

Jim VandeHei, Mike Allen
e Roy Schwartz

Brevidade inteligente

~~COMO~~ ESCREVER MENOS.

~~COMO~~ DIZER MAIS.

~~E COMO~~ SER OUVIDO.

**Smart
Brevity**

**O poder de
dizer muito
com poucas
palavras**



SEXTANTE

**Brevidade
inteligente**

**Jim VandeHei, Mike Allen
e Roy Schwartz**

Brevidade inteligente

**CONTADOR BREVIDADE
INTELIGENTE:**

28.500 palavras

107 minutos

**Smart
Brevity**

**O poder de
dizer muito
com poucas
palavras**



SEXTANTE

Título original: *Smart Brevity*

Copyright © 2022 por Axios Media Inc.

Copyright da tradução © 2023 por GMT Editores Ltda.

Publicado mediante acordo com Workman Publishing Co., Inc.,
um selo da Hachette Book Group, Inc., Nova York.

SMART BREVITY é uma marca registrada da Axios Media Inc.

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser
utilizada ou reproduzida sob quaisquer meios existentes sem autorização
por escrito dos editores.

tradução: Bruno Fiuza

preparo de originais: Sibelle Pedral

revisão: Hermínia Totti e Tereza da Rocha

projeto gráfico: Lisa Hollander

diagramação e adaptação de capa: Ana Paula Daudt Brandão

ilustrações: Aida Amer, Rae Cook, Sarah Grillo e Megan Robinson

impressão e acabamento: Pancrom Indústria Gráfica Ltda.

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

V315b

Vandehei, Jim

Brevidade inteligente / Jim Vandehei, Mike Allen, Roy Schwartz ;
tradução Bruno Fiuza. - 1. ed. - Rio de Janeiro : Sextante, 2023.

224 p. : il. ; 21 cm.

Tradução de: Smart brevity

ISBN 978-65-5564-665-8

1. Comunicação empresarial. I. Allen, Mike. II. Schwartz, Roy.
III. Fiuza, Bruno. IV. Título.

23-83283

CDD: 658.45

CDU: 005.57



Gabriela Faray Ferreira Lopes - Bibliotecária - CRB-7/6643

Todos os direitos reservados, no Brasil, por
GMT Editores Ltda.

Rua Voluntários da Pátria, 45 – Gr. 1.404 – Botafogo

22270-000 – Rio de Janeiro – RJ

Tel.: (21) 2538-4100 – Fax: (21) 2286-9244

E-mail: atendimento@sextante.com.br

www.sextante.com.br



INTRODUÇÃO

Nevoeiro de palavras

CONTADOR BREVIDADE
INTELIGENTE

1050
PALAVRAS

4
MINUTOS

Nevoeiro de palavras

Nunca na história da humanidade usamos tantas palavras em tantos lugares com tanta velocidade.

POR QUE ISSO É IMPORTANTE: Esse fenômeno novo e exaustivo congestionou nossas caixas de entrada, paralisou ambientes de trabalho, obstruiu nossa mente – e nos inspirou a criar o conceito de Brevidade Inteligente... e a escrever este livro.

Seja honesto: você é um prisioneiro das palavras. Você escreve, lê e ouve palavras.

- Palavras avulsas. Palavras por e-mail. Palavras tuitadas. Palavras em mensagens de texto. Palavras de memorando. Histórias com palavras. Palavras, palavras, palavras.
- Passamos o dia ouvindo, vendo e lendo palavras, clicando em nossas minúsculas telas e sempre querendo mais.

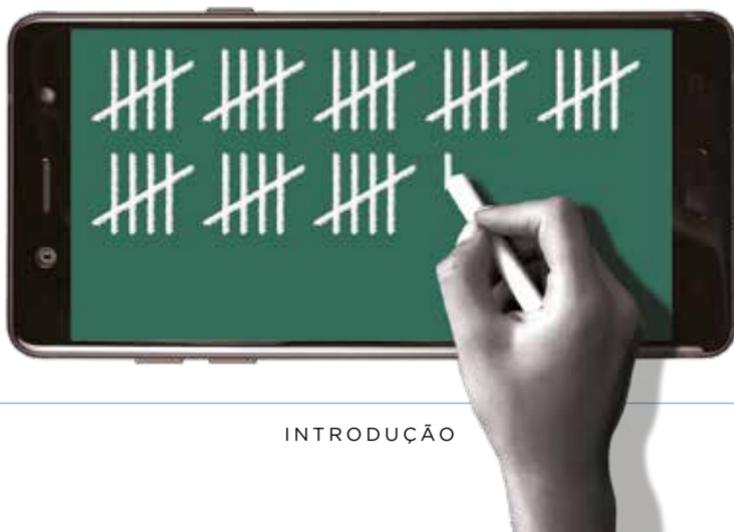
Isso esgota nossa mente. É o que vemos e sentimos diariamente. Estamos mais dispersos, mais impacientes, mais saturados. Rolamos. Deslizamos. Clicamos. Compartilhamos.

