

Guia de publicação de conteúdo no *site*

Versão: 1.0-R15

Data: 08/01/2014

1. SUMÁRIO

1. SUMÁRIO.....	1
2. INTRODUÇÃO.....	3
2.1. Propósito e Abrangência do <i>Guia de Publicação web</i>	4
3. CONCEITOS FUNDAMENTAIS.....	5
3.1. Objetivo do <i>site</i>	5
3.2. Público-alvo.....	5
3.3. Atribuição de Responsabilidades.....	6
3.3.1. Comitê de Gestão do <i>site</i>	6
3.3.2. Secretaria de Tecnologia da Informação.....	7
3.3.3. Seção de Serviços <i>On-line</i>	7
3.3.4. Unidades Publicadoras.....	7
4. ORIENTAÇÕES PARA REDAÇÃO <i>web</i> – GUIA DO PUBLICADOR	8
4.1. Elaboração de textos para <i>web</i>	8
4.2. Critérios ergonômicos para elaboração de conteúdo.....	8
4.3. Distribuição de informações no <i>site</i> do Tribunal.....	9
4.3.1. Páginas de apresentação.....	10
4.3.1.1. Título de um destaque da página de apresentação.....	12
4.3.1.2. Outros elementos de um destaque da página de apresentação.....	13
4.3.2. Páginas de Conteúdo.....	16
4.3.2.1. Título de um texto na página de conteúdo.....	16
4.3.2.2. Texto de uma página de conteúdo.....	17
5. <i>LINKS</i>	21
5.1. <i>Links</i> externos.....	21
5.2. Recomendações de usabilidade e acessibilidade.....	22
6. IMAGEM.....	24
6.1. Fotografia e ilustração.....	24
6.1.1. Recomendações de usabilidade e acessibilidade.....	26
7. ÍCONE.....	27
8. <i>BANNER</i>	27

8.1. Recomendações de usabilidade e acessibilidade.....	28
9. ÁUDIO.....	30
10. VÍDEO.....	31
11. ARQUITETURA DO <i>site</i> – REFERÊNCIA TÉCNICA.....	32
11.1. Cabeçalho.....	32
11.2. Rodapé.....	33
11.3. Página principal ou capa do <i>site</i>	34
11.3.1. Carrossel.....	34
11.3.2. Conteúdo em abas.....	36
11.3.3. Três colunas de conteúdo.....	37
11.4. Páginas da Navegação Principal.....	37
11.5. Páginas de conteúdo em geral.....	38
11.6. Notícias.....	39
12. REFERÊNCIAS.....	41

2. INTRODUÇÃO

O *site* institucional do Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina (TRESC) na internet passou por um processo de reestruturação, cujos efeitos foram disponibilizados na internet a partir de julho de 2012.

Esse projeto, que envolveu representantes de todas as unidades orgânicas do Tribunal nas definições e diretrizes, foi fundamentado sob os princípios da arquitetura da informação, da usabilidade e da acessibilidade, preservando como premissa o alinhamento quanto à identidade visual e aos serviços providos pelo Portal da Justiça Eleitoral.

A partir desta nova concepção, surge a necessidade do estabelecimento de regras que orientem, disciplinem e zelem pela publicação de conteúdo no *site*, conforme as diretrizes definidas coletivamente pelo Grupo de Trabalho designado pela Portaria DG n. 72/2011 com este objetivo.

Assim, o presente documento prescreve um conjunto de orientações e diretrizes baseadas em padrões internacionais elaborados pela W3C¹ em consonância com o que é preconizado nos documentos "Cartilha de Redação *Web*" e "Usabilidade do Projeto Padrões *Web* em Governo Eletrônico", do Programa de Governo Eletrônico do Governo Federal, os quais fornecem recomendações de boas práticas na área digital, com o objetivo de aprimorar a comunicação, o acesso à informação e aos serviços prestados em *sítes* na internet.

Além disso, tendo em vista a importância da inclusão das pessoas portadoras de necessidades especiais, são levadas em consideração as regras de acessibilidade constantes do Modelo de Acessibilidade do Governo Eletrônico (e-MAG), adotado obrigatoriamente nos *sítes* e portais do governo brasileiro por força da Portaria n. 3, de 7 de maio de 2007, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

¹ O *World Wide web Consortium* (W3C) é a principal organização de padronização da *World Wide web*. Consiste em um consórcio internacional com quase 400 membros, agrega empresas, órgãos governamentais e organizações independentes com a finalidade de estabelecer padrões para a criação e a interpretação de conteúdos para a *web*.

2.1. Propósito e Abrangência do Guia de Publicação web

Este guia tem por objetivo servir de referência técnica para os responsáveis pela disponibilização de informações e serviços institucionais no *site* do TRESA, disciplinando e estabelecendo padrões para publicação de conteúdo *web*.

Desta forma, todas as publicações realizadas no *site* Institucional, independente do propósito, natureza ou unidade publicadora, deverão observar as diretrizes e normas estabelecidas neste guia.

3. CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Preliminarmente à apresentação das orientações, faz-se necessária a exposição dos conceitos fundamentais que nortearam a concepção da nova arquitetura da informação e leiaute e que deverão continuar servindo como fundamento para todas as informações e serviços que forem disponibilizados no *site* do TRESP.

3.1. Objetivo do *site*

A premissa de criação do *site* foi orientar a publicação de conteúdos e serviços alinhados ao seu propósito, qual seja: *“Ser o principal canal de informação, comunicação e serviços entre a Justiça Eleitoral catarinense e a Sociedade.”*

A partir dessa definição, concluiu-se que o *site* do TRESP deve ser provido com informações atualizadas, proporcionar pelo menos um canal de comunicação com o visitante e manter um conjunto de serviços que sejam de interesse imediato da Sociedade.

3.2. Público-alvo

O público-alvo completa o fundamento necessário para a publicação e disponibilização de serviços, pois, enquanto o objetivo estabelece o que o *site* se propõe a oferecer aos usuários, o público-alvo define quem são esses usuários.

Assim, o público destino de um determinado serviço ou conteúdo deve direcionar a forma e até mesmo a linguagem que serão adotadas, tendo em vista facilitar o entendimento por parte do usuário do *site* sobre o serviço ou mensagem que a instituição quer transmitir.

Neste contexto, foram definidos dez tipos de público-alvo para o *site* do TRESP, conforme tabela abaixo. Definiu-se, também, que os públicos de maior prioridade de caráter permanente são: Eleitores, Advogados, Juízes e Promotores e Partidos Políticos.

Público-Alvo	Agrupamentos
Advogados, Juízes e Promotores	Advogados dos partidos, juristas e operadores do Direito (advogados e assessorias em geral), magistrados, membros do Ministério Público
Partidos Políticos	Partidos, filiados, delegados, dirigentes e membros dos partidos

Eleitores	Qualquer visitante que busca informações relacionadas às eleições, ao cadastro eleitoral ou informações institucionais. Sociedade em geral.
Servidores	Ativos e inativos do quadro de pessoal, pensionistas e servidores de outros órgãos em exercício no quadro do TRESC.
Empresas	Empresas contratadas, licitantes, prestadoras de serviço e fornecedores
Imprensa	Órgãos de comunicação, imprensa, jornalistas e parceiros de divulgação
Órgãos Públicos	Demais órgãos públicos dos três poderes interessados em divulgar conteúdos e serviços no <i>site</i>
Candidatos e políticos	Políticos, candidatos, detentores de cargos eletivos
Interessados em Concursos	Candidatos de concurso a cargo efetivo do TRESC.
Colaboradores TRE	Mesários, técnicos de urna, profissionais terceirizados e estagiários

3.3. Atribuição de Responsabilidades

Para assegurar o bom andamento dos trabalhos de publicação em conformidade com as diretrizes e orientações deste guia, bem como dar o suporte necessário às equipes envolvidas, foram identificados, nesse processo, os papéis e responsabilidades a seguir arrolados.

3.3.1. Comitê de Gestão do *site*

Instituído pela Portaria P n. 28/2013, o Comitê Gestor do *site* tem caráter permanente e possui as seguintes atribuições:

- propor e aprovar melhorias no conteúdo, leiaute e arquitetura da informação;
- propor e aprovar a disponibilização de novos serviços;
- aprovar normas e diretrizes para disciplinar a publicação de conteúdo; e

- deliberar quando da ocorrência de conflitos de competência entre as Unidades publicadoras.

