



REVISTA

CONECTA

JUNHO | 2022
Dia da IMPRENSA



**JOYCE
RIBEIRO**

LILIAN SÁ

Do Riso fez-se o Pranto

SUSANA TORRES

Coach lança livro 'O
Milagre da Excelência'

ÍNDICE

04

MINHA COMUNICAÇÃO É
ASSERTIVA?

FAIGA MARQUES

FLAVIA NIGRI

05

08

A GRATIFICANTE HABILIDADE DE
CONDUZIR PESSOAS

VIVIANE REGIS

QUAL O VERDADEIRO SIGNIFICADO
DE SER UMA MULHER LIVRE?

FERNANDA SOUZA

11

12

BIA GOMES

QUAL É O CONTEXTO?

JOZI LAMBERT

16

19

LUGAR DE FALA

PELA LIBERDADE DE EXPRESSÃO DAS VOZES
E PRESERVAÇÃO DE VIDAS AMAZÔNIDAS

IZABELA JATENE E JENIFFER RODRIGUES

23

26

DO RISO FEZ-SE O PRANTO

LILIAN SÁ

GANDINI PERSONALIZADOS

27

30

A SUA ESSÊNCIA VENDE

MARÍLIA AMARO

CAPA: JOYCE RIBEIRO

32

45

MULHERES PELO MUNDO

CATARINA COELHO

ALICE GUACERONI

47

50

O PODER DA COMUNICAÇÃO

NORMA ACQUAVIVA

QUEM É VOCÊ DEPOIS DA
MATERNIDADE?

ANA LOPES

52

EDITORIAL

À medida que o homem avançava em seu estado evolutivo, ao mesmo tempo que desenvolvia ferramentas para garantir a própria existência, sua capacidade de comunicação também progrediu. Dos 40 000 de anos somados em avanços alcançados pelos homo sapiens, data-se apenas 5 mil anos desde o momento que saímos da oralidade para penetrar na era da escrita.

Desde então, o surgimento da imprensa, a evolução do rádio e da TV, a era da informática e tudo que as novas formas de se comunicar proporciona, caminhamos na marcha do progresso enquanto lutamos por direitos sociais em favor do reconhecimento do indivíduo no que tange a sua personalidade.

Nesta 5ª edição da Revista Conecta, dedicada ao “Dia da Imprensa”, mais do que mostrar a importância dos meios de comunicação para evolução social é imprescindível destacar como a liberdade de imprensa tem sido fundamental na luta pelo feminino. Na entrevista de capa, a jornalista, Joyce Ribeiro, conta como tem sido esta relação intimamente ligada à sua própria história de vida. Em “Lugar de Fala”, mostramos como empreendimentos são fomentados por histórias e como o ato de contá-las é extremamente importante para a consolidação de negócios.

Seja no empreendedorismo, nas relações interpessoais ou na própria construção do indivíduo como ser social, em todas as esferas, lá está a comunicação e suas várias formas de dialogar como nos conta a sexóloga, Bia Gomes, em “Educação Sexual, É Hora de Falar Sobre Isso!

Boa Leitura!
Maiza Silva
Editora Chefe
maiza@redeconexaomulher.com



MINHA COMUNICAÇÃO É ASSERTIVA?

POR FAIGA MARQUES



“ EU FALO, TU FALAS, NÓS NÃO NOS ENTENDEMOS!

Começo este artigo te convidando a uma reflexão:
Você sente que muitas vezes fala e é mal interpretada?

Ou você, às vezes, tem dificuldade em defender suas ideias, convencer ou mostrar uma opinião diferente das demais pessoas? Se você respondeu “sim” a alguma dessas perguntas, fique tranquila, você não está sozinha!

O cenário que encontramos nas organizações de uma forma geral é traduzido por reuniões extensas e improdutivas, informações centralizadas e o mais crítico: falta de feedbacks entre líderes e liderados, entre pares ou entre membros da equipe que trabalham num mesmo projeto. Podíamos conjugar este verbo da seguinte maneira: eu me comunico, você se comunica, nós não nos entendemos! E por que isso acontece? “A comunicação assertiva é a habilidade de se expressar de maneira franca, aberta e transparente.” É dizer o que tem que ser dito, na hora certa, de maneira respeitosa e empática. Para ser assertivo na comunicação, eu preciso falar com clareza, objetividade, controlando emoções, o tom de voz, a linguagem corporal e selecionando as melhores palavras para uma boa compreensão.

A palavra-chave aqui é CONEXÃO. A comunicação só acontece quando eu crio espaço para um diálogo aberto e colaborativo. Eu costumo comparar a uma dança em que nós dois de forma coordenada e harmoniosa, vamos dançando com as palavras, como num lindo espetáculo de balé.

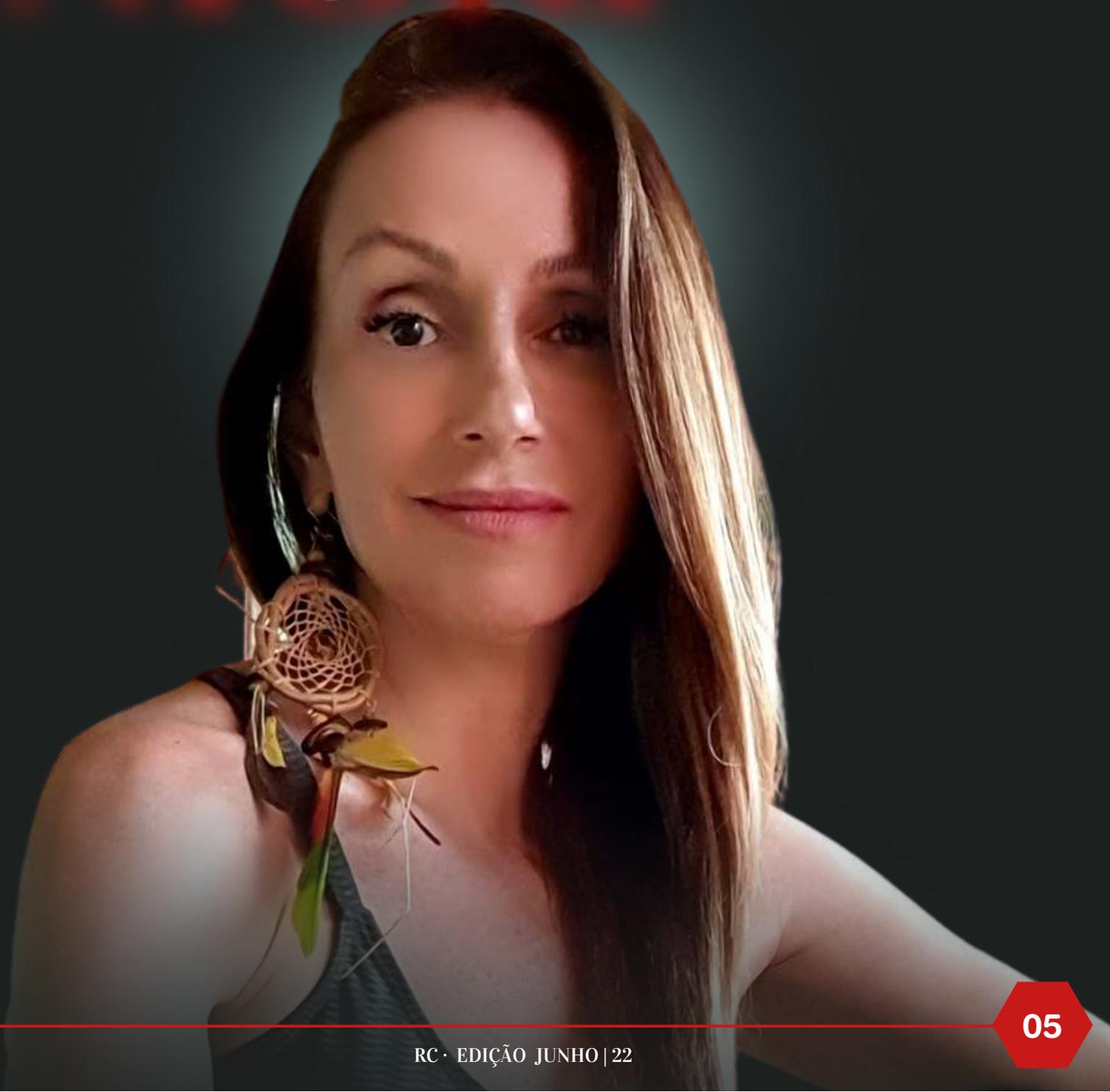
Muitos são os fatores que impedem que esse processo flua. Sempre estamos com pressa, logo, o processo de falar e ouvir com atenção fica prejudicado, não nos preparamos e acabamos falando de improviso, sem organizar as ideias e os argumentos, e por último, falta inteligência emocional para compreender quais as necessidades não atendidas que estão gerando as emoções que afloram durante uma simples conversa.

Quando indagados, achamos que somos bons ouvintes, porém em muitos momentos somos “surdos funcionais”, ou seja, não escutamos genuinamente o outro. A verdadeira escuta ativa é mais do que usar meus ouvidos para ouvir, é quando minha mente interessada compreende profundamente aquilo que foi captado pela minha audição. Porém, quando ouvimos, estamos focados em nossas próprias ideias, crenças e valores, e aí ouvimos o que queremos ouvir ou simplesmente não ouvimos o que está sendo dito.

Se eu pudesse te dar um conselho capaz de fazer a sua comunicação assertiva, eu diria: pare, olhe e escute, fale menos e preste atenção, procure não interromper e permita que a pessoa conclua seu raciocínio, não afirme, pergunte e finalmente abra sua mente e esvazie o seu copo (deixe de lado seus pensamentos e julgamentos).

Tudo isso é um processo, que se inicia quando você sai da zona de conforto, busca o autoconhecimento e procura se aprimorar. A jornada é árdua, mas te garanto que a transformação gerada em você será sobrenatural!

FLAVIA NIGRI



DE PEDAGOGA À PROFESSORA DE YOGA

Propósito, valores e estilo de vida no comando da transição de carreira.

Basta uma busca rápida pela internet que inúmeros anúncios indicando a melhor forma de realizar uma transição de carreira vão aparecer na sua tela. Dicas para conquistar uma nova profissão ou como realizar este processo, nada fácil, aparecerem de maneira simples e ao alcance de qualquer um.

Insatisfação pela falta de reconhecimento, excesso de tarefas, problemas de relacionamento e, claro, o desemprego são as principais queixas de quem deseja trabalhar com algo novo. Se por um lado, a recolocação no mercado de trabalho acende um alerta para quem está nesse processo de transição, por outro, a vontade de fazer o que gosta e se sentir completo profissionalmente mostra que entre a carreira e a vida pessoal é preciso equilíbrio, uma harmonia que só é possível quando o propósito em fazer o que se faz é descoberto.

De pedagoga à professora de Yoga, Flavia Nigri sabe bem o que é sentir-se insatisfeita com o trabalho, mas não apenas pelos motivos relacionados aos colegas de profissão ou ao desemprego. A mineira, que há 6 anos encontrou no Hatha Yoga motivação para começar uma nova carreira, conta à Revista Conecta como foi o seu processo de transição para uma carreira alinhada aos seus valores e estilo de vida.



Rede Conexão Mulher: Como foi a sua primeira experiência com Yoga?

Pratico Hatha Yoga há 6 anos e minha primeira experiência foi apenas como prática física, mas, aos poucos, fui descobrindo que o Yoga vai além das posturas físicas e trabalha o autoconhecimento.

