Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU

AGU

Advocacia-Geral da União

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 5

CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO 8

1.1 Comunicação como direito humano 8
1.2 Pluralidade e diversidade 8
1.3 Representatividade e interseccionalidade 3
1.4 Linguagem Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia 13
1.5 Linguagem Simples 14
1.6 Acessibilidade Digital 15

CAPÍTULO 2 – PRINCÍPIOS DE REDAÇÃO OFICIAL INCLUSIVA 16

2.1 Arquitetura editorial e design informacional 17
2.2 Padrão estético inclusivo 19
2.3 Elementos imagéticos 20
2.4 Canais de texto e web 24
2.4.1 Uso de pronomes de tratamento 26
2.4.1.1 Concordância com pronomes de tratamento 26
2.4.2 Substantivos femininos, masculinos, neutros,compostos e coletivos 27
2.4.2.1 Padrão ofício 28
2.5 Ferramentas para acessibilidade digital 29
2.5.1 Tecnologia digital em websites e portais da AGU 29
2.5.2 Roteiro de frases-modelo para audiodescrição 29
2.5.3 Guia de audiodescrição em postagens 31
2.6 Canais de áudio, vídeo e imagem 32
2.6.1 Elementos para roteiros de audiovisuais 34
2.6.2 Orientações para criação de artes e programação visual 35
2.6.3 Sugestões para campanhas, ações promocionais e relações públicas 35
2.7 Interações e pronunciamentos 36
2.7.1 Entrevistas 37
2.7.2 Artigos 38
2.7.3 Eventos 39

CAPÍTULO 3 – REDAÇÃO OFICIAL INCLUSIVA 41

3.1 Diretrizes de Gênero 41
3.2 Diretrizes de Raça e Etnia 41
3.3 Recomendações para a comunicação institucional 41
3.4 Posicionamento estratégico da comunicação 42
3.5 Mapeamento de riscos e gestão de crises 43

GLOSSÁRIO 45

CONSIDERAÇÕES FINAIS 47

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 48

APÊNDICES 50

ANEXOS 58

Ficha Técnica

O "Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU" é resultado da cooperação técnica entre a Advocacia-Geral da União (AGU) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

Realização

Advocacia-Geral da União
Advogado-Geral: Jorge Messias
Secretário-Geral de Consultoria e Advogado-Geral da União Substituto: Flávio Roman
Assessora Especial de Diversidade e Inclusão: Claudia Trindade
Assessor Especial de Comunicação: Luiz Gustavo Carneiro
Advogada da União: Alessandra Araújo
Coordenadora-geral de Comunicação Institucional: Priscilla Araújo
Colaborações da equipe: Gabriela da Silva, Luanda Oliveira e Natália Marques

Expediente

Elaboração, organização e texto final: Isabel Clavelin
Revisão: Bernardo Clavelin da Rosa
Diagramação: Bernardo Clavelin da Rosa

A reprodução é autorizada desde que mencionada a fonte. Opiniões e análises, que integram a presente obra, são de responsabilidade da autora e não refletem necessariamente os posicionamentos da AGU e do PNUD.

ROSA, Isabel Cristina Clavelin da.
Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU / Isabel Cristina Clavelin da Rosa (organização e elaboração) Brasília: AGU, 2026. 59 p.
1. Gênero. 2. Raça. 3. Etnia. 4. Jornalismo 5. Interseccionalidade. 6. Mídia. 7. Equidade I. ROSA, Isabel Cristina Clavelin da.II.AGU. III. PNUD.

Advocacia-Geral da União
Setor de Autarquias Sul - Quadra3 - Lote 5/6
Ed. Multi Brasil Corporate
CEP 70070-030 | Brasília - DF
agu.gov.br | imprensa@agu.gov.br

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)
Casa das Nações Unidas no Brasil, Complexo Sergio Vieira de Mello, Prédio Zilda Arns
Setor de Embaixadas Norte, Quadra 802, Conjunto C, Lote 17

Apresentação

A trajetória da AGU na equidade de gênero, raça e etnia começou em 2011, com a adesão ao Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça[1], iniciativa do governo federal implementada pela então Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República. Em 2023, a AGU criou a Assessoria Especial de Diversidade e Inclusão[2] (AEDI) e o Comitê de Diversidade e Inclusão[3]. Em 2024, a AGU aderiu ao Selo de Igualdade de Gênero do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento[4] (PNUD).

O “Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU” faz parte dessa história. Busca melhorar a comunicação institucional com linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e linguagem simples e medidas para organizar a acessibilidade digital. Reúne exemplos práticos, modelos de texto, checklists, fluxogramas e insumos para monitoramento, avaliação, boas práticas e lições aprendidas.

Finalidade

Este manual reúne diferentes abordagens linguísticas para tornar o uso do português mais adequado às dinâmicas sociopolíticas atuais e ao relacionamento da AGU com a cidadania. Busca aplicar práticas de comunicação que aumentem a resposta institucional a esse quadro social. Considera identidades, pertenças e necessidades diversas, valorizando a pluralidade dos públicos. Também propõe o aprimoramento do uso do idioma para refletir a diversidade e garantir uma comunicação mais inclusiva, acessível e interseccional.

Objetivos

O manual tem como objetivo estabelecer a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e a linguagem simples na comunicação institucional da AGU, com atenção a medidas para acessibilidade digital.

Incide sobre áreas estratégicas da comunicação por meio de objetivos específicos:
1) Rotinas e processos: organizar fluxos de comunicação da AGU com base em linguagem simples e linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia;
2) Produção de conteúdos: orientar materiais sensíveis à equidade de gênero, raça e etnia, considerando a pluralidade de públicos e a diversidade da população brasileira;
3) Ações de comunicação: propor iniciativas para igualdade de gênero, raça e etnia na comunicação integrada da AGU e fornecer insumos para indicadores, para monitorar resultados e avaliar impacto e sustentabilidade de conteúdos de gênero, raça e etnia na comunicação;
4) Integração com políticas nacionais para paradigma interseccional em comunicação: incorporar práticas recomendadas pelo Plano de Comunicação pela Igualdade Racial na Administração Pública Federal, do Ministério da Igualdade Racial e da Secretaria de Comunicação da Presidência, e inserir diretrizes do Guia de Comunicação Pública para Igualdade de Gênero, do Ministério das Mulheres, na rotina comunicacional da AGU.

[1] Mais informações no website do Ministério das Mulheres: <https://www.gov.br/mulheres/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-pro-equidade-de-genero-e-raca>. Acesso: 22 de abril de 2026.

[2] Disponível no Diário Oficial da União: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-normativa-agu-n-171-de-7-de-abril-de-2025-622776391>. Acesso em: 20 de abril de 2026.

[3] Mais sobre o anúncio no website da AGU <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/celebracao-do-dia-internacional-da-mulher-tem- medidas-para-fortalecer-lideranca-feminina-na-agu>. Acesso em: 20 de abril de 2026.

[4] Mais sobre o anúncio no website da AGU <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/celebracao-do-dia-internacional-da-mulher-tem- medidas-para-fortalecer-lideranca-feminina-na-agu>. Acesso em: 20 de abril de 2026.

Público-alvo

O manual se destina a:

- profissionais de comunicação da AGU;
- áreas demandantes da Ascom/AGU;
- porta-vozes da AGU;
- pessoas envolvidas na redação e na aprovação de textos oficiais da AGU;
- todas as empresas de fornecimento de serviços de comunicação para a AGU.

Base normativa

O Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU parte do princípio de que a comunicação é um direito humano, garantido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos[5]. Está fundamentado no artigo 5º da Constituição Federal[6], que assegura igualdade de direitos e garantias a todas as pessoas.

Considera compromissos assumidos pelo Estado brasileiro. Está alinhado à Declaração e Plataforma de Ação de Pequim[7], no campo da comunicação para igualdade de gênero, e à Declaração e ao Plano de Ação de Durban[8], voltados ao enfrentamento do racismo e da discriminação, inclusive nos meios de comunicação. Também atende à Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, ratificada pelo Decreto nº 6.949[9] de 25 de agosto de 2009, que trata da inclusão nas políticas públicas e da adoção de medidas institucionais para garantir acessibilidade.

O manual também se insere como investimento na comunicação institucional da AGU em resposta à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável[10], adotada pelos Estados-membros da Organização das Nações Unidas (ONU). Propõe uma comunicação equitativa e voltada à promoção de direitos. Entre os objetivos, destacam-se: o ODS 10, voltado à redução das desigualdades; o ODS 16, relativo a instituições eficazes, responsáveis e inclusivas, acesso à justiça e promoção de sociedades pacíficas; e o ODS 17, acerca de parcerias e cooperação.

Reporta-se à Política Nacional de Linguagem Simples[11] (Lei 15.263/2025), para aplicação na comunicação integrada da AGU. Adota a linguagem simples como técnica de comunicação para fácil compreensão de conteúdos da AGU e a inclusão de públicos, tornando ágil a localização de conteúdos, entendimento e uso da informação na vida prática do cidadão e da cidadã.

Corresponde à proposta da AGU para internalização e operacionalização de boas práticas e recomendações do Plano de Comunicação pela Igualdade Racial, do Ministério da Igualdade Racial e da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, e do Guia de Comunicação Pública para Igualdade de Gênero, publicado pelo Ministério das Mulheres.

[5] Versão disponível no website das Nações Unidas no Brasil: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2025-03/ONU_DireitosHumanos_DUDH_UNICRio_20250310.pdf>. Acesso: 20 de abril de 2026.

[6] Documento disponível no site da Presidência da República: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso: 20 de abril de 2026.

[7] Documento disponível no website da ONU Mulheres: <https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2013/03/declaracao_beijing.pdf>. Acesso: 20 de abril de 2026.

[8] Documento traduzido pelo Governo brasileiro e disponível no website da ONU Brasil: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2021-10/declaracao_durban.pdf>. Acesso: 20 de abril de 2026.

[9] Documento disponível no website da Presidência da República: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm>. Acesso: 13 de julho de 2026.

[10] Mais informações disponíveis em website da Secretaria-Geral da Presidência da República: <https://www.gov.br/secretariageral/pt-br/cnods/agenda-2030>. Acesso: 13 de julho de 2026.

[11] Texto na íntegra disponível no website do Diário Oficial da União: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-15.263-de-14-de-novembro-de-2025-669256398>. Acesso: 21 de abril de 2026.

Como utilizar este manual

A implementação do Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU fortalece a missão e os valores da instituição. Contribui para melhorar a imagem e a percepção pública, aumenta a responsividade e reforça o papel da AGU como agente de democracia, justiça social, inclusão, cidadania e direitos humanos.

Recomenda-se sua aplicação direta, imediata e integral. O uso parcial da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia pode gerar ruídos e comprometer a assertividade da comunicação. A inadequação pode provocar críticas de públicos atentos às pautas de equidade. Eventualmente, isso pode fragilizar a reputação e a credibilidade da AGU nas temáticas de gênero, raça e etnia.

Capítulo 1 – Fundamentos da Comunicação Inclusiva

As dimensões de gênero, raça, etnia, classe, território, religião e nacionalidade compõem a identidade das pessoas e revelam sua diversidade. São essas variações que mostram quem é mulher, indígena, lésbica, transgênero, pessoa com deficiência, trabalhadora rural, morador da periferia, religiosa de matriz africana, nordestino, brasileiro, refugiada ou migrante. Diante dessa pluralidade, a comunicação precisa se apoiar nos pilares da diversidade e da inclusão.

Na administração pública, a assessoria de comunicação precisa estar dotada de recursos técnicos, recursos humanos, alocação financeira e orçamentos contínuos para estruturar e implementar planejamento estratégico de comunicação. Trata-se de setor decisivo para um órgão ou instituição pública obter as condições mínimas para corresponder à altura aos desafios institucionais pela via da comunicação. Presta serviço público e qualifica procedimentos e resultados comunicacionais à população brasileira, caracterizada pela pluralidade e pela diversidade.

1.1 Comunicação como direito humano

O artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos garante a toda pessoa o direito de procurar, receber e difundir informações e ideias por qualquer meio de expressão. Esses três verbos sintetizam a proposta da Política Nacional de Linguagem Simples, instituída pela Lei nº 15.263/2025, que busca centralizar a comunicação no interesse do cidadão e da cidadã.

A lei regula a relação entre a população e a comunicação dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta de todos os Poderes da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios. De certa forma, retoma o foco da comunicação jornalística, voltada ao interesse público acima de outras intenções.

Na comunicação institucional, o foco deve sair dos interesses internos e se voltar para a população. Isso significa deixar de lado eventuais performances e personalismos para priorizar utilidade e qualidade informacional e adequação ao público. A redação precisa ser simples e direta, com objetividade e fácil entendimento. Deve oferecer agilidade e instruções práticas, permitindo que quem recebe a informação consiga usá-la de forma plena e imediata em benefício próprio.

1.2 Pluralidade e diversidade

A valorização das pessoas como elas são, com suas características e identidades, expressa o princípio da dignidade humana. Identidade e pertença constituem a essência de cada pessoa e reforçam sua humanidade. São elementos que permitem reconhecer quem é observado e motivam o contato e as trocas possíveis. Essas relações se realizam por meio da linguagem e da comunicação, seja verbal ou não verbal, que tornam viável a interação entre diferentes pessoas e grupos.

A fluidez da comunicação depende de canais livres e diretos, sem interferências ou obstáculos. Sua missão é tornar comum, aproximar, interligar, unir, criar vínculos, nutrir relacionamentos, desencadear ações conjuntas, transformar realidades, gerar consensos, ampliar o acesso a direitos, conscientizar sobre violências e alterar imaginários discriminatórios.

O contrário ocorre quando há entraves que limitam, condicionam ou distorcem o fluxo comunicacional. Em vez de construir pontes entre pessoas e instituições, criam-se muros por falhas técnicas ou violações éticas. Essas disfunções comprometem a comunicação como ferramenta de aproximação.

O sexismo e o racismo institucionais resultam no fracasso da missão pública de atender a todas as pessoas sem discriminação. Isso também se aplica ao setor de comunicação, quando há predominância deliberada de um gênero e/ou grupo étnico em detrimento de outro.

Racismo institucional[12] expressa "o fracasso das instituições e organizações em prover um serviço profissional e adequado às pessoas em virtude de sua cor, cultura, origem racial ou étnica. Ele se manifesta em normas, práticas e comportamentos discriminatórios adotados no cotidiano do trabalho, os quais são resultantes de preconceito racial, uma atitude que combina estereótipos racistas, falta de atenção e ignorância. Em qualquer caso, o racismo institucional[13] sempre coloca pessoas e grupos raciais ou étnico discriminados em situação de desvantagem no acesso a benefícios gerados pelo Estado e por demais instituições e organizações" (GELEDÉS, 2013, p.11).

Mais do que favorecimentos ou supostos vieses pessoais, o sexismo e o racismo institucionais rompem com o sentido essencial da comunicação. Fragilizam o Estado, violam a legislação nacional e anulam direitos de cidadãos e cidadãs já na origem, antes mesmo que tenham consciência ou acesso.

1.3 Representatividade e interseccionalidade

A representação plural e diversa de pessoas em linguagem, conteúdos e imagens é parte essencial da interseccionalidade. Desde a concepção de pautas e briefings, pluralidade e diversidade precisam estar presentes no processo criativo.

As conversas entre a área demandante e a Ascom/AGU devem considerar gênero, raça e etnia em todas as etapas — da preparação à finalização de conteúdos e produtos de comunicação. Essa responsabilidade é compartilhada por todas as pessoas envolvidas na elaboração, mas, em última instância, pertence à AGU como instituição pública.

Portanto, não há isenção de responsabilidade diante de práticas de sexismo e/ou racismo institucional. Como a responsabilização é coletiva, também devem ser coletivos a consciência, a lisura e o rigor em agir pela igualdade de gênero, raça e etnia na comunicação.

Dados demográficos são fundamentais para definir prioridades de comunicação institucional em órgãos públicos. Registram grupos expressivos, populações em situação de desvantagem e segmentos menos recorrentes, mas com demandas específicas que precisam ser atendidas.

No caso da AGU, as categorias do censo do IBGE devem ser consideradas no processo comunicativo, pois revelam grupos visibilizados pela demografia brasileira. Isso exige atenção do setor público em sua capacidade de ação institucional e comunicacional.

[12] Conceito constante do "Guia de Enfrentamento ao Racismo Institucional", elaborado pelo Geledés - Instituto da Mulher Negra. Disponível em: <bit.ly/onumulheres-racismo2>. Acesso: 7 de maio de 2026.

[13] A definição foi difundida pelo Programa de Combate ao Racismo Institucional (PCRI), implementado no Brasil em 2005. A expressão "racismo institucional" foi cunhada pelos ativistas integrantes do grupo Panteras Negras, Stokely Carmichael e Charles Hamilton, em 1967.

Os números por sexo, raça e etnia na população brasileira são reveladores e incontestáveis sobre as desigualdades estruturais decorrentes do machismo, racismo e outras formas de discriminação. Reforçam a necessidade de articular essas dimensões na atuação institucional como estratégia decisiva para a plena operação do Estado. Para a comunicação institucional, a interseccionalidade é determinante para garantir representatividade e estruturar narrativas, discursos e imagens em conteúdos voltados ao interesse dos públicos, sempre no contexto do interesse público.