3.3.2. Secretaria de Tecnologia da Informação

À Secretaria de Tecnologia da Informação cabe:

- prestar suporte à infraestrutura tecnológica necessária para disponibilização do *site* na internet;
- garantir o armazenamento seguro das informações e documentos publicados;
- prestar suporte às unidades publicadoras no desempenho de suas atribuições; e
- aprovar novos serviços e sistemas, incluindo os disponibilizados na intranet e internet.

3.3.3. Seção de Serviços On-line

Em conformidade com o que determina a referida Portaria da Presidência, a Seção de Serviços *On-Line* (SSO), da Coordenadoria de Soluções Corporativas, é responsável pela auditoria do conteúdo disponível no *site*, podendo recomendar às Unidades publicadoras os ajustes cabíveis, a fim de garantir a observância das normas e diretrizes para a publicação.

Além disso, de acordo com o art. 120 do Regulamento Interno da Estrutura Orgânica do TRESC, cabe à SSO administrar a publicação *on-line* de conteúdo produzido pelo Tribunal e manter a presença *on-line* do mesmo na intranet e internet.

3.3.4. Unidades Publicadoras

Cabe às unidades publicadoras proceder a disponibilização dos conteúdos correlatos à sua área de atuação no *site*, obedecendo aos padrões, diretrizes e orientações presentes neste guia.

4. ORIENTAÇÕES PARA REDAÇÃO *WEB* – GUIA DO PUBLICADOR

4.1. Elaboração de textos para *web*

A redação para *web* difere da abordagem textual usada na mídia impressa. Isso não significa que o texto *on-line* siga princípios inéditos, revolucionários ou diversos das outras mídias.

Um texto bem escrito é reconhecido pelo leitor em qualquer veículo de comunicação: clareza, abrangência e credibilidade servem como norte na elaboração de um bom texto para a mídia digital.

Basicamente, o texto *web* precisa sobressair-se de forma imediata, pois ele divide espaço com outros formatos de informação (figuras, vídeos, *banners*, ícones, etc.) no ambiente multimídia do *site*.

Neste contexto, é preciso tornar o texto *web* o mais objetivo e atraente possível, pois os outros formatos estão bem ao lado, estimulando o visitante todo o tempo para a continuidade da navegação.

4.2. Critérios ergonômicos para elaboração de conteúdo

A ergonomia é a ciência que estuda a interação do ser humano com sistemas e dispositivos, especialmente no ambiente de trabalho. Isso inclui a interação com *sites web*.

Sendo assim, é necessário discorrer sobre como a ergonomia se aplica às interfaces *web*, quais sejam, os componentes visuais e conteúdos utilizados nas páginas do *site*, visualizados por meio de um navegador *web*.

Neste sentido, a usabilidade da interface *web* deve ser cuidadosamente elaborada para permitir que o visitante alcance seus objetivos com eficiência durante a navegação. Por essa razão, são elencados abaixo os principais critérios para nortear a produção de conteúdo no *site*:

- **Credibilidade:** um *site* com uma arquitetura de informação organizada e uma interface simples reforça a credibilidade da instituição;
- **Legibilidade:** um texto lido na tela ainda é menos confortável (cerca de 25%) do que um lido em forma impressa. Logo, devem-se elaborar os textos de forma clara,

concisa e bem estruturada hierarquicamente, facilitando a leitura. Deve-se também enfatizar apenas o que é importante, utilizar convenções e tornar óbvio o que pode ser clicado através do texto do *link*. (acerca disso, veja a seção 5 - “*Links*”, que descreve como utilizá-los corretamente);

- **Usabilidade:** encontrar a informação em até três cliques facilita a navegação. O visitante sempre deve saber onde está em determinado momento. Os elementos de apresentação do *site* devem ser os mesmos e estar nas mesmas posições sempre. (identidade visual). Essa é uma das vantagens de uma identidade visual constante, que também reforça a imagem da instituição;
- **Interatividade:** a utilização do *hiperlink*, ou *link*, para outras páginas e conteúdos é fundamental para a navegação do *site* (sobre esse assunto, veja a seção sobre *links*). Além disso, o *site* deve sempre permitir uma forma de contato durante toda a navegação, nesse caso, o serviço “Fale Conosco”; e
- **Acessibilidade:** é essencial que o conteúdo do *site* seja visto por todos que o acessarem. Por essa razão, respeitar os padrões *web* estabelecidos pela W3C garante um bom nível de interoperabilidade e interatividade. Deve-se dar preferência ao texto em formato HTML e utilizar as ilustrações como apoio ao texto escrito. Deve-se ter a preocupação de escolher cores, contraste de imagens e tamanhos de fonte que não prejudiquem a legibilidade da informação. A esse respeito, veja a seção sobre imagens deste documento, a qual explica quais os critérios que devem ser utilizados para uma adequada escolha de cores e fontes.

4.3. Distribuição de informações no *site* do Tribunal

O *site* do Tribunal é composto por dois segmentos: páginas de apresentação e páginas de conteúdo. As primeiras servem para atrair a atenção do visitante para a informação que a instituição deseja transmitir, ainda que não a esteja procurando. As demais servem para apresentar as informações que o visitante esteja procurando. Nesse caso, a informação pode ainda estar detalhada em páginas subsequentes ou correlatas.

Nas seções seguintes, serão descritas as normas para publicação nesses dois tipos de página.

4.3.1. Páginas de apresentação

Página de apresentação é toda e qualquer página de entrada no *site* que possui destaques e aspectos visuais mais persuasivos para atrair a atenção do visitante para conteúdos que a instituição deseja transmitir.

São exemplos de páginas de apresentação: a página principal do *site* e as páginas das seções do *site* acessadas a partir do no menu de navegação principal, a exemplo das duas ilustrações abaixo.



Ilustração 1: exemplo de página de apresentação - capa do site



Ilustração 2: exemplo de página de apresentação - seção de eleitores do site

Se houver demanda especializada, um assunto pode ser enquadrado em uma página de apresentação. Como por exemplo: a página que trata dos aspectos relacionados aos mesários ou que trata de uma determinada eleição. Ambas são representadas em páginas de apresentação.



Ilustração 3: Informações aos mesários em uma página de apresentação



Ilustração 4: Informações sobre determinada eleição em uma página de apresentação

Feito esse esclarecimento sobre o que são páginas de apresentação, serão descritas a seguir as normas para redação e disposição dos destaques que compõem essas páginas.

4.3.1.1. Título de um destaque da página de apresentação

O título do destaque de uma página de apresentação deve incluir a palavra-chave que defina o aspecto da informação que será apresentada logo a seguir no texto do destaque. Deve ter tamanho máximo de 70 caracteres, incluídos os espaços, pois as principais ferramentas de pesquisa ignoram o excedente.

O exemplo seguinte mostra a redação adequada para o título de um destaque, pois contém todas as palavras que definem a informação que virá a seguir e auxilia o visitante a escolher a informação que ele deseja entre as outras que lhe são apresentadas.

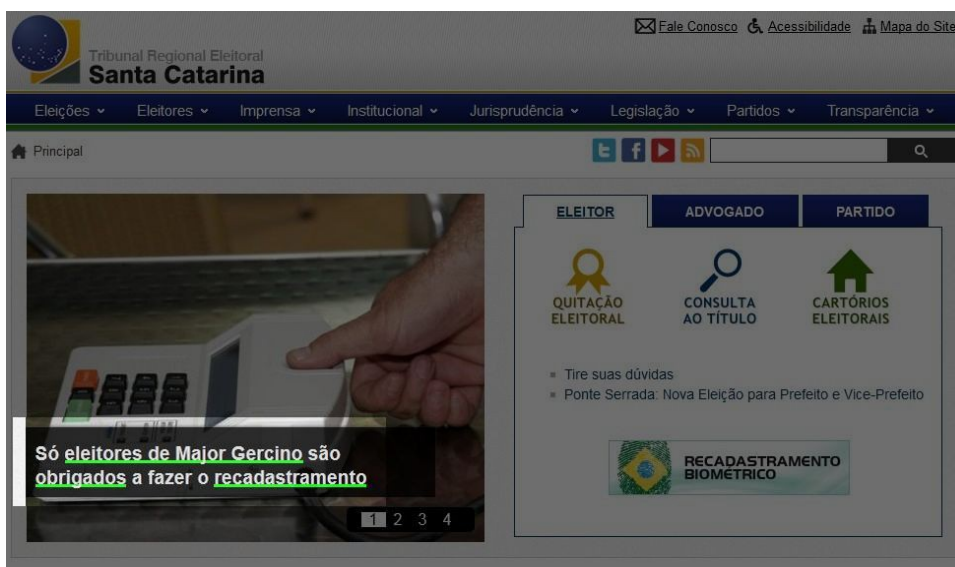


Ilustração 5: Título de destaque com palavras-chave que definem os principais aspectos da informação

4.3.1.2. Outros elementos de um destaque da página de apresentação

Além do seu título, um destaque para a página de apresentação deverá ser composto de imagem, legenda da imagem e, opcionalmente, texto auxiliar para o destaque.



