

GUIA DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

2020

Elaboração

Secretaria Especial de Comunicação Social

Colaboração

Secretaria Especial de Modernização de Estado

Secretaria de Governo Digital



SUMÁRIO

1. Objetivo da padronização de comunicação dos serviços digitais.....	4
2. Orientações gerais.....	6
3. Orientações para criação de ações de comunicação social e materiais de serviços digitais.....	8
3.1 Enxoval de padronização.....	14
3.2 Padronização de matérias.....	15
3.3 Exemplos de posts em redes sociais.....	18
3.4 Arquitetura de leiaute.....	21
3.5 Variações do uso do gov.br em textos.....	29
3.6 Hashtags.....	30
3.7 Vinheta animada.....	31
3.8 Página temática de serviços digitais.....	32
4. Materiais de apoio para endomarketing sobre serviços digitais no órgão.....	33

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

SERVIÇOS

1. OBJETIVOS DA PADRONIZAÇÃO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DOS SERVIÇOS DIGITAIS

OBJETIVO DA PADRONIZAÇÃO

O Governo Federal dá um novo passo rumo à inovação. Com a Transformação Digital em curso, estamos aprimorando a relação entre cidadãos e governos e aumentando a eficiência da administração federal. Agora na forma digitalizada, os serviços públicos permitem mais praticidade ao cidadão, com economia de tempo e dinheiro.

O portal **gov.br** é a plataforma que abrigará todos os serviços e sites dos órgãos da Administração Pública Federal.

Este guia, portanto, tem o objetivo de auxiliar gestores de comunicação da administração pública federal, e demais órgãos vinculados ao Governo Federal, no desenvolvimento e divulgação das ações de comunicação dos serviços digitais que envolverem a plataforma **gov.br**.

As orientações a seguir devem obedecer às determinações de aplicação do manual da marca **gov.br**.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

SERVIÇOS

2.

ORIENTAÇÕES GERAIS

ORIENTAÇÕES GERAIS

Na medida em que os brasileiros estão se tornando cada vez mais digitais, é primordial que os serviços públicos sejam digitais. É menos burocracia, menos papel. O cidadão é o maior beneficiado dessa transformação, economizando tempo e dinheiro.

Neste cenário, as ações de comunicação dos serviços digitais devem fazer referência ao portal **gov.br**. Trata-se de um reforço à marca **gov.br** e uma forma eficiente de comunicar conforme padronização deste guia.

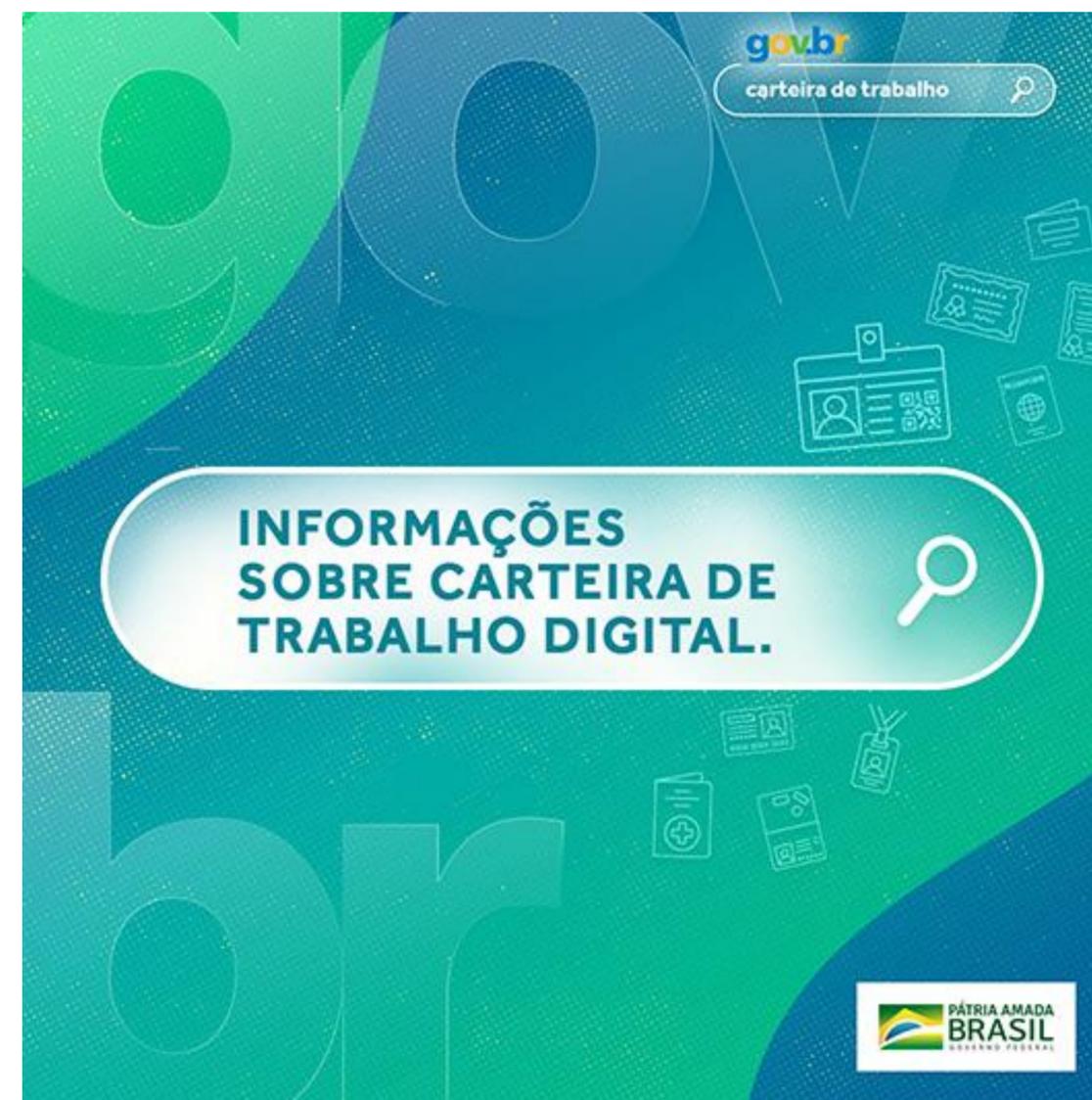
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

SERVIÇOS

3.

