

Objetividade
Questionamento
Ortografia
Concisão
Clareza
Gramática
Pontuação
Verbo

Como escrever com clareza

por André Gazola

Vírgula
Redação
Frases
Artigo
Metáfora
Dissertação
Oração
Advérbio

SOBRE DIREITOS AUTORAIS

Todos os direitos são reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida ou transmitida livremente de alguma forma, sem o consentimento prévio de seu autor. Se porventura você tiver interesse na publicação de uma análise do livro, entre em contato via e-mail através do endereço andre@lendo.org.

UTILIZAÇÃO DO LIVRO

O autor deste livro não se responsabiliza direta ou indiretamente pela utilização de qualquer um dos exercícios ou dicas nele contidos. As informações aqui presentes são baseadas em experiências profissionais e pessoais de André Gazola, bem como nos conhecimentos adquiridos através do contato com alunos de Ensino Fundamental e Médio durante sua atuação no magistério. O objetivo deste livro é ensinar técnicas e modelos de escrita que tornem o texto mais claro e objetivo, sendo mais acessível para leitores de todos os níveis.

SOBRE ANDRÉ GAZOLA

Formado em Letras (Língua Portuguesa e Literaturas de Língua Portuguesa) pela UCS – Universidade de Caxias do Sul, é editor do [Lendo.org](http://lendo.org), um dos blogs sobre livros mais acessados do país, com média de 600 mil visitas mensais, e do blog [Português? É Fácil](http://Português?É FÁCIL), que está na lista dos 10 melhores blogs de língua portuguesa do Brasil segundo o InfoENEM. Atua, além disso, como professor de Literatura, Filosofia e História da Arte para turmas de Ensino Médio de uma escola privada em Bento Gonçalves – RS.

CONTEÚDOS DO LIVRO

| | |
|--|----|
| 1. Escrever com clareza é uma necessidade..... | 04 |
| 2. Conheça seu leitor..... | 06 |
| 3. Defina o estilo do texto..... | 09 |
| 4. Planeje seu texto..... | 11 |
| 5. Comece pelo fim..... | 12 |
| 6. Escreva agora!..... | 14 |
| 7. Cuidado com as palavras..... | 15 |
| 8. Revise a estrutura..... | 17 |
| 9. Esqueça seu texto..... | 22 |

1. Escrever com clareza é uma necessidade

Precisa escrever algo importante? Quer ter certeza de que aquilo está *completamente claro* e que qualquer leitor será capaz de entender? O propósito deste livro é justamente lhe conceder essa habilidade que costuma ser comparada a um dom divino.

Escrever bem, no entanto, é uma capacidade que nada tem a ver com misticismo, mas sim com prática constante, [dedicação e estudo](#).

Muitas pessoas duvidam da importância da clareza na escrita. Porém, elas deixam de considerar o fato de que quanto mais pessoas puderem entender seus textos, maior será sua influência e, por essa razão, maior será o efeito produzido por eles – seja uma nota mais alta em um trabalho, um elogio do chefe ou a resposta positiva de um cliente.

Quando aquilo que você está dizendo não é de grande importância, não há necessidade de escrever com tanto cuidado. Por outro lado, quando sua mensagem for importante o suficiente para você desejar que o leitor a entenda completamente, então a clareza é essencial.

Quanto mais importante seu texto for, mais importante será que o leitor entenda sua mensagem de forma clara. Para que o leitor entenda o texto da mesma forma que quem o escreveu, é preciso que ele seja claro. Se isso soa óbvio para você, saiba que realmente o é. Pense em quantos textos ininteligíveis são produzidos diariamente, em todas as variedades possíveis de discurso. Não tenho nenhuma dúvida de que se eu ganhasse R\$0,10 por pessoa letrada que não conheça [as 4 qualidades essenciais de um texto](#), estaria milionário.

