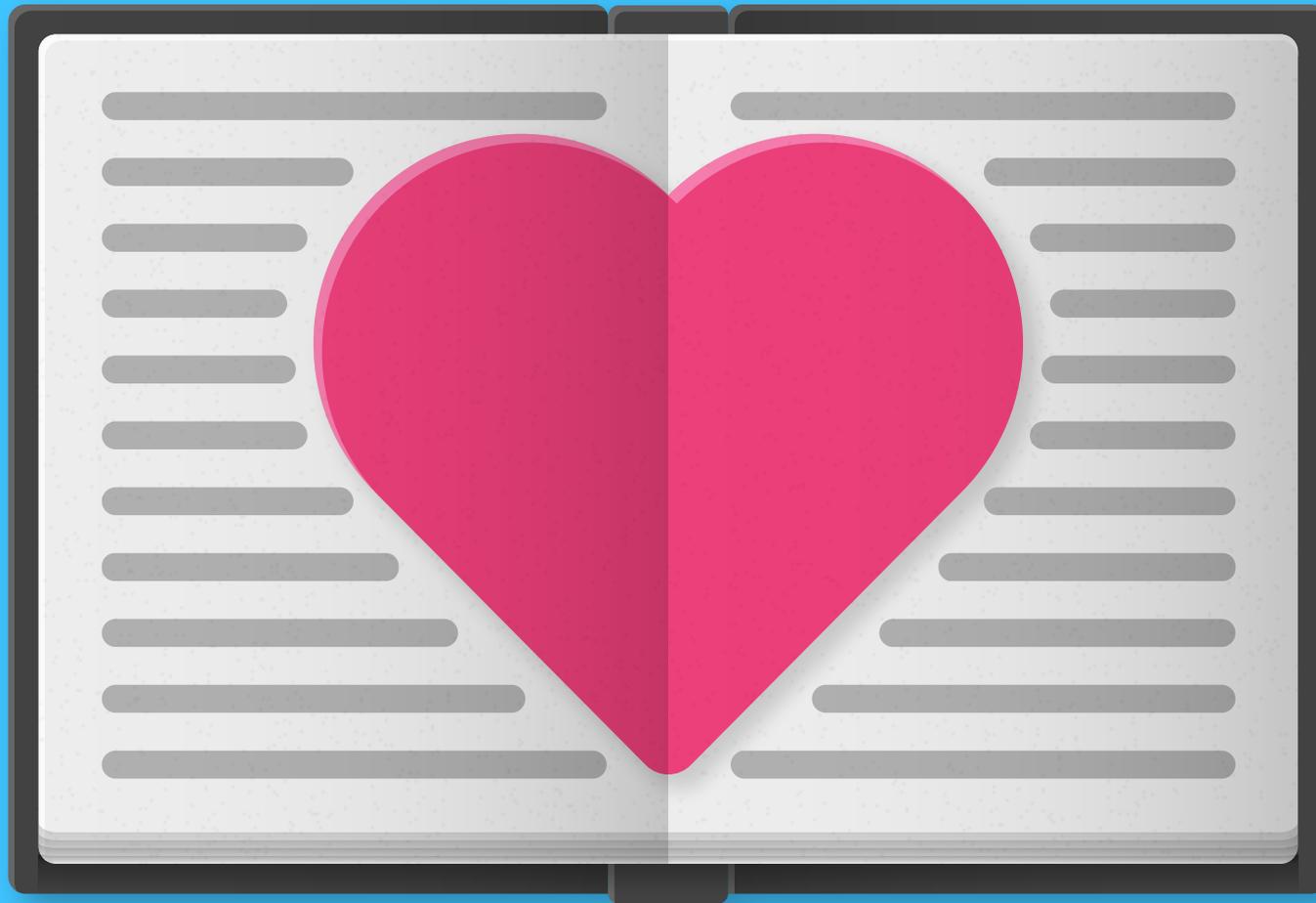


CARTILHA DE **ESCRITA** HUMANIZADA



@comunidade

Introdução	4
Por que pensar em Escrita Humanizada?	5
O que levar em consideração?	8
Precisamos falar de contexto	9
Escrita humanizada na prática	11
Dicas para identificar e substituir esses termos	18
Conclusão	20
Sobre a Comunidade	21

TEXTO



LAÍS BOLINA

Analista de Marketing

@ Rock Content

lais.bolina@rockcontent.com

REVISÃO



LÍVIA CHAVES

Analista de Produção de Conteúdo

@ Rock Content

livia.chaves@rockcontent.com

DESIGN



RAFAEL RALLO

Analista de Marketing & Designer

@ Rock Content

rafael.rallo@rockcontent.com



THIERS FERREIRA

Designer Gráfico

@ Rock Content

thiers.ferreira@rockcontent.com

INTRODUÇÃO

Escrever é uma ação naturalmente muito humana. Desde sempre pensamos em símbolos que possam facilitar a nossa comunicação e traduzir nossas necessidades e sentimentos.