- Estudos de rastreamento ocular mostram que gastamos 26 segundos, em média, na leitura de um conteúdo.
- Em média, permanecemos menos de 15 segundos na maioria dos sites em que entramos. Eis outra estatística bizarra: um estudo descobriu que nosso cérebro leva 17 milissegundos para decidir se gostamos ou não de algo em que acabamos de clicar. Se não gostamos, fechamos.

- Compartilhamos a maioria das histórias sem nos dar ao trabalho de lê-las.

Então esperamos, inquietos, uma gratificação instantânea ou apenas *mais* – mais uma piada, uma provocação, uma notícia, uma conexão, uma curtida, um compartilhamento, retuítes, comentários. Assim, focar em uma tarefa, resistir a olhar o celular, ler algo a fundo, nos lembrar das coisas, reparar no que importa – tudo isso fica mais difícil.

- Olhamos nosso celular mais de 344 vezes por dia – uma vez a cada 4 minutos pelo menos. Pesquisas comportamentais – e nossos detectores de “mentira” – mostram que subnotificamos nosso uso real.
- Passamos os olhos em quase tudo que aparece em nossas telas, mas não lemos de verdade quase nada.
- Essencialmente, alimentamos nosso vício produzindo ondas de dopamina por meio de mais mensagens, tuítes, buscas, fofocas, vídeos, posts. *Click. Click. Click...*



Nevoeiro de palavras

O QUE A CIÊNCIA E OS DADOS NOS DIZEM:

Há poucas evidências de que esse comportamento esteja reprogramando nosso cérebro. Pelo contrário, sempre fomos propensos a distrações. Só que agora estamos sob uma rajada de distrações o *tempo inteiro*.

- Isso ativa dois defeitos humanos simultaneamente: o fato de sermos péssimos em fazer várias coisas ao mesmo tempo e nossa dificuldade em voltar a nos concentrar quando nossa atenção é desviada. A maioria das pessoas leva mais de 20 minutos para retomar o foco após uma distração.
- Não é surpresa que as velhas formas de comunicação percam terreno para esse caos cada vez maior.

PANORAMA GERAL: Estamos chafurdando em ruído e bobagem na maior parte do tempo que passamos acordados. E, quando nos deitamos para dormir, pegamos o celular para rápidas conferidas sempre que mudamos de posição. É a loucura da mente moderna.

Esse nevoeiro de palavras cada vez mais denso tem duas causas principais: a tecnologia e os maus hábitos.

1. A internet e os smartphones abriram as comportas para que todos pudessem dizer e ver tudo em escala, de graça, instantaneamente, o tempo todo. Ganhamos acesso ao Facebook, Google, Twitter, Snapchat, TikTok. E abusamos disso.

Podemos compartilhar todos os nossos pensamentos. Publicar quando estamos orgulhosos ou irritados. Fazer pesquisas no Google quando estamos confusos ou curiosos. Assistir a vídeos sobre qualquer assunto quando estamos entediados.

2. Mas as pessoas continuam a produzir enormes quantidades de e-mails, cartas, memorandos, artigos, histórias e livros, como se estivéssemos em 1980. Pense nisto: sabemos que todo mundo tem menos tempo, mais opções, distrações infinitas, mas continuamos a cuspir a mesma quantidade de palavras. Ou até mais. E escritas da mesma forma que fazemos há gerações.

Isso não é novidade. Mark Twain, em carta a um amigo em 1871, confessou: “Não tive tempo de escrever uma carta curta para você, então escrevi uma comprida.”

- Todo mundo faz isso. Tentamos fingir – ou exibir – inteligência exagerando nas palavras. Vemos isso no trabalho, em e-mails pessoais, na imprensa.
- Aprendemos que texto longo é sinônimo de profundidade e relevância. Os professores pedem redações com um número determinado de palavras. Quanto mais extensa a matéria da revista, mais séria ela parece. Quanto mais grosso o livro, mais inteligente o autor soa.
- Graças à tecnologia, essa obsessão deixou de ser uma falha para se tornar um bug teimoso que rouba o nosso tempo.