Grupos populacionais - Censo 2022 [14]

Pessoas	Números Absolutos	Representação populacional
Mulheres [15]	104,5 milhões	51,5%
Homens	98,5 milhões	48,5%
População negra	112,7 milhões	55,5%
População branca	88,2 milhões	43,5%
População indígena	1,7 milhão	0,8%
População amarela	850 mil	0,4%
População quilombola	1,3 milhão	0,6%
Pessoas com deficiência	14,4 milhões	7,3%
Pessoas com autismo	2,4 milhões	1,2%
População jovem	48,5 milhões	25%
População idosa	22,2 milhões	10,9%
População não alfabetizada	11,4 milhões	7%
População rural	25,5 milhões	12,5%
População favelada	16,3 milhões	8%
População católica	100 milhões	49,2%
População evangélica	47,4 milhões	23,3%
População sem religião	16,3 milhões	8%
População demais religiosidades	12,2 milhões	6%
População LGBTIQA+ [16]	2,9 milhões	1,4% [17]
População heterossexual	192,5 milhões	94,8%

Fonte: IBGE (2022).

A desagregação de dados demográficos por sexo e raça, considerando arranjos intragênero, intergênero, intrarraciais e interraciais, é um aspecto essencial para a atuação institucional e comunicacional da AGU. As desigualdades na sociedade brasileira vêm sendo evidenciadas há décadas por estudos com recortes de gênero e raça/etnia, resultado das mobilizações de movimentos sociais — como o movimento negro, de mulheres, feminista, indígena, LGBTIQA+, pessoas com deficiência, rurais, entre outros. Esses esforços qualificaram os processos de controle social e ampliaram a participação cidadã.

No campo político, destaca-se o avanço do diálogo entre sociedade civil organizada e Estado, trazendo visibilidade a problemas estruturais e impulsionando soluções políticas. No campo social, manifestações públicas de massa desde os anos 1980, voltadas à redemocratização, e as conversas públicas, intensificadas pelas redes sociais, na década de 2010, impactaram fortemente a opinião pública. Essas dinâmicas ampliaram a inclusão de vozes antes silenciadas, especialmente nas discussões sobre relações de gênero e racialidades.

Com finalidade ilustrativa, este manual registra 20 públicos destacados nos dados do Censo 2022, sem prejuízo de que outros sejam incluídos conforme revisões institucionais da AGU. O conjunto selecionado corresponde a grupos já atendidos pela instituição em suas atividades. Evidencia o potencial de serem mais bem acolhidos pelo novo paradigma de comunicação, fundamentado na interseccionalidade e na linguagem simples.

O mosaico de públicos é formado por: mulheres, homens, população negra, população indígena, população amarela, população quilombola, pessoas com deficiência, pessoas com autismo, população jovem, população idosa, população não alfabetizada, população rural, população favelada, população católica, população evangélica, população sem religião, população de demais religiosidades, população LGBTIQA+ e população heterossexual.

Os agrupamentos populacionais destacados pelo Censo 2022 podem orientar o planejamento estratégico da comunicação da AGU, ajudando a evitar tanto a supervalorização quanto a desassistência de públicos. É necessário identificar quais grupos já são atendidos e quais ainda não foram mencionados, como povos ciganos, população refugiada, migrante, pessoas vivendo com HIV/aids, crianças e adolescentes. Essa perspectiva se conecta à agenda pública do Estado brasileiro e às respostas por meio de políticas públicas.

No ambiente digital, a comunicação ocorre de forma fluida e veloz. Conversas na internet migram rapidamente para a vida civil, e fatos da esfera pública circulam com intensidade nas redes sociais. A polifonia digital abrange desde temas triviais e polarizados até questões estratégicas ligadas a direitos, cidadania e políticas públicas.

Nesse contexto, a atuação institucional e comunicacional da AGU, assim como de outros órgãos públicos, é um ativo essencial para contrabalançar, neutralizar e restaurar conversas republicanas sobre gênero, raça e etnia. Públicos bem informados tendem a interagir e compartilhar conteúdos, assumindo posicionamentos políticos pessoais que fortalecem a democracia, a justiça social e a cidadania.

[14] Dados sobre composição étnico-racial da população brasileira verificados pelo Censo 2022. Disponível no website do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38719-censo-2022-pela-primeira-vez-desde-1991-a- maior-parte-da-populacao-do-brasil-se-declara-parda>. Acesso: 6 de maio de 2026.

[15] Dados desagregados por gênero. Disponível no website do IBGE: <https://educa.ibge.gov.br/criancas/brasil/2848-nosso-povo/19625-numero-de-homens-e- mulheres.html>. Acesso: 6 de maio de 2026.

[16] Dados da Pesquisa Nacional de Saúde, 2019. Disponível no website do IBGE: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/33785-em-pesquisa-inedita-do-ibge-2-9-milhoes-de-adultos-se-declararam-homossexuais-ou-bissexuais-em-2019>. Acesso: 6 de maio de 2026.

[17] Cálculo meramente ilustrativo, pois a base populacional é de 2022 embora o dado absoluto acerca da orientação sexual seja de 2019.

Públicos desagregados por gênero, raça e etnia - Censo 2022

Mulheres	Números Absolutos	Representação populacional	Representação intrarracial, intergênero	Homens	Números Absolutos	Representação populacional	Representação intrarracial, intergênero
Negras [18]	57 milhões	28%	50,6%	Negros	55,7 milhões	27%	49,4%
Brancas	46,5 milhões	23%	52,7%	Brancos	41,7 milhões	20,5%	47,3%
Indígenas [19]	860.020	0,4%	5.5%	Indígenas	834.816	0,4%	49,2%

Fonte: IBGE (2022).

A comunicação pela igualdade de gênero, raça e etnia ocupa posição estratégica na atuação institucional. Para a AGU, isso significa qualificar pautas e briefings, produzir imagens plurais e diversas, articular pontos de vista pouco explorados e estruturar narrativas inclusivas. Essa prática deve prezar pela coerência, relevância e veracidade, apoiando-se em dados, evidências e testemunhos capazes de revelar histórias de transformação de situações de exclusão em inclusão social de pessoas, grupos, comunidades e territórios.

O repertório comunicacional das pessoas é influenciado por fatores como nível de escolaridade, saberes distintos (acadêmicos, populares ou tradicionais), limites de cognição e vivências pessoais. Assim como a ação institucional da AGU precisa estar preparada para acolher demandas plurais e diversas da população, oferecendo resolutividade, sua comunicação deve ser capaz de tecer redes de diálogo. Isso exige ferramentas e conteúdos que sustentem interações consistentes e inclusivas, especialmente nas dimensões de gênero, raça e etnia.

Escolaridade de grupos populacionais - Censo 2022

Nível	Número absolutos	Representação populacional
Médio completo e superior completo	55,3 milhões	27,2%
Sem instrução e fundamental incompleto	49,3 milhões	24,2%
Superior completo	25,8 milhões	12,7%
Fundamental completo e médio incompleto	23,7 milhões	11,6%

Fonte: IBGE (2022).

Tornar a AGU uma instituição atuante pela equidade de gênero, raça e etnia é um ativo reputacional que fortalece sua missão e a do próprio Estado brasileiro. Esse compromisso passa pela comunicação e por cada pessoa que integra o órgão, exigindo esforço institucional, técnico e pessoal. Cada profissional precisa manter constante autovigilância para ser ponte e não barreira, atuando com responsabilidade no cargo ou função pública para a eliminação do sexismo, do racismo e outras formas de discriminação.

18 Dados desagregados sobre população negra. Disponível no website do Ministério da Igualdade Racial: <https://www.gov.br/igualdaderacial/pt-br/composicao/secretaria-de-gestao-do-sistema-nacional-de-promocao-da-igualdade-racial/diretoria-de-avaliacao-monitoramento-e-gestao-da-informacao/informativos/Informe-edicao-censo-demogrfico2022.pdf>. Acesso em: 6 de maio de 2026.

19 Dados desagregados sobre população indígena. Disponível no website do Tribunal Superior Eleitoral (TSE): <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2026/Maio/estudo-realizado-pelo-tse-mostra-distancia-entre-populacao-indigena-e-participacao-eleitoral-1>. Acesso: 6 de maio de 2026.

A Ascom/AGU tem papel estratégico nesse processo. Possui a oportunidade de aprofundar e consolidar a agenda da equidade, inovando em linguagens, conteúdos e imagens para diversificar públicos e ampliar audiências. Isso significa aperfeiçoar o desempenho da comunicação institucional e viabilizar soluções concretas, mensuráveis e transformadoras. Ao longo do tempo, esse esforço pode marcar um novo paradigma comunicacional na AGU, alinhado à equidade de gênero, raça e etnia.

1.4 Linguagem Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia

A linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia conecta sujeitos e sujeitas plurais e diversas, reconhecendo identidades e pertenças no processo comunicativo da AGU. Ela incide desde a concepção de conteúdos e imagens até a fase de divulgação, garantindo interação e acolhimento efetivo dos produtos comunicativos.

Ao colocar pessoas no centro da etapa preliminar da comunicação, em vez de priorizar apenas o "algo a comunicar", evita-se a prevalência do interesse organizacional sobre o interesse público. Nesse sentido, a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia também se alinha aos princípios da linguagem simples, reforçando que a prioridade da comunicação institucional deve ser os cidadãos e as cidadãs.

Assim, a comunicação se afirma como direito humano: imprescindível para o exercício da cidadania e para o acesso a direitos por públicos plurais e diversos, assegurando que os serviços públicos da AGU sejam compreendidos e utilizados de forma justa e inclusiva por qualquer cidadão e cidadã.

São diretrizes principais da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia:

1.4.1 Gênero

- Evitar o uso exclusivo do masculino genérico ("os brasileiros"): preferir "brasileiros e brasileiras" ou "pessoas brasileiras";
- Usar termos neutros quando possível: "pessoas", "profissionais";
- Nomear cargos e funções no feminino e masculino: "advogados e advogadas", "diretores e diretoras";
- Estimular a autodeclaração: perguntar como a pessoa prefere ser identificada e respeitar sua escolha.

1.4.2 Raça e etnia

- Utilizar termos corretos e atualizados: “pessoas negras”, “pessoas indígenas”, “pessoas quilombolas”;
- Evitar expressões pejorativas ou estereotipadas ligadas à cor da pele ou origem;
- Reconhecer a diversidade dos grupos (ex.: fenótipo, diferentes etnias indígenas);
- Dar visibilidade às contribuições históricas e culturais dos grupos.

1.4.3 Interseccionalidade

- Reconhecer que gênero, raça e etnia se cruzam e produzem experiências distintas;
- Evitar generalizações que invisibilizem subgrupos (ex.: mulheres negras, homens indígenas, pessoas trans negras);
- Incluir diferentes perspectivas nos conteúdos e imagens institucionais.

1.4.4 Práticas comunicativas

- Educação contínua: manter abertura para aprender sobre culturas e identidades;
- Revisão de termos: substituir expressões discriminatórias ou desatualizadas;
- Simplicidade e precisão: alinhar a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia aos princípios da linguagem simples;
- Representatividade visual: usar imagens que exponham diversidade de gênero, raça e etnia;
- Urbanidade e empatia: tratar todas as pessoas com respeito, evitando estigmatização.

Riscos e cuidados

- Evitar representação simbólica ("tokenismo"): não usar diversidade apenas como "decoração" em campanhas;
- Cuidado com neutralidade excessiva: termos como "todes" ainda geram debate. Na comunicação escrita, use: “todos e todas” ou ‘todas as pessoas”. Recomenda-se a aplicação do termo “todes” na comunicação verbal e em valorização a pessoas LGBTIQA+, a exemplo de audiovisuais e eventos;
- Contexto cultural: palavras podem ter significados diferentes em regiões distintas; sempre considerar o público-alvo.

Impacto esperado na comunicação institucional da AGU

- Fortalecimento da cidadania: garante acesso equitativo à informação;
- Reputação institucional: reforça compromisso da AGU com direitos humanos;
- Transformação social: contribui para reduzir preconceitos e ampliar a participação de grupos historicamente vulnerabilizados pela pertença de gênero, raça e etnia.

1.5 Linguagem Simples

A Lei nº 15.263/2025 estabelece a Política Nacional de Linguagem Simples e define princípios que orientam a comunicação institucional de órgãos e entidades da administração pública no Brasil. Esses princípios garantem foco no cidadão e na cidadã, transparência e facilitação do acesso à informação pública para o exercício de direitos.

Principais técnicas da Linguagem Simples [20]

- Frases curtas e em ordem direta;
- Uma ideia por parágrafo;
- Uso de palavras comuns e explicação de termos técnicos;
- Evitar estrangeirismos e termos pejorativos;
- Nome completo antes de siglas;
- Estrutura esquemática com listas, tabelas e recursos gráficos;
- Informações mais importantes apresentadas primeiro.

Impacto esperado na comunicação institucional da AGU

- Redução de custos administrativos e tempo de atendimento;
- Mais transparência ativa e acesso à informação pública;
- Inclusão de pessoas com deficiência na comunicação;
- Fortalecimento da cidadania por meio de linguagem acessível e inclusiva.

[20] Técnicas de linguagem simples podem ser encontradas também na ABNT NBR ISO 24495-1 sobre Linguagem Simples: Documento disponível em: <https://www.abntcolecao.com.br/mpf/pdfview/viewer.aspx?Q=252D326AB32E92239D83F3F25E17E62A558DBDFB4B80EB4A15FE5D2B69B57C5F>. Acesso: 25 de junho de 2026.

1.6 Acessibilidade digital

A acessibilidade digital, como definida pelo portal Governo Digital, é a eliminação de barreiras na web para que todas as pessoas possam perceber, entender, navegar e interagir de forma efetiva com páginas e serviços. Esse conceito é central para a comunicação inclusiva da AGU, especialmente voltada às pessoas com deficiência e outras limitações que enfrentam obstáculos de acesso.

São principais técnicas de acessibilidade digital:

1.6.1 Design e navegação

- Estrutura lógica: menus consistentes, hierarquia de títulos (H1, H2, H3);
- Contraste adequado: cores que garantam legibilidade para pessoas com baixa visão;
- Tamanho ajustável de fonte: permitir que o público aumente ou diminua sem perder legibilidade;
- Navegação por teclado: todos os elementos devem ser acessíveis sem uso do mouse.

1.6.2 Conteúdo

- Linguagem simples e objetiva: frases curtas, termos precisos, evitar jargões;
- Texto alternativo (alt text): descrição de imagens para leitores de tela;
- Audiodescrição: narrativas sonoras para vídeos e conteúdos visuais;
- Legendas e transcrições: para vídeos e áudios, garantindo acesso a pessoas surdas;
- Uso da língua brasileira de sinais (Libras): incorporar intérpretes ou recursos.

1.6.3 Tecnologia assistiva

- Compatibilidade com leitores de tela (NVDA, JAWS);
- Suporte a teclados adaptados e dispositivos de entrada alternativos;
- Interfaces que funcionem em softwares de voz e sistemas de reconhecimento de fala.

Impacto esperado na comunicação institucional da AGU

- Ampliação da audiodescrição em multiplataformas, garantindo que conteúdos visuais sejam compreendidos por pessoas cegas ou com baixa visão;
- Incorporação da Libras, assegurando acessibilidade para pessoas surdas;
- Oferta de recursos de tecnologia assistiva, como leitores de tela, legendas automáticas, teclados adaptados e interfaces simplificadas. Inclusão sociopolítica e cidadã de pessoas com deficiência;
- Fortalecimento da comunicação institucional como ferramenta de acesso a direitos;
- Alinhamento da AGU às práticas modernas de acessibilidade digital e linguagem simples.

Capítulo 2 – Princípios de Redação Oficial Inclusiva

A linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia é transformadora porque altera sentidos e imaginários. Substitui padrões excludentes por práticas que edificam equidade, respeito e dignidade. Ela enfrenta estruturas sexistas, misóginas, racistas e discriminatórias, beneficiando mulheres, homens, pessoas negras, indígenas e outros grupos que ganham visibilidade e reconhecimento no paradigma da inclusão.

Essa mudança não acontece de forma automática: depende do ritmo e do fôlego institucional. A comunicação da AGU revela esse processo quando se torna uma questão de trabalho colaborativo e multidisciplinar. Mobiliza áreas especializadas e pessoas comprometidas em calibrar o tom comunicacional para alcançar públicos internos e externos com mais qualidade.

Para isso, é necessária uma postura assertiva, planejada e sustentável. A transição do paradigma tradicional para o equitativo exige coragem e consistência, evitando estagnação, desmobilização e atrasos. É um movimento que combina inovação e responsabilidade, garantindo que a comunicação institucional seja ponte de inclusão e não barreira de exclusão.