ORIENTAÇÕES PARA CRIAÇÃO DE AÇÕES DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL E MATERIAIS DE
SERVIÇOS DIGITAIS

A criação dos materiais de cada órgão, referente às ações de comunicação social dos serviços digitais, deve atender ao conceito da identidade visual ou conjunto de assinaturas da Transformação Digital, respeitando o bom uso dos elementos para cada peça.



O conceito da Transformação Digital é “Seu Brasil conectado. É digital. É **gov.br**”.

É recomendado o uso do conceito nas peças criadas pelos órgãos, para unificar ações de comunicação social dos serviços digitais, com o mote da identidade visual de Transformação Digital.



A marca da Transformação Digital deve ser usada nas peças com referência aos serviços digitais.

É a marca do **gov.br** dentro de uma caixa de busca.

O conceito acompanha a peça.

Os conceitos sugeridos para notícias sobre Transformação

Digital ou serviços digitais são: “É informação.

É **gov.br**” ou “É digital. É **gov.br**”.



A marca da Transformação Digital com foto deve ser aproveitada como arte a ser utilizada em ação de comunicação social e materiais de serviços digitais ou como assinatura, para finalizar uma sequência de imagens, por exemplo: um carrossel de Facebook ou Instagram.

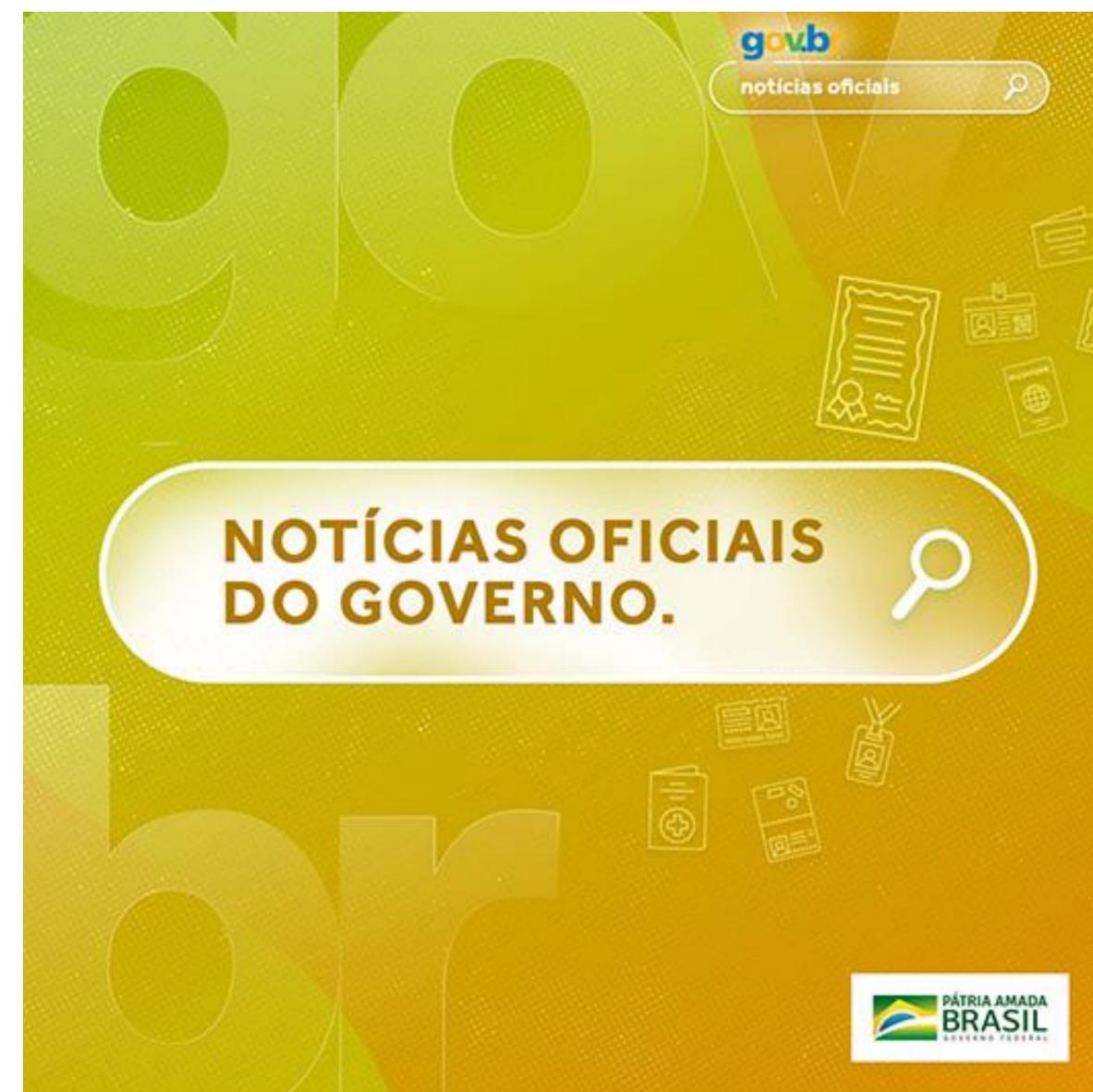


Para divulgação de serviços digitais, é primordial evidenciar o portal **gov.br** como forma de dar protagonismo ao Governo Federal, bem como reforçar a lembrança de marca.

Deve-se evitar o detalhamento dos nomes dos órgãos nas peças que se referem à divulgação para os cidadãos.

O público externo deverá ser informado e convertido para o portal do **gov.br**.

O público interno precisa ser engajado na mensagem e sensibilizado com as ações que o Governo Federal está fazendo.



