticas no dia a dia em ambientes sociais e profissionais.

Pelo **Índice de Alfabetismo (Inaf)** de 2024, sabemos que:



3.

Por que as pessoas procuram uma informação?

Por que querem entender uma mensagem, precisam de um serviço, querem um momento de lazer, outro motivo?

4.

Qual meio de comunicação as pessoas vão usar para acessar a informação?

Celular, computador, um folheto, rádio, TV, redes sociais, outro?

5.

Onde as pessoas vão ouvir ou ler a informação?

Em casa, no trabalho, no transporte público?

6.

O que as pessoas já sabem sobre o assunto?

Não conhecem o assunto, já têm algum conhecimento, são especialistas?

Exemplo de público-alvo:

Flávia é estudante de contabilidade, tem 23 anos e costuma ler no celular a caminho do estágio no ônibus. Ela precisa preencher o formulário para uma nova vaga.



ANTES DE ESCREVER

**O QUE
QUEREMOS
COMUNICAR?**

Esta pergunta deve nos orientar antes de começarmos a escrever qualquer mensagem!

Devemos planejar o texto pensando em tornar a leitura mais fácil e agradável para nosso público!

PLANEJE A ESTRUTURA

1.



Organize o conteúdo

Depois de definir o público-alvo, vamos decidir quais informações serão comunicadas.

Pergunte-se:

**O QUE O PÚBLICO
PRECISA SABER?**

2.



Comece com o mais importante

As pessoas costumam ler com atenção **apenas o começo** dos textos. Elas logo desistem por falta de tempo, de interesse ou por distração, passando os olhos rapidamente para encontrar as informações de que precisam.



Por isso, comece com o que é **essencial** para o público, depois apresente o que é **importante** e, em seguida, dê as informações **complementares** e as **auxiliares**.

Assim o público já começa a leitura com mais atenção.

Por exemplo:

Em um aviso no elevador...



ATENÇÃO: dia 25/08!

A administradora do condomínio, em nome do sr. síndico, vai providenciar a lavagem da caixa d'água das 13h às 16h.



LAVAGEM DA CAIXA D'ÁGUA

25/08, das 13 às 16h

Nesse período ficaremos sem água nas torneiras e nos chuveiros.

PROGRAME-SE!

3.

Escreva apenas o necessário



O tempo do público é muito importante. Não vamos desperdiçá-lo escrevendo demais.

Vá direto ao ponto!

4.

Escreva uma ideia por frase



Deixa o texto mais organizado e **facilita a compreensão** do público, principalmente se a pessoa estiver fazendo uma leitura rápida em busca de uma informação específica.

5.

Planeje o visual da mensagem



É preciso decidir qual a melhor forma de apresentar a informação. Há diversos recursos que podem ajudar: **listas com marcadores, tabelas, caixas de texto, gráficos.**

NA HORA DE ESCREVER

Com a mensagem bem estruturada, podemos começar a escrita!

ESCOLHA BEM AS PALAVRAS

1.

Use palavras mais frequentes para o público

Prefira:

endereço

em lugar de **logradouro**

comprar

em lugar de **adquirir**

ter

em lugar de **possuir**

aprovar

em lugar de **homologar**

Se precisar usar palavras mais difíceis para o público-alvo, explique seu significado da maneira mais compreensível.

Por exemplo:

Beneficiário é uma palavra complexa muito usada quando se fala em aposentadoria. Ela se refere a **pessoa que recebe aposentadoria, pensão ou auxílio**. Não existe um sinônimo exato que explique toda a ideia em apenas uma palavra.

2.

Evite siglas, termos técnicos e palavras estrangeiras

Quando usar **siglas**, explique o que significam. No caso de siglas bem conhecidas, como CPF, por exemplo, não é necessário explicar.

Troque **termos técnicos** por palavras mais conhecidas sempre que possível, ou explique o que significam.

Por exemplo:

Júlia conversa sobre um exame com seu paciente...

Preciso saber se você foi **contaminado**, se foi picado pelo mosquito da dengue. Vou pedir um **hemograma**, que é um exame feito com uma amostra do seu sangue.



3.