O imaginário coletivo brasileiro ainda carrega marcas profundas da colonização escravocrata, do racismo, da cultura machista, da ausência de solidariedade às mulheres, do mito da democracia racial, da meritocracia, da heteronormatividade e do eurocentrismo. Esses elementos estruturais são diretamente confrontados pela linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, que busca eliminar padrões excludentes e abrir espaço para práticas comunicativas equitativas.

Ao priorizar as necessidades de mulheres, população negra, povos indígenas, pessoas LGBTIQA+, deficientes e outros grupos historicamente vulnerabilizados por discriminações, a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia garante o direito de ser, existir e comunicar. Ela transforma a comunicação institucional em catalisadora de novos sentidos e imaginários, tanto coletivos quanto individuais, orientando-os para valores inclusivos, democráticos, justos e solidários.

Essa transformação se materializa em todas as etapas da comunicação:

- Produção: pautas e conteúdos concebidos com diversidade e representatividade;
- Captação e edição: cuidado com narrativas para eviitar silenciamentos e estigmatizações;
- Divulgação: difusão de imagens e discursos que substituam realidades ocultas ou enviesadas.

Paradigma de Comunicação Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia na AGU



Fonte: A autora (2026).

Em síntese, a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia não é apenas uma técnica. Trata-se de um paradigma comunicacional que enfrenta discriminações e fortalece a cidadania, tornando o portfólio produzido pela comunicação institucional da AGU como instrumento político e ético para fortalecer a democracia, a cidadania e a justiça social.

	Paradigma Tradicional Modelo excludente	**Paradigma Inclusivo Modelo equitativo**
Base cultural	Machismo, racismo, eurocentrismo	Equidade, diversidade, respeito
Representatividade	Grupos restritos	Grupos plurais e diversos
Narrativas	Homogeneizadas, invisibilizam minorias	Inclusivas, dão voz a diferentes públicos
Imaginário coletivo	Reforça estereótipos	Transforma sentidos para justiça social
Produção de conteúdo	Foco organizacional	Foco no interesse público
Imagens	Estigmatizadas, enviesadas	Plurais, diversas, representativas
Impacto	Exclusão e desigualdade	Inclusão e cidadania
Postura institucional	Reativa, conservadora, displicente, negligente, errática	Assertiva, planejada, sustentável, comprometida, auditável, proativa

Fonte: A autora (2026).

O quadro acima mostra como a transição do velho paradigma para o novo paradigma comunicacional na AGU exige posicionamento institucional firme e sustentável, evitando estagnação e promovendo inclusão.

2.1 Arquitetura editorial e design informacional

A combinação entre linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, linguagem simples e acessibilidade digital cria um novo paradigma comunicacional para a AGU. Esse modelo transforma a lógica, a organização e a apresentação dos conteúdos em multiplataformas, colocando a perspectiva de gênero, raça e etnia como prioridade já na fase de conceitualização.

Para tornar a experiência de navegação mais leve, fluída e simples, a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, a linguagem simples e a acessibilidade digital precisam ser articuladas textualmente de modo natural. A redação mais vantajosa é a que segue as técnicas jornalísticas, acionando palavras de pleno domínio público e sentido literal, períodos curtos, ordem direta e ideias encadeadas pela "pirâmide invertida" - do mais importante para o menos importante.

Checklist Integrado – Comunicação Inclusiva, Simples e Acessível

1. Estrutura informacional

- Perspectiva de gênero, raça e etnia: garantir representatividade nos conteúdos, imagens e narrativas;
- Narrativa organizada pelo interesse do público: priorizar o que é relevante para cidadãos e cidadãs, não apenas para a AGU;
- Hierarquia interseccional: sequenciar informações considerando diversidade e pluralidade.

2. Experiência de navegação

- Conteúdos categorizados: dividir em seções (direitos, serviços, contato);
- Navegação simples e intuitiva: menus objetivos, títulos diretos, informações mais importantes primeiro;
- Design inclusivo: fontes legíveis, contraste adequado, uso de negrito e tópicos para facilitar a leitura.

3. Acessibilidade digital

- Tecnologia assistiva em multiplataformas: compatibilidade com leitores de tela, teclados adaptados e softwares de voz;
- Audiodescrição e Libras: ampliar recursos para vídeos e conteúdos multimídia;
- Legendas e transcrições: garantir acesso a pessoas surdas e com baixa compreensão auditiva;
- Aplicação das normas ABNT NBR 17225 e WCAG [21]: seguir padrões técnicos nacionais e internacionais.

4. Resultado esperado

- Público encontra facilmente o que precisa;
- Experiência fluida e inclusiva em qualquer dispositivo;
- Comunicação institucional como ponte de cidadania e equidade.

Banco de sugestões

Descrição situacional	Quando utilizar (Recomendação)	Quando evitar (Inadequação)
Adequação de grafias de substantivos masculinos e femininos	servidores e servidoras gestor e gestora pública colaboradores e colaboradoras	servidores(as) gestor(a) público(a) colabores(as)
	Opção A: A AGU participou de consulta pública sobre a regularização fundiária de terreiros de religião de matriz africana em situação irregular. Ouvintes queriam se posicionar, mas não tinham direito de manifestação verbal devido ao formato da audiência. Opção B: Na condição de ouvintes, algumas pessoas queriam se manifestar, mas não podiam devido ao formato da audiência.	A AGU participou de consulta pública sobre a regularização fundiária de terreiros de religião de matriz africana em situação irregular. Os ouvintes queriam se posicionar, mas não tinham direito de manifestação verbal devido ao formato da audiência.

Fonte: A autora (2026).

A redação inclusiva e acessível pode se beneficiar de recursos como a impessoalidade e o uso de substantivos coletivos, que permitem generalizar sem invisibilizar grupos. Além disso, o padrão de gênero masculino seguido do feminino viabiliza a concordância nominal, abrindo espaço para o reconhecimento do feminino em substantivos simples e compostos, adjetivos e qualificadores.

Recursos de redação

- Impessoalidade: usar construções como "é necessário garantir" em vez de "o órgão deve garantir", evitando foco em agentes e ampliando a universalidade da mensagem;
- Substantivos coletivos;
- Concordância nominal por gênero:
  -"advogados e advogadas", "diretores e diretoras";
  -"funcionários e funcionárias públicas";
  - "profissionais qualificados e qualificadas" ou “profissionais com qualificação”.
- Inclusão textual: sempre que possível, dar visibilidade ao feminino e às identidades diversas, evitando o masculino genérico como única forma.

2.2 Padrão estético inclusivo

A linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia não se limita a palavras: ela carrega estéticas sociais e culturais que reposicionam mulheres, homens, população negra, povos indígenas e pessoas LGBTIQA+ no centro da vida pública. Ao se articular com a linguagem simples e a acessibilidade digital, essas estéticas tornam a comunicação institucional mais amigável, próxima e eficaz, ampliando o alcance da AGU junto a públicos diversos.

A linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia colabora para a remoção de obstáculos para a fluidez de pessoas plurais e diversas na sociedade. Incide sobre agir comunicacional e agir institucional sobre melhores condições de vida, trajetória intergeracional, comunitária e territorial. Restaura possibilidades de cidadania, democracia, justiça social ao passo em que amplia a tomada de consciência pública e avança na direção de padrão civilizatório baseado na equidade.

Transformações a serem promovidas

- Novos sentidos e imaginários: a inclusão cria narrativas que rompem com padrões excludentes e estigmatizados;
- Construção de novos padrões estéticos: imagens, símbolos e representações que demonstrem pluralidade e diversidade;
- Vitalidade da vida pública: grupos historicamente invisibilizados passam a ocupar espaços de prioridade, negociação e decisão;
- Superação de "mortes simbólicas": substituição de enquadramentos subservientes por protagonismo e dignidade.

Recomendações

- Explore cores, iconografias, simbologias e grafismos que representem a diversidade de gênero e étnico-racial;
- Inclua sonoridades, timbres e sotaques regionais e étnicos, valorizando pluralidade cultural;
- Disponibilize conteúdos em Libras em multiplataformas digitais, audiovisuais institucionais e eventos;
- Adote audiodescrição em vídeos, imagens estáticas, legendas de fotografias e peças gráficas em redes sociais;
- Garanta acessibilidade digital em todos os conteúdos, seguindo normas técnicas (ABNT NBR 17225, WCAG, eMAG [22]).

[21] Web Content Accessibility Guidelines (Diretrizes de Acessibilidade para Conteudo Web).

[22] eMAG (Acessibilidade Digital no Brasil): No contexto do governo brasileiro, a sigla significa Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico. É um manual com regras para criar sites e portais públicos, garantindo que pessoas com deficiência (visual, motora ou auditiva) consigam navegar e usar os serviços online.

Evite:

- Invisibilizar mulheres em sua diversidade nas narrativas institucionais, o que representa "morte simbólica" no discurso e posicionamento institucional sexista e/ou racista;
- Representar pessoas negras, indígenas, deficientes e LGBTIQA+ de forma pontual ou sazonal, restrita a efemérides, sem frequência regular ou planejamento estratégico.

2.3 Elementos imagéticos

Os registros fotográficos e audiovisuais captam a realidade do momento, mas não esgotam as possibilidades de narrativas da comunicação institucional. A AGU, ao longo de 15 anos de articulação da agenda de igualdade de gênero, raça e etnia, vive um processo de contínua transformação. Ainda que as imagens atuais — reuniões de titulares, assinaturas de acordos, atos de liderança — possam não refletir plenamente a diversidade desejada, isso não limita a criatividade comunicacional.

Desafios atuais

- Predominância de cenas menos plurais e diversas em registros oficiais;
- Representatividade limitada em fotografias e vídeos institucionais;
- Distância entre a realidade captada e os paradigmas de paridade, pluralidade e inclusão.

Caminhos de transformação

- Narrativas visuais inclusivas: buscar ativamente diferentes tipos humanos em registros fotográficos e audiovisuais;
- Design gráfico afirmativo: incorporar diversidade em símbolos, cores e iconografias;
- Produção audiovisual estratégica: planejar registros que expressem pluralidade, evitando sazonalidade;
- Integração com linguagem inclusiva: alinhar texto, imagem e som para reforçar representatividade.

O investimento em um banco de imagens sensível a gênero, raça e etnia é estratégico para a Ascom/AGU porque amplia o repertório visual disponível e sustenta a pauta de inclusão institucional. Esse acervo permite que diferentes realidades sejam incorporadas e expostas, fortalecendo a narrativa de diversidade e representatividade.

Desafios e oportunidades

- Núcleo de Fotografia e Núcleo de TV: precisam observar rotinas produtivas com profundidade e identificar oportunidades para registros que sirvam tanto a fins jornalísticos quanto a campanhas digitais;
- Imagens como discurso: cada fotografia ou vídeo não apenas mostra uma cena, mas também traduz visões de mundo e interpretações sociais;
- Tensões visuais: em uma sociedade marcada por desigualdades de gênero, raça e etnia, os olhares que desejam manter estruturas opressivas coexistem com os que buscam enxergar realidades inclusivas. Essa tensão precisa ser enfrentada pela comunicação institucional.

Caminhos de ação

- Produção ativa de diversidade: planejar registros que incluam mulheres, pessoas negras, indígenas, deficientes e LGBTIQA+ em diferentes contextos institucionais;
- Curadoria crítica: selecionar imagens que não apenas documentem, mas também afirmem inclusão;
- Narrativa visual estratégica: usar fotografia, audiovisual e design gráfico como instrumentos de transformação simbólica, não apenas de registro;
- Banco de imagens vivo: atualizar continuamente o acervo para refletir a evolução da diversidade nos recursos humanos e na atuação institucional da AGU.

Roteiro de produção audiovisual inclusiva

1. Planejamento

- Definir objetivos comunicacionais alinhados à pauta de inclusão (gênero, raça, etnia, diversidade);
- Mapear eventos e situações institucionais que possibilitem registros plurais;
- Elaborar pautas visuais que contemplem representatividade contínua, não apenas em datas comemorativas.

2. Captação

- Garantir diversidade nos enquadramentos: mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTIQA+, pessoas com deficiência;
- Usar ângulos que valorizem protagonismo e participação, evitando enquadramentos subservientes;
- Captar sonoridades, sotaques e timbres regionais para ampliar pluralidade cultural.

3. Edição

- Selecionar imagens e vídeos que expressem inclusão e equidade;
- Inserir legendas, transcrições e audiodescrição em conteúdos audiovisuais;
- Adotar cores, iconografias e grafismos representativos da diversidade;
- Garantir contraste e legibilidade em peças gráficas.

4. Distribuição

- Disponibilizar conteúdos em multiplataformas digitais (sites, redes sociais, intranet);
- Incluir versões em Libras e audiodescrição em vídeos institucionais e campanhas;
- Planejar frequência regular de divulgação de conteúdos inclusivos, evitando sazonalidade.

5. Avaliação

- Monitorar recepção do público e ajustar estratégias conforme feedback;
- Revisar se os conteúdos cumprem normas de acessibilidade (ABNT NBR 17225, WCAG, eMAG);
- Atualizar banco de imagens e vídeos para refletir evolução da diversidade institucional.

2.3.1 Banco de imagens e acervo fotográfico

A adoção da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia nos bancos de imagens e acervos fotográficos da AGU é determinante para evidenciar o avanço comunicacional da instituição. Esses registros não são apenas documentação: traduzem dinâmicas internas e revelam como a comunicação institucional se transforma ao longo do tempo.

A fotografia, o audiovisual e o design institucional são espelhos da qualidade com que a AGU incorpora as dimensões de gênero, raça e etnia. Quanto mais plural e diversa for a representação, maior o valor agregado na ação contra o sexismo e o racismo e na construção da equidade. Por outro lado, quando a pluralidade não aparece, os desafios da transformação organizacional ficam mais evidentes, revelando barreiras ainda presentes.

1. Pontos centrais

- Interseccionalidade como pilar institucional: precisa ser estruturada de modo que seja possível "alterar fotografias e vídeos", ou seja, transformar narrativas visuais para refletir inclusão;
- Predominância atual: registros ainda mostram majoritariamente "homens brancos" em posições de liderança, o que limita a diversidade imagética;
- Função estratégica da comunicação: imagens não apenas documentam, mas também constroem imaginários e podem suavizar a predominância de situações menos diversas;
- Busca ativa por diversidade: a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia desencadeia a necessidade de registrar diferentes tipos humanos, não só em textos, mas também em fotografia, audiovisual e design gráfico.

2. Planejamento estratégico

- Definir metas de diversidade e inclusão para registros visuais;
- Estabelecer critérios de representatividade contínua (não apenas em efemérides);
- Criar pautas visuais que contemplem diferentes grupos sociais em eventos institucionais.

3. Produção

- Captar imagens e vídeos que expressem pluralidade (mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTIQA+, pessoas com deficiência);
- Usar ângulos e enquadramentos que valorizem protagonismo e participação;
- Incorporar sonoridades, sotaques e timbres regionais nos audiovisuais.

4. Curadoria e edição

- Selecionar conteúdos que afirmem inclusão e equidade;
- Adotar legendas, transcrições, audiodescrição e Libras em materiais audiovisuais;
- Aplicar design gráfico inclusivo: cores, iconografias e grafismos representativos da diversidade.

5. Distribuição

- Disponibilizar conteúdos em multiplataformas digitais (sites, redes sociais, intranet);
- Garantir acessibilidade digital em todos os formatos;
- Planejar frequência regular de divulgação, evitando sazonalidade.

6. Monitoramento e avaliação

- Coletar feedback do público interno e externo sobre representatividade visual;
- Revisar periodicamente o banco de imagens e atualizar acervo;
- Medir impacto na percepção institucional e ajustar estratégias.

Banco de sugestões de abordagem

Equidade na ocupação de cargos públicos na AGU	• Um plano de formação de galerias de imagens inclusivas pode ser estruturado para registrar os ativos institucionais da AGU e evidenciar conquistas em equidade de gênero, raça e etnia. Essas galerias funcionam como memória visual e narrativa estratégica da transformação institucional. • Paridade de gênero na liderança: mulheres promovidas por iniciativas de equidade. • Diversidade étnico-racial e inclusão social: pessoas negras, indígenas e com deficiência ingressas pelo sistema de cotas. • Marcos históricos: primeiras mulheres a ocupar cargos antes exercidos por homens. • Participação cidadã: registros de audiências públicas, atendimento à população e eventos institucionais.
Ações afirmativas na ESAGU e universidades	• As boas captações de imagens em universidades podem se tornar um recurso estratégico para evidenciar a efetividade das ações afirmativas e a pluralidade dos espaços acadêmicos. Elas não apenas documentam, mas também constroem narrativas visuais inclusivas que reforçam a legitimidade da política institucional da AGU. • Sala de aula: estudantes em interação, diversidade de gênero e étnico-racial visível. • Interação entre grupos: momentos de convivência entre estudantes de diferentes origens. • Espaços de socialização: praças, cantinas, atividades culturais. • Materiais de estudo: estudantes utilizando livros, computadores, recursos digitais. • Biblioteca: circulação, consulta de acervo, estudo coletivo. • Corredores e campus: deslocamentos, encontros informais, vida cotidiana universitária.
Comunidades tradicionais: quilombos, aldeias, áreas rurais	• A pauta do Núcleo de Fotografia e do Núcleo de TV da Ascom/AGU em comunidades quilombolas pode ser estruturada como um roteiro de captação que valorize a pluralidade das dinâmicas sociais e culturais, transformando registros em instrumentos de inclusão e memória institucional. Organização comunitária: • Mulheres em atividades coletivas e lideranças locais. • Espaços de socialização de homens em práticas culturais ou produtivas. Infância e educação: • Brincadeiras de crianças em áreas abertas. • Escola quilombola: sala de aula, professores, professoras e estudantes em interação. Vida comunitária: • Galpão com reunião de pessoas para decisões coletivas. Casas alinhadas em uma rua, mostrando a identidade arquitetônica local. Horta comunitária e lidas de pequenos grupos em atividades agrícolas.

