

PERSONA

ESTÉTICA, CRÍTICA E JORNALISMO CULTURAL



HENRIQUE MARINHOS

ELI VAGNER FRANCISCO RODRIGUES

ROSEANE ANDRELO

Copyright © 2025 by TRAVASSOS EDITORA

Todos os direitos reservados à Travassos Editora e ao autor.

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
TRAVASSOS EDITORA

CAPA
TRAVASSOS EDITORA

Os TEXTOS DESTE LIVRO SÃO DE RESPONSABILIDADE DE SEUS AUTORES.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Persona : estética, crítica e jornalismo cultural /
[organização] Henrique Marinhos, Eli Vagner
Francisco Rodrigues, Roseane Andrelo. --
Rio de Janeiro : Travassos Editora, 2025.

ISBN 978-65-83288-40-0

1. Crítica 2. Cultura 3. Jornalismo I. Marinhos,
Henrique. II. Rodrigues, Eli Vagner Francisco.
III. Andrelo, Roseane.

25-317463.0

CDD-070.449

Índices para catálogo sistemático:

1. Jornalismo cultural 070.449

Cibele Maria Dias - Bibliotecária - CRB-8/9427



Travassos Editora
Acredite no seu sonho!
www.travassoseditora.com
travassos@travassoseditora.com
Tel: (21) 4126-9826

PREFÁCIO

Até vestir a beca e pegar o tão sonhado diploma, os alunos de Relações Públicas da Unesp têm um intenso caminho a trilhar. Se for medido pelo relógio, são, pelo menos, 2.790 horas em disciplinas, 210h em estágio e outras 210h em atividades complementares. Mas, evidentemente, na graduação, a percepção da passagem do tempo envolve também aspectos subjetivos, marcados fortemente pelas relações estabelecidas para além das paredes da sala 70, da Coonecta ou mesmo dos laboratórios do “mundo perdido”. Afinal, a formação acadêmica também engloba o contato com docentes/discentes de outros cursos; com profissionais no mercado de trabalho e, no caso da Unesp, fortemente com membros da comunidade que participam dos diversos projetos de extensão.

O “Guia de marca e processos para o Grupo de Pesquisa em Estética e Crítica Cultural – Persona”, que o leitor tem em mãos, é um exemplo relevante do processo de formação em Relações Públicas pela Unesp. Seu autor, Henrique Marinhos Souza, além das horas cumpridas, se envolveu em diversas atividades, entre elas, participou do Persona, que busca disseminar a cultura de forma acessível e promover debates críticos sobre teoria da arte. Para além dos diálogos, aprendizados e afazeres no projeto, Henrique sentiu que podia se formar e deixar uma importante contribuição – resgatar saberes individualizados e transformá-los em conhecimentos coletivos.

Eis que surgiu a proposta de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que ele levou até mim em busca de orientação.

O TCC, entre os elementos do currículo, talvez seja aquele que requer maior autonomia do aluno, seja quando é feito de forma individual ou em grupo. Sem a sala de aula e a formalidade do dia/horário/espaço, os discentes buscam orientações e saem à campo para a produção. Podem escolher entre monografia, projeto experimental, projeto de agência experimental de comunicação e artigo científico (para quem fez iniciação científica). Henrique escolheu a segunda opção e elaborou um guia de marca e processos para o Persona, permitindo que aqueles que vem depois dele possam conhecer o projeto e ter uma fonte de informação sobre como atuar nele. Mais do que um guia, Henrique cuidou da memória organizacional do Persona.

A construção do material se deu durante a produção do TCC, mas envolveu conhecimentos de muitas disciplinas, como gestão de marca; técnicas de Relações Públicas; comunicação dirigida e filosofia e ética que, sob o comando do professor Eli, foi além dos clássicos e permitiu aos alunos trazerem sua própria cultura para a universidade. Para quem acompanhou o processo, um orgulho ver o aluno que consegue articular tantos conhecimentos em um produto que certamente vai fazer sentido à comunidade envolvida com o projeto. Parabéns, Henrique. Parabéns, Eli. Parabéns a todos os que chegaram até aqui e que se abriram a novos conhecimentos e a novos diálogos.

Vinda longa à universidade pública e ao Persona!

Profa. Assoc. Roseane Andrelo

Sobre crítica cultural e ensino de estética

Eli Vagner Francisco Rodrigues

DIVERSOS SENTIDOS DE CRÍTICA.

A palavra “crítica” é relevante tanto para o contexto da filosofia quanto para o universo das artes. Sómente depois do surgimento de uma atividade e de uma espécie de intelectual que estabeleceu uma relação entre o mundo literário e o grande público a palavra começa a ter um significado específico para o jornalismo. Originariamente crítica (*κριτική*) tem o significado de “capacidade de julgar”. Como o desenvolvimento do pensamento filosófico se dá a partir de assimilação teórica da tradição aliado a novas contribuições costuma-se pensar esse trabalho da razão como uma atividade crítica por excelência. Apesar de seu uso corrente em diversas subdivisões disciplinares da filosofia no sentido de análise e decomposição conceitual, entre outros sentidos próximos, o termo ficou mais associado, com justas razões, ao pensamento de Immanuel Kant que escreveu três famosas críticas (Crítica da razão Pura, Crítica da razão Prática e Crítica da faculdade de julgar).

A crítica de Kant, de maneira geral, se refere à capacidade que a própria razão possui de julgar a si mesma em vários aspectos e foi despertada, como ele mesmo afirmou, por uma crítica que Hume fez à metafísica. Para o contexto da história da filosofia a filosofia kantiana passou a ser designada de filosofia crítica. A partir dessa história podemos constatar, portanto, que uma tradição crítica nasce a partir de outra. Da crítica de Hume à metafísica dogmática nasce a crítica de Kant à capacidade de julgar da razão.

Outra referência filosófica que marca o uso do termo na historiografia filosófica é a “teoria crítica”. O uso do termo nesse sentido é explicado por Horkheimer em um texto de 1968 (*Filosofia e Teoria Crítica*) no qual ele aponta a diferença entre dois métodos gnosiológicos. Um foi fundamentado no *Discours de la Méthode*, e o outro, na crítica da economia política. Segundo Horkheimer, a teoria em sentido tradicional, cartesiano, como a que se encontra em vigor em todas as ciências especializadas, organiza a experiência à base da formulação de questões que surgem em conexão com a reprodução da vida dentro da sociedade atual.

Os sistemas das disciplinas conteriam os conhecimentos de tal forma que, sob circunstâncias dadas, eles seriam aplicáveis ao maior número possível de ocasiões. A gênese social dos problemas, as situações reais nas quais a ciência é empregada e os fins perseguidos em sua aplicação, são por ela mesma consideradas exteriores. Aqui a diferença entre teoria crítica tradicional e a que ele propõe – A teoria crítica da sociedade, ao contrário, afirma Horkheimer, tem como objeto os homens como produtores de todas as suas formas históricas de vida. As situações efetivas, nas quais a ciência se baseia, não são para ela uma coisa dada, cujo único problema estaria na mera constatação e previsão segundo as leis da probabilidade. “O que é

dado não depende apenas da natureza, mas também do poder do homem sobre ele. Os objetos e a espécie de percepção, a formulação de questões e o sentido da resposta dão provas da atividade humana e do grau de seu poder." (Horkheimer, 1968)

Essas duas tradições filosóficas acabam se relacionando e dando origem a novas perspectivas sobre a arte e a cultura e estão, de fato, relacionadas com o que entendemos por crítica cultural, crítica de arte e crítica da cultura, mas isso se dará, em ambos os casos, em seus desdobramentos. A princípio a ideia de crítica na filosofia está ligada a problemas mais amplos e que dizem respeito à concepção de racionalidade e de sociedade.

Mas em que aspecto essa história filosófica da crítica tem a ver com a crítica cultural e com o jornalismo? A princípio, a relação está diretamente alicerçada no princípio kantiano de crítica. Para Kant, todo ser racional tem uma vocação para a autonomia e essa condição aponta para a legitimidade de sua crítica. A partir da autonomia intelectual os seres racionais devem se livrar de diversos tipos de tutela ao decidirem sobre suas crenças, suas posições políticas e, por que não, sobre seu gosto. Um ideal de formação deveria, portanto, capacitar os seres humanos a elaborar juízos autônomos sobre o belo, sobre a arte e sobre a cultura. Nesse sentido, a origem filosófica e a própria possibilidade da crítica cultural são a autonomia e a formação. A formação cultural e educacional seria a base da *Bildung* (formação cultural) que possibilitaria a atividade do crítico de cultura.

Bildung.

O conceito de *Bildung* significa, genericamente, "cultura" e pode ser considerada, segundo a filologia moderna como o duplo germânico da palavra *Kultur* (cultura) que é de origem

latina. No entanto, utiliza-se, comumente, no vocabulário filosófico e educacional, a palavra *Bildung* para se referir ao grau de “formação” de um indivíduo, ao nível cultural de um povo, a evolução de uma língua, e ao desenvolvimento de uma arte particular. Portanto, é a partir do horizonte da arte que se determina o referencial para a *Bildung*. O jornalista estaria implicado nessa lógica cultural como um *Aufklärer*, um iluminista, um divulgador da cultura e atuará fortemente na formação do gosto do leitor diário.

A formação cultural e a atividade constante dos críticos serão grandes influências sobre o que se pode denominar como o gosto das classes minimamente educadas, pois o inevitável juízo de gosto do crítico funcionará durante todo o século XX, como um referencial para ideia de sofisticação e não somente para a polêmica questão sobre a arte e o entretenimento, mas também para a ideia de gosto, sobretudo para o estabelecimento de um padrão de bom gosto.

A ideia de uma educação do gosto não é originariamente uma ideia kantiana, mas muito do que Kant escreve sobre a estética vai influenciar o pensamento estético alemão posterior. No século XVII, Schiller vai escrever as “Cartas para a educação estética do homem”, e vincular a estética à moralidade, mas o princípio da crítica já estava dado por Kant na ideia de autonomia a intelectual. Somente a partir de uma subjetividade que interpreta a obra de arte se pode pensar em um texto de crítica cultural.

A subjetividade, representada pelo indivíduo, alcança sua maioridade. Essa posição em relação ao direito do indivíduo é eminentemente um direito intelectual, um direito de juízo. Esse juízo pode ser, conforme as três críticas, sobre a própria razão, sobre seus atos e sobre os atos de seus iguais e sobre a beleza, a arte e a cultura. O homem moderno é um indivíduo dotado

de razão, autônomo e legitimado em seu juízo sobre a realidade. Esse juízo, não escapa à Kant, será, evidentemente, quando convertido em texto argumentativo, julgado por seus pares. Essa característica se mantém, o texto crítico é sempre objeto de uma avaliação por parte do leitor. Mas a crítica também tem um papel educativo. Através da leitura dos críticos de arte se formam novas gerações de críticos.

É nesse sentido que a história do conceito de crítica se relaciona com a crítica cultural, sobretudo nesse nosso contexto do século XXI no qual a crítica, como jornalismo cultural, é exercida por novos atores no cenário amplo da nova cultura tecnológica. Esse novo cenário traz, para nossa reflexão, questões que já foram abordadas pela tradição filosófica e novas questões sobre legitimidade e competência, mas também nos coloca diante de dilemas educacionais e ideológicos.

CRÍTICA DE ARTE/CRÍTICA CULTURAL

Um texto sobre uma obra de arte ou mesmo sobre um produto cultural coloca-nos a árdua tarefa de discorrer sobre um objeto de difícil definição e, portanto, de dificílima abordagem. Grosso modo, aprende-se nos cursos de jornalismo que o texto jornalístico clássico, objetivo, a reportagem, deve se ater ao fato. Assim como deve existir a neutralidade científica em relação ao objeto de estudo deve haver uma espécie de imparcialidade do jornalista em relação ao fato. Essa questão não será aprofundada aqui. O que aqui nos ocupa diz respeito mais à afirmação: "Não existe um fato artístico". Se a própria arte não pode ser definida como um fato, evidentemente o

texto jornalístico que pretende dar conta do “fenômeno artístico” deve ter critérios distintos.

E por que o fenômeno artístico não pode ser definido como fato? Porque ele não envolve somente a objetividade para sua interpretação e pretende alguma universalidade, por esses motivos ele se projeta para fora do tempo. Uma excessiva objetividade pode trair o próprio ato de interpretar uma obra, isto é, a objetividade pode dar outro sentido a uma obra, perder um sentido de ironia, por exemplo, ou não perceber uma paródia, perdendo assim sua intencionalidade crítica. Isso fica claro quando nos deparamos não só com o conceito de ironia, mas também quando acompanhamos a degeneração do humor, que, a princípio, estaria baseada em uma perspectiva crítica sobre a realidade. Na sua forma atual e mais corriqueira, o humor se converteu em mero deboche, que apenas distrai o público e não aponta para a interpretação apreciação ao nível da crítica social, da crítica dos costumes e da própria crítica da moral.

Se a arte não pode ser apreendida como um fato qualquer, qual seria a abordagem que deve ser direcionada à arte como realidade. Além disso, quem detém a competência para ensinar a crítica cultural? A pergunta nos leva diretamente à estética. Esta, como disciplina que pretende estudar a arte e a relação dos seres humanos em relação às suas possibilidades e efeitos, só começa a ser sistematizada a partir da obra de Baumgarten no século XVIII.

Alguns podem pensar que, talvez, o primeiro texto de crítica cultural que tenha alcançado relevância e que foi lido e debatido por séculos tenha sido a Poética de Aristóteles. Esse exemplo aponta para outro fato que também é relevante para

essa introdução. A constatação de que os primeiros textos críticos são textos sobre a literatura e sobre o teatro. Mas Aristóteles não nos dá uma fórmula para escrever crítica cultural. Tampouco faz crítica literária como se faz no século XX. Ele escreve sobre a tragédia e a epopeia, cita diversos autores e não se ocupa de uma peça específica, mas de um tipo de obra de arte específica.

A diferença em relação ao texto crítico jornalístico se dá pela perspectiva universal. Em outras palavras, o texto de Aristóteles é um texto filosófico, o texto crítico-jornalístico não pretende ser um tratado sobre a arte, pretende, sim, dar uma boa indicação da relevância de uma obra lançando mão do contexto cultural no qual a obra se manifesta. Nesse sentido os dois textos são informativos e didáticos.

CRÍTICA LITERÁRIA E CRÍTICA CULTURAL

A relação mais direta entre uma atividade artística literária e a própria tradição da crítica cultural será confirmada como tendência a partir do século XIX. Os autores que se aventuraram na produção de crítica nos jornais europeus e americanos, primeiro escreveram sobre literatura. É possível afirmar, portanto, que a crítica literária se inicia nos jornais? Deixemos essa questão para os especialistas na crítica literária. O que, acredito, se pode afirmar é que a crítica literária é, de fato, uma das precursoras do que se entende por crítica de arte em geral.

Mas outro fator importante, já mencionado aqui, precisa ser acrescentado nessa história provisória da crítica. O nas-

cimento da estética como disciplina da filosofia. O pensador que contribuiu para o estabelecimento dessa área com uma sistematização mais efetiva foi Baumgarten.

Os problemas da estética já haviam sido tratados por outros pensadores antes de Baumgarten, mas ele avançou na discussão de tópicos como arte e beleza e separou a disciplina de outras áreas da filosofia. Baumgarten tentou organizar um saber antigo e acabou criando uma disciplina com subdivisões e método. Sua tentativa incluía a ideia de unificar sistematicamente aquelas regras que ainda eram esparsas sobre o tema filosófico da beleza.

O que a teoria estética de Baumgarten trouxe foi uma forma científica de exposição. Foi a intenção de Baumgarten apresentar algumas normas da representação artística. Mais do que isso, ele pretendia apresentar uma orientação para o bom gosto. A partir de Baumgarten a “questão do gosto” passa a ser um componente teórico das preocupações textuais do que se produziu sobre arte, cultura e até mesmo entretenimento.

Mais tarde Bourdieu coordenará um estudo que colocará de pernas para o ar tudo o que se pensou sobre o gosto, o bom gosto e o mau gosto, no ocidente. Dentre as ideias desenvolvidas por Bourdieu, uma interessa diretamente àqueles que se ocupam de pensar o texto de crítica cultural como texto jornalístico.

Para Bourdieu, o conhecimento sobre arte advém do estilo de vida do indivíduo, que necessariamente está ligado à sua classe social e origem cultural. Ao se deparar com uma obra

de arte o indivíduo mobiliza o que possui como capital cultural para entender e interpretar a obra. A partir dessa breve indicação, pode-se pensar a situação do jornalismo frente a necessidade de produção de crítica cultural na forma de textos.

Para compreender a natureza e as características dos textos de crítica cultural que acabaram se tornando mais comuns nos veículos de comunicação contemporâneos e nas novas plataformas de conteúdo bastaria verificar a origem cultural e social dos jornalistas? Esse procedimento não parece ter uma base científica segura, mas algo objetivo pode ser extraído dessa maneira de pensar a natureza da nova crítica cultural: ela não é feita mais somente pelo crítico especializado. Boa parte das críticas que lemos nos jornais é escrita por pessoas que se propõem a aprofundar seus conhecimentos sobre a área da produção cultural em pauta a fim de fornecer boas indicações estéticas ao grande público. Isto não, necessariamente, uma definição de especialista. O que se percebe em relação a essa atividade atualmente é que a formação dos redatores de crítica cultural é sempre um trabalho em progresso.

O espaço comunicativo da internet deu origem a uma variedade imensa de modalidades de textos sobre cultura, do *fanzine* ao *vlog*, do portal de cultural pop à revista acadêmica especializada que agora é veiculada, em sua maioria, exclusivamente na internet. O espaço crítico se ampliou e a indústria da cultura também. Existe mais acesso às obras e a comunicação entre os aficionados por uma ou outra área cultural se dá de maneira mais rápida e frequente. Nesse universo a crítica cultural e o próprio jornalismo cultural mudaram.

JORNALISMO CULTURAL.

A história e a definição de jornalismo cultural estão diretamente relacionadas com o que conhecemos classicamente como crítica literária. Na verdade, pode-se falar muito mais de história do que de definição, pois a atividade de crítica cultural que, em algum momento, foi o que deu origem ao jornalismo cultural, sofreu alterações significativas desde seu surgimento.

De saída é preciso fazer uma distinção entre crítica cultural e crítica da cultura. A crítica da cultura engloba toda a perspectiva filosófica de traço pessimista que tende a ver as formas modernas de vida como uma forma de disfarce, distorção (deformação), alienação, degeneração, decadência ou incompletude e, em alguns casos contrapõe a essas formas de vida cultural uma sugestão de superação ou aponta para um sentido de autenticidade perdida. Nesse sentido, as filosofias de Rousseau, Schopenhauer, Nietzsche, Adorno e as obras de Dostoievski e Spengler, são claros exemplos dessa postura crítica em relação à cultura tomada como modo de vida, valores, e que, consequentemente, se tornam críticas das manifestações artísticas ligadas e desenvolvidas pelas respectivas épocas.

Mas foi Walter Benjamin que apontou para uma tentativa de uma definição bastante esclarecedora do fenômeno da *Kulturkritik* como algo relacionado às formas como “*A história degrada-se em imagens, não em histórias.*” Com essa perspicaz interpretação, Benjamin afirma que o problema é desviado do sentido moral para o sentido estético. uma cada um destes pensadores,

cada um à sua maneira, desenvolveu uma forma de crítica contundente à cultura de sua época.

O que está por trás de todas essas críticas é um ataque direto à ideia de progresso, (técnico e cultural). A crítica cultural, mesmo que isso não seja um *consensus universalis*, está ligada à uma atividade que surge no meio literário. Como afirmamos, a crítica literária é a primeira modalidade de crítica cultural que se propaga de maneira industrializada.

Os críticos/escritores escreviam em jornais, gazetas literárias, revistas acadêmicas e independentes, sobre suas obras e sobre as obras de seus afetos e desafetos, todos eles, obviamente, pertenciam ao círculo literário. É comum ao lemos as biografias de autores relevantes da literatura do século XIX, por exemplo, constatarmos as querelas literárias entre os escritores e críticos, veja-se, por exemplo, a importância que Joseph Frank dá às divergências críticas entre Dostoevski e Bielinski na monumental biografia “Dostoiévski, um escritor e seu tempo”.

O jornalismo cultural se inicia como uma atividade de especialistas em literatura. Mais tarde se tornará um fenômeno produzido por especialistas em cinema e música. Mas, por força de circunstâncias muito comuns em redações de jornais a crítica de cultura em geral passa a ser exercida, também, por jornalistas que não possuem necessariamente uma especialização em determinada área artística. Em geral pensamos no editor de cultura de maneira diferente da forma como pensamos o editor de economia. Essa tendência se acentuará no século XXI.

MORTE DA ARTE, OCASO DA CRÍTICA TRADICIONAL

Quando Hegel anuncia a morte da arte na passagem da originalidade mítica para a aceitação da contingência e da particularidade do mundo prosaico, ele não pensava, imediatamente, no ocaso da crítica, mas crescia ali, no leito de morte da velha concepção de arte um problema que afetaria diretamente a atividade crítica. A crítica jornalística estava nascendo e se firmando no mesmo momento em que Hegel pensava a morte da arte. A arte se revelava, para ele, não mais como aquela instância última de contato com a totalidade. Mas antes, no mundo moderno, como uma instância primeira de contato com a fragmentação da perspectiva estética. O que pode escapar aos que se assustam com a nota de falecimento proferida por Hegel é que o filósofo aponta para a ideia segundo a qual, se a arte perdeu sua função de revelar o sentido do mundo e da vida, essa perda é essencialmente necessária para o surgimento da autonomia no campo próprio da arte. Isso atinge diretamente as novas gerações de artistas e seus limites, capacidades e intenções. A arte não terá que servir a nada e a ninguém além da subjetividade. Portanto, a partir dessa perspectiva, não há motivos para vestirmos luto ao tratarmos de arte e de crítica.

Se Hegel decreta a morte da arte no século XIX é Arthur Danto quem decreta a morte da história da arte no século XX. Não nos apressemos, no entanto, em pensar que a morte da crítica será decretada no século XXI, esse último cortejo fúnebre já se inicia no século XX. Mas como opera Danto na execução da tradição historiográfica da arte, ambiente academicista de requinte, complexidade e status crítico?

O que Danto vai afirmar sobre a história da arte está relacionado com a história da crítica. O que ocorreu no mundo cultivado da história da arte vai ocorrer no universo pretendemente tão culto da crítica. Para Danto, algo é considerado uma obra de arte não por ter uma qualidade intrínseca, mas por estar enquadrada dentro do que ele denomina “mundo artístico”, que é composto de um coletivo do qual, provavelmente, o próprio criador participa.

Esse mundo artístico ou universo da arte, é composto também pelos críticos, historiadores, museólogos e marchands. A sentença de Danto é definitiva: Se o mundo artístico aceita algo como arte, então é arte. Esta divisa, com suas consequências, foi rotulada como teoria institucional da arte.

Danto tenta compreender, a partir de um ponto de vista da história da arte, como, por exemplo, a ideia de beleza passa a ser uma opção e não mais uma condição necessária para a arte contemporânea. Nesse sentido, sua voz crítica se alinha com a posição de Roger Scruton que dedicará uma obra específica ao problema da beleza (*Why Beauty Matters?*). Ambos concordam que o problema se inicia ali por volta da segunda metade do século XX. Para Danto, depois das rupturas ocorridas nos anos 1960, como a arte pop e a arte conceitual “as obras de arte podem parecer seja o que for... incluindo objetos perfeitamente triviais”. Scruton adota a mesma tese e acusa Marcel Duchamp de ter introduzido um urinol (“a fonte”) no universo de nossas preocupações estéticas. Scruton não é inocente a ponto de não compreender o que Duchamp e os dadaístas estavam querendo com seus *ready-made* e com seus princípios anti-princípios - O *non-sense*, portanto, como maior princípio.

"Eu redijo um manifesto e não quero nada, eu digo portanto certas coisas e sou por princípios contra manifestos (...). Eu redijo este manifesto para mostrar que é possível fazer as ações opostas simultaneamente, numa única fresca respiração; sou contra a ação pela contínua contradição, pela afirmação também, eu não sou nem pró nem contra e não explico por que odeio o bom-senso"
(Tzara, 1917)

O iconoclasta guarda em si o impulso daquele menino que brinca com fogo, ele não sabe o que está fazendo, mas sabe que não há outra coisa mais urgente a fazer. Nesse contexto, não saber o que se está fazendo parece fazer parte do jogo. Já a ousadia de Scruton, consiste em não dar a mínima para os argumentos de gente consagrada pela crítica e, de passagem, pelos historiadores da arte, que a qualquer frase de Duchamp, de Breton ou de Tzara, leva para casa um suposto ensinamento para demorada reflexão, como um monge de recebe seu koan do mestre zen.

Para Scruton e para Danto, a arte passa a ser um jogo. O primeiro chega a apontar a origem das novas regras. A arte passou a ser uma brincadeira com o conceito (arte conceitual) no momento em que um gesto qualquer adquiriu significado estético relevante. Segundo Scruton, o padrão criado por Marcel Duchamp, com o Urinol, que tinha como intenção satirizar o universo formal da arte e seu comércio e estrutura representou, também, um ato de arrogância que logo se espalhou entre mentes menos privilegiadas, mas cheias de si.

O narcisismo tem um papel determinante nesse processo de banalização. Logo depois dos atos dadaístas e dos objetos tornados artísticos, colou a ideia segundo a qual qualquer coisa poderia ser considerada arte se despertasse uma inquietação qualquer. Suprema tragédia, essa liberação deu origem a inúmeros equívocos vocacionais com os quais teríamos que conviver no campo das artes. Dos objetos às instalações, dos trabalhos conceituais aos happenings, o mundo da arte contemporânea foi invadido por uma multidão de experimentalistas que tentam dar ao público, geralmente atônito, visões de sua subjetividade.

Não haveria mais, a partir de então, um status reverencial na arte, o contrário seria a regra, a arte seria vista enquanto o lugar e o resultado de um gesto humano qualquer, mas que carregasse o peso da interpretação, de uma nova subjetividade, da reinterpretação e, sobretudo, do choque e da sátira em relação ao belo. O mundo da arte teria, por este impulso, se limitado a um papel de mero instrumento de contestação orientado por uma crítica de perspectiva um tanto juvenil a tudo que tivesse algum sentido institucional, social ou humanístico, quando não romântico.

A aura de protesto, nas palavras de hoje, a “atitude e a determinação” teriam substituído os requisitos fundamentais para uma tentativa de sucesso no universo da arte, que seriam, antes que nos esqueçamos, alguma habilidade técnica e criatividade. Nem ousamos, aqui, falar de gênio artístico, pois ao que parece este conceito não pode ser mais ser usado fora do contexto dos séculos XVII e XIX.

Escusado lembrar que em vários aspectos a crítica de Scruton se assemelha à crítica de Adorno ao estado atual da produção cultural contemporânea, apesar de Scruton ser um

crítico contundente de vários aspectos da teoria crítica e de inúmeras posições estético-políticas da Escola de Frankfurt. Para resolver de maneira mais complicada essa equação seria preciso acrescentar a perspectiva de Terry Eagleton. Deste autor, no entanto, tomaremos apenas a definição de cultura.

Para Eagleton, a cultura pode ser aproximadamente resumida, no formato acadêmico, como o complexo de valores, costumes, crenças e práticas que constituem o modo de vida de um grupo específico. De fato, ela é “aquele todo complexo”, como escreve Tylor em uma célebre passagem de seu *Primitive culture*. Assim, esclarece Eagleton, a cultura é, então, simplesmente tudo que não é geneticamente transmissível. Mas aí surge uma novidade, e note que estamos voltando ao período no qual se intensificou o problema aventado no início deste texto. A partir da década de 1960 a palavra “cultura” foi girando sobre seu eixo até significar quase exatamente o oposto. “Ela agora significa a afirmação de uma identidade específica-nacional, sexual, étnica, regional – em vez da transcendência desta.” (Eagleton, 2000)

E já que essas identidades todas veem a si mesmas como oprimidas, afirma Eagleton, aquilo que era antes concebido como um reino de consenso foi transformado em um terreno de conflito. Para Eagleton, portanto, Cultura, deixou de ser parte da solução para ser parte do problema. O problema, que aqui é apontado por Eagleton no contexto, digamos, antropológico, é também, como veremos, um problema na história da crítica. Um dos fatores que vão contribuir para o desmonte, desvalorização e virtual desaparecimento da crítica cultural como existia até a metade do século XX foi o sectarismo identitário.

A partir da ênfase, valorização e disseminação do aspecto identitário como critério de apreciação estética, que em si

mesmas não constituem o problema propriamente dito, a figura do crítico que se fundamentava sua atividade na concepção de cânone como referência máxima de análise técnica e julgamento estético, a partir da qual, aliás, afirmava sua importância e prestígio no circuito culto, declina sensivelmente no final do século XX e praticamente deixa de existir no final da primeira década do século XXI. Mas esse é só um dos fatores e talvez nem seja o mais determinante no processo de declínio de um modelo de crítica cultural. A revolução tecnológica na comunicação, sobretudo o advento da internet e dos smartphones sela o ocaso da crítica cultural tradicional em uma confluência entre aquela tendência cultural-social e a hegemonia das novas plataformas de comunicação. Harold Bloom reagiu contra essa invasão bárbara no universo da crítica literária e conseguiu uma legião de inimigos dentro e fora da academia. Para Bloom, formou-se uma “escola do ressentimento” que se opõe à ideia de cânone ocidental. Essa tendência, para Bloom, provocaria uma degeneração na crítica e na própria ideia de arte e de literatura.

A CULTURA É UMA *COMMODITY*.

O sentido dessa provocação pretende ser um pouco diferente da ênfase frankfurtiana, mesmo sendo inegável reconhecer a relevância do conceito de fetichismo da mercadoria cultural. É preciso lembrar o sentido original de commodity. Em geral, segundo o economês são as matérias-primas e produtos agrícolas tais como minério de ferro, petróleo, carvão, sal, açúcar, café, soja, alumínio, cobre, arroz, trigo, ouro, prata, paládio e platina. Além das mercadorias agrícolas, as *soft commodities* que são os bens cultivados, existem as mercadorias

pesadas, as *hard commodities*, que são os bens extraídos diretamente da terra ou minerados.