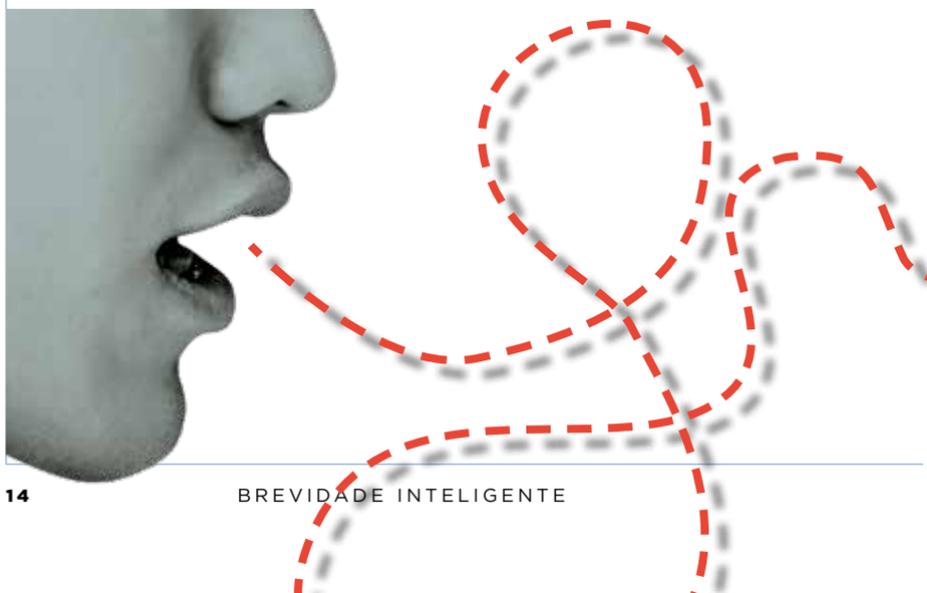
O resultado é o desperdício de bilhões de palavras:

- Apenas cerca de um terço dos e-mails de trabalho que requerem atenção é lido.
- A maioria das palavras na maioria das notícias é ignorada.
- A maioria dos capítulos da maioria dos livros permanece intocada.

Nevoeiro de palavras

O problema é grave e está presente em quase todos os locais de trabalho. Não importa se você trabalha numa multinacional, em um pequeno negócio ou em uma startup, nunca foi tão difícil fazer com que as pessoas se concentrem no que é importante de fato.

- A realidade do “trabalhar de qualquer lugar” no mundo transformado pela covid-19 afetou as comunicações de maneira profunda e crítica nas empresas, entre os líderes e entre os colaboradores.
- Esse problema ecoa em todas as organizações porque, neste mundo disperso, uma cultura vibrante, uma estratégia clara e uma execução rápida dependem de uma comunicação eficiente.
- O CEO da Slack, Stewart Butterfield, nos disse que, em uma organização hipotética com 10 mil funcionários e uma folha de pagamento de 1 bilhão de dólares, algo entre 50% e 60% do tempo dos empregados é despendido em alguma forma de comunicação. No

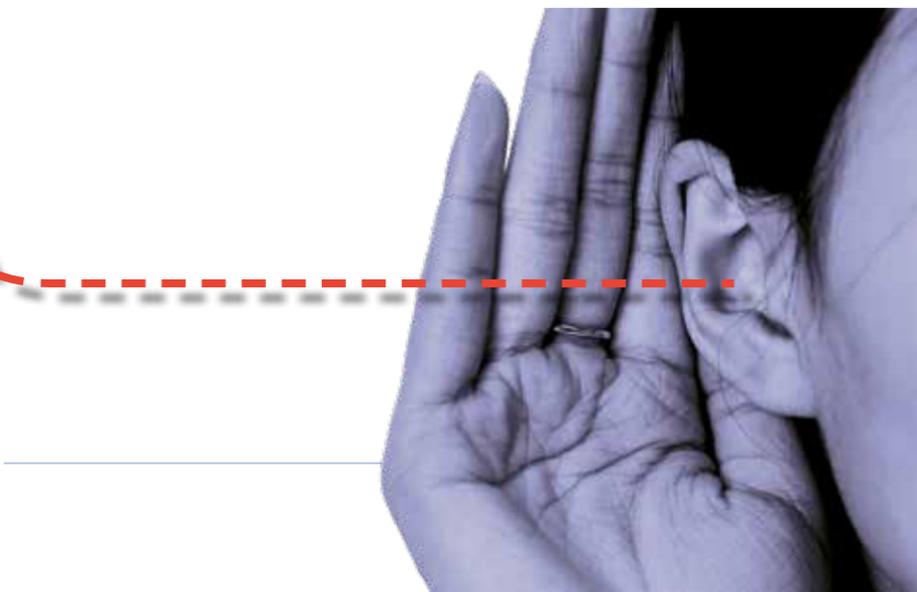


entanto, eles não recebem ferramentas nem treinamento para se comunicar bem.