Nesse caso, toda escrita seria humanizada, certo? Infelizmente não.

Ao longo dos anos, incorporamos na nossa comunicação diversos termos e expressões que, dentro do contexto no qual foram criados, representam preconceitos, ofensas, diminuição de um grupo e muitos outros pontos problemáticos. E, na maior parte do tempo, nem nos damos conta disso.

O problema disso é que, sem querer, você pode fazer com que o seu texto perca a credibilidade ou mesmo insulte o seu leitor. E você sabe, isso pode acarretar em um problema para você e também para a marca ou empresa que você representa.

Por isso, criamos esse conteúdo pensando em melhorar a sua comunicação e te ajudar a identificar os principais termos que causam confusão e que são muito usados (você vai se surpreender).

Use-o como um manual de consulta, tanto para produzir quanto para revisar seus conteúdos.

E, caso encontre alguma nova expressão que faça sentido, acrescente no campo editável no final. Isso facilitará o seu trabalho, além de tornar a sua escrita realmente mais humana.



POR QUE PENSAR EM ESCRITA HUMANIZADA?

Vamos pensar no que é a comunicação: a interação entre duas ou mais pessoas.

Para que essa experiência seja agradável, prazerosa e educativa para todos os participantes, existem alguns pré-requisitos:

Idioma – português, inglês, libras etc.;

- # **Linguagem** formal ou informal;
- # **Tom**, independentemente se é na escrita ou na fala;
- # **Canal ou contexto** (presencial, online, por meio de uma carta, ligação).

Esses critérios já determinam – muito – a qualidade do diálogo, e o grau de compreensão e empatia dos participantes. Porém, a escolha das palavras é, sem sombra de dúvidas, um fator que amarra todos os demais, tornando esse processo possível.

Afinal, você pode escolher usar expressões mais formais ou técnicas, usadas apenas por um grupo específico e que exclui os outros grupos.

Enfim, infinitas possibilidades.





**A Escrita Humanizada
leva em conta essas
escolhas, no ponto de
vista do respeito mútuo.**



Ela evita termos que possam ofender ou agredir uma pessoa ou um grupo, não só melhorando a comunicação, mas também contribuindo para a sociedade como um todo.

Afinal, **humanizar a comunicação ajuda também a minimizar preconceitos e melhorar as relações** entre pessoas de diferentes contextos.





O QUE LEVAR EM CONSIDERAÇÃO?

No final, pensar em Escrita Humanizada está muito relacionado a entender quais termos e expressões você deve evitar – ou, melhor ainda, banir – no seu vocabulário.

Essas expressões são consideradas ofensivas porque negligenciam fatores como:

- # Raça ou etnia;
- # Religião;
- # Deficiência;
- # Orientação sexual;
- # Identidade de gênero;
- # Atributos físicos;

Entre outros fatores associados à cultura e sociedade, normalmente ligados a minorias. Ou seja: na prática, esses termos diminuem, rejeitam, estereotipam ou discriminam pessoas ou grupos.



PRECISAMOS FALAR DE CONTEXTO

Mais do que o peso de uma palavra, o contexto no qual ela está inserida afeta — e muito — o seu significado.

Observe, por exemplo, estas matérias:

"Aqui incentivamos a juventude preta da periferia a estar na Universidade"

Moradora do Ibura e militante do Levante Popular da Juventude fala sobre os desafios da juventude periférica

"A POLÍTICA NÃO É LUGAR PRA PRETO VAGABUNDO FEITO VOCÊ!"

Nas duas falas, retirada de reportagens, a palavra “preto(a)” é utilizada como um adjetivo e está associada a uma etnia, certo?

Porém, dentro do contexto do exemplo 1, ela tem um objetivo (e, conseqüentemente, um tom) diferente do contexto 2.