Ilustração 6: Exemplo de destaques na página Eleitores com seus respectivos elementos: 1 - título do destaque; 2 - imagem do destaque; 3 - legenda da imagem e 4 - texto auxiliar do destaque.

O título deverá ser conciso em prol da objetividade da informação a ser acessada, bem como pela questão do espaço disponível ser limitado. Além disso, devem ser levadas em conta as seguintes observações:

- (1) quando um componente de destaque não contiver imagem, o texto auxiliar ao título deverá ser obrigatório;

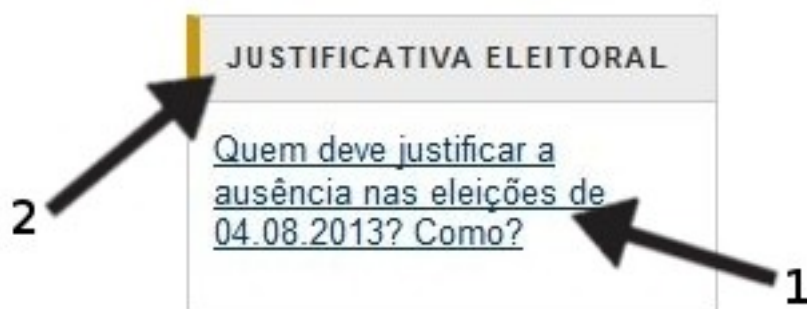


Ilustração 7: Exemplo de componente de destaque sem imagem e com texto auxiliar(1) ao título(2).

- (2) se o título do destaque aborda um determinado dado sobre a informação, ele não deverá ser repetido no texto auxiliar;
- (3) a imagem e a legenda da imagem do destaque, caso sejam utilizadas, deverão apresentar aspectos da informação que o texto chamada não abordou;



Ilustração 8: Exemplo de destaque do carrossel, com título do destaque, imagem e legenda da imagem abordando diferentes aspectos da informação. (Sobre o carrossel, veja a seção 12.3.1),

- (4) a legenda da imagem deverá descrever o que há na imagem, além de acrescentar novos dados sobre a informação a que o destaque se refere.



Ilustração 9: Exemplo de legenda descrevendo e acrescentando informações à imagem.

O texto da legenda pode ser facilmente atribuído à imagem pelo publicador através pela ferramenta de gestão de conteúdo *web* institucional². O resultado será a exibição do texto sobre a imagem quando o ponteiro do mouse estiver sobre ela.

Já a imagem, seja ela fotografia ou ilustração, serve como importante elemento de persuasão do destaque. No entanto, é necessário ter em mente que nem todos podem visualizá-la, como é o caso dos deficientes visuais. Portanto, deve-se incluir elementos de acessibilidade³ em todas as imagens para permitir a compreensão por parte desses visitantes que utilizam leitores de tela. Acerca disso, veja também a seção 6.1.1 que trata sobre acessibilidade de imagens.

4.3.2. Páginas de Conteúdo

São todas as páginas que apresentam o conteúdo propriamente dito. Normalmente são formadas por textos, imagens, vídeos, áudios e *links* para arquivos e outras páginas. Podem também ter mais de um nível de detalhamento da informação, através de *link(s)* para página(s) com informações adicionais.

Nas seções a seguir, serão descritas as normas para publicação neste tipo de página.

4.3.2.1. Título de um texto na página de conteúdo

Recomenda-se, sempre que possível, que a redação do título do texto da página de conteúdo acompanhe a do título do destaque na página de apresentação, no intuito de dar continuidade à navegação do *site*, relacionando os respectivos conteúdos.

2 Na ferramenta *Typo3*, o publicador deve criar dentro de uma página um “Novo elemento de conteúdo”, selecionando “texto com imagem” como “conteúdo típico da página”. Depois deve clicar na aba “Imagens” e preencher, na seção “textos de acessibilidade”, o campo “textos dos títulos” com o texto da legenda da imagem que aparece quando o mouse está sobre ela. Apesar de não haver um limite de caracteres para esse texto, deve-se utilizar descrições sintéticas, em poucas palavras ou em uma frase de no máximo 70 caracteres (incluindo espaços), visto que as principais ferramentas de pesquisa ignoram o excedente.

3 Na ferramenta *Typo3*, a acessibilidade de imagens é obtida da seguinte forma: o publicador deve criar dentro de uma página um “Novo elemento de conteúdo”, selecionando “texto com imagem” como “conteúdo típico da página”. Depois deve clicar na aba “Imagens” e preencher, na seção “textos de acessibilidade”, o campo “textos alternativos” com o texto alternativo à imagem (mostrado no lugar da imagem caso não seja possível visualizá-la). Apesar de não haver um limite de caracteres para esse texto, deve-se utilizar descrições sintéticas, em poucas palavras ou em uma frase de no máximo 70 caracteres (incluindo espaços), visto que as principais ferramentas de pesquisa ignoram o excedente.

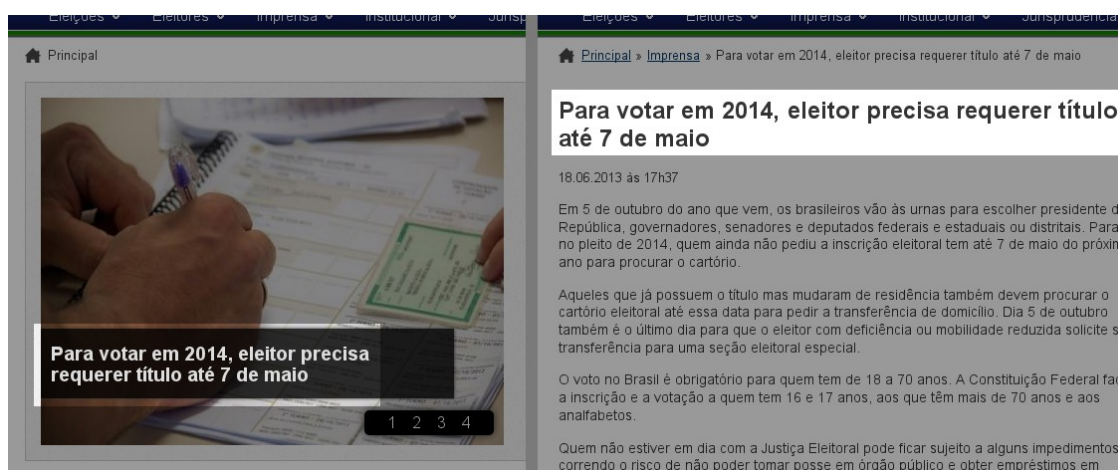


Ilustração 10: Exemplo de título de destaque igual ao título do conteúdo

Quando isso não for possível, utilize a palavra-chave ou expressão-chave do assunto no título do texto.