MORAL DA HISTÓRIA: Todos nós estamos diante de um desafio épico: como fazer com que uma pessoa preste atenção em algo importante no meio dessa confusão?

NOSSA SOLUÇÃO: Adapte-se à forma como as pessoas consomem conteúdo – não à forma como você *gostaria* que elas consumissem ou à forma como consumiam antigamente. Portanto, mude agora a forma como você se comunica. É possível fazer isso bem rápido adotando a Brevidade Inteligente.

A VANTAGEM PARA VOCÊ: Você vai aprender a abrir caminho em meio ao ruído, a ser ouvido no que é mais importante e a obter reconhecimento por suas ideias mais relevantes. E verá que essa nova forma de pensar e se comunicar é libertadora, contagiante e fácil de ensinar.



Parte 1

O que é
Brevidade
Inteligente?



1

Curto, não raso

CONTADOR BREVIDADE
INTELIGENTE

950
PALAVRAS

3,5
MINUTOS

Curto, não raso

Pregamos um pedaço de papel respingado de molho na parede da redação da Axios, a nossa startup em Arlington, no estado da Virgínia. Está escrito: “Concisão é confiança. Extensão é medo.”

POR QUE ISSO É IMPORTANTE: Comandamos uma empresa de mídia. Vivemos, respiramos e ganhamos dinheiro com palavras, fazendo com que os leitores mais influentes e exigentes as consumam – CEOs, líderes políticos, gestores e curiosos viciados em notícias.

- Ainda assim, nossa solução para o nevoeiro verborrágico é levar as pessoas a produzir e consumir menos palavras – *muito menos*.

Chamamos isso de Brevidade Inteligente (Smart Brevity, na expressão original em inglês). É um sistema e uma estratégia para pensar com mais eficácia, se comunicar com maior clareza e poupar tempo – o seu e o dos outros. Seu maior poder é ensinar você a dizer muito mais com muito menos.

- Graças à internet, nossa forma de consumir informação evoluiu radicalmente. Mas pouco mudou na nossa forma de escrever e de nos comunicarmos em um ambiente de pessoas distraídas e saturadas.

A Brevidade Inteligente ataca esse problema. Neste livro, vamos mostrar como palavras fortes, frases curtas, chamadas cativantes, visual simples e ideias bem organizadas fazem sua mensagem se destacar e ser lembrada.

- Também vamos mostrar como os dados, os hábitos de consumo, as tendências mais recentes da tecnologia e do ambiente de trabalho e nossas próprias trajetórias profissionais ilustram os surpreendentes benefícios de uma comunicação mais concisa, mais inteligente e mais simples.
- Vamos ensinar as estratégias fundamentais que nos ajudaram a criar duas empresas (Axios e Politico) e a chegar ao topo do jornalismo americano e nos tornaram melhores como líderes e como pessoas.
- Vamos contar histórias divertidas e elucidativas para descontrair e mostrar como você também pode aplicar a Brevidade Inteligente no seu trabalho e na sua vida.

Estamos à frente de uma empresa de mídia, mas este não é um livro para jornalistas. Ele foi escrito para melhorar a capacidade de comunicação de qualquer pessoa.

- Se você é estudante, a Brevidade Inteligente vai tornar seus trabalhos e suas apresentações mais atraentes.
- Se você lida com vendas, a Brevidade Inteligente vai deixar sua comunicação mais eficaz e ajudá-lo a fechar negócios.
- Se você administra uma instituição – seja uma empresa, uma cidade, uma universidade ou uma organização sem fins lucrativos –, a Brevidade Inteligente vai deixar suas mensagens mais claras e marcantes, fortalecendo o entrosamento e a criatividade da equipe.
- Se sua intenção é simplesmente transmitir informações importantes – seja você um gestor, um professor ou um

Curto, não raso

líder comunitário –, este livro vai lhe revelar os segredos para ser ouvido.