Enquanto no exemplo 1, ela apenas designa a etnia, no exemplo 2 ela é utilizada para diminuir a etnia pelo restante da frase. Deu para entender?

Como um escritor/revisor, é fundamental que você conheça o seu público, o seu contexto, e não deixe margem para interpretações negativas da parte do seu leitor.

Na dúvida, não use. Mas, quando e se usar, pense em quem essa fala representa e com quem ela comunica!





ESCRITA HUMANIZADA NA PRÁTICA

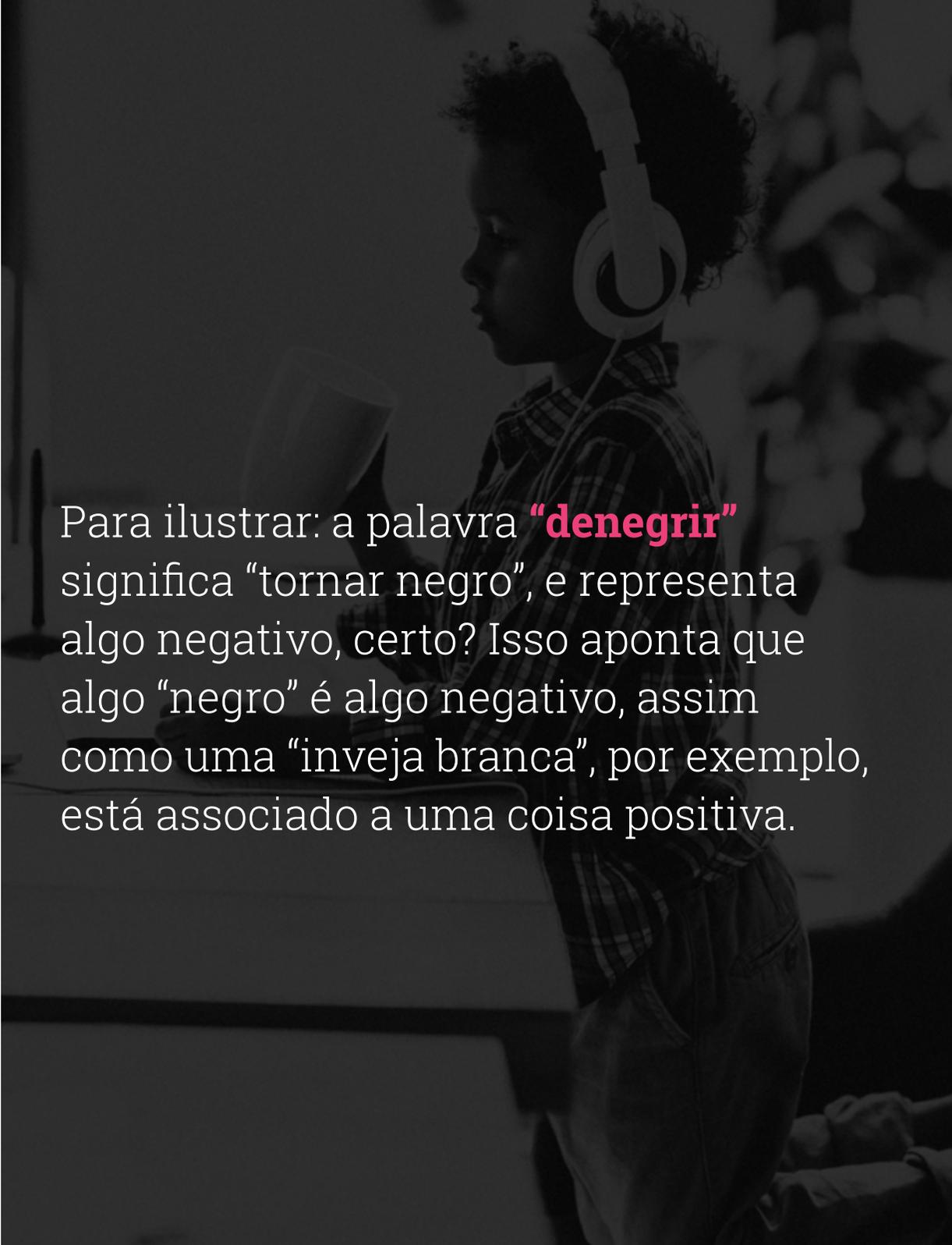
Agora vamos listar, por categoria, alguns termos considerados ofensivos.

