

# REDATOR FULL TEXT<sup>©</sup>



BENÍCIO LOPES

# TEXTO COM CONTEXTO

Escrever bem hoje é mais do que usar boas palavras. É saber conversar com o público no contexto certo. Aliás, texto sem contexto não converte, não cumpre o que promete.

Veja a diferença:

- Textos **que informam** (redação comum) 📢
- Textos **que convencem** (publicitários e de copywriting) 🎯
- Textos **que guiam** (microcopy em produtos e apps) 📱



**REDAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**01**

**VENDENDO IDEIAS COM ESTILO**

# CONCEITO É TUDO

Como redator criativo de uma agência, seu texto não pode ser mais do mesmo. Precisa ser envolvente e estimular o raciocínio. É preciso autocrítica.

Dicas práticas:

- **Comece pelo conceito:** o texto é consequência da ideia central.
- Use os **4 Cs da comunicação**: Clareza, Criatividade, Concisão e Conexão.
- **Evite clichês publicitários:** substitua “qualidade que você confia” por algo que mostre o diferencial real, como: **Brastemp. Não tem comparação.**



**COPYWRITING/CONTEÚDO**

**02**

**ESCREVENDO PARA GERAR AÇÃO**

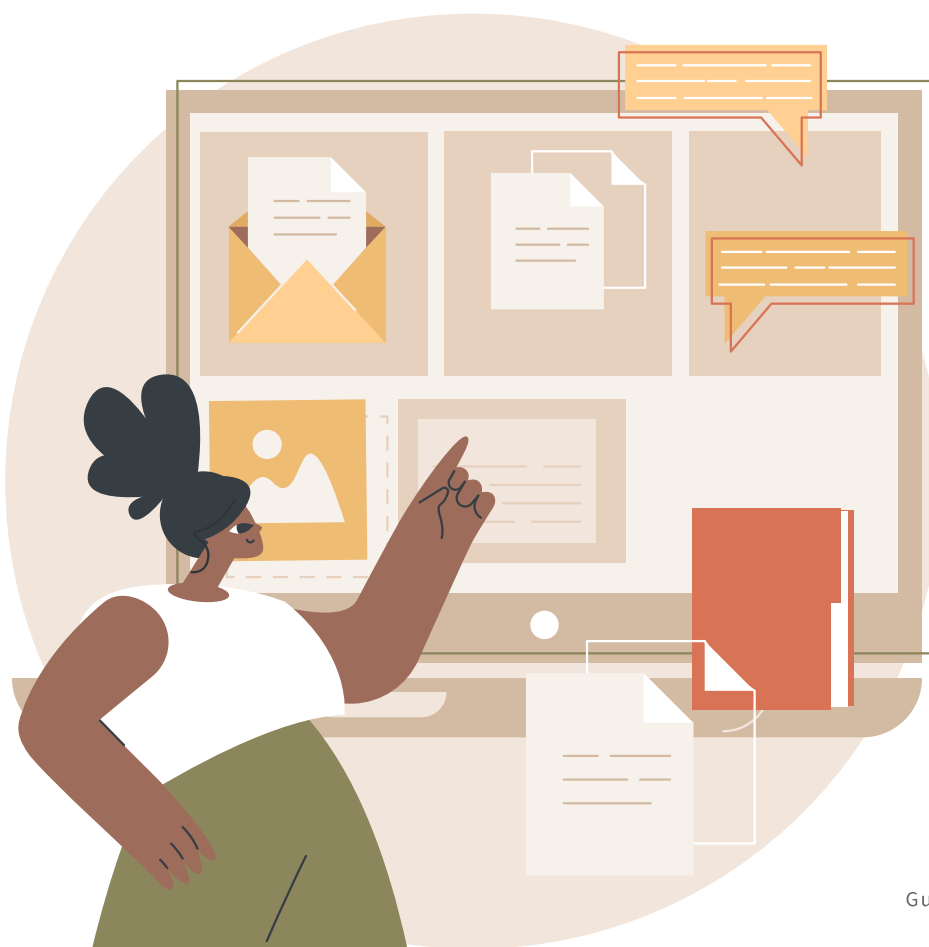
# FOCO NA PERFORMANCE

Copy é uma escrita com objetivo de usar a persuasão para induzir uma tomada de decisão por parte do público/usuário. Engajamento, conversão, fidelização (vendas, e-mails, landing pages).

Técnicas e gatilhos mentais:

- **Fale do problema antes da solução:** o leitor precisa se ver no texto.
- **AIDA:** Atenção → Interesse → Desejo → Ação
- **FOMO\* ou "medo de perder" (Fear of Missing Out):** Influencia a decisão de compra num curto espaço de tempo, para não perder a oferta vantajosa.
- **Escreva como quem conversa:** evite jargões e frases longas.
- **Prova social\*:** influencia a tomada de decisão com base na experiência de outras pessoas (avaliações de clientes, vídeos, selos etc.) É fundamental para gerar credibilidade, reduzir objeções e aumentar a conversão.