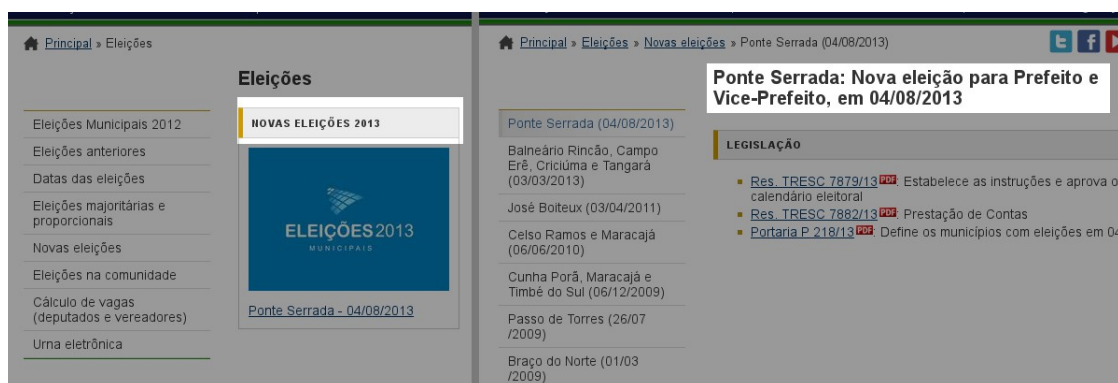


Ilustração 11: Exemplo de título de destaque utilizando-se da palavra-chave "nova eleição"

Além disso, os títulos devem ser utilizados corretamente para facilitar a compreensão da estrutura do conteúdo, respeitando sua hierarquia de importância⁴. Reserva-se ao título do *site*, logotipo do cabeçalho, título da página e título principal do conteúdo, o uso dessa hierarquia, a qual já se encontra definida e configurada na ferramenta de gestão de conteúdo *web* institucional (*Typo3*). Nunca incluir caracteres especiais que interfiram nessa configuração padrão para mudar sua aparência ou formatação, como por exemplo, o caractere ">".

4.3.2.2. Texto de uma página de conteúdo

O conteúdo é a parte mais importante de um *site*. Se o conteúdo oferecido não atender às necessidades dos visitantes, perde o seu propósito e a sua credibilidade.

⁴ Segundo o W3C, as *tags* html <H1> até <H6> implementam respectivos seis níveis de cabeçalhos em um documento html, sendo o <h1> o mais importante.

O primeiro parágrafo sempre deverá abordar o aspecto mais interessante do texto, com o intuito de prender a atenção do visitante. Somente depois deverão ser apresentados mais detalhes da informação.

Na preparação do conteúdo a ser publicado no *site*, deve-se sempre ter o cuidado de utilizar palavras e/ou expressões familiares ao público a que se destina e escrever o estritamente necessário (o que é, quando, quem, como, onde e o porquê), evitando o uso de jargões, acrônimos ou siglas. Se necessário, deve-se esclarecer o respectivo significado.

Para desenvolver um conteúdo mais detalhado, poderão ser utilizados elementos informacionais adicionais, tais como imagens, gráficos, áudios, vídeos, tabelas e *links* para outros documentos que ajudem a complementar o assunto, sendo possível criar desdobramentos em páginas subsequentes. Acerca desses elementos, veja as recomendações detalhadas nas seções seguintes deste documento.

Sobre o texto propriamente dito, observe as seguintes **recomendações de usabilidade** para escrita de páginas *web*:

- **o conteúdo deve ser alinhado à esquerda:** o alinhamento à esquerda é mais fácil de ser lido do que o bloco (justificado) ou o centralizado. O espaço em branco irregular criado no texto bloco (justificado) altera o ritmo de leitura do texto, aumenta o tempo de leitura e cria um ruído narrativo na informação, diminuindo o entendimento pelo visitante;
- **o texto deve ser objetivo:** nos textos, deve-se começar sempre pelo aspecto mais importante, expondo uma ideia por parágrafo. O texto deve ser direto e simples, palavras desnecessárias devem ser omitidas. As informações mais importantes devem estar nos dois primeiros parágrafos;
- **O texto deve ser dividido em tópicos:** divida o texto em pequenas unidades, pequenos parágrafos, subtítulos e listas, para facilitar a exploração da página e o entendimento do conteúdo da informação;
- **Linguagem clara e familiar:** deve ser clara e objetiva na divulgação das informações e orientações para realização de serviços;

- **o texto de um *site* deve ser de fácil leitura e compreensão, não exigindo do usuário um nível de instrução mais avançado do que o ensino fundamental completo:** quando o texto exigir uma capacidade de leitura mais avançada, devem ser disponibilizadas informações suplementares que expliquem ou ilustrem o conteúdo principal. Outra alternativa é a versão simplificada do conteúdo em texto. As linguagens técnica e/ou corporativa devem ser utilizadas apenas quando forem familiares ao público do *site* ou em áreas do *site* destinadas a públicos específicos;
- **o esquema de cores e fontes deve ser harmônico:** cabeçalhos e conteúdo devem ter uma harmonia consistente de cores e tipos de fonte em todas as páginas do *site*;
- **uso do negrito:** somente para destacar trechos ou palavras dentro de um parágrafo, respeitando a premissa de que excesso de destaque causa o "não destaque". Nunca usar em *links* ou títulos, pois estes já possuem formatação própria;
- **uso de caracteres especiais:** devem ser utilizados conforme a sua função, nunca para formatar (embelezar) o texto. Para elaborar uma lista de itens, deve-se utilizar a funcionalidade de lista prevista no modelo e não substituir por outros caracteres, tais como "-", "*", ">", etc.;
- **uso do texto em CAIXA ALTA:** texto em caixa alta retarda a velocidade de leitura em comparação ao texto em caixa baixa. O formato das letras (e não das palavras) em caixa baixa possibilita a rápida leitura, pois a unidade de leitura é a palavra, diferentemente da caixa alta, na qual a unidade é a letra. Além disso, a caixa alta ocupa no mínimo 1/3 mais de espaço que as letras em caixa baixa. Consequentemente, intervalos maiores para fixação da leitura são despendidos para a mesma quantidade de texto. Ademais, o seu uso é considerado indelicado, pois ler algo escrito em letras maiúsculas é difícil e frustrante para o leitor. Os usuários da internet associam a caixa alta com raiva, uma vez que identificam esse tipo de escrita com a agressividade.

Existem algumas outras técnicas que auxiliam na melhora da inteligibilidade de textos, como por exemplo:

- utilizar sentenças organizadas de forma direta para o propósito do conteúdo (sujeito, verbo e objeto, preferencialmente);
- dividir sentenças longas em sentenças mais curtas;
- evitar o uso de jargão, expressões regionais ou termos especializados, que possam não ser claros para todos;
- utilizar palavras comuns no lugar de outras pouco familiares;
- utilizar listas de itens em vez de uma longa série de palavras ou frases separadas por vírgulas;
- fazer referências claras a pronomes e outras partes do documento;
- utilizar, preferencialmente, a voz ativa.

Por fim, segue abaixo exemplo de uma página com texto construído com base nas recomendações descritas anteriormente.

Tribunal Regional Eleitoral Santa Catarina

Fale Conosco | Acessibilidade | Mapa do Site

Eleições | Eleitores | Imprensa | Institucional | Jurisprudência | Legislação | Partidos | Transparência

Principal » Eleitores » Cadastramento biométrico

Cadastramento biométrico

Em quais municípios de Santa Catarina está ocorrendo o cadastro de dados biométricos?

- Florianópolis
- Major Gercino (comparecimento obrigatório até 31.07.2013)
- Nova Trento
- São João Batista

Em quais municípios o comparecimento é obrigatório?

Major Gercino

- Devem comparecer os eleitores que se cadastraram antes de 29/04/2013 no município, para comprovarem seu domicílio e cadastrarem seus dados biométricos.
- Local e horário: Prefeitura de Major Gercino (segunda à sexta, das 13h às 18h; aos sábados, das 9h às 16h) ou no cartório da 53ª ZE/SC (São João Batista (segunda à sexta, das 12h às 19h).
- Prazo: até 31 de julho de 2013.
- Estão dispensados os eleitores que solicitaram título em 29/04/2013 ou após essa data.
- Levar comprovante de residência (com data entre 01/07/2012 e 31/03/2013) e documento oficial de identidade com foto.

Sidebar Menu:

- Título e situação eleitoral
- Cadastramento biométrico**
- Justificativa
- Certidões eleitorais e comprovantes de votação
- Endereços dos cartórios eleitorais e locais de votação
- Dados do cadastro eleitoral
- Mesários
- Portadores de necessidades especiais
- Filiação e desfiliação partidária
- Tire suas dúvidas

Ilustração 12: Uma página de conteúdo com um texto de agradável leitura para web.

5. LINKS

O *hyperlink*, ou *link*, é uma palavra, grupo de palavras ou imagem que pode ser clicada para acessar outro documento, permitindo que o visitante navegue entre as páginas do *site*. Contudo, há o momento certo para se apontar outra página, e também o local correto para aplicá-lo.

O risco de um *link* mal utilizado é a mudança de foco do visitante, seja ao visitar um *site* recomendado, ou até mesmo páginas do próprio *site*. Ele pode não retornar.