Perceba que eles ajudarão você a identificar termos associados, mas relacionados a outros grupos de pessoas.



LIGADOS A RAÇA OU ETNIA

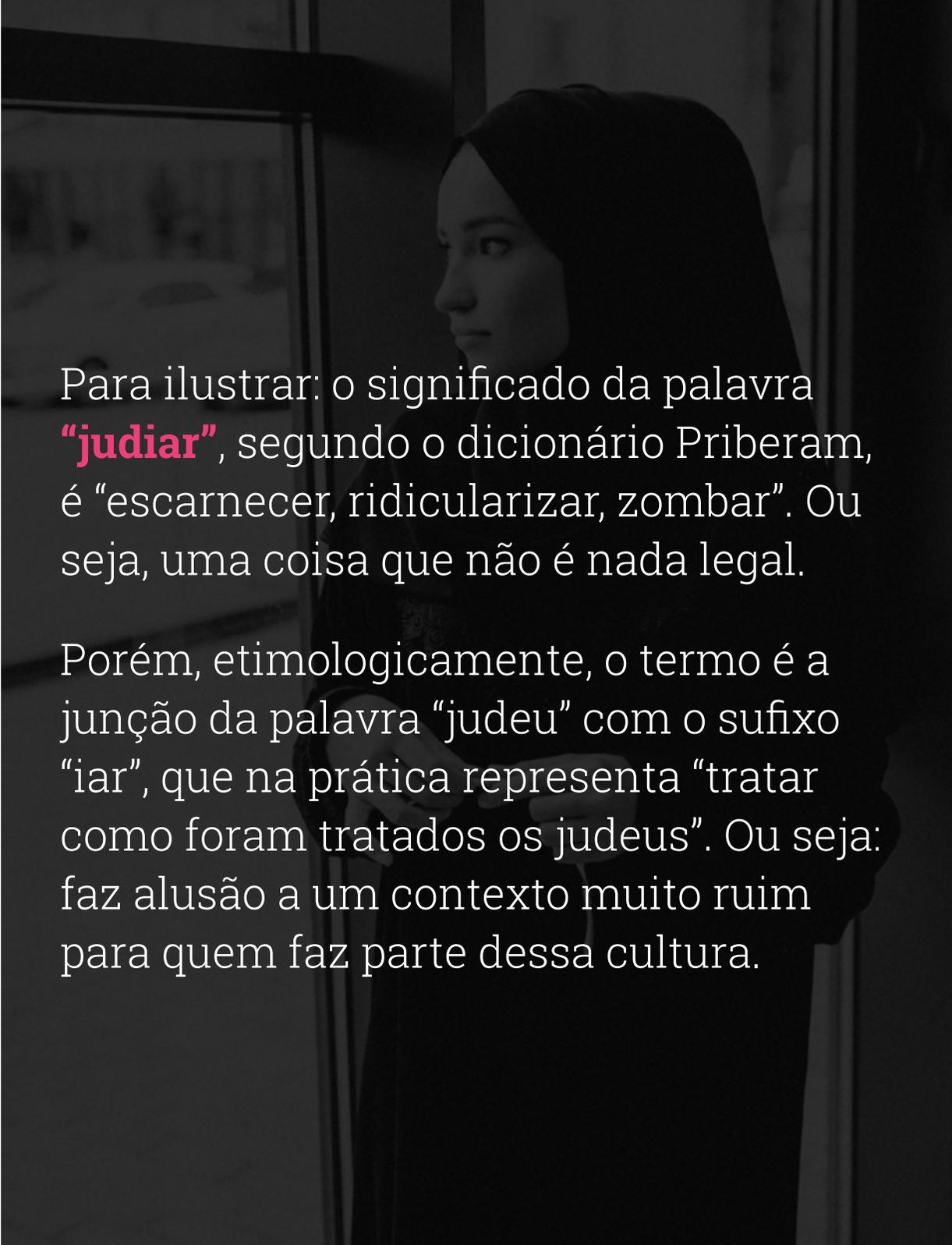
- # Denegrir
- # Mulato(a)
- # Preto
- # Criolo
- # “De cor”
- # Inveja Branca
- # Xing Ling



Para ilustrar: a palavra **“denegrir”** significa “tornar negro”, e representa algo negativo, certo? Isso aponta que algo “negro” é algo negativo, assim como uma “inveja branca”, por exemplo, está associado a uma coisa positiva.