Fonte: A autora (2026).

Atender à linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia na comunicação institucional da AGU significa ir além da escolha de palavras: é propor, implementar e revisar estratégias visuais e narrativas em fotografia, audiovisual e design.

Categorias de representação

- Rara: presença eventual, quase inexistente;
- Sazonal: restrita a efemérides ou datas comemorativas;
- Pontual: aparece em momentos isolados, sem continuidade;
- Frequente: articulação natural e constante, refletindo diversidade como prática cotidiana.

Transformações necessárias

- De ausentes a presentes: tornar visíveis mulheres, pessoas negras, indígenas, com deficiência e LGBTIQA+;
- De recorrentes a menos frequentes: equilibrar a predominância de grupos historicamente mais visíveis (como homens brancos em cargos de liderança);
- De representação restrita à pluralidade plena: ampliar registros em audiências públicas, reuniões e eventos, mostrando diversidade tanto em cargos institucionais quanto na cidadania beneficiada.

Boas práticas de captação:

- Fotografias de grupo geral: homens e mulheres, evidenciando pluralidade;
- Grupos específicos: registros de agrupamentos de mulheres, valorizando sua presença e protagonismo;
- Retratos afirmativos de pessoas negras: postura executiva, interação ativa na cena;
- Protagonismo visível: destacar mulheres, pessoas negras e indígenas em posições de liderança ou participação central;
- Detalhes identitários: turbantes, tranças, cocares e acessórios que evidenciem identidade étnica;
- Pessoas com deficiência: registrar elementos que mostrem acessibilidade (cadeira de rodas, aparelhos auditivos, dispositivos visuais etc.), reforçando inclusão.

Evite:

- Invisibilizar pluralidade e diversidade: não deixar de registrar presenças raras e significativas;
- Perder oportunidades únicas: lideranças renomadas ou grupos com logística complexa (como residentes em áreas isoladas) devem ser registrados com agilidade, pois a repetição da disponbilidade de presença pode ser difícil.

2.4 Canais de texto e web

A gestão das ferramentas e plataformas de comunicação da AGU precisa incorporar de forma consistente a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, além da linguagem simples e da acessibilidade digital. Isso significa revisar conteúdos do website institucional e dos perfis em redes sociais (Instagram, Facebook, YouTube, X, LinkedIn e Flickr), garantindo que a comunicação reflita pluralidade e equidade.

Exemplos de inadequação linguística

Nos materiais analisados (website da AGU, portal “AGU sem Discriminação e sem Assédio”, press kit da Sala de Imprensa e publicação digital), foram identificados casos em que o gênero masculino é usado como genérico, invisibilizando mulheres e outros grupos. Esse paradigma linguístico:

- Reduz a representatividade ao restringir a menção a homens como se fosse universal;
- Contraria a pauta inclusiva que a própria AGU busca consolidar;
- Enfraquece a legitimidade institucional ao não refletir a diversidade real.

Caminhos de correção

- Revisão sistemática de conteúdos: substituir o masculino genérico por formas inclusivas (ex.: "procuradores e procuradoras", "estagiários e estagiárias");
- Padronização editorial: criar guias internos de estilo para textos, posts e materiais digitais;
- Capacitação das equipes: treinar profissionais da Ascom/AGU para aplicar linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia em todos os canais;
- Integração com acessibilidade digital: garantir que textos, imagens e vídeos sejam acessíveis em Libras, audiodescrição e legendas;
- Monitoramento contínuo: avaliar regularmente os conteúdos publicados e corrigir inadequações.

Banco de exemplos reais

Canal	Antes	Depois
Website AGU/Sala de Imprensa	A nossa equipe é composta por jornalistas especializados e com experiência no atendimento à imprensa em órgãos públicos.	1. A nossa equipe é composta por profissionais com conhecimentos especializados em jornalismo e no atendimento à imprensa em órgãos públicos. 2. A nossa equipe é composta por jornalistas com conhecimentos especializados e experiência no atendimento à imprensa em órgãos públicos. 3. A nossa equipe é composta por jornalistas especializados e especializadas e com experiência no atendimento à imprensa em órgãos públicos.
Website AGU/Sala de Imprensa	Interessados em receber notas, convites para coletiva de imprensa e avisos e sugestões de pauta devem preencher os campos do formulário abaixo:	1. Jornalistas com interesse em receber notas, convites para coletiva de imprensa e avisos e sugestões de pauta devem preencher os campos do formulário abaixo: 2. Profissionais com interesse em receber notas, convites para coletiva de imprensa e avisos e sugestões de pauta devem preencher os campos do formulário abaixo: 3. Imprensa interessada em receber notas, convites para coletiva de imprensa e avisos e sugestões de pauta devem preencher os campos do formulário abaixo:
Website AGU/Sala de Imprensa/Press kit	Mais de 13 mil membros das 4 carreiras jurídicas do órgão e servidores Advogados da União; Procuradores Federais; Procuradores da Fazenda Nacional; Procuradores do Banco Central; Servidores.	Mais de 13 mil integrantes das 4 carreiras jurídicas do órgão e servidores e servidoras Advogados e advogadas da União; Procuradores e procuradoras federais; Procuradores e procuradoras da Fazenda Nacional; Procuradores e procuradoras do Banco Central; Servidores e servidoras.
Website/Notícias/Título	Autor de feminicídio deve ressarcir INSS por pensão paga a filhos da vítima	Autor de feminicídio deve ressarcir INSS por pensão paga a filhos e filhas da vítima
Portal "AGU sem Discriminação e sem Assédio"	Abrange condutas de assédio e discriminação nas relações profissionais da AGU, presenciais ou virtuais, envolvendo membros, servidores, prestadores, estagiários, aprendizes e demais profissionais do ambiente institucional, mesmo em situações transitórias e sem remuneração.	Abrange condutas de assédio e discriminação nas relações profissionais da AGU, presenciais ou virtuais, envolvendo membresia, servidores e servidoras, prestadores e prestadoras de serviço, estagiários e estagiárias, aprendizes e demais profissionais do ambiente institucional, mesmo em situações transitórias e sem remuneração.
Cartilha "AGU sem Discriminação e sem Assédio"	Assim, a C190 aplica-se à violência e ao assédio que ocorrem tanto durante o trabalho como às situações de violência e assédio, como, por exemplo, no alojamento fornecido pelo empregador.	Assim, a C190 aplica-se à violência e ao assédio que ocorrem tanto durante o trabalho como às situações de violência e assédio, como, por exemplo, no alojamento fornecido pela instituição empregadora. Assim, a C190 aplica-se à violência e ao assédio que ocorrem tanto durante o trabalho como às situações de violência e assédio, como, por exemplo, no alojamento fornecido pela fonte empregadora.

Fonte: A autora (2026).

Ofícios, notas técnicas, pareceres, petições e demais documentos da AGU precisam adotar a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, além de linguagem simples. Templates ou modelos são ferramentas práticas para apoiar essa transição. Oferecem estruturas já adaptadas que podem ser replicadas até que o uso da linguagem inclusiva se torne natural.

Modelos sugeridos no apêndice

1. Press release - redação inclusiva e acessível para divulgação externa.
2. Notícia - linguagem simples e representativa para o website e redes sociais.
3. Discurso - flexão de gênero e menção explícita à diversidade em falas institucionais.
4. Postagem para redes sociais - textos curtos, inclusivos e acessíveis, com hashtags representativas.
5. Ofício - modelo formal adaptado à linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e linguagem simples, sem perder rigor jurídico.

Com esses recursos, a comunicação institucional da AGU ganha consistência, amplia a representatividade e fortalece sua imagem como promotora da equidade e da acessibilidade.

2.4.1 Uso de pronomes de tratamento

Para facilitar a adoção da flexão de gênero na comunicação institucional da AGU, este manual propõe a formatação adequada dos pronomes de tratamento em documentos oficiais, tomando como referência o Manual de Redação da Presidência da República[23] e com adaptações ao paradigma da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia.

São três usos principais:

1. Endereçamento

- Forma como se dirige o documento à pessoa destinatária.
- Exemplo inclusivo: "À Senhora Ministra" / "Ao Senhor Ministro".
- Evitar o uso genérico masculino quando houver possibilidade de flexão de gênero.

2. Vocativo

- Forma como se inicia a comunicação direta no corpo do texto.
- Exemplo inclusivo: "Prezada Senhora" / "Prezado Senhor".
- Em casos coletivos, usar: "Prezados e Prezadas".

3. Corpo do texto

- Redação contínua que deve refletir a diversidade.
- Exemplo inclusivo: "Os servidores e as servidoras da AGU", em vez de "Os servidores da AGU".
- Incluir menções explícitas a grupos diversos quando pertinente: "os advogados e as advogadas públicas, incluindo pessoas negras, indígenas e com deficiência".

2.4.1.1 Concordância com pronomes de tratamento

Dois exemplos práticos com redação inadequada e sugerida e suas respectivas justificativas demonstram como o texto oficial pode avançar com novas formulações, marcadas pela simplicidade textual e informacional.

Antes	Depois	Justificativa
Vossa Senhoria designará o assessor.	• Vossa Senhoria designará titular da assessoria. • Vossa Senhoria designará pessoa responsável pela assessoria. • Vossa Senhoria designará titularidade da assessoria. • Vossa Senhoria designará representante da assessoria.	Ainda não é identificado o gênero da pessoa a ocupar o cargo ou a função. Não determinar o gênero até a efetividade da designação por ato administrativo posterior.
Vossa Senhoria designará seu substituto.	• Vossa Senhoria designará substituição ao posto. • Vossa Senhoria designará substituição ao cargo. • Vossa Senhoria designará substituição à função.	A premissa de pessoa substituta pelo gênero masculino pode incorrer a erro e redação sexista. O paradigma da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia é criativo, pode ser simples e natural.

Fonte: Adaptado de Brasil (2018).

2.4.2 Substantivos femininos, masculinos, neutros, compostos e coletivos para texto oficial e texto jornalístico

Termos mais comuns para o texto oficial e o texto jornalístico são elencados neste manual para a articulação da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia na comunicação institucional da AGU. São destacados substantivos femininos, masculinos, neutros, compostos e coletivos mais usuais como recursos linguísticos e textuais.

Descrição	Quando utilizar (Recomendação)	Quando evitar (Inadequação)
Pessoas em geral • cidadão, cidadã • homens negros e mulheres negras • candidato, candidata • beneficiário, beneficiária • usuário, usuária	Usar flexão de gênero explícita para demarcar inclusão, afirmação e especificação de tratamento.	Masculino como "universal" ou léxico representativo de "humanidade"
Representantes de cargos e funções públicas • servidores e servidoras públicas • advogados e advogadas da União • procuradores e procuradoras • assessor, assessora • colaboradores e colaboradoras • estagiários e estagiárias • ministros, ministras • deputados e deputadas • senador, senadora • interino, interina • substituto, substituta • juízes e juízas • operadores e operadoras de Direito • ouvidor, ouvidora • embaixador, embaixadora, embaixatriz	Usar flexão de gênero explícita para cada cargo ou função.	servidores(as), advogados(as), ministros(as), deputados(as)
Cargos e funções com substantivos compostos • Secretário-Executivo interino, Secretária-Executiva interina • Diretor-Geral interino, Diretora-Geral interina • Técnico Administrativo, Técnica Administrativa • Coordenador Financeiro, Coordenadora Financeira • diretor-adjunto, diretora adjunta • primeiro-ministro, primeira-dama • relator-geral, relatora-geral • editor-assistente, editora-chefe	Usar flexão de gênero explícita para substantivos compostos.	Masculino como "universal" ou léxico representativo de "humanidade"
Substantivos neutros • pessoa, contribuinte, público, autoridade, representante, diplomata, parlamentar, juristas, jornalista	Usar termos neutros que não marcam gênero.	Masculino como "universal" ou léxico representativo de "humanidade"
Substantivos coletivos • cidadania, público, população, equipe	Usar substantivos coletivos para facilitar a leitura.	Masculino como "universal" ou léxico representativo de "humanidade"

Fonte: Adaptado de Brasil (2018).

2.4.2.1 Padrão ofício

O formato "padrão ofício", conforme o Manual de Redação da Presidência da República (2018, p. 27-31), exige atenção especial quando adaptado à linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia.

Campos textuais que demandam atenção

- Endereçamento (5.1.4, p.29): pronomes de tratamento devem refletir o gênero da autoridade ou da pessoa destinatária, evitando o uso genérico masculino;
- Assunto (5.1.5, p.29): substantivos e termos precisam ser revisados para garantir representatividade e simplicidade;
- Texto (5.1.6, p.30): introdução, desenvolvimento e conclusão devem ser redigidos com atenção à flexão de gênero e ao paradigma inclusivo;
- Identificação do signatário ou da signatária (5.1.8, p.31): explicitar o gênero da pessoa que assina, assegurando visibilidade e correção.

Etapas técnicas indispensáveis

- Redação: aplicar desde o início a flexão de gênero e termos inclusivos;
- Revisão: verificar se não há invisibilização de mulheres, pessoas negras, indígenas, com deficiência ou LGBTIQA+;
- Edição: ajustar o texto para simplicidade, fácil compreensão e reconhecimento de comandos e instruções, objetividade e acessibilidade, garantindo que o documento seja resolutivo.

Checklist de Inclusão na Redação Oficial

✓ Verifique a flexão de gênero em pronomes de tratamento.
Exemplo: "À Senhora Senadora" / "Ao Senhor Senador" em vez de usar apenas o masculino genérico.

✓ Use "pessoas" e "quem" em substituição a substantivos masculinos.
Exemplo: "pessoas participantes" em vez de "os inscritos"; "quem ocupa o cargo" em vez de "os ocupantes".

✓ Na menção de pessoas, verifique se elas estão apresentadas na sua condição de gênero, raça e etnia.
Exemplo: "AGU recebe especialistas e delegação parlamentar mexicana, incluindo pessoas negras, indígenas e com deficiência".

Banco de sugestões

Descrição situacional	Quando utilizar (Recomendação)	Quando evitar (Inadequação)
Valorizar a AGU como designação nominal principal dos conteúdos a serem redigidos	A AGU disponibiliza novos canais de comunicação para atendimento ao público.	Cidadãos podem acessar novos canais de comunicação da AGU.
Adotar substantivos coletivos para facilitar leitura e reconhecimento plural de sujeitos e sujeitas	Opção A: Equipe técnica da AGU manifestou contrariedade às alterações propostas pelo STF. Opção B: Corpo técnico da AGU manifestou contrariedade às alterações propostas pelo STF.	Procuradores e advogados da União manifestaram contrariedade às alterações propostas pelo STF.
Usar substantivos neutros	Todas as pessoas são iguais perante a lei, destaca a Constituição Federal.	Todos são iguais perante a lei, destaca a Constituição Federal.

Fonte: A autora (2026).

2.5 Ferramentas para acessibilidade digital

Quanto à inclusão de pessoas com deficiência na comunicação institucional da AGU, duas recomendações de acessibilidade digital são centrais. A primeira é a oferta de Libras nos websites e portais, garantindo que conteúdos institucionais e transmissões ao vivo tenham intérpretes e sinalização da disponibilidade desse recurso. A segunda é a audiodescrição em portais e redes sociais, assegurando que vídeos e imagens tenham versões audiodescritas ou textos alternativos que descrevam elementos visuais relevantes.

Essas medidas tornam a comunicação mais democrática, acessível e representativa, ampliando o alcance das mensagens institucionais e reforçando o compromisso da AGU com a equidade e a inclusão.

2.5.1 Tecnologia digital em websites e portais da AGU para acessibilidade visual

Essa solução garante que pessoas cegas e com baixa visão tenham acesso pleno às informações institucionais, ampliando a inclusão e fortalecendo o compromisso da AGU com a equidade e a cidadania.

Faça:

- Disponibilize acesso a conteúdos em Libras.

Medida: Instalação de "plugin" ou ferramenta de tradução automática, como o VLibras em 3D, já utilizado pelo governo federal[24].

2.5.2 Roteiro de frases-modelo para audiodescrição

O roteiro de frases-modelo para audiodescrição (Mesquita, 2025) orienta a redação de descrições simples, diretas e objetivas que traduzem elementos visuais em linguagem acessível. Em fotografias, deve-se indicar quem aparece, como a pessoa está vestida e o contexto da cena.