O sentido de commodity que aqui se pretende destacar é aquele que enfatiza sobre o produto a característica de sua necessidade básica em relação à vida do indivíduo. A vida é perpassada pela cultura no sentido das produções culturais consumíveis e não apenas no sentido da cultura como linguagem, alimentação, normas e costumes. Nesse sentido, a produção cultural nunca deixa o indivíduo descansar na era da reproduzibilidade técnica. Pelo contrário, ela é dirigida, de certa maneira, exatamente para o descanso do trabalho. Outra característica que marca a relação do indivíduo contemporâneo com essa cultura produzida, como diria Adorno, no ritmo aço, mas hoje também no ritmo do silício, é a indissociabilidade da experiência cultural com a possibilidade de sociabilidade. A cultura das séries, por exemplo, cuja tendência se mostrou bastante forte nos meios juvenis e adultos, se tornou um elemento indispensável de diálogo e interação social.

A ligação intrínseca que a tecnologia terá com a produção cultural no século XX dará a forma de sua multiplicação e inevitabilidade em relação ao indivíduo. Consome-se a cultura mesmo sem intencionalidade estética, formativa, educacional. Classicamente se pensava que uma educação estética, como lembrava Schiller, deveria ser dedicada ao Belo e à Arte e estaria relacionada intimamente com os problemas da felicidade e da política.

Hoje não se pensa assim, o ideal de belo e de beleza foi alterado, a concepção predominante de felicidade se dá pelo bem-estar e pelo consumo e os espíritos não querem ser atormentados por questões estéticas complexas. Almeja-se um pequeno prazer à noite e um pequeno prazer de dia e o entretenimento se

ajusta a essa demanda do “último homem” como uma luva. Ao nos lembrar que o bem-estar é causa da morte do espírito o artista nos parece uma figura extremamente incômoda. Tida eminentemente como uma necessidade social a cultura se adaptou ao ideal de socialização médio e preencheu os diálogos com comentários sobre o que aconteceu no último episódio e não sobre o real significado e implicações da cultura e da arte.

JORNALISMO CULTURAL E ENSINO

Ninguém explicou melhor do que Franthiesco Balerini a situação do jornalismo cultural no Brasil em relação ao ensino. Em sua obra “Jornalismo cultural no século XXI” ele delineia o panorama do problema ensino-prática de jornalismo cultural:

A situação é corriqueira e antiga nas redações de jornais, revistas, portais e telejornais. Um estagiário é contratado e, quando se forma, formalizado como repórter na editoria de cultura. Seu editor pede-lhe que vá à coletiva de lançamento da Bienal, ou de um novo filme francês, ou do novo CD de um famoso cantor de jazz, ou do livro de uma grande poetisa brasileira. Porém, em sua formação acadêmica, o repórter teve um semestre de cultura brasileira e outro de história da arte. Isso porque cursou uma das mais conceituadas faculdades de jornalismo do país. Inseguro, ele decide o óbvio: apoiar-se fortemente no release entregue na coletiva – ou enviado antes

por e-mail – e também nas declarações que os artistas farão no dia. Com o tempo, ganha mais confiança e começa a esboçar uma ou outra pergunta nas coletivas. No entanto, se for obrigado a fazer uma exclusiva com o artista, bem, a sorte está lançada. Se o repórter gostar da área, vai estudar o assunto. Se não gostar, estará colaborando para uma cobertura cultural superficial e acrítica. Esse cenário é muito comum no jornalismo cultural praticado no mundo todo. Até as nações mais desenvolvidas têm problemas sérios em relação à bagagem cultural de seus repórteres, que reproduzem estereótipos sobre as culturas alheias e pouco refletem sobre a arte do próprio país. Mas como resolver esse problema se, quase sempre, as grades das faculdades de Jornalismo refletem a importância dada a cada área no mercado? Hoje, priorizam-se cada vez mais matérias como Assessoria de Imprensa e Comunicação Mercadológica porque muitos dos profissionais atuam nessas áreas. Além disso, conta-se nos dedos o número de especializações em Jornalismo Cultural ou em História da Arte. (Ballerini, 2019)

A situação descrita por Balerini não é uma exclusividade brasileira, em outros países ocorre o mesmo. Além disso ele aponta que nos dias de hoje há uma prioridade em relação a matérias de Assessoria de imprensa e Comunicação mercadológica. As especializações nessa área são muito escassas e os alunos que

se interessam pela área de formação cultural mais específica ficam, muitas vezes, sem uma orientação segura e efetiva.

Balerini acentua, ainda, que "As faculdades de comunicação no Brasil viveram constantes movimentos pendulares, ora para o pragmatismo norte-americano, ora para o academicismo europeu." (Ballerini, 2019). Essas perspectivas levariam a variações de currículo, mas o que se notou nessa história é que o ensino de jornalismo cultural ainda não se constituiu como uma disciplina curricular na grande maioria das faculdades de Comunicação Social no Brasil.

As exceções, nesse caso, são Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero (São Paulo), a Universidade de Caxias do Sul (Rio Grande do Sul) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Rio Grande do Sul). Isso não significa que os alunos de outras faculdades de jornalismo no Brasil não encontrem oportunidades de desenvolvimento de pesquisas sobre jornalismo cultural, tampouco que não consigam desenvolver uma especialização particular nas diversas áreas culturais e artísticas com o apoio de docentes com formações diversas.

O que se verifica no cenário do jornalismo brasileiro é que diversos profissionais que atuam especificamente no jornalismo cultural possuem uma ótima formação e essa formação advém em grande parte de suportes acadêmicos que se estruturaram durante a graduação, na iniciação científica e em grupos de pesquisa e extensão. Mas também é fato que a produção desse seleto grupo de profissionais acaba contrastando com uma padronização mercadológica.

Balerini aprofunda seu estudo sobre o contexto educacional e traz informações bastante relevantes para essa discussão:

A estrutura dos cursos foi revista nos anos 1980, sobretudo devido a anacronismos da época da ditadura. O novo currículo agora incluía Jornalismo, Relações Públicas, Rádio e TV, Publicidade e Propaganda, Cinema e Produção Editorial, todas com disciplinas obrigatórias e optativas. Uma das disciplinas optativas foi Cultura Brasileira, a partir de 1984. Tal proposta curricular vigorou até 1997, quando houve nova revisão das diretrizes. A partir de então, foi criado um tronco comum a todas as habilitações, além de se prever estágios e atividades complementares. Com isso, segundo dados do Ministério da Educação, o jornalismo chegou ao século 21 com 356 cursos espalhados pelo Brasil: 25 no Norte, 56 no Nordeste, 31 no Centro-Oeste, 183 no Sudeste e 61 no Sul. Segundo pesquisa do projeto Rumos, 126 disciplinas abordam jornalismo cultural e áreas correlatas, mas apenas 16 – no retrato daquele momento – o fazem com exclusividade. Ou seja, o jornalismo cultural ocupa menos de 13% da grade dos cursos da área. Dessas 16 disciplinas exclusivas de jornalismo cultural, 14 estão em faculdades particulares e apenas duas em públicas, uma delas no Rio de Janeiro e a outra no Rio Grande do Sul. Segundo conclusões do projeto, os currículos de Jornalismo dão preferência a disciplinas de áreas tangentes, como Cultura de Massa, Cultura Brasileira, estética etc. O plano de ensino das disciplinas de jornalismo cultural enfoca sobretudo a conceituação de cultura e

de indústria cultural para posteriormente abordar artes, cinema, música, literatura, teatro e televisão, relacionando-as com o jornalismo. Em geral, privilegiam-se os temas mais cobertos pela imprensa, além da história do jornalismo cultural e dos gêneros e subgêneros – crônica, reportagem, crítica, resenha, biografia, livro-reportagem etc. (Ballerini, 2019)

O que se percebe a partir dos conteúdos que elencados por Balerini no sentido de proporcionar uma formação básica em estética e cultura para os futuros jornalistas é que o universo das artes é excessivamente diverso e que, evidentemente, não é possível habilitar um profissional de jornalismo como um crítico cultural a partir de um currículo universitário. As soluções buscadas pelos jornais já foram objeto de críticas do público leitor e dos próprios jornalistas, seja a de oferecer aos acadêmicos o espaço da crítica especializada seja o estímulo à produção de fatos e polêmicas com a comunidade artística local, como foi o caso do caderno ilustrada nos anos 80. Essa fase do jornalismo crítico nacional foi documentada no filme “Não estávamos ali para fazer amigos” de Luiz R Cabral e Miguel de Almeida, que mostra que em alguns contextos a crítica se torna ilegítima pela falta de formação estética e cultural dos jornalistas.

PERSONA

A experiência do grupo de pesquisa “Estética e crítica cultural - Cnpq”, criado em 2015, está diretamente relacionado

com esse contexto. A partir de conteúdos programáticos da disciplina de filosofia que exploravam questões de estética surgiu-nos a ideia de iniciar um estudo mais aprofundado da filosofia da arte a fim de fornecer subsídios para o exercício da crítica cultural. O que se fez evidente e natural foi que o exercício da crítica cultural deve ser escrito e não apenas discutido no grupo de pesquisa.

O grupo, então, deu origem ao nosso canal de publicação de crítica cultural. Estava fundado o "Persona", mais tarde denominado Crítica-Persona ou Persona-Unesp. O nome foi escolhido por votação direta entre os membros do grupo a partir de um universo de escolha de nomes sugeridos pelos próprios alunos.

A princípio a inspiração foi talvez o mais conhecido filme de Ingmar Bergman cuja lembrança rondou inúmeras vezes nossas reuniões estéticas. Com o tempo vários significados foram surgindo para esse nome artístico por natureza, desde a perspectiva da *dramatis personae* até o significado mais recente de *avatar*.

Vale lembrar que ambos convidam ao exercício da crítica e evocam a autonomia aventada por Kant a partir do conceito de indivíduo racional ou, como ficou sacramentada pelas ciências jurídicas, pelo conceito de pessoa.

Nesse espírito, alunos e professores da Unesp foram convidados, desde 2015, a publicar suas críticas no portal do Persona. O que o leitor tem aqui é um apanhado de alguns dos quase mil textos disponíveis no site. As críticas enfocam cinema, música, literatura, games, artes plásticas, teatro, quadrinhos e séries.

É preciso destacar que os atores dessa história são alunos que, a meu ver, foram tocados pela arte de maneira especial. As pessoas responsáveis pelos textos desse livro ou já trazem consigo uma ótima formação estética ou são aqueles alunos que demonstram não descansar até consegui-la. Por esse motivo o Persona é um grupo diletante e, em certo sentido, proselitista, no melhor sentido dessas palavras. Afinal, ninguém escreve sobre arte por obrigação. Geralmente escrevemos sobre arte porque não conseguimos ficar em silêncio diante do milagre de sentidos que a contemplação estética nos proporciona.

Ao longo desses últimos anos vimos que as redes sociais transformaram completamente a forma como as pessoas consomem conteúdos culturais no jornalismo cotidiano. Em alguns setores, a crítica especializada, por exemplo, deu lugar a sites que compilam avaliações de consumidores de arte e cultura de modo geral. Essas novas maneiras de avaliar um setor artístico não era possível sem a internet. Hoje, sites como Rotten Tomatoes, IMDB e Letterboxd, nos quais o usuário pode dar uma nota para os filmes, permitem a inserção de críticas de leitores que não possuem formação em jornalismo. Assim, o que restou da crítica especializada e as formas como ela se apresenta hoje convivem com textos de fãs, grupos de interesse, e leitores comuns.

PERSONA

JORNALISMO CULTURAL



**GUIA DE MARCA E PROCESSOS:
GRUPO DE PESQUISA EM ESTÉTICA E
CRITICA CULTURAL PERSONA**

HENRIQUE MARINHOS

O presente guia de marca e processos para o Grupo de Pesquisa em Estética e Crítica Cultural Persona foi organizado e desenvolvido no segundo semestre do ano de 2024, como um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de Relações Públicas. Sua concepção atravessou as etapas de pesquisa documental, entrevistas e análises qualitativas. Seu objetivo é, principalmente, oferecer um material para orientar os membros atuais e futuros, garantindo que todos estejam alinhados e capacitados para contribuir efetivamente para o projeto.

- *Henrique Marinhos.*

Orientação: *Prof^a Dr^a Roseane Andrelo*

sumário

O Persona

- 36.** Sobre nós **40.** Gestão e Governança
- 42.** Nossa história **56.** Slogan **57.** Propósito **58.** MVV
- 59.** Personalidade **60.** Persona **61.** Arquétipo
- 62.** Tom e Comunicação

Diretrizes e Políticas

- 67.** Diretrizes de Conteúdo **70.** Diretrizes de Reservas
- 72.** Políticas de Atraso **73.** Políticas de Anúncios

Calendários e Conteúdos

- 76.** Formatos e Atividades **78.** Coberturas
- 82.** Datas comemorativas.

Conteúdos Especiais

- 86.** Indicações **90.** Estante do Persona **92.** Cineclube
- 94.** Nota Musical **96.** Melhores do Ano **100.** Coberturas
- 102.** Cabines **104.** Meses Temáticos
- 106.** Clube do Livro **108.** Reuniões Abertas
- 110.** Retrospectiva **112.** Persona Awards

Diretrizes de Colaboração

- 118.** Reservas de Pauta **119.** Redação **120.** Envio
- 121.** Edição do Texto **122.** Publicação

O que é e como fazer uma boa crítica?

- 126.** Introdução
- 126.** Características **129.** Conteúdo
- 130.** Posicionamento

Tipos de Crítica

- 134.** Crítica audiovisual **140.** Crítica Musical
- 144.** Crítica Literária

Outros Formatos

- 154.** Artigos **158.** Aniversários **160.** Reportagens
- 162.** Entrevistas

Guia de Formatação e Estrutura

- 174.** Formato e Estrutura **183.** Estrutura e conteúdo
- 184.** Alertas! **185.** Itálico **186.** Negrito
- 186.** Hyperlink **187.** Legendas **189.** Grafia de Palavras **190.** Demais Observações

Regras Gramaticais

- 194.** Vírgula **197.** Crase **199.** Travessão **202.** Pronomes Demonstrativos **204.** Hífen **208.** Os 4 Porquês
- 209.** Ponto e vírgula **211.** Colocação Pronominal

Identidade visual

- 220.** Logos **221.** Utilização dos logos
- 230.** Uso Inadequado no cotidiano
- 232.** Paleta de Cores **234.** Tipografia
- 240.** Downloads e Templates

Diretrizes e Atividades

243. Diretrizes de Redação

246. Coordenação

250. Membros

255. Diretrizes de Edição

258. Coordenação

262. Membros

273. Diretrizes de Gestão de Pessoas

276. Coordenação

280. Membros

297. Diretrizes de Mídias Sociais

300. Coordenação

304. Membros

311. Diretrizes de Comunicação Externa

314. Coordenação

318. Membros

- Atividades e Responsabilidades
- Planejamento, organização e acompanhamento
- Lidando com desafios, gargalos e conflitos
- Competências e habilidades essenciais

323. Campo de Sugestões

Sobre nós

Descrito por Nilo Vieira como '*uma obra que vai muito além de um experimento metalinguístico sobre a sétima Arte /.../ Persona* (1966) é um grande trabalho sobre o que o silêncio esconde e revela em cada um de nós. Se o longa-metragem é a obra-prima de Bergman, são 'outros quinhentos': vale uma outra longa, boa discussão.' É a isso que, desde 2015, o projeto homônimo busca se dedicar: a discussão e estudo de temas relacionados à teoria da Arte e do Jornalismo Cultural, provando que a distância entre Bergman, Lady Gaga e a novela das nove nem existe.

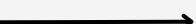
De 2015 a 2024, o campus de Bauru da Universidade Estadual Paulista 'Júlio de Mesquita Filho' (Unesp). Tem sido sede de reuniões semanais acerca da cultura, promovidas pelo Persona com o objetivo de disseminá-la de forma acessível, promover o debate sobre assuntos relacionados à área e operar o site, a partir de 2016, como um laboratório acessível a todos e com um sistema de *feedback*, para desenvolver a escrita dos colaboradores e revisão dos editores.

Entendendo a cultura como um conceito amplo e diverso, o Persona nasceu como um Grupo de Pesquisa em Estética e Crítica Cultural, destinado à crítica e discussão de obras em qualquer categoria. Mas, em 2022, o projeto passou por uma de suas principais mudanças conceituais e estruturais. Passando de Crítica Cultural à Jornalismo Cultural e, hoje, contamos com um acervo de mais de dois mil textos.

PERSONA

CRÍTICA CULTURAL

Para melhor abranger as diversas produções do projeto a partir da necessidade de expandir seu alcance com uma maior abertura para conteúdos fora do âmbito crítico, além de lançamentos, obras aniversariantes e entrevistas, os artigos e reportagens foram inseridos como formatos mais robustos que relacionam dois ou mais temas culturais com uma maior bagagem de fontes de informação.



PERSONA

JORNALISMO CULTURAL

Gestão e Governança

O Persona adota um modelo de gestão democrático e autônomo, onde as decisões são tomadas coletivamente, e cada membro tem voz ativa. Os cargos de liderança são definidos a partir de eleições conforme necessidade de preenchimento de vagas, e outras decisões partem de votações.



A estrutura de governança permite a continuidade e a renovação constante como um projeto universitário. Todos os membros podem permanecer no projeto enquanto houver vínculo ativo com a universidade.

Nossa história

O surgimento do Persona se deu a partir da entrada do Professor Eli Vagner no Departamento de Ciências Humanas (DCHU), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Unesp, no campus de Bauru, em 2014. Quando ele passou a lecionar a matéria de Filosofia da Comunicação para os cursos de Jornalismo e Relações Públicas.

Essa disciplina previa uma passagem pela Escola de Frankfurt, uma área da Filosofia que tem sua tradição desde o século XX e exerce até hoje a crítica e diagnóstico da cultura, voltada para seus produtos como resenhas de filmes, análises de músicas, entre outros. E, nesse aspecto, a influência da Escola e da Indústria Cultural pautou parte significativa desse

primeiro ano em que as turmas tiveram boa adesão e estavam engajadas.

Em paralelo, decorrido um ano da estreia do professor lecionando a disciplina, em 2015, tivemos o início de toda uma era cinematográfica que levava multidões ao cinema com tramas de heróis e ficções científicas. Estreava, na época, o primeiro filme de *Guardiões da Galáxia*, *Vingadores 2*, *Homem Formiga* mas, principalmente –a triunfal volta depois de uma década –, *Star Wars: O Despertar da Força*. Esse foi o primeiro texto publicado no primeiro site do Grupo de Pesquisa em Estética e Crítica Cultural Persona, ligado ao CNPq e que, em um primeiro momento, se prontificou em publicar críticas de Cinema.



Uma tradição de dez anos: mantemos as reuniões às quintas-feiras, às 18h (Foto: Disney+)

O Grupo de Pesquisa se apresentava como uma aula teórica da FAAC. Entretanto, com mais engajamento pelo apreço à cultura que transforma e alimenta a juventude. Eli Vagner trazia um texto e abriam para discussão. Após a criação do *site* e publicação de textos, a apresentação teórica inicial passou a ser dos alunos, dinâmica que se mantém até hoje. Sob perspectiva interna e atual, a grande maioria das publicações são da Editoria (os membros fixos do projeto), mas não só deles vive o '*Persy*'!

Desde seu nascimento, todos podem contribuir e publicar textos, que passam pelo núcleo de edição e pela editora-chefe antes de serem postados no site. É um sistema de feedback para melhorar a escrita e também para verificar se o texto segue as diretrizes do projeto, não fere qualquer direito humano e aborda

o que deve ser citado em casos polêmicos. Diferente do que muitos pensam, a crítica cultural não é só entretenimento, tão pouco se trata do oposto de **hardnews**.

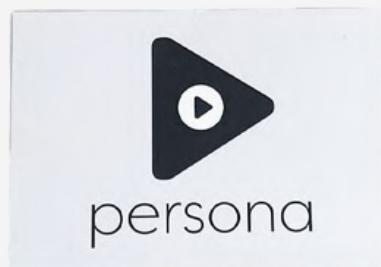
A abertura do Persona para o público externo é uma veia que retorna à sociedade o investimento na universidade pública. Nessa perspectiva, nos dias 07, 08 e 09 de Fevereiro de 2017, na sala Adriana Chaves, aconteceu o **I Colóquio de Estética e Crítica Cultural da FAAC**. Com quatro palestras de professores, apresentação dos textos dos alunos, um minicurso de história da Arte e sua finalização com a exibição do filme Persona, de Igmar Bergman.



"Esse foi um evento independente, não teve nenhum financiamento. A nossa história é toda quase que independente. Ela foi feita ali, com o nosso amor à Arte, Academia e aos projetos mesmo, e foi um sucesso!" - Professor Eli Vagner. (Foto: Persona)

E por que nos chamamos Persona? O projeto tinha que ter um nome, por isso, em uma reunião, foram sugeridos vários colocados em votação, princípio democrático que seguimos até hoje. O grupo, na época, tinha por volta de 30 participantes. Com cerca de dez sugestões, o mais votado – e muito bem justificado – foi o título do filme de Ingmar Bergman, *Quando Duas Mulheres Pecam* (ou *Persona*, no original), é um clássico europeu de 1966.

Persona também é uma palavra italiana que vem do latim *Dramatis Personæ*. Que remete a personagens; a personalidade que você assume. E assim o fazemos quando escrevemos uma crítica. Não necessariamente somos críticos profissionais, mas, sim, fazemos parte da construção desse senso crítico da própria universidade como alunos de comunicação.



A partir daí, vieram novas gerações de alunos principalmente dos cursos de Jornalismo, Relações Públicas e Design. Aqueles que coordenavam o projeto passavam seus bastões e deixavam sua marca a cada ano, até 2018. Então, o professor Vagner esteve em um projeto de pós-doutorado em outro país por mais de um ano e houve a necessidade de criar um novo sistema de gestão para o grupo considerando as duas tentativas não sucedidas de transformá-lo em um projeto de extensão pela Reitoria. Então, seríamos um projeto independente.

Passado um ano e meio, o professor voltou e o projeto já não era o mesmo. Uma gestão mais modernizada, processos seletivos estruturados, núcleos bem delimitados, e tudo isso veio com a autonomia dada

aos alunos para tocá-lo. Institucionalmente continuamos ligados à Unesp e ao CNPq pela mesma configuração que tínhamos inicialmente, com um espaço próprio que chamamos de “Salinha do Persona” com alguns livros, quadrinhos, DVDs, pôsteres e quadros.



Por mais que procurem, não existe um outro projeto universitário com o calibre do Persona. São mais de 2 mil publicações no site. Todas revisadas, que passaram pelo processo detalhado de publicação. São textos sobre os mais diversos assuntos que poderíamos tratar: eventos, artigos, reportagens, críticas de Cinema, Música, Séries, Teatro, Cabines de Imprensa, conteúdos especiais... Somos independentes! Por isso, por nós e pelo Eli Wagner, não poderíamos deixar de abraçar com nosso coração o quão especial isso é.



A primeira cabine do Persona que
temos registro é a de Bacurau!
(Foto: Persona)



E, como tudo na vida, também temos nossos altos e baixos. Entre reuniões e reuniões, nosso quórum se diversifica bastante, processos seletivos com muitos candidatos, outros nem tanto, transmitindo a paixão de um a um há quase dez anos.

Fazendo história como membros e como projeto. Parcerias com cinemas da cidade, curadoria com o Sesc, cabines em São Paulo, festivais de Cinema, reuniões abertas, e tudo que temos direito como um veículo de comunicação de qualidade.

A partir de um grupo de pesquisa, nos tornamos um órgão jornalístico. Já em 2022, mudamos o nome do projeto de Crítica Cultural para Jornalismo Cultural, abrangendo novos formatos.

E quanto ao futuro? O que seus alunos quiserem. Entre várias opções, ser um projeto de extensão é uma delas, ou manter-se independente, ampliar nossa atuação a cada ano na comunidade, até financeiramente, as opções de captação cabem à autogestão do Persona, democrática e aberta à sugestões.

Por fim, celebramos o impacto em centenas de alunos na construção de repertório, portfólio, experiência acadêmica e cultural, e ao Eli Wagner, que nos gratifica com sua alegria de enxergar sua juventude em um projeto que pôde florescer desde que surgiu.

**Desde 2015 provando que a distância entre
Bergman, Lady Gaga e a novela das 9 nem existe.**

Propósito

A partir desse *slogan*, o Persona foi criado para ser um espaço de discussão e estudo sobre a Arte e o Jornalismo Cultural.

Seu propósito é aprofundar o entendimento da cultura de maneira acessível, conectando temas que vão de clássicos do Cinema a fenômenos da cultura *pop*, sempre buscando a construção de um senso crítico.

Entregando sempre um conteúdo cultural diversificado, crítico e profundo, sem perder a acessibilidade e o respeito pelos diferentes pontos de vista.

Missão

A missão do Persona é disseminar a cultura de maneira acessível, promover o debate crítico sobre temas culturais e oferecer um laboratório prático para o desenvolvimento de habilidades em jornalismo cultural.

Visão

A visão do Persona é se tornar uma referência nacional em jornalismo cultural universitário, reconhecido pela qualidade de suas críticas e outras produções junto a capacidade de formar profissionais críticos e comprometidos com a cultura.

Valores

Os valores centrais do Persona incluem o respeito à diversidade cultural, a criticidade, a defesa da liberdade de expressão e a excelência na produção de conteúdo cultural de qualidade.

Personalidade

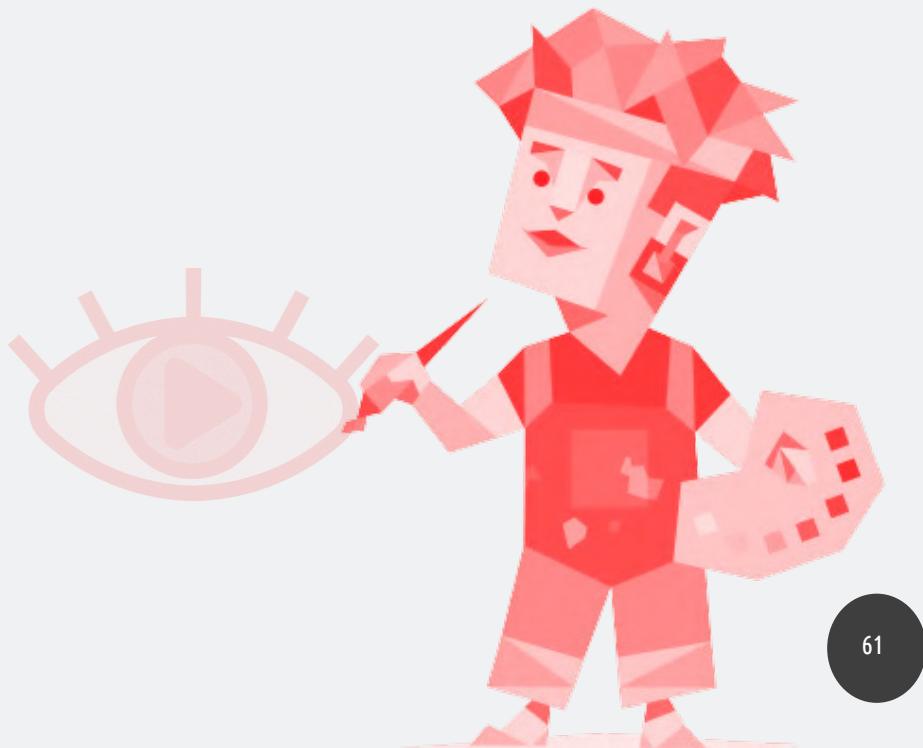
Curiosa, crítica e inclusiva. É um espaço que acolhe tanto o tradicional quanto o contemporâneo, tratando cada tema com profundidade e respeito, ao mesmo tempo que mantém uma abordagem acessível e jovem.

Persona C5°

A persona (do Persona) é principalmente universitários, em sua maioria comunicólogos em formação, mas se direciona à qualquer entusiasta da cultura pop, abrangendo um público que valoriza discussões e críticas bem fundamentadas sobre diversos aspectos da Arte e do entretenimento.

Arquétipo

No contexto do criticismo, o arquétipo do Explorador se manifesta na abordagem do Persona para análise cultural. Como Explorador, o Persona não se limita a repetir os discursos convencionais, mas se empenha em desbravar novos territórios intelectuais, explorando as nuances e complexidades das obras analisadas e perspectivas de seus escritores.

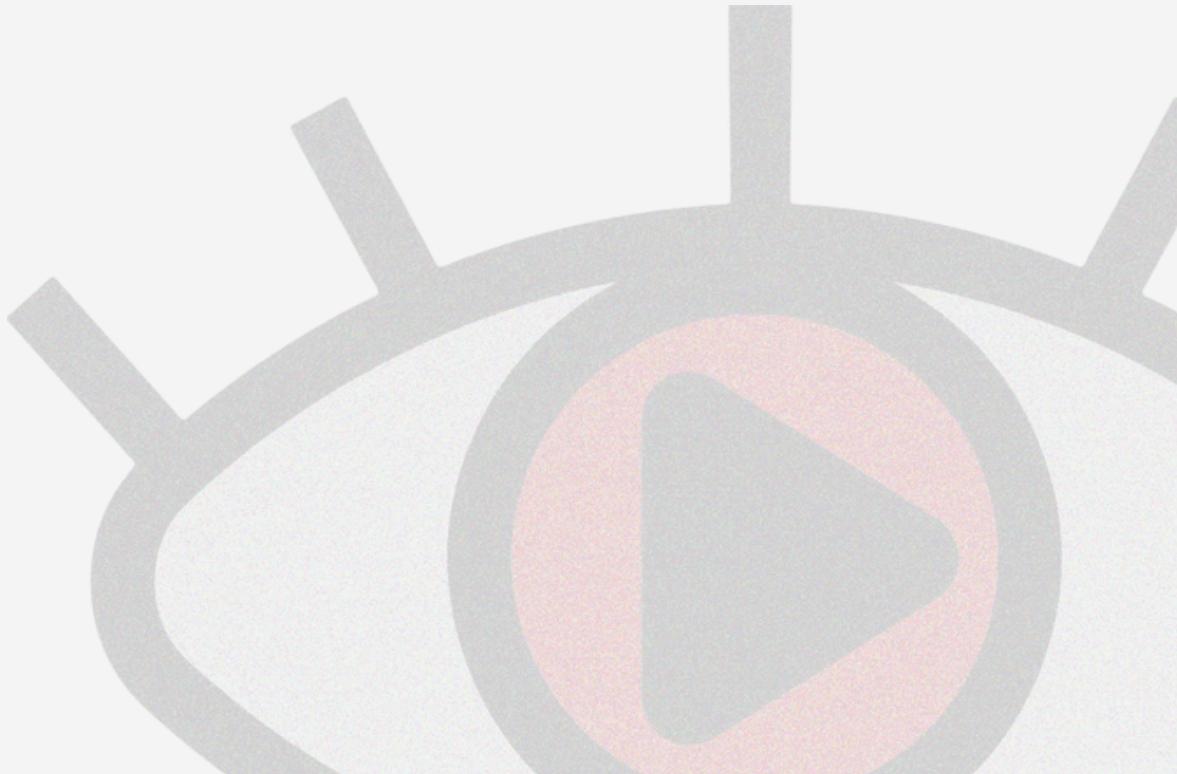


Tom e Comunicação

O Persona adota um tom de voz equilibrado, mesclando acessibilidade e respeito ao adotar uma postura semi-formal que mantém clareza e acolhimento, sem se afastar do rigor necessário. Priorizamos uma abordagem crítica, oferecendo análises reflexivas que provocam debate, mas sem deixar de fornecer informações claras e úteis ao leitor. Além disso, nossa comunicação é altamente flexível, moldada a partir do contexto, canal e público-alvo, garantindo relevância e autenticidade em cada mensagem, sem a rigidez que limita a criatividade.