LIGADOS A RELIGIÃO

- # Judiar
- # Crente – como característica pejorativa
- # Terrorista
- # Macumbeiro(a)

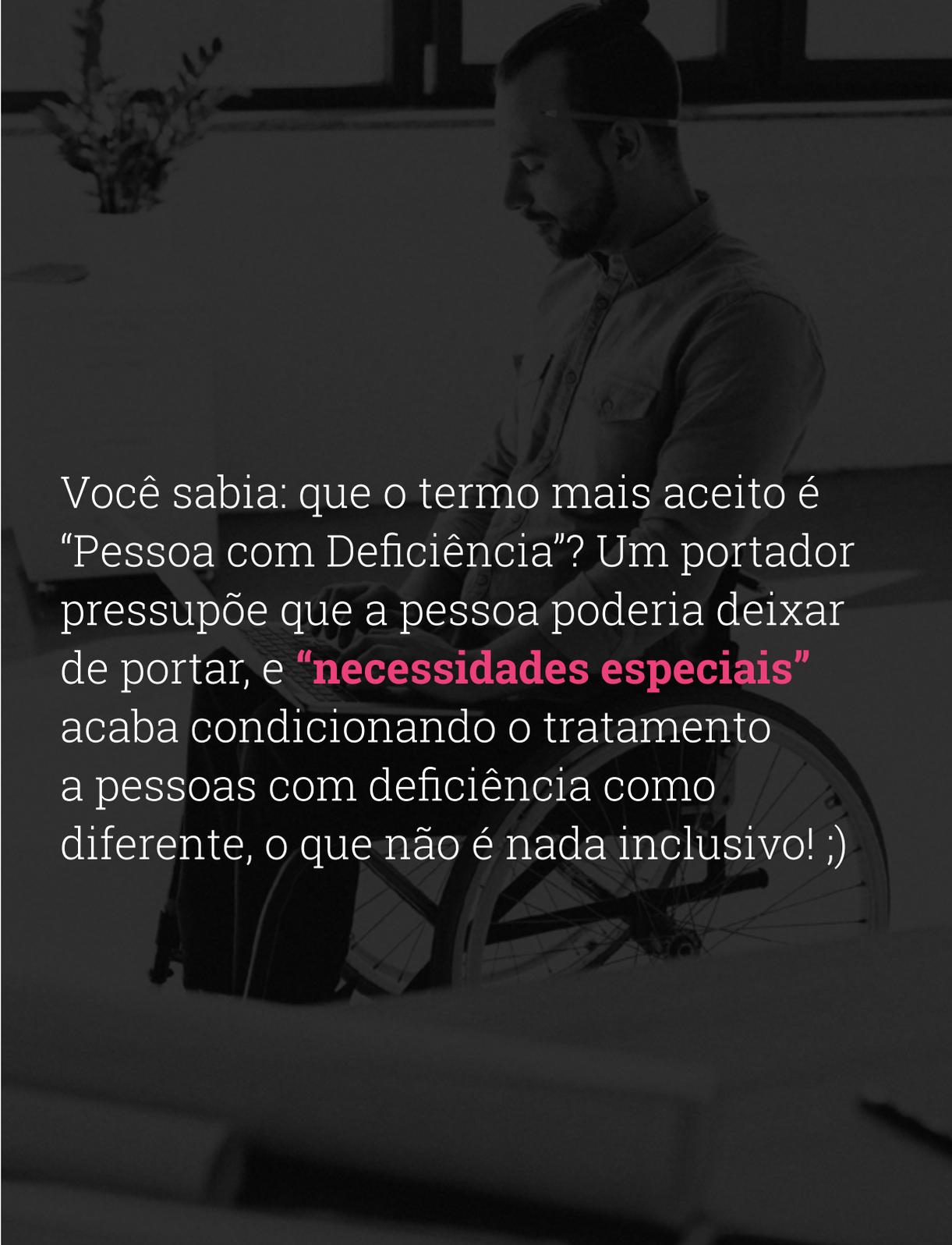


Para ilustrar: o significado da palavra **“judiar”**, segundo o dicionário Priberam, é “escarnecer, ridicularizar, zombar”. Ou seja, uma coisa que não é nada legal.

Porém, etimologicamente, o termo é a junção da palavra “judeu” com o sufixo “iar”, que na prática representa “tratar como foram tratados os judeus”. Ou seja: faz alusão a um contexto muito ruim para quem faz parte dessa cultura.

