

Estrutura Textual

Coesão

Coesão é o nome que a gramática dá à conexão entre as ideias no texto. O ideal é existir um encadeamento de informações, que o leitor possa seguir como um fluxo, sem pensar demais para estabelecer as relações entre as partes.

Veja um exemplo:

Mariana viajou para o Rio de Janeiro nas férias. Mariana fez novos amigos no Rio de Janeiro.

As frases não têm nenhum erro de estrutura sintática básica, de sujeito, verbo e complemento. O sujeito, Mariana, fez a ação de viajar e o destino foi o Rio de Janeiro. O mesmo sujeito fez novos amigos enquanto esteve por lá.

O erro aqui é a repetição desnecessária, que torna a leitura incômoda. Perceba como é possível tornar esse exemplo mais agradável:

Mariana viajou para o Rio de Janeiro nas férias e fez novos amigos por lá.

Bem melhor, não é? E a única mudança foi dar cadência e ritmo à oração, eliminando a quebra que a repetição causava.

Outros exemplos de coesão

Há tipos de coesão diferente e dominá-los vai ajudá-lo a desempenhar a sua tarefa como redator freelancer de uma maneira mais eficiente. Por isso, fique atento às definições e exemplos que escolhemos para demonstrar como os tipos de coesão funcionam na prática.

Chamamos de coesão por referência o tipo de estrutura que evita a repetição. Você já viu exemplos dela acima, mas podemos torná-la ainda mais clara colocando-a em outros contextos. A coesão por referência sempre foge da necessidade de reafirmar nosso sujeito, funcionando assim:

A menina gostava muito de brincar com sua bola de vôlei. A menina levou-a para a praia.

A menina gostava muito de brincar com sua bola de vôlei. Ela a levou para a praia.

O garoto nunca foi bom em matemática. O garoto fez a prova quase sem tempo para passar o gabarito.

O garoto nunca foi bom em matemática. Ele fez a prova quase sem tempo para passar o gabarito.

A minha namorada mora muito longe daqui. A minha namorada viajou para me ver.

A minha namorada mora muito longe daqui. Ela viajou para me ver.

O picolé de limão é muito ruim. O picolé de limão deixa um gosto amargo na sua boca.

O picolé de limão é muito ruim. Ele deixa um gosto amargo na sua boca.

Há, porém outros tipos de coesão que podem ser explorados nos seus textos. Como a coesão por substituição, também conhecida como anáfora. Podemos ver a coesão por substituição nas frases a seguir:

Os alunos foram chamados a comparecer na diretoria porque eram peraltas. Caso sejam peraltas novamente, os alunos serão suspensos do colégio.

Os alunos foram chamados a comparecer na diretoria porque eram peraltas. Caso isso aconteça novamente eles serão suspensos do colégio.

Patrícia e Beatriz gostavam de brincar com suas bonecas, mas não podiam brincar com suas bonecas no colégio. Caso brincassem com suas bonecas no colégio, Patrícia e Beatriz teriam problemas.

Patrícia e Beatriz gostavam de brincar com suas bonecas, mas não podiam fazer isso no colégio. Caso fizessem, elas teriam problemas.

Temos também a coesão por elipse, a coesão por conjunção e a coesão lexical. Elas funcionam, respectivamente, omitindo uma ou mais palavras, relacionando termos com o emprego de conjunções e adotando sinônimos, pronomes ou pronomes no lugar da repetição.

Coerência

A coerência, por sua vez, é o conjunto de mecanismos usados para que o texto faça sentido. Um texto é coerente quando não apenas a sintaxe está impecável, mas a semântica e a lógica também.

Assim como a coesão, a coerência é fundamental para dar encadeamento às ideias inseridas no texto. Veja no exemplo abaixo:

Henrique chegava atrasado para todas as aulas, mas sempre conseguia entrar na escola por estar em cima da hora.

A expressão “estar em cima da hora” quer dizer que algo está bem próximo do horário marcado ou esperado para acontecer, não necessariamente atrasado.

Por isso, no exemplo acima o leitor fica sem saber se Henrique se atrasava frequentemente, ou apenas chegava sem nenhuma antecedência.

Além das orações, não podemos negligenciar a conexão entre os parágrafos e a ligação do título com o conteúdo. Um texto de título “5 dicas para livrar a sua casa dos mosquitos” deve ensinar 5 formas de espantar mosquitos, e não uma receita de bolo de milho, por exemplo.