Para evitar que o visitante se disperse, deve-se atentar para alguns detalhes:

- ao se sugerir páginas do próprio *site*, só deve ser incluído um *link* ao longo do texto quando forem abordados outros aspectos que possam complementar a informação apresentada, nunca outra informação;
- *links* para assuntos correlatos, que auxiliem na expansão do conhecimento do leitor sobre o assunto abordado, deverão vir sempre após o texto;
- Recomenda-se utilizar a navegação linear⁵ para apresentar informações que precisam ser rigidamente encadeadas ao longo dos níveis do *site* (Ex: página de apresentação seguida da página de conteúdo seguida de outras páginas, caso necessário). A assimilação pode ser prejudicada caso se tenha a possibilidade de acessar diretamente um capítulo ou item sem ter que passar por níveis anteriores.

5.1. *Links* externos

Ao se criar um *link* para páginas de outro *site*, não basta criar um *link* de acesso. É preciso explicitar quais informações serão encontradas para que fique claro o porquê da sua indicação. Nesse caso, deverá ser inserida uma frase explicativa após o *link*.

Da mesma forma, o *link* não deve apontar diretamente para uma página interna de um *site* externo sugerido, pois corre-se o risco de que a informação em questão seja retirada da página apontada, prejudicando o leitor.

⁵ Na navegação linear, o visitante segue a estrutura sugerida, acessando um conteúdo da primeira página à última, em ordem, e sem desviar de seu caminho. Na navegação não-linear, o visitante acessa o conteúdo na ordem que deseja.

Assim sendo, a primeira página do *site* externo deve ser referenciada por meio de *link* e, na frase explicativa do *link*, deve ser inserida uma palavra-chave, ou seja, um termo que sirva como sinalizador para o visitante.

5.2. Recomendações de usabilidade e acessibilidade

Regra prática fundamental: o usuário deve saber no que está clicando, e nunca descobrir depois de clicar.

O destino de cada *link* deverá ser identificado clara e sucintamente, informando inclusive se o *link* remete a outro *site*.

O texto do *link* deverá fazer sentido mesmo quando isolado do contexto da página. Ele deve ter relevância e ser semanticamente forte.

Expressões como “clique aqui”, “acesse aqui”, “veja mais”, “neste *link*” e “no *link* do menu esquerdo da página” não devem ser utilizadas para *links*, pois são insuficientes para que o usuário saiba o destino do *link* ou localize-o na página, principalmente se ele for um deficiente visual utilizando um leitor de tela.

Exemplos da forma **INCORRETA** de se utilizar *links*:

- Confira [aqui](#) o endereço dos cartórios eleitorais em todo o Brasil.
- [Assista à reportagem em vídeo sobre o tema.](#)

Forma **CORRETA** para os exemplos acima:

- Confira o [endereço dos cartórios eleitorais em todo Brasil](#).
- [Assista à reportagem em vídeo sobre o cadastramento biométrico em Major Gercino](#).

Outros exemplos **CORRETOS** de utilização de *links*:

- Já está disponível a segunda edição da [Resenha Eleitoral Eletrônica](#), produzida pelo Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina com o objetivo de promover a conscientização política e divulgar a ciência do Direito Eleitoral.

- *Das decisões, divulgadas na [página 15 do Diário da Justiça Eleitoral de Santa Catarina](#) desta quarta-feira (30), cabe recurso ao Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina.*

6. IMAGEM

6.1. Fotografia e ilustração

Fotografia e ilustração devem ser utilizadas como elementos de persuasão no conteúdo do *site*, sempre que possível, em especial nas páginas de apresentação (destaques), onde a empatia precisa ser estabelecida de imediato com o visitante.

Fotografia e ilustração devem preferencialmente complementar a informação textual, evitando repetir o que já foi dito, ou seja, sua função principal é apresentar aspectos da informação que ainda não foram abordados pelo texto, conforme ilustração abaixo.



Ilustração 13: A imagem da coleta das digitais, por exemplo, complementa o texto, porque ele não informa que a revisão eleitoral em Nova Trento envolve a biometria.

Caso não seja possível complementar a informação textual com imagens, pode-se utilizá-las para dar ênfase ao texto.



Ilustração 14: Essas imagens sobre eleições têm função basicamente de ênfase.

Ainda, é necessário enfatizar que a relação entre texto e imagem não pode ser de oposição, ou mesmo de alteração do significado um do outro.



Ilustração 15: Na imagem não há nenhuma relação entre a mensagem escrita e a imagem, o que não é desejável.

Portanto, é desejável que haja alguma relação entre a mensagem escrita e a imagem.

Motivo: Repetir um aspecto é desperdiçar componentes da informação em uma página web e, portanto, espaço. Os componentes da informação para a mídia digital — imagem,

texto, vídeo e áudio — são complementares, fechando, cada um a seu modo, o cerco à informação.

O tamanho da fotografia, ou da ilustração, disposta em uma página deve estar em conformidade com os padrões do *site*. Sobre esses padrões, veja a seção 11.3.1 deste documento, que explica as características técnicas que uma imagem deve possuir.

Deve-se privilegiar imagens que mostram detalhes (um rosto, por exemplo) ou que sejam autoexplicativas (logotipos). Imagens panorâmicas ou com muitos elementos devem ser descartadas.

A opção de ampliação de fotografias ou ilustrações deve estar sempre disponível para possibilitar a melhor observação dos elementos e detalhes que compõem a imagem.

Importante: deve-se, no entanto, tomar precauções para evitar distorções durante essa ampliação. Recomenda-se, para tanto, a aquisição de um banco de imagens de boa qualidade, respeitando-se os direitos autorais (Vide seção 11.3.1).

6.1.1. Recomendações de usabilidade e acessibilidade

Devem ser evitados fundos excessivamente coloridos, com elementos decorativos exagerados ou berrantes, que desviem o foco do conteúdo da informação ou que prejudicam a legibilidade do texto. Fundos são suportes para a boa programação visual.

Devem ser fornecidas alternativas em texto e legendas para as imagens informativas, utilizando-se elementos de acessibilidade⁶.

6 Na ferramenta *Typo3*, a acessibilidade de imagens é obtida da seguinte forma: o usuário deve criar dentro de uma página um “Novo elemento de conteúdo”, selecionando “texto com imagem” como “conteúdo típico da página”. Depois deve clicar na aba “Imagens” e preencher, na seção “textos de acessibilidade”, o campo “textos alternativos” com o texto alternativo à imagem (mostrado no lugar da imagem caso não seja possível visualizá-la) e o campo “textos dos títulos” com o texto da legenda da imagem que aparece quando o mouse está sobre ela. Apesar de não haver um limite de caracteres para esses textos, deve-se utilizar descrições sintéticas, em poucas palavras ou em uma frase de no máximo 70 caracteres (incluindo espaços), visto que as principais ferramentas de pesquisa ignoram o excedente.

7. ÍCONE

Um ícone deve ser universalmente interpretado para ter sucesso na tarefa de se comunicar com o visitante.

A imagem que compõe um ícone deve ser reconhecida para ser assimilada de maneira eficaz, pois, diferente de uma fotografia, ela precisa ser interpretada.

Eleitores



Ilustração 16: Exemplos de ícones que representam os principais serviços ao eleitor

Observação: é possível porém criar ícones que não sejam universais em *sites* voltados para públicos específicos, mas isso poderá ser um problema caso o *site* seja acessado por um visitante interessado no assunto, mas não especialista a ponto de compreender a simbologia que envolve o tema.

8. BANNER

Os textos dos *banners* devem utilizar palavras, expressões e frases curtas e todas precisam ser informativas e persuasivas.

O *banner* deve ser um elemento de apoio de destaque em uma página *web*, e não o seu maior foco de atenção.

Motivo: há uma distinção entre o que deve ser elaborado em um destaque e um *banner*. O destaque de primeira página é o recurso utilizado para captar a atenção do visitante para as informações mais importantes que se deseja veicular.