LIGADOS A DEFICIÊNCIAS

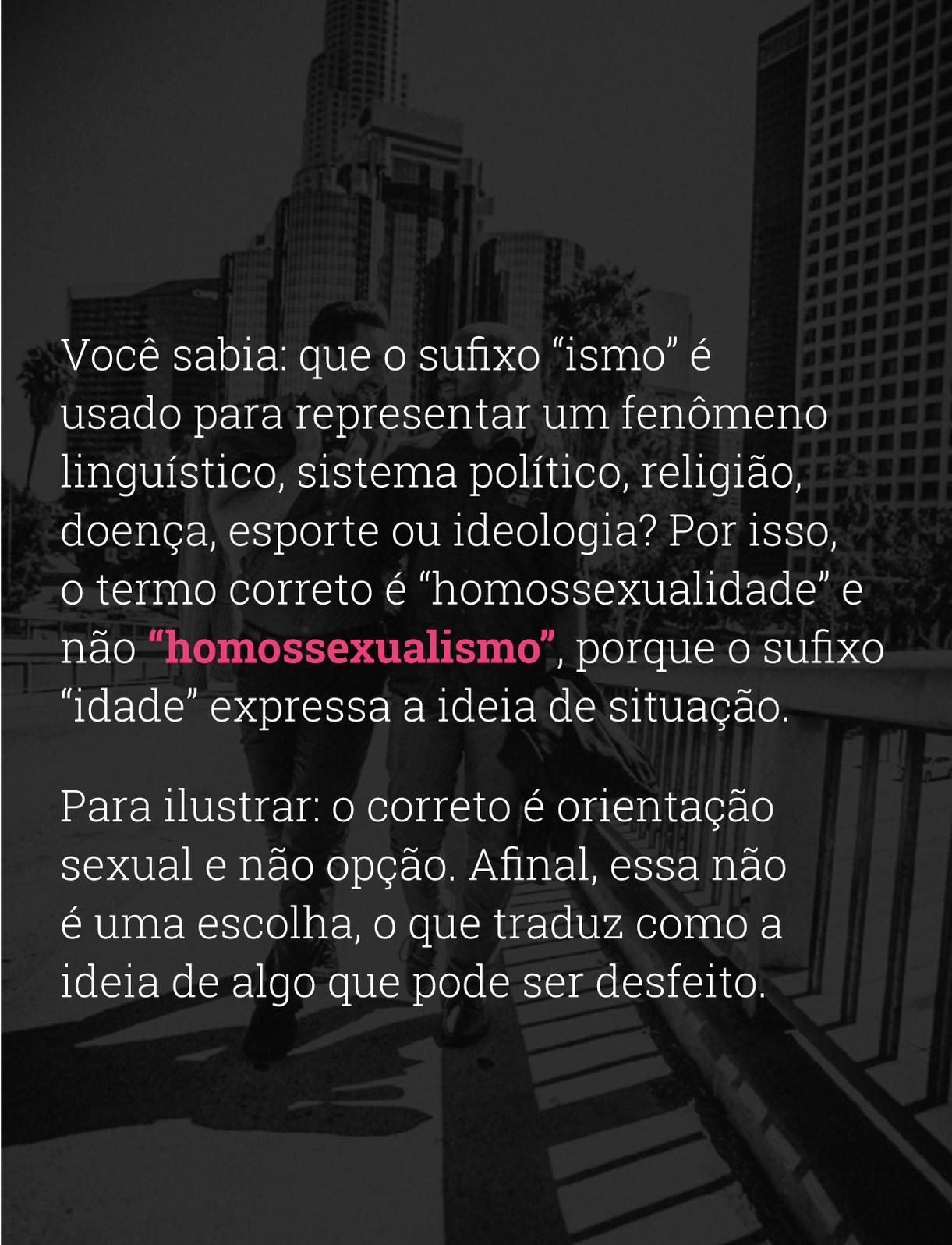
- # Deficiente
- # Necessidades especiais
- # Portador de necessidades especiais
- # Aleijado
- # Deficiente físico

A grayscale photograph of a man with a beard and short hair, wearing a light-colored button-down shirt, sitting in a wheelchair. He is looking down at an open book he is holding in his lap. The background is slightly blurred, showing what appears to be an indoor setting with a plant and a window.