DIRETRIZES E POLÍTICAS



O Persona é aberto para qualquer pessoa escrever.

Não temos processo seletivo para ser um colaborador do site e não é necessário ser aluno da Unesp para enviar textos. Basta nos encaminhar uma mensagem ou conferir nossas diretrizes no site para colaborar com o projeto.

Diretrizes de Conteúdo

Como um projeto de universidade pública e veículo de comunicação, sem fins lucrativos ou filiação partidária, acreditamos na relevância da Cultura, da Arte, da Educação e do Jornalismo. Assim, defendemos a importância desses elementos na formação dos indivíduos da sociedade, portanto:

1. O Persona não compactua com discursos de ódio e que infrinjam os direitos humanos, prezamos pelo respeito e pelo pensamento crítico.
2. A opinião dos textos de colaboradores do Persona não reflete, necessariamente, a opinião da Editoria.
3. O Persona respeita todas as pluralidades e individualidades presentes no meio social e cultural, tendo como norma

fundamental valorizar a diversidade e usar o nosso espaço e alcance para visibilizar debates sociais de forma positiva e saudável.

4. No que tange ao nosso conteúdo, valorizamos o trabalho de todos os profissionais envolvidos em produções artísticas e culturais, e buscamos dar visibilidade para obras e assuntos que são pouco abordados na grande mídia.
5. Não é permitida a republicação no site de textos já presentes em outros portais e sites. A publicação de um conteúdo deve ser exclusiva do Persona.
6. Não é permitido plágio ou qualquer conteúdo de terceiros não referenciado corretamente.
7. O Persona procura sempre estimular um ponto de vista crítico por parte dos autores,

especialmente quando eles abordam obras ou artistas polêmicos e assuntos sensíveis, a fim de promover uma discussão importante acerca dessas questões, sem nunca deixar que elas passem em branco.

Cabe a Editoria o direito de se recusar a publicar textos que não respeitem essas condições e os valores priorizados pelo projeto.

Diretrizes de Reserva

1. Quem pedir primeiro, fica com a pauta.
Para reservas, não é necessário aguardar a nossa divulgação da pauta.
2. Não é permitido a reserva de produtos que já estejam reservados ou que já possuam um texto no site.
3. Para reservar obras ainda não lançadas, é necessário que a obra esteja a um mês de data de lançamento no país de origem.
4. O texto pode ser escrito em dupla, trio, etc. Apenas avise a Editoria no ato da reserva.

5. Para obras de lançamentos no ano corrente, artigos, reportagens e entrevistas, é permitido a contabilização máxima de 3 reservas por pessoa, aniversários e cabinas não entram no limite estabelecido.
6. É reservado à Editoria o direito de 4 reservas simultâneas, sendo permitido em apenas uma das reservas que a data de lançamento da obra esteja a um prazo máximo de 6 meses.

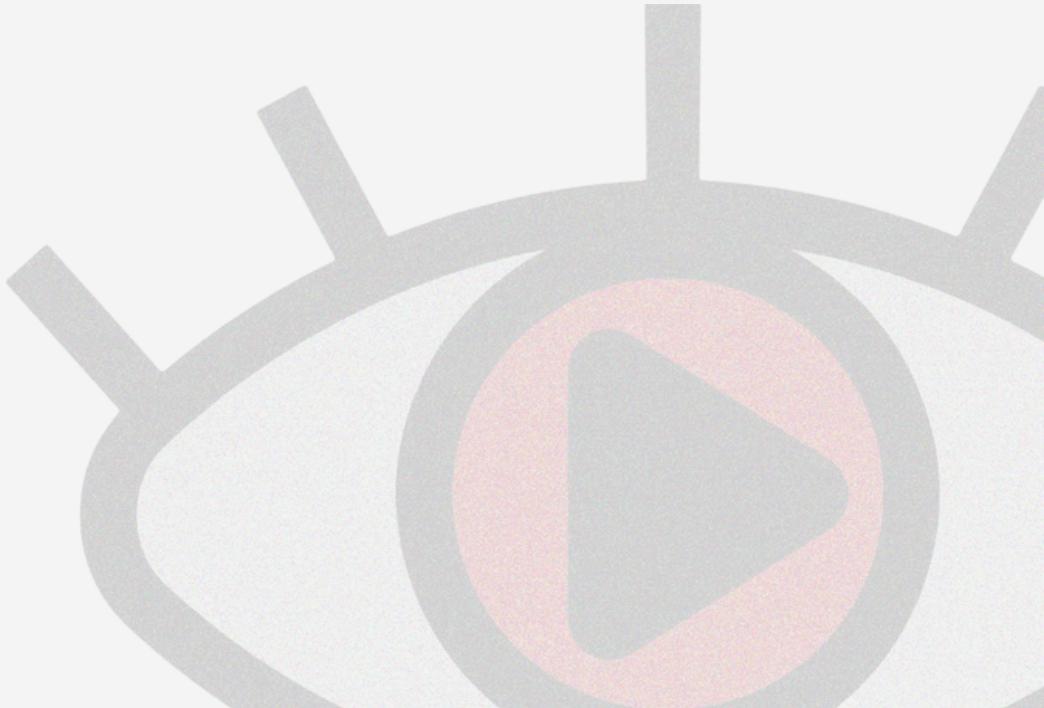
Políticas de atraso

1. Em caso de atrasos não informados com antecedência, o núcleo de Comunicação Externa fica responsável por enviar mensagens de cobrança para o colaborador, por meio do nosso direct do Instagram.
2. Há uma tolerância de 2 mensagens de cobrança aos colaboradores quanto a justificativa sobre o atraso.
3. Caso o problema não seja resolvido, e haja a necessidade de envio de uma 3^a mensagem, a pauta reservada será repassada.
4. Se ocorrer outro atraso sem justificativa, o colaborador fica impedido de reservar pautas por 1 mês.
5. É reservado a Editoria o direito de 3 mensagens de cobrança antes do repasse da pauta. A cobrança da Editoria é feita pelo núcleo de Gestão de Pessoas.
6. Enquanto o membro da Editoria estiver em atraso com qualquer um de seus textos, não é permitida a reserva de cabines de imprensa.

Políticas de anúncios

1. Os anúncios exibidos no site do Persona tem como função captar recursos para a Caixa do projeto, de forma a pagar hospedagem, contratação de serviços, e cursos/oficinas oferecidas.
2. O dinheiro captado não é repassado para os membros da Editoria ou utilizado de qualquer forma que não seja para com ações do Persona.
3. Se você é um colaborador do Persona e não quer que anúncios sejam exibidos na página do seu texto, entre em contato com a gente através de nossas redes sociais ou pelo e-mail personaunesp@gmail.com e removeremos as publicidades no post indicado.

CALENDÁRIO E CONTEÚDOS



Formatos e Atividades

Conteúdos Editoriais

Clique no título de cada um para ver o que o Persona já fez!

Criticas

Lancamentos ou
cabinas, pela Editoria
ou Colaboradores

Artigos

Artigo jornalístico que
relaciona dois ou mais
temas, mais robusto.

Aniversários

Celebração de obras
que completam anos
múltiplos de 5.

Atividades com menor cadência

Retrospectiva

Fim do semestre com
estatísticas de textos,
acessos e feitos.

Melhores do Ano

Começo do Ano com
Melhores e piores do
ano passado.

Rebobina

Pré-coberturas para
divulgar textos
publicados

Processo Seletivo

Divulgação de
processo seletivo
semestral.

Férias

Aviso de Férias e
recessos, na ida e na
volta.

Clube do Livro

Aviso da reunião do
clube do livro,
temática e encontros.

Reportagens

Conteúdo de cobertura sobre eventos ou outros fenômenos.

Entrevistas

Entrevista com algum artista segundo diretrizes do projeto.

Boas Festas

Aviso de recesso e boas festas de fim de ano.

Apresentação

Apresentação da Editoria Vigente.

Mensais

Publicação de indicações e estante, Nota e Cineclube R.I.P

Mês Temático

Cobertura Temática, Mês do Orgulho, Horror, Mulheres, etc.

Coberturas

Clique no título de cada um para ver o que o Persona já fez!

Mostra SP

Participamos da Mostra SP desde a 44, e estamos na 48!

Oscar

Desde 2021, o Persona vem cobrindo grande parte das obras indicadas!

Grammy

A premiação maior da música com critérios duvidosos since ??

BAFTA

É o Oscar Britânico, basicamente.

SAG Awards

Premiação do Sindicato dos Atores

Festival de Berlim

É nosso Urso de Ouro!

Festival de Cannes

Dessa vez, a Palma de Ouro!

Festival do Rio

Já na 26^a edição, eles são os maiorais, não tem jeito!

Prêmio Jabuti

Prêmio de Literatura espetacular e nacional!

TIFF

The One and Only, Festival Internacional de Cinema de Toronto!

Bienal

Tem do Livro e da Arte, focamos mais na do Livro!!

Mostra de Cinema Chinês

Fizemos um reels muito querido desse aqui!

Emmy

As séries também tem seu lugar, mas a qualidade tem decaído..

Globo de Ouro

Não é das maiores, mas já ganhou um cineclube!

É Tudo Verdade

Quase foi tudo mentira, mas cobrimos com carrosséis 2x!

Ecrã

Definitivamente uma experiência visual!

Festival de Veneza

Nosso Leão de Ouro! Cada festival tem um bicho? Pergunta genuina...

Prêmio Cinema Brasileiro

É o mais importante prêmio do cinema brasileiro, bb!

Gotham Awards

Esse é para os produtores de filmes independentes, não tem a ver com o Morcegão!

Fantaspoa

Nosso logo dando um nó

Época do ano de cada premiação, pode variar.

Janeiro

Fevereiro

Março

Globo de Ouro

Grammy

Oscar

BAFTA

SAG Awards

Festival de Berlim

Julho

Agosto

Setembro

Ecrã

Prêmio Jabuti

Emmy

Festival de Veneza

TIFF

Prêmio Cinema
Brasileiro

Bienal

Abril

Maio

Junho

É Tudo Verdade

Festival de Cannes

Fantaspoa

Outubro

Novembro

Dezembro

Mostra SP

Gotham Awards

Festival do Rio

Mostra de Cinema
Chinês

Datas Comemorativas

Clique no título de cada um para ver o que o Persona já fez!

[Dia do Leitor](#)

7 de janeiro

[Dia da Fotografia](#)

8 de janeiro

[Dia do Jornalista](#)

7 de fevereiro

[Dia do Revisor](#)

28 de março

[Dia da Mentira](#)

1º de Abril

[Dia do Livro](#)

24 de abril

[Dia do Marketing](#)

8 de maio

[Dia das Mães](#)

2º domingo de maio

[Luta Contra Homofobia](#)

17 de maio

[Imigração Japonesa](#)

18 de junho

[Cinema Brasileiro](#)

19 de junho

[Orgulho LGBTQIAP+](#)

28 de junho

[Dia do Escritor](#)

25 de julho

[Documentário Brasileiro](#)

7 de agosto

[Dia do Compositor](#)

15 de agosto

[Dia do Irmão](#)

5 de setembro

[Dia do Sexo](#)

6 de setembro

[Dia das Crianças](#)

7 de janeiro

[Consciência Negra](#)

20 de novembro

[Relações Públicas](#)

2 de dezembro

[Dia do Samba](#)

2 de dezembro

Arte Moderna

13-17 de fevereiro

Dia do DJ

9 de março

Dia do Star Wars

May 4th be with you

Dia do Silêncio

7 de maio

Dia do Orgulho Nerd

25 de maio

Dia dos Namorados

12 de junho

Dia do Rock

13 de julho

Dia do Amigo

20 de julho

Dia dos Avós

26 de agosto

Orgulho Lésbico

29 de agosto

Halloween

7 de janeiro

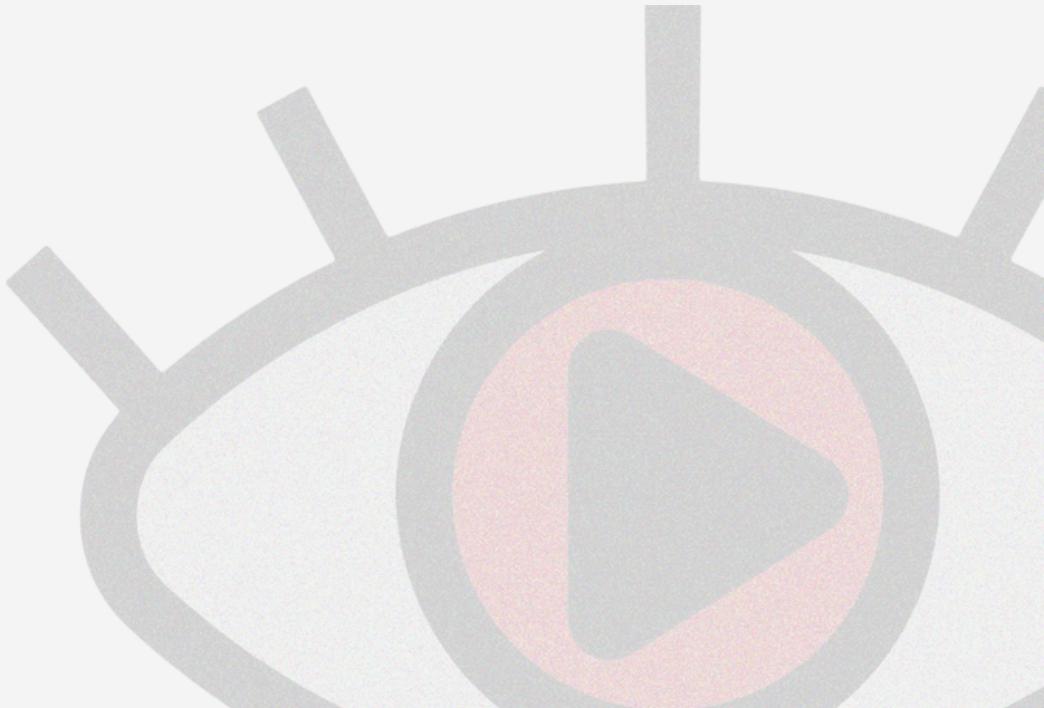
Dia do Designer

5 de novembro

Natal

25 de dezembro

CONTEÚDOS ESPECIAIS



Indicações

Para ler, para ouvir e para assistir.

Todo os meses, os membros do núcleo de redação indicam 8 obras entre vários tipos de produtos culturais.

O conteúdo das indicações deve, necessariamente, ter sua data de lançamento no mês.

Vez ou outra, as indicações também podem ser temáticas.

Voltado para um conteúdo menos robusto para o Instagram, o texto sobre o produto indicado deve caber em um Tweet, ou seja, ter até 280 caracteres.

INDICAÇÕES do persona

PARA OUVIR

Beyoncé - 16 Carriages



"Beyoncé lançou dois singles do seu próximo disco de sonoridade country, previsto para março, durante o Super Bowl. Ao contrário de Texas Hold'Em, a composição que reflete a vida na estrada desde jovem da cantora, 16 Carriages, é menos comercial, mas muito mais inspirada."

fevereiro

POR
NATHALIA TETZNER



- 1.Cada pessoa pode escolher apenas 1 produto para ser indicado no mês; Não é permitido repetir indicações, então alguém já escolheu um produto cultural que você gostaria de indicar, selecione outra obra;
- 2.Selecionar uma imagem da obra em alta qualidade, renomear com nome do produto e colocar na pasta indicada no documento;

Formato:

PARA LER/OUVIR/ASSISTIR

Nome do Artista - Nome da Obra por Seu Nome (@seuarroba)

“Trecho.”

[Nome do Arquivo]

PARA OUVIR

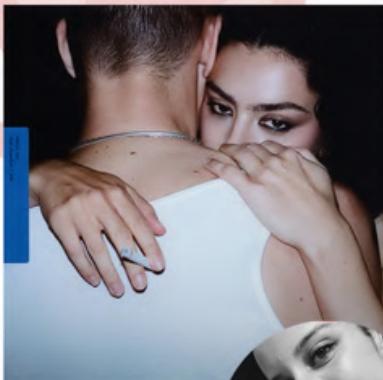
Jovem Dionisio - Neste Contexto



Gravado na casa colorida de Ber Hey, o primeiro single do novo álbum de Jovem Dionisio é assinado pela nostalgia. Os

PARA OUVIR

Charli XCX - Club classics / B2b



Charli XCX liberou mais dois singles do seu novo álbum BRAT, que está por vir. As faixas te transportam diretamente para o transe do meio de uma pista de dança, com as luzes coloridas piscando e o corpo suado. Em Club classics, Charli faz referência aos clássicos da música eletrônica da nova geração, como SOPHIE, HudMo e, claro, ela própria.



POR
GIOVANNA FREISINGER

POR
LUDMILA HENRIQUE



Estante do Persona

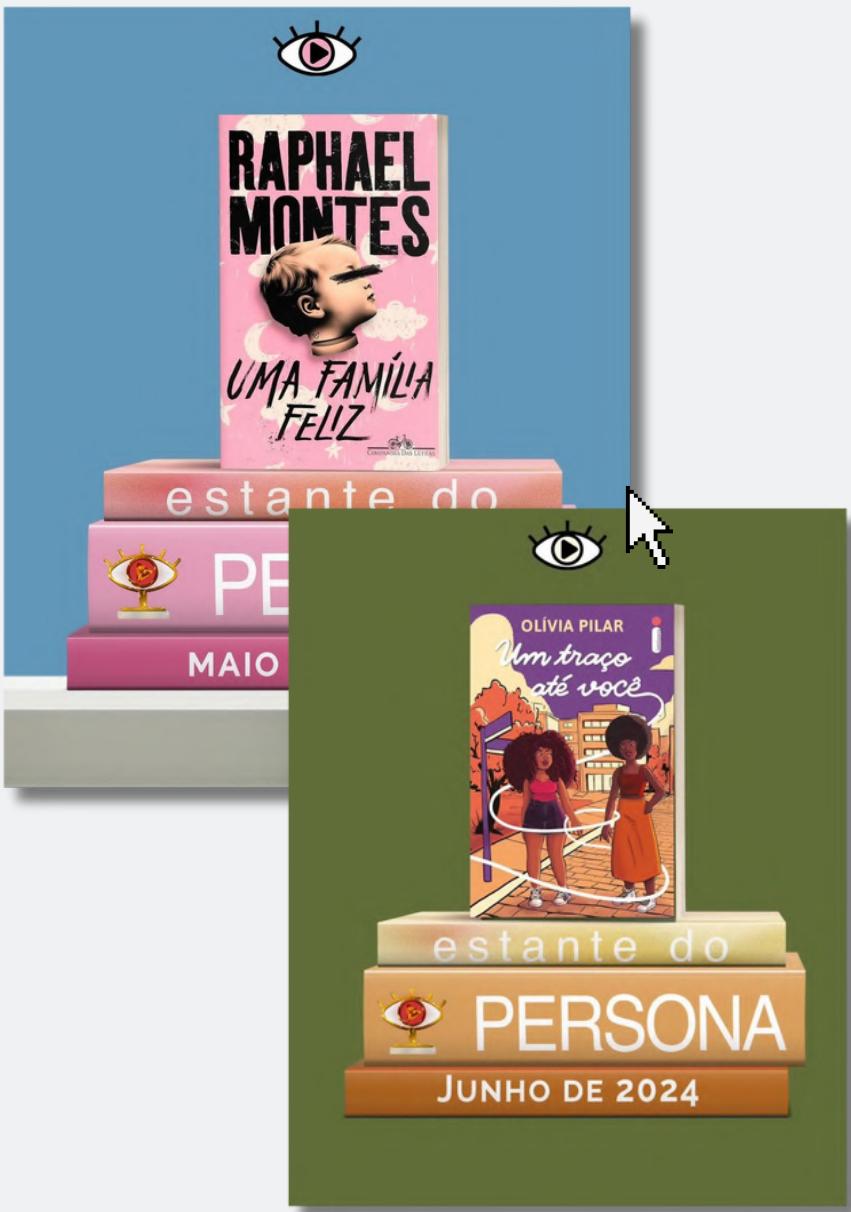
Todas as indicações do Estante!

O Estante do Persona é uma iniciativa mensal destinada a promover novas leituras.

Cada mês, os membros do núcleo de redação selecionam e recomendam um livro que será destacado nas nossas redes sociais.

A escolha deve ser única, e para garantir variedade, não é permitido repetir indicações que já foram feitas por outros membros.

Para participar, cada membro deve escolher um livro e preparar uma breve resenha de 2 a 3 parágrafos, destacando o que torna a obra especial e por que ela merece ser lida.



[Produto no site aqui!](#)

Cineclube (2017-2022)

O Cineclube Persona já reuniu os melhores e piores filmes e séries lançados no mês!

Com o passar dos anos, restringiu-se aos membros internos do projeto, porém nasceu como uma alternativa aberta à todos.

No Instagram, o conteúdo era semelhante as indicações, como dicas do Persona, informamos onde cada obra poderia ser assistida, seja alguma plataforma de streaming, TV ou internet.

No site, as funções incluíam a pesquisa de pautas relevantes e a elaboração de um texto abarcando os lançamentos mais importantes do mês e suas nuances.

Produções disponíveis ao lado!

The image is a collage of movie posters and promotional images for June 2022 releases, presented in three main sections:

- Top Section (Yellow Background):** Shows promotional cards for Prime Video and Apple TV+. The Prime Video card lists "My Policeman", "Boa noite, Oppy", "Selena Gomez: Minha Mente & Eu", "Spirited: Um Conto Natalino", and "Passagem". The Apple TV+ card shows a preview for "my mind & me".
- Middle Section (Pink Background):** Features a vintage television set displaying four movie stills: a woman in a pink headscarf, a woman in a green jacket, a woman in a patterned headscarf, and a group of people in a room.
- Bottom Section (Blue Background):** Shows promotional cards for MUBI. The left card lists "Aftersun", "Blank Narcissus (Passion of the Swamp)", "A Ilha de Bergman", "The Kingdom Exodus: Exodus", and "Blank Narcissus (Passion of the Swamp)". The right card shows a preview for "Blank Narcissus (Passion of the Swamp)".

cineclube persona

junho de 2022

A cursor arrow points towards the bottom right corner of the collage.

Nota Musical (2017-2022)

O Nota Musical era o quadro musical mensal do Persona. Buscando peneirar o que de melhor e pior foi lançado no mundo da Música durante o respectivo mês da publicação, sejam discos, *EPs*, *singles*, músicas, clipes ou performances.

Você escolhe sobre quantos assuntos quer escrever (pode ser sobre um só), avisa a Editoria e escreve sobre cada produto escolhido.

No caso de músicas/*singles*, o mínimo era de 1 parágrafo e o máximo é de 3. Para qualquer outro formato (*CD*, *EP*, clipe, performance), o mínimo é de 2 parágrafos e o máximo é de 3.

Com formatação semelhante ao do Cineclube com um texto no site e indicações no Instagram. *Links* ao lado.

para quem gosta de POP

EP

NCT DREAM - Candy

Músicas

Madonna - Back That Up to the Beat
(2015 Demo)

PNAU e Troye Sivan - You Know
What I Need

Rebecca Black - Look At You



nota musical



junho de 2022



para quem gosta de ELECTROPOP/ DANCE:

CDs

Hyd - Clearing

Daniel Avery - Ultra Truth

Honey Dijon - Black Girl Magic

Singles

GUDI, Gui Francisccon - Killer Dance

para quem gosta de SERTANEJO:

Singles

Zé Felipe, Ana Castela, Luan Pereira - Rioça

Em Mim



Melhores do Ano

O listão do Persona que reúne as melhores produções do ano de acordo, e aberto à todos!

Através dos nossos stories, divulgamos um formulário em que você elege o seu top Melhores do Ano, com um formulário para cada categoria: Melhores Séries, Filmes, Discos, Livros e Games.

Com no mínimo 5 e no máximo 10 lançamentos.

A partir dele, designamos as pautas conforme sua colocação no ranking.

Uma vez designadas, você escreve de 2 a 3 parágrafos sobre o porquê da obra merecer estar nessa lista. No *Instagram*, divulgamos os dados gerais das indicações no formulário e na lista final!



AS MELHORES
SÉRIES DE
2023

no total, foram
63 séries
listadas

Filmes

Qualquer produção que tenha sido lançada no ano.

Séries

Séries, minisséries, antologias, animações, documentários, novelas: vale qualquer formato televisivo.

A produção deve ter sido exibida na íntegra no ano vigente ou ter o final de sua temporada exibido no ano vigente.

Discos

Qualquer produção que tenha sido lançada no ano (LPs e EPs completos).

Livros

Qualquer produção literária (incluindo histórias em quadrinho) que tenha sido lançada no ano, lançamento no país de origem ou nacionalmente.

Games

Qualquer produção, independente do console, que tenha sido lançada no ano. É permitida a indicação mesmo que não tenha jogado, visto que são produtos de mais difícil acesso.

Com exceção de Literatura, consideramos apenas o ano de lançamento no país de origem.

Os piores do ano seguem as mesmas diretrizes.

Coberturas

Nossas coberturas cercam os mais variados eventos e premiações de todo mundo.

Seu início é com um levantamento de indicados, pautas e reservas da Editoria e colaboradores. Além de conteúdos especiais como carrosséis, artigos e *reels*!

Com os textos reservados cabe a gestão de pessoas e comunicação externa garantirem o cumprimento de seus prazos e entregas.

Entregues, passamos para edição deixá-lo lustrado para subir ao site.

Uma vez publicado no site, é hora do núcleo de mídias aplicar o *template* especial do evento e subirem nas redes sociais para o mundo ver!



Cabines

Nossas cabines são textos exclusivos vistos antes do lançamento!

Assessorias encaminham ao nosso e-mail e repassamos aos membros do projeto, quem falar primeiro leva!

Temos cabines online e presenciais, portanto, mesmo que a maioria delas seja de SP, todos tem chance de pegarem!

E, por serem cabines, o tempo de escrita do texto é reduzido para 5 dias. Só podem pegar cabines caso não estejam com outros textos em atraso.

O resto do fluxo segue normal até sua publicação com um *template* especial!

A collage of movie posters from the film 'CABINE' featuring Dev Patel. The posters include:

- DEPOIS DA MORTE É UM GUI TURÍSTICO DO ALÉM-OTIMIS RELIGIOSO**: A woman looking at a man.
- AINDA TEMOS O AMANHÃ É TÃO FRUSTRANTE QUANTO VERDADEIRO**: A woman looking off-camera.
- VOCÊ PISA EM TERRITÓRIO INDÍGENA E O ESTRANHO EXPÕE ISSO**: A woman looking at a man.
- A ALEGRIA É A PROVA DOS NOVE: UM MERGULHO DE CABEÇA NO RASO**: A woman looking at a man.
- EM A HORA DA ESTRELA, MACABÉA REPRESENTA A BUSCA DA PRÓPRIA IDENTIDADE**: A woman looking at a man.
- LONGE DO HUMOR, A FII PALHAÇO SE ANCORA EI FAMILIARES**: A woman looking at a man.
- EM O MEU SANGUE FERVE POR VOCÊ, SIDNEY MAGAL RELEMBRA ÀS NOVAS GERAÇÕES O PODER DE UMA PAIXÃO AVASSALADORA**: A woman looking at a man.

The posters feature the word 'CAB' and 'CABINE' prominently.

Meses Temáticos

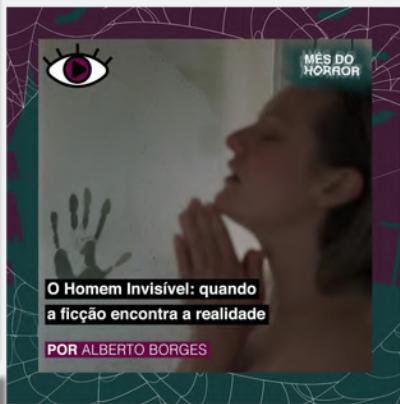
Nossos meses temáticos funcionam como as coberturas, mesmo obras que não estejam fazendo aniversário se pertencerem a temática podem ser lançados.

É uma oportunidade única!

Também temos templates especiais e qualquer texto que se encaixe na temática do mês em questão: tá dentro.

Já fizemos Mês das Mulheres, Mês do Horror e Mês do Orgulho.

Além disso, antes do início da cobertura distribuímos uma lista de pautas no *Instagram* e nos grupos para facilitar as reservas!