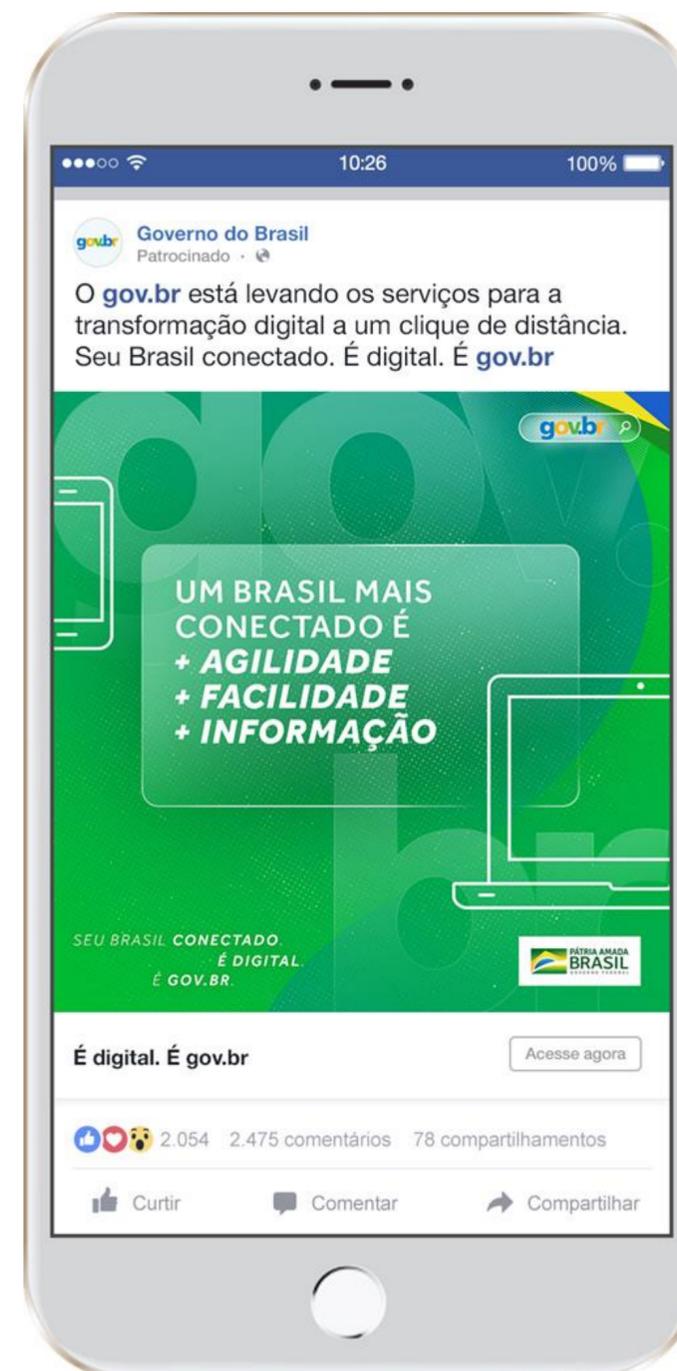
3.1 ENXOVAL DE PADRONIZAÇÃO

Existem duas aplicações da identidade visual da Transformação Digital em peças para redes sociais:

1. Apenas texto.
2. Texto + Foto

Para aplicação com apenas texto, podemos seguir o exemplo ao lado e usar o texto mais direto, com tópicos e informações concisas.

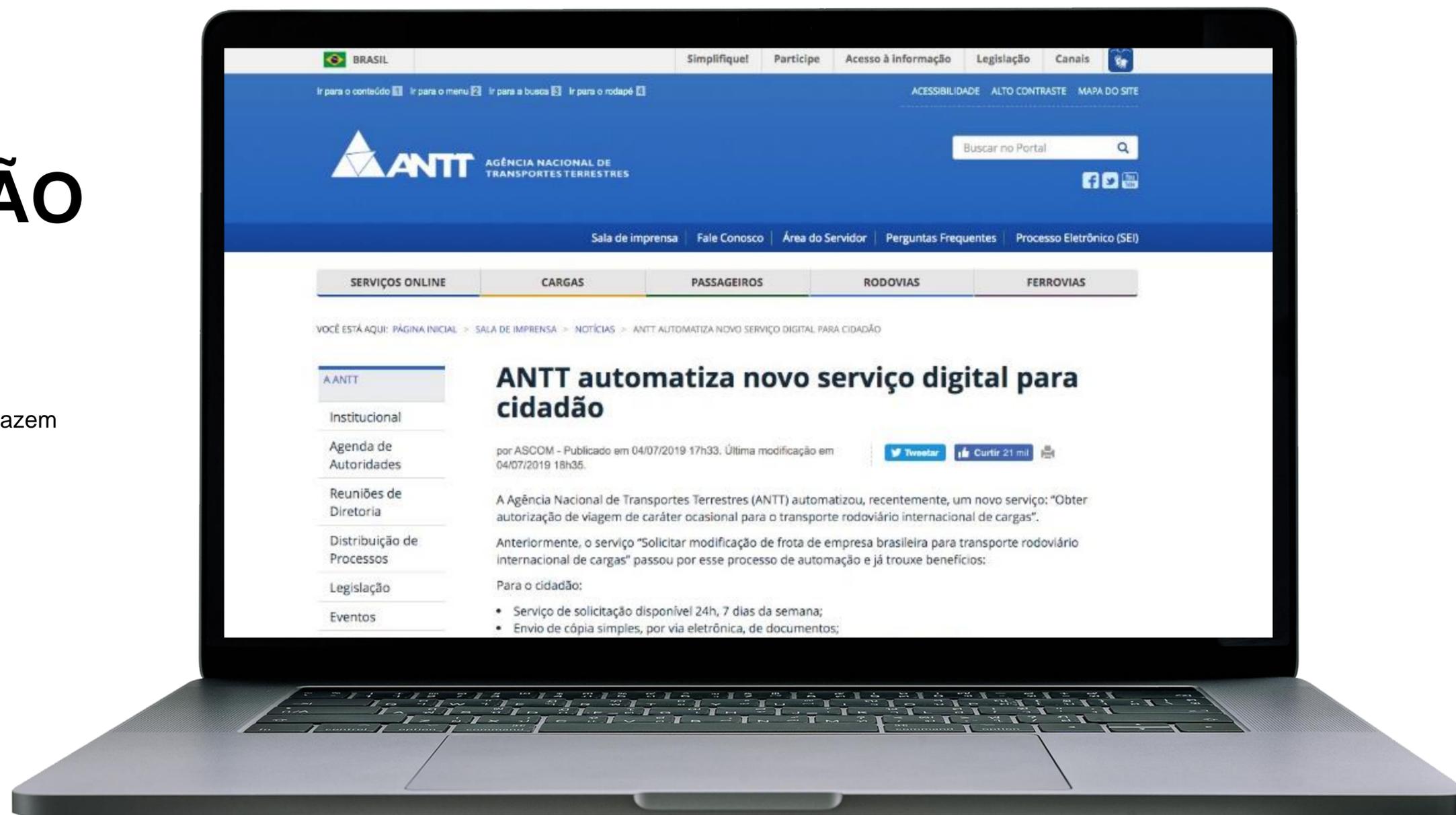
Para aplicação com foto e texto, recomenda-se um título que dê o protagonismo para o gov.br e foto ligada ao assunto.



