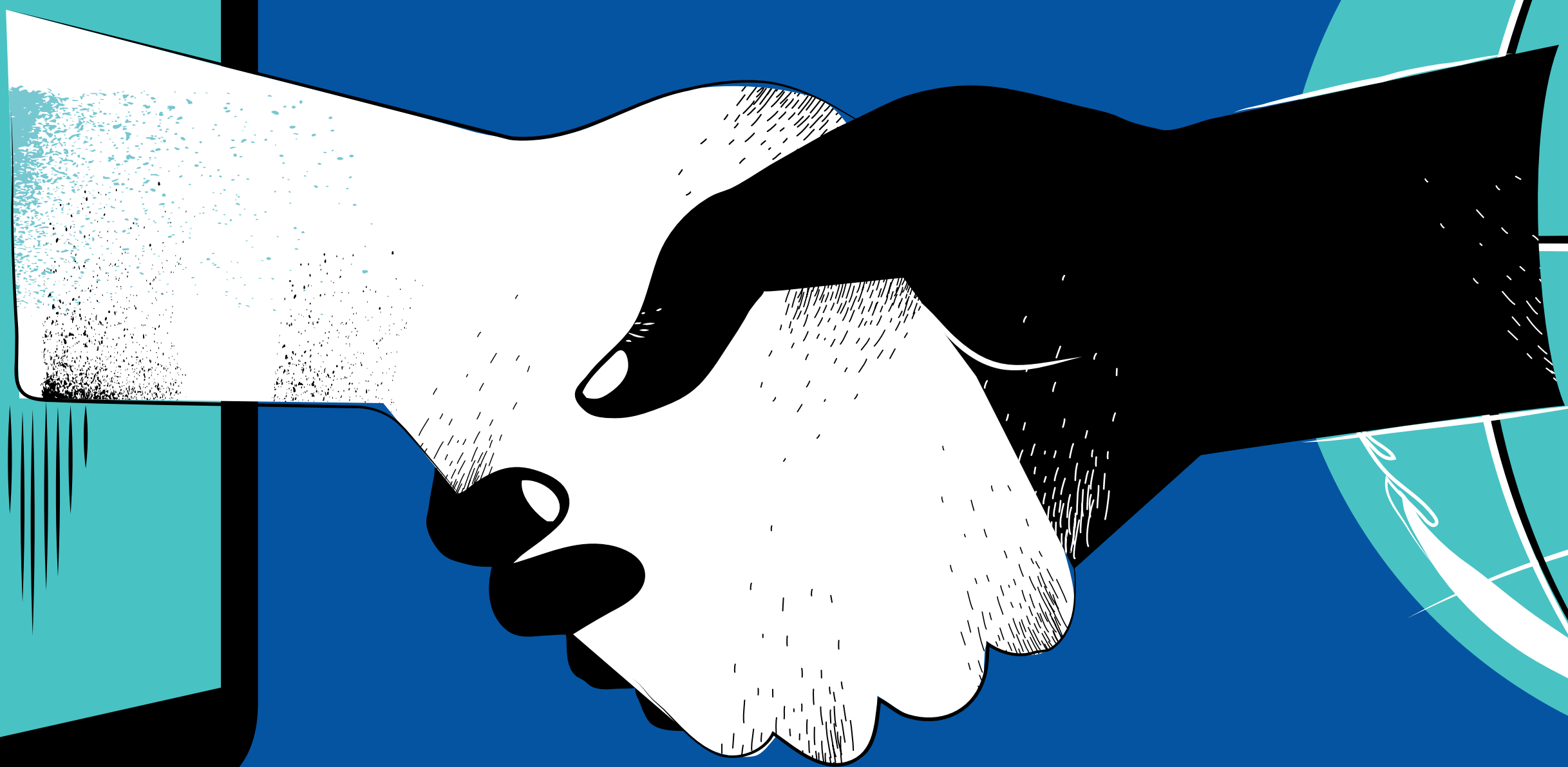


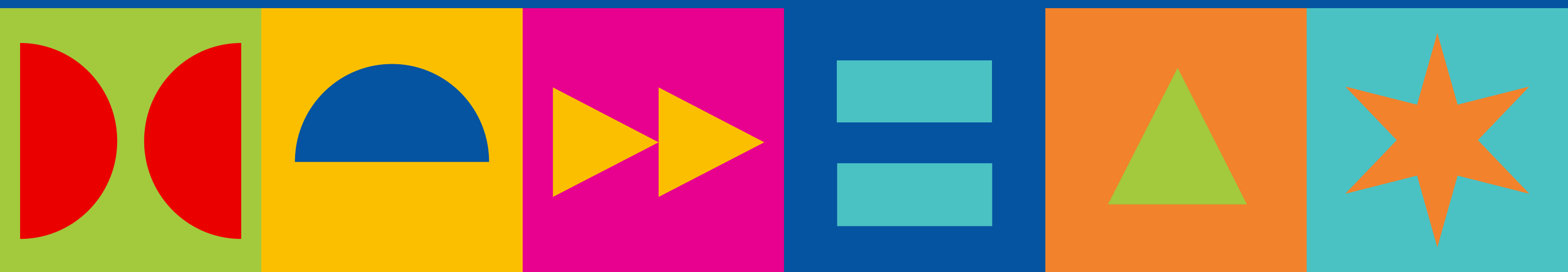


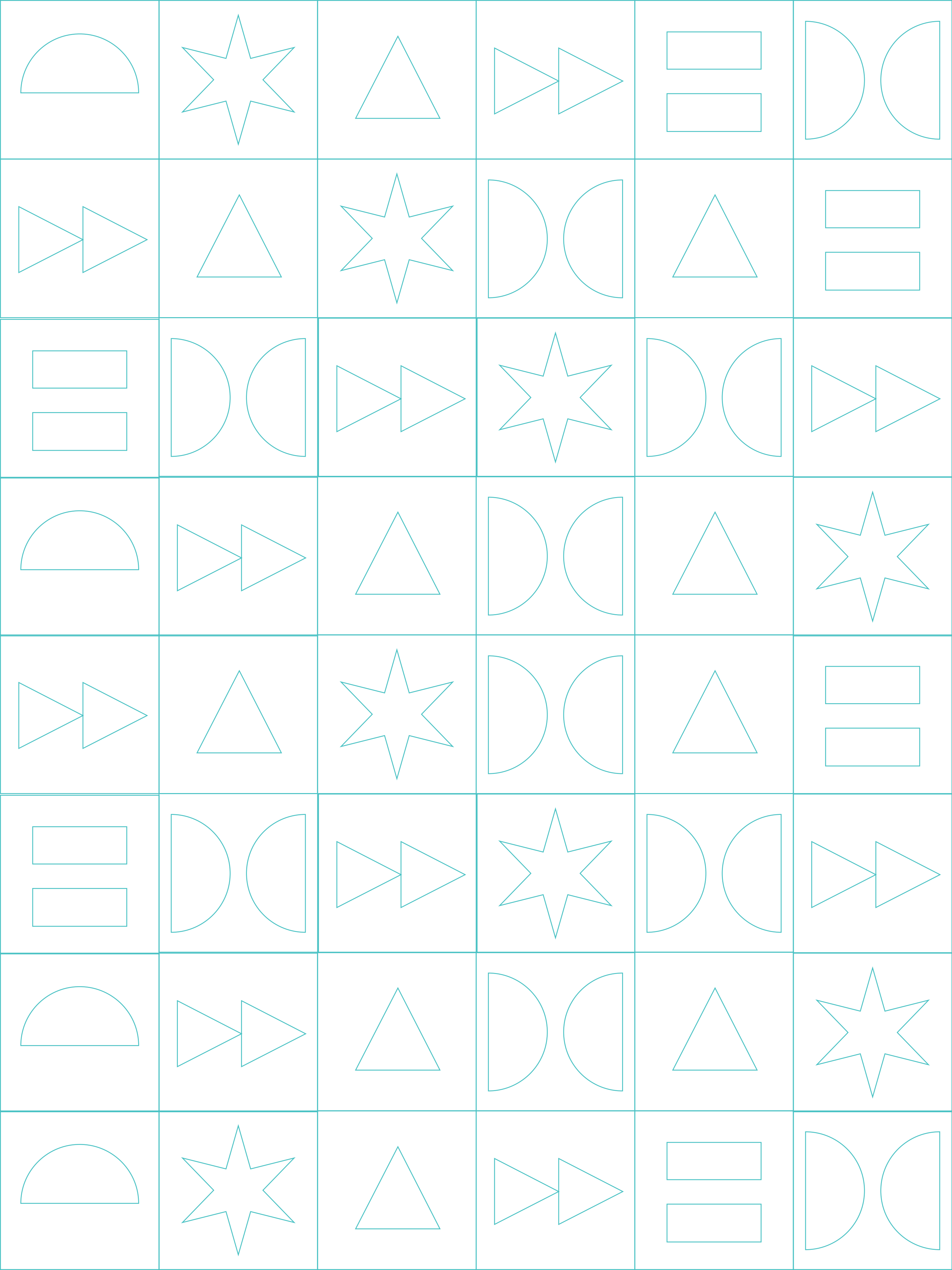
Estado da Bahia

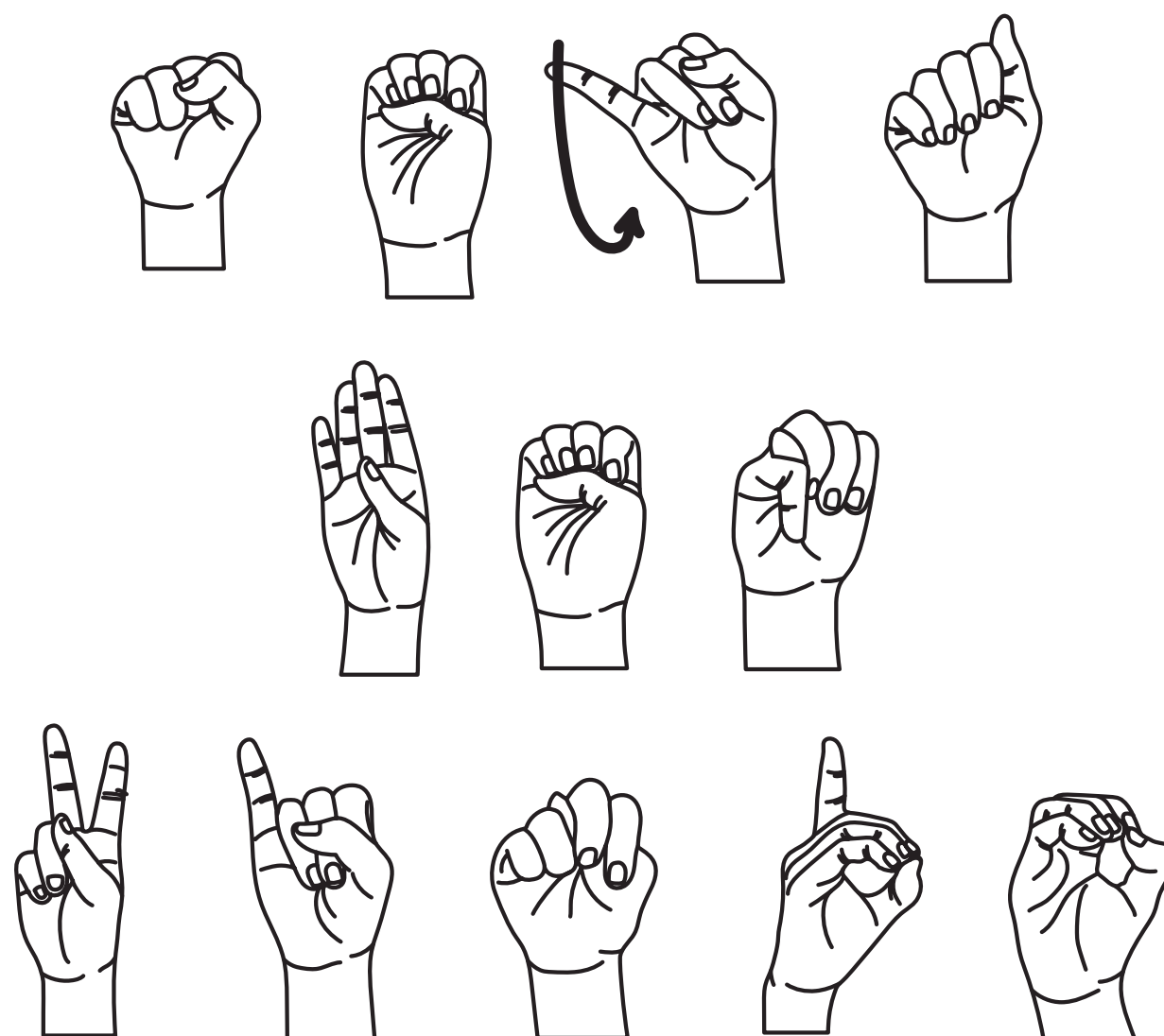


# GUIA DE ACESSIBILIDADE PARA CONTEÚDO DIGITAL PÚBLICO

GOVBA 2026



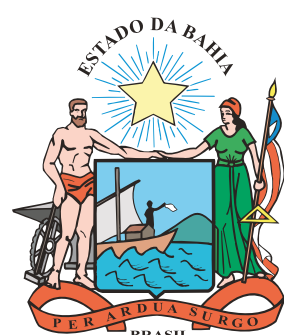




Seja bem-vindo

Este guia prático elaborado pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM) e pela Secretaria de Justiça e Direitos Humanos (SJDH) tem como objetivo orientar a