Use verbos que indicam ação

Verbos de ação deixam a mensagem mais compreensível quando precisamos explicar, por exemplo:

- como as coisas funcionam;
- o que temos que fazer para atender algum pedido;
- como preencher um documento.



O **preenchimento** do formulário será feito no site do governo do Acre antes do **comparecimento** ao local de **retirada** do convite.



Preencha o formulário no site do governo do Acre antes de **retirar** seu convite.

Quando usamos um verbo em lugar do substantivo equivalente, deixamos a mensagem mais clara.



A falta de **atendimento** das exigências tem como resultado uma multa.



Você deve **atender** às exigências ou vai receber uma multa.

ESCREVA AS FRASES COM ATENÇÃO

1.

Escreva frases curtas (20 a 30 palavras)

Ler uma frase longa pode cansar ou confundir. Portanto, o melhor é escrever frases **com até 30 palavras**. Se possível, alterne frases maiores e menores para tornar a leitura mais fluida.

2.

Escreva na ordem direta

Use **sujeito** + **verbo** + **complemento**.

É assim que nosso cérebro processa uma frase. Quando lemos uma frase fora dessa ordem, tentamos reorganizá-la, gerando desgaste e dificultando a compreensão.



Para quem atende a população, a Linguagem Simples é uma ferramenta importante.



A Linguagem Simples é uma ferramenta importante para quem atende a população.

3.

Prefira a voz ativa

Ao escrever uma frase na voz passiva, o foco não está em quem faz a ação, e isso pode gerar dúvida na hora de entender a mensagem.



Mutirões de atendimentos **são promovidos pelo governo** duas vezes ao ano.



O governo promove mutirões de atendimentos duas vezes ao ano.

4.

Prefira frases afirmativas

Frases na forma negativa são mais difíceis de processar e entender. Quando possível, escreva na afirmativa.



Se os sintomas piorarem, **não deixe** de procurar um médico.



Procure um médico se os sintomas piorarem.

AO APRESENTAR AS INFORMAÇÕES

Quando a mensagem está **visualmente bem organizada**, fica muito mais fácil de entender, seja numa tela ou no papel. Até mesmo a confiança do público em um conteúdo pode aumentar quando ele percebe que houve um cuidado com a construção da mensagem.

Por isso procure **seguir estas orientações**:

1.

Alinhamento do texto

- Alinhe **à esquerda** e não use hífen se os blocos de texto forem curtos, como estamos fazendo neste guia.
- **Justifique** os textos mais longos para ter um documento com aparência mais organizada.

- Crie um **título** para a mensagem e separe o texto em blocos menores usando **subtítulos** para orientar a leitura.

The diagram shows a document layout with the following elements:

- Título** (Title): LICITAÇÕES E CONTRATOS
- Subítulo** (Subtitle): Disposições gerais sobre Licitações e Contratos
- Subtítulos** (Subtitles): Orçamento sigiloso and Critérios de julgamento

The text under the subtitle "Disposições gerais sobre Licitações e Contratos" reads:

Art. 31. As licitações realizadas e os contratos celebrados por empresas públicas e sociedades de economia mista destinam-se a assegurar a seleção da proposta mais vantajosa, inclusive no que se refere ao ciclo de vida do objeto, e a evitar operações em que se caracterize sobre preço ou superfaturamento, devendo observar os princípios da impecabilidade, da

The text under the subtitle "Orçamento sigiloso" reads:

Na nova lei há a possibilidade de abrir uma nova licitação sem revelar o valor do orçamento para o mercado definir o preço. Existem instituições internacionais que recomendam esse sistema como o mais eficaz. No entanto, no Brasil, há receio de algum tipo de ajuste entre servidores e empresas.

The text under the subtitle "Critérios de julgamento" reads:

Outro ponto interessante são os novos critérios de julgamento, como por exemplo, a questão do conteúdo artístico, possibilidade de um maior retorno econômico e de melhor destinação de bens alienados, ou seja, também são levados em

- Use um tipo de letra **simples**, evitando letras muito desenhadas ou que lembrem as escritas à mão.



*Fontes manuscritas
são menos legíveis.*



Prefira fontes simples!
Prefira fontes simples!
Prefira fontes simples!