3.2 PADRONIZAÇÃO DE MATÉRIAS

O QUE EVITAR

Neste exemplo, o título e o primeiro parágrafo fazem referência ao órgão do serviço digital sem dar protagonismo à Transformação Digital.

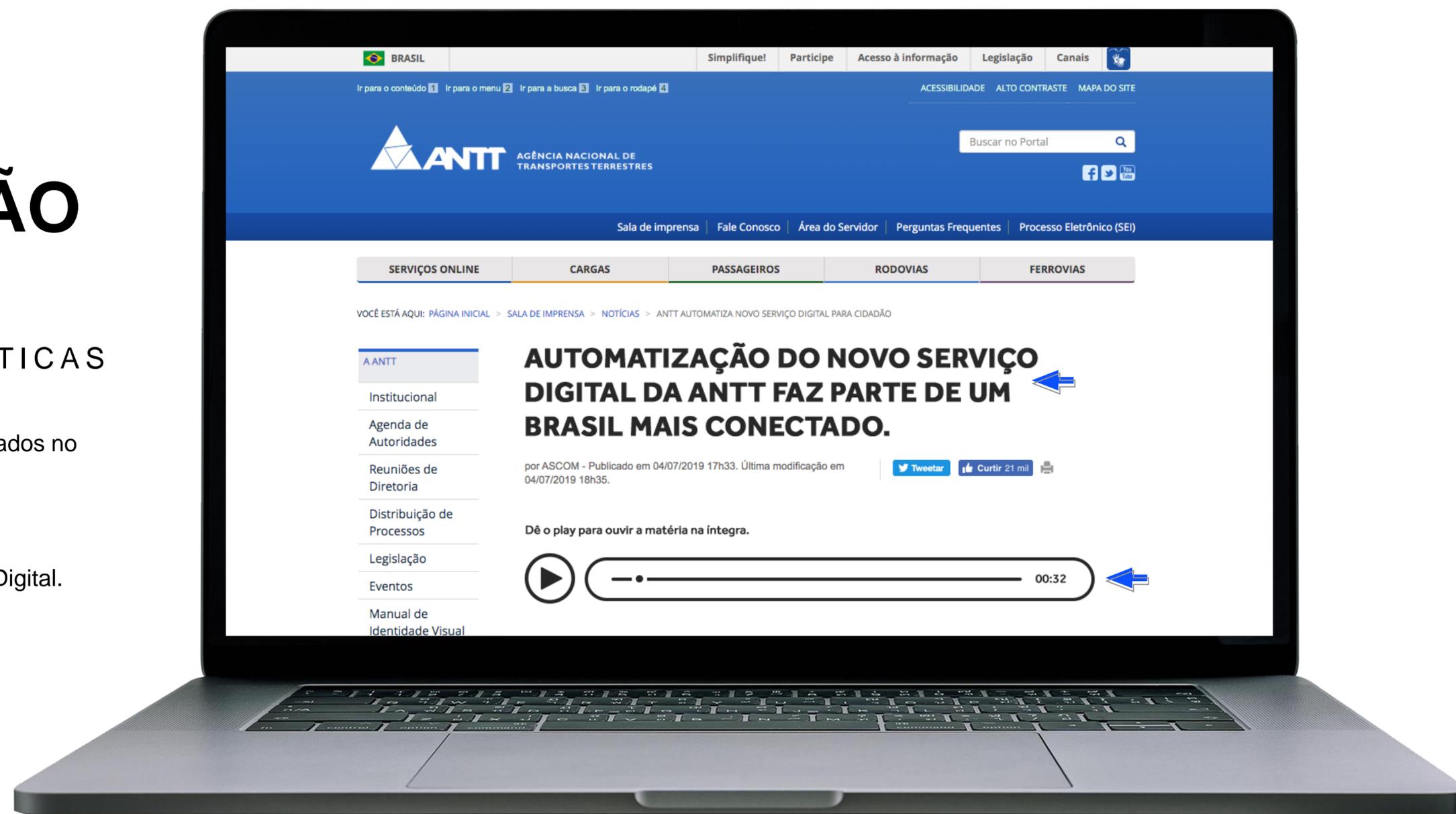


PADRONIZAÇÃO DE MATÉRIAS

ADOTANDO AS BOAS PRÁTICAS

Aqui, o título e o primeiro parágrafo são enfatizados no serviço e o que ele causa.

Agora ele traz protagonismo à Transformação Digital.



PADRONIZAÇÃO DE MATÉRIAS

ADOTANDO AS BOAS PRÁTICAS

Além disso, para as ações de comunicação,

o texto pode evidenciar que o serviço foi

automatizado ou digitalizado no **gov.br**.

O serviço de autorização de viagem de caráter ocasional para o transporte rodoviário internacional de cargas já está no **gov.br**.