MORAL DA HISTÓRIA: Não há como unir pessoas em torno de uma estratégia ou ideia se elas se distraem ou não entendem o que está sendo dito.

- Usando as velhas formas de comunicação, quase ninguém está prestando atenção no que você diz.
- Vamos mostrar como reestruturar sua forma de pensar. E então sua escrita vai se destacar com clareza cristalina.



Faça ~~mais~~ com ~~menos~~.

Sabemos que você pode estar cético em relação ao uso da Brevidade Inteligente.

- A maioria das pessoas fica, a princípio. Nós mesmos ficamos. Nós três, fundadores da Axios, ganhávamos um bom salário produzindo palavras para nossos chefes.

A esposa de Jim, Autumn, odiou o conceito deste livro. Seus filhos também ficaram reticentes enquanto ele escrevia os capítulos em seu iPhone. Autumn é uma amante das palavras – uma acadêmica, uma leitora voraz. Foi isto que dissemos a ela:

- Não estamos negando que existem ocasiões para se entregar às palavras. É só pensar na ficção, na poesia, em cartas de amor ou em conversas casuais.
- Continue devorando suas revistas, lendo bons livros e assistindo a filmes longos.

Também não estamos dizendo que você deve encurtar seus textos apenas para deixá-los menores – o ponto é que sua escrita ganha mais alma e destaque se for direta, pragmática e sucinta. Não omita fatos nem detalhes importantes, não simplifique demais nem nivele por baixo. “Curto, não raso” é o que dizemos aos nossos repórteres.

Curto, não raso

PARA IR MAIS FUNDO: Nossa tese é: se você quer transmitir informações importantes no mundo digital, precisa repensar – e reformular – radicalmente a forma como as transmite.

- Comece aceitando que a maioria das pessoas vai só passar os olhos ou pular a maior parte do que você escreve. Então faça valer cada palavra e cada frase.
- Compartilhe MAIS valor em MENOS tempo.
- Coloque seus leitores em primeiro lugar. As pessoas estão sobrecarregadas e têm expectativas em relação ao precioso tempo que dedicam ao seu texto. Em geral, tudo o que querem saber é quais são as novidades e “por que isso é importante”. Dê isso a elas.