publicação de conteúdo digital acessível nos canais institucionais do Governo do Estado da Bahia.

Ele se aplica a sites, portais, sistemas web, campanhas e qualquer comunicação institucional publicada na internet. Seguir estas regras é obrigação legal e garante que mais pessoas consigam usar a informação que você publica.



# Estado da Bahia



Ative o modo de leitura "Ler em Voz Alta"

# SUMÁRIO

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 1. Para quem é este guia?                                 | 5  |
| 2. Por que a acessibilidade é obrigatória?                | 6  |
| 3. Regras de escrita                                      | 8  |
| 4. Regras de cor e contraste                              | 9  |
| 5. Regras para imagens                                    | 10 |
| 6. Regras para vídeos e áudios                            | 11 |
| 7. Regras de navegação                                    | 12 |
| 8. Regras para formulários                                | 13 |
| 9. Como planejar com acessibilidade desde o início        | 14 |
| 10. Lista de verificação antes de publicar                | 16 |
| 11. O que acontece quando a acessibilidade não é seguida? | 18 |

# 1 Para quem é este guia?

Você deve seguir este guia se:

escreve, revisa ou publica texto em canais digitais;

desenvolve ou mantém sites e sistemas;

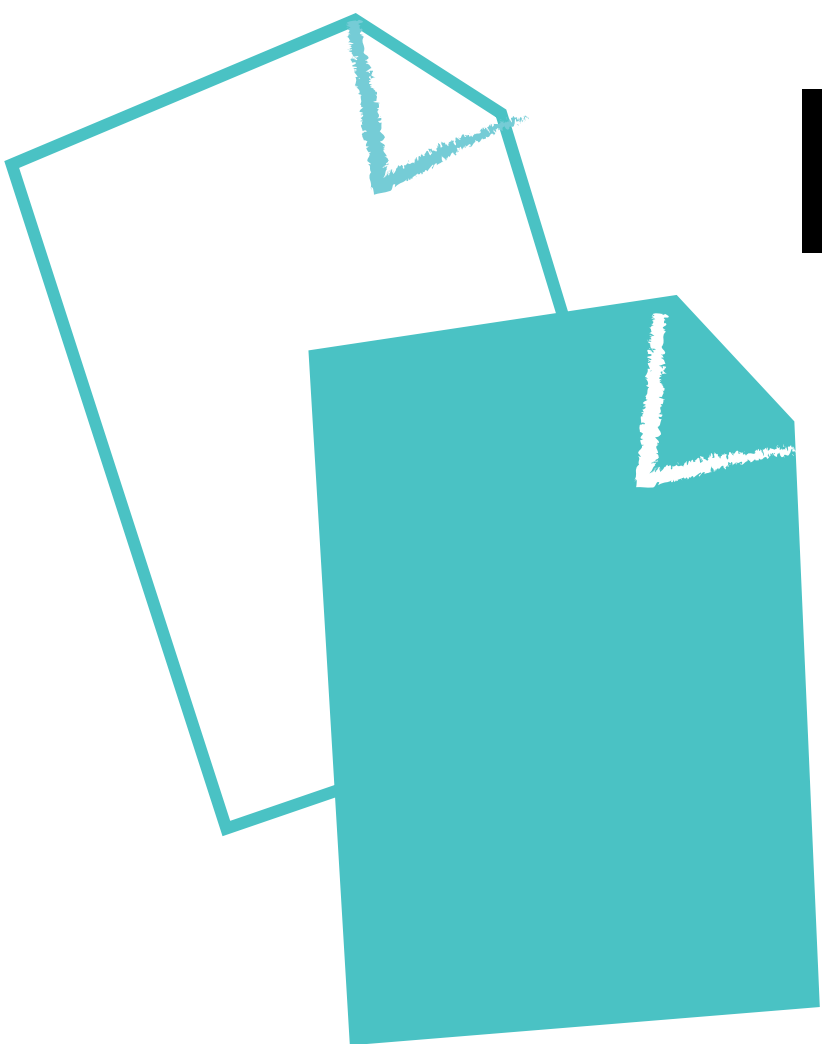
planeja campanhas institucionais;

toma decisões sobre conteúdo, design ou tecnologia.