SALA DE IMPRENSA

Notícias

Cadastro de
Jornalista

- Serviço de solicitação disponível 24h, 7 dias da semana;
- Envio de cópia simples, por via eletrônica, de documentos;
- Redução do tempo total de análise (tempo de recebimento e tramitação reduzido);
- Permite a comunicação direta entre o cidadão e o analista em caso de pendência na documentação;
- Acompanhamento do andamento do processo pelo próprio Portal;
- Download de documentos emitidos.

Para a ANTT:

Seu Brasil conectado. É Digital. É **gov.br**. Com acesso único e informações em um só lugar, o Portal Único do Governo Federal faz parte do programa de Transformação Digital do Governo. Lançado este ano, o gov.br disponibiliza e desburocratiza serviços eletronicamente, totalmente de forma digital. O gov.br torna mais democrático o acesso a esses serviços e a informações do governo. É a Transformação Digital que chega aos cidadãos e às empresas. É mais tempo e menos custo para todos. É mais agilidade para a vida dos brasileiros, é mais facilidade e informação para a população.

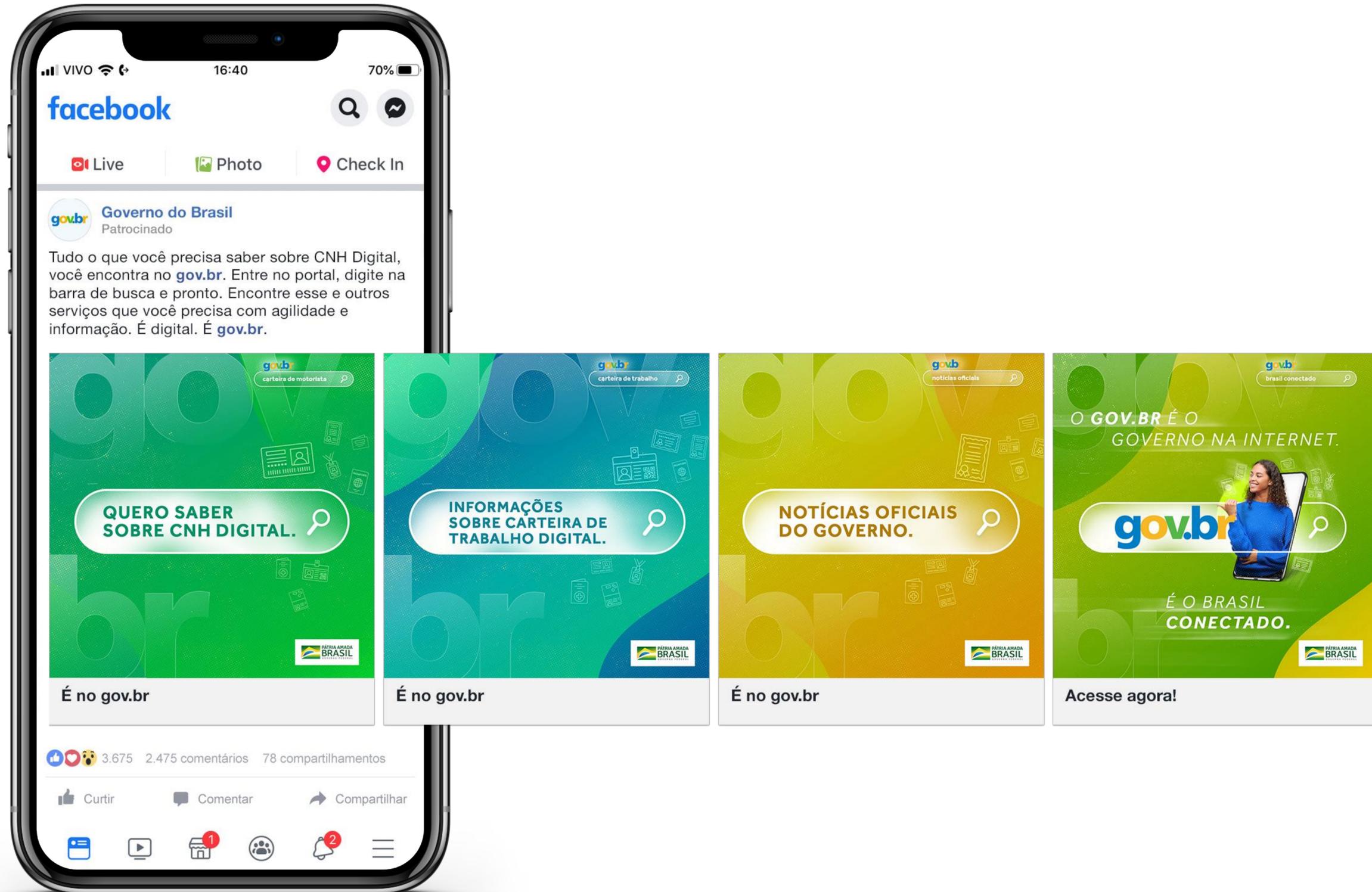
Para saber mais sobre a Transformação Digital, acesse **gov.br**.

3.3 EXEMPLOS DE POSTS EM REDES SOCIAIS

Para o carrossel e outras mídias nas redes sociais, podemos usar a caixa de busca com o assunto do post em forma de pesquisa. Como se fosse alguém querendo saber mais sobre algum serviço do **gov.br**.



CARROSSEL FACEBOOK



CARROSSEL INSTAGRAM



3.4 ARQUITETURA DE LEIAUTE – TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Nas notícias dos portais e em posts nas redes sociais, destacar que os serviços digitais ali divulgados são frutos da Transformação Digital. Além disso, sempre que possível, citar o conceito: “É digital. É **gov.br**”.

MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS COM FOTO – ARQUITETURA DE LEIAUTE



Em postagens com fotos,
recomenda-se o uso de
máscara preta com opacidade
55% em *MULTIPLICAÇÃO*
(*propriedade de layer do*
Photoshop), letras brancas ou
das cores indicadas, se não
houver contraste.

MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS COM FOTO – ARQUITETURA DE LEIAUTE

Família tipográfica

Effra Heavy e caracteres

em caixa alta.

