

POLÍTICA EDITORIAL DO HOMENS EM CONEXÃO

Esse texto apresenta a política editorial do Homens em Conexão e se destina àqueles que querem publicar em nosso blog. Se este é o teu caso, então seja bem-vindo! Sempre quisemos criar um espaço aberto de partilha e reflexão online, divulgando conteúdo sério e engajado com a temática das masculinidades. Assim, para submeter sua contribuição é importante que conheça as diretrizes de publicação do Homens em Conexão, isto é, nossos princípios editoriais, nosso público alvo, nosso eixo temático, etc. Por fim, esboçamos algumas sugestões de escrita específicas (e, esperamos, úteis) para o formato de post em blog.

1. PRINCÍPIOS EDITORIAIS

O Homens em Conexão tem a missão de criar um espaço de confiança, força e amorosidade masculina. Dessa forma, é importante para nós que nosso blog reflita essas qualidades. Eis alguns valores essenciais da nossa política editorial:

- É imprescindível manter o respeito para com outras pessoas, grupos, entidades ou pontos de vista. Ainda que discordâncias sejam bem-vindas, elas devem se ater às ideias e não às pessoas, assim como devem servir para a elucidação e não meramente para a disputa.
- Queremos que nosso blog seja um espaço de crescimento mútuo, onde as ideias tenham poder transformativo real na vida dos leitores. Então, leve em consideração que seu texto pode ser um fator de mudança na vida de outras pessoas. Por isso, é importante cultivar o senso de humanidade no tom da escrita. Você escreve para amigos, não para oponentes.
- Nosso blog é um espaço de conteúdo sério. Isso não quer dizer que vetamos o bom humor, mas significa que só aceitaremos contribuições de valor, ou seja, que estejam bem fundamentadas, bem explicadas e sejam fruto de reflexões, pesquisas e/ou vivências sobre o ser homem respeitosamente abordadas.

2. PÚBLICO ALVO:

Nosso público principal são os homens. Isso não significa que nosso blog seja um espaço exclusivo para homens. Ele é aberto, todos podem lê-lo e ficamos felizes de que assim seja. Ainda assim, temos um interlocutor específico. Salientamos que, para nós, toda pessoa que se

identifique como homem é, de fato, um homem; ou seja, homens cisgêneros e transgêneros, heterossexuais, bissexuais, gays, enfim, **toda** a diversidade da identidade masculina. Assim, todo material que se comunique e diga respeito a essa identidade é bem-vindo.

3. EIXO TEMÁTICO

Nossa política editorial permite e incentiva publicar conteúdo sobre qualquer assunto, desde que abordado em relação com o universo temático das masculinidades. Assim, é possível escrever sobre botânica ou arquitetura, arte ou engenharia, em formato de vídeo, foto ou texto, mas é imprescindível que o conteúdo esteja em ressonância com nosso eixo temático.

Para dar alguns exemplos, temas gerais seriam: paternidade, gênero, trabalho, sexualidades, saúde, sociedade, moda, arte, espiritualidade, filosofia, infância, autoconhecimento, tecnologia, educação, relacionamentos. Mas vale qualquer coisa, só não perca as masculinidades de vista.

4. LINGUAGEM E TOM DA ESCRITA

O tom da sua escrita ou o seu estilo não é uma técnica adicional, não é o efeito natural da correção ortográfica, e não é preciosismo gratuito da política editorial, é a manifestação na forma daquilo que o conteúdo quer transmitir. Isso quer dizer que a forma como você está comunicando deve já manifestar aquilo que você quer dizer. É incoerente pedir por paciência enquanto se grita violentamente. Assim, é importante que seu texto seja:

- *Competente, não acadêmico*: não somos uma revista científica, nosso público não é especializado. Sua contribuição ainda deve ser competente, mas também deve ser acessível.
- *Especialista, não arrogante*: é importante dominar o tema que deseja expor e é importante que os leitores sintam confiança no que estão lendo, mas não se delongue em demonstrações gratuitas de conhecimento.
- *Informativo, não professoral*: explicações claras e dicas práticas dão valor ao conteúdo por trazerem entendimento e concretude à informação, mas não seja pretensioso de se acreditar superior. Nosso blog não é para gurus.
- *Conciso, não vago*: Seja direto, não se estenda em incursões pouco concernentes ao seu tema, mas também não deixe o assunto mal fundamentado ou mal explicado.