# 2

## Por que a acessibilidade é obrigatória?



### *Lei Brasileira de Inclusão (LBI)*

A LBI define a acessibilidade como direito fundamental e determina a eliminação de diferentes tipos de barreiras que limitam a participação das pessoas na sociedade. Neste guia, destacamos as barreiras mais relacionadas à comunicação e ao ambiente digital:

1

Barreiras tecnológicas

2

Barreiras comunicacionais

3

Barreiras informacionais



### **ABNT NBR 17225:2025**

Esta norma técnica define os requisitos de acessibilidade para conteúdo web no Brasil. Ela está alinhada às diretrizes internacionais WCAG 2.2.

A norma define dois níveis:

| Nível                | O que exige                                                                           |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Conformidade regular | Atender todos os requisitos obrigatórios (mínimo exigido para publicação)             |
| Conformidade plena   | Atender requisitos + aplicar recomendações, com justificativa quando não for possível |

*O nível regular é o MÍNIMO exigido para publicação.*

**Política Nacional  
de Linguagem Simples**

Esta política determina que comunicações públicas devem permitir que qualquer pessoa:

- ✓ encontre a informação de que precisa;
- ✓ entenda o conteúdo na primeira leitura;
- ✓ use a informação sem precisar de ajuda.

# 3

## Regras de escrita

**Escreva sentenças com no máximo 20 palavras.**

**Use uma ideia por sentença.**

**Coloque o verbo antes do objeto: diga o que fazer; depois, os detalhes.**

**Na primeira vez que usar uma sigla, escreva o nome completo e coloque a sigla entre parênteses. Exemplo: Língua Brasileira de Sinais (Libras).**

**Divida o conteúdo com títulos que descrevem o que está nas seções.**

**Evite blocos de texto com mais de quatro linhas seguidas.**



**Teste prático:** Peça para alguém ler o texto sem contexto. Se a pessoa tiver dúvidas, reescreva-o.

# 4

## Regras de cor e contraste



Nunca use cor como único indicador de informação.

✗ **Errado:** "Os campos em vermelho são obrigatórios."

✓ **Certo:** "Os campos marcados com \* são obrigatórios (e também estão em vermelho)."

Garanta contraste suficiente entre texto e fundo.

*a* **Para texto comum:** proporção mínima de 4,5:1

*a* **Para texto grande** (18pt ou 14pt negrito):  
proporção mínima de 3:1

Use ferramentas de verificação de contraste antes de publicar.

Ferramenta gratuita: [WebAIM Contrast Checker](https://webaim.org/resources/contrastchecker/)  
(<https://webaim.org/resources/contrastchecker/>)



# 5

## Regras para imagens



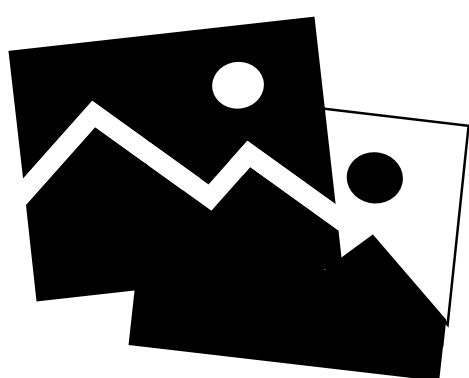
Toda imagem que transmite informação precisa de texto alternativo (*alt text*).

### ***Alt text***

é o texto que aparece quando a imagem não carrega e que leitores de tela leem em voz alta. **Escreva o que a imagem mostra, não o que ela "é".**



**Exemplo:** Em vez de "gráfico de barras", escreva "gráfico mostrando que 60% dos usuários acessam pelo celular".



Imagens decorativas não precisam de alt text, mas devem ter o atributo alt vazio (*alt=""*).



Informações importantes não devem estar apenas dentro de imagens.

**Repita-as em texto na página.**



Em redes sociais, adicione o **texto alternativo** no campo específico de cada plataforma antes de publicar.