Preferência pela cor branca

no texto. Se a foto tiver

fundos claros ou com

pouco contraste, usar as

cores abaixo.



MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS COM FOTO – ARQUITETURA DE LEIAUTE



Sempre manter no canto superior direito a logo do gov.br e a caixa de busca acompanhada da lupa. O texto dentro da caixa é personalizável, de acordo com o assunto da peça.

MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS COM FOTO – ARQUITETURA DE LEIAUTE



**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPI SCING ELIT.**

Toda e qualquer
publicação deve vir com a
cantoneira padrão.

MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS COM FOTO – ARQUITETURA DE LEIAUTE



Sempre manter a marca do Governo Federal no canto inferior direito.

MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS COM FOTO – ARQUITETURA DE LEIAUTE



**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPI SCING ELIT.**

VERSÃO ALTERNATIVA:

Em negativo, se a imagem de fundo for contrastante com a outra versão da logo do gov.br.

MÁSCARAS PARA PADRONIZAÇÃO DE POSTAGENS SEM USO DE FOTO



Em postagens sem fotos, deve usar a postagem em padrão apenas modificando as cores do fundo. As cores são padronizadas em três diferentes, indicadas abaixo.



3.5 VARIAÇÕES DO USO DO GOV.BR EM TEXTOS

 <p>gov.br Governo do Brasil Patrocinado</p> <p>Tudo o que você precisa saber sobre CNH Digital, você encontra no gov.br. Entre no portal, digite na barra de busca e pronto! Encontre esse e outros serviços com total agilidade e informação. É digital. É gov.br.</p> 	 <p>gov.br Governo do Brasil Patrocinado</p> <p>Tudo o que você precisa saber sobre CNH Digital, você encontra no gov.br. Entre no portal, digite na barra de busca e pronto! Encontre esse e outros serviços com total agilidade e informação. É digital. É gov.br.</p> 
 <p>gov.br Governo do Brasil Patrocinado</p> <p>Tudo o que você precisa saber sobre CNH Digital, você encontra no GOV.BR. Entre no portal, digite na barra de busca e pronto! Encontre esse e outros serviços com total agilidade e informação. É digital. É GOV.BR.</p> 	 <p>gov.br Governo do Brasil Patrocinado</p> <p>Tudo o que você precisa saber sobre CNH Digital, você encontra no Gov.Br. Entre no portal, digite na barra de busca e pronto! Encontre esse e outros serviços com total agilidade e informação. É digital. É Gov.Br.</p> 

Usos PERMITIDOS do gov.br

Em textos de releases para imprensa e em matérias nos sites do Governo Federal, a escrita do termo tem de ser em caixa baixa e, quando possível, fazer o uso do negrito.

A forma mais adequada para utilizar é: **gov.br**.

Como versão alternativa, em legendas de redes sociais e outros textos receptivos que não aceitam negrito, é possível usar a versão sem negrito, na forma gov.br.

Também existe a possibilidade de utilizar o termo com caixa alta em títulos, imagens e textos que estiverem com toda sua formatação em letras maiúsculas. Nessas condições, o termo deve ser utilizado da seguinte forma: GOV.BR.

Resumo das variações permitidas em ordem de prioridade:

- **gov.br**;
- gov.br;
- GOV.BR.

Usos PROIBIDOS do gov.br:

- nunca utilizar o gov.br com caixa mista (Gov.Br).

3.6 HASHTAGS

Em textos de redes sociais e respostas a comentários, podemos usar hashtags da Transformação Digital.

As hashtags devem dar protagonismo à Transformação Digital, à digitalização de serviços, ao gov.br e à desburocratização.

Podemos usar as seguintes hashtags:

#TransformaçãoDigital

#govpontobr

#govbr

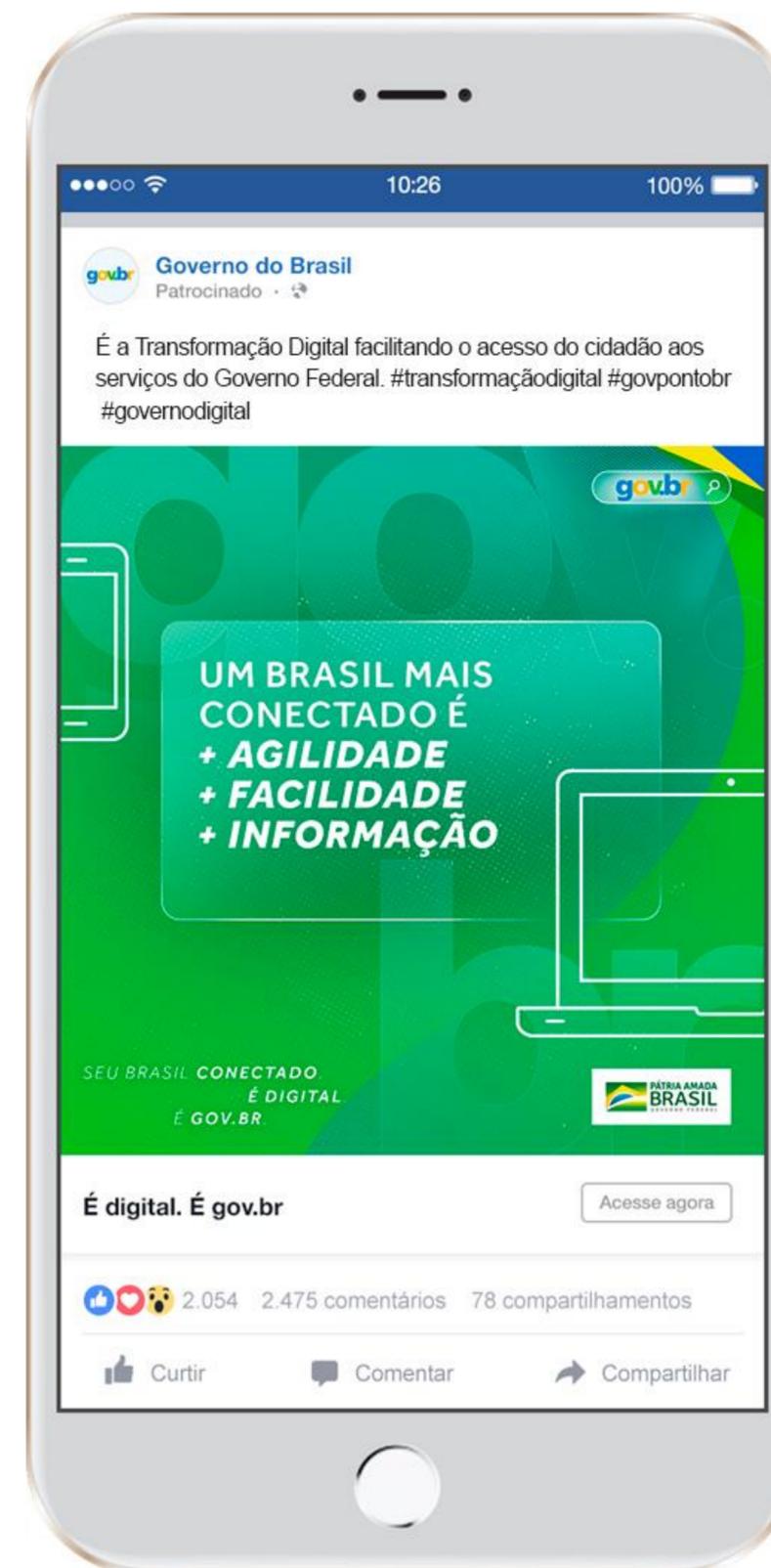
#SeuBrasilConectado

#BrasilDigital

#TransformaçãoDigitalgovbr

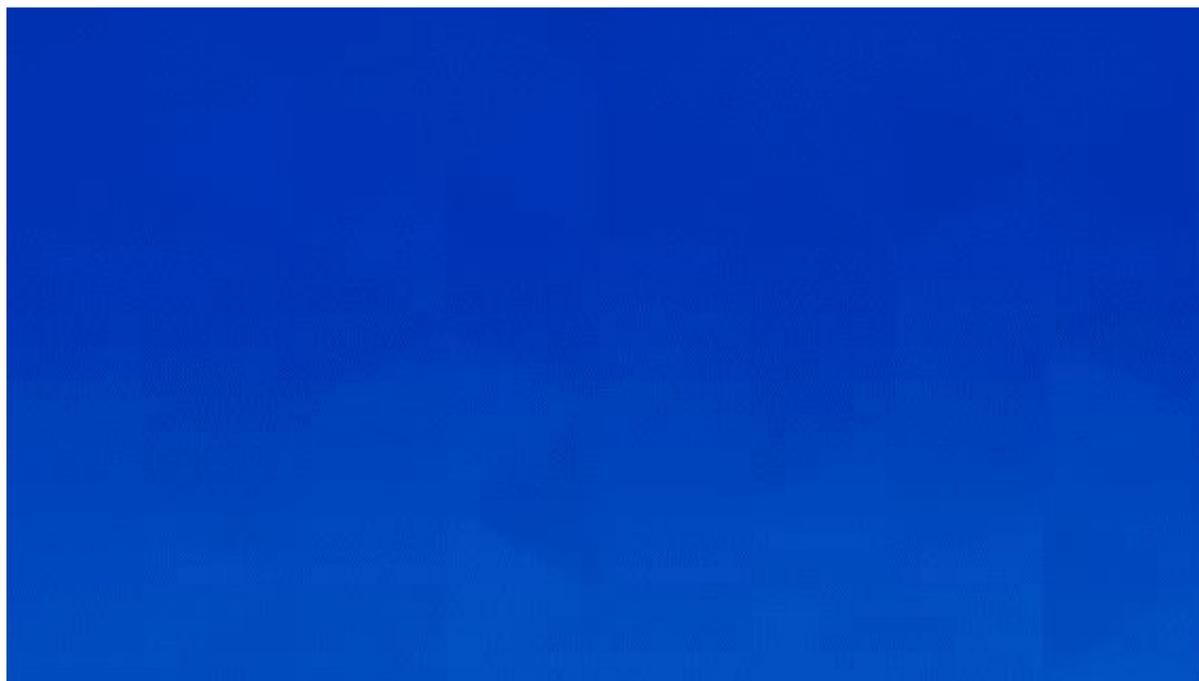
#Desburocratização

#GovernoDigital



3.7 VINHETA ANIMADA

A vinheta finaliza peças de *videomotion* e vídeos que têm a função de informar sobre avanços na Transformação Digital de serviços.



[Clique aqui para baixar](#)

3.8 PÁGINA TEMÁTICA DE SERVIÇOS DIGITAIS

Os serviços digitais disponíveis no **gov.br** podem ser agrupados em páginas temáticas, servindo como um *hub* de informação para o usuário. Por isso, recomenda-se uso do endereço eletrônico que direcione o usuário direto para essa página.

O serviço de interesse teria posição de destaque dentro do *hub*, de modo que o cidadão o encontre com facilidade e também possa utilizar outros serviços semelhantes.