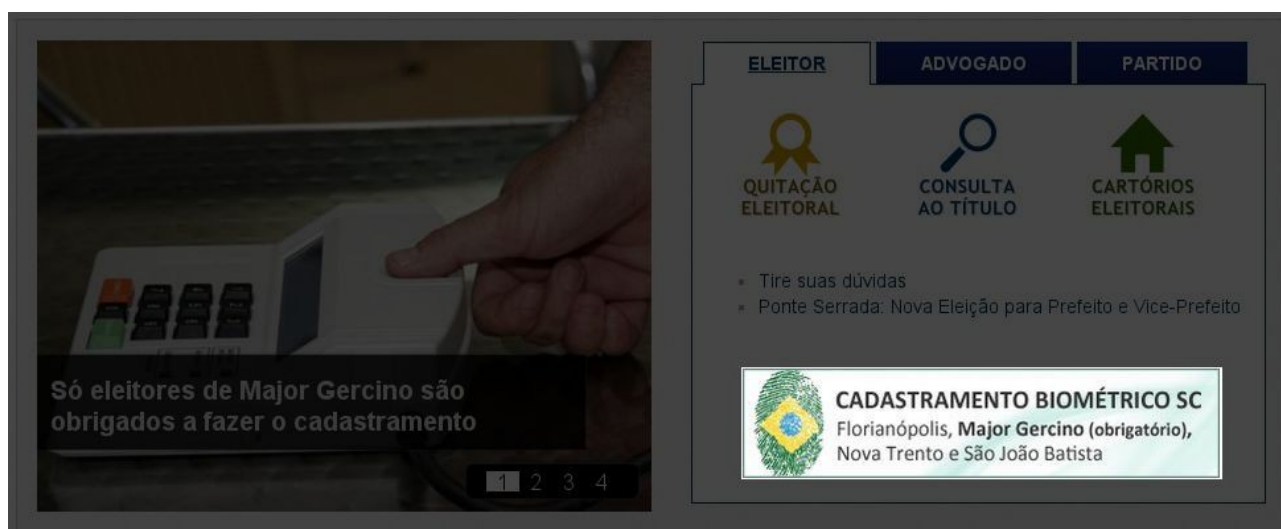


Ilustração 17: Exemplo de uso de banner como destaque de uma informação pontual

Características de um *banner*:

- não deve ser utilizado para informações urgentes, mas sim como apoio às mesmas. Essas informações devem constar no carrossel de destaques do *site*;
- ser usado para servir de apoio à divulgação de eventos, campanhas e novos serviços, sempre com cunho de reforço quando necessário; e
- não deve conter *links* que levem para outros *sites*. Um *banner* deve servir como elemento de comunicação para o conteúdo do próprio *site*, não como forma de evasão do visitante.

8.1. Recomendações de usabilidade e acessibilidade

Os *banners* devem ser utilizados em pequeno número, no máximo três, em uma página *web* e devem sempre tratar das campanhas e dos eventos atuais da instituição.

Motivos:

- Uma página bem diagramada, com espaços para “respiro” (branco) e hierarquia clara é uma página mais atraente, a ser navegada e explorada.
- Uma alta carga de informação, diversa, confunde o visitante. A atenção do visitante deve ser focada no objetivo (tarefa) da página ou serviço.
- A página inicial é a porta de entrada do *site* e não deve ser abarrotada. Portanto, deve-se evitar a tentação de torná-la "mais atraente" ao visitante incluindo nela todos os atalhos de seções, diversos filtros, notícias com fotos, animações, marcadores, ícones, anúncios, *banners*, linhas, frisos, etc. O excesso de informações a torna muito pouco atraente de ser explorada.

9. ÁUDIO

O áudio permite o contato direto com a fonte de uma informação pura e sem interpretação. Isso estimula a popularidade dos arquivos em áudio na *web* e faz com que, em muitos casos, a informação veiculada neste formato seja mais persuasiva que o texto.

Uma entrevista com uma autoridade, um trecho de um discurso ou uma fala de um visitante, disponíveis em áudio, podem funcionar como complemento à informação textual, tornando o texto mais real, o que é fundamental para a comunicação.

Por isso, em sendo possível, deve-se disponibilizar a informação em áudio ao visitante do *site*.

Importante: Como nem sempre o visitante pode ouvir o áudio no seu computador, ou mesmo baixá-lo para aparelhos portáteis, é recomendada, para fins de acessibilidade, a transcrição do arquivo.

10. VÍDEO

O vídeo institucional *on-line* deve ser utilizado quando uma informação possui grande impacto emocional.

Esse impacto é conseguido porque o vídeo abarca a informação sem perder os seus aspectos, e ainda atrai a atenção do visitante, estimulando dois sentidos: a visão e a audição.

Além disso, muitos vídeos lidam diretamente com a origem da informação: sua fonte, seja ela um indivíduo ou um fato jornalístico.

O resultado é a quebra de barreiras entre a informação, quem a produz e quem a consome garantindo transparência e credibilidade ao *site*, além de contribuir na construção da empatia com o visitante.

Importante:

- Os arquivos de vídeo devem ser divididos em capítulos de curta duração.
- Pequenos resumos em texto devem ser criados para cada vídeo. É uma tarefa que pode parecer trabalhosa, mas é uma maneira muito eficaz de facilitar o acesso à informação.
- A tarefa de execução de arquivos de áudio e vídeo deve ser facilitada para que os visitantes do *site* possam ouvi-los e acessá-los no próprio *site*.
- A possibilidade de baixá-los deve ser oferecida para que os visitantes do *site* possam ouvi-los ou assisti-los longe do computador, em outros dispositivos.

Motivos:

- O vídeo pode ter vários minutos de duração, mas o visitante deseja apenas ouvir ou assistir trechos específicos.
- Para resolver estas questões, os arquivos devem ser editados em capítulos de curta duração, bem como devem ser criados pequenos resumos em texto para cada um deles. É uma tarefa que pode parecer trabalhosa, mas é uma maneira muito eficaz de facilitar o acesso à informação.

11. ARQUITETURA DO SITE – REFERÊNCIA TÉCNICA

As convenções e padrões *web* são muito úteis pois, quando bem empregados, facilitam a usabilidade do usuário na navegação pelo *site*, permitindo que ele localize facilmente os elementos de navegação e informação a cada página acessada.

O *site* do TRESC é composto por um conjunto de elementos gráficos que tem o escopo voltado para o desempenho de funções específicas, tais como: proporcionar destaques, orientar o usuário durante sua navegação pelo *site*, apresentar fotos e vídeos entre outras funções.

A unidade visual permite que o usuário reconheça tais funções e atributos nas próximas visitas, conferindo-lhe segurança em suas ações no *site*. Para isso, faz-se necessário que os elementos visuais sejam padronizados em qualquer área/nível do *site* onde ele estiver consultando.

Por essa razão, é apresentado aqui cada um dos elementos gráficos que compõem o *site* e suas respectivas funções, justificativas, referências técnicas e melhores práticas.

11.1. Cabeçalho

Todo *site* ou página *web* possui um cabeçalho para poder identificar a empresa ou instituição a qual representa, incluindo o logotipo. Este componente do layout está presente em todas as páginas do *site* de forma única.

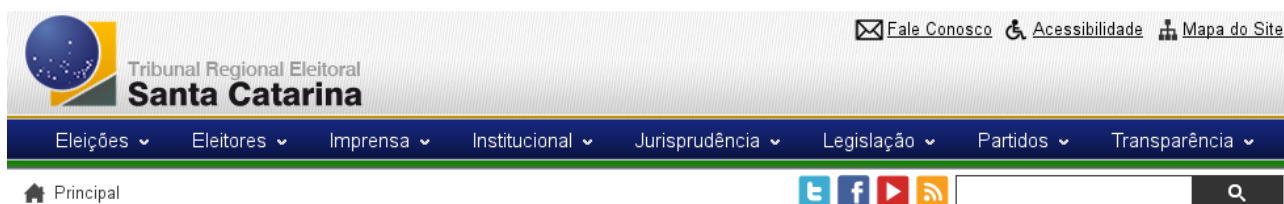


Ilustração 18: Cabeçalho do site

São componentes do cabeçalho do *site* do TRESC:

- **logotipo institucional e nome da instituição:** apresentar a marca institucional e identificar a própria instituição;
- **fale conosco:** viabilizar um canal de comunicação permanente entre a instituição e o usuário;

- **acessibilidade:** informa que o *site* respeita o modelo do Governo Federal (e-MAG) e apresenta instruções de uso acessível;
- **mapa do *site*:** atalho para o mapa do *site* que está disponível no rodapé da página;
- **navegação principal:** menu de acesso aos temas principais do *site* (arquitetura de informação do *site*);
- **breadcrumb ou “migalha-de-pão”:** informar o usuário onde ele está no momento, bem como seu ponto de referência em relação à hierarquia organizacional do *site*;
- **redes sociais:** oferecer acesso aos canais das mídias sociais em que a instituição está presente; e
- **caixa de pesquisa:** campo para pesquisa de conteúdos do *site* por palavras-chave. A tecnologia utilizada é a pesquisa customizada da Google (*Google Custom Search Engine*).