RC: Por que você decidiu deixar a pedagogia para se dedicar ao Yoga como profissão?

Decidi deixar a Pedagogia em busca de algo novo, que trabalhasse o autoconhecimento. Eu estava vivendo um período de insatisfação com a minha profissão e o Yoga me despertou assim que comecei a praticá-lo. Mais tarde, descobri que poderia também ensinar esta prática e filosofia de vida milenar a outras pessoas.



RC: Como foi o seu processo de transição de carreira? Você ouviu críticas pela sua escolha?

Minha mudança de carreira aconteceu aos poucos. Fiquei um tempo parada, desempregada, até me encontrar no Yoga. Não fui criticada pelas outras pessoas, mas iniciar uma nova carreira depois de mais velha não é fácil. Eu me cobrei muito, pois nesta profissão, encontramos muitos instrutores mais jovens e eu fui com a garra e a coragem enfrentar este universo de profissionais que, a cada dia, se alastra no Brasil. Foi um desafio pessoal.

RC: Existe formação específica para se tornar um professor de Hatha Yoga?

Sim. Para se tornar um professor de Hatha Yoga é preciso se qualificar por meio de cursos de formação e aprofundamento no Yoga. Existem Centros de Yoga qualificados e muitos institutos maravilhosos. Solicitar indicações sobre onde se qualificar é muito importante para quem deseja começar na profissão.

RC: Qual a diferença entre o Yoga e o Hatha Yoga?

O Yoga é uma filosofia e ciência, já o Hatha é a prática física do Yoga. Portanto, Hatha Yoga é uma atividade que trabalha a mente e o corpo. Existem muitas linhas de prática de Yoga ao qual a pessoa irá se identificar e o Hatha Yoga é mais uma delas, uma das mais clássicas deste vasto universo yoguico.

RC: Qual o maior benefício que o Hatha Yoga pode proporcionar?

São muitos os benefícios que o Yoga nos proporciona. Dentre eles, o autoconhecimento através da prática e da meditação.

RC: Sobre o professor de Hatha Yoga como alguém sempre em estado zen, o que você acha desse rótulo?

De fato, sempre associam o professor ou até mesmo o praticante de Yoga como uma pessoa zen, good vibes e que nada nos afeta. É realmente um mito ao qual sempre busco desmistificar. Tento mostrar a pessoas que ninguém é melhor que ninguém apenas porque pratica Yoga.

O que o Yoga faz é nos ajudar a encontrar a própria essência e, conseqüentemente, nos auxilia no equilíbrio da mente, mas não ao ponto de sermos mais iluminados por isso. Por esta razão, o desprendimento do ego é fundamental para quem pratica Yoga.

RC: Como professora de Hatha Yoga, o que você ainda deseja conquistar nesta nova área de atuação?

Atualmente, meus alunos são distintos. Aprendo muito com eles. A cada dia, vivencio novas experiências e desperto um novo olhar sobre as coisas, é uma troca linda que acontece entre nós. Como professora de Yoga, sempre busco novos desafios, e, um deles, é trabalhar com crianças novamente. Para conhecer mais sobre o trabalho de Flavia Nigri, acesse as redes sociais da professora de Hatha Yoga, encontre dicas sobre essa filosofia e estilo de vida.



A GRATIFICANTE HABILIDADE DE CONDUZIR

PESSOAS

POR VIVIANE REGIS



Há quem diga que a pandemia acabou enquanto outros dizem que ela ainda continua. Como gestora, posso afirmar: os problemas relacionados ao (novo) coronavírus continuam.

E nessa atual loucura em que vivemos decorrente da pandemia, muitos colaboradores acostumados com uma rotina seguida à risca e um ambiente preparado exclusivamente para exercerem atividades específicas, num primeiro momento, precisaram abandonar seus postos dentro das organizações e levaram para casa o trabalho. Isso mesmo, a maioria das pessoas trabalharam em casa, mas não no modelo home office, aquele ambiente preparado unicamente para se trabalhar.

Dentro desse contexto, é claro que alguns colaboradores se adaptaram rapidamente, porém outros precisaram dividir o ambiente doméstico entre o lar e o trabalho e, nessa adaptação, a mesa se dividiu entre servir o almoço da família e apoiar os instrumentos de trabalho.

Quem morava sozinho, sem ter tanto para dividir, em especial a rotina de casa, desencadeou problemas emocionais e psicológicos decorrentes do isolamento social enfrentado por todos nós. Parte dos funcionários, por causa do isolamento social acabaram potencializando os efeitos da não tão recente, síndrome de burnout, esgotamento profissional gerado, principalmente, pela tensão emocional e o estresse provocados por condições de trabalho físicas, emocionais e psicológicas desgastantes.

Sem dúvidas, todo esse cenário de pandemia afetou não só as equipes, mas as lideranças e também as empresas. Mas, afinal, como agir nessa situação? Como contribuir com a saúde mental e com a qualidade de vida das equipes em momentos desafiadores como o que vivemos?

Primeiro, um chefe, geralmente, não se importa com as dificuldades, ele cobra os resultados e as entregas, sem buscar saber e entender as dificuldades que o empregado enfrenta. Um líder, ao contrário, conversa e mantém contato constante com seus colaboradores, identifica as dificuldades de cada um e dá a devida atenção aos que estão se sentindo sozinhos, possibilitando a análise e uma reorganização de tarefas a serem cumpridas.

Enquanto gestora, lidero de forma humanizada e junto à minha equipe. Procuro estar presente, cuido, escuto e me disponho a servir sempre.



DESENVOLVER PESSOAS E INSPIRAR, PARA MIM, É ESSENCIAL PARA SE ALCANÇAR UM OBJETIVO EM COMUM.

Transmitir segurança, sentimento de pertencimento e contribuir com o desenvolvimento dos colaboradores também precisam estar dentro das competências de um líder. O cuidado com o outro e a escuta ativa são fundamentais para uma boa liderança.

Entre tantos benefícios que essas habilidades trazem, destaque, principalmente, a de conhecer e desenvolver as potencialidades de cada colaborador, engajando-os de forma que se diminua a rotatividade de pessoal na organização por meio do próprio exemplo e do despertar de um cuidado mútuo entre todos os membros da equipe gerando mais união e colaboração entre todos.

É incrível perceber como uma gestão humanizada gera mais confiança em ambas as partes, desperta união e mais disposição para realizar um trabalho de excelência. Apesar de muitos gestores entenderem que liderar é o mesmo que ser um chefe que comanda a equipe de forma distante, a liderança vai muito mais além. Para liderar é preciso se colocar à disposição de desenvolver as soft skills, ou seja, desenvolver as próprias habilidades comportamentais, tornando-se capaz de compreender as necessidades da equipe com empatia, respeito e interesse pelo outro.

Liderar é mais sobre o outro do que sobre você mesmo. É ser mentor e facilitador no desenvolvimento do trabalho executado por uma equipe unida e capacitada para alcançar os melhores resultados definidos pela empresa. Seja líder! Assuma a responsabilidade de desenvolver pessoas!



**VALORIZE O OUTRO, INSPIRE E DEIXE
O SEU LEGADO!**



Flávia Dolinski

Make Up

**Aulas de
Maquilhagem**

**Tratamentos Faciais
e Formação**

Micropigmentação
de sobrancelhas

Micropigmentação labial

Lifting de Pestanas

Hidragloss

AGENDE
AQUI VOSSA
VISITA



flaviadolinski.pt

  flaviadolinskibeauty

 +351 932 131 534



Rua de São Mateus , 3 - Sala 18 - Carcavelos - 2775-748

QUAL O VERDADEIRO SIGNIFICADO DE SER UMA

MULHER LIVRE?

POR FERNANDA SOUZA



A liberdade está nas suas escolhas e não importa quais elas sejam.

O importante é você se conhecer e sempre fazer aquela pergunta interna: o que você gosta? Mas, às vezes, sendo mãe, casada ou mesmo consumida pelo trabalho, esquecemos das nossas vontades. No meu caso, descobri como a liberdade era importante depois que a perdi.

Engravidar sem planejamento e, a partir do momento que soube estar com um bebê na minha barriga, me transformei totalmente, foi tudo tão intenso que o meu lado mulher sumiu. E assim me casei e fui colocando para trás todos os meus sonhos, como se tudo o que eu acreditasse ser importante para mim, naquele momento, não me servia mais de nada.

Fui consumida e, acreditando que eu não tinha mais o controle da minha vida, perdi a vontade de lutar pelos MEUS ideais. Engoli coisas durante meu casamento que JAMAIS engoliria nos dias de hoje apenas por estar com a minha fragilidade em alta e ter me colocado de lado para viver o papel de esposa e mãe perfeita.

Aos poucos, eu perdi meu estilo de vestir, fui esquecendo de viver meus hobbies e aceitei o meu novo papel. Quando dei por mim, percebi que nem as músicas que gostava colocava mais para tocar, foi aí que comecei a lutar para voltar.

Fiz uma lista de músicas que gostava, comecei a sair com as amigas e voltei a sonhar. A liberdade da mulher assusta, pois uma mulher livre é uma mulher que não se permite viver no que cabe a ela.

Mas isso cansa e como cansa! Mesmo que o mundo esteja mudando em relação a percepção da mulher, sempre teremos desafios enormes, sejam eles na maternidade, no trabalho, nos relacionamentos e até na família. Nós mulheres temos um instinto materno gigante e parece que às vezes queremos cuidar do mundo deixando de lado nossos próprios gostos para cuidar do outro.

Mas quando a gente percebe que precisamos de cuidado, aí já era. A gente se liberta! Dizem que a liberdade da mulher é a sua força e eu não duvido disso, até porque, muitas vezes mesmo cansada eu me sinto forte, não tem nada melhor na vida do que viver sem medo de errar. Não ser perfeita traz uma força inexplicável e tira o peso que, há tempos, nós mulheres carregamos.

O patriarcado impõe muitas regras as mulheres e, talvez, no fundo, a gente se sinta culpada por sair da "regra", pelo menos eu me sinto em algumas situações como, por exemplo, quando danço até o amanhecer e sinto aquele frio na barriga em ser completa somente pelo fato de lutar pelo meu prazer ou por ter negado, durante grande parte da minha vida, que eu não era uma pessoa hedonista e agora estou no famoso ACEITA QUE DÓI MENOS.



**INTENSA, SOLTA E COM MEDO DO CARAMBA!
MAS ENFIM, A LIBERDADE NÃO TEM DEFINIÇÃO,
ELA É UM ESTADO DE ESPÍRITO.**

BIA GOMES



EDUCAÇÃO SEXUAL, É HORA DE FALAR SOBRE ISSO!

Não é novidade para ninguém que a educação sexual é assunto de utilidade pública, garantido por lei a todos os cidadãos brasileiros. Segundo levantamento realizado pelo Unicef em parceria com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) em 2021, a cada hora, cinco crianças ou adolescentes são vítimas de violência sexual no Brasil. Somente no período entre 1º de janeiro e 12 de maio do mesmo ano, o Disque Denúncia (100) registrou mais de 6 mil denúncias de violência sexual contra crianças e adolescentes, número alcançado graças à informação transmitida por profissionais qualificados e comprometidos a disseminar conhecimento e informação de qualidade.

Vítima de abuso infantil ainda na infância, a então pedagoga, Bia Gomes, decidiu, há 5 anos, compartilhar todo o seu conhecimento na área da sexualidade humana para transformar a vida e a saúde das pessoas, de todas as idades, contribuindo assim para o bem-estar e no impacto social e pessoal positivo.