Exemplos de coerência

Os princípios que norteiam a coerência textual são:

a não contradição;

a não tautologia; e

a relevância.

Não se contradizer é simples. Basta não construir raciocínios que, necessariamente, dizem o oposto do que acaba de ser dito. Como:

Pedro gostava muito de jabuticaba. Era sua fruta preterida.

Vanessa nunca ouvia funk. Ela ia todos os dias para o colégio escutando Mc Anitta.

Em ambos os casos supracitados a contradição está clara na segunda frase, que diz o exato oposto da primeira. Em textos de humor o efeito da contradição pode ser explorado para provocar o riso. Mas em uma redação formal não há vez para esse tipo de construção.

A não tautologia é um pouco mais complexa. Trata-se de não empregar palavras diferentes para expressar uma ideia idêntica. Dizemos que há tautologia, portanto, nos vícios de linguagem abaixo:

Vamos subir lá pra cima.

Eu saí pra fora de casa.

O princípio da relevância, por outro lado, diz que não é possível construir relacionamentos fragmentados em um texto mantendo sua coerência. Por causa dele não podemos criar parágrafos como:

Eu gostava muito de comprar pêras na feira. Nunca fui de jogar. Meu melhor amigo era um gato chamado Bolinha. As pêras eram deliciosas. Quando meu melhor amigo miava eu sabia que ele queria jogar bola.

O problema aqui é que nenhuma dessas frases adiciona sentido nas outras. Elas são todas construções que, individualmente, estão ok. Mas em um mesmo parágrafo corroem a coesão textual.

Intencionalidade

Todo texto tem uma intenção, um propósito. Convencer, educar, informar, contar uma história, suscitar uma discussão. Chamamos de intencionalidade tudo aquilo que o autor deseja expressar para o leitor por meio do texto.

Para isso, são utilizados os mecanismos de coesão e coerência, para que a comunicação seja bem-sucedida entre as partes envolvidas. Assim, o sentido desejado pode ser construído ao longo do texto.

Intencionalidade na linguagem publicitária

É muito fácil encontrar exemplos de intencionalidade na linguagem publicitária. Isso pela sua própria natureza e construção. Publicitários escrevem textos que utilizam recursos estilísticos, nem sempre formalmente corretos, para determinar a intenção de um discurso.

A intencionalidade está presente, por exemplo, em slogans como “Vem pra Caixa você também”. Neste, o mais correto seria utilizar o imperativo, urgindo que o interlocutor se inscreva na Caixa Econômica Federal e torne-se um cliente desse banco. Todavia, para criar harmonia e conseguir construir um discurso que rima (e, portanto, fica preso em nossa mente) essas regras são dribladas intencionalmente.

Músicas e a linguagem literária também exploram erros gramaticais por intencionalidade. Ainda assim, na redação para a web são raros os casos em que a intencionalidade aparecerá reproduzindo esse tipo de técnica. É que embora trate-se de textos com intenções de Marketing, aqueles produzidos para a internet devem sempre respeitar a norma culta.

Aceitabilidade

Por outro lado, a aceitabilidade é papel do leitor. Antes de começar a leitura, todo leitor cria uma expectativa sobre o que há no texto. Ou seja, ele busca entender o que está escrito, no mínimo, antes de tirar qualquer lição ou aprendizado do conteúdo.

É comum, por exemplo, que alguns textos sejam interpretados diferentemente do que foi pensado pelo autor. Em grande parte das vezes isso se deve a problemas na estrutura textual, na coesão e na coerência das ideias.

Entender essa relação entre a intenção e a aceitação é muito importante para um produtor de conteúdo web. O pilar central de uma estratégia de marketing de conteúdo é a aceitação da persona, a identificação dela com os textos; se a intenção do texto não atinge o leitor, a própria existência do material se torna inútil.

Fatores de aceitabilidade textual

Ainda que a aceitabilidade resida no interlocutor é papel do redator proporcioná-la. Isso é feito utilizando recursos como a informatibilidade. Quando há informações o suficiente no texto e elas suprem a expectativa do leitor, em geral, esse texto tem alta aceitabilidade.

Investir em informatibilidade é particularmente útil na carreira de um redator web. Quanto mais conhecimento ele conseguir transmitir para o seu leitor ao longo de um artigo, maiores são as chances de que a aceitabilidade de um texto seja alta.

Situacionalidade

A situacionalidade é o fator que cuida da pertinência do texto. Toda produção textual precisa estar situada em um contexto, em um ambiente, sob pena de prejudicar o entendimento da mensagem.