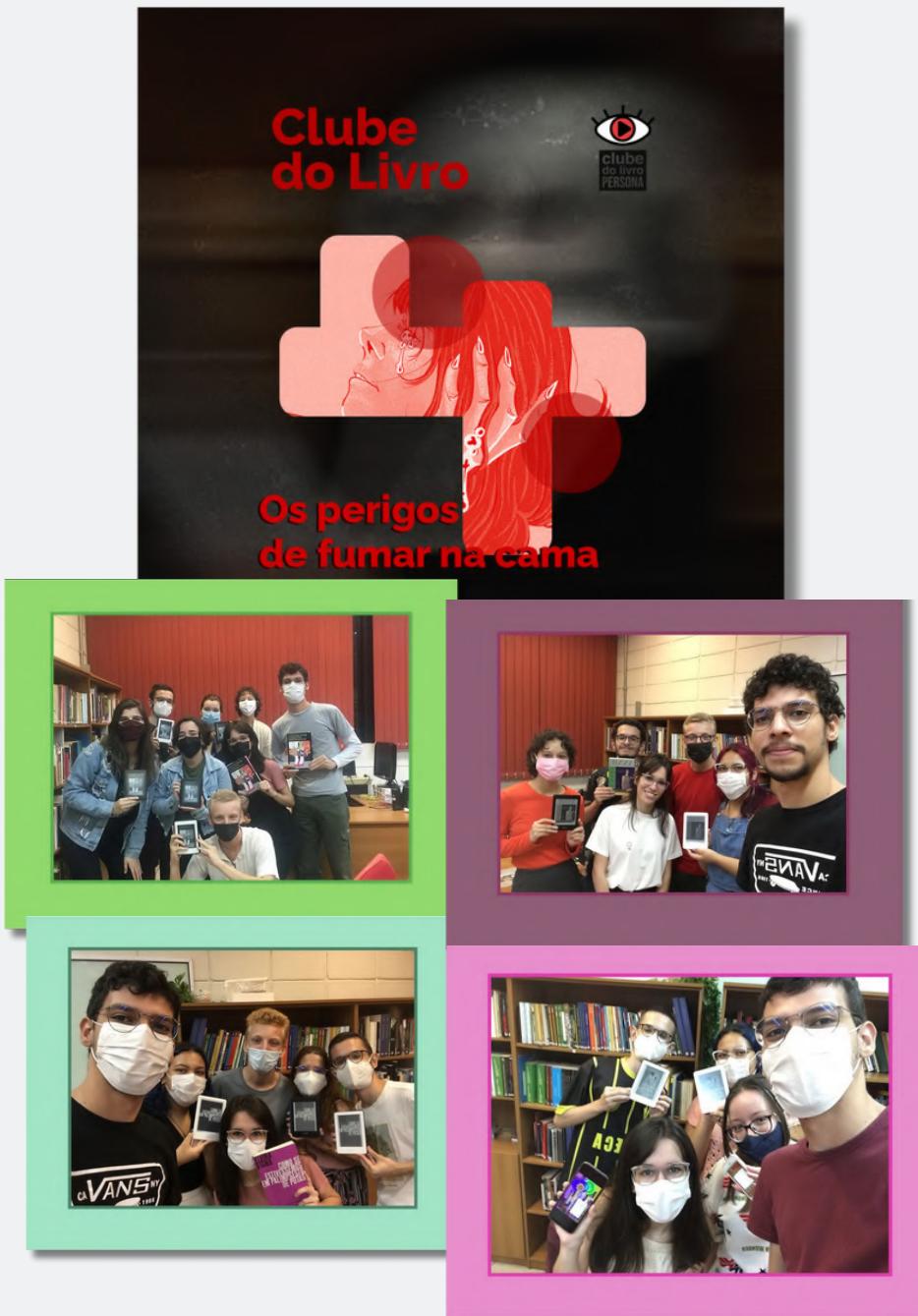


Clube do Livro

Acompanhado do Estante, nosso clube do livro era mensal.

Com um grupo destinado a parte, escolhíamos o livro e marcávamos reuniões online ou presenciais para discuti-lo, estando terminado ou não.

Ao fim, alguém escreveria sobre a obra e a crítica do livro iria como indicação também para o estante com a foto do encontro!



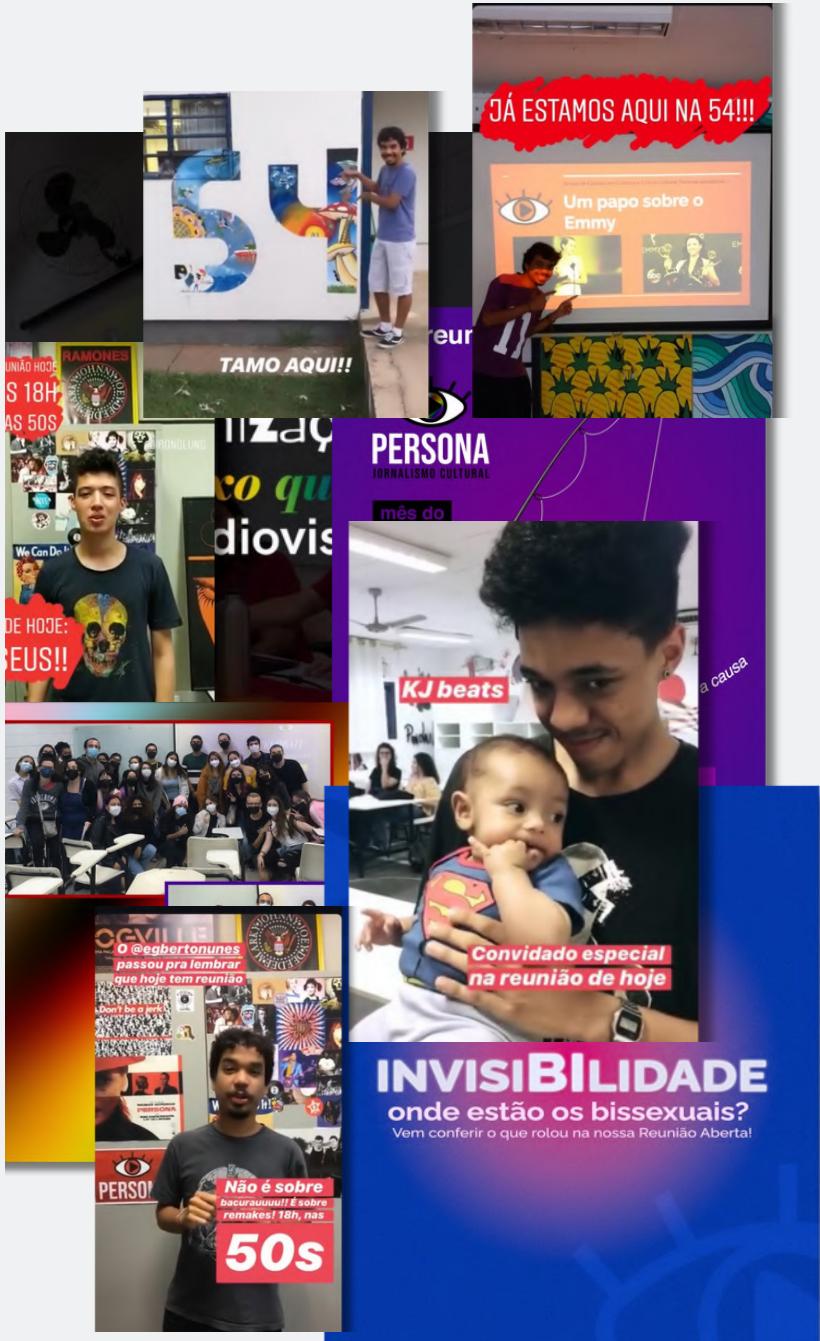
Reuniões Abertas

Nossas reuniões abertas são a conexão mais profunda com o surgimento do Persona.

A princípio como um grupo de debate e arguição, as críticas, site e escrita vieram depois.

Primeiro definimos um tema, em seguida nossos *hosts* que gostariam de apresentar e formular o conteúdo, decidimos uma data, o local, e então é só divulgar.

Interna e externamente as reuniões abertas podem abranger qualquer tema ou celebração, são um espaço para discussão e troca de ideias.



Retrospectiva

Nossa retrospectiva anual era um levantamento de vários aspectos do persona, junto do Persona Awards, premiação interna do projeto.

A retrospectiva trazia a quantidade de textos no ano, separados por categorias:

Conteúdos mensais publicados no *Instagram*, vídeos, coberturas temáticas, novos escritores, visitas no site, e ao fim uma querida dedicatória a todos os que participaram!

RETR OC

no ano de 2021, publicamos 556 textos



o Persona apostou em
coberturas temáticas e
produziu conteúdos



MUITO OBRIGADO

Alberto Borges, Ana Beatriz Rodrigues, Ana Júlia Trevisan, Ana Laura Ferreira, Ana Marcilio, Ana Nóbrega, Andreza Santos, Andressa Marques, Angelus Simões, Anna Clara Leandro Candido, Ayla Mori, Beatriz Luna, Beatriz Sabino, Bianca Penteado, Bruno Andrade, Bruno Azevedo, Caio Machado, Carlos Botelho, Carol Dalla Vecchia, Caroline Campos, Eduardo Rota Hilário, Elder John, Elisa Romera de Freitas, Enrico Souto, Ernesto Rangel, Ettory Jacob, Felipe Bascope, Felipe Nunes, Frederico Tapia, G. H. Oliveira, Gabriel Brito de Souza, Gabriel Fonseca, Gabriel Gatti, Gabriel Gomes Santana, Gabriel Leite Ferreira, Gabriel Oliveira F. Arruda, Gabriela Reimberg, Gabriele Lack, Gabrielli Natividade da Silva, Geovana Arruda, Gina Zapparoli, Giovana Guarizo, Giovani Zuccon, Giovanna Ramos, Guilherme Teixeira, Guilherme Viana Coutinho, Alessandro Ubaldo, Ana Paula Isabela Batistella, Isabela Cristina Bi Jho Brunhara, Jordana A. Pironi, João Pedro Piza, Juliana Dal Ri Gali Fonte, Julia Paes de Arruda, Kailais David, Leandrin Oliveira, Letícia Figueiredo, Lorranne Marino, Lucas Maju Rosa, Marcela Zogheib, Maria Mariânia Nicastro, Marina Ferreira, Milena Pessi, Monique Marquesini, Nathália Mendes, Nicole Saravia, Raquel Sampaió, Sabrina G. Ferreira, Tiago Way, Vanessa Marques, Victor Siqueira, Vitor Evangelista, Vitor Ten

nosso site
recebeu mais de
340 mil
visitas esse ano



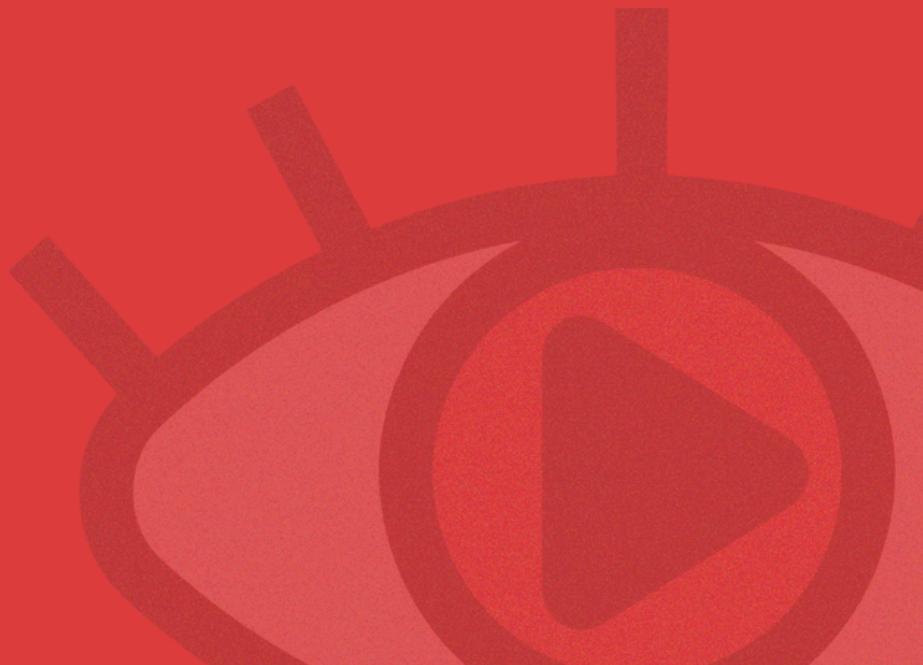
Persona Awards

O Persona Awards é um momento especial de celebração dentro do projeto, onde reconhecemos os membros e fazemos nossas próprias categorias e prêmios: o "*The Wizard of Pop*" para quem sabe tudo de cultura pop, ou o "Aquarela do Brasil" para aqueles que respiram cultura brasileira.

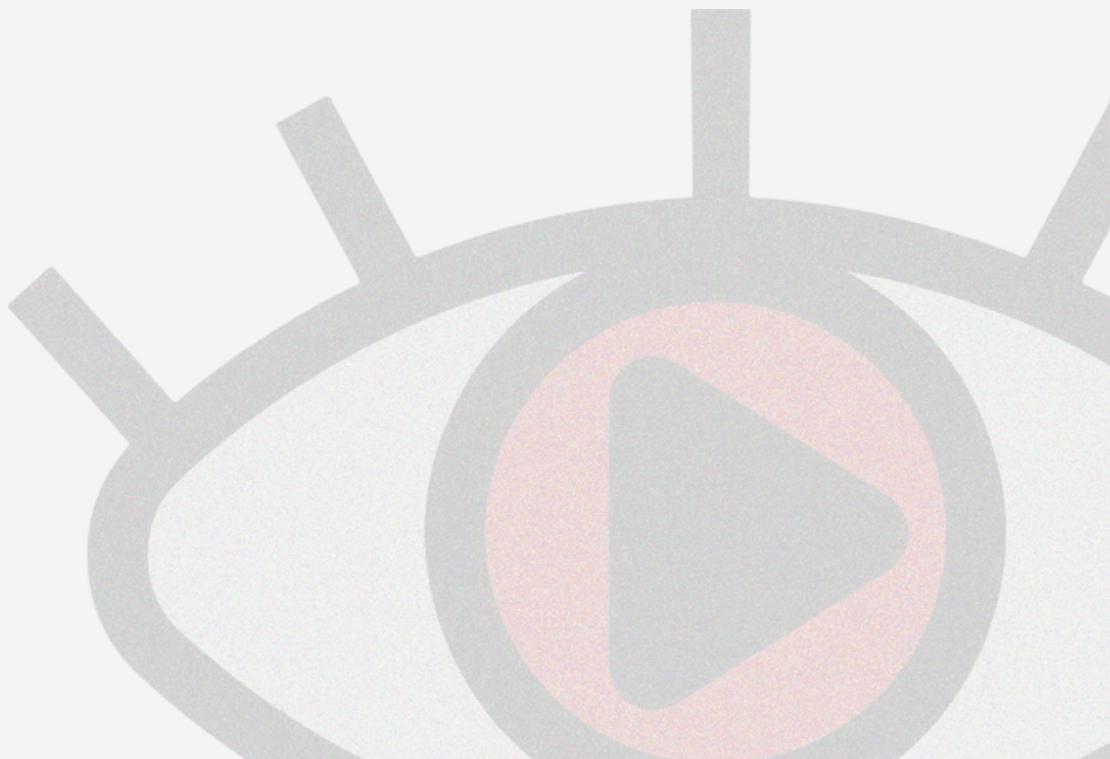
A escolha dos vencedores é feita pelos próprios membros através de um formulário. Com medalhas personalizadas e salgadinhos, *watch out Grammy!*



MANUAL DE REDAÇÃO



DIRETRIZES DE COLABORAÇÃO



1. Reserva de pauta

O processo de reserva de pauta consiste apenas em você selecionar, juntamente da nossa Editoria, qual produção cultural gostaria de escrever um texto sobre.

Para isso, você pode indicar algum lançamento que tem interesse ou ficar de olho no nosso **Instagram** ou **grupo do WhatsApp** onde divulgamos periodicamente sugestões de pautas para serem escritas.

Para realizar a reserva, basta nos contatar por um dos nossos 3 canais oficiais de comunicação: direct do Instagram (@personaunesp), grupo dos colaboradores no WhatsApp ou falar diretamente com algum membro do núcleo de Comunicação Externa. Após a confirmação da disponibilidade da pauta e definição do prazo, é só começar a escrever!

Também é possível escrever sobre obras aniversariantes. Para isso, é só conferir a nossa planilha.

Você também pode sugerir pautas que não estejam na planilha, sempre com aniversários de 5 em 5 anos (5, 10, 15, 20...). Não vale obras que já tenham textos de niver no site!

Não tem problema caso queira escrever sobre algo que já fez aniversário nos meses anteriores.

2. Redação

A partir do dia da reserva da pauta, costuma ser estabelecido um prazo de 10 dias para entrega (sujeito a alterações, como, por exemplo, no caso de obras que ainda não foram lançadas), a ser informado pelo membro de Comunicação Externa responsável pelo contato.

Confiram os manuais de escrita, diretrizes e formatação do Persona durante a escrita do texto.

Em caso de imprevistos ou empecilhos na escrita, é imprescindível que informem o quanto antes.

3. Envio

Após o texto ser finalizado, ele deve ser enviado para o e-mail edicaopersona@gmail.com conforme as especificações dos nossos manuais de escrita para o Persona.

Se estiver de acordo com as nossas normas e padrões de formatação, o editor responsável pelo projeto irá retornar confirmado o recebimento e informando que o texto terá sua primeira edição em até 10 dias.

3.1 Diretrizes de Envio

- Enviar para o e-mail do Persona: edicaopersona@gmail.com
- Link do texto APENAS do Google Docs (não se esqueça de habilitar edição)
- Texto em fonte Arial e tamanho 12
- Escrever no corpo do e-mail seu usuário do *Twitter* e *Instagram* (caso você não utilize essas redes sociais não é necessário, mas avise por favor)

- Se quiser, pode informar o user de fã-clubes e portais do artista para menção

4. Edição do texto

Assim como o processo de redação requer um tempo para ser cumprido, o mesmo vale para a edição, sendo necessário ter paciência e compreender a rotina da nossa equipe.

Obs. No caso do texto não atender nossas normas e padrões de formatação, estabelecemos como **tolerância de até 1 reenvio** para que ele esteja dentro das nossas especificações.

O processo de edição costuma ser feito em até 3 correções (o que não é uma regra, pois há textos e assuntos que demandam uma atenção mais aprofundada):

1^a correção: feedback geral sobre o conteúdo do texto;

2^a correção: revisão do que foi apontado no 1º retorno e orientações mais pontuais;

3^a correção: encaminhamento do texto para revisão do editor-chefe.

Para cada etapa da correção, há o prazo de 5 dias para que o colaborador arrume o texto e informe o editor responsável. Em caso de atrasos sem justificativa, é realizado o mesmo procedimento da nossa política de atrasos.

5. Publicação

Com o texto pronto e editado, é hora dele ir para o site!

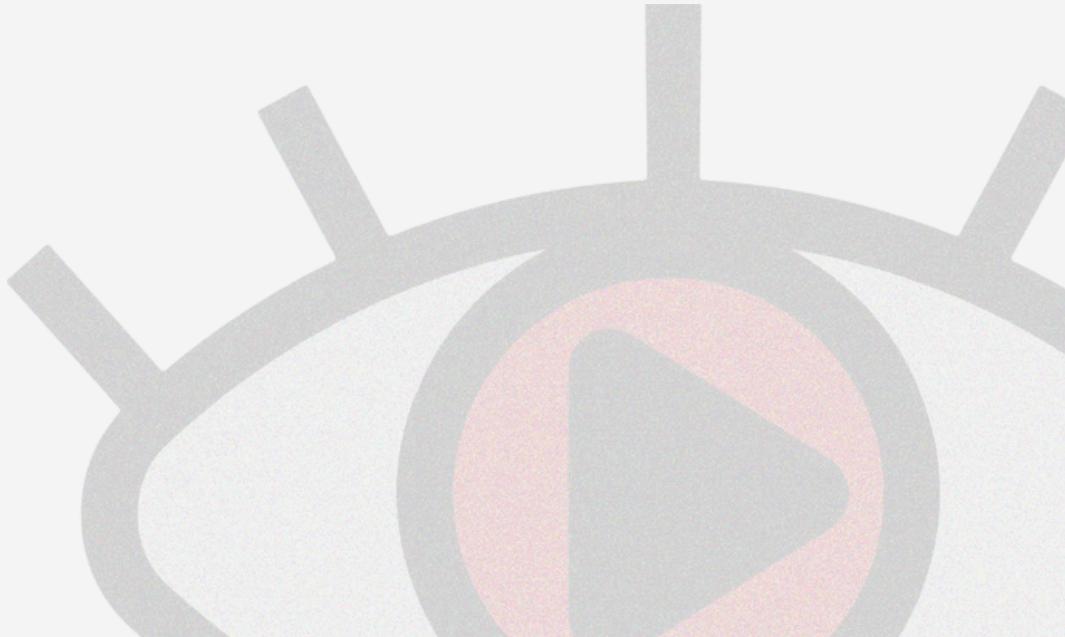
A partir do volume de textos finalizados, organizamos nossas postagens da semana, prezando por um equilíbrio na quantidade de conteúdo de cada dia.

Um critério que temos nessa organização é **evitar publicar textos do mesmo autor em datas muito próximas**, exceto no caso de obras aniversariantes e textos de coberturas.

As publicações prioritárias são marcadas por aniversários possíveis de serem publicados na data correta, coberturas especiais de eventos, premiações e cabines, além do que estiver em alta no momento.

Em caso de dúvidas ou sugestões, é só entrar em contato com alguém da Editoria através do nosso grupo de colaboradores no *WhatsApp* ou através do nosso *Instagram*!

O QUE É E COMO FAZER UMA
BOA CRÍTICA?



O que é?

A crítica, diferente de um release, exige a **expressão da sua avaliação sobre a obra**. Não se trata apenas de informar, mas também de **analisar de forma subjetiva**, utilizando argumentos e expressões que transmitam a sua interpretação sobre a obra. É como um convite ao diálogo com o leitor, onde você **apresenta sua perspectiva sobre o produto cultural**, utilizando de recursos para tornar a leitura mais fluída e interessante.

Características

Também é **importante consumir os conteúdos do Persona** em seus diversos formatos quando membros, sejam leitores ávidos, conheça a linguagem e padrões. **Parágrafos concisos** garantem fluidez à leitura.

Varie também o tamanho dos períodos, mesclando frases longas e curtas. A utilização de adjetivos é crucial para expressar sua opinião e permitir que o leitor compreenda sua avaliação. Através de comparações e expressões, **você guia o leitor através do seu olhar**. E sempre que estiver assistindo algo que você vai escrever, **use um caderno de anotações para ideias gerais** que vão guiar seu texto e suas ideias, não precisa ser bonito ou organizado, são só ideias de rascunho.

Exemplo de anotação:

If I'm being honest I'm lying
If they see that I'll do it
I don't need no help on my ad
Vices in my head gain silent
must be tragedy I desire
As I'm headed straight towards the fire
If I still got a angel on my side
I can't gonna take no advice, I

Conteúdo

A estrutura de uma crítica se inicia a partir de sua **contextualização**, informando, por exemplo, quando foi lançada e quem a produziu. Domine o contexto da obra, informações extras, histórico de artistas, **questões polêmicas que ultrapassam a obra e precisam ser faladas**, algo em entrevista, bastidores, seja para legendas ou trechos.

Pense o que **seu texto pode ser lido por qualquer pessoa**, procure trazer informações novas, interessantes, fora do que já foi amplamente discutido em redes sociais, e que também **seja acessível a quem não conhece nada daquilo**.

Indique o caminho que sua crítica seguirá, cativando o leitor desde o início. **Evite o uso de expressões temporais vagas como "na última sexta-feira"** ou "mês passado", optando por datas precisas, pense que você pode lê-la daqui uma semana, daqui um ano ou daqui 5 anos.

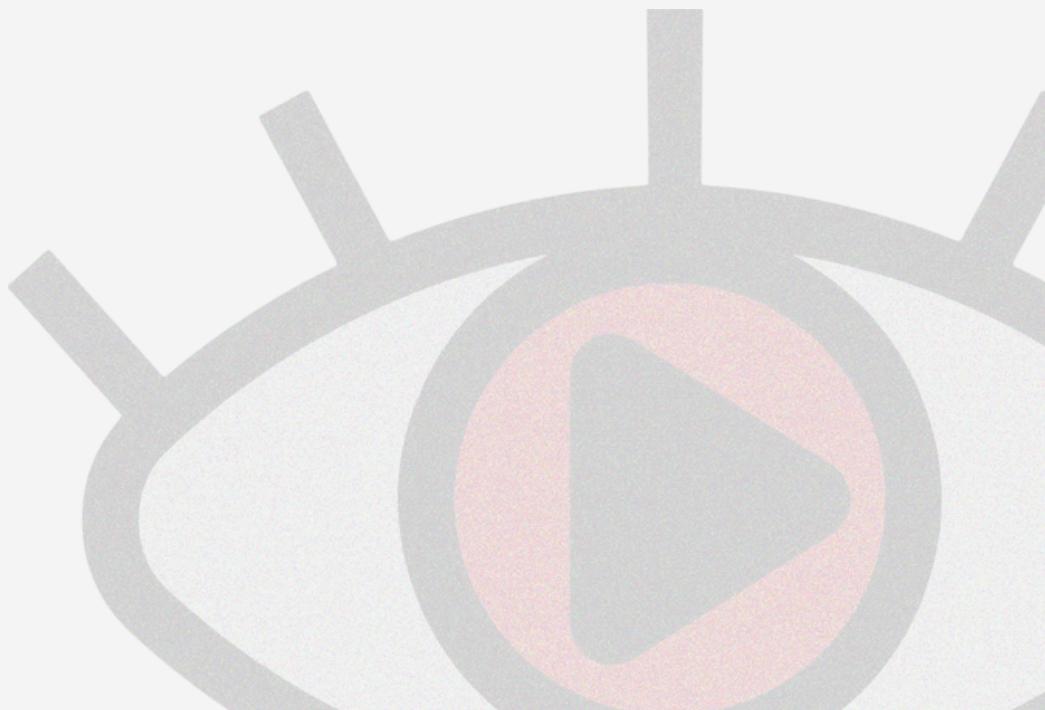
Posicionamento

Explore a obra utilizando uma abordagem específica: **técnica, histórica, emocional** ou uma combinação delas, esse aspecto varia a partir de cada escritor. E não esqueça de **apresentar os pontos positivos e negativos** de forma argumentada, enriquecendo sua análise com outros pontos de vista, **qual graça da perfeição?**

Nenhuma crítica é imparcial, e apresentar diferentes perspectivas demonstra a profundidade da sua análise. Ao fim, retome a ideia principal do texto ou faça uma síntese da sua análise, **evitando cair na armadilha de propor soluções**, pois a crítica não tem como objetivo solucionar problemas, mas sim analisá-los.

No encerramento, saímos do ensino médio com uma proposta de solução automatizada, mas você só precisa retomar suas ideias e provar o seu ponto final. Batendo o martelo. Também é possível e muito usado o aspecto reflexivo e ligado à críticas sociais.

TIPOS DE CRÍTICA: AUDIOVISUAL, LITERÁRIA E MUSICAL



crítica audiovisual

As críticas audiovisuais, segundo as fontes, devem ir além da simples classificação de um filme ou programa como "bom" ou "ruim", exigindo uma **análise mais profunda** de elementos como as seguintes questões:

O **roteiro** é envolvente e os personagens são bem desenvolvidos?

A **direção** contribui para a narrativa com uma visão artística clara e coesa?

A **fotografia** intensifica a história através da composição das cenas, iluminação e uso de cores?

O **elenco** oferece atuações convincentes que transmitem as emoções dos personagens?

A **montagem** estabelece um ritmo adequado para o suspense, humor ou drama da narrativa?

Os **diálogos** entre os personagens são realistas, envolventes e relevantes para a trama?

A **direção** de arte, incluindo cenários, figurinos e adereços, é visualmente atraente e condizente com a época e o estilo do filme?

Nem todos esses aspectos em destaque precisam estar presentes nessa crítica, você pode desenvolver muito um deles e exemplificar e outro que não se faz tão presente não apresentar como um ponto relevante da sua crítica, por exemplo. Mas **a utilização deles como base técnica da análise é necessária**, visto que são justamente suas construções que nos provocam sentido.



Zona de Interesse: o mal mora ao lado

VITÓRIA GOMEZ

Além da indicação à Palma de Ouro, Zona de Interesse saiu vencedor do Grande Prêmio no Festival de Cannes (Foto: Diamond Films)



Um feliz Natal... até para Os Rejeitados!

LAURA HIRATA-VALE

O que faz uma ceia de Natal? A comida ou a companhia? (Foto: Universal Pictures)



A dor, a Arte, O Menino e a Garça

GUILHERME VEIGA

Mesmo sem nenhum esforço de marketing, o filme foi a maior bilheteria de abertura de Miyazaki no Japão desde A Viagem de Chihiro (2001) [Foto: Studio Ghibli]



Os Banshees de Inisherin: tão próximos, mas também tão distantes

NATHAN NUNES

O filme reúne o diretor Martin McDonagh com os atores Colin Farrell e Brendan Gleeson 15 anos depois de sua primeira parceria em Na Mira do Chefe (Foto: Searchlight Pictures)

Na análise do audiovisual, você pode abordar a filmografia do diretor. Discutindo suas obras passadas, seus projetos atuais e futuros. Comparar suas produções com outras dentro do mesmo gênero é sempre interessante trazer quaisquer indicações a prêmios, além de explorar os bastidores de gravação, se pertinente.

No caso das séries, é importante comparar as temporadas atuais com as anteriores. Observe o ritmo da narrativa ao longo da série, especialmente se ela possui muitos episódios. Se a narrativa demora para se desenvolver, se é muito rápida no início e depois desacelera, ou se há variações significativas no enredo.

Episódios de destaque também são interessantes para serem comentados mais profundamente, bem como sobre os personagens, tempo, espaço, etc.



**A Pior Pessoa do Mundo
não é o que parece**

RAQUEL DUTRA

Depois de uma estreia premiada no Festival de Cannes 2021, A Pior Pessoa do Mundo chega em 2022 com duas indicações ao Oscar, nas categorias de Filme Internacional e Roteiro Original (Foto: MK2 Productions)



**Os filhos dos nossos filhos
também verão Pantanal**

NATHALIA TETZNER



Juma e Jove retornaram às televisões brasileiras 32 anos depois da primeira exibição da novela Pantanal (Foto: Globo)

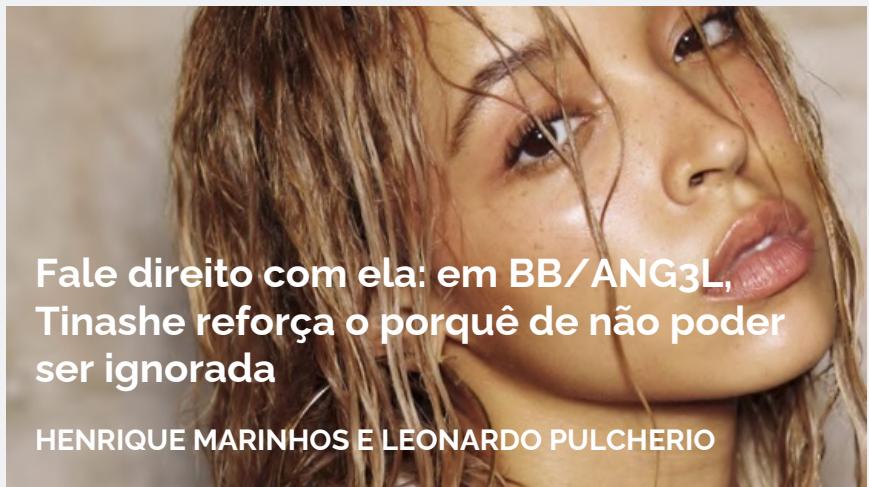
crítica musical

Ao aprofundar a análise de críticas musicais, também há uma variedade de elementos que podem ser considerados, como por exemplo:

A sonoridade da música soa datada ou atual, se é inovadora ou genérica, e se as músicas são memoráveis. O impacto emocional que a obra provoca no ouvinte.