Você sabia: que o termo mais aceito é “Pessoa com Deficiência”? Um portador pressupõe que a pessoa poderia deixar de portar, e **“necessidades especiais”** acaba condicionando o tratamento a pessoas com deficiência como diferente, o que não é nada inclusivo! ;)

LIGADOS À ORIENTAÇÃO SEXUAL

- # Homossexualismo
- # Opção sexual
- # Gay – como representação de todas as orientações diferentes da heterossexualidade;
- # Sapatão
- # Bicha
- # Veado
- # Indeciso(a)

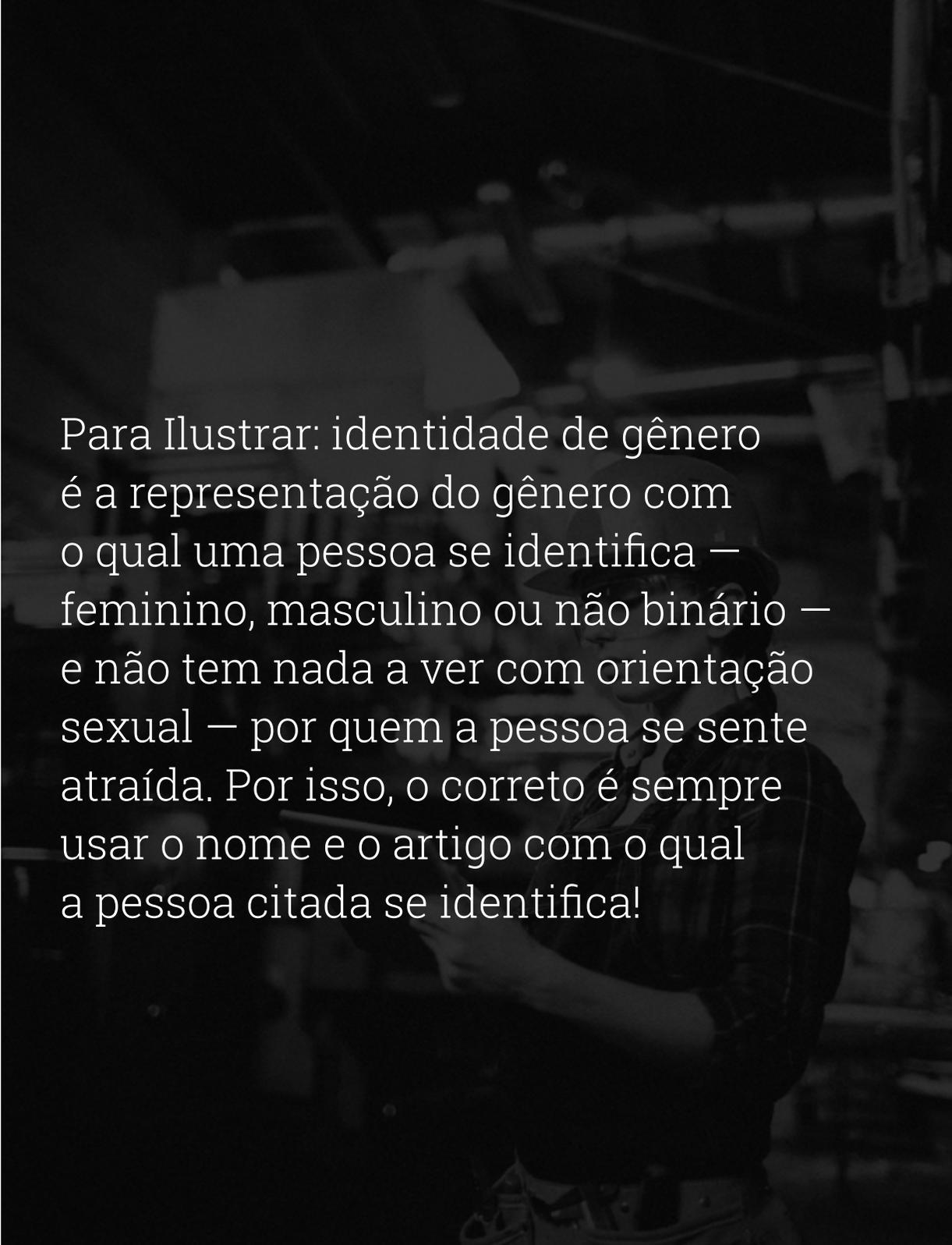


Você sabia: que o sufixo “ismo” é usado para representar um fenômeno linguístico, sistema político, religião, doença, esporte ou ideologia? Por isso, o termo correto é “homossexualidade” e não **“homossexualismo”**, porque o sufixo “idade” expressa a ideia de situação.