11.2. Rodapé

Todo *site* ou página *web* possui um rodapé contendo, pelo menos, informações de contato e localização da instituição. Este componente do leiaute está presente em todas as páginas do *site* de forma única.

Mapa do site		Ainda não encontrou o que procura?		Avalie este site			
ELEIÇÕES	ELEITORES	IMPRENSA	INSTITUCIONAL	JURISPRUDÊNCIA	LEGISLAÇÃO	PARTIDOS	TRANSPARÊNCIA
Eleições Municipais 2012	Título e situação eleitoral	Cadastro de Imprensa	Composição do Pleno	Jurisprudência Unificada da Justiça Eleitoral	Código Eleitoral	Filiação partidária	Contas Públicas
Eleições anteriores	Cadastramento biométrico	Centro de Divulgação da Justiça Eleitoral	Sessões Plenárias	Acórdãos do TRES	Lei das Eleições	Informações partidárias	Estatística processual
Datas das eleições	Justificativa	Decisões em foco	Biblioteca: obras disponíveis	Catálogo temático de sentenças	Lei das Inelegibilidades	Prestação de contas partidárias	Metas Nacionais do Poder Judiciário
Eleições majoritárias e proporcionais	Certidões eleitorais e comprovantes de votação	Galeria de Imagens	Concurso Público	Decisões dos Juizes Auxiliares	Eleições 2014	Propaganda Político-Partidária	Pessoal: cargos, remuneração, despesas e outras informações
Novas eleições		TRE Notícias	Escola Judiciária Eleitoral de Santa Catarina		Novas Eleições	Normas Partidárias	
Eleições na		Notícias anteriores			Eleições Anteriores	Partidos em Formação	

Ilustração 19: Rodapé do *site*

No projeto do *site* do TRES, o uso do rodapé foi incrementado para viabilizar uma melhor experiência do usuário na navegação pelo *site*. Para tanto, foram desenvolvidos os seguintes componentes para essa área:

- **mapa do *site*:** oferecer uma alternativa de navegação pelo conteúdo ao usuário quando ele chegar ao final da página;

- **“ainda não encontrou o que procura?”**: quando o visitante chega ao final da página e não encontra o que estava procurando, esta opção oferece outras alternativas para: pesquisar o conteúdo do *site*, entrar em contato com a instituição e/ou acessar as redes sociais onde a instituição faz-se presente; e
- **avalie este site**: oportunizar ao usuário que ele informe seu grau de satisfação em relação à informação que ele procurava.

11.3. Página principal ou capa do *site*

A página principal (capa) é a página inicial do *site*, a vitrine da instituição para os olhares do mundo. Essa página é reflexo dos assuntos que a instituição deseja priorizar ao visitante. Para tanto, ela deve ter uma hierarquia visual clara para que o usuário consiga identificar os principais serviços oferecidos pela instituição.

São elementos da página principal do *site*:

11.3.1. Carrossel

Principal componente de destaque do *site*, cujo objetivo é dar maior visibilidade aos serviços e temas considerados relevantes para a Instituição em um determinado período.



Ilustração 20: Carrossel de destaques do site

- **critérios de priorização de conteúdos do Carrossel**: (1) temas relacionados ao processo eleitoral e à prestação jurisdicional; (2) assuntos previstos em lei ou em normas

complementares; (3) ações estratégicas; (4) campanhas e ações institucionais aprovadas pela Administração; (5) destaques apontados pela Presidência ou Direção-Geral.

- **critérios de temporalidade de veiculação do destaque:** o tempo de permanência de um determinado tema no carrossel ficará a cargo do Gestor do Carrossel, observados os critérios de priorização e de validade da informação, podendo ser alterado sempre que constatado o interesse do público alvo. Nos casos em que determinado tema/serviço demandar longo período de divulgação, o Gestor do Carrossel poderá propor ao Comitê Gestor outra forma de destaque dentro das opções disponíveis neste guia.
- **características:** (1) localização e dimensão do destaque atraem a atenção do usuário; (2) o indicador numérico de destaques (canto inferior direito) permite que o usuário possa transitar por outros destaques sem ter que esperar pela oferta do *site*; e (3) utiliza fotos para chamar a atenção e títulos com frases curtas (até 70 caracteres) para transmitir o cerne da informação de forma objetiva;
- **normas de uso:** (1) destinado prioritariamente à divulgação de campanhas e eventos do Calendário Eleitoral; (2) as imagens escolhidas devem ser claras e não conter informações/mensagens escritas, tendo em vista que o carrossel já vem com essa opção; (3) devem ser utilizadas preferencialmente fotos sem montagens e/ou efeitos; (4) não é permitido o uso de imagens que mostrem unicamente a interface/tela de um sistema, bem como *frames* de vídeo; (5) o uso de imagens com direito autoral não cedido ou sem autorização não é permitido⁷; e (6) devem ser utilizados no máximo cinco destaques, dos quais, no máximo, três deverão ser notícias, priorizando-se a divulgação de campanhas e eventos do Calendário Eleitoral; e
- **ficha técnica:** imagens no formato JPG com dimensões de 640x480 *pixels*, qualidade mínima de 72 dpi, no formato paisagem. Os títulos dos destaques devem conter no máximo 70 caracteres, sendo seu uso obrigatório, pois tratando-se de imagens, a referência textual será a única forma de acessibilidade. O tempo de apresentação de cada destaque é de oito segundos, acrescido do tempo de transição entre destaques, qual seja, 1 segundo. Desse modo, totalizam-se até 45 segundos para apresentação de todos os destaques no carrossel.

⁷ Um erro comum é utilizar fotos ou imagens retiradas de mecanismos de pesquisa sem solicitar a devida autorização de uso ou ter conhecimento da liberdade de uso.

11.3.2. Conteúdo em abas

Componente desenvolvido para atender aos três principais públicos-alvo do Tribunal definidos pela comissão do projeto do *site* do TRESP: Eleitor, Advogado e Partido Político.



Ilustração 21: Destaque dedicado aos principais públicos do site

- **objetivo:** ser um atalho dos principais conteúdos e serviços presentes no *site* aos públicos-alvo do Tribunal. Não tem o intuito de substituir a navegação principal;
- **características:** (1) permitir filtrar o conteúdo/serviço por público-alvo em uma área delimitada, proporcionando mais celeridade no acesso à informação; (2) nas áreas de conteúdo das abas, utilizam-se ícones e *links* para acesso aos serviços; e (3) pode ser utilizado para apresentar conteúdos e serviços sazonais;
- **recomendação de uso:** deve-se prezar pela estabilidade dos ícones tendo em vista sua associação ao conteúdo destinado, o que facilita o acesso do usuário em futuras visitas. Podem ser utilizados *banners* (ver item 9 - *Banners* deste documento); e
- **ficha técnica:** os ícones devem estar no formato PNG, com dimensões de 115x80 *pixels*, com texto em até duas linhas abaixo da imagem, devendo obrigatoriamente conter *links* para conteúdos publicados no *site* deste Tribunal ou nos demais da Justiça Eleitoral. Devem sempre estar em grupos de três ícones em linha. A área das abas não pode ser maior que a área do carrossel. Os ícones devem respeitar o padrão gráfico do projeto.

11.3.3. Três colunas de conteúdo

Região do *site* encontrada logo abaixo do Carrossel e do Conteúdo em Abas, que permite inserir conteúdos em três colunas de iguais dimensões.