Neste livro vou compartilhar com você técnicas que aprendi ao longo de quase 15 anos escrevendo sem parar, recebendo críticas de colegas, professores e leitores

dos blogs Lendo.org e Português? É Fácil! – blogs que, juntos, somam quase 700 mil visitas mensais – que ajudaram a elevar minha escrita a um patamar de excelência.

O caminho, caro leitor, é longo, mas vem comigo que vou lhe mostrar alguns atalhos, pois escrever com clareza, hoje, é uma necessidade.

André A. Gazola

2. Conheça seu leitor

Antes de tudo, tenha certeza de conhecer exatamente quem é seu público, de modo que você possa redigir seu texto pensando que está escrevendo para aquelas pessoas (e ninguém mais).

Saber o sexo, a média de idade, a escolaridade e conhecer os interesses de seu leitor fará toda a diferença entre o sucesso e o fracasso. A partir dessas informações, você poderá pensar na melhor forma de introduzir o assunto que deseja abordar para que seus leitores estejam abertos a lê-lo ou ouvi-lo.

A pergunta que eu considero mais importante aqui é *Qual o nível de leitura dos meus leitores?*

Veja uma divisão simplista:

- 1) Básico;
- 2) Intermediário;
- 3) Avançado.

Você ficará surpreso com a quantidade de pessoas que não passam do estágio 1! Isso vai afetar diretamente tudo que for relativo ao seu texto, desde os tópicos abordados até seu estilo de escrita.

Além disso, uma ferramenta interessante é o uso de um *formulário de reconhecimento do leitor*. O nome soa estranho, mas através de seu preenchimento você terá uma ideia bastante clara sobre quem é seu público e o que ele deseja com o texto que você escreverá.

Veja o exemplo na página seguinte e sinta-se livre para modificá-lo conforme suas necessidades (apesar de eu considerá-lo bem completo).

FORMULÁRIO DE RECONHECIMENTO DO LEITOR

1. Quem é meu leitor? (Posição, Título, etc.)

2. Quão familiarizado com o assunto do texto meu leitor está?

3. Qual a quantidade de explicações que meu leitor precisa?

- Procedimentos detalhados. Contextualização histórica.
 Definição de termos. Visão geral sobre o assunto.

4. Qual meu propósito ao me dirigir ao leitor?

- Informar. Solicitar ação.
 Apresentar resultados. Ensinar algo novo.

5. Para que o leitor usará o conteúdo do meu texto?

- Entender algo. Tomar uma decisão.
 Implementar uma ideia. Fruição.

6. Qual será a reação mais provável do leitor?

- Aceitação Resistência Ceticismo

7. Que tipo de oposição poderá meu leitor ter em relação a minhas ideias?

8. Qual a probabilidade de o leitor reagir positivamente?

9. Qual o estilo de comunicação do meu leitor?

3. Defina o estilo do texto

Agora que já conhece seu leitor, é hora de definir o estilo que utilizará em seu texto. Decida-se por uma linguagem formal, informal, acadêmica, poética, jornalística, persuasiva, explanatória, satírica, irônica, dramática, familiar, casual, íntima ou outra que se aplique à situação. O importante é não misturar diferentes estilos.

Lembre-se, também, dos diferentes níveis de linguagem que podem ser usados: linguagem popular ou coloquial, linguagem culta ou padrão, linguagem regional e linguagem vulgar.

A LINGUAGEM POPULAR OU COLOQUIAL

É a linguagem mais simples, usada espontaneamente pelas pessoas em seu dia a dia. Na maioria dos casos não está de acordo com as normas gramaticais e é carregada de vícios de linguagem, pois deriva diretamente da fala. A linguagem popular está presente em situações diversas, desde conversas familiares ou entre amigos, piadas, programas de TV, novelas, etc. Em textos escritos, não se aconselha o uso desse tipo de linguagem, porém, dependendo do caso, pode ser a melhor forma de alcançar seu objetivo.