Para ilustrar: o correto é orientação sexual e não opção. Afinal, essa não é uma escolha, o que traduz como a ideia de algo que pode ser desfeito.

LIGADOS À IDENTIDADE DE GÊNERO

- # Mulherzinha
- # “Coisa de homem”
- # Traveco
- # “Macho”
- # Usar o artigo errado quando falar de uma pessoa trans;
- # “Homem que é homem...”



Para Ilustrar: identidade de gênero é a representação do gênero com o qual uma pessoa se identifica — feminino, masculino ou não binário — e não tem nada a ver com orientação sexual — por quem a pessoa se sente atraída. Por isso, o correto é sempre usar o nome e o artigo com o qual a pessoa citada se identifica!

LIGADOS A ATRIBUTOS FÍSICOS

- # Gostosa
- # Gorda(o)
- # Cabelo ruim
- # Musa
- # “Quilos a mais”

Para ilustrar: na escrita jornalística, por exemplo, a maioria dos atributos físicos para caracterizar uma pessoa estão associados a mulheres, o que é um estereótipo de gênero.

Além disso, termos que associam magreza à saúde e a coisas positivas também são depreciativos e precisam ser evitados — assim como o contrário, como **“essa blusa engorda”**.

DICAS PARA IDENTIFICAR E SUBSTITUIR ESSES TERMOS

Como você deve imaginar, esta é só uma parte de um grande conjunto de palavras e expressões que estão muito longe de representar uma escrita humanizada.

Porém, tanto para que você identifique quanto para que escolha substitutos para esses termos, nós temos algumas dicas que podem ajudar.

- # Tenha sempre em mãos um dicionário convencional e um dicionários de sinônimos;
- # Está pensando que uma palavra parece ser formada de outras e tem um cunho pejorativo? Procure a origem etimológica;
- # Cuidado com a generalização. Ela, na maioria das vezes, é ofensiva. Veja algumas palavras que são mais comumente usadas nesse sentido:
 - # Nordestinos;
 - # Surdos-mudos;
 - # Muçulmanos;
 - # Africanos;



Sempre que estiver usando um adjetivo para um grupo, troque-o para um outro grupo mentalmente e veja se aquilo seria ofensivo ou se soa natural dentro do contexto. Por exemplo:

- # “Nordestinos são...” por “Sudestinos são...” — ninguém sequer usa essa palavra, e ela existe.
- # “Gays invadem as ruas...” por “Héteros invadem as ruas...”
- # “Mulher, musa do campeonato” por “Homem, muso do campeonato”.
- # Mais uma vez, entenda que o contexto vai influenciar muito no impacto das palavras;
- # Se você está na dúvida se o termo pode ser ofensivo, substitua-o!

CONCLUSÃO

Esperamos que este material ajude você não só a escrever melhor, mas também a se comunicar em todos os contextos de maneira mais humanizada e menos ofensiva.

Como você deve pensar, vários desses termos são usados sem nenhuma intenção negativa, porém carregam com eles fatores externos à sua comunicação, e que implicam na diminuição de pessoas ou grupos. Por isso, mais uma vez: na dúvida, evite.

Além disso, lembre-se de que você sempre pode pedir desculpas, caso alguma dessas expressões seja utilizada. Como dissemos, existem diversos termos que não foram citados ou que podem mudar de sentido dentro de outros contextos, e por isso toda atenção é válida.

No final, independentemente de com quem você estiver falando, você se sairá bem! Pelo menos no quesito humanização. ;)



QUER COMEÇAR A SUA CARREIRA COMO FREELANCER NA ROCK CONTENT?

**CONHEÇA A NOSSA PLATAFORMA E
COMECE AGORA MESMO A GANHAR
UMA RENDA EXTRA!**

**QUERO SER UM FREELANCER
DA ROCK CONTENT!**

@comunidade

@comunidade

A **Rock Content** é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de conteúdo fantástico e blogs corporativos sem monotonia.

A **Comunidade de Freelancers** é o combustível que move a máquina da Rock. Englobando freelancers de Redação, Revisão, Planejamento de Pauta e Diagramação, a Comunidade é um elemento vital que nos possibilita entregar cada vez mais valor à estratégia de marketing de conteúdo.