Em gráficos e ilustrações, é importante localizar espacialmente os elementos e explicar os dados de forma precisa. Em vídeos, a audiodescrição deve narrar ações, ambientes e sons relevantes. Esse roteiro garante que pessoas cegas ou com baixa visão compreendam o conteúdo digital, fortalecendo a acessibilidade e a inclusão na comunicação institucional da AGU.

1. Gráficos e ilustrações

- Gráfico de barras ao centro apresenta número de colaboradores e colaboradoras em regime de trabalho terceirizado na AGU por região;
- Ilustração no canto inferior esquerdo exibe ícones de acessibilidade, como cadeira de rodas, Libras e audiodescrição.

[24] Mais informações no portal Governo Digital: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-e-usuario/vlibras>. Acesso: 16 de julho de 2026.

2. Vídeos

- Vídeo institucional com intérprete de Libras no canto inferior direito e legenda em português;
- Cena inicial mostra pessoas indígenas e negras participando de reunião, seguida de depoimentos sobre equidade;
- Audiodescrição: música suave ao fundo, câmera percorre fachada iluminada da AGU à noite.

3. Fotografias

- Fotografia colorida em plano aberto de servidores e servidoras reunidas em auditório, conversando e compartilhando a troca de documentos;
- Imagem em "close" de mulher negra com turbante azul, falando ao microfone durante audiência pública;
- Foto institucional com grupo diverso de pessoas em frente ao prédio da AGU. Entre elas, há homem indígena, pessoa cadeirante, travesti e homem negro de matriz africana vestido com calça e camisa brancas.

4. Imagens estáticas em portais e redes sociais

✓ Ofereça audiodescrição de imagens estáticas em portais e redes sociais.
Medida: Redação direta e objetiva, descrevendo elementos visuais essenciais para que pessoas cegas ou com baixa visão compreendam o conteúdo.

Exemplo: Imagem institucional da AGU com três servidoras negras e um servidor branco em frente ao prédio- sede. O grupo sorri e segura documentos.

Situação A - Fotografia
Descrição inclusiva: Fotografia colorida em plano aberto de mulher indígena jovem caminhando em centro urbano, vestindo saia colorida com estampa de flores, blusa branca, sandálias e usando brincos de penas.

Situação B - Elementos gráficos
Descrição inclusiva: No canto superior direito, um gráfico em formato de pizza mostra dados sobre inclusão digital de pessoas com deficiência no Brasil. A maior fatia, em azul, representa 60% das pessoas com acesso à internet; a menor fatia, em amarelo, representa 40% sem acesso.

Estrutura para card

- Fundo: cinza.
- Margem superior esquerda: dois quadrados amarelos pontilhados.
- Centro: nome do evento em letras amarelas maiúsculas.
- Abaixo, à esquerda: foto do rosto da pessoa palestrante.
- À direita: título da palestra em letras brancas maiúsculas.
- Abaixo do título: data, horário e local em letras amarelas.
- Ao lado: ícone do YouTube.
- Margem inferior esquerda e direita: formas geométricas na cor amarela.
- Centro inferior: nome da organização em letras brancas maiúsculas.

Checklist criativo para card

- Contraste adequado entre fundo cinza e textos amarelos/brancos;
- Foto de palestrante em destaque, mas equilibrada com o título da palestra;
- Ícone do YouTube sinalizando transmissão online;
- Elementos visuais (quadrados e formas amarelas) reforçando identidade gráfica;
- Nome da organização centralizado para dar credibilidade institucional.

2.5.3 Guia de audiodescrição em postagens

As recomendações e orientações do Manual de Audiodescrição: como construir roteiros acessíveis, elaborado pelo Instituto Benjamin Constant (Mesquita, 2025), estão incorporadas às aplicações recomendadas no guia. Esse conjunto de práticas orienta a comunicação institucional a ser acessível, inclusiva e representativa, fortalecendo o compromisso da AGU com a equidade e a cidadania.

1. Estrutura

- Use a hashtag #Audiodescrição antes do texto descritivo;
- Finalize com "Fim da audiodescrição" quando inserir o recurso antes da legenda, evitando confusão;
- Prefira descrições curtas e objetivas, adequadas à dinâmica das redes.

2. Hashtags

- Utilize até três hashtags no fim da postagem para não cansar a leitura;
- Exemplos: #paracegover #paratodosverem #Audiodescrição;
- Caso precise de mais hashtags, insira nos comentários.

3. Emojis e figurinhas

- Emojis podem ser usados, mas com moderação;
- Evite figurinhas nos comentários, pois dispositivos leitores de tela não interpretam.

4. Reels e stories

- Insira a audiodescrição junto à legenda;
- Se possível, em vídeos sincronizados, use duas vozes diferentes: uma para a narração e outra para a audiodescrição.

5. Acessibilidade

- Garanta que a audiodescrição complemente a legenda, sem repetir excessivamente;
- Mantenha precisão e objetividade para facilitar a compreensão.

2.6 Canais de áudio, vídeo e imagem

Nas redes sociais, a comunicação institucional da AGU deve unir linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, linguagem simples e acessibilidade digital para alcançar públicos plurais. Essa abordagem permite atender tanto audiências voláteis quanto estáveis com precisão, acolhimento e respeito, reforçando a dignidade e a representatividade dos conteúdos.

O desafio está em harmonizar a flexão de gênero como prática estética textual, valorizando a apresentação visual, a organização estrutural e a harmonia rítmica dos textos. A padronização da forma de apresentação e o cuidado com a estética comunicacional agregam valor de equidade aos produtos da AGU, consolidando uma linha editorial ativa e equitativa que fortalece a imagem institucional e amplia o alcance democrático da mensagem.

Banco de sugestões

Descrição situacional	Quando utilizar (Recomendação)	Quando evitar (Inadequação)
Valor agregado da equidade em ações de inclusão social	AGU empossa servidores e servidoras Grupo foi aprovado no último concurso, ocorrido em 2021. Diversidade cresce na AGU como resultado das políticas de ação afirmativa.	Novos integrantes são empossados na AGU Grupo foi aprovado no último concurso, ocorrido em 2021.
	AGU atende pessoas em situação de rua e agiliza benefícios sociais Cidadania e direitos em qualquer lugar. Até mesmo na rua, a AGU reconhece que inclusão é para todas as pessoas e que ninguém fica para trás.	Moradores de rua recebem mutirão da AGU Ação agiliza benefícios sociais para populações vulneráveis.

Fonte: A autora (2026).

No "Banco de exemplos reais", duas postagens feitas nas redes sociais da AGU, em abril de 2026, mostram falhas que precisam ser corrigidas para adequação à linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia. Em ambas, o uso de substantivos no masculino invisibilizou a representatividade de mulheres, contrariando os princípios da Política Nacional de Linguagem Simples.

Esses casos ilustram como a ausência de atenção à flexão de gênero compromete a precisão, a equidade e a acessibilidade da comunicação institucional, reforçando a necessidade de padronização e revisão cuidadosa dos conteúdos publicados pela AGU.

Banco de exemplos reais

Antes	Depois	Justificativa
A Justiça Federal manteve a resolução do Contran que moderniza o processo de habilitação no país: com menos burocracia, redução de custos e mais flexibilidade na formação de condutores.	A Justiça Federal manteve a resolução do Contran que moderniza o processo de habilitação no país: com menos burocracia, redução de custos e mais flexibilidade na formação de condutores e condutoras.	A expressão "entrega de direitos aos cidadãos" invisibiliza as mulheres, incorrendo na "morte simbólica" delas. Há exclusão das "cidadãs", as quais são representativas de 51,5% da população. De acordo com o censo de 2022[25], são 104,5 milhões de brasileiras. Os homens totalizam 98,5 milhões - 48,5% da população.
A estratégia fortalece soluções extrajudiciais, reduz custos e contribui para a recuperação de créditos, com impacto direto na Administração Pública e na entrega de direitos de cidadãos.	A estratégia fortalece soluções extrajudiciais, reduz custos e contribui para a recuperação de créditos, com impacto direto na Administração Pública e na entrega de direitos de cidadãos e cidadãs. Alternativa: (...) na entrega de direitos de cidadania.	É exposta publicamente a concordância da AGU com a universalização do sexo masculino como representativa da coletividade de sujeitos e sujeitas de direitos. É reafirmada a hegemonia masculina ao passo em que há exclusão do sexo feminino na linguagem empregada, em que o masculino é exposto como único contemplado no substantivo "condutores", acirrado na expressão "formação de condutores" a despeito das "condutoras". Conforme dados do governo federal, há quase 31 milhões de condutoras, correspondendo a 36% do conjunto de pessoas com habilitação expedida no país.

Fonte: A autora (2026).

[23] Informação disponível no website do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística): <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e- mulheres.html>. Acesso em: 14 de abril de 2026.

[24] Conteúdo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o-kSxPMhokQ>. Acesso: 7 de abril de 2026.

[25] Informação disponível no website do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística): <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html>;. Acesso em: 14 de abril de 2026.

2.6.1 Elementos para roteiros de audiovisuais

A linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia, a linguagem simples e a acessibilidade digital devem fazer parte de todo o processo criativo de audiovisual. As quatro etapas básicas - gancho, identificação, desenvolvimento de conteúdo e conclusão com chamada para ação - devem estar alicerçadas no interesse do público.

Elementos para a estruturação de cenas, texto, locução e inserção de outros recursos de áudio precisam responder aos diferentes corpos, rostos, sotaques, timbres (afro, indígena, rural, nordestino) desde a etapa de concepção. A finalidade é organizar o formato mais responsivo a públicos heterogêneos ao ponto de identificarem elementos de identificação e aproximação com a obra.

Essa orientação se aplica a videocasts, documentários, programas de TV, podcasts, programas de rádio e pílulas animadas. Independente do formato, o conteúdo deve considerar como questão primeira o interesse do público. Isso requer abordar o público nas dimensões de gênero, raça e etnia, que estruturam a sociedade brasileira e a capacidade de resposta da AGU.

Banco de exemplos reais

Plataforma	Antes	Depois
Vídeo institucional de apresentação da AGU/Website/Canal YouTube [26]: flexão de gênero em roteiros audiovisuais	Procuradores e mais de 4 mil servidores atuando...	Procuradores e procuradoras e mais de 4 mil servidores e servidoras atuando...
	(...) precisa de um advogado para te ajudar...	(...) precisa de um advogado ou advogada para te ajudar...
	(...) encontram advogados e publicos para sanar as duvidas	(...) encontram advogados e advogadas públicas para sanar as dúvidas
	para realizar todo esse trabalho, a AGU conta com mais de 7.500 advogados (...)	para realizar todo esse trabalho, a AGU conta com mais de 7.500 advogados e advogadas (...)

[26] Conteúdo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o-kSxPMhokQ>. Acesso: 7 de abril de 2026.

2.6.2 Orientações para criação de artes e programação visual

Placas, faixas, banners, grides, backdrops, plotagens, outdoors, mídia indoor, identificação de salas, premiações, troféus e demais sinalizações em eventos e espaços públicos devem seguir a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e a linguagem simples. Os registros textuais não podem ser apresentados apenas no masculino como "universal" (falso universal).

Passo a passo para aplicar linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e linguagem simples em sinalizações e materiais visuais da AGU:

1. Revisão textual
- Verifique se substantivos e adjetivos não estão no masculino;
- Ajuste para formas femininas ou coletivas, garantindo inclusão.

2. Identificação de representatividade
- Pergunte: quem aparece e quem está ausente?
- Inclua grupos não representados de forma equilibrada e respeitosa.

3. Harmonização visual
- Nas imagens, avalie modelos, grafismos, cores e ilustrações;
- Busque diversidade de gênero, raça e etnia.

4. Equilíbrio em reconhecimentos públicos
- Em premiações, troféus e nominatas, assegure pluralidade;
- Contemple mulheres, homens, pessoas negras, indígenas, deficientes, LGBTIQA+, entre outras representações.

5. Padronização e consistência
- Mantenha linguagem simples e acessível em todas as peças;
- Garanta que placas, faixas, banners e demais sinalizações sigam o mesmo padrão inclusivo.

2.6.3 Sugestões para campanhas, ações promocionais e relações públicas

Briefings, anúncios, checklists e produtos derivados devem incluir a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e a linguagem simples em todas as etapas, da concepção à divulgação. A linha criativa precisa ser guiada pela equidade como valor institucional da AGU.

Campanhas, ações promocionais e relações públicas que tratam de equidade reforçam compromisso político, reputação institucional e coerência comunicativa, além de fortalecer o relacionamento com diferentes públicos. Essa prática amplia a produção comunicativa institucional e consolida a visão integrada de comunicação, garantindo coordenação, eficácia e eficiência no uso dos recursos da área de comunicação.

Recomendações

- **Equidade como valor institucional:** conduzir a linha criativa pela equidade, incorporando diversidade em todas as etapas de produção e divulgação;
- **Campanhas e ações promocionais:** reforçar o compromisso político da AGU com a equidade, consolidar reputação institucional sólida e coerente e fortalecer o relacionamento com públicos diversos;
- **Relações públicas e comunicação integrada:** evidenciar produção jornalística institucional alinhada à equidade e adotar visão 360º de comunicação, com coordenação, eficácia e eficiência dos recursos;
- **Representatividade nas iniciativas:** garantir diversidade em programação, palestrantes, pessoas convidadas, atrações e atividades, refletindo pluralidade de gênero, raça, etnia e outras dimensões sociais;
- **Coleta de dados desagregados:** realizar enquetes e pesquisas que incluam gênero, raça, etnia, faixa etária, orientação sexual, condição socioeconômica e escolaridade, para aperfeiçoar futuras ações e ampliar representatividade.

2.7 Interações e pronunciamentos

Porta-vozes são as pessoas destacadas para atender a imprensa, concedendo entrevistas estruturadas e informações técnicas por parte da AGU. Em geral, são pessoas titulares do órgão, integrantes da diretoria e cargos de alto escalão. Costumam compor o quadro de pessoas também mais expostas em pronunciamentos públicos em eventos, reuniões de alto nível e interagir com dirigentes de outras instituições.

Pela atribuição do posto, estão dotadas de conhecimento sobre o funcionamento do órgão e alinhadas com a visão do governo federal quanto aos pontos a serem divulgados para a imprensa. Neste sentido, são formuladoras natas do discurso institucional da AGU, incidindo sobre a articulação discursiva dos significados da gestão institucional, especialmente sobre a efetividade de resposta à cidadania brasileira na sua pluralidade e diversidade.

Porta-vozes devem estar conscientes e hábeis em visibilizar fortalezas da gestão do órgão e do governo, acentuar oportunidades espontâneas decorrentes de entrevistas e neutralizar eventuais abordagens negativas. Representam a voz e o rosto da AGU. Devem estar atualizadas sobre a articulação da linguagem simples, ou seja, enfocar o interesse do público em suas exposições públicas, comunicando com mais aptidão e excelência o que interessa ao cidadão e à cidadã.

Recomendações para porta-vozes da AGU

1. Preparação e alinhamento institucional

- Atualização sobre o funcionamento do órgão e a visão do governo federal;
- Incorporar linguagem simples e linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia em todas as exposições públicas.

2. Representatividade e equidade

- Visibilizar a pluralidade e diversidade da cidadania brasileira;
- Garantir que o discurso institucional articule gênero, raça e etnia de forma estratégica e equilibrada.

3. Gestão da imagem institucional

- Destacar fortalezas da gestão e oportunidades espontâneas em entrevistas;
- Neutralizar abordagens negativas com objetividade e segurança.

4. Excelência comunicativa

- Focar no interesse do público, traduzindo informações técnicas em mensagens acessíveis;
- Comunicar com aptidão e excelência, representando a voz e o rosto da AGU.

2.7.1 Entrevistas

Os veículos de imprensa podem ser classificados em cinco tipos principais:

- **Mídia nacional:** jornais, revistas, emissoras de TV e rádio com cobertura nacional, além de sites e plataformas de grande audiência e relevância reputacional;
- **Mídia internacional:** imprensa estrangeira, produzida no país ou no exterior;
- **Mídia regional:** veículos de estados ou com importância em determinada região do país;
- **Mídia especializada:** dedicada a setores ou temáticas específicas, como meio ambiente, moda ou agro;
- **Mídia alternativa/independente:** voltada a causas e grupos sociais, priorizando interesse público em vez de comercial, como mídia negra, indígena, de mulheres e feminista.

O destacamento de porta-vozes na AGU é feito pela Ascom, que avalia o tipo de mídia e as circunstâncias da entrevista para escolher a pessoa mais adequada e garantir o melhor aproveitamento da exposição institucional. Esse processo envolve interlocução com o gabinete e triagem cuidadosa das solicitações da imprensa.

A implementação da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e da linguagem simples na AGU exige que porta-vozes tenham habilidade para articular discursos que contemplem mulheres e homens, população negra e povos indígenas, inclusive utilizando a flexão de gênero como recurso linguístico.

A preparação de porta-vozes é estratégica e inclui ciclos de media training, que são investimentos essenciais em comunicação institucional. Esses treinamentos ajudam a desenvolver continuamente habilidades, acompanhar a transformação do trabalho da imprensa e fortalecer a relação com diferentes públicos e audiências.