Sexóloga em formação pela Santa Casa de Belo Horizonte, Especialista em Saúde e Bem Estar de Casais, sexualidade humana e saúde íntima, Bia Gomes é também gestora de processos educacionais e conta nesta entrevista a importância da educação sexual para a transformação e consciência do indivíduo.



Revista Conecta: O que a educação sexual trabalha de fato?

O objetivo da educação sexual é levar conhecimento de qualidade sobre reprodução humana, prevenção de doenças IST's (Infecções Sexualmente Transmissíveis), gravidez precoce, prática sexual, bem como questões relacionadas à diversidade. Temas que discorrem sobre toda a vida, desde de criança, a fase da adolescência e suas transformações, bem como a desconstrução e a construção de hábitos e práticas que levem o indivíduo adulto a solucionar e viver de forma equilibrada com a própria sexualidade, de forma saudável, também são objetivos da educação sexual, trabalhada em todas as fases da vida e de acordo com cada uma delas.



RC: Há quanto tempo e por que você decidiu trabalhar com educação sexual?

Atuo nesse mercado lindo que é desbravar a beleza, a educação e a saúde do ser humano há 5 anos. Resolvi trabalhar com educação sexual primeiramente por mim, a fim de recuperar todos os anos de vida “perdidos” por meio de uma imersão na educação sexual de qualidade. Visto que eu já era pedagoga de formação e que havia uma gama de profissionais e instituições confiáveis que já trabalhavam o tema e que poderiam me ajudar, busquei a qualificação necessária e, com o tempo, fui amadurecendo e ampliando meus horizontes, mudando meu estilo, vivências e trabalho, principalmente, a minha marca, que inicialmente, era focada apenas na venda de produtos sensuais e de higiene íntima.

Hoje, líder em uma empresa de produtos ao qual me identifico com a proposta de desmistificação do que é proibido na abordagem do sexo em si, dos relacionamentos e da saúde do ser humano, alio a venda de produtos sensuais à educação e sexologia, com objetivo de promover o autoconhecimento, a saúde íntima e o bem-estar das pessoas, a fim de construir relacionamentos saudáveis, em todos os âmbitos de nossas vidas, proporcionando mais qualidade de vida e realização pessoal, sem distinção de idade, gênero, classe social, entre outros.

RC: Qual o público que mais procura por seus atendimentos?

Atualmente, são escolas que buscam formação tanto para docentes e discentes em relação aos desafios atuais para lidar tanto com a diversidade em relação à sexualidade, quanto palestras de construção de conhecimento sobre o tema para toda a comunidade. Empresas, que visam fortalecer os relacionamentos de seus colaboradores, como a autoestima e levar conhecimento para uma convivência baseada no respeito, independente de cor, classe social, gênero, orientação sexual, bem como todos os avanços que envolvem a sexualidade humana. Casais, trisais e pessoas que buscam resolver conflitos e insatisfações com seus hábitos e costumes em relação à sua vida sexual e relacionamentos também fazem parte do público que atendo diariamente.

RC: Qual é a diferença de falar sobre sexualidade para crianças, jovens e adultos?

Primeiramente devemos deixar claro que trabalhar a sexualidade, não é ensinar a fazer sexo, seja em que idade for! O trabalho da educação sexual é contribuir para que as pessoas possam desenvolver e exercer sua sexualidade com prazer e responsabilidade. Esse tema vincula-se ao exercício da cidadania na medida em que, de um lado, se propõe a trabalhar o respeito por si e pelo outro, buscando garantir direitos básicos a todos, como a saúde, a informação e o conhecimento, elementos fundamentais para a formação de cidadãos responsáveis e conscientes de suas capacidades.

RC: Como construir um diálogo em torno da educação sexual e da sexualidade em si?

Primeiro é preciso deixar claro que nunca é tarde para aprendermos algo, se podemos aprender a andar, aprender a falar, aprender a escrever, também podemos aprender a nos relacionar. Lembrando que devemos sempre respeitar cada fase da vida (idade) e buscar tratar da nossa intimidade e a do outro com muito respeito e carinho.

Se informar por meio de fontes seguras e confiáveis, sem ridicularizar o assunto, agir nos relacionamentos sempre buscando deixar claro o que você gosta e como gosta são passos importantes para construir o diálogo em torno da sexualidade.



RC: Como a educação sexual pode ajudar a diminuir preconceitos?

O conhecimento em si é a chave para a quebra de estereótipos e desmistificação de “pré-conceitos” que permeiam em nossa sociedade sobre qualquer tema, seja ele sexualidade ou não! Precisamos investir sempre em educação! Pois isso é prevenção! Sem limites de idade, classe social, raça e gênero.



QUAL É O CONTEXTO?

POR JOZI LAMBERT



Quem nunca perguntou "qual é o contexto"?
Se você nunca indagou isso, certamente já ouviu falar.

Principalmente as crianças, tão curiosas.
- "Ô mãe, o que significa isso?"
- Onde você viu isso, garota? Qual o contexto?

O contexto, minha gente, serve para dar significado a um conjunto de coisas, situações, circunstâncias e fatos que se interligam para dar sentido ao que precisa ser dito. Isso se faz extremamente necessário para o entendimento na comunicação. Se as coisas forem ditas, escritas, faladas ou contadas fora de contexto, isso dá um problemão.

Com certeza você também já ouviu algo do tipo:
- "Eu sou responsável pelo o que eu falo, o que você entende não é problema meu!"

Se você aprendeu assim e acredita nisso, vou te contar que você foi enganado. Quem está passando a mensagem, seja por linguagem verbal, escrita ou qualquer que seja, é o responsável por se fazer claro. Uma vírgula no lugar errado pode facilmente confundir as pessoas. Dizer que "...empreender não é cansativo" é completamente diferente de dizer: "...empreender não, é cansativo". A vírgula só mudou de lugar.

E se eu te contar que a comunicação pode ficar ainda pior quando coloca-se intenções? Sabe quando os jornais propositalmente publicam apenas o trecho de uma conversa mais polêmica que pode gerar um outro tipo de interpretação?! Isso é muito usado por sites "caça-like" (clickbaits). A intenção é aumentar o número de acessos ao site, pois quanto mais cliques, mais vezes a notícia é replicada e mais pessoas acessam mais vezes. Por isso, colocam-se títulos bem chamativos e fora do contexto para que as pessoas cliquem e naveguem na curiosidade, quando na verdade, no final, percebe-se que o título não tinha nada a ver com aquilo que foi entregue.

Para que a comunicação seja assertiva em todas as áreas, é preciso fazer essas perguntas: Qual a intenção? Com o que este conteúdo está contribuindo?

Por isso, no mercado de trabalho e no desenvolvimento de pessoas (deveria ser em todos os lugares da vida) é indicado a comunicação SCOT.

- S. Segurança
- C. Clareza
- O. Objetivo
- T. Transparência

Na comunicação, seja verbal, escrita ou visual, é extremamente importante ter SEGURANÇA ao falar. Estar mesmo seguro do que fala, saber o que está falando, possivelmente ter dados e obviamente não levantar ou disseminar FakeNews.

A CLAREZA vem logo após, porque quem sabe o que fala precisa ser claro, ou seja: fácil de ser compreendido ou entendido; por isso você deve saber com quem vai se comunicar para falar "a mesma língua dessa pessoa" e isso implica em evitar termos técnicos com pessoas que não sejam da mesma área.

Se um médico faz o diagnóstico de um paciente com enxaqueca, ele não vai falar em código CID G43 (CID: Código Internacional de Doenças). Assim como, é importante se perguntar qual a necessidade de “inglesar” tanto o mercado de trabalho. Por mais que você goste de um “Job”, é sempre bom se atentar com quem você está falando e o que quer comunicar.

O OBJETIVO acompanha a clareza. Qual objetivo do que você está dizendo? Isto posto, o que você diz precisa resolver um problema ou ao menos não criar um. Para tanto, se comunicar de uma forma organizada e com propósito define o objetivo.

Já a TRANSPARÊNCIA é a soma das outras três habilidades da comunicação SCOT! Ela remete a ética e respeito com tudo que será dito e com quem irá ler/ver/ouvir. Ser transparente é não enganar ou tentar iludir a outra pessoa, porque isso rompe com todo o ciclo da comunicação.

É importante observar, que quanto mais aplicarmos a comunicação SCOT, mais teremos sensibilidade para entender que em algumas situações nenhum contexto poderá justificar falas racistas, homofóbicas, sexistas, machistas, porque a segurança, clareza, objetivo e transparência estão muito bem definidos. Em nenhum contexto pode ser aceitável ofender outra pessoa ou a diminuir por ser quem é.

Antes de saber qual é o contexto, precisamos ter o conhecimento de: “qual é a intenção?”.

Algumas falas, textos ou imagens são trazidas para acolher, enquanto outras são feitas determinadamente para ferir. E nós temos tudo ao nosso alcance para transformar vidas, pessoas, situações e ambientes. Então porque não fazer?

Há de se entender, que cada um de nós tem uma história de vida e uma realidade que poderá interferir nas escolhas e na percepção do todo.

Portanto, qual é o contexto? Qual é a intenção? O quanto o que você vai dizer pode impactar positivamente a vida de alguém?! Isso pode mudar o dia de uma pessoa?! Se for algo complexo, como fazer pra tomar isso mais leve?! Tem alguma forma de falar isso sem ferir? É possível falar e ajudar alguém?!

Respondidas estas perguntas, some a necessidade da ocasião, diga o que tem que ser dito e agregue valor verdadeiramente a alguém. As nossas palavras tem poder, mesmo que sejam escritas, faladas ou visualizadas de qualquer forma. De modo geral, as palavras na comunicação e a forma que são ditas, podem levantar ou abater alguém. O que as suas palavras tem feito neste contexto?



E NÓS TEMOS TUDO AO NOSSO ALCANCE PARA TRANSFORMAR VIDAS, PESSOAS, SITUAÇÕES E AMBIENTES. ENTÃO PORQUE NÃO FAZER?



✓ Plantar uma Arvore

✓ Ter um filho

Escrever um Livro

É hora de publicar seu livro!!!



Conheça nossos pacotes.

LUGAR DE

FAILA



LUGAR DE FALA: SENTA AQUI E FALA

Que tal mostrar a sua história e contar para o mundo como foi possível empreender e apostar em um negócio cheio de propósito? Mais do que isso, com o novo formato do “Lugar de Fala” é possível dar visibilidade ao seu empreendimento, desenvolver habilidades e, claro, trocar experiências.

Idealizado pelas empreendedoras Saiô Castro e Sil Ribeiro, o “Lugar de Fala”, anteriormente um programa de web rádio, cresceu, se tornou um canal no YouTube e um projeto com objetivo de dar voz a quem faz a coisa acontecer.



Sobre a mudança de formato, elas afirmam terem alcançado o objetivo de gerar ainda mais credibilidade no mercado de conteúdo, já que, após migrarem do rádio para a plataforma do YouTube, a cada dia surgem novas oportunidades de parcerias, o que fomenta o negócio das amigas e aumenta a visibilidade do projeto.

“A nossa proposta com o programa “Lugar de Fala” é produzir um conteúdo diferente e que, por meio de um bate-papo descontraído, proporcione a troca de conhecimento ao mesmo tempo que entretenha o público”, declara as amigas que estão sempre em busca de novas histórias, seja nos eventos que acontecem pela cidade de Belo Horizonte, em Minas Gerais, ou, literalmente, embarcadas em um avião.