A LINGUAGEM CULTA OU PADRÃO

É aquela que aprendemos na escola, utilizada nos meios oficiais e nas ciências, acompanhada por terminologia específica. Tem regras bastante rígidas e [precisa de estudo específico](#) para ser aprendida. São raras, ou até inexistentes, pessoas que utilizam a linguagem padrão em sua fala durante 100% do tempo, o que não é nada absurdo, dada a complexidade de sua estrutura. Lembre-se sempre que linguagem

falada e escrita são coisas completamente diferentes.

A LINGUAGEM REGIONAL

Também um desvio da norma padrão, porém com características particulares de uma determinada região geográfica. Há, no Brasil, por exemplo, falares amazônico, nordestino, baiano, fluminense, mineiro, sulino e diversos outros. Em muitas regiões, pode-se perceber variações até mesmo de cidade para cidade.

A LINGUAGEM VULGAR

Difícilmente você irá usar esse tipo de linguagem em algum de seus textos, pois ela está vinculada às pessoas com pouquíssimo contato com os meios letrados. Ela possui estruturas bem distantes da norma padrão, como “nóis vai”, “eu di um abraço nele”, “Vamo i pra praia” e “Vem pra drento”.

4. Planeje seu texto

Conhecido seu leitor e escolhido o tipo de linguagem, é hora de definir ao menos um esboço da estrutura de seu texto.

É importante passar suas ideias para o papel considerando que sejam:

- a) aceitáveis para seu público;
- b) encoragem seu interesse;
- c) permitam que o leitor acompanhe seu raciocínio com clareza à medida que lê.

O conhecido método de *brainstorming* é bastante útil nesse momento. Ele consiste em criar uma “tempestade de ideias” que, por mais estúpidas que possam parecer, devem ser consideradas. Escreva-as sem parar, conforme sua mente as envia, e surpreenda-se com sua capacidade de inovação e criatividade. Ao final, você reconhecerá diversos novos tópicos que poderão ser explorados em seu texto – a maioria nunca teria passado por sua cabeça sem esse método.

Assim que escolher as ideias que usará, organize-as em um modelo hierárquico de tópicos, definindo a ordem em que aparecerão no texto.



Uma das melhores formas de planejamento que conheço é a que usa mapas mentais para estruturar as ideias. Conheça o [Mindomo](#), a melhor ferramenta on-line para criação de mapas mentais.

5. Comece pelo fim

Desde o início você deve ter clareza quanto ao objetivo, o resultado ou o produto de sua escrita. Dessa forma você pode ir construindo e conectando ideias para chegar àquele ponto específico, definido antes mesmo de começar a escrever.

Pense no texto como uma corrente que, na ponta, possui uma enorme âncora conectada. Essa âncora é o efeito que você deseja produzir no leitor ao final do texto. O que não pode acontecer é que você quebre a corrente no meio do caminho, pois então a âncora irá para o fundo do mar, sem possibilidade de recuperação.

Se seu desejo é que o leitor execute alguma ação, então vá o preparando conforme o texto flui. Direcione-o para aquele ponto, de forma que ele não tenha dúvida de que é realmente isso o que você quer. Além disso, faça o possível para que seu discurso seja persuasivo o suficiente para que o leitor concorde em seguir suas orientações.

Se seu texto é dissertativo e exige argumentação acurada, indico a leitura do texto [Como escrever argumentos fortes](#). Lá você encontrará uma representação visual das diferentes formas de discordar de alguém. Use o diagrama da página seguinte sempre que for escrever um texto dissertativo.

TIPOS DE ARGUMENTOS PARA DISCORDAR DE ALGUÉM



6. Escreva agora!

Quando seu objetivo e a estrutura desejada estiverem claros, comece a escrever. Conforme você redige, tente imaginar respostas dos leitores para suas frases; formule questões que eles possam fazer e, ainda, preste atenção a aspectos que possam quebrar a lógica linear de seu texto – algo que irá influenciar negativamente o entendimento.