As entrevistas se tornam oportunidades para destacar diversidade e reforçar a imagem institucional. Para isso, é essencial uma boa preparação, com roteiros precisos que definam informações públicas e ideias centrais alinhadas aos objetivos comunicacionais da AGU. Dessa forma, porta-vozes conseguem comunicar com objetividade, equidade e eficácia, consolidando a credibilidade da instituição.

Faça:

- Priorize o interesse do público, considerando o que ele precisa saber, seu nível de conhecimento e o contexto da informação;
- Mostre como a AGU responde às necessidades da população brasileira, usando dados e exemplos práticos;
- Adapte a narrativa ao veículo de imprensa e, ao mesmo tempo, torne os argumentos acessíveis a audiências amplas e diversas;
- Em entrevistas e conteúdos temáticos, articule impactos em diferentes regiões e grupos sociais. Exemplo: em pautas climáticas no Amazonas, destaque efeitos na região Norte e na realidade de povos tradicionais, indígenas, quilombolas, comunidades ribeirinhas, extrativistas e trabalhadores rurais;
- Enfatize que gênero, raça e etnia são dimensões estruturais da identidade brasileira e das relações sociais, políticas e culturais;
- Destaque que a AGU busca incluir pessoas historicamente excluídas, assegurar direitos da maioria da população (mulheres, população negra), reduzir desigualdades regionais e responder rapidamente a novas violações de direitos;
- Prepare-se antes da entrevista: compreenda a pauta, avalie temas sensíveis, identifique pontos fortes e antecipe novidades relevantes sobre a atuação da AGU para públicos diversos e específicos;
- Garanta que a performance na imprensa seja fruto de preparação, desenvolvimento contínuo de habilidades comunicacionais e planejamento estratégico.

Evite:

- Fornecer informações imprecisas;
- Perder a oportunidade de mostrar o trabalho da AGU contra o machismo, o racismo e outras formas de violação de direitos;
- Fazer comentários pessoais sobre gênero, direitos das mulheres, relações raciais ou outras formas de discriminação e violência.

Entrevistas costumam gerar estresse pela rapidez e objetividade exigidas. Para reduzir esse impacto e, ao mesmo tempo, aplicar linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e linguagem simples, recomenda-se que porta-vozes da AGU organizem suas ideias em tópicos antes do contato com a imprensa.

2.7.2 Artigos

A redação, proposição e publicação de artigos em diferentes tipos de mídia é uma estratégia importante para ampliar a presença da AGU e repercutir seus conteúdos junto à opinião pública. Essa prática contribui para reforçar o portfólio de comunicação do órgão. Permite aprofundar temas com mais densidade e precisão, oferecendo espaço para contextualizar dados, apresentar argumentos e destacar impactos sociais.

Os artigos permitem exercitar habilidades de redação alinhadas aos recursos linguísticos interseccional e de linguagem simples, reapresentar o órgão de forma assertiva e pedagógica e garantir maior segurança na reprodução das mensagens pela mídia. Trata-se de uma oportunidade estratégica para qualificar a comunicação institucional e reafirmar o compromisso da AGU com a equidade.

Recomendações

- Representatividade: mencione explicitamente grupos historicamente invisibilizados, como população negra, povos indígenas, quilombolas e comunidades tradicionais, LGBTIQA+, pessoas com deficiência;
- Exemplos práticos: utilize dados e casos concretos que mostrem como a atuação da AGU impacta diferentes públicos e regiões;
- Tom pedagógico: explique conceitos institucionais de forma didática, aproximando o discurso da realidade da cidadania;
- Consistência institucional: alinhe o artigo à imagem da AGU como órgão defensor da equidade e da cidadania;
- Adaptação ao veículo: ajuste a narrativa conforme o perfil da mídia (nacional, regional, especializada ou alternativa), sem perder a simplicidade e a inclusão.

2.7.3 Eventos

Eventos são ocasiões estratégicas para reunir pessoas e instituições, alinhar conhecimentos e construir agendas de trabalho progressivas. No contexto da AGU, os eventos podem ser aproveitados para apresentar, fortalecer e aperfeiçoar o uso da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e da linguagem simples, até que esses recursos se tornem práticas naturais.

Para isso, é necessário adotar uma visão de "comunicação 360º graus", que envolve desde a contratação de serviços e equipes com perspectiva de diversidade até a programação visual, materiais de divulgação, textos de mestre de cerimônias e briefing de pessoas convidadas. Cada detalhe deve estar atento à aplicação da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e da linguagem simples, garantindo coerência institucional e reforçando o compromisso da AGU com equidade e objetividade comunicacional.

Em eventos, presenciais ou on-line, a acessibilidade e a inclusão precisam ser tratadas como prioridades. Nos ambientes virtuais, legendas que indiquem cargos e funções ajudam a identificar adequadamente quem participa e qual é seu papel. A tradução em Libras em tempo real, feita por profissionais, deve estar sempre presente para garantir a participação da comunidade surda.

Autoridades da AGU, ao elaborarem discursos públicos, precisam incorporar a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e a linguagem simples, estabelecendo uma ponte direta entre o órgão e o público. Essa prática permite que cada audiência compreenda o posicionamento da AGU sobre as necessidades das pessoas, fortalece a atenção e o engajamento, amplia os acessos possíveis ao órgão e convida a sociedade a se relacionar de forma mais próxima. O primeiro elemento de atração e credibilidade é a linguagem, que deve ser objetiva, inclusiva e representativa.

Discursos públicos oferecem maior flexibilidade em relação à linguagem, permitindo certa dose de informalidade e proximidade com a audiência. Essa característica abre espaço para menções pontuais a públicos específicos, como o LGBTIQA+, em saudações e reconhecimentos. Mesmo simples, essas referências têm grande impacto: demonstram atenção, acolhimento e respeito, além de reforçarem o compromisso da AGU com a inclusão e a cidadania. Ao integrar a linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e a linguagem simples nesses momentos, os discursos se tornam mais representativos e fortalecem a conexão direta entre o órgão e a sociedade.

Banco de sugestões

Breves saudações à cidadania LGBTIQA+	Boa tarde a todos, todas e todes, Ou: Boa tarde a todas as pessoas presentes, É com grande satisfação que a AGU saúda essa audiência pública em que se coloca em debate a solução de conflitos territoriais em terras indígenas no Maranhão.
Saudação ao público com flexão de gênero	Prezados senhores, prezadas senhoras e demais pessoas presentes, A AGU é um órgão de apoio ao governo federal para facilitar o acesso do direito e da justiça à cidadania brasileira. Quer estar mais próxima dos anseios e das necessidades de quem quer seja, removendo barreiras de discriminação de gênero, raça e etnia.

Fonte: A autora (2026).

Solenidades e cerimônias institucionais da AGU precisam refletir equilíbrio e diversidade. Em descerramentos de placas, inaugurações de instalações ou reconhecimentos públicos[27], é essencial verificar se mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTIQA+ e pessoas com deficiência estão representadas em destaque.

A equidade deve ser transversal, percebida como prática contínua e interligada em todas as ações do órgão. Eventualmente, uma dimensão pode não estar presente, mas isso deve ser exceção. No conjunto, o registro acumulado mostrará uma trajetória harmoniosa, guiada pela interseccionalidade em sua perspectiva positiva, na qual a inclusão atua como eixo central da comunicação institucional.

Recomendações

Inclusão: garantir a participação de mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTIQA+ e pessoas com deficiência em todos os níveis do evento (pessoas convidadas, público, equipe de comunicação e de pessoas contratadas por empresas prestadoras de serviços à AGU);
Acessibilidade: assegurar tradução em Libras, audiodescrição, instalações físicas adaptadas e equipe de apoio à mobilidade;
Linguagem: orientar expositores e expositoras para uso de linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia nos materiais e na comunicação verbal;
Transparência: divulgar resultados atualizados das ações da AGU em equidade de gênero, raça e etnia;
Valorização: comunicar com entusiasmo os avanços da AGU na promoção de direitos de grupos historicamente vulnerabilizados;
Impacto: apresentar histórias de transformação de populações vulneráveis, evidenciando o impacto da atuação da AGU antes e depois.

[27] Em contraponto a tal designação, o movimento de mulheres e feministas vem adotando o vocábulo "femenagem". Registra-se, aqui, para finalidade de atualização de termos na área de gênero. Para fins institucionais, recomenda-se: placas de reconhecimento, reconhecimento público, grupo reconhecido ao invés do uso de "homenagem". No caso de nominata: "pessoa reconhecida" ou a expressão "destaque pelos serviços prestados" são outras sugestões.

Capítulo 3 - Redação Oficial Inclusiva

A comunicação institucional da AGU deve ser guiada por princípios de inclusão, diversidade e acessibilidade. Para isso, recomenda-se atenção especial à paridade de gênero, raça e etnia, ao tratamento equitativo das pessoas, à valorização de testemunhos de transformação e ao uso de dados desagregados.

O tom comunicacional precisa ser direto, inclusivo e capaz de atrair novos públicos, enquanto a escuta ativa da sociedade civil fortalece a colaboração e a legitimidade das ações. Sustentar essa pauta de forma contínua pode consolidar a AGU como referência em comunicação interseccional e cidadã.

3.1 Diretrizes de Gênero

- Evitar o uso exclusivo do masculino; incluir mulheres e homens em todas as menções;
- Revisar substantivos, adjetivos, pronomes e outros termos para flexão de gênero ou uso de coletivos/neutros;
- Valorizar o protagonismo das mulheres em cenas, textos e narrativas;
- Garantir equilíbrio de representação em imagens e locuções (vozes femininas e masculinas);
- Destacar como mulheres se beneficiam das ações e serviços da AGU.

3.2 Diretrizes de Raça e Etnia

- Retratar pessoas negras de forma afirmativa (postura executiva, interação ativa, espontaneidade gestual);
- Evidenciar protagonismo de pessoas negras, indígenas e quilombolas em conteúdos e campanhas;
- Capturar elementos identitários (turbantes, tranças, cocares, acessórios culturais);
- Incluir sotaques e timbres diversos (afro-brasileiro, indígena, rural, nordestino) em locuções;
- Informar como população negra, povos indígenas e comunidades tradicionais podem acionar a AGU;
- Garantir equilíbrio visual e sonoro para evitar superexposição de um grupo em detrimento de outros.

3.3 Recomendações para Comunicação Institucional da AGU

1. Paridade de fontes

- Diversificação de porta-vozes e autoridades: equilíbrio de gênero, raça e etnia;
- Ampliação de representatividade: inclusão de diferentes trajetórias para mostrar pluralidade.

2. Tratamento equitativo

- Valorização da pluralidade: cidadãos e cidadãs na centralidade da comunicação institucional;
- Mostra de benefícios concretos: como cada pessoa é atendida e pode usar os serviços da AGU.

3. Interseccionalidade

- Inclusão de diferentes realidades: quilombolas, povos indígenas, terreiros de matriz africana, estudantes de ações afirmativas, pessoas LGBTIQA+ e mulheres de comunidades tradicionais, deficientes, entre outras;
- Relato de casos práticos: evidência como a AGU atua para resolver problemas de discriminação múltipla.

4. Dados desagregados

- Evidências por sexo, raça e etnia: para identificar desigualdades e propor soluções inclusivas;
- Humanização via estatísticas: conectar dados a histórias reais de sujeitos e sujeitas.

5. Testemunhos de transformação

- Valorização de vozes e imagens: compartilhamento de histórias individuais articuladas à atuação institucional;
- Mostra de impacto: destaque casos emblemáticos que comprovem a eficiência da AGU.

6. Tom comunicacional

- Manutenção de formalidade, mas com nuances amigáveis, práticas e leves quando adequado;
- Uso da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia: para atrair novos públicos, ampliar audiência e fortalecer liderança comunicacional;
- Comunicação não violenta: observação sem julgamento, reconhecimento das outras pessoas, disposição para acolher solicitações específicas de públicos, proposição de soluções viáveis a reivindicações plausíveis, coibir termos e expressões sexistas, racistas, LGBTIQA+fóbicas e de outras formas de discriminação negativa.

7. Escuta e colaboração

- Diálogo com sociedade civil e movimentos sociais: para projetos de comunicação colaborativos e mais assertivos;
- Acolhimento de críticas construtivas: para ajustar práticas e ampliar representatividade.

8. Sustentação da pauta

- Revisões internas para garantir atenção a gênero, raça e etnia;
- Organização de ciclos formativos para a equipe de comunicação sobre atualização de boas práticas;
- Monitoramento e avaliação de conteúdos com ferramentas específicas;
- Jornadas avaliativas interdisciplinares para consolidar a transversalidade da inclusão.

3.4 Posicionamento estratégico da comunicação institucional da AGU

A comunicação com perspectiva de gênero, raça e etnia altera a estrutura produtiva da AGU, deixando de atuar apenas como receptora de demandas das áreas técnicas para transformá-las em conteúdos. Institui um fluxo ativo na comunicação institucional da AGU, deslocando o modelo reativo que predominava até então.

Nesse novo ordenamento, a comunicação não parte apenas da necessidade de comunicar algo já existente, mas se organiza como prática estratégica e propositiva, capaz de antecipar pautas, estruturar narrativas e consolidar a transformação institucional.

- O fluxo ativo redefine a comunicação institucional da AGU. Diferencia-se do fluxo reativo, em que o conteúdo a ser comunicado se sobrepunha ao público;
- No fluxo ativo, o público em sua pluralidade — mulheres, pessoas negras, indígenas e LGBTIQA+ — ocupa a prioridade máxima;
- A igualdade de gênero, raça e etnia passa a ser condição inicial e estruturante. A articulação com a linguagem simples reforça acessibilidade e inclusão;
- A lógica comunicacional deixa de ser apenas resposta a demandas técnicas e se torna propositiva e estratégica;
- O foco desloca-se do "algo a ser comunicado" para as pessoas, garantindo equidade e representatividade.

O fluxo ativo estabelece a comunicação da Ascom/AGU como força estratégica que parte da própria comunicação para a instituição, orientada pela equidade de gênero e pela diversidade étnica como valores criativos centrais. Essa lógica supera vieses e interdições — preconceitos, discriminações ou decisões apressadas — que reduzem o potencial responsivo da comunicação.

A diversidade passa a ser força-motriz na construção de conteúdos, incidindo sobre signos como palavra, imagem, gesto ou som, e garantindo que a igualdade de gênero, raça e etnia esteja presente desde a origem do processo comunicativo.

Para assegurar a consistência desse modelo, torna-se essencial o monitoramento e a avaliação contínua, com correções quando necessário, evitando distorções que comprometam a equidade como valor inicial. Nesse sentido, reforça-se a adoção de indicadores de comunicação voltados à igualdade e sua publicização junto ao público da AGU e aos ministérios da Igualdade Racial e das Mulheres, em alinhamento às diretrizes da administração pública federal.

3.5 Mapeamento de riscos e gestão de crises

O cenário digital brasileiro, marcado por polarizações e sentimentos exacerbados, expõe as temáticas de gênero, raça e etnia a discursos de ódio, negacionismos, ataques a direitos, fake news e desinformação (Santini, 2024). Diante da ênfase dada a esses conteúdos na comunicação institucional da AGU, o manual identifica três riscos reputacionais principais:

- **Receptividade:** manifestações positivas e aumento da audiência, com interação moderada, agradecimentos, monitoramento de métricas e registro de observações favoráveis.
- **Neutralidade:** indiferença e invariabilidade de dados, exigindo apenas monitoramento e documentação da baixa atividade.
- **Resistência:** rejeição, oposição e campanhas de desinformação, demandando medidas de mitigação, explicações ao público, registro das manifestações desfavoráveis, ajustes estratégicos e reconhecimento das perdas para assegurar a implementação da linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia.

Esse mapeamento permite que a AGU antecipe respostas e fortaleça sua comunicação institucional, assegurando que a equidade permaneça como valor central mesmo em cenários adversos. Conforme o Guia de Comunicação Pública para Igualdade de Gênero: "Comunicar bem, com transparência, responsabilidade e compromisso com a igualdade, é também uma forma de reduzir o terreno fértil para discursos de ódio, negacionismos e ataques à própria ideia de direitos" (SOUSA, 2026, p. 48).