GUARDA-CHUVA DE INICIATIVAS

Embora muitos acreditem que a novidade da vez é apenas o canal no YouTube, engana-se quem pensa assim. Enquanto Saiô Castro se dedica a divulgar nas redes sociais e por onde passa tudo que acontece no “Lugar de Fala”, sua parceira de negócios, Sil Ribeiro, especialista em consultoria empresarial, se diz motivada a criar novas possibilidades.

“Saber que as informações levadas pelo programa muda a vida de várias pessoas, é o que me inspira”, afirma a Sil ao apresentar o leque de oportunidades do novo formato desenvolvidos por elas.



De acordo com as empreendedoras, as diversas iniciativas conforme foram agrupadas no projeto se encaixam perfeitamente às necessidades do público através do autoconhecimento otimizado pelo “Busca Aprendiz” e pelo desenvolvimento de habilidades proporcionado pelo “Singularidade”.

O processo de autotransformação e a troca de experiências não ficam de fora, uma vez que os projetos “Protagonista” e “Embarque Nessa Conversa” visam desenvolver tais potencialidade, em alto nível, dentro do guarda-chuva de iniciativas que se tornou o “Lugar de Fala”.



M A R U J A



IVY JANNIBELLI

MEDIA PRODUCER

PACK EMPREENDEDOR



O **pack de fotografia e vídeo corporate** mais completo do mercado.

Todo o acompanhamento que precisa para ter **autoridade** na sua imagem.



@marujafoto



+351 915 624 424

MARUJAFOTO.COM

PELA LIBERDADE DE EXPRESSÃO DAS VOZES E PRESERVAÇÃO DE VIDAS AMAZÔNIDAS

POR IZABELA JATENE E JENIFFER RODRIGUES



Que saudade da carta escrita com a letra e o cheiro de quem enviou, do pequeno pedaço de papel que poderia se transformar em um bilhete, de um telegrama que chegaria de longe com uma notícia importante.

É, em tempo pós-modernos, as fronteiras se tornaram cada vez mais fluídas e testemunhamos novas formas de comunicação que transitam em uma velocidade atroz e se transformam em fração de segundos nos deixando perplexas e quase letárgicas diante da assustadora configuração da ordem mundial.

A informação é consumida e descartada rapidamente. Não há tempo para que seja absorvida, digerida ou refletida, estamos o tempo todo diante de uma avalanche de imagens, sons, informações, desinformações, *fake News*.

O nosso modelo econômico capitalista, no esforço de garantir sua sobrevivência, se adapta e se transforma o tempo todo e tem na comunicação um instrumento potente para fazer imperar o que é de seu interesse, muitas vezes se utilizando da crise da informação, reforçando governos que são instituídos e mantidos com avalanches de *fake News* fazendo com que consumidores percam a capacidade crítica de questionar, e quem ainda tem essa força da dúvida e da busca do esclarecimento se vê excluído e quase inapropriado para os dias de hoje.

Nossa raiz colonial europeia, reflete o modo como o colonizador ao chegar por aqui e tratar a terra, o povo local e em especial as mulheres como objetos de exploração, traduziu seu objetivo, como ressaltou o historiador Caio Prado Júnior, “explorar os recursos naturais de um território virgem em proveito do comércio europeu”.

É nesse contexto que se inaugurou as bases da economia brasileira marcada pelo patriarcalismo e a invasão do público pelo privado. Quem representa esse privado que invade a Amazônia, hoje?

O interessante, é que por muito tempo a região Amazônica foi vendida e propagada com slogans propositalmente construídos para fortalecer a propaganda enganosa e assim atrair desde a década de 60/70 migrantes, investidores, latifundiários, garimpeiros, grandes projetos para nosso lugar. Inferno Verde, Pulmão do Mundo, Eldorado, Almojarifado, entre outros rótulos fortaleceram o discurso “integrar para não entregar”, “homens sem terra, para terra sem homens”. O fato é que uma vasta população sempre esteve na Amazônia, sobretudo os povos originários, que jamais abandonaram seus lugares, e sim foram gradativamente expulsos como vemos até hoje.

No imaginário popular, a Amazônia é uma floresta exuberante, e verdadeiramente é! Sobrevivendo. Mas diante da devastação, queimadas constantes, etc. cada vez menos, essa exuberância fará parte de nossas vidas, o que registramos com imenso pesar.

Com crescimento urbano, mais de 75% da população na região está concentrada em cidades, as metrópoles crescem e avançam cada vez mais consumindo um combo de informações extremamente poluído e conturbado, diríamos até turbulento, onde a beleza da nossa diversidade se dissipa e enfraquece por estar contaminada por uma trajetória colonial violenta, arraigada como erva daninha nas nossas raízes. Hoje esse *modus operandi* se espalha com imensa velocidade por todo lugar, dificultando que nossas vozes amazônicas ecoem com suas verdades, etnicidades, identidades e sustentabilidades.

Os saberes e fazeres ancestrais vão sendo empurrados cada vez mais para a margem, em nome de um desenvolvimento econômico que não se traduz nas vidas das pessoas da Amazônia. E na contramão do que esse mundo supostamente integrado prega, quanto mais avança a informação, mais retrocede a democracia. É que informação é diferente de comunicação.



**COMUNICAR É FALAR E OUVIR; OUVIR PARA
COMPREENDER E NÃO PARA REFUTAR E, ALÉM DISSO,
CUIDAR DO CONTEÚDO QUE SE VAI TRANSMITIR.**

Como será que estamos verdadeiramente nos comunicando?

Mais de 500 anos depois, observamos por aqui o ciclo se repetindo em espiral, já vimos o filme, mas ainda duvidamos do final, tudo como uma crônica da morte anunciada. O bilionário Elon Musk desembarca em sua SpaceX no Brasil, para oferecer *internet* em escolas da Amazônia e em troca vai monitorar o desmatamento. A promessa é conectar 19.000 (dezenove mil) escolas em áreas rurais.

Então iniciativa privada e seu capital entram sem pedir licença, sem licitação, sem audiência pública, sem consulta às populações, etc. O líder do país nos oferece numa espécie de “cunhadio” para sermos nós, aqui na Amazônia, vítimas da incursiva violenta e sangrenta, mas retratada como desenvolvimento.

Não há óleo ou espelhos, como no período colonial, mas no post da rede social, consumido com a mesma rapidez com que rolamos o *feed*, a chuva de informações instantâneas nem sempre verdadeiras dá o mesmo peso para as notícias, banalizando as dores dos povos originários que vêm sendo massacrados e essa verdade vem sendo abafada..

Havemos de celebrar a liberdade de imprensa? Ela que é expressão da democracia? Qual liberdade nós estamos celebrando? Se não somos livres para “ser Amazônia”?

Ailton Krenak expõe sabiamente que “precisamos ser críticos a essa ideia plasmada de humanidade homogênea na qual há muito o consumo tomou o lugar daquilo que antes era cidadania.”

Se houver tempo, reflita. Respira antes, aproveita enquanto o ar existe e não pertence ainda a nenhuma corporação, que você terá que assinar ou baixar um aplicativo para ter direito a ele.

MARKETING CRIATIVO

Destaque-se no mundo online com uma comunicação criativa e autêntica, sem precisar ser quem você não é ou utilizar estratégias que não combinam com você

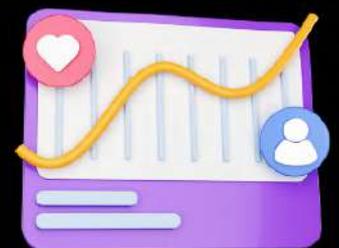


ADRIANA SOUSA

Consultora de Marketing digital há 8 anos, Adriana é uma Estrategista Digital que vem ajudando muitas empreendedoras a se destacarem no online de uma forma estratégica e consistente, sem precisar se tornar refém das mídias sociais.

MENTORIA DE MARKETING

- Para resultados de médio a longo prazo
- Acompanhamento Semanal
- Planejamento Estratégico de Marketing Digital



CONSULTORIA EXPRESS

- Para soluções rápidas
- Plano de ação para mídias sociais
- 2 encontros dentro de 30 dias

DO RISO

FEZ-SE O PRANTO

POR LILIAN SÁ



A pandemia nos colocou em frente aos medos, muitos deles. A doença em si, com a morte coadjuvante, nessa roleta que ainda não está totalmente decifrada

Não bastasse isso que é tanto, outros medos se associaram: desemprego, fome, solidão. Filhos em casa, mas sozinhos como nunca, enquanto as mães seguiam no home office eterno com a culpa agregada. Mulheres com a atenção dividida, com o cansaço partindo o corpo e a sanidade, quando todos os limites – se é que existe algum- da carga mental extrapolados.

E então, graças às vacinas e a ciência, começamos a retomar aos poucos o contato com outras pessoas, as crianças indo para escola, a volta física aos postos de trabalho, o adeus aos pijamas de dia todo e o reencontro com alguns amigos. Depois da tempestade, finalmente alguma bonança. Será?

Mas então, de repente, não mais do que “de repente do riso fez-se o pranto”, parafraseando o poetinha. Em um segundo esquecemos de tudo que passamos coletivamente e a sensação é de derrota: ganhei peso, estou “feia”, não tenho coragem de ver ninguém. O que era saudade transforma-se em aversão e a cada olhar de reencontro uma pedra atirada.

A realidade de voltar a encontrar as pessoas, de voltar a sair de casa, trouxe de volta o medo do julgamento, velho conhecido das mulheres. Sim, julgamento dos nossos corpos.

As mulheres, independente da classe social, carreira, idade – aliás, cada vez mais cedo- sofrem com a pressão estética e, nesse retorno ao tête-à-tête (eu me recuso a dizer novo normal, não há nada de normal no que vivemos) vamos escolher falar sobre o viço no olhar, sobre novos planos, sobre a beleza de poder pensar novamente no futuro com otimismo.

“ O CORPO DE NINGUÉM É PAUTA, NOSSOS CORPOS NÃO DEVERIAM NUNCA SER FOCO, AINDA MAIS AGORA.

Cada um sabe o que esse tempo em que permanecemos entrincheirados representou intimamente: mortes, amores desfeitos, crianças que se transformaram em adolescentes diante de uma tela... estamos sobrevivendo a uma guerra de múltiplas frentes e a última coisa que precisamos é exercitar o ódio contra nós mesmas.

Eu trago notícias do lado de cá, de alguém que venceu as barreiras de qualquer julgo: a vida livre do peso da expectativa dos outros sobre a nossa aparência é mais linda, produtiva e leve.

A vida sem julgar os corpos dos outros é mais criativa, agregadora e plena. Recomendo.

GANDINI

PERSONALIZADOS



MÃE E FILHA TRANSFORMAM RENDA EXTRA EM NEGÓCIO DE FAMÍLIA

Dizem que negócio é negócio; amigos à parte. Família então, nem se fala! Mas esse não é o caso, pelo menos, da família Gandini, que há 10 anos se uniu ainda mais para estruturar um empreendimento no ramo de artesanatos.

Se a princípio, a ideia era juntar as peças artesanais produzidas pela dona Liliam aos produtos de perfumaria e cosméticos, vendidos por sua filha, Evelim, atualmente, o negócio caiu tanto no gosto dos clientes que o restante da família precisou unir forças e auxiliar na demanda de pedidos.