Apesar da ênfase que costumo dar ao planejamento e à estrutura, devo alertá-lo sobre a possibilidade de, a partir do momento que você começar a escrever, mudar para uma direção que não havia sido pensada antes. Em algumas circunstâncias, como em um texto pessoal, ensaios, contos, novelas e outros, esse tipo de abordagem pode tornar sua escrita mais autêntica e interessante. Para ter sucesso com esse procedimento, você precisa:

- a) Manter seu objetivo original em vista;
- b) Tomar cuidado para não violar regras contratuais já estabelecidas.

Ora, se você está escrevendo a proposta de venda de uma viagem para a Itália, não tenha a “grande ideia” de propor ao seu cliente uma mudança de curso para a Argélia. Obviamente isso não faria sentido algum e só reduziria sua chance de ter sucesso na venda.



Problemas com distrações enquanto escreve? Conheça o [Writer](#), uma ferramenta on-line que lhe apresenta uma tela completamente livre de botões que possam tirar seu foco do texto. Aumente sua produtividade agora!

7. Cuidado com as palavras

Utilize palavras cujos usos e significados você compreenda completamente. Se tiver alguma dúvida sobre o significado de alguma palavra ou sobre como usá-la corretamente, procure-a no dicionário antes de incluí-la em seu texto.

Escolha palavras que sejam claras. Ao usar adjetivos como *maravilhoso*, *inacreditável*, *muito bom*, *legal* e assim por diante, tenha em mente que está apenas adicionando distrações ao seu texto – então apague-os. Procure por palavras diretas e que signifiquem exatamente o que você deseja falar.

Além disso, não há nada mais horrível em um texto que erros ortográficos ou de pontuação. Algumas pessoas talvez sequer percebam tais erros, mas eles podem alterar drasticamente o significado de seu texto – um exemplo disso é a colocação da vírgula, veja:

1. Se todos concordam, eu não discordo.
2. Se todos concordam, eu não, discordo.

Apesar de a frase possuir as mesmas palavras, a posição da vírgula altera completamente o significado de cada uma. A primeira demonstra que, se todos concordam, não há por que discordar. Na segunda, a vírgula após "eu não," dá demonstração que, se todos concordam, eu discordo.

No meu blog sobre língua portuguesa, o portuguesfacil.net, há um texto muito acessado cujo título é [Aprenda a usar a vírgula definitivamente com 4 regras simples](#). Recomendo sua leitura antes de você prosseguir com a escrita de qualquer texto.

Tenha em mente, ainda, que alguém com conhecimento gramatical pode simplesmente rejeitar seu texto ao encontrar qualquer tipo de erro, independentemente do valor da mensagem que ele traz, pois um texto com esse

tipo de problema faz com que seu autor não seja visto como fonte confiável de informação ou conhecimento.

Lembre-se de usar palavras e expressões com as quais seu público esteja familiarizado. Caso seja preciso usar um termo, abreviação ou frase que esteja fora do vocabulário presumido, use – mas dê sua definição entre parênteses.



Não há forma de aprender gramática e ortografia a não ser estudando. O melhor curso de escrita que já fiz que possui esse conteúdo em sua grade e fornece certificado é o [Curso de Escrita e Redação](#) do portal Cursos 24 horas.

8. Revise a estrutura

Organize seus parágrafos e sentenças de forma que causem o maior impacto possível. Como fazer isso? Vá construindo o texto em direção a um clímax, ou seja, um ponto em que revelará alguma coisa ou dará alguma recompensa para o leitor, solicitando alguma ação de sua parte. Veja algumas técnicas que o ajudarão a provocar um maior impacto:

- ⌚ Dê prioridade à voz ativa. A voz passiva torna o texto lento e entediante.
- ⌚ Organize suas frases de modo que seu conteúdo principal fique no fim (ou próximo do fim) da mesma.
- ⌚ Varie o tamanho das frases e não tenha medo de construir, ocasionalmente, frases longas. Isso faz com que o leitor pare para pensar sobre o que está lendo.
- ⌚ Estruture seus parágrafos de forma que sua ideia principal esteja na última frase. Em alguns casos, porém, é preferível colocá-la logo no início; nesse caso, termine o parágrafo com o argumento mais forte que tiver em relação àquele ponto, utilizando também uma frase de impacto.
- ⌚ Revise cada parágrafo lendo-o em voz alta, atentando para sons e ritmos estranhos que possam aparecer, lacunas em sua lógica, excessos de palavras e a possibilidade de alteração de alguma sentença. Além disso, perceba se há uma transição suave entre este parágrafo e o anterior, bem como deste para o próximo.

Qual é a parte mais importante dos seus textos, depois do título? O primeiro parágrafo. Por isso é que ele merece uma maior atenção.



“Na internet, 80% dos leitores abandonam o texto antes de terminar a leitura.”

São uns preguiçosos, não é? NÃO! **A culpa é toda sua!**

Um vendedor sabe que, para ser bem sucedido em uma venda, deve dirigir-se sempre com o pé direito à pessoa com quem está falando. Não importa o quanto bom seja o produto, o preço, ou a qualidade, muito menos se o cliente já for conhecido. Se deixar de causar uma boa primeira impressão, a chance de concretizar a venda cairá drasticamente.

Com o texto, sequer temos o leitor a nossa frente para continuarmos falando ou tentarmos convencê-lo contra a vontade — como muitos vendedores fazem. Assim, cada palavra que escrevemos aumenta ou diminui a vontade de quem está lendo. Não importa se você escrever o melhor artigo do mundo. Cada vez mais, os textos são primeiramente escaneados, depois lidos.



“Se o primeiro parágrafo não for um bom vendedor do resto do texto, você está frito!”

Agora você vai aprender 10 truques que aprendi ao longo de quase 15 anos escrevendo sem parar, errando muito e recebendo muitas críticas, incluindo notas nada boas em trabalhos escolares. É das informações mais valiosas que compartilho com você neste livro.

1. DIVIRTA, ENTRETENHA OU PONHA A CULPA NO FULANO

Todo mundo gosta de piadas e histórias. Se você for capaz de mantê-las curtas o suficiente, são uma das melhores formas de produzir emoção no leitor: simpatia, apatia, riso, bronca, tristeza, pena etc. Além disso, o leitor gosta de ler sobre

pessoas. Cite alguém famoso e o desejado segundo parágrafo será o próximo da fila.

2. VOCÊ É BURRO! PERGUNTE AO LEITOR

Começar um texto com uma pergunta é uma técnica da retórica; causa curiosidade e faz o leitor pensar. Esse pensamento pode levá-lo exatamente ao assunto do texto, o que é algo muito bom para você.

3. UMA BOA IMAGEM VALE O MESMO QUE UM BOM PRIMEIRO PARÁGRAFO

Uma boa imagem capta a atenção dos olhos. Não deixe passar a oportunidade de usar esse artifício a seu favor. Mas tenha cuidado. Não esqueça que você quer prender a atenção desde o primeiro parágrafo para mantê-la no texto todo. Se usar uma imagem impactante, mas que nada tem a ver com o texto, o efeito se perderá. Use uma imagem que o leitor possa relacionar com o título ou algum trecho do texto.

4. APROXIME IDEIAS, COMPARE E SURPREENDA

Quantas vezes já aconteceu de você só conseguir entender algo quando alguém veio e disse, “é o mesmo que isso, isso e isso”? De repente, mesmo que o assunto não tenha nada a ver, entendemos tudo. Quando estiver explicando algo, caso você lembre de alguma comparação que possa ajudar no entendimento, não hesite em usá-la.

5. ABUSE DA IMAGINAÇÃO DO LEITOR

É muito mais fácil e até mais divertido e interessante quando conseguimos projetar algo concreto em nossas mentes, relacionado ao assunto em questão. Recorrer a imagens mentais é uma das técnicas mais poderosas e mais usadas por escritores e oradores. Use palavras como “imagine” “pense em tal coisa”, etc.