*\* FOMO e Prova Social devem ser usadas com pertinência e moderação.*



**MICROCOPY/INTERFACES**

**03**

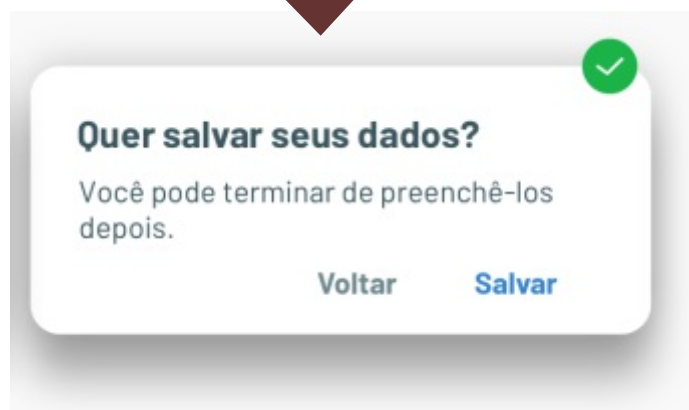
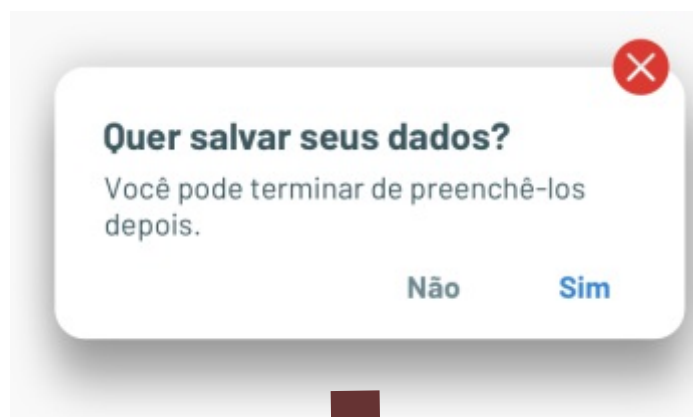
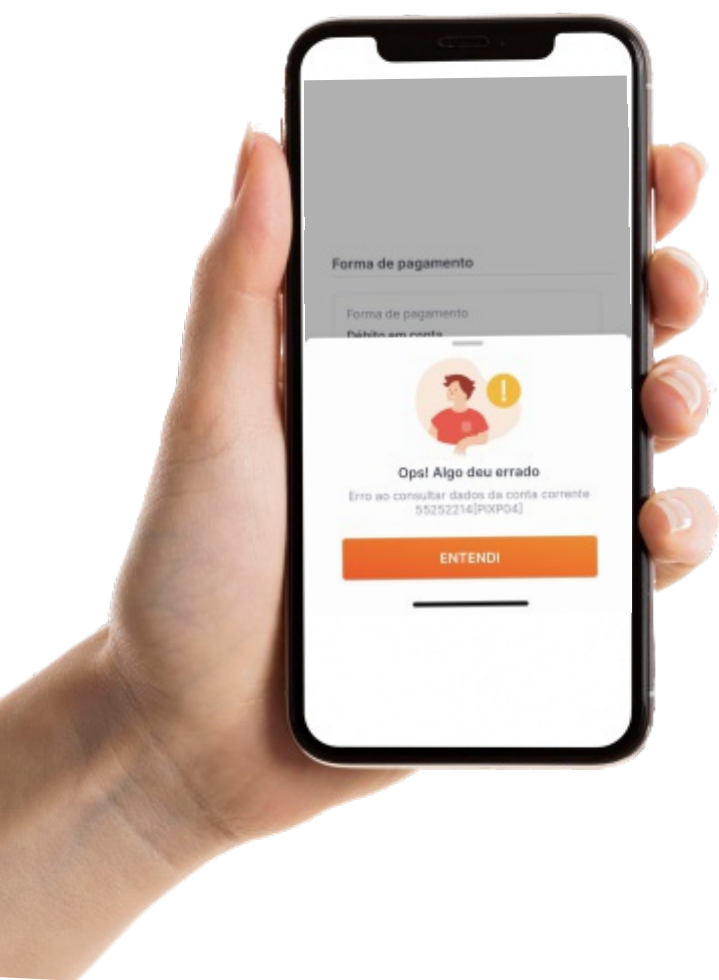
**PARA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO**

# MENOS É MAIS!

O texto produzido por UX tem seu valor. Facilita e melhora a experiência do usuário, guiando a jornada e entregando soluções de simples entendimento para que ele consiga resolver sua demanda de maneira satisfatória.

Boas práticas:

- **Heurísticas de Nielsen:** privilegie sempre a usabilidade.
- **Cada palavra guia o usuário:** botões, mensagens de erro e placeholders.
- **Torne o digital mais humano:** “Ops, algo deu errado” é melhor que “Erro 404”.
- **Use o tom de voz da marca:** um app financeiro fala diferente de um app de delivery, por exemplo.
- **Faça testes A/B:** pequenas mudanças como “Enviar” → “Quero participar!” podem gerar grandes resultados.







# VIRE O CHIP

O desafio para quem trabalha com redação em todas as instâncias é mudar a forma de falar. Uma mesma ideia, um mesmo conceito pode ser traduzido em diferentes formatos. Use as dicas deste e-book e veja como funciona:

Briefing: **Promoção de um curso de redação full text.**

Tipo de texto	Exemplo
Redação publicitária	“Sua próxima grande ideia começa com uma boa frase.”
Copywriting	“Aprenda as técnicas que transformam boas ideias em textos que vendem.”
Microcopy (Botão CTA)	“Quero escrever melhor”





Parabéns, você chegou ao final deste guia rápido e viu que dominar os diferentes estilos faz de você um(a) profissional mais completo(a).  
Aprofunde seus conhecimentos em cursos específicos para cada uma das técnicas de redação abordadas.

**“Quem domina o texto, domina o diálogo entre marcas e pessoas.”**

Obrigado e boa sorte!



Este e-book é um projeto do Bootcamp  
Fundamentos de IA Generativa DIO - Universia.