# 6

## Regras para vídeos e áudios



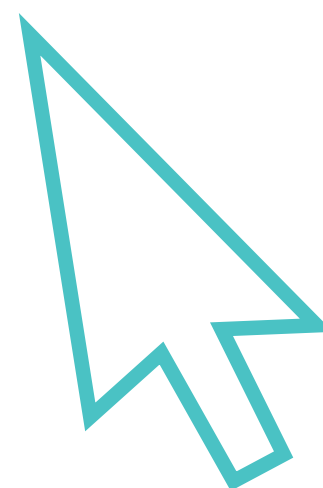
Todo conteúdo audiovisual deve prever recursos de acessibilidade comunicacional, incluindo legendas descritivas, janela de Libras, audiodescrição e recursos de Comunicação Aumentativa e Alternativa (CAA).



**Pergunta de verificação:** *Quem não ouve e quem não enxerga consegue acessar toda a informação?*

# 7

## Regras de navegação em sites



Todo conteúdo deve funcionar usando apenas o teclado, sem mouse.

O indicador de foco deve ser visível em todos os elementos interativos.

A ordem de navegação pelo teclado deve seguir a ordem lógica do conteúdo na tela.

Menus, janelas e pop-ups devem poder ser fechados com o teclado.

Não crie situações em que o usuário fique preso dentro de um elemento sem conseguir sair.



**Como testar:** Use apenas a tecla Tab para navegar pela página. Se ela travar ou perder o foco, há um problema.

# 8

## Regras para formulários

1. Todo campo de formulário precisa de um rótulo visível, posicionado acima do campo.

2. Não use apenas o texto dentro do campo (**placeholder**) como rótulo. Ele desaparece quando o usuário começa a digitar.

PREENCHA ESTE CAMPO



3. Quando o usuário errar, a mensagem de erro deve:

*\* corrigir a informação no campo*

- identificar qual campo tem o erro;
- explicar o que está errado;
- indicar o que o usuário deve digitar para corrigir.



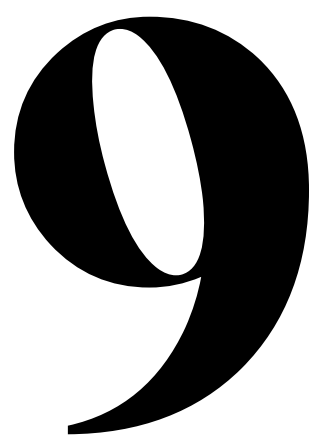
**Exemplo:** "CPF inválido. Digite 11 números sem pontos ou traços."

4. Não indique erros apenas por cor ou som. Use texto.

5. Se o formulário tiver tempo-limite, avise o usuário antes de o tempo acabar e ofereça a opção de estendê-lo.

*restam XX apenas segundos*





# Como planejar com acessibilidade desde o início

## **Escolha o canal certo**

*Identifique onde o seu público realmente acessa informação.*

*Avalie se o canal exige conhecimentos digitais que parte do público pode não possuir.*

*Para públicos com menor acesso à internet, considere canais físicos ou comunitários em paralelo.*

## **Represente a diversidade**

*Use imagens e exemplos que mostrem diferentes perfis de pessoas.*

*É desrespeitoso e discriminatório reproduzir estereótipos relacionados à deficiência, raça, etnia, gênero, identidade de gênero, orientação sexual, idade, religião, território ou condição socioeconômica.*

*Descreva a diversidade de forma natural no conteúdo, reconhecendo que não existe um único padrão de ser humano e que a diversidade é característica da própria condição humana.*

## **Envolva o público no processo**

*Teste o conteúdo com pessoas do público-alvo antes de publicar.*

*Colete opiniões após a publicação e use-o para corrigir problemas.*

*Documente o que foi testado, quem participou e o que foi alterado.*

## **Use Libras**

*Utilize recursos de acessibilidade comunicacional em seus conteúdos, incluindo Libras, legendas descritivas, audiodescrição, linguagem simples e, quando pertinente, Comunicação Aumentativa e Alternativa (CAA).*

*A Libras é reconhecida por lei como língua oficial. É um meio legal de comunicação e expressão que deve ser garantido no planejamento das comunicações públicas.*



*O capacitismo é uma forma de discriminação baseada na ideia de que pessoas com deficiência possuem menor valor social ou menor capacidade de produtividade e de participação. A acessibilidade é uma das principais ferramentas para o enfrentamento dessa prática e para a promoção da igualdade de oportunidades e garantia de direitos.*



