

Manual de diretrizes, linguagem e estilo para elaboração de conteúdo acessível nas redes sociais

NAI – Núcleo de Acessibilidade e Inclusão
Somos Diversas

Equipe

Coordenação: Regiane Lucas Garcêz (Departamento de Comunicação Social - UFMG).

Pesquisa e conteúdo: Raphael Castilho Bueno Silva e Vitória Ventura.

Designer e diagramação: Vitória Ventura.

Este manual foi produzido a partir de uma parceria entre o Núcleo de Acessibilidade e Inclusão da UFMG e o Projeto Somos Diversas (financiado pela Capes / Programa de Desenvolvimento da Pós-Graduação (PDPG) – Políticas Afirmativas e Diversidade).

Princípios Gerais de Acessibilidade e Estilo

O conteúdo deve seguir os princípios do WCAG 2.2 (2023):

- Perceptível, Operável, Compreensível e Robusto.
- Buscar o nível de conformidade AA (mínimo) ou AAA (desejado) para as diretrizes de acessibilidade.

A acessibilidade não é um complemento, mas parte integrante do design e da produção do conteúdo.

1. Diretrizes Textuais

(Legenda e Corpo de Texto)



- O alinhamento do texto deve ser à esquerda.
- O bloco de texto (em legendas e/ou imagens que contenham textos) deve ter no máximo 80 caracteres por linha.
- **Entrelinhas:** Deve ser de pelo menos 1,5 vez o tamanho da fonte.
- **Entre Parágrafos:** Deve ser de pelo menos 2 vezes o tamanho da fonte.
- **Entre as Letras (Tracking/Kerning):** Deve ser de pelo menos 0,12 vez o tamanho da fonte.
- **Entre as Palavras:** Deve ser de pelo menos 0,16 vez o tamanho da fonte.

1.1 Diretrizes Textuais (Legenda e Corpo de Texto)



- **Caixa Alta/Baixa:** Escrever com letras maiúsculas e minúsculas. (Evitar texto em caixa alta completa, exceto para títulos curtos ou ênfase visual pontual).
- **Ponto Final:** Indica que não há continuação da legenda ou frase.
- **Aspas:** Reproduzem as palavras exatas ditas por alguém.
- **Exclamação:** Evitar usar ponto de exclamação excessivamente.
- **Travessão:** Usar quando duas pessoas estiverem falando na mesma legenda.
- **Reticências:** Indicam hesitação.

2. Diretrizes Visuais

- **Toda imagem** que transmite informação ou conteúdo deve possuir texto alternativo
- Imagens de texto (onde o texto é parte da imagem) **devem conter texto alternativo** com o mesmo conteúdo do texto na imagem.
- Imagens de mapa **devem possuir descrição** das partes interativas.
- Manter um estilo visual "moderno, colorido e divertido", mas sempre priorizando a clareza e a legibilidade.

2. Diretrizes Visuais

Exemplo de Texto Alternativo:

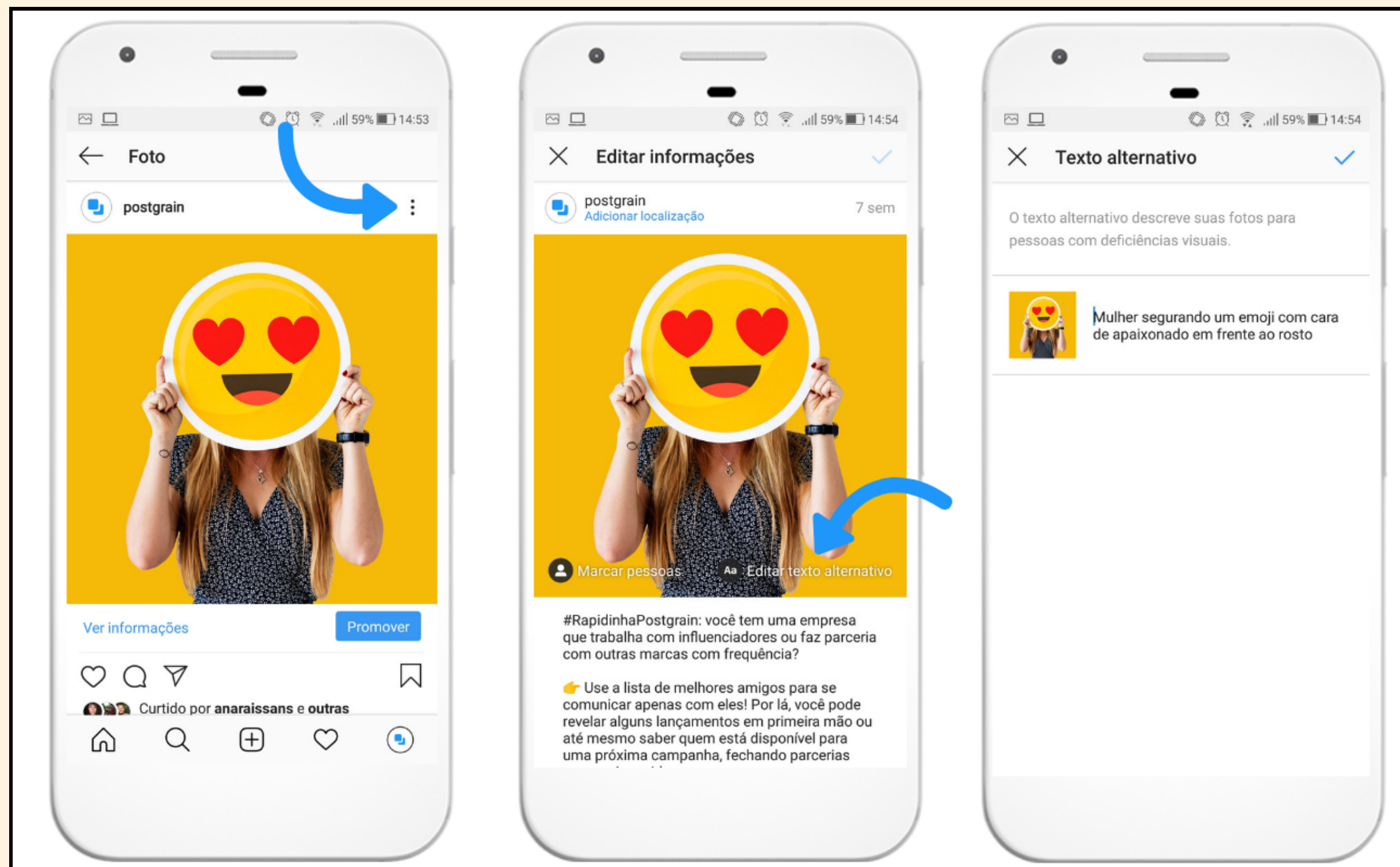
Uma menina negra em uma fotografia colorida, com cerca de 5 a 7 anos, sorri alegremente para a câmera em um ambiente ao ar livre, com grama verde desfocada ao fundo. Ela tem tranças finas presas em um coque alto no topo da cabeça. Está vestindo um vestido amarelo com babados e estampa de pequenas flores brancas e azuis. Sua expressão é feliz e seu olhar transmite alegria e espontaneidade, como se estivesse brincando ou se divertindo.



2. Diretrizes Visuais

Como adicionar o Texto Alternativo no post do Instagram:

Com a imagem já postada, clique nos três pontinhos para edição e aparecerá na parte inferior da imagem, do lado direito a opção de “Editar Texto Alternativo”.





2.1 Diretrizes Visuais | Cores

- **Nenhum elemento pode utilizar exclusivamente a cor para indicar uma ação, distinção ou informação. A informação deve ser transmitida também por outros meios (ex: texto, ícone, forma).**
- **Contraste de Texto e Fundo [REQUISITO]:** A relação de contraste entre texto e fundo deve ser de, ao menos, 4,5:1.
- **Contraste de Componentes Gráficos [REQUISITO]:** Componentes e elementos gráficos (ex: ícones, bordas que transmitem informação) devem ter contraste de, no mínimo, 3:1 em relação ao fundo.
- **Ferramentas:** Utilizar verificadores de contraste (como os citados na NBR 17225:2025) para garantir a conformidade.