Como tudo isso aconteceu? É o que a Evelim, CEO da empresa, conta nesta entrevista à Revista Conecta.



RC: Como nasceu a ideia da Gandini Personalizados?

A Gandini surgiu após eu e alguns colegas de faculdade vencermos a 3ª EXPOUNA - UNI BH MG - COMÉRCIO EXTERIOR com o Projeto PLANO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA GANDINI ARTESANAIS, em junho 2011, na categoria de melhor Trabalho Acadêmico da UNA (União de Negócios e Administração Ltda). Foi, a partir desse momento, que eu e minha mãe, Lilian Gadini, decidimos participar de feiras locais em nossa cidade, Belo Horizonte, em Minas Gerais, o que possibilitou divulgar melhor nossos produtos.

RC: Antes de decidirem estruturar o negócio juntas, como era o trabalho de vocês?

Sou formada em Recursos Humanos e atuo no mercado de saúde. Paralelamente, sempre fui consultora de marcas líderes no mercado de cosméticos, como Natura, Mary Kay, Eudora, Boticário, entre outras. Já a minha mãe, confeccionava peças artesanais de fuxico em tecidos, por isso tivemos a brilhante ideia de mesclar os nossos produtos e produzir kits personalizados.

RC: Qual o maior diferencial da Gandini Personalizados?

Nosso maior diferencial está em oferecer presentes exclusivos, combinando cores e detalhes de acordo com a preferência e a necessidade do cliente. Em nossos kits tem sempre um toque de amor e carinho, o que faz de cada peça, exclusiva.

RC: Quais são os produtos oferecidos pela Gandini Personalizados, atualmente?

Possuímos um estoque variado de produtos das principais marcas de cosméticos e perfumaria. Sachês aromáticos como flores, bonecas de fuxicão e corações estão entre os preferidos dos nossos clientes. Além de aromatizadores, sabonetes líquidos, álcool em gel que foram agregados à linha de produção, também transformamos um produto simples trazido pelo cliente em um lindo presente totalmente personalizado.

RC: Como vocês lidam com a relação entre mãe e filha nos assuntos relacionados à empresa?

De forma natural e organizada. Temos uma produção intensa a ser concluída e uma ideia bem clara de que o andamento da nossa empresa depende do esforço de cada uma de nós. Por isso, opinamos e decidimos as coisas juntas, sempre com objetivo de atingirmos os melhores resultados.

RC: Tocar um negócio juntas, modificou a relação de vocês?

Nos negócios, toda a nossa relação é comercial. Posso dizer que os negócios fortaleceram o nosso comprometimento e o ideal de vencermos todos os desafios. A cada dia, nos tornamos ainda mais próximas, afinal nosso diferencial é entregar presentes personalizados, o que exige muita criatividade. Colocarmos em prática nossas ideias e visualizarmos cada kit pronto e sempre, cada um mais bonito que o outro, fortalece nossa relação afetiva todos os dias.



RC: Outras pessoas da família estão envolvidas nas atividades?

Contamos com a ajuda do meu pai, Marcelo, que auxilia na compra da matéria prima e na entrega dos produtos aos clientes. Já a minha irmã, Marcela, atua na montagem das caixas, na separação e etiquetagem dos produtos que se transformarão em kits personalizados. Meu melhor amigo, Rodrigo, junto a mim, cuida das ações de marketing e da produção de conteúdo para as mídias digitais.

RC: Qual a maior fonte de inspiração para manterem os negócios da Gandini Personalizados?

Cada elogio que recebemos dos nossos clientes nos motiva. Inclusive, minha mãe se consagrou como a famosa “mãos de fada” pelo encanto que provoca por meio das embalagens que ela mesma confecciona. Mais que a alegria em vê-la receber um apelido carinhoso como este, é termos a certeza da credibilidade do nosso negócio.



A SUA ESSÊNCIA VENDE!

POR MARÍLIA AMARO



Quantas vezes você já olhou para o seu perfil nas redes sociais e não se viu nele?

Isso é mais comum do que se imagina!

A sede pela vontade de querer se dar bem no digital leva as pessoas a buscarem dicas, novos métodos, novas fórmulas com famosos gurus; tem até quem compre aqueles packs de postagens só para ficar alterando o texto. E, por causa desses packs de postagens, hoje em dia, tem um monte de perfil igual, sem vida, sem personalidade e sem vender.

Você vai aplicando algo aqui, ali...

Tem gente que quer copiar a identidade visual de tal pessoa, a letra, a maneira de escrever, aí sabe o que acontece?

Você não tem o resultado esperado, fica frustrada e, no final, acaba insustentável de manter. Sabe por quê? Porque o seu perfil terá um pedacinho de cada 'guru' que você seguiu, mas e você? E a sua essência?

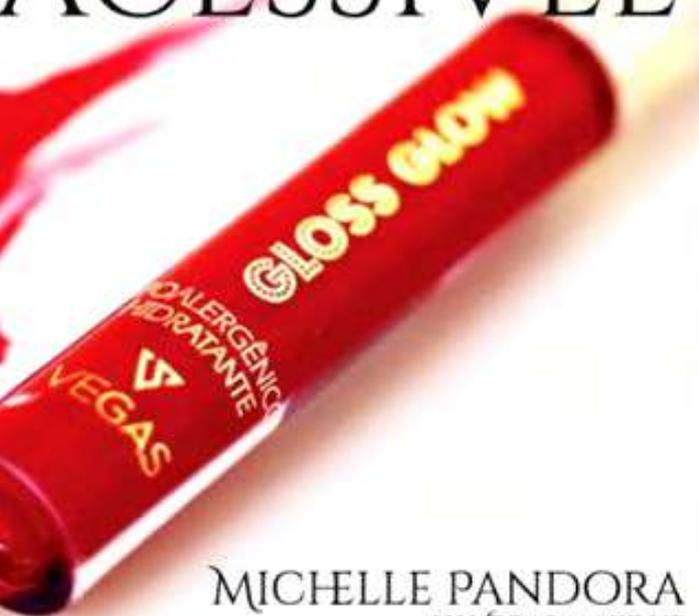
**“ O SEU CLIENTE, QUANDO PASSA A SEGUIR A SUA
CONTA, ESTÁ BUSCANDO O QUE VOCÊ TEM PARA ELE.**

Eu sempre defendo a necessidade de encontrar quem realmente você é, a fim de trazer a sua alma para a sua identidade visual e, com certeza, as pessoas que estão em sintonia com a sua essência irão se aproximar, se tornarão fãs do seu trabalho e independente do que você venda, elas vão querer comprar.

Você está desanimada com suas redes sociais e tem vontade de transformá-las?

Respira fundo e vem comigo! Nem o céu é o limite para a quantidade de oportunidades, nós temos o universo inteiro!

MAKE COM LUXO ACESSÍVEL



MICHELLE PANDORA
BY VEGAS MAKE UP




VEGAS
MAKEUP
www.vegasmakeup.com.br



JOYCE RIBEIRO

Liberdade de imprensa e a luta pelo feminino

Entrevista com a jornalista Joyce Ribeiro traz as nuances desta relação

Democracia, imprensa e liberdade de expressão são palavras femininas que não coincidentemente se encontram em um trajeto de luta marcado pela perseguição e resiliência.

No dia 1º de junho, em algumas partes do mundo, é “celebrado” o Dia da Imprensa (outros países o celebram em outra data), contudo, não sei se é possível utilizar o verbo ‘celebrar’ tendo em vista que, recentemente, um levantamento da organização “Repórteres Sem Fronteiras” apontou o crescimento do discurso anti-imprensa, do assédio *online* e de campanhas de difamação e intimidação, especialmente, contra jornalistas mulheres.

No entanto, a imprensa continua exercendo papel fundamental na sociedade industrial e da informação, ou seja, preservar a liberdade de expressão e de imprensa é condição *sine qua non* para a manutenção da democracia. Sabemos que os países ditatoriais são os que mais se opõem ao trabalho da imprensa e a tudo o que os profissionais da área representam e divulgam. As liberdades individuais, por exemplo, e tudo que afeta diretamente o direito da mulher (em suas muitas nuances) costumam ser rechaçadas nestes países.

Quando citamos “imprensa” mencionamos todos os meios e formatos de comunicação, sejam os materiais impressos (jornais, revistas etc.), rádio e TV, plataformas online, blogs, podcasts, entre outros.

Neste sentido, questionamos a atual definição de que para combater as fake news, o leitor deve apurar a notícia na grande imprensa, pois isto supõe que as informações não noticiadas pelas mídias independentes não seriam verdadeiras. Tal hipótese, além de desprezar os veículos independentes, desconsidera que muito antes do termo fake news ganhar força, já existiam factoides e o conflito de interesses devido aos anunciantes: empresas que mantêm os veículos de comunicação e, portanto, comprometem o princípio de neutralidade e imparcialidade por conta dos patrocínios, apoios, branded content, publieditoriais ou o famoso “jabá”. Lembrando que este último não é um investimento oficial, como os demais formatos de posicionamento e divulgação de uma marca.



Entretanto, o publiteditorial e o *branded content* podem ocorrer ‘dentro’ de uma relação “salutar e ética” desde que o contratante não comprometa o editorial e o conteúdo.

Já o “jabá”, um termo popular, sempre foi e será oficioso, e sempre será associado à manipulação que é feita por pessoas físicas ou jurídicas que pagam para que os seus nomes sejam ou não publicados em reportagens, entrevistas etc.

Ou seja, neste Dia da Imprensa temos que incluir a mídia independente, sim! Ponderando que a ética e a isenção estão presentes tanto na grande, quanto na imprensa independente, e que o contrário também é verdadeiro, pois a falta de ética e isenção, infelizmente, já aconteceu em ambos espaços. Por isso, precisamos incluir e fazer a autocrítica da mídia independente e da grande mídia ao falarmos sobre o Dia da Imprensa.

Veja quantos fatos comprovam a importância da imprensa:

- Durante a pandemia o trabalho feito pela imprensa na prestação de serviços e utilidade pública foi considerado essencial. Historicamente, outras endemias e pandemias chegaram a extinguir civilizações devido à falta de informação, em alguns casos, o próprio governo impediu que a população tivesse acesso às informações, fato que agravou a situação;



- Se focarmos no ‘feminino’ não faltarão exemplos desta importância, contudo, iremos citar alguns: Malala Yousafzai que escrevia no blog de um jornal utilizando um pseudônimo, chamou a atenção do mundo para o drama vivido em seu país, o Paquistão, sobretudo pelas crianças e meninas que não podiam frequentar a escola. Outras potências femininas também merecem menção: temos o caso da filipina Maria Ressa que recentemente ganhou o Prêmio Nobel. Aqui no Brasil, a repórter de TV, Laurene Santos, também foi notícia porque no exercício de sua função foi ofendida pelo atual presidente da república.

Ampliando o debate, lembramos que as mulheres já foram proibidas de votar, de dirigir, de ter cartão de crédito, de tomar pílulas anticoncepcionais, de trabalhar grávidas, de ter acesso a cesárea e ao aborto; de frequentar a escola, usar trajes de banho “pequenos”, jogar futebol, assistir as olimpíadas, fazer parte de júris...