Você pode situar seu texto de duas formas. A primeira é da situação para o texto, que significa adequar um dado cenário à sua produção, como um contexto histórico ou o exato momento em que o leitor vai interagir com o seu texto.

Veja um exemplo:

“Hoje você é quem manda/ Falou, tá falado/ Não tem discussão”

Para uma pessoa não familiarizada com a censura praticada durante os anos de ditadura no Brasil, os versos da música “Apesar de Você”, de Chico Buarque, podem falar sobre uma desavença qualquer entre duas pessoas, como uma briga de casal.

Entretanto, para quem viveu ou estudou sobre o tema a compreensão é totalmente diferente. Logo, o autor utiliza isso em favor próprio, criando sentidos diferentes para o mesmo verso, de acordo com o público.

A segunda forma de situar um texto é fazendo o contrário, adequando do texto para a situação. Um exemplo é narrar um acontecimento sob o seu ponto de vista. Quem ler o seu relato vai entender que o fato ocorreu daquele jeito, mas se outra pessoa que também presenciou decidisse contar a própria versão, com certeza alguns pontos seriam diferentes.

Intertextualidade

A intertextualidade é um fator muito rico para se usar em um texto. Ela acontece quando o autor insere expressões, palavras ou personagens de outros textos na sua produção, fazendo ou não referências explícitas.

Ao fazer referências, o autor deixa nas mãos do leitor a interpretação e compreensão daquela parte do texto, dependendo do conhecimento prévio do receptor. A estrutura textual se beneficia muito do uso da intertextualidade, principalmente se as referências usadas são clássicas, que agregam valor e qualidade ao texto.

Os hipertextos são uma forma moderna de intertextualidade, em que indicamos para o leitor outro conteúdo que pode enriquecer a experiência de leitura, tirando como base o interesse em um primeiro texto.

Outros casos de intertextualidade

Duas formas comuns de se explorar a intertextualidade em uma composição são a paródia e a paráfrase. A paródia porque evoca uma outra obra na mente do leitor, recriando um texto com objetivo crítico. Essa forma de intertextualidade é muito comum na literatura e pode ser encontrada nos exemplos abaixo:

MEUS OITO ANOS

(Casimiro de Abreu)

Oh! que saudades que tenho

Da aurora da minha vida,

Da minha infância querida

Que os anos não trazem mais!

Que amor, que sonhos, que flores,

Naquelas tardes fagueiras

À sombra das bananeiras,

Debaixo dos laranjais!

[...]

MEUS OITO ANOS

(Oswald de Andrade)

Oh que saudades que eu tenho

Da aurora de minha vida

Das horas

De minha infância

Que os anos não trazem mais

Naquele quintal de terra!

Da rua de Santo Antônio

Debaixo da bananeira

Sem nenhum laranjais

[...]

A paráfrase, por sua vez, é recriar um texto tendo outro como suporte. Fazer uma paráfrase significa dar uma nova versão discursiva para um conteúdo, mantendo o seu sentido original intacto.

Informatividade

Leitores apreciam textos pouco previsíveis, que trazem muitas informações, dados, descobertas e aprendizado. Chamamos esse fator de informatividade, e tanto a falta quanto o excesso de informatividade prejudicam a aceitação de um texto.

Se, por um lado, textos pouco ou nada informativos afastam os leitores, por outro uma produção embasada em toneladas de dados pode confundir o leitor e prejudicar a compreensão do texto. O ideal é empregar dados apenas onde são necessários, para justificar opiniões, ilustrar panoramas ou atestar a pertinência de um argumento.

Estrutura textual na redação web

A redação para web leva em consideração todos os fatores que citamos acima. Entretanto, com o surgimento dos blogs e a adaptação para plataformas móveis (smartphones e tablets), algumas práticas se tornaram tão necessárias quanto a coesão e a coerência, para garantir a qualidade dos textos postados.

O conceito da escaneabilidade é relativamente novo, e diz respeito a uma escrita mais consciente de sua estrutura visual, para tornar a leitura mais agradável para o leitor. São medidas de escaneabilidade:

Frases curtas e parágrafos de 3 ou 4 linhas;

Uso de tópicos para realçar informações importantes;

Separação do texto em intertítulos;

Imagens para “quebrar” grandes blocos de texto;

Realce de termos em negrito e itálico e uso de hiperlinks.

Além da escaneabilidade, se aplicam também os conceitos de storytelling e copywriting, que dependem da intenção e do direcionamento de cada conteúdo.