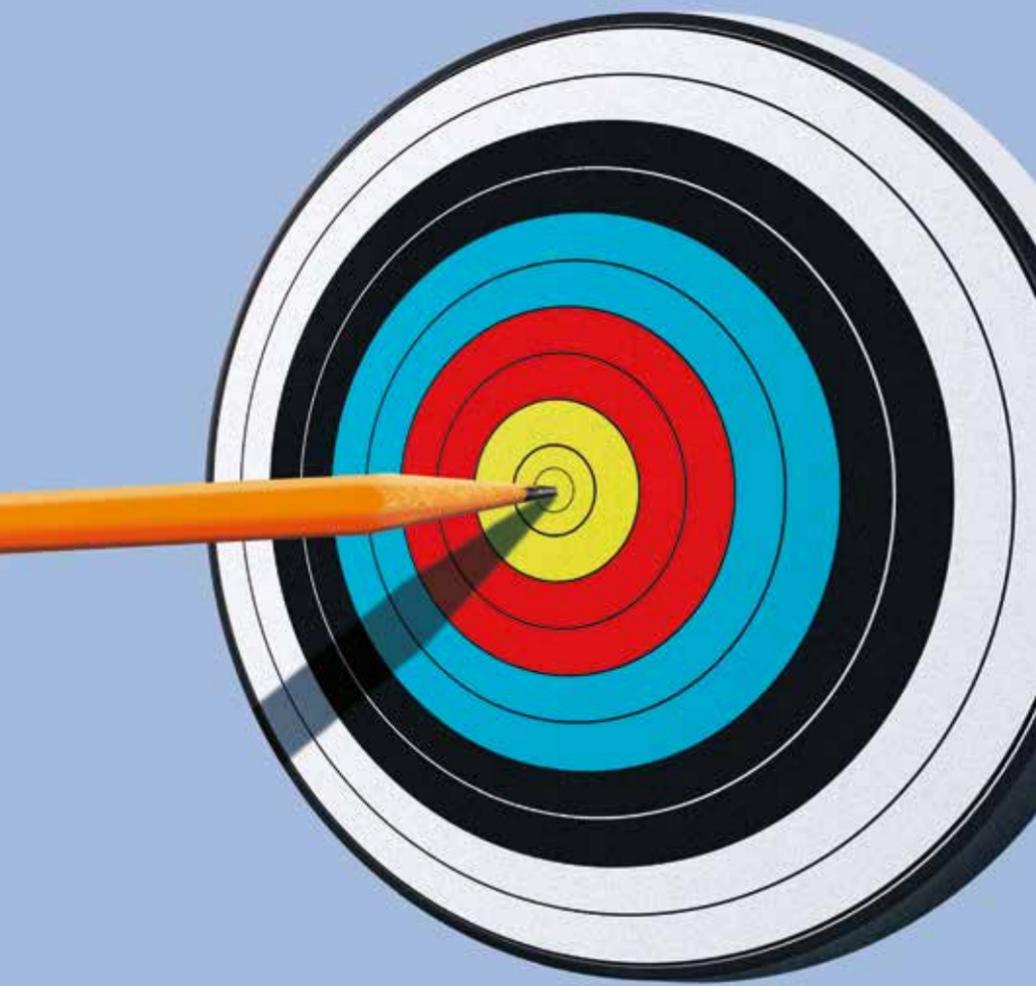


- Mude seus métodos e seu estilo para conquistar os leitores. Já.

Você verá resultados rápidos e consistentes.

- Você se tornará mais eficiente e produtivo no trabalho, além de um comunicador mais competente, relevante e marcante nas redes sociais. Sua voz e suas palavras vão se destacar e repercutir como nunca.
- Isso vai obrigá-lo a repensar outros aspectos que consomem seu tempo e a priorizar seus leitores – não o seu ego ou seus maus hábitos – na hora de compartilhar pensamentos, ideias, notícias e atualizações.
- Os maiores beneficiários são as pessoas com quem você está tentando se comunicar. Esse novo estilo de comunicação pode ajudar gestores a poupar inúmeras horas, alinhar empresas em torno de suas missões, liberar a criatividade e explicitar o que é mais relevante.

O MAIS IMPORTANTE: Você vai desenvolver rapidamente autoconfiança em sua voz mais precisa e clara – e verá que as pessoas vão ouvir e lembrar (e, com sorte, compartilhar) suas opiniões mais importantes. Você voltará a ser ouvido.



CONHEÇA ALGUNS DESTAQUES DE NOSSO CATÁLOGO

- Augusto Cury: Você é insubstituível (2,8 milhões de livros vendidos), Nunca desista de seus sonhos (2,7 milhões de livros vendidos) e O médico da emoção
- Dale Carnegie: Como fazer amigos e influenciar pessoas (16 milhões de livros vendidos) e Como evitar preocupações e começar a viver
- Brené Brown: A coragem de ser imperfeito – Como aceitar a própria vulnerabilidade e vencer a vergonha (600 mil livros vendidos)
- T. Harv Eker: Os segredos da mente milionária (2 milhões de livros vendidos)
- Gustavo Cerbasi: Casais inteligentes enriquecem juntos (1,2 milhão de livros vendidos) e Como organizar sua vida financeira
- Greg McKeown: Essencialismo – A disciplinada busca por menos (400 mil livros vendidos) e Sem esforço – Torne mais fácil o que é mais importante
- Haemin Sunim: As coisas que você só vê quando desacelera (450 mil livros vendidos) e Amor pelas coisas imperfeitas
- Ana Claudia Quintana Arantes: A morte é um dia que vale a pena viver (400 mil livros vendidos) e Pra vida toda valer a pena viver
- Ichiro Kishimi e Fumitake Koga: A coragem de não agradar – Como se libertar da opinião dos outros (200 mil livros vendidos)
- Simon Sinek: Comece pelo porquê (200 mil livros vendidos) e O jogo infinito
- Robert B. Cialdini: As armas da persuasão (350 mil livros vendidos)
- Eckhart Tolle: O poder do agora (1,2 milhão de livros vendidos)
- Edith Eva Eger: A bailarina de Auschwitz (600 mil livros vendidos)
- Cristina Núñez Pereira e Rafael R. Valcárcel: Emocionário – Um guia lúdico para lidar com as emoções (800 mil livros vendidos)
- Nizan Guanaes e Arthur Guerra: Você aguenta ser feliz? – Como cuidar da saúde mental e física para ter qualidade de vida
- Suhas Kshirsagar: Mude seus horários, mude sua vida – Como usar o relógio biológico para perder peso, reduzir o estresse e ter mais saúde e energia

sextante.com.br