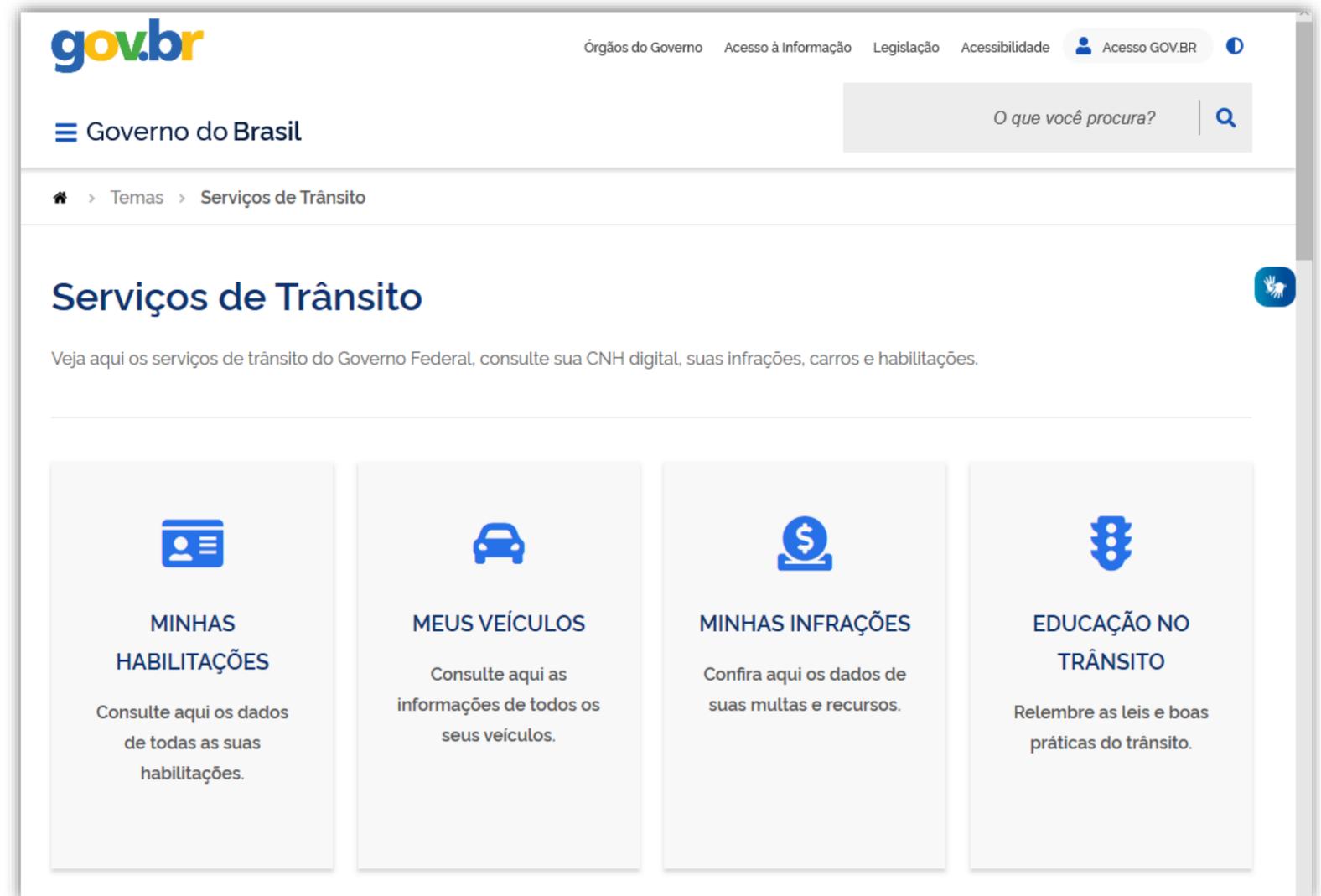
Cabe esclarecer que a criação de uma página temática pode ser solicitada à Secretaria de Governo Digital do Ministério da Economia, responsável pelas diretrizes de gestão das páginas de serviços, oferecidos no **gov.br**.

Vantagens:

- Agilidade na criação da página;
- Ênfase em serviços digitais oferecidos pelo órgão;
- Padronização do conteúdo de serviços.

Exemplo:

www.gov.br/transito



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

SERVIÇOS

4.

MATERIAIS DE APOIO PARA ENDOMARKETING
SOBRE SERVIÇOS DIGITAIS NO ÓRGÃO

As peças e materiais de divulgação para o público interno devem ser de tom convidativo para engajar servidores a participar da transformação digital.

É importante passar nas peças que todos são responsáveis e fazem parte de um grande processo de digitalização do Governo Federal.

gov.br
INFRABR

SERVIDOR,

AGORA, OS CAMINHONEIROS
PODEM UTILIZAR O APP
INFRABR PARA FICAR DE OLHO,
GERENCIAR E CONTROLAR TODO
O TRAJETO. MAIS UMA VITÓRIA
DA INFORMAÇÃO DIGITAL PARA
TODOS.

CONHEÇA ESSA E OUTRAS
CONQUISTAS DIGITAIS NO
PORTAL GOV.BR.

PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

NEWSLETTER

Para comunicarmos internamente sobre os assuntos do órgão, podemos usar a newsletter como um e-mail marketing.

Os e-mails devem mostrar o assunto de forma sucinta, demonstrando sempre o benefício da digitalização.

Ao final, a chamada de ação deve levar ao **gov.br**.

gov.br
INFRABR

SERVIDOR

AGORA, OS CAMINHOS
PODEM UTILIZAR
INFRABR PARA FICAR
GERENCIAR E CONTROLAR
O TRAJETO. MAIS
DA INFORMAÇÃO PARA
TODOS.

**CONHEÇA ESSA E
CONQUISTAS DIGITAIS
PORTAL GOV.BR.**

gov.br
ENEM 2019

**NÃO VAI TER ATRASO
ESTE ANO!**

OS LOCAIS DE PROVA DO ENEM
JÁ ESTÃO DISPONÍVEIS. AS
PROVAS ACONTECEM NOS DIAS
3 E 10 DE NOVEMBRO E
5 MILHÕES DE ESTUDANTES
ESTÃO CONFIRMADOS PARA
A PROVA.

**PARA SABER MAIS, VÁ ATÉ O
PORTAL DO GOV.BR E FIQUE POR
DENTRO PARA NÃO SE ATRASAR.**

PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

CARTAZ

O topo do cartaz deve ter título e subtítulo respeitando o padrão estabelecido ao lado.

Os cartazes poderão ter a caixa de busca com foto. Na caixa, o assunto abordado no cartaz.

O uso de foto no campo de busca é flexível. No entanto, dê preferência a fotos com pessoas para humanizar as peças.

Na parte de baixo, teremos um código qr com o link para o “saiba mais” do cartaz e as marcas do **gov.br** e Governo Federal.



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL SERVIÇOS