Contudo, todas estas batalhas, entre outras, foram “vencidas” ou tiveram avanços com a contribuição da imprensa que, muitas vezes, também mostra o seu machismo, pois ainda são poucas as mulheres que ocupam lugares de liderança nas redações. Os chefes de redação, normalmente, são homens. E, muitas vezes, a mulher é reduzida à função de leitora do TP (*teleprompter*) como se não tivesse a capacidade de produzir seus próprios textos, críticas e ideias. Como se a mulher estivesse naquele espaço apenas para embelezar o local. Neste contexto, a mulher, muitas vezes, torna-se a notícia, fato

que fere a lógica do jornalismo que ‘diz’ que a notícia, e não o jornalista, é que merece destaque. No Brasil, por exemplo, já houve episódios em que a mudança de penteado da apresentadora de certo jornal virou pauta, bem como a rivalidade entre duas apresentadoras ou o ‘caso’ da apresentadora que usou peruca.



Seguem algumas declarações de jornalistas que estão nas redações e foram divulgadas pela pesquisa 'Perfil Racial da Imprensa Brasileira', organizada pela newsletter Jornalistas&Cia, pelo Portal dos Jornalistas, Instituto CORDA (Rede de Projetos e Pesquisas) e l'MAX:

- “Eu sou de uma época que não existia repórter mulher, mulher não falava em rádio.”
- “Na empresa eu tinha que fazer exame de gravidez quando era contratada.”
- “Na minha coluna, falo sobre futebol feminino e quando apareço no *stories*, recebo ataques, pedem para me tirarem dali...”
- “Por ser mulher, tem que se posicionar mais, tem que ser mais capacitada, ser mais rápida para se sobressair, além de ter colegas machistas.”
- “Durante uma conferência política, uma pessoa se levantou e me pediu para arrumar a sua gravata, outra (...) me pediu um café, outra para eu indicar o banheiro. Eu considero ações racistas e com recorte de gênero.”
- “Ainda como estagiária, não renovaram meu contrato dizendo que eu era muito frágil por ser mulher.”
- “Entrevistado ficava elogiando as minhas pernas, minha boca e meu batom. Não consegui concluir, devido à situação e ao descaso dele comigo como profissional.”
- “Por ser mulher, não me levam a sério como profissional, principalmente, se for homem mais velho, acima de 50 anos.”
- “Descobri que recebia menos na mesma função que outros colegas de edição que são homens/ brancos.”
- “Resistência dos funcionários à minha chefia por ser mulher e negra...”
- “Falam da minha roupa e do meu cabelo como forma de perseguição por eu ser mulher.”
- “Tive muitos comentários sobre minha aparência, falando que eu era bonita e que se eu fosse fazer tal matéria iria conseguir facilmente.”

Para discutir esta relação 'imprensa versus mulher', a nossa redação conversou com a jornalista Joyce Ribeiro que, recentemente, revelou seu "lado" escritora para o Brasil e os países de língua portuguesa com o lançamento da obra "Chica da Silva_ Romance de uma vida".

O livro já ganhou o Brasil, alcançou Portugal e agora segue rumo aos países do continente africano. O mergulho nas pesquisas para a escrita e um teste genético conectaram a autora ainda mais com os detalhes de sua origem e ancestralidade.

Foi durante o lançamento do livro em Portugal que Joyce teve uma aproximação com a Revista Conecta.

Joyce Ribeiro nasceu no centro da capital paulista, no bairro do Bexiga, local conhecido por sua origem afro-italiana. Irmã mais velha do executivo Gustavo Ribeiro e do dentista Otávio Augusto Ribeiro, a jornalista e escritora teve uma infância tranquila. Esta tranquilidade, ela mantém ainda hoje, aos 43 anos. Joyce transmite serenidade, inclusive, na apresentação do Jornal da Tarde (TV Cultura) no qual noticia, diariamente, fatos nacionais e mundiais. A calma da infância foi proporcionada pelos pais Nilton Ribeiro, mais conhecido como 'Niltão', produtor musical; e Mercedes Rodrigues Ribeiro, dona de casa formada em biologia e moda.

Joyce diz que encontrou em Chica da Silva 'muita força' e que, mesmo tendo outro temperamento, conseguiu observar de forma mais sensível os enfrentamentos e embates que a personagem travou em sua época. Ela também acredita que alguns deles (com as devidas diferenças) ainda estão presentes no cotidiano das mulheres negras contemporâneas. Nesta entrevista, Joyce ressalta que sempre foi 'exceção', ou seja, ela sabe que usufruiu de uma condição diferenciada em relação à maioria das mulheres, sobretudo, as negras.



Para se ter uma ideia, ela foi a primeira mulher negra a conduzir um debate presidencial.

Formada em jornalismo e pós-graduada em jornalismo econômico, Joyce é casada com o engenheiro Luciano Machado e mãe de Malu (9 anos) e Lorena (6 anos). No entanto, durante a entrevista, ela observou que não teve uma infância abastada, ao contrário, concluiu o ensino fundamental e o médio na rede pública de ensino, mas, desde aquela época, reconhece que sempre teve habilidade para se comunicar, qualidade que atribui ao gosto que sempre teve pelos estudos. “Sempre fui uma boa aluna, sempre gostei de estudar. Eu não era extrovertida e ainda não sou, mas sempre tive facilidade para me relacionar e estive sempre rodeada de amigos em todas as minhas fases escolares. Este é um traço da minha personalidade que demonstra minha preferência e escolha pela comunicação”.



Mas a vida de Joyce teve outras facetas: aos 17 anos, por exemplo, ela deu os primeiros passos na carreira de modelo. “Eu cresci na era das supermodelos e gostava demais de vê-las, de me inspirar, e como a beleza negra sempre foi muito distante do que é considerado efetivamente belo, isto despertava ainda mais meu interesse por fazer desfiles e campanhas”, observa se referindo aos anos da sua adolescência vivida na década de noventa.

É importante destacar que Joyce Ribeiro é embaixadora da Plan International (ONG que atua na defesa do direito de crianças e meninas em

situação de vulnerabilidade) e no ano de 2022, ela foi mediadora de dois eventos em prol da agenda 227, movimento criado por organizações da sociedade civil que decidiram unir capacidades de mobilização social e comunicação, conhecimento e influência, para garantir que crianças e adolescentes estejam no centro do próximo debate eleitoral brasileiro.

Em 2022, Joyce Ribeiro também enfrentou um dos episódios mais difíceis da sua jornada profissional: durante matéria na qual um dos entrevistados _ um operador do Direito_ falou sobre as possíveis consequências legais que os pais poderiam vivenciar caso não vacinassem os seus filhos menores de idade contra a COVID-19; a jornalista sofreu um verdadeiro ataque em suas redes sociais. Diversos haters, sistematicamente, passaram a ofender a âncora do Jornal da Tarde, desconsiderando que no exercício da sua atividade como apresentadora, Joyce não emite opiniões e, sim, estimula o diálogo e propicia que o entrevistado exerça a sua liberdade de expressão, ou seja, atua como mediadora. Este episódio fez com que a jornalista sofresse ataques por vários dias em seus perfis nas redes sociais, com ofensas direcionadas para a pessoa física e não para a figura pública.

Inclusive, ocorreram insultos à sua maternidade e outras áreas de sua vida privada. Os haters passaram a atribuir as opiniões do entrevistado para Joyce e, ainda, distorceram muitas das opiniões do jurista. Este foi um pesadelo que durou dias e dias. Os perfis de outras pessoas que tinham fotos com a apresentadora também receberam ‘avalanches’ de comentários com xingamentos oriundos de perfis, em sua maioria, sem postagens e seguidores, que aumentavam de maneira vertiginosa.

As pessoas que fazem parte da rede de contatos da apresentadora, bem como amigos e familiares, enviaram mensagens via whats app para entender o que estava acontecendo e o que significavam as acusações.

Por este e outros motivos, conversamos com esta jornalista icônica para falar sobre o Dia da Imprensa.



Confira a entrevista:

RC: Quais os impactos da revolução digital na comunicação?

Joyce Ribeiro _ Vivemos esta transição e esta movimentação do digital na comunicação. Neste processo, ao mesmo tempo em que praticamos, descobrimos os desafios no dia a dia. As mudanças são extremamente rápidas e sentimos os resultados em tempo real. É, literalmente, entrar no jogo em andamento, esta inovação é permanente. O importante é preservar os pilares que fundamentam o jornalismo: o respeito às fontes e aos leitores que consomem a informação.

RC: Ainda sobre os impactos causados pela pandemia, como esta 'fase' influenciou a comunicação? Em outras pandemias históricas, nas quais nações inteiras foram extintas, como a ausência da comunicação foi decisiva no contexto do descontrole em relação à propagação da doença?

Joyce Ribeiro _ Tínhamos o desafio de fazer o jornal e a reportagem à distância, de maneira remota, apurando tudo a partir do estúdio e não nas ruas. As redações vazias, uma circulação comprometida, pouquíssimas pessoas nas redações. Na TV inteira, apenas o setor de jornalismo continuou funcionando, os outros departamentos e produções tiveram as atividades interrompidas. Tivemos que inovar e incorporar um novo jeito de fazer para continuar produzindo jornalismo, entendendo que precisávamos produzir a informação. Eu e meus colegas ficávamos orgulhosos de continuar informando em um momento tão adverso.

Ao mesmo tempo, éramos desafiados constantemente, porque fazer reportagem sem ir ao local onde a notícia acontecia, diante do *lockdown*, era bem complexo.



RC: Estes dois fatos históricos (pandemia/ revolução digital) contribuíram ou comprometeram a liberdade de imprensa?

Joyce Ribeiro_ Eu entendo tudo traz amadurecimento e ajudam a avançar na busca de novas formas de produzir notícias e divulgar informações, apesar dos desafios e imposições da pandemia. Tivemos que lidar com muita dor, muita incerteza durante a pandemia. Eu e meus colegas de redação tínhamos medo de voltar para casa, por exemplo, porque todos os nossos familiares estavam cumprindo o isolamento e nós, profissionais de imprensa, não tínhamos a possibilidade de não sair de casa e ainda corríamos o risco de levar o vírus para casa. Ser o porta-voz em um momento tão difícil, apenas para dar notícias negativas, afetava a nós, jornalistas, também.

Ter um encontro diário para divulgar uma listagem crescente de óbitos foi muito difícil. Humanizar esta comunicação e ter empatia, é um desafio.

Entender que somos pessoas, falando de pessoas para outras pessoas que estão separadas por uma tela, mas que somos todos humanos.



RC: A vigésima edição do levantamento da Organização 'Repórteres Sem Fronteiras' apontou o crescimento do discurso anti-imprensa, do assédio on-line e das campanhas de difamação e intimidação, especialmente contra as mulheres. Como você avalia este apontamento?

Joyce Ribeiro _ Quem faz parte da imprensa, sabe que este dado faz parte da nossa rotina diária e retrata o nosso cotidiano nos últimos anos. É um fato. Infelizmente, este comportamento de ataque à imprensa está ganhando corpo. O entendimento de que a imprensa é um inimigo a ser atacado. Toda sociedade, que tem o direito de ser informada, precisa estar atenta e entender o quanto este pensamento e comportamento é nocivo para todos, não apenas para os jornalistas.

RC: Apesar da posição do Brasil neste ranking não ser boa, você manteria a sua escolha? Teria coragem de ser jornalista em outros países, por exemplo, em países governados por ditadores, onde a perseguição à imprensa e a censura são ainda mais intensos?

Joyce Ribeiro _ A minha escolha eu valido em todos os momentos e circunstâncias. Mesmo ciente de que há lugares no mundo onde a perseguição e o ataque aos jornalistas é ainda mais intenso. Nestes países, o trabalho da imprensa se faz ainda mais necessário. Não é uma questão em discussão, vamos continuar exercendo o nosso ofício de comunicar: "uma vez repórter, sempre repórter", apesar dos receios.