As críticas musicais não se limitam a álbuns ou singles. A cobertura de shows ao vivo, analisando a performance, energia e interação com o público, também é relevante.

Também é interessante a análise de movimentos musicais, explorando seus contextos históricos, influências e impacto na cultura. Aspectos como a qualidade da escrita, a mensagem transmitida, a utilização de figuras de linguagem e a coerência com a proposta musical são outros quesitos muito importantes.



**Fale direito com ela: em BB/ANG3L,
Tinashe reforça o porquê de não poder
ser ignorada**

HENRIQUE MARINHOS E LEONARDO PULCHERIO

Em BB/ANG3L, o número três mais uma vez se faz presente como um símbolo angelical (Foto: Nice Life Recording Company)

É muito comum em primeiras críticas de obras musicais que seja feita um faixa a faixa. Mas não necessariamente isso traduz o que a obra é ou representa. Nem sempre as faixas seguem uma narrativa sequencial.

Portanto, é mais pertinente selecionar as faixas que abordam o mesmo tema, mesmo que não estejam em ordem, pois isso corrobora o que você deseja transmitir.



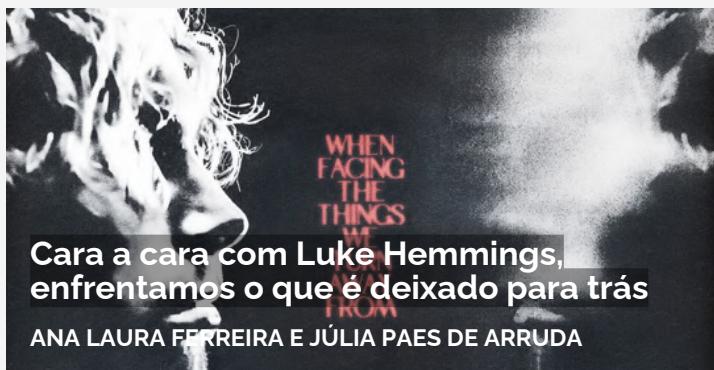
**Desire: a paixão segundo
Caroline Polacheck**

ENZO CARAMORI

Polacheck representa visualmente cada elemento de seu projeto: o fio de Ariadne, o fogo, os anjos e os labirintos até a presença do produtor Danny L Harle e sua filha no ensaio do álbum (Foto: Aidan Zamiri)



O som do festival ibérico ecoou pelo Atlântico e chegou em São Paulo (Foto: Vinicius Favorito)



Cara a cara com Luke Hemmings, enfrentamos o que é deixado para trás

ANA LAURA FERREIRA E JÚLIA PAES DE ARRUDA

"Você me parece tão familiar/Mas eu simplesmente não consigo me lembrar o seu nome" (Foto: Sony Music Entertainment Australia)

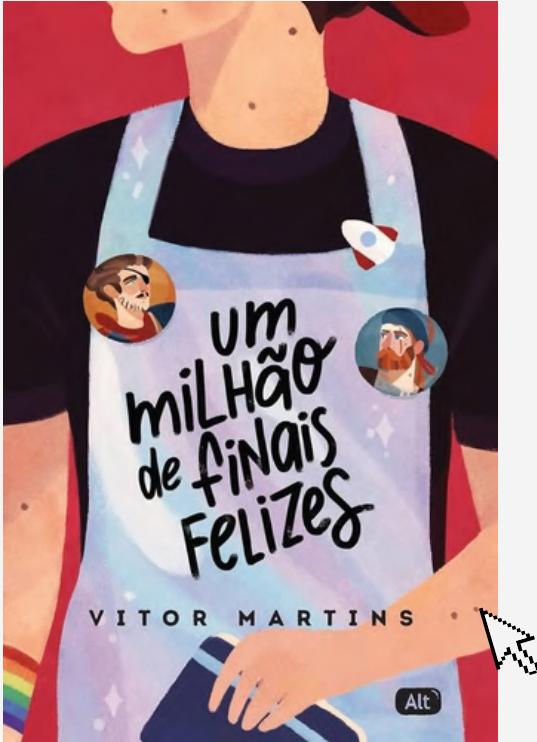
crítica literária

O livro, sendo uma obra de escrita tradicional e não multimídia, realmente não oferece muitos aspectos fora da narrativa para se analisar. Apesar disso, ainda há espaço para crítica literária. Por exemplo, podemos considerar como os livros lançados em datas especiais, como aniversários ou centenários, são recebidos e analisados. Também é possível avaliar como as homenagens a pessoas importantes em festivais e eventos influenciam a percepção da obra. Assim como em outros tipos de crítica, nas literárias também há uma variedade de elementos que podem ser considerados, como por exemplo:

A fidelidade ao texto original, a fluidez da linguagem e a capacidade do tradutor de transmitir nuances culturais são elementos que podem influenciar a experiência de leitura.

*Lembre-se de creditar o tradutor da obra.

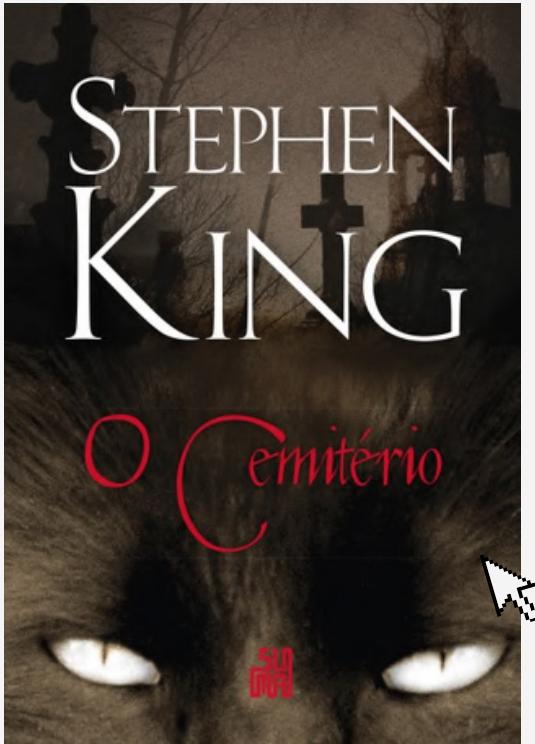
Há sempre considerações em relação ao contexto social, político e cultural da época pode lançar luz sobre as motivações do autor, as influências que recebeu e a recepção da obra.



A autoaceitação é o que faz Um milhão de finais felizes

JAMILY RIGONATTO

Lançado em 2018, Um milhão de finais felizes nos mostra que tudo passa (Editora Alt)



Há 40 anos, King quase enterrou O Cemitério – e que bom que isso não aconteceu

MARCELA LAVORATO

O Cemitério é a personificação da morte em todos os sentidos (Foto: Companhia das Letras)

A análise das relações intertextuais, ou seja, as referências a outras obras literárias, mitológicas, históricas ou culturais presentes no texto, podem revelar camadas de significação e enriquecer a interpretação da obra na contemporaneidade. Analise se o livro inova em sua proposta, se constrói personagens convincentes e se aborda os temas com profundidade.

Avalie a qualidade da escrita, verificando se ela é adequada ao narrador e se o estilo narrativo, seja descritivo ou conciso, é eficaz.

Analise as técnicas narrativas e de construção da obra, observando se o autor privilegia a descrição, a ação ou o desenvolvimento de personagens.

Seus elementos construtivos também são pontos importantes para contextualização de como a obra foi percebida através de sua crítica, em que alguns elementos serão mais importantes e outros menos a partir da obra e de sua relação com o leitor.



Em As Primas, amor, Arte e violência se misturam na Argentina dos anos 1940

HENRIQUE MARINHOS

Aurora Venturini e seu livro *As Primas* venceram o prêmio Nueva Novela, do jornal Página/12, pelo qual a autora, enfim, foi premiada por “um júri honesto” (Foto: Fósforo/Arte: Vitória Vulcano)

Quem conta a história e qual a sua perspectiva (primeira pessoa, terceira pessoa, etc.). Por exemplo: O narrador ser o próprio personagem que não é onisciente contribui positivamente para a narrativa?

Quem são os personagens, como são desenvolvidos e como contribuem para o enredo?

Qual o gênero da obra e como ele influencia a narrativa?

Qual a sequência de eventos e como a trama é estruturada?]

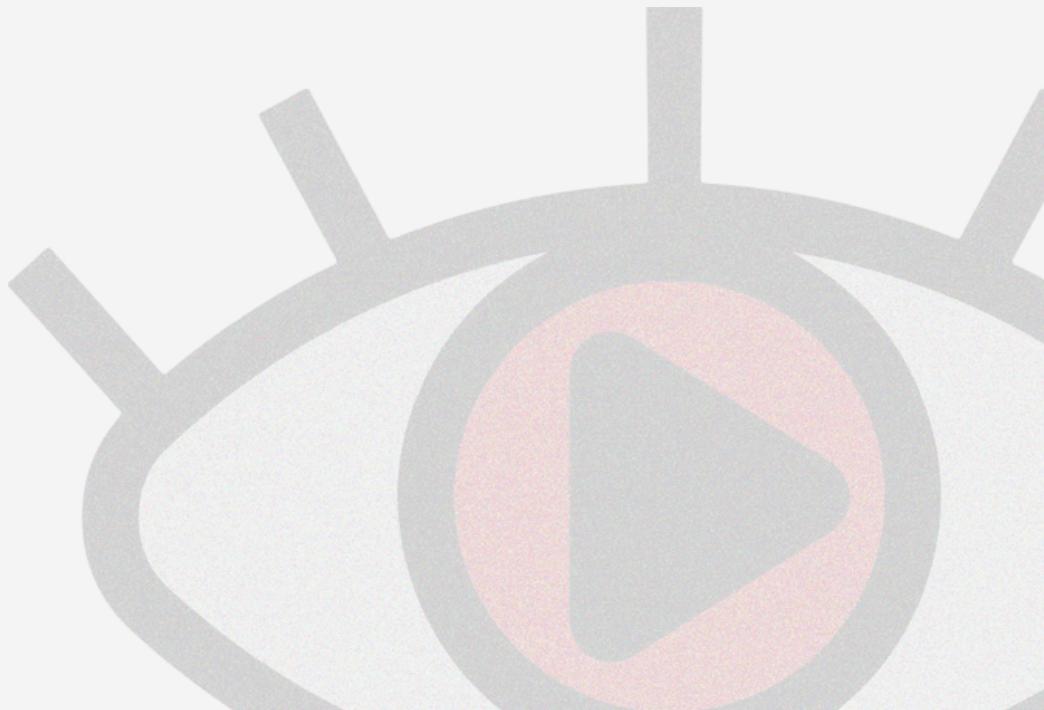
Como o tempo é tratado (cronológico, não linear, etc.) e qual o impacto disso na história?

Investigue se um clássico literário se mantém relevante na atualidade e como seus temas e personagens se encaixam no contexto contemporâneo.

Considerando também o estilo do autor e como a linguagem contribui para a atmosfera e a mensagem da obra?

É fácil cair na tentação de resumir o livro, mas é importante focar em como ele aborda aspectos sociais. A literatura frequentemente lida com questões sociais, então é interessante analisar se a obra explora esses temas de maneira profunda ou superficial.

**OUTROS FORMATOS:
ARTIGOS, REPORTAGENS,
ANIVERSÁRIOS E ENTREVISTAS**



Artigos

Os artigos jornalísticos têm como objetivo principal informar o público com precisão e clareza sobre um ou mais temas. Eles são projetados para apresentar os fatos de maneira detalhada e estruturada, oferecendo uma visão completa e bem fundamentada sobre o assunto abordado. Ao contrário das críticas, que se concentram em uma análise subjetiva, os artigos jornalísticos buscam fornecer uma narrativa equilibrada e baseada em evidências.

A principal diferença dos artigos jornalísticos é a sua abordagem informativa e analítica. Esses textos exploram um tema com profundidade, conectando diferentes aspectos e oferecendo uma visão abrangente. A estrutura é cuidadosamente organizada para guiar o leitor através de informações relevantes e contextuais. O uso de adjetivos é mais restrito mas não proibido, o foco é em descrever os fatos com precisão em vez de expressar opiniões ou emoções.



Melhor Figurino: A importância do costume design no audiovisual vai além do Oscar

COSTANZA GUERRIERO

Em 2022, a categoria de Melhor Figurino sequer foi transmitida ao vivo durante o Oscar (Arte: Nathália Mendes)

Os artigos jornalísticos também frequentemente envolvem a comparação de múltiplas fontes e a integração de diversas perspectivas para apresentar um panorama completo. Eles evitam conclusões definitivas ou julgamentos pessoais, concentrando-se em apresentar dados e contextos que permitam ao leitor formar sua própria opinião. A clareza e a objetividade são essenciais, e a redação deve ser precisa e focada em transmitir informações de maneira eficaz e acessível.



Do começo ao fim, há vida: a cultura Ballroom do nascimento ao presente

ARYADNE XAVIER

Sendo um símbolo de resistência, falar sobre e dar os devidos créditos a Ballroom por suas contribuições é mais do que um resgate histórico: é um ato político (Arte: Aryadne Xavier)

Aniversários

Ao escrever uma crítica cultural sobre aniversários de obras, considere destacar como a recepção inicial e o impacto no momento do lançamento contrastam com a visão atual.

Observe como a percepção da obra pode ter mudado ao longo do tempo, refletindo novas perspectivas culturais ou avanços tecnológicos. Ressalte elementos que ainda permanecem relevantes e outros que podem ter envelhecido ou adquirido um novo significado, bem como outras comparações e referências e inspirações que podem ter partido dessa primeira obra.



10 anos depois do fim, Harry Potter envelheceu avinagrado

VITOR EVANGELISTA

Uma década depois de As Relíquias da Morte – Parte 2, o legado de Harry Potter definiu como as Horcruxes de Voldemort (Foto: Warner Bros)

Reportagens

As reportagens são projetadas para oferecer uma cobertura aprofundada e contextualizada de eventos, temas ou questões de interesse público. Diferente das críticas, que se concentram na avaliação subjetiva de uma obra específica, as reportagens visam relatar e investigar os fatos de maneira abrangente e detalhada. O objetivo é não apenas informar, mas também fornecer uma compreensão completa e contextualizada sobre o assunto abordado. Uma característica distintiva das reportagens é o seu formato investigativo e exploratório. Elas frequentemente envolvem a coleta e análise de informações a partir de várias fontes, incluindo entrevistas, documentos e observações diretas.



Roda de conversa na Unesp Bauru amplifica vozes femininas da Literatura local

NATHALIA TETZNER

O evento fez parte do Festival da Palavra, idealizado para marcar o mês em que se celebra o Dia Nacional do Livro; da esquerda para a direita estão Renata Machado, Julia Bac, Patricia Lima, Anália Souza e Ariane Souza, as convidadas da mesa (Foto e Arte: Bruno Andrade)

Entrevistas

Tomamos como referências principais os fundamentos da entrevista enquanto processo/atividade/método jornalístico, compreendendo-a como uma forma de obtenção de informações específicas através do diálogo direto com alguém que seja uma fonte para essas informações, criando um processo de comunicação legítimo e mútuo.

Assim, o objetivo do Persona Entrevista é ser um meio de agregar conhecimentos sobre assuntos referentes ao âmbito cultural-artístico-histórico a nível local, nacional e/ou internacional.

A fonte, quem entrevistar?

O Persona procura entrevistar pessoas que estão em alta no momento, em qualquer meio e em qualquer circunstância.

Podendo ser, por exemplo, por conta de eventos (como festivais e premiações), por conta de lançamentos (como literários, através de parcerias com editoras, musicais ou audiovisuais, encontrados através da nossa curadoria ou através dos contatos estabelecidos por releases enviados no e-mail).

No caso de pessoas que não correspondem necessariamente a pautas “quentes”, o Persona também considera entrevistas pessoas que sejam relevantes para a história de alguma área e que se relacionem de alguma forma com um assunto atual.

Como contatar?

O contato para solicitar a entrevista deve ser, preferencialmente, através de algum canal de comunicação oficial. Geralmente, estes são endereços de e-mail ou números de telefone diretos da pessoa ou assessorias/representantes dela, que podem ser disponibilizados pelas próprias pessoas em biografias de redes sociais ou na área de contato em seus sites, por exemplo.

Quando estes canais de comunicação oficiais não forem encontrados ou as tentativas de contato através deles não forem bem-sucedidas, uma outra opção para solicitar a entrevista é através dos perfis oficiais da pessoa nas redes sociais. Se este for o caso, o ideal é formular uma mensagem breve, solicitando, sempre, uma outra forma de contato que não seja a rede social.

Exemplos de mensagens para contato

E-mail: informações variáveis destacadas em itálico; observações entre parênteses

Olá, _ nome da pessoa _! (apenas se o e-mail for direcionado a ela; no caso de assessorias, não usar nenhum nome)

Meu nome é _ seu nome _ e eu sou _ função dentro do projeto _ do Persona Unesp (personaunesp.com.br), um portal de jornalismo e crítica cultural da Universidade Estadual Paulista. No Persona, publicamos críticas culturais sobre produções artísticas de todas as naturezas, realizamos coberturas de festivais e premiações, acompanhamos lançamentos do universo cultural e também mantemos um quadro de entrevistas.

Escrevemos para estudar a possibilidade de receber _ nome da pessoa _ (se o e-mail for direcionado a uma assessoria) / recebê-L x _ (se o e-mail for direcionado a ela) para uma entrevista on-line sobre _ pauta geral da entrevista _.

Agradecemos desde já e aguardamos retorno!

Atenciosamente,

_ sua assinatura _

A ENTREVISTA PERSONA ENTRE
TA PERSONA ENTRE
A ENTREVISTA PERSONA ENTRE
TA PERSONA ENTRE

gabeu



Persona Entrevista: Gabeu

RAQUEL DUTRA E VITOR EVANGELISTA

Nome por trás do fabuloso e singular AGROPOC, o cantor fala sobre as origens de sua Música, parcerias dos sonhos e o papel do sertanejo no mundo de hoje (Foto: Gabeu/Arte: Vitória Vulcano)

Preparações para a entrevista

Pesquise Antecipadamente:

- Conheça o histórico e a área do entrevistado para formular perguntas pertinentes.
- Familiarize-se com o tema da entrevista.

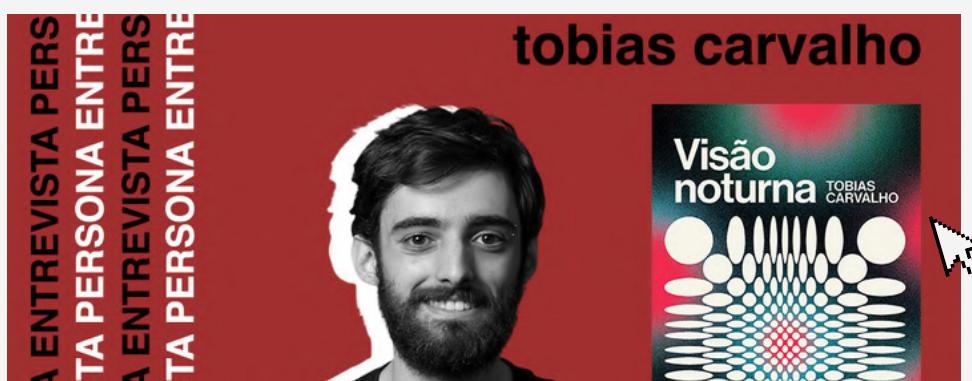
Ferramentas:

- Teste a plataforma antes da entrevista para garantir que você está familiarizado. Prepare
- Ambiente Virtual:
 - Escolha um fundo limpo e profissional, que não distraia o entrevistado.
 - Ajuste a iluminação para que seu rosto esteja claramente visível.
 - Verifique se a sua conexão com a internet é estável.
 - Revise o roteiro de perguntas e pontos principais.

Durante a Entrevista

- a. Cumprimente o entrevistado de forma amigável e profissional.
- b. Confirme que o entrevistado está confortável com a tecnologia e se há algum ajuste necessário.
- c. Mantenha um olhar direto para a câmera.
- d. Evite distrações, como navegar em outras abas ou responder mensagens durante a entrevista.
- e. Demonstre que está ouvindo atentamente através de contato visual com a câmera e gestos de concordância.
- f. Evite interromper o entrevistado; aguarde que ele termine antes de responder ou fazer uma nova pergunta.
- g. Formule perguntas de forma clara e direta. Certifique-se de que o entrevistado compreenda bem o que está sendo perguntado.
- h. Mantenha o controle do tempo para garantir que todos os tópicos importantes sejam cobertos.

- i. Esteja pronto para ajustar a conversa, se necessário, para garantir que todos os pontos sejam abordados.
- j. Esteja disposto a explorar novos tópicos que possam surgir durante a conversa.
- k. Permita que a conversa flua naturalmente e evite forçar a discussão em tópicos não relevantes.
- l. Use um tom de voz claro e neutro. Mantenha uma atitude profissional e evite demonstrar preconceitos ou emoções que possam influenciar a entrevista.



Persona Entrevista: Tobias Carvalho

BRUNO ANDRADE E ENZO CARAMORI

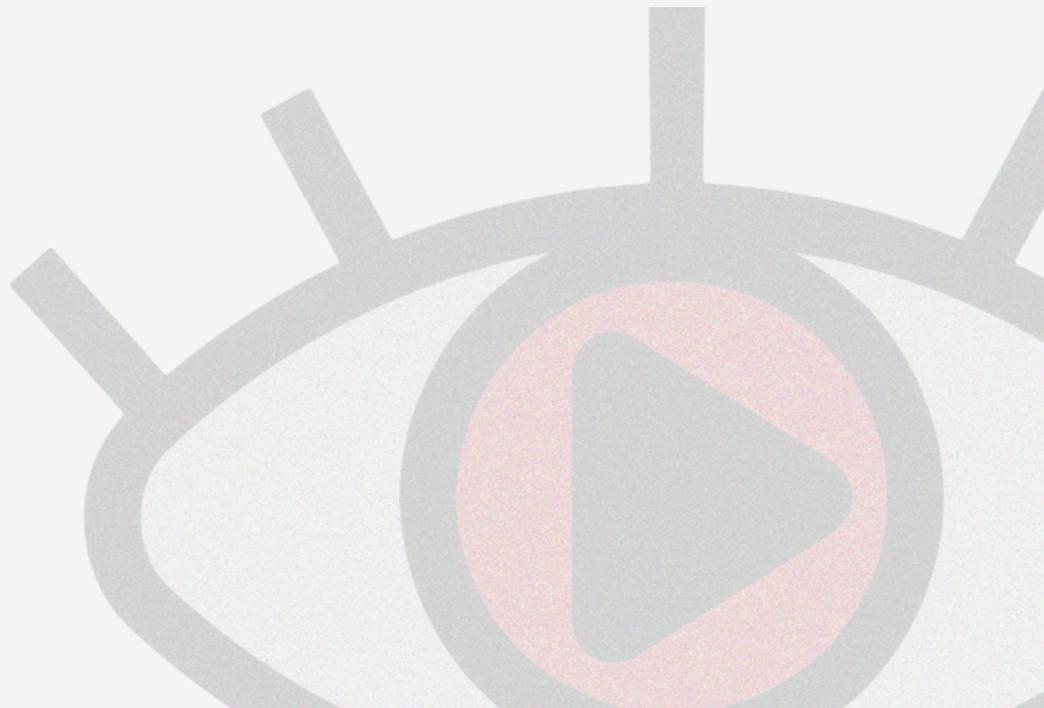
"Autor de *As Coisas*, obra vencedora do Prêmio Sesc de Literatura que debate a sexualidade de homens gays na contemporaneidade, o escritor porto-alegrense surge como guia de uma viagem onírica em *Visão Noturna* (Foto: Applause Produtora e Todavia/Arte: Vitória Vulcano)

Produto final

- a. Contextualize o Tema: Apresente o tema da entrevista e por que é relevante.
- b. Introduza o Entrevistado: Dê um contexto sobre quem é o entrevistado e qual a sua importância no tema.
- c. Intercale Respostas com textos informativos e contextuais.
- d. Use Transições Suaves: Após uma resposta do entrevistado, insira informações relevantes ou uma crítica que complemente ou contraste com o que foi dito.
- e. Cite referências, obras ou exemplos que elucidem melhor as respostas e as contextualize para que o texto seja suficiente por si, sempre lembre de utilizar os hyperlinks!

- f. Resuma os Principais Pontos: Recapitule os principais insights da entrevista e as informações adicionais na conclusão.
- g. Verifique Coerência e Clareza: para que as informações estejam bem organizadas de forma lógica.

GUIA DE FORMATAÇÃO E ESTRUTURA



Formato e Estrutura

Dê preferência a títulos chamativos, com um máximo de 2 linhas ou 100 caracteres. Sempre inclua seu nome como autor do texto.

Utilize uma imagem de abertura. Então, a cada 2 ou 3 parágrafos, insira uma imagem, vídeo ou GIF em boa qualidade para manter o conteúdo visualmente atrativo.

Sempre credite a origem da imagem (Foto: Créditos). Caso não seja possível encontrar o crédito, utilize (Foto: Reprodução).

- Atenção: Google, Wikipédia, IMDB, ou sites aleatórios não são fontes válidas para crédito de imagens. Verifique sempre a quem pertence a foto, geralmente isso é indicado pelo veículo que a publicou.
- Os parágrafos devem ter entre 5 e 10 linhas, com tamanhos semelhantes para facilitar a leitura.

- Cada parágrafo deve conter pelo menos dois pontos finais e não deve ser escrito em período único.
- Em críticas culturais, é preferível que o argumento completo esteja em um único parágrafo, justificando o comprimento mais extenso.
- Escreva quanto achar necessário; não há limite de tamanho total para o texto. Vale do bom senso e exceções, por exemplo:
 - o EPs e curtas-metragens são mais curtos, atingir a média de 7 parágrafos pode ser mais complexo que obras maiores, converse com seu editor se for o caso.
 - o Artigos devem ter, no mínimo, 10 parágrafos. Por serem textos mais robustos e elaborados com mais de um tema relacionado, obraigatoriamente.

o Críticas e Aniversários de obras maiores seguem a média de ao menos 7 parágrafos sem máximo, em caso de textos muito maiores, também converse com seu editor responsável.

Descreva as imagens para o texto alternativo.

Para aumentar a acessibilidade do site, o Persona usa o recurso de texto alternativo, que consiste em descrever as imagens para que pessoas com deficiência visual accessem na íntegra todo o conteúdo da crítica, incluindo as fotos e gifs.

A descrição é simples, direta e clara. Ao lado, você pode conferir um post do projeto Biblioteca Falada com dicas e instruções para fazer o texto alternativo e três exemplos do próprio Persona. Qualquer dúvida pode falar com a gente pelo e-mail, perfil oficial ou através de algum membro da Editoria.

The infographic consists of four colored boxes arranged in a 2x2 grid:

- 1. DEFINA O TIPO DE IMAGEM** (Purple box):

Fotografia, ilustração, cartoon, print de tela, meme, pintura surrealista...
- 2. CRIE UMA SEQUÊNCIA LÓGICA** (Yellow box):

Pode ser de cima para baixo ou de um lado pro outro, depende da imagem. Mas siga sempre o mesmo sentido!
- 3. DESCREVA AS CORES!** (Yellow box):

Tons, saturação, luminosidade, temperatura, contraste etc.
- 4. USE LINGUAGEM SIMPLES** (Purple box):

Períodos curtos, ordem direta, voz ativa... Tudo isso ajuda na hora de escutar o texto!

Todas as imagens presentes no texto (fotos ou GIFs) devem vir acompanhadas de suas respectivas descrições.

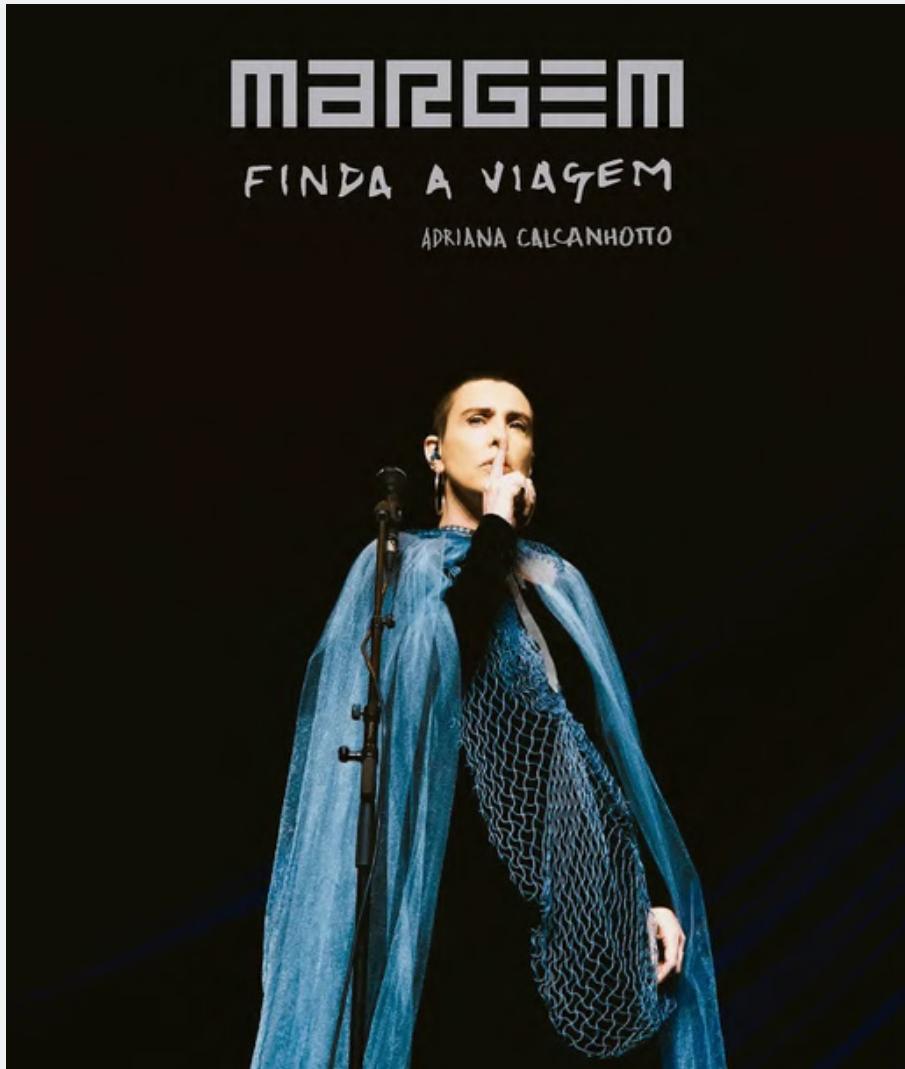
- Seja Descritivo: Evite copiar a legenda. O texto alternativo deve fornecer informações adicionais e descrever o que está na imagem. Foque nos elementos mais importantes.
- Use Frases Completas: Escreva de forma clara e gramaticalmente correta. Frases completas ajudam na compreensão.
- Mantenha a Brevidade: O ideal é que o texto tenha de 250 caracteres até no máximo 500, concentrando-se nos detalhes mais relevantes e não deixando apenas uma imagem com uma descrição muito longa.