2.2 Diretrizes Visuais | Cores

**COMO CONFERIR
O CONTRASTE DE TEXTO
E FUNDO?**



2.2 Diretrizes Visuais | Cores

Como conferir o Contraste de Texto e Fundo?

Acesse a ferramenta: <https://color.adobe.com/pt/create/color-contrast-analyzer>

01. Escolha as cores:

Você verá dois campos principais:

- Cor de Texto
- Cor de Fundo
- Clique no quadrado colorido ao lado de cada campo para selecionar ou digitar a cor desejada em formato HEX (exemplo: #FFFFFF para branco, #000000 para preto).

02. Se alguma combinação “falhar”, experimente cores mais claras ou escuras até que a combinação passe nos testes desejados.

Disco de cores

Extrair tema

Extrair gradiente

Ferramentas de acessibilidade

Ferramentas

Verificador de c...

▼

?

WCAG versão 2.1

AA

▼

?

Importar cores

Verificador de contraste

Certifique-se de que suas escolhas de cores sejam tão acessíveis quanto possível, verificando a proporção de contraste das cores do texto e de fundo.

Cor do texto

#FFFFFF

↔

Cor de fundo

#EB0909

Proporção de contraste

4,59 : 1

Visualizar

Texto normal

Um alto contraste de cores facilita a leitura

Aprovado

para 17 pt e inferior

Texto grande

Um alto contraste de cores facilita a leitura

Aprovado

para 18 pt e superior/14 pt e superior em negrito

Componentes gráficos

Aprovado

para ícones e elementos interativos

3. Legendas para Redes Sociais

- Promover textos com "linguagem e estrutura simples, de fácil compreensão".
- Utilizar o formato "verboaudiovisual" (imagem ou vídeo acompanhado por legenda)

Como fazer texto alternativo?

- Descreva apenas o que você vê.
- Identifique primeiro o tipo de imagem.
- Descreva os itens por ordem de importância.
- Se houver, informe o texto escrito sobre a imagem.
- Utilize verbos de ação.
- Busque palavras-chave.

3.1 Legendas para Redes Sociais

Hashtags: Obrigatórias em Todas as Publicações:

- #PRACEGOVER
- #PRATODOSVEREM
- #PRATODASVEREM
- #PRATODESVEREM
- #NAIUFMG

Adicionais: Utilizar hashtags relevantes ao tema específico da publicação
(EX: #ACESSIBILIDADE, #INCLUSÃONAUFMG, #DEFICIENCIA, #PESQUISA,
#NAIUFMG, ETC).

4. Áudio e Vídeo

Conteúdo Pré-gravado

- **Alternativa em Texto:** Inserir alternativa em texto para todo o conteúdo de áudio e vídeo. **Atentar se o texto está adequado com o conteúdo.**
- **Descrição Equivalente:** Disponibilizar texto alternativo com descrição equivalente ao conteúdo do áudio/vídeo.
- **Audiodescrição:** Os vídeos devem conter audiodescrição ou o áudio original deve ser suficiente para a compreensão do conteúdo visual.
- **Janela de Libras:** Se possível, criar uma janela de Libras Sinais no canto inferior do vídeo.
- **Legenda:** Dar preferência à legenda na parte inferior da tela.

5. Links

- **Destino e Identificação:** Devem informar o destino e serem facilmente identificados na página/post.
- **Texto/Nome da Função:** Os links devem possuir texto, texto alternativo ou um nome que indique sua função ou destino.
- **Links Iguais, Destinos Diferentes:** Links com texto, texto alternativo ou nomes iguais NÃO podem levar a destinos diferentes.
- **Links para Arquivos:** Links para arquivos (ex: PDFs, documentos) devem indicar, em texto ou texto alternativo, o formato e o tamanho do arquivo.

6. Uso das Redes Sociais

- **Instagram:** Imagem + legenda + story. Utilizar posts e stories fixados para conteúdo relevante.

6.1. Engajamento

- **Chamada para Ação (Instagram):** Incluir lembretes para curtir, comentar e compartilhar.
- **Storytelling (Instagram):** Repostar as publicações no story do Instagram, adicionando link quando aplicável.

Belo Horizonte;
29/05/2025