Mapeamento de riscos reputacionais à AGU e gestão de crises: implementação do manual

Cenário	Clima	Etapa processual	Medidas	Insumos para indicadores
Receptividade	**Acolhimento**	• Percepção positiva do público acerca da linguagem, evidenciada pela aceitação e reconhecimento da comunicação inclusiva. • Manifestações de exaltação, traduzidas em elogios e demonstrações de apoio nas redes e demais canais. • Alta carga positiva, expressa em comentários favoráveis e no aumento da audiência, consolidando a credibilidade e o alcance da comunicação institucional.	• Interação moderada com agradecimentos às manifestações positivas, • Monitoramento das estatísticas em múltiplas plataformas, avaliação das métricas de satisfação • Registro interno das observações favoráveis para subsidiar análises críticas e estudos de caso.	• Percentual de fluxo ascendente de comentários positivos e outras interações, evidenciando crescimento na aceitação da linguagem inclusiva. • Quantidade de interações positivas entre seguidores e seguidoras, como curtidas mútuas e marcações de outras pessoas (@handle), que reforçam a circulação orgânica do conteúdo. • Percentual de crescimento do engajamento, verificado nas estatísticas de cada plataforma, demonstrando maior alcance e participação ativa do público.
Neutralidade	**Inatividade**	• Inexpressividade do público, com ausência de manifestações relevantes. • Invariabilidade, marcada pela estabilidade dos dados e pela indiferença da audiência.	• Monitoramento das estatísticas em diferentes plataformas • Registro das observações de baixa atividade ou inatividade, também voltadas à análise crítica e à construção de estudos de caso.	• Percentual de fluxo inexpressivo de comentários e outras interações, evidenciando baixa participação do público e ausência de engajamento significativo.
Resistência	**Rejeição**	• Percepção negativa do público acerca da linguagem, refletindo rejeição e oposição. • Oposição evidenciada por comentários negativos, que podem ser jocosos ou até discriminatórios. • Alta carga negativa, expressa em comentários desfavoráveis e redução da audiência.	• Avaliação de medidas de mitigação e explicação ao público, para reduzir ruídos e esclarecer posicionamentos. • Registro interno das observações desfavoráveis, organizadas como estudo de caso para análise crítica. • Monitoramento das estatísticas em múltiplas plataformas, garantindo acompanhamento contínuo da repercussão. • Assunção de perdas diante do posicionamento de implementação, reconhecendo impactos negativos como parte do processo. • Organização de ajustes estratégicos, voltados à preservação da audiência e à adequada implementação da linguagem inclusiva.	• Percentual de fluxo ascendente de comentários negativos e outras interações, revelando crescimento da oposição à linguagem inclusiva. • Quantidade de interações negativas entre seguidores e seguidoras, como curtidas em comentários desfavoráveis e marcações de outras pessoas (@handle), que ampliam a circulação de conteúdos contrários. • Percentual de engajamento verificado nas estatísticas de cada plataforma, demonstrando que, embora haja participação ativa, ela se concentra em manifestações críticas ou discriminatórias.

Fonte: A autora (2026).

O manual reafirma o posicionamento institucional da AGU contra o sexismo, o machismo, a misoginia, o racismo e outras formas de discriminação, tornando público um valor já presente no órgão. Sua implementação sistematiza a defesa da equidade de gênero, raça e etnia, de forma reiterada e consolidada, impactando diretamente a percepção pública, a imagem institucional e o valor reputacional da AGU.

A articulação entre linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia e linguagem simples se apoia em marcos normativos nacionais e internacionais que garantem direitos a grupos historicamente excluídos e vulnerabilizados pela violação de direitos. Esse movimento desafia a comunicação a cumprir sua missão primordial: ser dialógica, participativa e acessível, criando vínculos entre fonte emissora e público.

É a oportunidade de privilegiar técnicas jornalísticas e comunicativas mais simples, colocando a humanização no centro e superando exclusões baseadas em desigualdades. É tempo de reconstruir caminhos mais positivos e eficazes para a comunicação institucional.

Glossário

Agente de usuário - qualquer software que obtenha e apresente conteúdos da web às pessoas usuárias. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Audiência - grupo específico e ativo de pessoas, focado em ler, ouvir ou assistir a algo num momento determinado, a exemplo de podcasts, videocasts, vídeos, lives, redes sociais, portais e publicações impressas e digitais. Audiências são mensuráveis, temporárias e voláteis.

Audiodescrição - recurso de acessibilidade comunicacional que consiste na tradução de imagens em palavras, por meio de técnicas e habilidades aplicadas com o objetivo de proporcionar uma narração descritiva em áudio, para ampliação do entendimento de imagens estáticas ou dinâmicas, textos e origem de sons não contextualizados, principalmente sem a utilização da visão. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Diversidade - identidades diferentes, variedade e multiplicidade de existência entre pessoas e grupos.

Equidade - reconhecimento de determinantes sociais sobre necessidades, diversidades e especificidades de pessoas em fase de desigualdades, preconceitos e discriminação. O conceito está atrelado à justiça por meio de tratamento diferenciado para a restauração da condição de igualdade entre as demais pessoas em uma sociedade.

Flexão de gênero - modificação com termos na frase ou oração a partir da classe gramatical, geralmente em substantivos masculino e feminino, adjetivos e outros qualificadores. Visa à concordância com termos em uma frase.

Interseccionalidade - ferramenta analítica para aferição do cruzamento e da sobreposição de discriminações, desigualdades e preconceitos a partir de dimensões de gênero, raça, etnia classe social, faixa etária, escolaridade, territorialidades. Constata níveis de exclusões, vulnerabilidades, desvantagens e faltas de acessos à circulação natural na sociedade.

LGBTfobia - prática discriminatória e preconceituosa direcionada a pessoas LGBTIQA+ (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, pessoas transgêneras, transexuais, interessexuais, queer, assexuais, entre outras) para impedimento, expulsão e tratamento degradante em espaços e ambientes públicos e privados.

Legendas descritivas - caption, sons do ambiente e demais informações que não poderiam ser percebidos ou compreendidos por pessoas com deficiência auditiva. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Linguagem simples - técnica de comunicação em que o texto, a estrutura e o design são tão adequados que os leitores e as leitoras a que se destinam conseguem com facilidade encontrar o que precisam, entender o que encontram e utilizar essa informação. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Mídia sincronizada - conteúdo que combina elementos como áudio, texto e/ou vídeo, em que todos precisam estar sincronizados entre si para transmitir a informação de maneira correta e/ou com componentes interativos baseados em tempo. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Misoginia - ódio, desprezo, aversão e preconceito contra as mulheres e meninas. Ocorrem em tratamentos para objetificar, rebaixar e punir o gênero feminino.

Nome acessível - texto associado a um componente de interface para identificá-lo a usuários e usuárias de tecnologia assistiva. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Pluralidade - manifestação das diferentes formas de ser, pensar, viver e se expressar das pessoas em uma sociedade. Contrário à singularidade, referente a pensamento único e hegemonia de existência.

Público - conjunto de pessoas com interesses comuns. Exemplo: público-alvo, leitorado.

Racismo - superioridade atribuída a um grupo étnico-racial em relação a outro(s). Articula relações de supremacia, hegemonia, dominação e poder com cerceamento de direitos, ausência ou limites de liberdade e inexistência dos demais.

Sexismo - preconceito, discriminação, estigmas e estereótipos baseados em sexo e gênero. Determina relações de poder, subserviência, subordinação, desqualificação, deslegitimação e dominação.

Tecnologia assistiva - hardware ou software que funciona como um agente de usuário, ou em conjunto com um agente de usuário convencional, que fornece funcionalidades para atender às necessidades de pessoas usuárias com deficiência, que vão além das oferecidas pelos agentes de usuário convencionais. (Fonte: ABNT NBR 17225)

Considerações finais

O Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU se apoia em sólida base jurídica e institucional, enfrentando resistências históricas ligadas ao sexismo e ao racismo. Organiza práticas comunicativas para soluções e resultados de comunicação interseccional na comunicação institucional. Sugere abordagens e conceitos para rotinas produtivas. Fornece insumos para indicadores de monitoramento e avaliação da qualidade da sua implementação e apresenta mapeamento de riscos e estratégias de gestão de crise na comunicação digital, considerando ataques misóginos e campanhas de desinformação.

Sua estrutura de linguagem simples está fundamentada na Lei nº 15.263/2025, em normas da ABNT e no Pacto Nacional do Judiciário pela Linguagem Simples. Conteúdos de gênero, raça e etnia estão alinhados à legislação nacional e a tratados internacionais, tais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Plataforma de Ação de Pequim e o Plano de Durban. O manual também dialoga com iniciativas nacionais como o Plano de Comunicação pela Igualdade Racial para a Administração Pública Federal e o Guia de Comunicação Pública para Igualdade de Gênero, fortalecendo a cooperação institucional. Faz referência ao Manual de Redação da Presidência da República e ao Manual de Audiodescrição, do Instituto Benjamin Constant.

Incorpora dados do Censo 2022 para evidenciar a diversidade de públicos, que pode superar 25 grupos distintos, e apresenta orientações de acessibilidade digital, fruto da cooperação entre Brasil e Reino Unido, e recomendações do governo digital.

A implementação do manual pode alterar o fluxo da comunicação institucional da AGU, reposicionando a Ascom com foco estruturante na equidade de gênero, raça e etnia. Esse novo modelo tende a fortalecer alianças internas e aprimorar a capacidade de comunicar com assertividade, dignidade e inclusão, atendendo melhor às necessidades da cidadania brasileira.

Referências bibliográficas

ARENDT, Hannah. A condição humana. Tradução Roberto Raposo. 10a. ed. Rio de Janeiro: Forense, Universitária, 2008.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil Manual de redação da Presidência da República / Casa Civil, Subchefia de Assuntos Jurídicos ; coordenação de Gilmar Ferreira Mendes, Nestor José Forster Júnior [et al.]. – 3. ed., rev., atual. e ampl. – Brasília: Presidência da República, 2018. 189 p.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; Ministério da Igualdade Racial. Plano de Comunicação pela Igualdade Racial na Administração Pública Federal. Escrito e organizado por SANTANA, Midiã Noelle e Grupo de Trabalho Interministerial. Brasília: Secretaria de Comunicação Social, 2024.

CAPRINO, M. P. Questão de estilo: o texto jornalístico e os manuais de redação. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n. 37, p. 105-123, 1o. sem. 2002

CARNEIRO, Sueli. Gênero, raça e ascensão social. Estudos Feministas, Florianópolis, ano 3, p. 544-552, 2º semestre 1995.

_____. Mulheres em movimento. Estudos Avançados, São Paulo, v. 17, n. 49, p. 117-132, 2003a.

_____. "Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero". In: ASHOKA EMPREENDIMENTOS SOCIAIS; TAKANO CIDADANIA (orgs.). Racismos contemporâneos. Rio de Janeiro: Takano Editora, p. 49-58, 2003b.

_____. A construção do outro como não-ser como fundamento do ser. 339f. São Paulo: USP, 2005. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, 2005.

_____. Uma coisa é uma coisa, outra coisa é outra coisa, 24 fev 2012. Disponível em: <http://www.geledes.org.br/uma-coisa-e-uma-coisa-e-outra-coisa-eoutra-coisa-por-sueli-carneiro/#ixzz4HMFYTCTu>. Acesso em: 31 jul. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. Manual Geral da Redação. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1984.

_____. _____. 2. ed. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1987.

_____. Novo Manual da Redação. 6. ed. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1996.

_____. Manual da Redação. 3. ed. São Paulo: Publifolha, 2001.

_____. _____. 19. ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

GARCIA, L. (org.). O Globo: Manual de redação e estilo. São Paulo: Globo, 1992.
_____._____. 22. ed. São Paulo: Globo, 1995.

_____._____. 29. ed. São Paulo: Globo, 2005
GONZALEZ, Lélia. O movimento negro na última década. In: GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. Lugar de negro. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

_____. Racismo e sexismo na cultura brasileira. Revista das Ciências Sociais Hoje, Anpocs, 1983.

MESQUITA, Bruno Mendes et. al. Manual de audiodescrição: como construir roteiros acessíveis [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: Instituto Benjamin Constant, 2025.

OLIVEIRA, R. N.; DUQUE, A. P.; WEYL, L. M. Linguagem inclusiv@: O que é e para que serve?!. In: SOUZA JUNIOR, J.G; APOSTOLOVA, B. S; FONSECA, L. G. D. (Orgs.), O direito achado na rua: Introdução crítica ao direito das mulheres. Brasília: CEAD, FUB, 2012. v. 5. p.129-132. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/96022643/PromotorasLegaisPreviewPgSimples-versao-final-pdf>. Acesso em: 28 out. 2015.

ROEDEL, Patrícia. Manual de linguagem simples [recurso eletrônico]: como planejar, desenvolver e testar textos que funcionam. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2024.

ROSA, Isabel Cristina Clavelin da. Parresia e hermenêutica de profundidade nas trilhas de Hermes: raça e gênero em formas simbólicas sobre o jornalismo como profissão no Brasil. 2016. 688 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

SANTINI, R. Marie; SALLES, Débora. MATTOS, Bruno. BELIN, Luciane L. CANAVARRO, Marcela. MEDEIROS, Stephanie. HADDAD, João G. SILVA, Daphne. SEADE, Renata. DIAS, Bernardo. GOMES, Matheus. Golpes, fraudes e desinformação na publicidade digital abusiva contra mulheres. Rio de Janeiro: NetLab - Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2024.

SCHONS, Aline; ROSA, Isabel Cristina Clavelin da; PAVARINO, Rosana Nantes PAVARINO. A Linguagem Inclusiva de Gênero em Manuais de Redação Jornalística. Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

SOUSA, Janara (org). Guia de comunicação pública para igualdade de gênero. 1. ed. Brasília, DF: Ed. dos Autores, 2026.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Guia de Linguagem Inclusiva para Flexão de Gênero: aplicação e uso com foco em comunicação social. 2. ed. Brasília, 2023.

ZHAO, X. El linguaje no discriminatório y la tradución entre el chino y el español. 2014. 390f. Tese (Doutorado em Filosofia e Linguística) – Universidad Autonoma de Madrid, Madrid, 2014. Disponível em: . Acesso em: 5 nov. 2015.

Apêndice

1. Manual Rápido de Redação: Linguagem Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia, Linguagem Simples e Acessibilidade Digital

1. Princípios gerais

- Usar linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia;
- Priorizar linguagem simples: frases curtas, diretas e sem jargões;
- Garantir acessibilidade digital: textos compatíveis com leitores de tela, legendas em vídeos e contraste adequado em peças visuais.

2. Boas Práticas de Gênero

- Evitar o masculino genérico; incluir mulheres e homens;
- Flexionar substantivos e adjetivos ou usar coletivos/neutros;
- Valorizar o protagonismo das mulheres em narrativas e imagens;
- Equilibrar vozes femininas e masculinas em locuções.

3. Boas Práticas de Raça e Etnia

- Representar pessoas negras, indígenas e quilombolas de forma afirmativa;
- Incorporar elementos identitários (turbantes, tranças, cocares, acessórios culturais);
- Usar sotaques e timbres diversos (afro-brasileiro, indígena, rural, nordestino);
- Garantir equilíbrio visual e sonoro, evitando superexposição de um grupo.

4. Estrutura da comunicação

- Gancho: captar atenção inicial com objetividade e relevância;
- Identificação: aproximar a mensagem da realidade do público;
- Desenvolvimento: apresentar dados e exemplos práticos, com recorte de gênero, raça e etnia;
- Conclusão/Chamada para ação: indicar como acessar serviços ou se beneficiar das iniciativas da AGU.

2. Modelo de estrutura para: entrevista

Que mulheres foram beneficiadas pela regularização da situação trabalhista das quebradeiras de coco babaçu?
Trabalhadoras rurais, quilombolas, mulheres indígenas, ribeirinhas são a força de trabalho mais presente na categoria quebradeiras de coco babaçu. Elas foram atendidas pelo termo de conciliação da AGU nº 024/2025, que ampliou a proteção trabalhista.

Comentários: O público é destrinchado nas distintas camadas ocultas pelo termo genérico "quebradeiras de coco babaçu", trazendo à tona diferentes identidades, pertenças de grupos, territórios ocupados por elas.

Ao designar por enumeração, os substantivos, flexionados ao gênero feminino, revelam a amplitude de mulheres, na sua pluralidade e diversidade, com que exerce o trabalho de quebradeira de coco babaçu. Nomeadas, uma a uma, elas são valorizadas na sua existência individual e coletiva. São chamadas a ser vistas e tratadas na singularidade, colaborando para a imagem e a percepção pública de que a AGU contempla espectro largo das necessidades das cidadãs).

Fonte: A autora (2026).

3. Modelo de estrutura para: press release

AGU empossa 50 servidores e servidoras públicas [título]

(Comentário: dispensa-se "novos" e até mesmo "integrantes" para designar postos e de modo direto, pois posse se refere à nova posição pública)

Novas posições irão colaborar para a agilidade de casos e processos no órgão [intertítulo]

[texto]

Maio foi marcado por um novo momento na AGU. Cinquenta servidores e servidoras públicas foram empossadas no órgão, em Brasília. O advogado-geral da União, Jorge Messias, e demais integrantes da diretoria da AGU estiveram presentes na solenidade.

Do conjunto empossado, são 28 mulheres e 22 homens. Entre as novas servidoras, 14 são brancas, 13 são negras e uma é indígena. Dentre os servidores, dez são negros, nove são brancos e dois são indígenas. Na autodeclaração, há cinco gays, quatro lésbicas, duas bissexuais e uma transgênero. Trinta e oito são heterossexuais e cisgênero.

Comentários: Texto redigido em ordem direta. Frases curtas. Apresentam-se primeiro os "homens" para possibilitar a concordância de gênero nominal ao substantivo "mulheres", tornando mais direta a redação jornalística. Opta-se por "integrantes" em vez de "membros" ou "membresia", que poderia transparecer certa estranheza ao público. Desenvolve-se o recorte por sexo, raça e etnia, agregando autodeclaração sexual.