- Destaque palavras ou partes do texto importantes com **negrito**.
- Use o *itálico* apenas em palavras estrangeiras.
- Evite palavras sublinhadas em textos lidos em tela porque podem ser confundidas com *links*.

- Faça **listas com marcadores ou números** para facilitar a leitura.
- Construa **tabelas e quadros** para organizar visualmente o conteúdo.

Passo a passo das licitações

Sequência de fases previstas:

- 1 Preparação
- 2 Divulgação
- 3 Apresentação de lances ou propostas, conforme o tipo de disputa
- 4 Julgamento
- 5 Verificação dos lances ou propostas
- 6 Negociação
- 7 Habilitação
- 8 Apresentação de recursos
- 9 Atribuição do objeto
- 10 Aprovação do resultado

- Use **imagens e ícones** que ajudem a compreender melhor a mensagem e manter o mesmo estilo visual em toda a publicação.

DOCUMENTOS:



POPULAÇÃO:



COMUNICAÇÃO:



Escolha ícones com o mesmo estilo visual

DEPOIS DE ESCREVER

Estas são as etapas finais quando usamos a Linguagem Simples em textos

Validação técnica

A importância de validar

Ao terminar a escrita, faça a validação técnica. Essa etapa é essencial para garantir que a informação continua completa e correta depois de aplicarmos a Linguagem Simples.

Com quem validar

Peça a revisão do conteúdo para pessoas que tenham conhecimento sobre o assunto e autoridade para aprovar.

Testagem com o público-alvo

A importância de testar

Testar é essencial para identificarmos pontos que ainda precisam ser melhorados e garantirmos que o público-alvo entenderá o texto.

Como testar

São várias as maneiras de testar e a mais simples delas é entrevistar pessoas.

Para fazer esse tipo de teste:

1. Selecione **pelo menos 5 pessoas** que fazem parte do público-alvo e que não sejam colegas de trabalho ou familiares que já conhecem o assunto.
2. Faça uma **entrevista presencial ou virtual**, pedindo que a pessoa leia o texto com calma para poder responder a algumas perguntas.
3. Faça **perguntas simples sobre o texto**, tomando cuidado para não confundir a pessoa entrevistada. Evite perguntas com respostas do tipo sim/não, porque elas não ajudam a confirmar se o texto está compreensível.

O objetivo é verificar se o público achou as informações, compreendeu bem o conteúdo e sabe o que fazer depois de ler.

Revisão final

Depois de validar o conteúdo com especialistas e testar com o público, revise tudo uma última vez.

Coleta de indicadores

Reúna avaliações sobre serviços, respostas a formulários e dúvidas após os atendimentos antes e depois de escrever os textos em Linguagem Simples.

Ao comparar os dados recolhidos nos dois momentos será possível aprimorar a comunicação com a população e atendê-la cada vez melhor.

Tem alguma dúvida sobre este Guia
ou quer mandar sugestões?

Escreva para a OCA:
diretoria.oca@ac.gov.br



GOVERNO DO
ACRE
Trabalho para cuidar das pessoas

PARA SABER MAIS

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde. **Guia de linguagem simples do ICICT**. Rio de Janeiro: Fiocruz/Icict, 2023. 66 p. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/341/2024/10/guia-de-linguagem-simples.pdf>. Acesso em: 30 mai. 2025.

ROEDEL, Patricia. **Manual de Linguagem Simples: como planejar, desenvolver e testar textos que funcionam**. Brasília: Edições Câmara, 2024. 108 p. Disponível em: <https://bd.camara.leg.br/bd/items/706f93f7-3180-463c-a67a-47c57c2de847>. Acesso em: 30 mai. 2025.

JUSTIÇA FEDERAL. **Guia de Linguagem Simples**. Brasília, DF: Conselho da Justiça Federal, 2024. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/cjf/ipe-lab/ipe-lab-linguagem-simples>. Acesso em: 30 mai. 2025.

EXPEDIENTE

Francisca Brito

Diretora de Organização em Centros de Atendimento

Junior Rodrigues

Chefe da Divisão de Informação e Comunicação Social

Agência Clara e Simples

Consultoria

Organização em
Centros de
Atendimento



GOVERNO DO
ACRE
Trabalho para cuidar das pessoas