# 10

## Lista de verificação antes de publicar

### Texto

**Todas as siglas estão explicadas na primeira vez em que aparecem?**

**As sentenças têm no máximo 20 palavras?**

**Há títulos claros dividindo o conteúdo?**

**O conteúdo pode ser entendido por alguém sem conhecimento prévio do assunto?**

# a

### Mídia e imagens

**Todas as imagens informativas têm alt text descritivo?**

**As imagens decorativas têm alt text vazio (alt="")?**

**Os vídeos têm legenda sincronizada?**

**Há transcrição disponível para todos os áudios e vídeos?**



## **Cores e contraste**

***A informação não depende apenas de cor?***

***O contraste entre texto e fundo está dentro da proporção mínima exigida?***

## **Navegação e formulários**

***Todos os elementos funcionam com teclado?***

***O indicador de foco está visível?***

***Os rótulos dos campos de formulário estão visíveis e associados corretamente?***

***As mensagens de erro identificam o campo, explicam o problema e indicam a correção?***



# 11

## O que acontece quando a acessibilidade não é seguida

Publicar conteúdo sem acessibilidade gera:

- ✓ "Discriminação e violência: Quando as pessoas são impedidas de acessar informações, serviços e direitos em razão de barreiras existentes, ocorre um processo de exclusão que configura discriminação."
- ✓ "A exclusão decorrente da falta de acessibilidade pode representar manifestação de capacitismo e frequentemente se relaciona a outras formas de opressão e desigualdade, como racismo, sexismo, etarismo, LGBTfobia e discriminações de caráter territorial ou socioeconômico."
- ✓ "Garantir a acessibilidade é promover participação, cidadania, pertencimento e igualdade de oportunidades."



*Acessibilidade não é uma etapa final.  
É uma condição para a publicação.*

## CONSIDERAÇÃO FINAL

**A SUDEF/SJDH** reforça que a acessibilidade beneficia toda a população, uma vez que diferentes pessoas possuem necessidades, contextos e formas de interação com a informação ao longo da vida. Para as cidadãs e os cidadãos com deficiência, contudo, a acessibilidade é indispensável para o exercício pleno da cidadania, para o acesso a direitos e para a participação social em igualdade de oportunidades.

A comunicação pública acessível deve, portanto, ser compreendida não apenas como um requisito técnico ou legal, mas como um compromisso ético, democrático e anticapacitista do Estado.

## REFERÊNCIAS

### **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. ABNT NBR**

17225:2025: acessibilidade em conteúdo e aplicações web. Rio de Janeiro: ABNT, 2025.

BRASIL. Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 25 abr. 2002.

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 7 jul. 2015.

BRASIL. Lei nº 15.263, de 14 de março de 2025. Institui a Política Nacional de Linguagem Simples. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 17 mar. 2025.

### **GOVERNMENT COMMUNICATION SERVICE** (United Kingdom).

Inclusive and accessible communications. London: Cabinet Office, 2026. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/inclusive-and-accessible-communications> Acesso em: 6 maio 2026.