Fonte: A autora (2026).

4. Modelo de estrutura para: discurso público

Caros servidores, colaboradores,
Caras servidoras, colaboradoras da AGU,

É com alegria que a AGU anuncia o lançamento do "Manual de Comunicação e Redação Oficial Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia da AGU". Trata-se de novos desafios a serem compartilhados com todos, todas e todes, pois a AGU altera o modo de pensar, de se comunicar e se expressar.

Ou: "Trata-se de novos desafios a serem compartilhados com todas as pessoas", pois a AGU altera o modo de pensar, de se comunicar e de se expressar.

Há mudanças no falar, no escrever, no fotografar, no editar. Possivelmente, a transformação mais perceptível será em cada mentalidade e em cada coração de profissionais da AGU. É a ativação da pessoa do cidadão e da cidadã primeiro que o interesse público. É isso mesmo: o interesse do público passa a ser a razão comunicativa primeira do que a instituição.

Evidentemente que a comunicação dá conta do que a AGU faz e fez, mas estamos diante de um passo anterior ao que já fazemos: colocar o cidadão e a cidadã em primeiro lugar. Pensar nele e nela, pessoa beneficiária do serviço público, antes do nós, AGU.

Comentários: O vocativo do discurso envolve homens e mulheres nas modalidades contratuais mais abrangentes, mas distintas: quem é do quadro efetivo e quem é do quadro volátil, independente de terceirização, estágio, entre outras.

Como texto a ser declarado verbalmente, cabe incluir "todes", a fim de contemplar e valorizar o conjunto de profissionais da AGU com identidade LGBTIQA+. A medida reforça o trabalho interno pela equidade de gênero, ressalvando a visibilidade conquistada pelas pessoas LGBTIQA+ dentro e fora da AGU).

Fonte: A autora (2026).

5. Modelo de estrutura para ofício

Assunto: Apresentação de novas funcionalidades do Sidof – Módulo I

Senhora Chefe de Gabinete,

1 A Subchefia para Assuntos Jurídicos da Casa Civil da Presidência da República aprimorou o Sistema de Geração e Tramitação de Documentos Oficiais – Sidof, com a inserção de novas funcionalidades. Os novos recursos do sistema serão apresentados aos servidores e às servidoras em módulos organizados por esta Subchefia.
2 Convido os servidores e as servidoras do [nome do Ministério] para assistir à apresentação do primeiro módulo, a ser realizada em 10 de setembro de 2018, às 9h30, no Auditório desta Subchefia.
3 Para assegurar o credenciamento, solicito a esse órgão a indicação dos servidores e das servidoras que trabalham com o Sidof, até 28 de agosto de 2018, por meio do endereço eletrônico.

Fonte: Adaptado de Brasil (2018).

6. Modelo de briefing inclusivo

1. Identificação

- Projeto/Campanha: [Nome da ação]
- Área demandante: [Órgão/Departamento solicitante]
- Responsáveis: [Equipe envolvida]

2. Objetivo

- Qual a finalidade da ação?
- Qual mensagem principal deve ser transmitida?
- Como essa mensagem se conecta aos valores institucionais da AGU (equidade, cidadania, justiça)?

3. Público-alvo

- Mulheres e homens;
- População negra;
- Povos indígenas;
- Pessoas LGBTIQA+;
- Pessoas com deficiência;
- Outros grupos sociais relevantes.

4. Mensagem-chave

- Linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia;
- Linguagem simples e acessível;
- Destaque para como diferentes públicos podem se beneficiar das iniciativas da AGU.

5. Tom e estilo

- Direto, objetivo e acessível;
- Inclusivo e representativo;
- Institucional, mas próximo da realidade do público.

6. Recursos visuais e sonoros

• Imagens com diversidade de gênero, raça, etnia e pessoas com deficiência;
• Equilíbrio de representação em fotos e vídeos;
• Locuções com sotaques e timbres diversos (afro, indígena, rural, nordestino);
• Recursos de acessibilidade: legendas, audiodescrição, contraste adequado.

7. Checklist da Linguagem Simples, Linguagem Inclusiva de Gênero, Raça e Etnia e Acessibilidade Digital na AGU

Estrutura e objetividade

[ ] Usar frases curtas e em ordem direta (sujeito + verbo + complemento).
[ ] Uma ideia por parágrafo.
[ ] Colocar a informação mais importante primeiro.
[ ] Organizar o texto com títulos, subtítulos e listas.

Vocabulário

[ ] Preferir palavras comuns e conhecidas pelo público.
[ ] Explicar termos técnicos ou jurídicos quando forem necessários.
[ ] Evitar jargões, estrangeirismos e siglas sem explicação.
[ ] Escrever o nome completo antes da sigla (ex.: "Advocacia-Geral da União (AGU)").

Inclusão e respeito

[ ] Usar linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia.
[ ] Evitar termos pejorativos ou discriminatórios.
[ ] Garantir representatividade em exemplos, imagens e narrativas.

Acessibilidade

[ ] Incluir texto alternativo em imagens.
[ ] Disponibilizar legendas e transcrições em vídeos e áudios.
[ ] Oferecer versão em Libras e audiodescrição quando possível.
[ ] Garantir contraste adequado e fontes legíveis.

Revisão

[ ] Testar se o texto é compreendido por diferentes públicos.
[ ] Ler em voz alta para verificar a fluidez.
[ ] Revisar para eliminar redundâncias e ambiguidades.
[ ] Validar se o conteúdo permite que o cidadão e a cidadã encontre, compreenda e use a informação.

8. Checklist Criativo – Comunicação Inclusiva AGU: Geral

Concepção

- A ideia central reflete equidade e diversidade como valores institucionais?
- O conceito criativo contempla gênero, raça, etnia e acessibilidade desde o início?
- Há espaço para representações plurais (mulheres, população negra, povos indígenas, pessoas LGBTIQA+, pessoas com deficiência)?

Redação e narrativa

- Linguagem simples e inclusiva aplicada?
- Termos neutros ou coletivos usados para evitar exclusões?
- Mensagem centrada no interesse e contexto do público?
- Dados e exemplos com recorte de gênero, raça e etnia?

Som e voz

- Locuções com sotaques e timbres diversos (afro, indígena, rural, nordestino)?
- Equilíbrio entre vozes femininas e masculinas?
- Música e trilha sonora refletem a identidade cultural brasileira?

Imagem e visual

- Diversidade de corpos, rostos e estilos representados?
- Equilíbrio visual entre grupos sociais?
- Elementos culturais (tradições, vestimentas, territórios) integrados de forma respeitosa?
- Recursos de acessibilidade digital (legendas, contraste, audiodescrição)?

Divulgação

- Estratégia de comunicação alinhada à equidade institucional?
- Materiais adaptados para diferentes públicos e plataformas?
- A mensagem reforça o papel da AGU como porta de entrada para o acesso à justiça?

9. Checklist Estratégico: Fotografia

- Linguagem inclusiva de gênero, raça e etnia aplicada em textos e imagens?
- Banco de imagens atualizado e diverso?
- Narrativas visuais afirmativas e sem estereótipos?
- Equilíbrio de gênero, raça e etnia nos registros?
- Criatividade usada para complementar realidades menos plurais?

10. Checklist da Linguagem Simples na AGU: versão simplificada, ABNT 24495

[ ] o conteúdo coloca o público em primeiro lugar?
[ ] o conteúdo parte da motivação do público?
[ ] o conteúdo responde ao que o público quer saber?
[ ] o conteúdo responde ao que o público precisa saber?
[ ] o conteúdo atende ao nível de interesse do público?
[ ] o conteúdo atende ao nível de conhecimento do público?
[ ] o conteúdo atende ao nível de letramento do público?
[ ] o conteúdo é prático ao contexto em que o público utilizará a informação oferecida pela AGU?

11. Checklist da Linguagem Simples[28]: versão responsiva à Política Nacional de Linguagem Simples

[ ] o conteúdo possibilita que cidadãos e cidadãs consigam encontrar, entender e usar as informações publicadas pela AGU?
[ ] o conteúdo reduz a necessidade de intermediação na comunicação entre a AGU e cidadãos e cidadãs?
[ ] o conteúdo reduz os custos administrativos da AGU?
[ ] o conteúdo reduz o tempo gasto da AGU com atividades de atendimento ao cidadão e à cidadã?
[ ] o conteúdo promove a transparência ativa e o acesso à informação pública de forma adequada?
[ ] o conteúdo facilita a participação popular na AGU e/ou gestão pública?
[ ] o conteúdo facilita o controle social na AGU e/ou gestão pública?
[ ] o conteúdo facilita a compreensão das pessoas com deficiência?
[ ] o conteúdo garante a aplicabilidade da linguagem simples em sua comunicação com a cidadania?

[28] Fonte: Lei 15.263/2025.

12. Guia de Audiodescrição – Características Visíveis (Mesquita, 2025)

Sexo

- Homem
- Mulher

Cor/Etnia

- Branca
- Preta
- Amarela
- Indígena
- Negra
- Pele clara
- Pele escura

Estatura

- Baixa
- Pessoa com nanismo
- Mediana
- Alta

Biotipo Corporal

- Gorda
- Magra
- Magérrima
- Obesa

Cabelo

- Cor: castanho, loiro, ruivo
- Textura: liso, ondulado, cacheado, crespo
- Tamanho: curto, médio, longo, raspado
- Estilo: preso, solto, em coque

Rosto

- Pequeno
- Grande
- Oval
- Fino
- Quadrado

Orelhas

- Grandes
- Pequenas
- Acessórios: brinco, piercing, alargador

Sobrancelhas

- Arqueadas
- Arredondadas
- Retas

Olhos

- Cor: castanhos, azuis, pretos
- Formato: redondos, amendoados, protuberantes

Nariz

- Grande
- Pequeno
- Reto
- Adunco

Boca

- Pequena
- Lábios pequenos, finos ou grossos

Informações complementares:

- Usa batom, delineador, sombra;
- Óculos de grau ou óculos escuros.

Observações importantes:

- A audiodescrição deve se limitar ao que é visível.
- Não usar termos como “sem batom” ou “sem blusa”, pois descrevem ausência e não presença.

13. Boas Práticas em Fotografia e Diversidade – Comunicação Institucional

1. Reconhecimento da realidade

- As imagens captam o que existe no momento, e podem revelar predominância de grupos menos diversos;
- É importante reconhecer essa limitação sem deixar de buscar alternativas criativas para suavizar a ausência de pluralidade.

2. Construção de narrativas inclusivas

- Complementar registros menos diversos com linguagem inclusiva em textos e legendas;
- Usar recursos gráficos e audiovisuais que transmitam valores de equidade e representatividade;
- Destacar a trajetória de transformação institucional, mostrando que a diversidade é um processo em curso.

3. Banco de Imagens Sensível

- Investir em acervo fotográfico que contemple diferentes gêneros, raças, etnias e corpos;
- Produzir registros afirmativos em campanhas, treinamentos e eventos internos;
- Garantir que imagens de liderança e atos oficiais sejam acompanhadas por registros que mostrem pluralidade em outros contextos.

4. Rotinas produtivas

- Núcleo de Fotografia e Núcleo de TV devem observar oportunidades cotidianas para registrar diversidade;
- Planejar pautas visuais que incluam pessoas de diferentes grupos em situações de protagonismo;
- Evitar reforço de estereótipos ou invisibilização de grupos historicamente excluídos.

5. Olhares e interpretação

- Reconhecer que imagens são interpretadas de acordo com visões de mundo;
- Trabalhar para que os registros transmitam abertura à transformação, e não cristalização de desigualdades;
- Usar fotografia e audiovisual como ferramentas de educação institucional para inclusão.

14. Indicação de materiais externos para apoio e consulta rápida

1. Acessibilidade digital

- ABNT NBR 17225[29] – Acessibilidade em conteúdo e aplicações web — Requisitos
- Libras[30]: Governo Digital, tecnologias em uso pelo governo federal
- Manual de Audiodescrição: como construir roteiros acessíveis[31] – Instituto Benjamin Constant, 2025
- Modelo de Acessibilidade[32]: Governo Digital
- Referências e modelos de implementação[33]: Governo Digital

2. Comunicação e Gênero

- Guia de Comunicação Pública para Igualdade de Gênero: Ministério das Mulheres
- Relatório "Golpes, fraudes e desinformação na publicidade digital abusiva contra mulheres": Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

3. Comunicação, Raça e Etnia

- Plano de Comunicação pela Igualdade Racial na Administração Pública Federal: Ministério da Igualdade Racial e Secretaria de Comunicação da Presidência da República

4. Linguagem Simples

- ABNT NBR ISO 24495-1 sobre Linguagem Simples
- Pacto Nacional do Judiciário pela Linguagem Simples
- Política Nacional de Linguagem Simples[34]

27. Conteúdo disponível em: <https://mwpt.com.br/wp-content/uploads/2025/04/ABNT-NBR-17225-Acessibilidade-Digital.pdf>. Acesso: 16 de julho de 2026.

28. Conteúdo disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-e-usuario/vlibras>. Acesso: 16 de julho de 2026.

29. Conteúdo disponível em: <https://www.gov.br/ibc/pt-br/centrais-de-conteudos/publicacoes/revista-cientifica-2014-benjamin-constant/copy_of_livros/materiais-didaticos-1/manual-de-audiodescricao-final.pdf>. Acesso: 16 de julho de 2026.

30. Conteúdo disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-e-usuario/acessibilidade- digital/modelo-de-acessibilidade>. Acesso: 16 de julho de 2026.

31. Conteúdo disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-e-usuario/acessibilidade- digital/referencias-e-modelos-de-implementacao>. Acesso: 16 de julho de 2026.

32. Política Nacional de Linguagem Simples

33 Conteúdo disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-e-usuario/acessibilidade-digital/referencias-e-modelos-de-implementacao>. Acesso: 16 de julho de 2026.

34 Conteúdo disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-15.263-de-14-de-novembro-de- 2025-669256398 &gt>. Acesso: 16 de julho de 2026.

Anexos

Compilação de "Desempenho funcional" relatados na ABNT NBR 17225 sobre acessibilidade digital

Limitações da pessoa usuária	Recomendações da ABNT
Utilização sem visão	Uma página web ou aplicativo com uma boa estrutura semântica permite que as pessoas usuárias que não fazem uso da visão identifiquem, naveguem e interajam com a interface. — Interfaces táteis e de áudio.
Utilização com visão limitada	Ampliação, redução do campo visual e controle do contraste, brilho e intensidade. — Quando houver recursos importantes da interface que dependam da percepção de profundidade, fornecer meios adicionais para fazer a distinção entre esses recursos. — Pessoas usuárias com visão limitada também podem se beneficiar de modos de operação que não requeiram a visão.
Utilização sem percepção da cor	Quando houver recursos importantes da interface codificados por cor, fornecer meios adicionais para fazer a distinção entre esses recursos.
Utilização sem a audição	Quando a TIC oferecer meios de operação sonoros, deve ser fornecido pelo menos um modo de operação que não requeira o uso da audição. — Interfaces visuais e táteis.
Utilização com audição limitada	Quando a TIC oferecer meios de operação sonoros, deve ser fornecido pelo menos um modo de operação que permita sua utilização com audição parcial ou limitada. — Aprimoramento da clareza do áudio. — Redução de ruídos de fundo. — Aumento da faixa de volume. — Volume maior na faixa de frequência mais alta. — Pessoas usuárias com audição limitada também podem se beneficiar de modos de operação que não requeiram a audição.
Utilização sem voz	Quando a TIC exigir entrada por voz, deve ser fornecido pelo menos um modo de operação que não requeira a utilização da voz. — Interfaces com utilização por teclado, caneta ou toque.
Utilização com manipulação ou força limitadas	Quando a TIC exigir ações manuais, deve ser fornecido pelo menos um modo de operação que não requeira manipulação ou força da mão. — Ações que exigem a utilização de apenas uma das mãos. — Ações por meio de teclas sequenciais. — Ações por entrada de voz. — Ações que não exigem força nas mãos.

Compilação de "Desempenho funcional" (continuação)

Limitações da pessoa usuária	Recomendações da ABNT
Utilização com alcance limitado	Os elementos operacionais precisam estar ao alcance de todos os usuários e usuárias. — Considerar as necessidades dos usuários e usuárias de cadeiras de rodas e a variedade de estaturas ao posicionar elementos operáveis da interface.
Utilização por pessoas com epilepsia fotossensível	Quando a TIC oferecer meios de operação visuais, deve ser fornecido pelo menos um modo de operação que minimize o potencial de desencadear convulsões fotossensíveis. — Limitar a área e o número de flashes por segundo.
Utilização com cognição limitada	Alguns usuários e algumas usuárias precisam que a TIC forneça recursos que a tornem mais simples e fácil de utilizar. — Limite de tempo ajustável. — Indicação de erro e auxílio para a correção. — Ordem lógica de foco.

Fonte: ABNT NBR 17225 (2025).