6. METÁFORAS... SÃO CISNES NO HORIZONTE ATRAINDO CORAÇÕES APAIXONADOS

As metáforas estão entre as ferramentas mais poderosas que dispomos para contar uma história ou dar um conselho em apenas uma frase. É uma boa forma de captar a atenção e produzir imagens mentais, permitindo que os leitores construam uma história para eles mesmos.

7. CITE UMA ESTATÍSTICA SURPREENDENTE

Começar com números ou dados técnicos nem sempre é recomendado, mas esta é uma exceção à regra. Uma estatística interessante e impactante é um bom recurso. As pessoas gostam de saber sobre dados interessantes, mas só se forem originais, surpreendentes ou chocantes. Assim como as imagens, as estatísticas devem ser relevantes ao tema tratado. Três conselhos: não abuse da quantidade de números, cite fontes confiáveis e, se puder, utilize gráficos para impressionar ainda mais.

8. FALE DO FAMOSO OU DO SABICHÃO

Como dizia Montaigne “O estilo deve ter três qualidades: clareza, clareza e clareza.” Alguma frase de um especialista no tema ou pessoa conhecida pode fazer maravilhas no trabalho de atrair o leitor nesses primeiros segundos.

9. RESUMA SUAS 128 PÁGINAS

Se seu texto é muito grande e você não está confiante se vai conseguir atrair a atenção do leitor — mas realmente está convencido de que é um excelente material e que vale a pena ler até o fim — adiante a ele o que vai encontrar. Explique quais elementos fazem com que seu artigo seja imperdível.

10. TEXTOS PARA INTERNET: TENHA CUIDADO COM OS LINKS

Pouco tempo atrás um amigo enviou-me um e-mail dando a dica de eliminar parte dos links dos artigos, principalmente os de programas de afiliados. Quando fui ler meus últimos textos, fiquei apavorado com a quantidade de links. Por isso estou começando a eliminar links que não sejam relevantes. Os links devem ser algo útil, devem acrescentar valor a seus textos, caso contrário, elimine-os. Se você começa a ler um texto e nas três primeiras linhas há 2 links com leituras necessárias para entender todo o resto, provavelmente não continuará a ler. A não ser que esteja escrevendo uma série, não coloque links no primeiro parágrafo.

9. Esqueça seu texto

Assim que concluir a escrita, coloque o texto de lado e esqueça-o por pelo menos um dia. Após esse período, leia-o, sublinhando todos os erros que encontrar, pensando em melhorias. Não tenha pena de cortar tudo que não for relevante, pois escrever bem é, basicamente, saber usar a borracha.

Após essa leitura, releia suas anotações e faça as edições necessárias.

Escreva sua nova versão e novamente deixe-a descansar por um dia. Dessa vez dê seu manuscrito para um amigo ler. Ele lerá com um olhar objetivo que você, por ser o autor, não é capaz de ter, por isso leve em consideração todos os comentários que ele fizer.

Revise sua produção novamente, escreva uma nova versão e repita esse procedimento com outras pessoas até o número de vezes que você considerar que seu texto tenha todas as palavras necessárias para seu objetivo – nem uma a mais, nem uma a menos.

Evidentemente esse método leva tempo (alguns dias), mas os resultados são tão formidáveis que você não se arrependerá. O maior erro de muitos escritores é desprezar o valor de uma revisão intensa e contínua. Escrever é mais um trabalho de suor que de inspiração, por isso que 90% dos textos de qualidade não são resultado da primeira composição, mas sim de um trabalho árduo de *polimento linguístico*.

Se mesmo depois desse processo você não estiver seguro sobre a qualidade de seu texto, ficarei feliz em lhe oferecer meus serviços de revisão. Contate-me pelo e-mail andre@lendo.org.