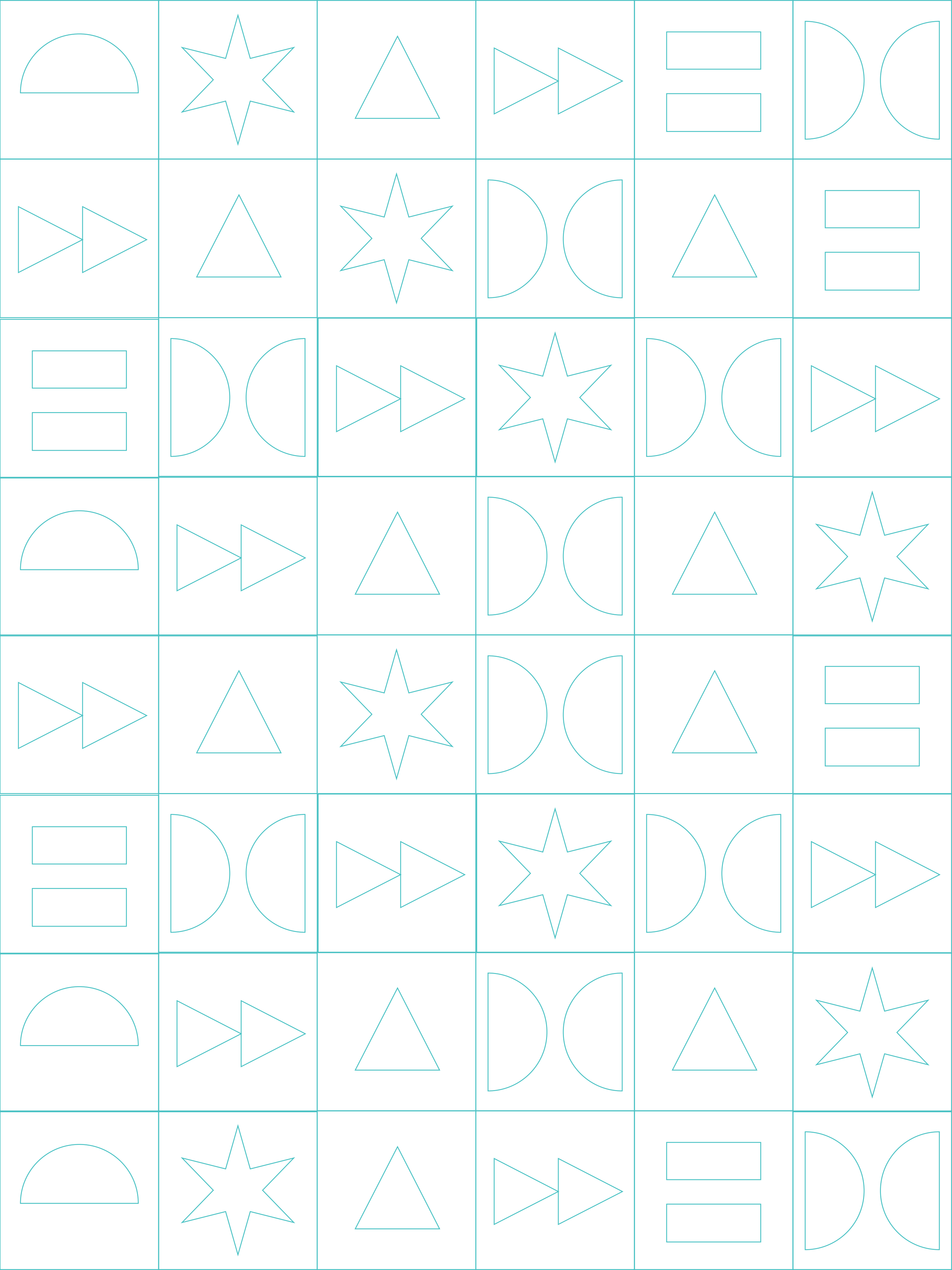
**GOVERNMENT COMMUNICATION SERVICE** (United Kingdom). Five principles to make your campaigns more inclusive. London: Cabinet Office, 2022. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/five-principles-to-make-your-campaigns-more-inclusive> Acesso em: 6 maio 2026.

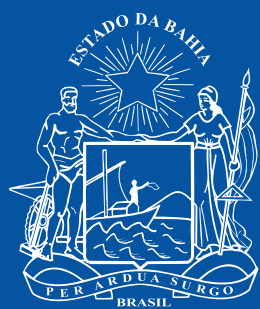
**WORLD WIDE WEB CONSORTIUM (W3C).** Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2. W3C Recommendation. [S. l.]: W3C, 2023. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG22/> Acesso em: 6 maio 2026.

**WORLD WIDE WEB CONSORTIUM (W3C).** Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 3.0: W3C Working Draft. [S. l.]: W3C, 2026. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/wcag-3.0/> Acesso em: 6 maio 2026.

**BRASIL. Ministério do Esporte. Secretaria Nacional de Paradesporto. Capacitista em desconstrução: guia prático. Brasília:** Ministério do Esporte, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/esporte/ptbr/composicao/orgaosespecificos/esporte/paradesporto/GuiaCapacitismo22.pdf> Acesso em 6 maio 2026.

**Comitê Deficiência e Acessibilidade da Associação Brasileira de Antropologia.** Contracartilha de acessibilidade: reconfigurando o corpo e a sociedade. ABA;ANPOCS; UERJ; ANIS; CONATUS; NACI: Brasília; São Paulo; Rio de Janeiro, 2020. 14p. Disponível em: <[https://www.abant.org.br/files/20260305\\_69a988c591ad0.pdf](https://www.abant.org.br/files/20260305_69a988c591ad0.pdf)> Acesso em 6 maio 2026.





Estado da Bahia