

Resumir é apresentar certo conteúdo, quase sempre escrito, de modo seletivo e breve.

Um resumo deve ser:

- ✓ **Conciso**, obviamente: corte, quando não forem determinantes ao assunto principal, os exemplos dados pelo autor, detalhes/dados secundários.
 - Em textos narrativos (literários ou jornalísticos), convém eliminar os discursos diretos – dê preferência aos discursos indiretos, pois são mais econômicos; é preciso mencionar: fato/ação principal, personagens principais (por vezes, é possível eliminar figurantes), além dos elementos: quando, onde e como?, por quê (se houver justificativa)? e desfecho.
 - Em passagens descritivas, convém economizar, o quanto possível, adjetivos e advérbios, sobretudo os repetidos ou inexpressivos.
 - Em textos dissertativos, comece grifando as palavras-chave (substantivos e verbos) de cada parágrafo ou sentença; detecte o assunto/a questão central e o ponto de vista do autor sobre o assunto; veja se há intercalações desnecessárias (advérbios e adjetivos) ou excesso de organizadores textuais (conjunções), e corte-os; faça um apanhado dos principais argumentos pertinentes ao assunto central.
- ✓ **Pessoal**: escrito, o quanto for possível, com palavras próprias; é o resultado da sua leitura do texto-base.
- ✓ **Logicamente estruturado**: um resumo não é apenas um apanhado de frases soltas. Ele deve trazer as ideias centrais do texto-base, de preferência na ordem em que foram apresentadas. Cuidado com a coesão textual – o uso correto das conjunções, preposições e pronomes.

IMPORTANTE: O resumo não comporta comentário/opinião acerca do tema nem do posicionamento adotado pelo autor do texto-base.

COMANDO: Imagine que você seja o redator de uma revista de grande circulação, e tenha de enviar o texto abaixo para a Redação. Ocorre que o espaço destinado a publicações desse tipo de matéria é limitado, e cabe a você fazer um **RESUMO** do texto. Escreva até 10 linhas.

O McDonald's enganou consumidores ao vender o novo sanduíche McPicanha sem picanha, dizem especialistas ouvidos pelo UOL.

O caso gerou polêmica depois de a página Coma Com os Olhos, que faz resenhas sobre lanches no Instagram, publicar que a linha de sanduíches McPicanha, recentemente lançada, não tinha mais picanha entre os ingredientes de seu hambúrguer. A empresa admitiu que o sanduíche só tem "molho sabor picanha" e, após a repercussão negativa, pediu desculpas "se o nome escolhido gerou dúvidas", e informou que vai retirar o sanduíche do cardápio. O McDonald's adotou uma prática enganosa, segundo Mariana Gondo, advogada do programa de Alimentação Saudável do Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor). A prática induz o consumidor a erro sobre uma característica, que é essencial ao produto. A rede não pode destacar uma coisa que não existe. Para a advogada, a informação tem que ser clara, ostensiva e deve aparecer de forma transparente. "Não adianta a marca utilizar recursos de colocar textos em letras minúsculas para explicar. Ela precisa ser clara e consistente", afirma. Para a advogada, neste caso, talvez seja necessário realizar uma contrapropaganda para esclarecer o consumidor.

PEZZOTTI, Renato. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/04/29/mcdonalds-enganou-consumidores-com-novo-mcpicanha-analistas-opinam.htm>. Adaptado. Acesso em 16.mai.2022.