- Experimente ler em voz alta a descrição da imagem feita e atentar-se ao tempo que levou para ouvi-la, seria confortável passar muito tempo?
- Evite Jargões e Abreviações: Use linguagem simples e evite abreviações que possam confundir o leitor.
- Não utilize palavras em caixa ALTA. Mesmo que seja a escrita original, o leitor automático entende como um grito.

MARGEM

FINDA A VIAGEM

ADRIANA CALCANHOTTO



- Texto alternativo: Capa do CD Margem, Finda a Viagem. Fotografia quadrada com o fundo preto. Na parte inferior central está a cantora Adriana Calcanhotto. Uma mulher branca, de cabelo preto raspado. Ela veste um vestido preto com uma capa azul imitando uma rede de pesca. Sua mão direita está na altura de sua boca com um dedo levantado fazendo sinal de silêncio. Na sua frente há um microfone. Na parte superior pode-se ler “Margem Finda a Viagem” e abaixo “Adriana Calcanhotto” ambas na cor cinza.

Quanto a estrutura

1. Precisa ter:
 - a. Título
 - b. Imagens que respeitem os intervalos (uma a cada 2 ou 3 parágrafos)
 - c. Seu nome/assinatura
 - d. Legendas nas imagens e gifs (sem ponto final)
 - e. Texto alternativo
 - f. Créditos (credite responsáveis pela fotografia de um filme, caso fale dela, o compositor da música, caso fale desse aspecto, etc.)
 - g. Hiperlinks (no mínimo 1 por parágrafo)
 - h. Itálicos segundo diretrizes
 - i. No caso de texto de Música: link do Spotify no final
 - j. Texto de obra Audiovisual: Trailer no final

Quanto ao conteúdo

1. Atente-se

- a. Desenvolvimento das ideias
- b. Hierarquia das informações
- c. Contextualização do assunto
- d. Progressão de ideias e construção de um raciocínio
- e. Fluidez do texto
- f. Se ele tem teor crítico ou apenas informativo
- g. Se os argumentos tem algum embasamento
- h. Se os argumentos têm profundidade ou estão muito rasos

Alertas!

O que não fazer:

- a. Título ou legenda com ponto final
- b. Parágrafo só com um período
- c. Termos em língua estrangeira, que podem ser traduzidos mas não foram
- d. Trecho de música, de série, de filme, livro etc em língua estrangeira sem tradução
- e. Problemas gramaticais: grafia de palavras, pontuação, nomes próprios com letra maiúscula (exceto quando a grafia original de algum é estilizada)

Palavras em itálico

- Palavras estrangeiras. Exemplos: *internet, mainstream, CD, EP*
- Gêneros musicais. Exemplos: *rap, pop, hip-hop, rock, k-pop*
- Nomes de instituições. Exemplos: *Netflix, Rede Globo, Amazon*
- Nomes de premiações. Exemplos: *Emmy, Grammy, Oscar, SAG*
 - o Globo de Ouro é a única que não fica em itálico
- Nomes de obras culturais (filmes, álbuns, livros, séries, músicas..). Exemplos: *Modern Family, As Vantagens de Ser Invisível, my future*
- Caso queira colocar o ano de lançamento da produção, ele não vai em itálico.
 - o Nome do Filme (Ano) **CORRETO**
 - o Nome do Filme (Ano) **ERRADO**

- No caso de nomes de personagens, pessoas reais e bandas não é necessário usar itálico;
- Citações (de letras de música, trechos de entrevistas, falas de algum filme ou série);
- Linha-fina;

Palavras em negrito

- Assinatura do texto (nome de quem escreveu);
- Intertítulos;

Hyperlinks

- Recomendamos o uso de pelo menos **um hiperlink por parágrafo** (pode ser link para entrevistas, críticas, vídeos, o que for agregar ao conteúdo);
- **não linkar** sites genéricos como página da Wikipédia ou do IMDB;

- Sempre colocar **pelo menos um hiperlink de alguma publicação do Persona**;
- **Não usar hiperlinks muito extensos** e nem pegando a pontuação, o objetivo é **destacar palavras-chaves** que sejam atrativas;

Legendas

- Sempre em um período só, a não ser que seja uma citação;
- Sem ponto final;
- Com os créditos da imagem ao final.
Exemplo: A残酷 de Hannibal é quase uma obra de arte renascentista
(Foto: Orion Pictures)
- **Não é créditos/fonte de imagem:** Google, SiteAleatório, Wikipédia, IMDB, etc...; geralmente, os veículos que postaram a foto colocam a quem pertence, é só conferir ou pesquisar.

Quando usar parênteses na legenda antes dos créditos, substituir por colchetes no fim:

Alexandre Aja, diretor do longa, foi responsável por filmes de terror como o remake de *Piranha* (2010) e *Predadores Assassinos* (2019) (Foto: Netflix) **ERRADO**

Alexandre Aja, diretor do longa, foi responsável por filmes de terror como o remake de *Piranha* (2010) e *Predadores Assassinos* (2019) [Foto: Netflix] **CORRETO**

Grafia de palavras

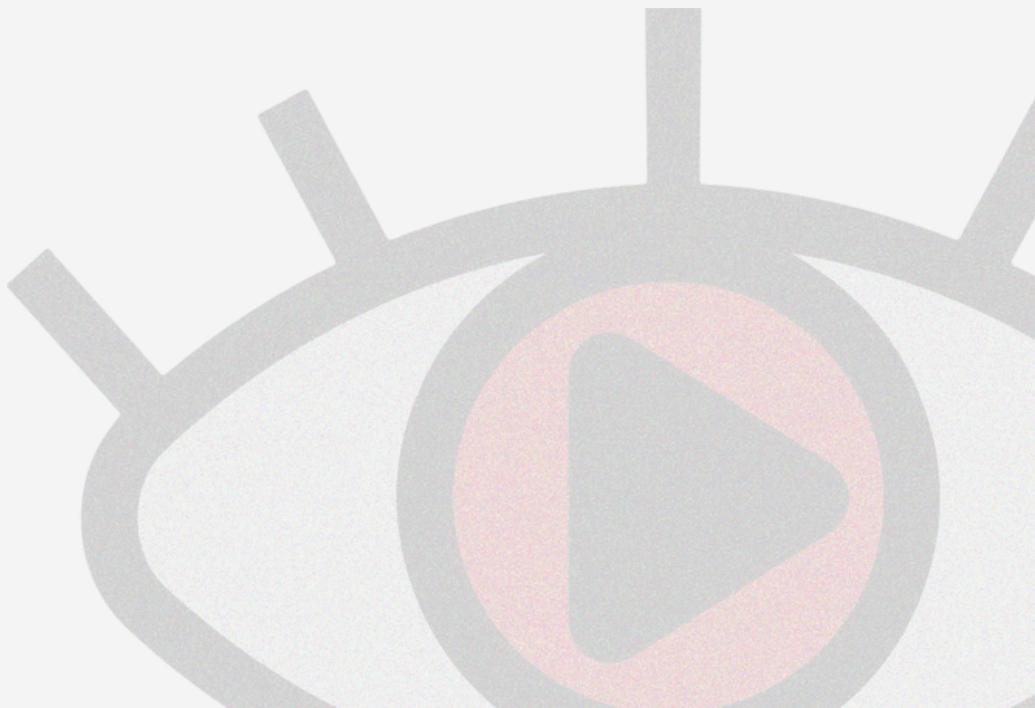
- SEMPRE usar a estilização oficial das obras (exemplos: *Raya e o Último Dragão*, *Três Anúncios para um Crime*, *folklore*, *HAIM*), seguir a padronização ao usar letras maiúsculas e minúsculas;
- Siglas pronunciáveis (com mais de 3 letras) usam só a primeira letra em maiúsculo, mas também deve-se respeitar a estilização da instituição. Exemplos: *BRIT Awards*,
- Serviços de streaming: a *Netflix*, a *Apple TV+* (feminino); o *HBO Max*, o *Amazon Prime Video*, o *Disney+*, o *Globoplay* (masculino);
- Forma correta de escrever algumas palavras muito utilizadas nos textos: *YouTube*, *Deluxe*, *hip-hop*, *synthpop*, *k-pop*, *covid-19*

Demais observações

- Para críticas sobre livros: sempre colocar o nome do profissional que traduziu a obra e o nome da editora do livro;
- Para textos que contenham conteúdo sensível (tanto no tema quanto nas imagens): colocar um aviso de gatilho prévio;
- Linguagem neutra: para textos que tratem sobre artistas não-bináries, é essencial fazer uso da linguagem neutra, respeitando os pronomes delu;
- Para citações de trechos de música: separar os versos (sempre traduzidos) com /sem espaço. Exemplo: "Porque você estava tão animado por mim/Para que finalmente dirigisse até sua casa/Mas hoje, dirigi pelos subúrbios"

- Uso das aspas: usar aspas duplas (") quando for citação de terceiros e aspas simples ('') para destaque de escrita autoral (palavra errada, ironia, provocação...);
- Dois pontos: mesmo para o título dos textos, deve-se usar letra minúscula após dois pontos (:). Exemplo: MC Kevin: o menino que encantou a quebrada dá seu adeus com uma obra que jamais será esquecida.

REGRAS GRAMATICAIS



Uso da vírgula

Em que casos a vírgula é obrigatória e em que casos é proibida?

A estrutura da frase em Língua Portuguesa é formada por pares indissociáveis: sujeito + verbo; verbo + complemento. A primeira regra de ouro do uso da vírgula é: não se separam esses elementos com vírgula.

Exemplo: O professor devolveu as provas corrigidas.

Quando algo "se intromete" nessa estrutura, a vírgula será usada: O professor, durante a aula, devolveu, em silêncio, as provas corrigidas.

Quando usar a vírgula?

- Separar o aposto (termo explicativo): Recife, a Venezuela brasileira, se desenvolveu muito nos últimos anos.
- Isolar vocativo (termo que chama a atenção): Marcos, estamos a sua espera!
- Isolar expressões que indicam circunstâncias variadas como tempo, lugar, modo, companhia, entre outras (adjuntos adverbiais invertidos ou intercalados na oração): Todos, em meio à festa, se puseram a fazer brindes aos convidados.
- Antes dos conectivos mas, porém, contudo, pois, logo: Faça suas escolhas, mas seja responsável por elas.

- Isolar termos explicativos tais como isto é, a saber, por exemplo, digo, a meu ver, ou melhor, as quais servem para retificar, continuar ou concluir o que se está dizendo: O amor, isto é, o maior dos sentimentos, deve reger nossas atitudes.
- Separar termos coordenados (uma lista, por exemplo): Amor, fortuna, ciência. Apenas isso não traz felicidade.

Quando não usar a vírgula?

- Para separar sujeito e predicado: O tapete persa nos serviu de cama durante muitos anos;
- Entre verbo e complemento: O presidente mudou os planos de viagem;
- Depois da conjunção 'mas';
- Para separar conjunção do início da oração.

Uso da crase

O que é a crase?

A crase é o sinal gráfico (`) utilizado para indicar a fusão de duas letras A;

Em geral, essa fusão acontece quando, em uma mesma frase, você precisa utilizar a preposição A (pedida depois de alguns verbos transitivos indiretos ou adjetivos) e o artigo A, que precede palavras femininas. Exemplo: Vou à (a preposição + a artigo) academia;

Quando usar a crase?

- Quando for a junção entre a preposição A e o artigo A;
- Quando se subentender a palavra à moda ou maneira de alguma coisa. Exemplo: *Eu gostaria de um virado à paulista, por favor.* (virado à moda paulista);
- Antes de numerais na indicação de horas. Exemplo: *A reunião vai começar às 10h;*
- Diante de pronomes demonstrativos aquele(s), aquela(s) e aquilo quando acompanhados da preposição A. Exemplos: “*É necessário levar o documento àquele (preposição a + pronome aquele) departamento*” e “*Refiro-me àquilo que combinamos ontem*”;

Uso do travessão

O travessão é um sinal de pontuação representado por um traço na horizontal (-) maior que o hífen e que tem como finalidade indicar o discurso direto ou dar ênfase em trechos de textos;

- Para separar expressões ou frases intercaladas

São utilizados substituindo as vírgulas para intercalar trechos que não são essenciais em uma frase, mas aos quais se pretende dar ênfase. Exemplo: Os Estados Unidos e a China – os maiores poluidores do planeta – não são signatários dos principais tratados de preservação ambiental;

- Quando a interrupção é muito longa, dentro da qual já existam vírgulas, prefer-se usar o travessão duplo em vez de mais duas vírgulas. Também numa enumeração explicativa (relação de vários itens), os travessões darão a clareza que as vírgulas não propiciam; Exemplo: O movimento geral das disciplinas de comunicação – informática, marketing, design, publicidade – apoderou-se da palavra conceito e a transformou em mercadoria.
- O travessão pode aparecer antes da vírgula, sem eliminá-la. Isso ocorre quando a intercalação com travessão duplo é colocada dentro de uma intercalação entre vírgulas [ex. 1] ou quando a vírgula é usada para separar uma oração subordinada [ex. 2]:
 1. Temos no Tesouro, durante os meses de verão – os meses de safra –, valores mais elevados.
 2. Junto com o teatro que resgata a linguagem erudita brasileira – o do Movimento Armorial de Ariano Suassuna –, nossa dramaturgia se sustenta desse modo.

Diferença entre hífen, meia-risca e travessão:

- Hífen (-) é o menor de todos, usado para fazer uma ligação entre palavras.

Exemplo: arco-íris:

- Meia-risca (-) é o segundo maior, usado para unir os valores extremos de uma série. Exemplo: 1983-2013; J-M; a ponte aérea São Paulo-Manaus;
- Travessão (—) é bem maior que qualquer um dos dois, utilizado para indicar mudança de interlocutor e para isolar palavras ou frases.

Pronomes demonstrativos

Marcam a posição espacial de um elemento qualquer em relação às pessoas do discurso, situando-os no espaço, no tempo ou no próprio discurso;

- 1^a pessoa: este, esta, isto
 - Indicam proximidade de quem fala ou escreve; exemplo: Esta mulher ao meu lado é minha esposa;
 - Indicam também o tempo presente em relação a quem fala ou escreve. Exemplo: Nestas primeiras horas estou muito entusiasmada com o novo emprego;
 - Marcam um tempo imediato ao ato da fala. Exemplo: Neste instante ele está se casando;
 - Fazem referência àquilo que vai ser dito posteriormente. Exemplo: Desejo sinceramente isto: que seja muito feliz;

- 2^a pessoa: esse, essa, isso
 - o Indicam proximidade da pessoa a quem se fala ou escreve. Exemplo: *Essa blusa que tens nas mãos é sua?*
 - o Marcam um tempo proximamente anterior ao ato da fala. Exemplo: *No mês passado fui demitida do trabalho.* *Nesse mesmo mês perdi meu celular;*
 - o Fazem referência àquilo que já foi dito no discurso. Exemplo: *Que seja muito feliz: é isso que desejo;*
- 3^a pessoa: aquele, aquela, aquilo
 - o Marcam posição próxima da pessoa de quem se fala ou posição distante dos dois interlocutores. Exemplo: *Aquela blusa que ele tem na mão é sua?*
 - o Marcam um tempo remotamente anterior ao ato da fala. Exemplo: *Em 1970, a seleção brasileira de futebol era fraquíssima. Naquele ano o Brasil perdeu o campeonato mundial.*

Uso do hífen

- Casos nos quais constatamos a presença do hífen:
 - o O hífen passa a ser usado quando o prefixo termina em vogal e a segunda palavra começa com a mesma vogal. Exemplos: anti-inflamatório, anti-inflacionário, micro-ônibus, micro-organismo, microondas;
 - essa regra não se aplica aos prefixos “-co”, “-pro”, “-re”, mesmo que a segunda palavra comece com a mesma vogal que termina o prefixo; exemplos: coocupar, reescrever;
 - o Com prefixos, usa-se o hífen diante de palavras iniciadas com “h”. Exemplos: anti-herói, anti-higiênico, co-herdeiro, extra-humano, micro-história, mini-hotel

- o Utilizamos o hífen quando o prefixo terminar em consoante e a segunda palavra começar com a mesma consoante. Exemplos: sub-bibliotecário, inter-regional, super-romântico;
- o Com o prefixo “-sub”, diante de palavras iniciadas por “r”, usa-se o hífen. Exemplos: sub-reino, sub-região, sub-reitor;
- o Diante dos prefixos “-além, -aquém, -bem, -ex, -pós, -recém, -sem, - vice” usa-se o hífen. Exemplos: além-mundo, aquém-mar, recém-casado, sem-teto, vice-diretor;
- o O hífen encontra-se presente diante do advérbio “mal”, quando a segunda palavra começar por vogal ou “h”. Exemplos: mal-acabado, mal-humorado, mal-intencionado;

Casos em que não se emprega o hífen

- Não se utiliza mais o hífen quando o prefixo terminar em vogal e a segunda palavra começar por uma vogal diferente. Exemplos: autoestima, infraestrutura, autoaprendizagem, coedição, socioambiental;
- Quando a segunda palavra começar com “r” ou “s”, depois de prefixo terminado em vogal, retira-se o hífen e essas consoantes são duplicadas. Exemplos: antirrascismo, antisocial, contrassenso, minissérie;
- Obs: o hífen será mantido quando o prefixo terminar em “r” e o segundo elemento começar pela mesma letra; exemplos: inter-regional, super-romântico;
- Não se usa o hífen quando o prefixo termina em vogal e o segundo elemento começa por consoante diferente de “r” ou “s”. Exemplos: antinatural, contracheque, geopolítica, semicírculo;

- O hífen não deve ser usado quando o prefixo termina em consoante e a segunda palavra começa por vogal ou uma consoante diferente. Exemplos: hiperativo, hipertenso, interescolar, subemprego:

Os 4 porquês

- **Por que:** utilizado em perguntas; quando usado no meio das frases, tem a função de pronome relativo, pode ser substituído por "por qual" e "pelo qual". Exemplo: Por que não voltamos para a casa?; Não sei o motivo por que as pessoas têm dúvidas;
- **Porque:** utilizado em respostas; pode ser substituído por "pois", "para que", "uma vez que". Exemplo: Porque agora não temos tempo; Não fui à escola ontem porque fiquei doente;
- **Por quê:** utilizado em perguntas no fim das frases ou de maneira isolada. Exemplo: Você não gosta dessa matéria, por quê?; Não vai errar mais? Por quê?;
- **Porquê:** possui o valor de substantivo e indica o motivo, a razão; aparece nas sentenças precedido de artigo, pronome, adjetivo ou numeral com objetivo de explicar o motivo dentro da frase. Exemplo: Gostaria de saber o porquê dele não falar mais comigo.

Uso do ponto e vírgula

O ponto e vírgula não tem função nem de ponto final e nem de vírgula, mas é um intermediário entre eles. Ou seja, não há pausa total, nem breve, mas uma moderação entre as duas:

- Quando usar o ponto e vírgula
 - o Para separar orações coordenadas em que a vírgula já foi muito utilizada, ou ainda, quando o texto é muito extenso. Exemplo: *As sete maravilhas do mundo moderno representam monumentos que fazem parte da história da humanidade: o Coliseu, na Itália; a Chichén Itzá, no México; o Machu Picchu, no Peru; o Cristo Redentor, no Brasil; a Muralha da China, na China; as Ruínas de Petra, na Jordânia; o Taj Mahal, na Índia;*

- o Quando acontece a omissão de um verbo, marcada pela vírgula, se houver uma pausa antes do sujeito esta será marcada pelo ponto e vírgula. Exemplo: Na linguagem escrita é o leitor; na fala, o ouvinte.
- o Permite alongar ligeiramente a pausa existente antes das conjunções adversativas. Exemplo: Todos acreditamos que tudo ficaria resolvido; contudo, não foi possível.
- o Para separar orações quando o verbo aparece antes da conjunção, que aparece meio da oração. Exemplo: Sabemos que já está na hora de ir embora; queremos, todavia, ficar mais um pouco.

Colocação Pronominal

- Énclise: quando o pronome é empregado depois do verbo, obedecendo à sequência básica de construção frasal, que é verbo + complemento. É considerada a posição normal do pronome, salvo as exceções de uso justificado de próclise e mesóclise. A ênclise é usada em:
 - Períodos iniciados por verbos (desde que não estejam no tempo futuro), pois, na norma padrão, não se inicia frase com pronome oblíquo. Exemplos: Diga-me apenas a verdade; Importava-se com o sucesso do projeto.
 - Orações imperativas afirmativas. Exemplos: Fale com seu irmão e avise-o do compromisso; Professor, ajude-me neste exercício!
 - Orações reduzidas de infinitivo. Exemplos: Convém confiar-lhe esta responsabilidade; Espero contar-lhe isto hoje à noite.

- o Orações reduzidas de gerúndio, desde que não venham precedidas de preposição 'em'. Exemplos: A mãe adotiva ajudou a criança, dando-lhe carinho e proteção; O menino gritou, assustando-se com o ruído que ouvira.
- Obs. a tendência para a próclise na língua informal atual é predominante, mas não convém iniciar frases com pronomes átonos numa conversação formal. Exemplo: Me alcança a caneta (linguagem informal); Alcança-me a caneta (linguagem formal).
- Obs. 2: se o verbo não estiver no início da frase e nem conjugado nos tempos futuro do presente ou futuro do pretérito (condições possíveis para mesóclise), é possível usar tanto a próclise como a ênclise. Exemplos: "eu me machuquei no jogo" pode ser também "eu machuquei-me no jogo"; e "as crianças se esforçam para acordar cedo" pode ser também "as crianças esforçam-se para acordar cedo".

- **Próclise:** quando o pronome é empregado antes do verbo. É usada em:
 - o Orações que contenham expressão/advérbio de valor negativo. Exemplos: Ninguém o apoia; Nunca se esqueça de mim; Não me fale sobre este assunto.
 - o Orações que contenham advérbios e pronomes indefinidos, sem que exista pausa. Exemplos: Aqui se vive. (advérbio de lugar); Tudo me incomoda nesse lugar (pronome indefinido).
 - obs: caso haja pausa depois do advérbio, emprega-se o pronome depois do verbo, usando ênclise. Exemplo: Aqui, vive-se.
 - o Orações iniciadas por pronomes e advérbios interrogativos. Exemplos: Quem te convidou para sair? (pronome interrogativo); Por que a maltrataram? (advérbio interrogativo).

- o Orações introduzidas por pronomes relativos. Exemplos: Foi aquele colega quem me ensinou a matéria; Há pessoas que nos tratam com carinho; Aqui é o lugar onde te conheci.
- Orações iniciadas por palavras exclamativas e nas optativas (que exprimem desejo). Exemplos: Como te admiro! (oração exclamativa); Deus o ilumine! (oração optativa).

- Conjunções subordinativas. Exemplos:
Ela não quis a blusa, embora lhe servisse;
Comprarei o relógio se me for útil.
- Gerúndio precedido de preposição 'em'. Exemplos: Em se tratando de negócios,
você precisa falar com o gerente;
- Com a palavra 'só' (no sentido de 'apenas', 'somente') e com conjunções coordenativas alternativas. Exemplos: Só se lembram
de estudar na véspera das provas ('só' no sentido de 'apenas'); Ou se diverte, ou fica em
casa (conjunção coordenativa alternativa)
- **Mesóclise:** quando o pronome é empregado no meio do verbo. É a forma menos usada de todas, sendo empregada em:
 - o Orações em que o verbo esteja no futuro do presente. Exemplo: Ouvir-teei sempre
que quiseres (ouvirei + te); Falar-lheei a teu
respeito (Falarei + lhe).
 - o Orações em que o verbo esteja no futuro do pretérito. Exemplo: Pentear-teia com paciência (pentearia + te); Procurar-meiam caso precisassem de ajuda (Procurariam + me).

- **obs:** a mesóclise pode ser usada somente com os verbos no futuro do presente ou no futuro do pretérito, porém, esses verbos também podem ser usados com a próclise. Então, em casos que se justifique a próclise, ela terá preferência, desfazendo a mesóclise. Exemplo: Tudo lhe emprestarei, pois confio em seus cuidados. (O pronome "tudo" exige o uso de próclise.)
- **obs. 2:** os tempos verbais do futuro do presente e futuro do pretérito podem apenas ser usados em próclise, além da mesóclise, e jamais em ênclise.
- **obs. 3:** A mesóclise é priorizada apenas na norma culta padrão da língua e na modalidade literária.

Referências

NOVA ESCOLA. Língua Portuguesa: quando usar vírgula. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/6895/lingua-portuguesa-quando-usar-virgula>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

NOVA ESCOLA. Aprenda crase em 3 minutos e teste em questões de concurso. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/5342/aprenda-crase-em-3-minutos-e-teste-em-questoes-de-concurso>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

LÍNGUA BRASIL. Não tropece. Disponível em: <<http://www.linguabrasil.com.br/nao-tropece-detail.php?id=74>>. Acesso em: 24 ago. 2024. PORTUGUÊS.COM.BR. Travessão. Disponível em: <<https://www.portugues.com.br/gramatica/travessao.html>>. Acesso em: 24 ago. 2024. MUNDO EDUCAÇÃO. Travessão. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/gramatica/travessao.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

MUNDO EDUCAÇÃO. Pronome Demonstrativo. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/gramatica/pronome-demonstrativo.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

MUNDO EDUCAÇÃO. Uso do hifen. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/gramatica/uso-hifen.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2024. BRASIL ESCOLA. Emprego do hifen. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/gramatica/emprego-do-hifen.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2024..

TODA MATÉRIA. Uso do por que, porque, porquê e por quê. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/uso-do-por-que-porque-por-que-e-porque/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

TODA MATÉRIA. Ponto e vírgula. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/ponto-e-virgula/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

INFOESCOLA. Ponto e vírgula. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/portugues/ponto-e-virgula/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

DICIO. Ponto e vírgula: o que é e como usar. Disponível em: <<https://duvidas.dicio.com.br/ponto-e-virgula-o-que-e-como-usar/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

SÓ PORTUGUÊS. Sintaxe - Quando usar vírgula antes do "e"? Disponível em: <https://www.soportugues.com.br/secoes/sint/sint74_2.php>. Acesso em: 24 ago. 2024.

-SÓ PORTUGUÊS. Sintaxe - O uso da vírgula. Disponível em: <<https://www.soportugues.com.br/secoes/sint/sint73.php>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

TODA MATÉRIA. Quando usar a mesóclise. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/quando-usar-a-mesoclide/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

SÓ PORTUGUÊS. Sintaxe - A vírgula e as conjunções. Disponível em: <<https://www.soportugues.com.br/secoes/sint/sint74.php>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

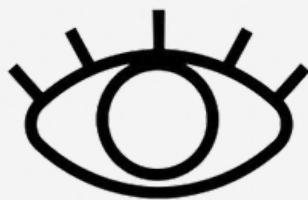
USP. A vírgula e as conjunções. Disponível em: <<http://www.nilc.icmc.usp.br/nilc/minigrafica/mini/avirgulaeasconjuncoes.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

TODA MATÉRIA. Vírgula antes do "e". Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/virgula-antes-do-e/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

UFMA. Uso da vírgula. Disponível em: <<https://portais.ufma.br/PortalUfma/paginas/noticias/noticia.jsf?id=56641>>. Acesso em: 24 ago. 2024

GUIA DE IDENTIDADE VISUAL





O símbolo do logo é composto por bordas sempre pretas na mesma espessura, com cinco cílios equidistantes e esclera sempre branca.



A íris do olho é a única parte alterável, podendo ter seu preenchimento com outras cores, degradês ou padrões.



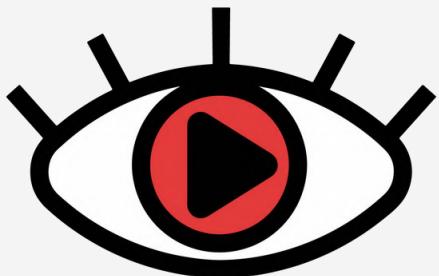
A pupila do olho em formato de play será sempre preta e não pode ser deformada. Seus cantos são arredondados e suas pontas não tocam as bordas.

PERSONA

No logo completo, o escrito principal Persona deve ser sempre em caixa alta na fonte Bebas Neue.

JORNALISMO CULTURAL

Abaixo do escrito principal, também em fonte Bebas Neue, o escrito segue a largura do principal, com alteração no espaço entre letras.



PERSONA

JORNALISMO CULTURAL

Logo principal. Cabeçalho do site.
Usado em documentos institucionais, editais, entre outros.



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

Logo horizontal.

PERSONA

JORNALISMO CULTURAL

Logo tipográfico. Pouco usado.



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

Considerando as bordas e cílios pretos do logo, é indicado que fundos totalmente pretos (#000000) sejam evitados para que não descaracterizemos o símbolo. Porém, não é uma restrição inalterável, o presente manual apresenta apenas caráter instrutivo e sugestivo.

Logos negativos



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

Logos em preto. Símbolo continua em vermelho para a não descaracterização. Em impressões, manter assim para a escala de cinzas.



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL



PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

PERSONA
JORNALISMO CULTURAL

Logos em branco. Símbolo continua em vermelho para a não descaracterização. Em impressões, manter assim para a escala de cinzas.



Logo estilizado com degradê nas cores do arco-íris para a cobertura do Mês do Orgulho 2024.



Logo com vermelho mais vibrante utilizado nos novos templates de cabines.



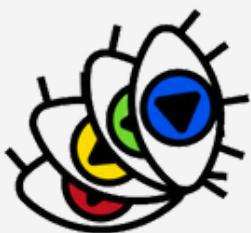
Logo utilizado apenas em um carrossel sobre narrativas trans no Mês do Orgulho.



Logo estilizado em rosa para o Mês das Mulheres 2024.



Logo estilizado em dourado para a cobertura do Emmy 2024.



Logos em várias cores. No cotidiano, sua cor é alterada conforme cor predominante na arte.



47 MOSTRA
INTERNACIONAL DE CINEMA
SÃO PAULO INT'L FILM FESTIVAL

Logo ao lado de logo parceiro.

Sugestões de uso inadequado no cotidiano.