5. DICAS DE SEO

O gênero de post na web tem uma peculiaridade que o distingue de muitos outros: ele será lido e indexado pelos mecanismos de busca. Ainda que seu leitor humano seja o mais importante, os algoritmos da Google, do Bing e do Yahoo serão em boa medida responsáveis por fazer sua publicação chegar a mais pessoas interessadas. Então, na medida do possível e da conveniência, é bom tentarmos nos adequar a uma certa política editorial própria dessas plataformas. Por isso, sugerimos que conheça algumas recomendações.

- **PALAVRA-CHAVE:** Uma primeira dica (e essa não é a “primeira” dica por acaso) é a escolha da palavra-chave ou frase-chave. A palavra-ou-frase-chave é o termo ou conjunto de termos que define em essência o conteúdo da sua postagem. A palavra-chave expressa o tema da sua publicação. Além disso, definir sua frase-ou-palavra-chave no início da escrita pode te ajudar a manter o foco ao longo do seu texto. Além disso, o aparecimento recorrente dos termos escolhidos ajuda os robôs da Google a reconhecerem o assunto do seu texto e o indexarem melhor. Uma boa ideia é que sua palavra-ou-frase-chave apareça já no título!

A palavra-chave desse texto aqui, por exemplo, é “política editorial do Homens em Conexão”. Outros exemplos de palavras-chave seriam: “como usar palavras-chave no seu texto”, “os desafios das novas masculinidades” ou “porque não usar ‘masculinidade tóxica’”. Veja que as palavras-chave aqui funcionam um pouco diferente da forma como são usadas em artigos científicos.

ESTRUTURA DO TEXTO: Não basta ter um ótimo conteúdo, é preciso que ele seja bem transmitido. Os leitores de sua publicação provavelmente vão escanear a página antes de começar a ler “pra valer”. Verão se o texto é muito grande para sua disposição naquele momento, ou pequeno demais para o que julgam ser significativo. É impossível agradar a todos, mas convém fazer bem a nossa parte. Por isso, a política editorial do Homens em Conexão recomenda fortemente que pense na estrutura do seu texto, como no título, subtítulos, tamanho das sessões e organização e aparência do conteúdo.

- **TÍTULO:** Idealmente o título não deve ultrapassar 6 palavras, títulos com até esse comprimento tem mais probabilidade de serem clicados. Tente ter palavras incomuns ou combinação de palavras incomuns, mas não desconhecidas. Aqui, deixe a impessoalidade um pouco de lado: títulos bem-humorados, positivamente irônicos e inteligentes são bem mais populares. Faça o leitor perceber que está lendo um humano, não um robô.