RC: No contexto já discutido, como você entende a questão da não obrigatoriedade do diploma no Brasil?

Joyce Ribeiro _ Precisamos de profissionais gabaritados para lidar com a informação de forma técnica. A informação não é uma ferramenta que pode ser trabalhada de forma despreziosa, sem a responsabilidade e as técnicas que aprendemos no banco da faculdade. Lidamos com muitas adversidades oriundas deste tratamento não profissional que se distancia da técnica. A minha atuação e incentivo vai continuar sendo pela academia.



RC: E a experiência de trabalhar para uma empresa do setor público? Como tem sido?

Joyce Ribeiro_ É minha primeira experiência em empresas do setor público. Contudo, quero destacar que é uma experiência muito similar a tudo que já fiz na minha carreira como jornalista. Este olhar de quem está de fora, que imagina que por ser uma empresa estatal muda tudo, não é real. É produção de jornalismo com o melhor olhar. Quando eu trabalhava para outra emissora, o SBT(Sistema Brasileiro de Televisão), me perguntavam se tinha muita interferência da chefia, se já tinha sido tolhida por ser uma empresa familiar. Mas isso nunca aconteceu comigo. A vivência do jornalismo ético tem prevalecido em todas as minhas experiências profissionais, mesmo em um veículo estatal. O rigor é ainda mais presente, já que a visão de quem está do outro lado exige de nós esta criticidade. Entregar um jornalismo de utilidade pública, manter a prestação de serviço, o respeito, a checagem, as fontes, para quem consome a notícia, este é o nosso dever. É ruim pensar que no imaginário geral, não cumprimos a obrigação que cabe a todo jornalista: o que atua em instituições privadas, do terceiro setor ou públicas.

RC Como foi conduzir um debate presidencial?

Joyce Ribeiro_ Foi a experiência que mais me tocou durante todos estes anos, um lugar de responsabilidade, de visibilidade ampliada, e que me fez entender o que eu representava: todas as profissionais que vieram antes de mim, que também faziam um trabalho brilhante. Foi um momento que marcou a minha carreira, sobretudo, no momento que vivíamos, de muita polarização e acirramento político.

RC_ Há uma associação entre a polarização vivida no Brasil e a liberdade de imprensa, como você relaciona estes dois aspectos?

Joyce Ribeiro_ A polarização é uma realidade, estamos neste ambiente polarizado. Nós, da imprensa, temos como ofício observar todos e dar voz para todos. Temos esta missão: levar para quem consome notícias, todas as possibilidades, todos estes agentes precisam ter a oportunidade de se manifestar, mesmo neste ambiente polarizado, inclusive, as outras vozes excluídas do debate. Sem direcionamentos tendenciosos de nenhuma das partes. Este é o desafio: dar voz sem se deixar pressionar por tendências. A liberdade de expressão está relacionada a não praticar equívocos, a deixar o público acessar a informação e, assim, construir suas próprias análises.



RC: O entendimento de que para conferir se uma notícia é *fake* ou não, é necessário recorrer sempre à grande imprensa, não seria uma ameaça à liberdade de imprensa, sobretudo, se pensarmos nas mídias independentes?

Joyce Ribeiro_ Não vejo como ameaça.. é um pensamento atrelado a ideia de que a grande imprensa tem compromisso com a credibilidade.... Mas, certamente devemos ter os olhos abertos para todos os veículos, todos devem ser sempre observados de forma crítica e não passiva. Há uma dificuldade, neste momento, do público leitor conseguir entender e captar aquilo que faz o jornalismo ser realmente sério ou duvidoso. A imprensa tenta orientar o público leitor de que ele também é parte importante neste processo. Precisamos duvidar cada vez mais, estar cada vez mais atentos, lembrar do que não foi feito da maneira correta e de um veículo que comete um grande erro na prática jornalística séria, pois quem consome a notícia, precisa discernir se foi um momento, ou uma tendência que se repete sempre; uma propagação organizada de notícias mentirosas, se este meio merece a confiança, se tem uma prática jornalística correta ou tendências oportunistas, independente do viés.



RC: Por que você escolheu o jornalismo?

Joyce Ribeiro_ Eu nasci nos anos 1980 e fui adolescente nos anos 1990, ou seja, eu não era representada de forma positiva na televisão. O meu imaginário foi construído de forma muito negativa, se eu for considerar o que via na televisão. A possibilidade de conseguir realizar o meu sonho e estar na televisão de uma forma positiva era um desafio sem tamanho. Eu fui levada por tudo isso, o desafio do momento em que cresci e vivia, e as habilidades comunicacionais que eu entendia ter. Tive poucas referências, se considerar profissionais que pareciam comigo, mas, com certeza, devo citar: Glória Maria (ter a presença dela no vídeo era incrível), Dulcinéia Novaes, Zileide Silva, Ana Paula Padrão, Sandra Annenberg e Fátima Bernardes.

RC: Como a mulher está situada neste mercado?

Joyce Ribeiro_ Ainda não da maneira como gostaríamos. Temos muito a comemorar nesta evolução, conquistamos muito, avançamos muito, mas tem muito a ser feito. Vemos modelos que se repetem, de redações com muitas mulheres, chefiadas por um homem. Tive, em alguns momentos, chefias femininas, mas ainda é exceção. A chefia de redação ainda é um espaço masculino. Estamos em luta contínua pela abertura do pensamento. Este é um caminho a ser trilhado, assim como a inserção de negros, pessoas com deficiência, diversidade etária, ou seja, espaço para o idoso e o jovem. A ideia é falar de inserção. Uma redação com pensamento único não irá expressar o todo.

RC: Há uma tendência maior da jornalista mulher virar notícia, seja pela roupa, cabelo ou pelo desentendimento com a colega de redação ou bancada?

Joyce Ribeiro_ Este é, sem dúvida, o retrato de um olhar machista da nossa sociedade que também pousa sobre as mulheres que estão na televisão ou em outros meios de comunicação. Lutamos contra este padrão que impõe para a mulher, a competição e a rivalidade em todos os segmentos. A imposição também é estética, o que vestimos não altera a notícia ou a nossa competência, seja qual for a nossa área de atuação profissional. Mas, sim, já presenciamos momentos em que a notícia foi o cabelo da jornalista durante a apresentação e o fato noticiado virou algo secundário. A mulher ainda precisa conquistar esta liberdade que os homens usufruem: o homem veste uma camisa qualquer e tudo bem. É muita pressão sobre as mulheres, muito machismo. A minha geração já tem outro entendimento e posicionamento, principalmente, no que tange à nossa profissão, não se trata de uma entrega de beleza e, sim, de uma entrega profissional. É uma construção que irá acontecer com o tempo, de que somos mais do que isso.

RC: Qual mensagem você deixa para as pessoas que te enxergam como uma referência de mulher que está ‘no poder’, afinal, a imprensa ainda é o “quarto poder”, não?

Joyce Ribeiro _ Este é um lugar que me deixa emocionada, sobretudo, quando me lembro do começo. Considero que a pandemia e a revolução digital representam novas possibilidades. da minha carreira, das tantas dificuldades que me fizeram pensar que este lugar de representatividade nunca chegaria.

Diante disso, sou grata às pessoas que me interpretam desta forma e acham que eu cheguei neste lugar. A minha mensagem é: insistência, o acreditar que a gente pode continuar é um triunfo. O acreditar que se não deu certo aqui, irá dar certo lá. Existem momentos nos quais é difícil olhar adiante, mas parar nunca deve ser uma opção.



@joyceribeirooficial



www.joyceribeiro.com.br

COLUNA MULHERES PELO MUNDO COM CATARINA

POR CATARINA COELHO



O MILAGRE DA EXCELÊNCIA

Susana Torres, a maior Coach de alta performance de Portugal, lançou, no último dia 21, no palco do Altice Arena, cassino de Lisboa, seu livro 'O milagre da Excelência'. Vale destaque para a foto de capa feita pela fotografa Ivy Jannibelli.

[@SUSANATORRESOFICIAL](#)



FOTOGRAFIA E CURA

Adriana, reconhecida pelos trabalhos de cura do feminino através de suas lentes, discute o empoderamento de mulheres em todas as idades e levanta a voz: "Minha fotografia é feita para contar histórias com alma".

[@ADRIANAPHOTOGRAFIA](#)



VERSATILIDADE COM ESTILO

A influenciadora e consultora de estilo, Vanessa Reis Araujo, lançou, no último dia 28 de maio, a sua coleção de bolsas "Bag Nessa" em parceria com a Lukey Bags no shopping Leblon.

[@NESSAREISARAUJO](#)

CULTURA BRASILEIRA EM PORTUGAL

O Bossa Market estará de volta entre os dias 03 à 05 de Junho no espaço da Fiartil em Cascais e mais uma vez quem comanda esse grandioso evento é a produtora de eventos Fabiana Barcellos.

[@FABIBARCELLOS](#)



COLUNA MULHERES PELO MUNDO COM CATARINA

POR CATARINA COELHO



AUTENTICIDADE QUE REPRESENTA

A psicóloga, influenciadora digital, apresentadora de TV e também capa da Forbes Under 30, Lorraine Silva, tem ganhado cada vez mais destaque com seu humor inteligente e representatividade.

@_PEQUENALO



FOTOGRAFIA E LIVROS

A fotógrafa paulista, Natália Damasceno Amorim, 27, vê seu trabalho como forma de expressão através de suas fotografias. No podcast "Entrelinhas Podcast", no qual está à frente, conversa sobre livros com uma amiga.

@NAMORIM



SOMOS F*Das

Susanne, coautora do livro "Somos F*das", recebeu destaque no Jornal Alemão, "Goslarsche Zeitung", por sua participação no projeto literário conduzido pela Rede Conexão Mulher. Na publicação, ela contou como foi a experiência de participar de um projeto grandioso, com lançamentos no Brasil e Portugal.

@AGEINGRACE

PELE SUBLIME É SUCESSO

Uma das maiores maquiadoras da Europa, Lisa Marie, residente em Luxemburgo, estará no Porto, no dia 05 de junho, para ministrar a sua técnica exclusiva 'Pele Sublime'. O evento contará com a participação de influenciadoras e várias profissionais do setor.



@LISA.MARIE_MAKEUP

ALICE GUACERONI



CARINHO, ACOMPANHAMENTO E CONFIANÇA

Características da MB Seguros que fazem toda diferença na hora de fidelizar clientes e manter-se no mercado

Que os seguros fazem parte da cartela de serviços que contratamos mas que nunca desejamos utilizar, isso é fato. Porém, tão importante quanto ter esse serviço à disposição, é poder contar com profissionais qualificados e dispostos a ajudar o cliente na hora que ele mais precisa.

Há mais de 10 anos no mercado, a MB Seguros surgiu com objetivo de atender segurados para além da venda de apólices, mas oferecer também uma consultoria especializada no pós-venda. Idealizada pela empresária Alice Guaceroni e pelo marido, Marrisson Villar, o maior diferencial da MB Seguros é identificar o que cada cliente necessita, independente do ramo de seguro que deseja.

RC: Como surgiu a MB Seguros?

A MB Seguros surgiu em Junho de 2011 com a proposta de atender o cliente de forma diferenciada e que fosse além de uma simples venda de apólice de seguros, mas que atuasse por meio de consultoria, com profissionais especializados em cada tipo de seguro, tanto no pré quanto no pós-venda, a fim de acompanhar segurados.