Colorir contornos



Distorção vertical



Distorção horizontal



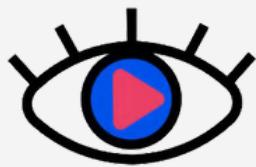
Preencher contorno



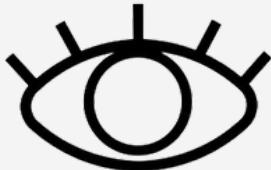
Espelhar
horizontalmente



Espelhar
verticalmente

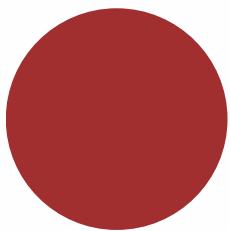


Colorir o play



Retirar elementos

Paleta de Cores

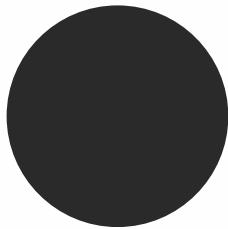


#A12F2F

Category	red (dark red)
● HEX	#A12F2F
↳ RGB	R 161 G 47 B 47
↳ HSL	H 0 S 0.55 L 0.41
↳ CMYK	C 0% M 45% Y 45% K 37%



Category	red (dark red)
● HEX	#E13B3B
↳ RGB	R 225 G 59 B 59
↳ HSL	H 0 S 0.73 L 0.56
↳ CMYK	C 0% M 65% Y 65% K 12%



#2A2A2A



#F4F4F4

Tipografia

BEBAS NEUE

LOGO

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = ! @ # \$ % ^ & * () _ +

Montserrat Bold

TÍTULO DOS TEXTOS NO SITE

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = ! @ # \$ % ^ & * () _ +

Merriweather

Texto corrido no site

Assinatura em negrito

Hyperlink sublinhado

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = ! @ # \$ % ^ & * () _ +

60 anos de X-Men e sua alegoria disruptiva

04/12/2023

Quadrinhos

60 anos, Análise, Aniversário, Artigo, Boyd Kirkland, Brett Ratner, Bryan Singer, Cinema, Deadpool 3, Deus Ama O Homem Mata, Dias de um Futuro Esquecido, Disney, Fox, Henrique Marinhos, Henrique Rabachini, HQ, Hugh Jackman, Ian McKellen, Jack Kirby, Live Action, Marvel, Marvel Comics, Marvel Comics: The Untold Story, Marvel Studios, Michael Wolf, Música, Patrick Stewart, Review, Sean Howe, Simon Kinberg, Stan Lee, Televisão, The Marvels, The X-Men #1, X-Men, X-Men - Origens: Wolverine, X-Men 2, X-Men: Evolution, X-Men: O Confronto Final



Wolverine, a estrela dos mutantes, apareceu pela primeira vez como vilão – e não em uma história X-Men, mas em uma HQ do Hulk (Foto: Marvel Comics)

Henrique Marinhos e Henrique Rabachini

A história das HQs é datada desde o fim do século XIX, como uma evolução das tiras cômicas publicadas em jornais. Os primeiros quadrinhos eram voltados para o humor e a sátira, mas logo começaram a explorar outros gêneros como a aventura, o romance, o terror e a ficção científica. Um dos que se destacou foi o dos super-heróis, que se consolidou na década de 1930 com a criação de personagens como a dupla da DC Comics, Super-Homem e Batman, e Capitão América, pela Marvel. Esses heróis representavam os ideais de justiça, coragem e patriotismo, em um contexto de crise econômica, guerra mundial e ameaças totalitárias. Eles também refletiam as

Política de Anúncios

Pesquisar ...



POSTS RECENTES

- [Intimo e poderoso: cinco anos de thank u, next](#)
- [Las Mujeres Ya No Lloran: quem nunca sofreu por uma traição que atire a primeira pedra](#)
- [Mais talentosos que Tom Ripley, só mesmo a direção, produção e o elenco da série](#)
- [Kung Fu Panda 4 é um ótimo filme para a Sessão da Tarde](#)
- [Instinto Materno é alimentado por clichês, mas pelo menos conta com Anne Hathaway e Jessica Chastain](#)
- [Percy Jackson e os Olimpianos é fiel às suas origens, mas paga um preço alto por isso](#)
- [25 anos depois, nós ainda visitamos Um Lugar Chamado Notting Hill](#)
- [Os especiais de 60 anos de Doctor Who reconhecem um passado fantástico e gritam "allons-y" ao futuro](#)
- [A ação e o carisma colossais de Godzilla e Kong: O Novo Império](#)
- [Há cinco anos, Vidro juntou os retalhos das páginas dos quadrinhos e nós rasgamos](#)

SOCIAL



Raleway

Extrabold e caixa alta para títulos
de posts no Instagram e “POR” antes
do autor

Medium no nome do autor

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = ! @ # \$ % ^ & * () _ +

Helvetica Light

Texto em destaque

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = ! @ # \$ % ^ & * () _ +



PERCY JACKSON E OS OLIMPIANOS É FIEL ÀS SUAS ORIGENS, MAS PAGA UM PREÇO ALTO POR ISSO



Existe um ditado que diz que 'um é pouco, dois é bom, mas três é demais'. Em questão de adaptações, Rick Riordan fingiu não escutar a sabedoria popular e, com a firme decisão de reescrever a fama de sua saga 'xodó' no meio audiovisual, embarcou na produção da nova leva de episódios de uma das franquias mais populares entre os jovens nascidos nos anos 2000.

POR
ARYADNE XAVIER

Downloads

Símbolo

Logos



Templates

Reportagem

Cabines

Tipografia

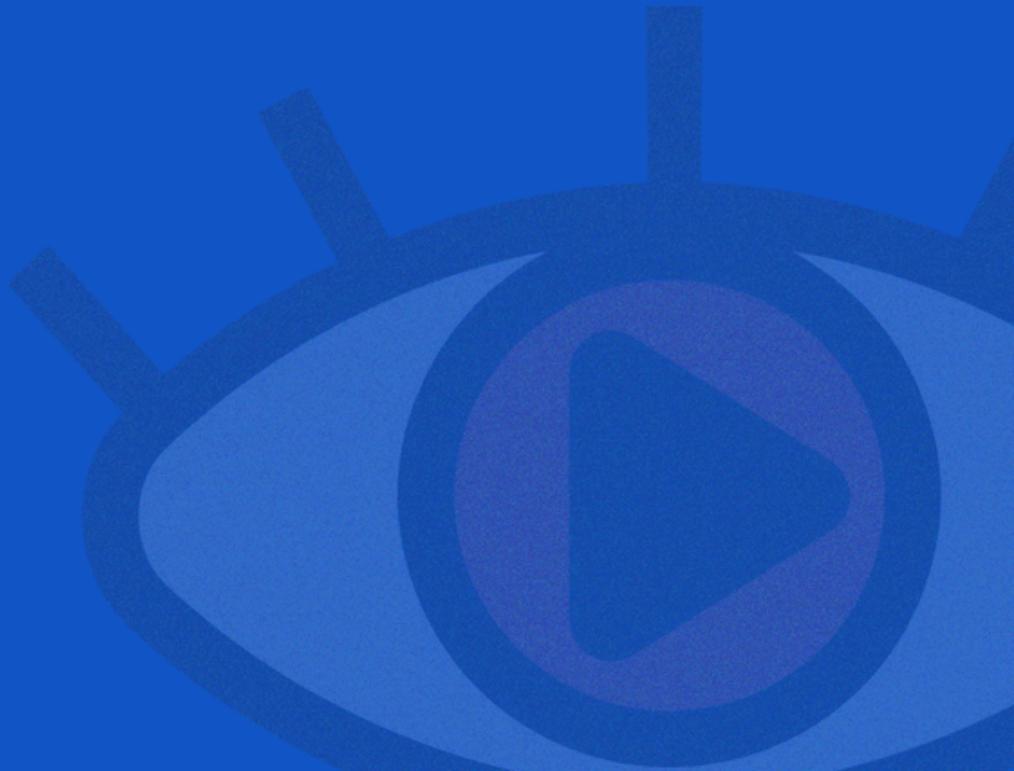
Outros elementos

Crítica

Artigos

Aniversários

diretrizes de redação



O núcleo de Redação é responsável por alimentar as plataformas de conteúdo do Persona, sendo elas as redes sociais e o site. Nas redes, o redator produz conteúdos sobre arte e cultura numa linguagem adequada para os meios, nas ferramentas do Twitter e do Instagram. No site, o redator colabora com as publicações mensais do Persona (Indicações e o Estante do Persona) e desenvolve em texto algumas pautas que possuam um encaminhamento específico, de forma complementar às realizadas pelos colaboradores externos. O núcleo de Redação também acompanha, junto do núcleo de Edição, os lançamentos e eventos do ambiente artístico e cultural, como festivais e premiações, para trazer as novidades para o Persona e para identificar e realizar possíveis entrevistas. E anualmente, participa diretamente da elaboração do conteúdo Melhores do Ano, que é realizado em parceria com os membros dos demais núcleos.

Coordenação

Atividades e responsabilidades

Cabe à coordenação de redação a **organização** e **delegação de tarefas** referentes às publicações recorrentes, mensais, coberturas e conteúdos especiais obrigatórios aos membros de redação, bem como **planejar junto aos outros núcleos** os prazos e datas de publicação.

**As publicações mensais são obrigatórias para redação e já incluíram o Nota Musical e o Cineclube, ambos vigentes de 2017 à 2022. Que, assim como o Estante, eram específicos para produtos musicais e audiovisuais respectivamente.*

***As coberturas e conteúdos especiais são periódicos e definidos conforme demanda e escolha de conteúdos, a participação mensal dos membros de redação é obrigatória e a atividade desempenhada é definida conforme demanda.*

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe à coordenação de redação:

- a. Criação de modelos específicos em publicações fixas;
- b. Renovação dos documentos mensalmente nas respectivas pastas do drive;
- c. Encaminhamento de demandas dos membros acordo com a divisão estabelecida;
- d. Montagem de grupos de comissões para conteúdos especiais e coberturas;
- e. Orientação e gestão durante reuniões de núcleo;

Lidando com desafios, gargalos e conflitos

N a coordenação de equipes, é essencial enfrentar e resolver desafios, problemas e conflitos de maneira eficiente. A partir da descrição de cargos, atividades e responsabilidades de coordenadores atuais e antigos do projeto, foram postos pontos essenciais nessa jornada:

- A falta de colaboração dos membros é um dos principais pontos citados nos desafios do núcleo, o que prejudica toda a linha de produção e sobrecarrega outros membros. Isso pode ser sanado com o incentivo a comunicação aberta e definição de metas claras. Realize reuniões regulares para alinhar expectativas.
- Outro ponto abordado é a desmotivação a partir de uma rotina monótona. A introdução de atividades mais criativas e projetos especiais que saiam da rotina pode ser um solucionador dessa questão, bem como reconhecer e recompensar o esforço individual dos membros.

- A ausência de membros também afeta muito o fluxo de trabalho, o que cria a necessidade de um plano de contingência para redistribuir tarefas, a clareza das responsabilidades fixas também é de suma importância, para que assim os coordenadores possam monitorar o progresso do núcleo regularmente e priorizarem tarefas críticas.

Competências e habilidades essenciais

Uma coordenador de redação eficaz deve estar alinhado com a proposta do projeto, comunicar-se bem, ser organizado para lidar com responsabilidades permanentes e ter habilidades de trabalho em grupo. Essas competências garantem que o fluxo de produção seja suave, a equipe esteja motivada e continuem com a produção e proposta do projeto.

Membros

Atividades e responsabilidades

Cabe aos membros de redação a escrita de textos para o site e para as redes sociais em diversos formatos: críticas, roteiros, indicações, entre outros conteúdos acordados em reunião. Além disso, cabe ao membro de redação a pesquisa e seleção de pautas de lançamentos para divulgação externa e a participação em conteúdos especiais e coberturas.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe aos membros de redação:

- a. Participar ativamente das reuniões de núcleo e gerais;
- b. Checar regularmente os grupos do WhatsApp: Grupo de Redação, Editoria e Canal para avisos e demandas;
- c. Organizar e orientar-se pelas datas combinadas, no Trello ou em documentos de cada conteúdo;

- d. Entregar produtos escritos dentro do prazo estabelecido
- e. Recombinar com antecedência caso atrasse alguma entrega em função de qualquer imprevisto.

Lidando com desafios, problemas e conflitos

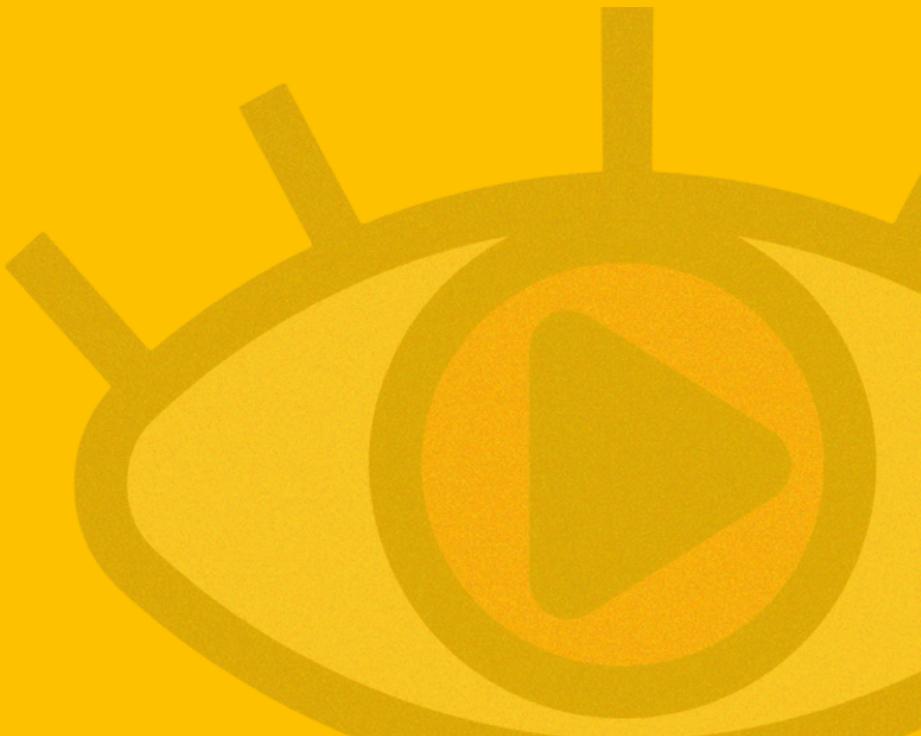
Como membros de redação, é importante que o cumprimento de prazos e iniciativa sejam as rigorosamente cumpridos, visto que a maior parte do conteúdo do projeto provém também de seu maior núcleo. A partir da descrição de cargos, atividades e responsabilidades de membros atuais e antigos do núcleo de redação, foram postos pontos essenciais de atenção nessa trajetória:

- O atraso de prazos é uma das principais queixas de membros do projeto, a escrita de um texto é uma atividade complexa e é normal que haja um bloqueio criativo, mas também podem ocorrer por problemas de comunicação ou outras questões específicas e outros imprevistos. por isso, é importante que quaisquer alterações de prazos ou atrasos sejam comunicados o quanto antes.
- Outro ponto é a sobrecarga de atividades, é importante que seja comunicado ao coordenador ou à equipe de gestão de pessoas. Eles podem ajudar a redistribuir as tarefas ou oferecer suporte para aliviar a carga. Lembre-se de cuidar da saúde mental de todos os envolvidos.

Competências e habilidades essenciais

Para ser um membro de redação eficiente, é essencial possuir habilidades como organização e cumprimento de prazos. Também é importante estar atualizado sobre os acontecimentos e atualidades do mundo e do pop! Sobretudo, dedicar-se às suas produções e estar aberto ao aprendizado contínuo. Essas competências garantem a qualidade dos textos e a capacidade de se adaptar às demandas da redação e propostas que mantém o projeto vivo!

diretrizes de edição



O núcleo de Edição é o setor de qualidade do Persona, conferindo desde as informações citadas nas produções até sua formatação. É um trabalho burocrático, que visa padronizar o vocabulário do site e das redes, e também o nível de informação passada. São os componentes desse núcleo que editam os textos que chegam no e-mail, tem contato direto com os colaboradores e dão o feedback das produções, assim como possíveis erros a serem corrigidos no futuro. O núcleo de Edição é formado a partir de um Processo Seletivo interno com membros da Editoria, já familiarizados com os padrões de publicação e com a linha editorial do Persona, e coordenado por quem exerce também o cargo de Editor-Chefe do Persona.

Coordenação

Atividades e responsabilidades

A coordenação do núcleo de edição envolve diversas responsabilidades. Primeiramente, é necessário acompanhar o e-mail de edição, garantindo que todas as mensagens sejam gerenciadas de forma eficiente. Além disso, realizar a divisão de tarefas entre os editores é fundamental para manter o fluxo de trabalho. Definir prazos e realizar a revisão final dos textos também faz parte das atribuições desse papel. Para manter a organização, é preciso elaborar o calendário de publicações do site e das redes sociais, alinhando-se com os outros núcleos. A articulação de coberturas que envolvem mais de um núcleo, como premiações, eventos e festivais, é outra tarefa relevante. Por fim, a supervisão geral do projeto, em colaboração com outros núcleos, garante o sucesso do Persona. Além disso, a filtragem e definição de pautas a serem disponibilizadas para reserva são essenciais para manter o fluxo de produção em conformidade com as diretrizes.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe à coordenação de edição:

- a. Comunicar-se com os editores e coordenadores a. de outros núcleos;
- b. Planejar as atividades e realizar a distribuição de textos entre os editores;
- c. Acompanhar das datas e cobranças dos textos em atraso por parte dos editores;
- d. Organizar as demandas gerais e gerir estrategicamente demandas macro do projeto;
- e. Mapear possíveis eventos e acontecimentos a cada semestre, em colaboração com Redação;
- f. Filtragem e levantamento de pautas mensais essenciais

Lidando com desafios, gargalos e conflitos

Um dos principais desafios na gestão inclui a necessidade de equilibrar liderança e delegação de tarefas, especialmente em contextos onde o perfil de liderança não é naturalmente forte. Além disso, o acúmulo de textos em atraso pode representar um gargalo significativo no fluxo de trabalho, gerando sobrecarga para a equipe. Outro ponto crítico envolve a dificuldade em manter a objetividade nas cobranças e entre os membros da equipe, o que pode prejudicar a dinâmica profissional e a eficiência do processo editorial.

Competências e habilidades essenciais

Ser organizado e manter uma visão ampla e estratégica do projeto, garantindo que todos os núcleos estejam alinhados com os objetivos gerais e que a comunicação entre eles seja eficiente. Além disso, é fundamental lidar com a sobrecarga de trabalho, que muitas vezes recai sobre a editora-chefe devido à responsabilidade

de tomar decisões finais em alguns aspectos do projeto. A gestão do tempo e a priorização de tarefas se tornam ainda mais críticas, especialmente quando se trata de equilibrar as demandas de diferentes áreas. O desafio também se estende a manter a equipe motivada e produtiva. Além de manter uma boa comunicação, ter interesse pelo Persona conhecendo seu funcionamento do projeto

Membros

Atividades e responsabilidades

O processo editorial envolve diversas etapas cruciais para garantir a qualidade e a conformidade dos textos com as diretrizes do projeto. Inicialmente, no processo de edição, é fundamental verificar se o texto está de acordo com o formato e estrutura, realizando também correções ortográficas e gramaticais necessárias. É necessário encaminhar uma resposta sobre o recebimento do texto e os prazos de edição, mantendo sempre uma comunicação clara e direta para garantir que todos estejam cientes das etapas e dos prazos envolvidos. Outra atividade fundamental é fornecer feedback construtivo ao escritor, solicitando revisões e ajustes quando necessário, e acompanhar o progresso do texto até que ele esteja pronto para a revisão final.

Por fim, produzir as chamadas para o Instagram, destaque do texto para a arte e preparação da publicação para que o núcleo de mídias sociais finalize.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe aos membros de edição:

- a. Realizar a edição dos textos dentro do prazo estabelecido de 10 dias.
- b. Comunicar imediatamente qualquer atraso na edição ao colaborador ou membro responsável.
- c. Utilizar uma agenda e o Trello para gerenciar prazos e manter o controle das atividades.
- d. Modificar os cards no Trello para refletir o progresso de cada etapa do processo de edição.

Lidando com desafios, problemas e conflitos

Como membros de edição, é crucial trabalhar em equipe e evitar uma atuação isolada, pois o processo editorial requer colaboração constante para garantir a qualidade e a coesão do conteúdo. A partir das responsabilidades e desafios enfrentados por editores dentro do projeto, foram identificados alguns pontos de atenção que merecem destaque:

- Quando surgem questões, seja em termos de prazo, volume de trabalho ou dificuldades técnicas, é fundamental que o membro de edição procure a coordenação ou gestão de pessoas para externalizar o que está sentindo ou enfrentando.
- Também é importante que os membros de edição procurem se sentir conectados com o jornalismo e com o propósito do projeto como um todo. Essa conexão é o que motiva a continuidade do trabalho, mesmo diante dos desafios, e garante que a qualidade do conteúdo seja mantida.

- Mesmo que possa ser interpretado negativamente, o feedback é essencial para garantir a qualidade e melhora da escrita. Por isso, mesmo que difícil é necessário que seja construtivo e aponte também pontos positivos do texto.

Competências e habilidades essenciais

O de edição deve ter domínio da escrita e gramática, acompanhado de um hábito de leitura que enriqueça sua bagagem cultural e compreensão dos contextos socio-culturais. A experiência com uma quantidade significativa de produções textuais no projeto é fundamental, assim como uma perspectiva crítica para revisar e aprimorar textos conforme as diretrizes estabelecidas. Além disso, é crucial que o editor seja organizado, gerencie bem o tempo e comunique-se de forma clara e construtiva, garantindo o cumprimento dos prazos e a eficiência do trabalho em equipe.

Processos

Receber o Texto

Confirmar recebimento;
Encaminhar resposta;

caopersona@gmail.com

Acordar prazos

meira edição em 10 dias

Rodadas vai-e-vem

Encaminhar p/ Editora-Chefe
fazer a edição final

Texto finalizado!

Fazer chamada/legir
Instagram

Escolher trecho para

Subir informações no

**Editar Texto conforme
diretrizes de formato,
estrutura e conteúdo**

**Devolver para edição do
escritor**

**Acordar novos prazos, 5 dias
retorno e edição**

Subir no Wordpress

Incluir Tags

Incluir Metadscrição

Alterar URL

Incluir Frase-Chave

Leia Mais

No Wordpress Tags

- Tags fixas para todos os textos: Ano de Lançamento da Obra, Nome Original da Obra, Nome em Português (se tiver), Nome em Inglês (se necessário), Nome De Quem Escreveu o Texto, Resenha, Review, Crítica, Análise;
- Tags para produtos originais de streaming que não forem para o cinema: Séries/Cinema, Televisão;
- Tags fixas para texto de Música: Nome Da Obra, Nome Da Pessoa Que Escreveu, Nome do Artista, Crítica, Resenha, Review, Gênero, Ano de Lançamento, Singles do Álbum, Artistas que Fazem Feat no CD, Nome da Gravadora, Nome dos Produtores, Temas Relacionados, País de Origem
- Tags fixas para texto de Cinema: Nome Da Obra em Português, Nome Da Obra na Língua Original (se tiver), Nome Da Obra Em Inglês (se necessário), Nome Do Diretor, Nome do Roteirista, Nome (s) do profissional responsável por algo que a pessoa destaca no texto (como Fotografia, Trilha Sonora...), Nome dos Atores Principais, Nome da Produtora, Temas Relacionados, País de Origem

- Tags fixas para texto de Série/TV: Nome Do Produto em Português, Nome Do Produto Na Língua Original (se tiver), Nome Do Produto Em Inglês (se necessário), Nome Do Criador/Showrunner, Nome dos Atores Principais, Emissora, x (primeira, terceira) Temporada, x^a Temporada, Season x, Temas Relacionados, País de Origem
- Tags fixas para texto de Literatura: Nome da Obra em Português, Nome da Obra na Língua Original (se tiver), Nome da Obra em Inglês (se necessário), Nome do Tradutor, Nome da Editora, Temas Relacionados, País de Origem
- Tags fixas para texto de Aniversário: Ano de Lançamento, Aniversário, Anniversary, [quantos anos está fazendo], País de Origem + as tags fixas do tipo de produto (Música, Cinema...)

URL Leia Mais

- Sempre a URL será nome-do produto-critica, nunca o contrário;
- Se for a primeira temporada da série, não precisa colocar 1a-temp na URL;
- Temporadas finais pode ser nome-final;
- Temporadas regulares: nome-Xa-temp-critica;****
- Em caso de filmes: nome-critica;
- Caso seja sequência com subtítulo, pode colocar o número. Exemplo: borat-2-critica;
- Em caso de músicas, sempre o nome do CD: nome-critica
- Caso o nome do CD seja muito genérico, pode colocar o nome do artista, sempre antes do nome do álbum, seguindo nossa padronização tradicional. Exemplo: aespa-savage-critica
- Em caso de aniversários, colocar o nome e quantos anos está fazendo, sem o -critica. Exemplo: maria-antonietta-15-anos;
- Sempre inserir a quebra do LEIA MAIS depois do primeiro parágrafo (ou do segundo caso o primeiro parágrafo for nariz de cera);
- Inserir a quebra depois de um enter do parágrafo anterior;

Frase-chave e meta-descrição

- A frase-chave é sempre o nome da obra (no campo correspondente, é escrever, não precisa dar enter)
- A meta-descrição deve ser uma frase breve que apresenta o texto e contenha a frase-chave

No Trello

Inserir no card do texto:

Instagram do autor;

Título do texto;

Descrição do texto (frase chave para a arte);

Chamada do Texto (Legenda para o Instagram);

diretrizes de gestão de pessoas



O núcleo de Gestão de Pessoas é responsável pela organização interna do Persona. Entre suas funções, administra as plataformas utilizadas pelo projeto, Trello, Google Drive e e-mail, buscando sempre o bom funcionamento de todas. Além disso, também gerencia o relacionamento com os membros e colaboradores, garantindo o cumprimento de prazos e tarefas e assegurando um bom clima organizacional.

Coordenação

Atividades e responsabilidades

As principais atividades e responsabilidades na coordenação do núcleo de Gestão de Pessoas envolvem a delegação eficaz de tarefas, garantindo que cada membro saiba suas atribuições e prazos. O planejamento de datas e prazos é crucial para manter o fluxo de trabalho organizado, enquanto a organização de cobranças assegura que os textos sejam entregues dentro do cronograma estabelecido. Além disso, a coordenação inclui a gestão de tarefas relacionadas a processos seletivos e o acompanhamento de entrevistas para novos membros. A gestão de documentos e a condução de reuniões são fundamentais para manter a equipe alinhada e informada. Outro aspecto essencial é o planejamento de iniciativas que incentivem e motivem os membros do projeto, além da resolução e prevenção de conflitos, garantindo um ambiente de trabalho colaborativo e harmonioso.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe à coordenação de Gestão de Pessoas:

- a. Verificar o andamento das cobranças de atividades e textos dos membros do projeto;
- b. Monitorar marcos e metas do Persona;
- c. Gerir o caixa do Persona e informar aos membros;
- d. Manter e organizar a base de dados dos membros da editoria, bem como seus termos de compromisso;
- e. Emitir certificados de participação, horas complementares e organização de eventos;
- f. Conduzir Reuniões Gerais do projeto.

Lidando com desafios, gargalos e conflitos

A cobrança constante de atrasos nas pautas pode gerar desconforto e impacto no cronograma do projeto. O grande número de avisos prévios em andamento também sobrecarrega a comunicação, dificultando a organização e o acompanhamento eficaz das tarefas. A necessidade de processos seletivos de última hora, muitas vezes, ocorre devido à saída inesperada de membros, exigindo agilidade na reposição sem comprometer a qualidade do time. Além disso, a falta de engajamento dos membros é um gargalo crítico, pois afeta diretamente a produtividade e o clima organizacional, exigindo estratégias contínuas de motivação e envolvimento para manter a equipe comprometida com os objetivos do projeto.

Competências e habilidades essenciais

A resiliência é crucial para lidar com os atrasos recorrentes nas pautas e processos seletivos de última hora, permitindo que o coordenador mantenha a calma e encontre soluções eficazes. A empatia é fundamental para compreender as necessidades e dificuldades dos membros, criando um ambiente de apoio e colaboração. A organização garante que todas as tarefas sejam bem distribuídas e monitoradas, evitando sobrecargas e desordem. A visão estratégica permite que o coordenador alinhe as atividades da equipe com os objetivos de longo prazo do projeto, enquanto o tato é necessário para abordar questões delicadas, como a falta de engajamento e a cobrança de resultados, de maneira construtiva e motivadora. Essas habilidades são fundamentais para uma gestão de pessoas harmoniosa.

Membros

Atividades e responsabilidades

Os membros da gestão de pessoas têm a responsabilidade de realizar cobranças e remanejamentos de textos da Editoria, assegurando que os prazos sejam cumpridos e que o fluxo de trabalho se mantenha eficiente. Além disso, são responsáveis pelo desenvolvimento de formulários para coletar informações e facilitar o processo de comunicação e avaliação dentro do projeto. A organização do Trello é outra atividade crucial, permitindo que todas as tarefas e prazos sejam visualmente monitorados e geridos de forma eficiente. No processo seletivo, os membros da gestão cuidam da comunicação com os participantes, agendamento de entrevistas, elaboração de atas, e fornecimento de feedbacks, garantindo que o recrutamento seja transparente e organizado. Por fim, a criação de dinâmicas entre os membros nas reuniões e nos meios de comunicação, além da emissão de avisos gerais no grupo principal, são fundamentais para manter o engajamento e a coesão da equipe, promovendo um ambiente de

trabalho colaborativo e motivador. Cada gestão de pessoas tem seus membros pré-definidos para acompanhamento e cobranças regulares. Também cabe ao GP emitir o certificado de horas de seus membros após o aviso prévio.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe aos membros de gestão de pessoas:

- a. Realizar a cobrança semanal dos textos dos membros da Editoria;
- b. Registrar e acompanhar os avisos prévios dos membros;
- c. Realizar cobrança de prazos e outros conteúdos especiais conforme demanda;
- d. Encaminhar avisos quanto à contabilização de horas dos membros;
- e. Acompanhar a integração e satisfação dos membros do projeto a partir de formulários ou conversas direcionadas;
- f. Sanar e prevenir conflitos dos membros;
- g. Emitir certificado de horas.