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

TRE-SC mantém multas aplicadas a prefeito e a vice de Orleans

PTC de SC tem contas de campanha aprovadas pelo TRE-SC

Prefeito e vice de Orleans são multados por propaganda irregular

Corte aprova contas de 2011 do PCdoB catarinense

Juiz Paulo Marcos de Farias toma posse no TRE-SC

TRE-SC mantém multa de R\$ 5 mil aplicada a vereador de Imbituba

[Mais notícias](#)

DJESC Diário da Justiça Eleitoral de Santa Catarina

Ouvidoria Acesso à Informação Lei n. 12.527/11

EJESC Escola Judiciária Eleitoral de Santa Catarina

Denuncie irregularidades Ministério Público Federal

Metas Nacionais do Poder Judiciário

ACOMPANHAMENTO PROCESSUAL

Tribunal: TRE-SC

Tipo de pesquisa: Número do processo

Número do processo: 99999999

Pesquisar

IMPORTANTE: Processos em segredo de justiça só serão mostrados quando a consulta for feita pelo número do processo ou do protocolo

Ilustração 22: Destaque de três colunas: flexibilidade na inserção de conteúdos e destaques

- **objetivo:** área de destaque secundário que viabiliza uma maior liberdade no posicionamento dos componentes de conteúdo;
- **características:** flexibilizar a inserção de conteúdos de cunho permanente ou sazonal em qualquer uma das três colunas;
- **normas de uso:** deve-se utilizar os formatos fornecidos no modelo do *site*; e
- **ficha técnica:** a largura de cada coluna é 1/3 da largura do corpo da página acrescido de 15 pixels de margem para o espaçamento entre elas.

11.4. Páginas da Navegação Principal

As páginas temáticas são as páginas principais dos assuntos constantes no menu de navegação principal do *site*. Esses assuntos são os que definem a arquitetura de informação do *site* como um todo.

Eleitores



Ilustração 23: Página temática

Por essa razão, o visitante que entrar em uma dessas páginas deverá ter acesso aos conteúdos e serviços mais importantes naquele momento, tomando por base eventos do Calendário Eleitoral. O uso de destaques é um aliado para trazer a atenção do usuário aos assuntos mais relevantes.

São componentes dessas páginas:

- **título da página:** apresentar ao visitante em que página temática ele está;
- **área esquerda – Menu:** apresentar as páginas filhas do tema escolhido na navegação principal, previamente definido na arquitetura de informação do *site*;
- **área central – Destaques:** local onde são inseridas as chamadas visuais do tema. Nessa área podem ser utilizadas imagens com *links* textuais e ícones; e
- **área direita – Conteúdo auxiliar:** local destinado à inserção de conteúdos complementares ao assunto principal.

11.5. Páginas de conteúdo em geral

São todas as demais páginas presentes no *site*, utilizadas para apresentar a informação em detalhes, tais como: resultado de uma eleição, divulgação de um pregão, acesso a uma Resolução etc.

Núcleo de Cooperação Judiciária

Composição do Pleno
Sessões Plenárias
Biblioteca: obras disponíveis
Concurso Público
Escola Judiciária Eleitoral
Estrutura orgânica
Justiça Eleitoral
Memória
Ouvidoria
Publicações
Zonas Eleitorais
Núcleo de Cooperação Judiciária
Resenha Eleitoral

Em cumprimento a [Recomendação CNJ n. 38/2011](#), o TRESA instituiu o Núcleo de Cooperação Judiciária, que tem por finalidade institucionalizar meios para dar maior fluidez e agilidade à comunicação entre os órgãos judiciários e outros operadores sujeitos do processo, não só para cumprimento de atos judiciais, mas também para harmonização e agilização de rotinas e procedimentos forenses, além de fomentar a participação dos magistrados de todas as instâncias na gestão judiciária.

Atualmente, o Juiz **Luiz Henrique Martins Portelinha** exerce as funções de **Juiz Cooperador**, das quais se destacam:

- fornecer todas as informações necessárias a permitir a elaboração eficaz de pedido de cooperação judiciária, bem como estabelecer os contatos diretos mais adequados;
- identificar soluções para os problemas que possam surgir no processamento de pedido de cooperação judiciária;
- facilitar a coordenação do tratamento dos pedidos de cooperação judiciária no âmbito do respectivo Tribunal;
- participar das reuniões convocadas pela Corregedoria-Geral, pela Corregedoria Regional Eleitoral, pelo Conselho Nacional de Justiça ou, de comum acordo, pelos juízes cooperantes;
- participar das comissões de planejamento estratégico dos tribunais;

CONTATO

Telefone: 48 3251-7438

E-mail:
corregedoria-gab@tre-sc.jus.br

Ilustração 24: Exemplo de página de conteúdo em geral utilizando as três colunas

Essas páginas são formadas por três colunas, com a mesma premissa das páginas temáticas:

- **coluna esquerda:** menu secundário de navegação que apresenta as páginas filhas ou irmãs da página que está sendo vista;
- **coluna central:** o conteúdo propriamente dito; e
- **coluna direita:** conteúdos opcionais vinculados ao conteúdo apresentado na coluna central.

11.6. Notícias

As páginas de notícias possuem um tratamento diferenciado, um modelo próprio, de duas colunas, onde o foco está em apresentar a notícia logo à esquerda. As páginas de notícias não possuem o mesmo menu lateral esquerdo que as páginas de conteúdo em geral porque não possuem vínculos hierárquicos. Veiculam o assunto propriamente dito. É permitida a inclusão de foto ou vídeo.

Recadastramento biométrico só é obrigatório em Major Gercino

08.07.2013 às 17h18



Em Fpolis, Nova Trento e São João Batista o comparecimento é facultativo

Em Santa Catarina o comparecimento de eleitores para a realização do recadastramento biométrico é obrigatório somente em Major Gercino, isso devido ao processo de revisão do eleitorado determinado pela Justiça Eleitoral. Apesar de o Tribunal Superior Eleitoral estar veiculando em nível nacional a Campanha de Biometria, para divulgar o recadastramento biométrico e esclarecer dúvidas de eleitores sobre a nova tecnologia, em Santa Catarina a coleta de dados biométricos, de forma ordinária, acontece apenas em Florianópolis, Nova Trento e São João Batista, onde o comparecimento dos eleitores, mesmo

assim, não é obrigatório.

Nesses três municípios, o cadastramento acontece de forma ordinária, ou seja, a Justiça Eleitoral colhe os dados dos eleitores que comparecem ao cartório eleitoral para realizar alguma das seguintes operações: alistamento (primeiro título); transferência de município e revisão de dados (atualização de dados pessoais ou mudança de local de votação). Mais informações sobre a implantação do sistema biométrico em Santa Catarina pelo [site do TRE-SC](#).

Ilustração 25: Página modelo de notícia

Curtir 0

Tweetar

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

TRE-SC mantém multas aplicadas a prefeito e a vice de Orleans

PTC de SC tem contas de campanha aprovadas pelo TRE-SC

Prefeito e vice de Orleans são multados por propaganda irregular

Corte aprova contas de 2011 do PCdoB catarinense

Juiz Paulo Marcos de Farias toma posse no TRE-SC

TRE-SC mantém multa de R\$ 5 mil aplicada a vereador de Imbituba

Empresa Google Brasil é absolvida pelo TRE-SC

Revisão em Major Gercino: 65% dos eleitores já compareceram

Só eleitores de Major Gercino são obrigados a fazer o cadastramento biométrico

Só eleitores de Major Gercino são obrigados a fazer o cadastramento

[Mais notícias](#)

12. REFERÊNCIAS

Cartilha de Redação *web* do e-PWG - Padrões *web* em Governo Eletrônico. Disponível em: <http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/padroes-brasil-e-gov/cartilha-de-redacao-web>.

Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico do e-PWG - Padrões *web* em Governo Eletrônico. Disponível em: <http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/e-MAG>.

Cartilha de Usabilidade *web* do e-PWG - Padrões *web* em Governo Eletrônico. Disponível em: <http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/padroes-brasil-e-gov/cartilha-de-usabilidade>.

WODTKE, Christina; GOVELLA, Austin. Information Architecture. Blueprints for the *web*. 2ª edição. 2009. Editora New Riders.

WEINSCHENK, Susan M. Neuro *web* Design. What makes them click? 2ª edição. 2009. Editora New Riders.

US. Dept. of Health and Human Services. USA. Research-based *web* Design & Guidelines. 2006.

MORVILLE, Peter; ROSENFELD, Louis. Information Architecture for the World Wide *web*: Designing Large-Scale *web sites*. 3ª edição. 2006. Editora O'Reilly Media.

KRUG, Steve. Não me faça pensar. Uma Abordagem de Bom Senso à Usabilidade na *web*. 2ª edição. 2006. Editora New Riders.

LYNCH, J. Patrick; HORTON, Sarah. *web* Style Guide: Basic Design Principles for Creating *web sites*. 3ª edição. 2009. Editora Yale University.

USABILITY.GOV. Improving the User Experience. Disponível em www.usability.gov. Acesso em 05.07.2013.