- **SUBTÍTULOS:** Dispor ao longo do seu texto alguns subtítulos é uma ótima prática. Eles dividem explicitamente o conteúdo em seções, e assim melhoram a navegação e ajudam a guiar o leitor através do texto, ou seja, os subtítulos facilitam leituras panorâmicas e trazem clareza para o assunto. Além disso, melhoram a acessibilidade, facilitando o trabalho dos programas de leitura para pessoas cegas ou com dificuldades de visão. Então divida seu texto em subtítulos e aproveite para usar nesses espaços sua palavra-chave ou sinônimos. Os mecanismos de indexação conferem bastante importância a esse tópico.
- **TAMANHO DOS PARÁGRAFOS:** Estar atento ao tamanho dos parágrafos e sua estrutura são uma fator chave para bons textos. Parágrafos muito longos são desagradáveis, parágrafos muito curtos são incômodos. Nem um, nem outro trazem fluidez para a leitura. Idealmente, não passe de 150 palavras por parágrafo e só extrapole 200 em último caso. Veja que os parágrafos são unidades de sentido do texto. Portanto, eles devem tratar de um pequeno aspecto bem definido do tema; ele é como um passo na caminhada expositiva/argumentativa do seu texto. Por fim, para que os leitores entendam bem esses “passos”, é bom começar cada parágrafo com uma sentença que sumarie o conteúdo que será falado ali, é o que gramaticalmente chamamos de “tópico frasal”. Veja o exemplo desse parágrafo, por exemplo.
- **TAMANHO DO TEXTO:** Para os mecanismos de indexação, quanto o maior o texto, mais eles entendem sobre o que se trata e podem, assim, classificá-lo melhor. Contudo, não se preocupe muito com isso, e jamais “encha linguiça”. O mais importante é sempre a qualidade do conteúdo. De qualquer maneira, saiba que seu texto deve ter, *no mínimo, 300 palavras; na média, 1000 palavras ou mais; idealmente 2500 palavras ou mais.*
- **PALAVRAS DE TRANSIÇÃO:** As palavras de transição são responsáveis por explicitar a relação entre frases, sentenças e parágrafos. **Assim**, seu uso é sempre bem-vindo **uma vez que** melhoram bastante a clareza e a continuidade do texto. **Contudo**, a depender do contexto, as palavras de transição são dispensáveis. A finalidade do texto, o estilo de escrita do autor e o efeito que se quer passar são todos aspectos que influenciam nesse tópico. **Em suma**, são um recurso precioso, que merece nossa atenção na hora da escrita. **Por fim**, se ainda não está claro o que são as palavras de transição, veja o exemplo (um pouco forçado) das palavras grifadas nesse texto.
- **VOZ PASSIVA:** Evite o uso da [voz passiva](#), ela geralmente deixa o texto mais difícil e menos claro. Não é um recurso proibido, por vezes é valioso, mas use-o conscientemente e na medida da necessidade.

- **IMAGEM:** Usar algumas imagens ao longo da sua publicação é sempre uma boa ideia. Elas podem ilustrar ou aludir ao que está querendo dizer, mostrar informações de forma visual ou gerar uma experiência estética enriquecedora. O importante é que ela esteja relacionada ao conteúdo em texto.
- **LINKS:** Ter um texto com alguns links ajuda a integrá-lo ao restante da web. Sem links, seu texto perde o potencial de oferecer mais informação e conteúdo, pois ele não está conectado a outras páginas. Perceba que os posts em blog sempre estão repletos de links, isso agrega valor ao conteúdo. Quando for o caso, conecte seu texto a outras páginas ou posts do nosso próprio blog. Dessa maneira, fortalecemos nossa rede, incentivamos a leitura mútua das publicações e estimulamos o aprofundamento em tópicos relacionados.

Por fim, saiba sempre que mais importante do que todos esses tópicos é a sua proposta. Afinal, o cumprimento perfeito dessas sugestões é quase impossível e nem sempre é positivo. Ainda assim, elas fornecem sempre um bom parâmetro de avaliação para os textos.

6. NORMAS DE SUBMISSÃO E PROCEDIMENTO DE AVALIAÇÃO

Para submeter sua contribuição, envie um e-mail para homensemconexao@gmail.com com o assunto “Submissão para o blog” e com sua contribuição em anexo. No corpo do e-mail deve constar o seu nome (como deseja que seja publicado) assim como eventuais observações adicionais.

Os documentos em texto devem vir em formato .docx; os documentos de imagem devem vir em formato PNG ou JPG (ou JPEG); e os documentos em vídeo devem vir em formato AVI ou WMV ou MP4.

Uma vez submetido, o corpo editorial do Homens em Conexão fará a revisão e a avaliação do texto com base na Política Editorial discriminada acima. Frisamos que todas as sugestões da seção 5 (Dicas de SEO) são nada mais que recomendações, portanto, ao contrário das demais, não devem ser obrigatoriamente acatadas. No caso de eventuais erros ortográficos, a correção será feita sem consulta ao autor desde que não altere ou influencie o significado original do texto. Após a revisão, o autor receberá um e-mail de aviso informando o resultado da submissão.

Por fim, o Homens em Conexão se reserva no direito de publicar o material aceito de acordo com seu calendário editorial.

Corpo Editorial do Homens em Conexão