Lidando com desafios, problemas e conflitos

Uma das dificuldades recorrentes é lidar com as ausências frequentes de membros da editoria, o que exige remanejamento constante de tarefas e pode sobrestrar outros membros da equipe. Mediar a comunicação interna dos núcleos e entre os diferentes núcleos também apresenta desafios, especialmente quando há falta de clareza ou divergências nas expectativas, o que pode levar a mal-entendidos e atritos. Além disso, embora as tarefas regulares da gestão de pessoas sejam relativamente poucas, elas se tornam significativamente mais intensas durante os períodos de processo seletivo. Nesses momentos, a carga de trabalho aumenta consideravelmente, exigindo maior disponibilidade para organizar entrevistas, gerenciar a comunicação com os candidatos e fornecer feedbacks, o que pode gerar estresse adicional e a necessidade de uma organização mais rigorosa para manter a eficiência do processo.

Competências e habilidades essenciais

A organização é fundamental para gerenciar tarefas como cobranças e remanejamentos de textos, além de estruturar processos seletivos de forma eficiente. A disponibilidade é crucial, especialmente durante períodos intensos, como os processos seletivos, quando a carga de trabalho aumenta significativamente. Conhecimentos em formulários e planilhas são indispensáveis para manter a documentação e a comunicação bem organizadas. Além disso, habilidades de comunicação são essenciais para mediar interações entre membros e núcleos, garantindo um ambiente colaborativo e produtivo. Essas competências, quando bem desenvolvidas, são fundamentais para o sucesso na gestão de pessoas dentro do projeto.

Cobranças

Verificar textos em atraso no Trello

Datar lista de cobranças com
check em cada texto

Marcar em qual mensagem
cada texto está

```
graph LR; A[Encaminhar Mensagem de cobrança correspondente: 1º, 2º, ou 3º] --> B[1º ou 2º: Combinar nova data]; A --> C[3º Repassar pauta no grupo da Editoria]
```

Encaminhar Mensagem de cobrança correspondente: 1º, 2º, ou 3º

1º ou 2º: Combinar nova data

3º Repassar pauta no grupo da Editoria

Mensagens de Cobrança

Alterar conforme tom e linguagem pessoais

- **1ª mensagem para cobranças de textos em atraso:**

oi [nome do fulano], tudo bem?

vc ainda pretende escrever sobre [nome da pauta], que vc tinha reservado?

ou teve algum problema com o texto?

se ainda for enviar, o prazo seria até [data = 5 dias depois do dia que vc estiver mandando a mensagem]

e, caso tenha algum imprevisto, por favor nos avise ☺

- **2ª mensagem para cobranças de textos em atraso:**

oi [nome do fulano], tudo bem?

vc ainda vai conseguir escrever sobre [nome da pauta] ou teve algum imprevisto? precisamos saber, se não vamos ter que repassar a pauta para outra pessoa.

- **3ª mensagem para informar que a pauta será repassada:**

oi [nome do fulano], tudo bem?

em função do atraso em enviar o texto que foi reservado, mesmo após termos cobrado 2 vezes, infelizmente vamos precisar repassar a pauta.

justificativas:

atrasos como este atrapalham muito o nosso planejamento, assim como o trabalho dos nossos editores. reforçamos sempre a importância de nos informar sobre possíveis imprevistos ou empecilhos na escrita com antecedência, para que possamos nos organizar e cobranças recorrentes não precisem ser feitas. no caso de ocorrer novamente uma situação como essa, de atrasos sem justificativa e que necessitem de mais de uma cobrança, vc ficará impedido de reservar novas pautas no persona por 1 mês.

precisamos tomar medidas como essa para garantir o melhor funcionamento do projeto e maior comprometimento por parte dos colaboradores.

qualquer dúvida, ficamos à disposição.

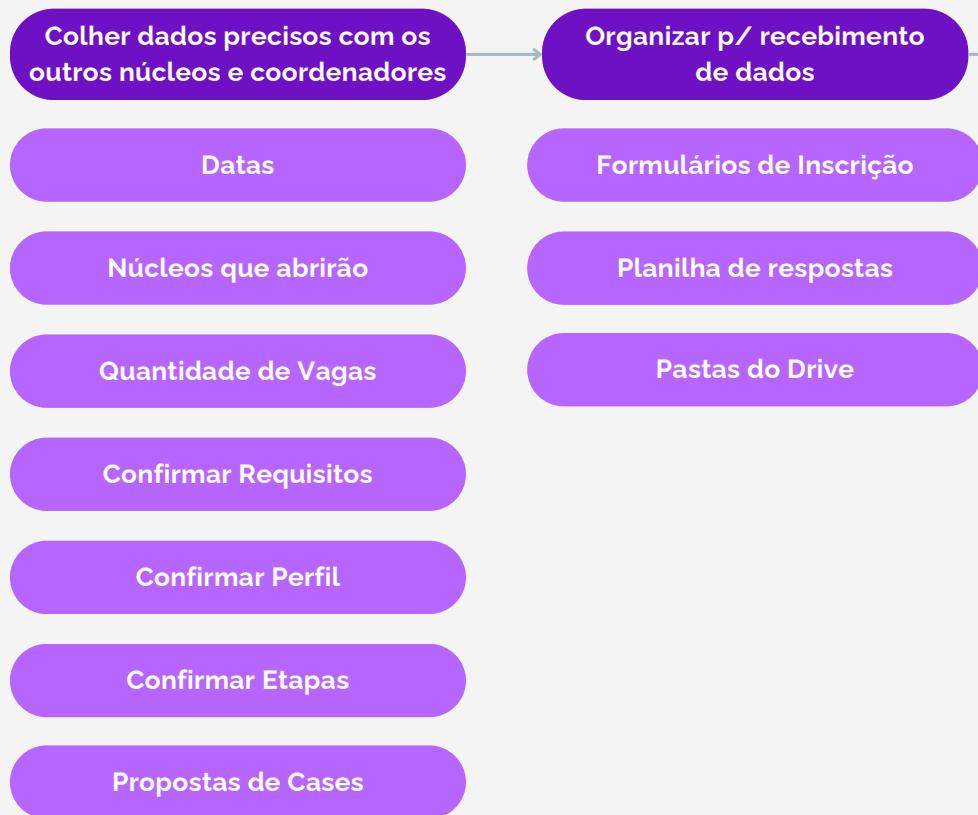
- 3º mensagem editoria (dar 1 dia para entregar, do contrário a pauta será repassada)**

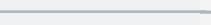
oi (nome do fulano), tudo bem?

O seu texto (nome da pauta) já está pronto? na terceira mensagem de cobrança precisamos repassar a pauta, mas estamos abrindo uma exceção para membros da editoria pois damos prioridade para voces, e há a possibilidade do texto ja estar pronto. Consegue enviar o texto ate amanhã? se nao realmente vamos precisar liberar a pauta :(

reforçamos sempre a importância de nos informar sobre possíveis imprevistos ou empecilhos na escrita com antecedência, para que possamos nos organizar e cobranças recorrentes não precisem ser feitas.

Processo Seletivo





Elaborar conteúdo de divulgação

Planejamento de posts

Arte/Reels

Story

Legenda/Texto Alt

Inscrições recebidas

**Etapa 1:
Repassar respostas do formulário
para os coordenadores**



**Encaminhar mensagens de
aprovação ou reprovação da
etapa**

Gestão de Pessoas faz a ATA

Mapear horários disponíveis de entrevista dos candidatos com:

Candidato

Gestão de Pessoas

Coordenador do Núcleo

Agendar entrevistas com os candidatos na planilha e encaminhar no grupo para ciência

Durante a entrevista

GP: perguntas gerais

Coord: perguntas específicas

Encaminhar aprovação ou reprovação final aos candidatos

Encaminhar feedback caso solicitado

Aos que passarem:

Parabenizar

Encaminhar manuais do Persona e do Núcleo

Encaminhar termo de compromisso

Incluir nos grupos gerais: Canal, Editoria e Persiana

Incluir no grupo do núcleo que prestou

Marcar reunião Geral Presencial

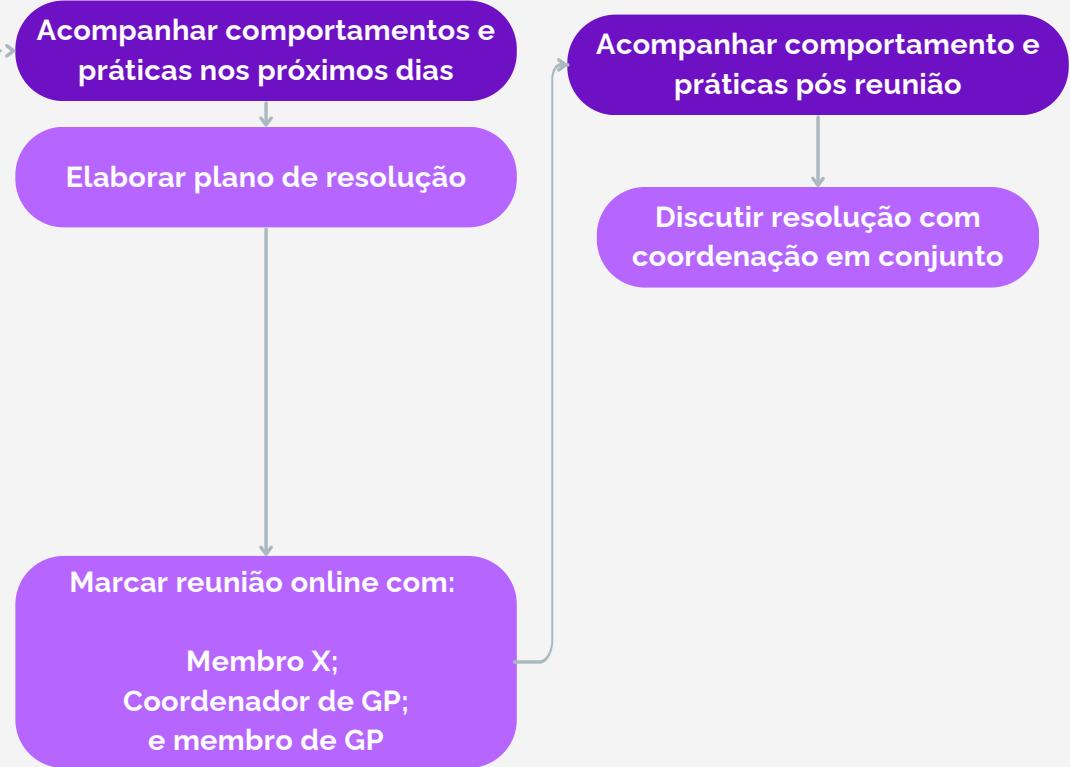
Marcar Reunião de Núcleo

Resolução de Conflitos

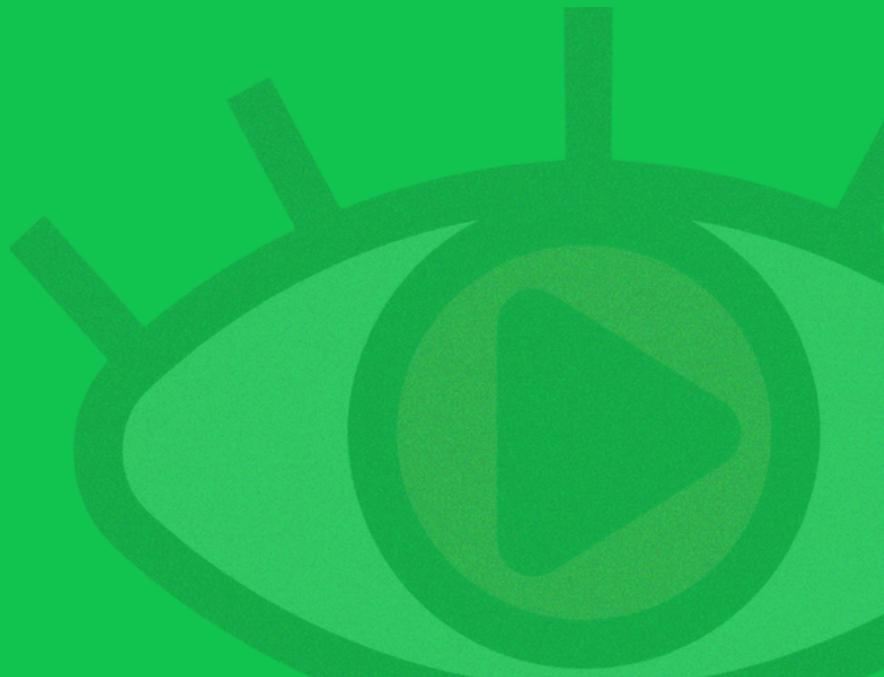
Queixa chega ao Gestão de Pessoas

Avaliar queixa com outro membro de gestão de Pessoas

Comunicar ao coordenador do núcleo e à editora-chefe



diretrizes de mídias sociais



O núcleo de Mídias é responsável pelas redes sociais e comunicação externa do Persona. Ele elabora as peças gráficas diárias que vão para o Instagram, publica as chamadas com o link do texto no X (antigo Twitter) e Instagram, e posta as pautas sugeridas pela Edição para postagem semanal nos stories. É também função do núcleo de Mídias elaborar artes especiais para o site em posts como Persona Entrevista, Estante e Indicações. Em relação à comunicação externa, o núcleo é responsável por interagir com colaboradores nas redes e controlar a reserva de pautas. Também é função de Mídias pensar em estratégias de marketing para stories interativos, divulgação de posts e de eventuais threads.

Coordenação

Atividades e responsabilidades

O coordenador de mídias sociais tem a responsabilidade de organizar a rotação das tarefas entre os membros do núcleo, assegurando que atividades como a produção de arte, criação de textos alternativos e postagens sejam realizadas. Além disso, o coordenador deve estar preparado para resolver problemas ocasionais, como assumir a produção ou postagem de conteúdos quando um membro estiver sobrecarregado. Também é função do coordenador atuar como intermediário entre a coordenação de outros núcleos e os membros de mídias sociais. Manter-se logado em todas as redes do Persona é essencial, permitindo monitorar mensagens, comentários e possíveis erros que precisem ser rapidamente ajustados para garantir o bom funcionamento das plataformas digitais do projeto.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe à coordenação de Mídias Sociais:

- a. Organizar cronogramas de postagens e atividades esporádicas.
- b. Organizar a rotação de tarefas entre os membros (arte, texto alternativo, postagem).
- c. Gerenciar documentos, templates e materiais no drive de mídias.
- d. Coordenar o envio de peças pelo Trello e manter comunicação via WhatsApp.
- e. Monitorar redes sociais para ajustes e correções.
- f. Resolver imprevistos e garantir a continuidade das postagens.

Lidando com desafios, gargalos e conflitos

A divisão do tempo de cada membro é um dos principais pontos críticos da posição, necessitando de uma distribuição equilibrada das tarefas para evitar sobrecargas. Em situações onde os membros não conseguem concluir suas demandas, o coordenador muitas vezes precisa assumir essas tarefas para garantir a continuidade do trabalho. A comunicação aberta é imprescindível, permitindo que todos os membros expressem suas opiniões e contribuam para a resolução dos conflitos. Além disso, o coordenador deve criar alternativas que mantenham a seriedade do projeto, estabelecendo exigências claras em casos de recorrência de erros ou ausências, para assegurar a qualidade e a consistência das atividades do núcleo.

Competências e habilidades essenciais

O conhecimento em ferramentas como o Photoshop é fundamental para criar e ajustar artes visuais que sigam a identidade visual do projeto. Além disso, uma compreensão sólida de composição visual é crucial para garantir que as artes sejam atraentes e coerentes. A comunicação é uma habilidade essencial, tanto para a criação de conteúdos como os stories quanto para manter um diálogo contínuo e motivador com os membros do núcleo, incentivando-os a se sentirem parte importante do projeto. A disponibilidade é crucial para lidar com demandas emergentes, enquanto a liderança deve ser exercida de forma não autoritária, mas sim inspiradora, para manter o engajamento e a colaboração dentro da equipe.

Membros

Atividades e responsabilidades

Os membros de mídias sociais são responsáveis por criar as artes para as redes sociais (Instagram e Twitter), para o site em alguns casos como a capa do Estante do Persona, produzir os textos alternativos para as postagens, e quando publicado no Instagram, incluir o link da crítica direto nos stories. No Twitter, apenas a chamada + o link da crítica. Eles devem monitorar os textos em produção através do Trello e dos avisos no grupo do núcleo no WhatsApp, informar o status da produção e verificar os dados após postagem caso seja necessária qualquer correção.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe aos membros de mídias sociais:

- a. Acompanhamento a partir das mensagens e avisos mandados nos grupos de WhatsApp e nas reuniões;

- b. Depois das postagens, acompanhar o perfil do Persona observando se tudo está como planejado;
- c. Comunicação direta através do WhatsApp sobre aspectos práticos do projeto (como algum aviso sobre o que vai sair ou o que atrasou, etc);
- d. Sugerir mudanças ou ideias novas para postagens, engajamentos ou alteração de templates;

Lidando com desafios, problemas e conflitos

Ser membro de mídias sociais no Persona envolve desafios como adaptar-se ao turnover do núcleo, lidar com novas demandas de produtos e integrar membros novos. É importante cultivar e implementar novas ideias e sugestões no núcleo, reconhecendo que as práticas podem evoluir. Nem sempre foram assim e também não precisam continuar sendo, estamos abertos à mudanças. Atrasos ou esquecimentos também são super normais, atividades diárias são sempre passíveis de gargalos, mas devem ser justificados e não recorrentes, qualquer mudança de rotina ou entrave quanto a disponibilidade pode ser conversada para que possamos desempenhar o melhor que pudermos dentro do núcleo, mantendo um ambiente aberto para comunicação e colaboração.

Competências e habilidades essenciais

As competências e habilidades necessárias para um membro de mídias sociais incluem a capacidade de trabalhar em grupo, essencial para a colaboração e coordenação das diversas tarefas dentro do núcleo. É fundamental ter proficiência no uso do Photoshop para criar artes visuais de qualidade que sigam a identidade do projeto. Além disso, é crucial entender o funcionamento das redes sociais em geral, garantindo que as estratégias de comunicação e engajamento sejam eficazes e alinhadas com as tendências e melhores práticas das plataformas utilizadas., bem como entender a funcionalidade de textos alternativos e acessibilidade visual na construção de artes.

Tarefas Cotidianas

Receber rotação da semana

Receber programação do dia

Conferir se informações necessárias já estão no Trello

Avisar no grupo caso não consiga realizar sua função no dia ou semana programados

Avisar no grupo quando sua etapa estiver cumprida

Ordem de Tarefas na rotação

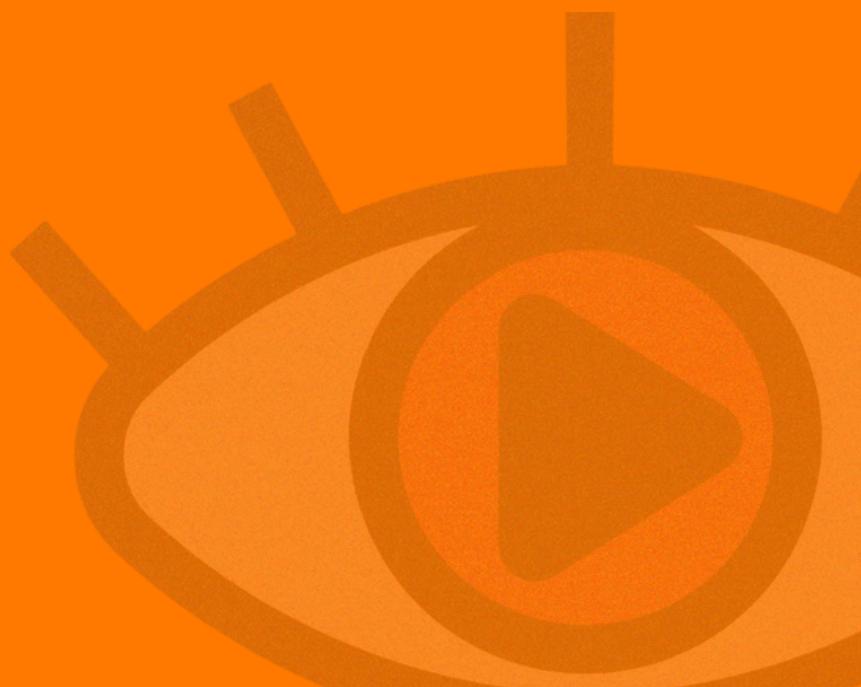
Elaborar a Arte

Elaborar texto alternativo

Postar no horário estipulado no
Instagram e Twitter

Subir nos stories
com link do site

diretrizes de comunicação externa



O núcleo de Comunicação Externa tem a função de organizar as cobranças externas para manter os prazos e compromissos com parceiros e colaboradores. Também é de responsabilidade do núcleo gerenciar as reuniões abertas, onde novas ideias e estratégias são discutidas. Outra função importante é a pesquisa de parcerias em potencial, que envolve identificar e estabelecer conexões que possam beneficiar o projeto. A gestão de orçamentos para produtos e materiais necessários é igualmente essencial para garantir que os recursos sejam bem utilizados. Finalmente, o núcleo deve manter atenção constante às métricas de mídias sociais para ajustar as estratégias de comunicação e maximizar o impacto das ações do núcleo.

Coordenação

Atividades e responsabilidades

As responsabilidades e atividades do coordenador de comunicação externa incluem organizar as cobranças externas para manter os prazos e compromissos com parceiros e colaboradores. O coordenador também é responsável por gerenciar as reuniões abertas, onde novas ideias e estratégias são discutidas. Outra responsabilidade importante é a pesquisa de parcerias em potencial, que envolve identificar e estabelecer conexões que possam beneficiar o projeto. A gestão de orçamentos para produtos e materiais necessários é igualmente essencial para garantir que os recursos sejam bem utilizados. Finalmente, o coordenador deve manter atenção constante às métricas de mídias sociais para ajustar as estratégias de comunicação e maximizar o impacto das ações do núcleo.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe à coordenação de Comunicação Externa:

- a. Comunicar e debater com membros do núcleo novas ideias, propostas e soluções
- b. Através de documentos e reuniões com a coordenação podemos definir as ações
- c. Conferir através dos grupos no WhatsApp o andamento de cada ação
- d. Repasses nas reuniões gerais em que todos podem contribuir democraticamente para tomada de decisão

Lidando com desafios, gargalos e conflitos

Em um contexto de crescimento e estruturação, um dos principais gargalos é a administração do Trello para gerenciar as datas de entrega dos textos de colaboradores. Quando os cards estão desatualizados, isso compromete a delegação de cobranças e afeta o fluxo de trabalho, dificultando o cumprimento dos prazos. Além disso, com o núcleo em expansão, estipular tarefas claras e definidas para cada membro se torna um desafio, exigindo um planejamento cuidadoso e adaptativo. A necessidade de realizar processos seletivos para ampliar a equipe é outra tarefa complexa, pois implica na seleção e integração de novos membros enquanto o núcleo ainda está se estabelecendo. Estabelecer novos processos em um núcleo em crescimento, onde as funções e responsabilidades ainda estão sendo definidas, requer uma abordagem estratégica e flexível para garantir que a equipe se desenvolva de forma coesa e eficaz.

Competências e habilidades essenciais

A resiliência é fundamental para lidar com as dificuldades inerentes à gestão de um núcleo em crescimento, enquanto a empatia permite ao coordenador entender as necessidades e expectativas tanto dos membros internos quanto dos parceiros externos, facilitando a comunicação e colaboração. A organização é crucial para manter o controle sobre as tarefas e prazos, especialmente em um ambiente dinâmico onde novos processos estão sendo estabelecidos. A visão estratégica é necessária para alinhar as ações do núcleo com os objetivos gerais do projeto, garantindo que as parcerias e as comunicações externas sejam direcionadas de forma eficaz. Por fim, o tato é indispensável para lidar com situações delicadas, como cobranças e feedbacks, de maneira que mantenha o moral da equipe e fortaleça as relações externas. Essas habilidades e competências combinadas são vitais para que o coordenador de comunicação externa conduza o núcleo com sucesso e contribua para o crescimento sustentável do projeto.

Membros

Atividades e responsabilidades

Eles são encarregados de realizar cobranças e remanejamentos de textos dos colaboradores, garantindo que os prazos sejam cumpridos e que o conteúdo esteja pronto para publicação. Além disso, os membros auxiliam na pesquisa de novos parceiros e oportunidades externas, identificando potenciais colaborações que possam fortalecer o projeto. Outra responsabilidade importante é a organização de reuniões abertas, onde discutem estratégias, oportunidades e alinham as ações do núcleo com os objetivos do projeto, assegurando uma comunicação clara e eficiente tanto interna quanto externamente entre agendamentos, divulgação, preparação e gestão de tempo e recursos.

Planejamento, organização e acompanhamento

Cabe aos membros de mídias sociais:

- a. Acompanhamento a partir das mensagens e avisos mandados nos grupos de WhatsApp e nas reuniões;
- b. Depois das postagens, acompanhar o perfil do Persona observando se tudo está como planejado;
- c. Comunicação direta através do WhatsApp sobre aspectos práticos do projeto (como algum aviso sobre o que vai sair ou o que atrasou, etc);
- d. Sugerir mudanças ou ideias novas para postagens, engajamentos ou alteração de templates;

Lidando com desafios, problemas e conflitos

Ser membro de mídias sociais no Persona envolve desafios como adaptar-se ao turnover do núcleo, lidar com novas demandas de produtos e integrar membros novos. É importante cultivar e implementar novas ideias e sugestões no núcleo, reconhecendo que as práticas podem evoluir. Nem sempre foram assim e também não precisam continuar sendo, estamos abertos à mudanças. Atrasos ou esquecimentos também são super normais, atividades diárias são sempre passíveis de gargalos, mas devem ser justificados e não recorrentes, qualquer mudança de rotina ou entrave quanto a disponibilidade pode ser conversada para que possamos desempenhar o melhor que pudermos dentro do núcleo, mantendo um ambiente aberto para comunicação e colaboração.

Competências e habilidades essenciais

A comunicação clara e eficaz é primordial, tanto na escrita quanto verbalmente, para transmitir mensagens de maneira que ressoem com o público-alvo e mantenham boas relações com parceiros externos. Além disso, habilidades organizacionais são cruciais para gerenciar múltiplas tarefas e manter um fluxo de trabalho eficiente, especialmente ao lidar com a pesquisa de novas parcerias e oportunidades externas. O conhecimento de plataformas de comunicação e mídias sociais é também fundamental para selecionar os canais mais eficazes para alcançar diferentes públicos. Por fim, a capacidade de trabalhar em equipe e colaborar estreitamente com outros departamentos é indispensável para alinhar as atividades de comunicação externa com os objetivos gerais da organização.

Total de visualizações ⓘ

Meses e Anos Média por Dia

	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	Total
2016											917	1.6K	2.468
2017	1.1K	1.8K	1.8K	2.1K	4.4K	2.9K	3.1K	2.0K	2.3K	2.5K	2.8K	2.6K	29.426
2018	2.3K	2.4K	5.5K	6.1K	5.4K	5.0K	4.9K	4.1K	4.4K	8.7K	4.9K	4.6K	58.456
2019	5.4K	4.6K	6.3K	7.2K	6.5K	7.1K	7.1K	8.3K	8.8K	10.1K	9.3K	8.8K	89.519
2020	10.7K	9.0K	8.4K	10.3K	10.9K	10.2K	11.1K	11.8K	15.0K	17.0K	19.9K	23.3K	157.461
2021	23.4K	18.8K	26.0K	30.6K	38.0K	34.3K	29.9K	33.1K	30.3K	30.6K	28.7K	24.0K	347.765
2022	30.1K	23.3K	29.1K	23.2K	23.1K	31.5K	26.7K	31.0K	29.6K	27.4K	21.2K	25.2K	321.359
2023	27.2K	27.4K	31.4K	34.6K	41.7K	32.6K	28.3K	35.6K	30.4K	22.1K	22.1K	19.6K	352.902
2024	17.3K	16.8K	15.2K	10.9K	11.3K	11.1K	7.8K	1.6K					92.060

Menos visualizações Mais visualizações

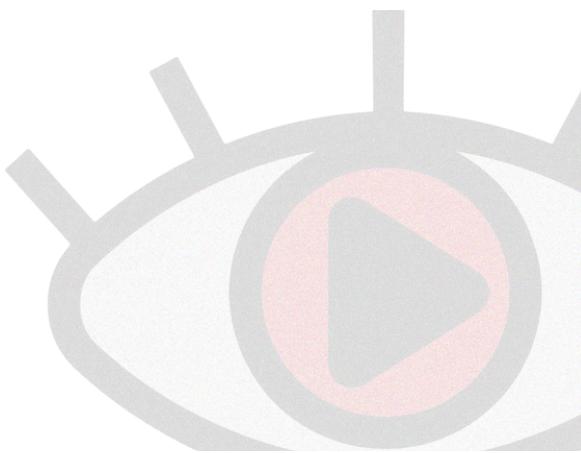
CAMPO DE SUGESTÕES

<https://forms.gle/yXUSgdavcMwqeAi7A>

Este formulário foi criado para que todos os membros possam compartilhar sugestões, feedbacks e ideias sobre este documento ou qualquer aspecto do Persona. Sua opinião é essencial para a melhoria contínua das nossas atividades, conteúdos, organização e processos.

Sinta-se à vontade para sugerir melhorias em qualquer área, como processos internos, conteúdos, gestão de equipe, atividades colaborativas ou qualquer outro aspecto que considere relevante.

Obrigado por sua contribuição!



Em um mundo em que a produção de conteúdo cultural se expande a cada dia, o Persona surge como um espaço essencial para pensar, discutir e praticar o jornalismo cultural com profundidade, responsabilidade e criatividade. Desde 2015, alunos da Unesp de Bauru transformam sua paixão por arte — do cinema à música, da literatura às séries — em críticas, análises e reflexões que dialogam com um público cada vez mais diverso e conectado. Este livro reúne o guia completo de marca, processos, diretrizes editoriais e fundamentos que estruturam o trabalho do Persona. Mais do que um manual técnico, a obra revela como nasce a crítica, como se constrói o olhar analítico e como a escrita se torna ferramenta de interpretação do mundo. Ao apresentar métodos, políticas, formatos e boas práticas, o livro oferece um percurso formativo para estudantes, iniciantes e profissionais do jornalismo cultural que buscam aperfeiçoar sua escrita e compreender o papel da crítica no cenário contemporâneo. Uma celebração da arte, da comunicação e do pensamento crítico, este volume marca a consolidação de um projeto que une formação, autonomia e paixão — provando que a cultura é, acima de tudo, encontro, reflexão e humanidade.

ISBN: 978-6583-28840-0



9 786583 288400



Travassos Editora
Artefato no seu destino