RC: Como você e seu marido Marrisson Villar conduzem o negócio?

Enquanto lidero a MB Seguros e fico por conta da parte de divulgação da empresa, o Marrisson atua no setor comercial e no pós vendas, bem como na regulagem de sinistro, identificando o que é melhor para o cliente no momento do ocorrido até a troca e recuperação do bem.



RC: Afinal, qual é o papel do corretor de seguros, além das vendas que realiza?

O corretor de seguros auxilia nas vendas, ou seja, apresenta o que é melhor para o cliente no que tange aos benefícios de cada seguradora, orienta sobre seguros adicionais como, por exemplo, além do seguro de veículo, porque não adquirir o seguro residencial, empresarial, entre outros. Ajudar os segurados durante as ocorrências, sinistros e encontrar um novo seguro ao trocar de bem também é papel do corretor de seguros.

RC: Por que é tão importante ter um seguro atualmente?

Quando falamos em veículo, estatisticamente, 70% da frota brasileira não possui seguro ou proteção veicular. Agora, imagine você, dono de um veículo avaliado em 100 mil reais e que,

provavelmente, demorou anos para adquiri-lo, ter seu veículo danificado por outro automóvel que faça parte desses 70% não segurados. É bem provável que os custos desse prejuízo fiquem com você. Por isso, o seguro é tão importante para arcar com perdas inesperadas.

RC: A transparência na condução dos negócios da MB Seguros é essencial, como manter essa relação de confiança entre o cliente, principalmente, na hora de vender apólices?

Não vendendo produtos apenas por vender. O nosso diferencial é identificar a necessidade do cliente, independente do ramo de seguro que ele deseja, trazendo, especificamente, os itens que ele precisa encontrar em sua apólice e de acordo com o seu perfil.

RC: Como é feito o acompanhamento dos clientes no pós venda?

O acompanhamento do cliente é diário e acontece por meio de esclarecimento de dúvidas, solicitação de boletos, orientações sobre assistência 24 horas e pequenos reparos. Lembrar nossos clientes sobre o vencimento de boletos é também uma forma de acompanhá-los no pós-venda, mesmo porque, não queremos que eles percam benefícios conquistados por terem suas apólices canceladas. Mais do que facilitar a vida de nossos clientes, recordando os benefícios de cada um, fidelizamos e criamos amizades.

RC: Com tantos golpes, como a MB atua para gerar confiança?

A MB SEGUROS, é uma empresa que vem há alguns anos trabalhando por indicação e oferecendo a melhor qualidade para cada perfil.



Nosso diferencial é o corpo a corpo e o dia a dia com nossos clientes. A facilidade de contato e a destreza de várias opções de seguros no mesmo CPF, traz a fidelidade de ambas as partes.

RC: A pandemia mudou a visão sobre vários mercados, o que mudou no negócio de vocês?

Como prestadores de serviço, a pandemia significou mais especializações em alguns segmentos não antes tão procurados, mais estudos e mais aprendizados sobre como atender o cliente na situação do novo normal. Da parte do cliente, a pandemia resultou em uma procura maior sobre o que é realmente necessário para o cuidado pessoal e familiar.

RC: Agora que vivemos em um momento de retomada da economia, o que ficou de aprendizado?

Antes da pandemia, as pessoas imaginavam que o seguro servia apenas para proteger seus veículos. Agora, pós-pandemia, nota-se a importância de adquirir também um seguro de vida, plano de saúde, seguro residencial, entre outros. As pessoas enxergaram que ter um consórcio e pagar taxas mais atrativas são, na verdade, investimentos futuros.



O PODER DA COMUNICAÇÃO

POR NORMA ACQUAVIVA



Em qualquer tipo de relação que se cria ou que se mantém com o outro, a comunicação é extremamente essencial. A comunicação é um processo pelo qual trocamos informações, partilhamos nossos pensamentos, nossas ideias e emoções.

A comunicação, na verdade, é a base para um bom entendimento. Nosso processo de comunicação começa desde a hora que nascemos. Quando bebês, a nossa comunicação com quem possa estar cuidando de nós é através do choro que se manifesta na forma de manha, afeto ou de dor.

Desde pequenos, percebemos a importância da comunicação no ambiente familiar e social. Mais tarde, no campo profissional é onde percebemos o quanto é fundamental exercer uma boa comunicação, a fim de facilitar o desenvolvimento das relações humanas. Uma boa comunicação não se restringe a uma linguagem formada por palavras bonitas ou sofisticadas, e sim em fazer com que as pessoas entendam o que você deseja dizer de forma eficaz. Ter ideias claras, com foco e objetivo são aspectos importantes a serem observados no decorrer do discurso. A linguagem não verbal também é extremamente importante, afinal não adianta utilizarmos palavras simpáticas se a postura, muitas vezes agressiva, não é coerente ao que está se dizendo.

A minha forma de comunicação é muito ampla porque utilizo também a astrologia, que traz símbolos astrológicos, planetas e signos que são sinais de uma tradução comportamental. Astrologicamente, o ano de 2022 é regido por Mercúrio, o planeta da comunicação, esse é, portanto, o ano da aprendizagem, do ensino. É o ano de partilhar conhecimentos, negócios, conexões e, lógico, não podemos esquecer que este é o ano da escrita.

Ainda falando de comunicação, o mais importante de todos os tipos de comunicação é a comunicação de você com você mesma. Você tem conseguido colocar para fora as coisas que você deseja? Como anda o seu autoconhecimento? Onde está, no seu mapa astral, o planeta Mercúrio?

Ao sermos influenciados pela energia mercuriana, somos ajudados a expressar a nossa verdade e compreender as situações de várias maneiras, ampliando o nosso conhecimento por meio de leituras, trocas de ideias, bate-papos e rodas de conversa. Já para pessoas com dificuldades no processo de comunicação, 2022 é excelente para desenvolver tais habilidades. Este ano é, sem dúvida, muito favorável para se ganhar uma perspectiva mais racional e prática das coisas.

A influência de Mercúrio nos ajuda muito a melhorar nossa comunicação interna e, com isso, nos auxilia a superar limites, destravar obstáculos, além de facilitar a solução de adversidades. Em contrapartida, este é um ano de muita instabilidade para quem não se comunica da forma correta, por isso é extremamente necessário trabalharmos o autoconhecimento, a fim de verbalizar verdadeiramente aquilo que se deseja.

2022 é um ano que vai trazer bastante reformulação na sua vida, onde, de fato, seus valores vão aparecer e a sua assinatura, definitivamente, vai ser realizada de maneira ímpar. Só depende de você ser valorizada ou não. Melhore a sua comunicação, o seu autoconhecimento.



VAMOS APRENDER A NOS COMUNICAR DE TODAS AS FORMAS, VERBAL OU NÃO VERBAL. BORA SER FELIZ!

oasis

SOCIAL MEDIA - NETWORK TV

PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

- Eventos
- Casamentos
- Produções
- Conteúdos
- Streaming
- Video clips
- Vídeo
- Fotografia
- E muito mais...



www.oasistv.pt

+351 910 941 064
+351 919 826 586

**A MB SEGUROS CRIA SOLUÇÕES
PARA ENCANTAR NOSSOS
CLIENTES!**

MB
SEGUROS
Auto Vida Empresarial Condomínio

QUEM É VOCÊ DEPOIS DA MATERNIDADE?

POR ANA LOPES



Muitas mulheres esquecem de si mesmas nos primeiros anos após a maternidade. Grande parte delas não conta com rede de apoio e mesmo quando tentamos manter alguns hábitos como a vaidade, vida social e tempo para nós mesmas; o cansaço e a sobrecarga natural que nos acomete enquanto somos multifunções, vence.

Não há demérito em mudar o estilo de vida, abandonar velhos hábitos e hobbies, mesmo que por um tempo. A maternidade nos modifica, nos transforma por inteiro e ao mesmo tempo em que queremos voltar a vida de antes, também sabemos que não somos capazes de abrir mão do que o status mãe nos trouxe.



**VIDA DE MÃE É UM CAMINHO CERCADO DE FLORES E
ESPINHOS, MAS É DURANTE A JORNADA QUE NOS
TRANSFORMAMOS NA NOSSA MELHOR VERSÃO.**

O medo e a insegurança de não conseguir voltar ao mercado de trabalho ainda tão patriarcal, onde a mulher pode ter sua competência colocada em xeque porque o cargo pede “disponibilidade para viagens” e uma mãe, a depender da idade do filho não terá; dá lugar a força e determinação de quem não aceita ser preterida porque escolheu ser mãe e muito mais.

Não estou aqui querendo levantar a bandeira de supermãe-esposa-mulher-profissional-amiga-filha-dona de casa, afinal, podemos conseguir ser e fazer um pouco de tudo; mas já estamos cansadas de pagar o preço.

Culturalmente, ser multifunção não gera tanta empatia e quem vê uma mulher que vai à luta diariamente em busca do seu propósito de vida, pode achar que a coitada está fazendo das tripas coração e depois que se tornou mãe, está fadada a viver em uma eterna roda dos ratos.

Seja como for, haverá julgamentos. Mas a verdade é que ajustamos as velas, superamos nossos limites diariamente e passamos a reconhecer a força que temos. Depois da maternidade me encontrei em vários sentidos, deixei algumas coisas para trás, mas nunca tive tanta certeza de quem eu sou e aonde quero chegar.

E você, quem é?

SUA

MARCA

ESTÁ FICANDO PARA

TRÁS

CONECTE-SE COM ELES

AGÊNCIA
CONECTA

EXPEDIENTE

MAIZA SILVA - EDITORA RESPONSÁVEL - 21810/MG
MARÍLIA AMARO - DIAGRAMAÇÃO E DESIGN
CATARINA COELHO - RESPONSÁVEL COMERCIAL
NATÁLIA AMORIM - FOTOGRAFA JOYCE RIBEIRO

POLÍTICA EDITORIAL

Empreendedorismo, carreira, finanças, cultura, bem-estar e outros assuntos que fazem parte do universo feminino são abordados em nossa publicação de forma atraente e com objetivo de informar nossas leitoras sobre tudo que acontece no mundo dos negócios.

Nossa abordagem principal é estimular a geração de negócios inovadores, por meio de conteúdos objetivos e cases de sucesso, divulgar profissionais qualificados e comprometidos com o bem-estar e a saúde emocional de mulheres empreendedoras.

A proposta desta edição é comunicar tanto com quem já se posicionou no mercado e encontra-se em estabilidade do SEU negócio, quanto com mulheres que buscam inspiração para começar um novo empreendimento.

Por meio de uma linguagem acessível, a Rede Conexão Mulher promove uma interlocução capaz de transitar por assuntos técnicos, de forma descontraída, acolhedora e curiosa, visto que nosso público se sente confortável e acolhido no propósito de empreender e destacar-se profissionalmente.

ANUNCIE EM NOSSOS PORTAIS



SEGUE NOSSO INSTA



NOSSO SITE



ATENDIMENTO:
+55 21 9.7510-8793
+351 914941235

QUINTA EDIÇÃO 01 DE JUNHO DE 2022

Publicação em homenagem
ao Dia da Imprensa

FALE COM A REVISTA CONECTA

Envie suas dúvidas, sugestões e pautas para: revista@redeconexaomulher.com. Aguardamos seu contato.



GRUPO | REDE CONEXÃO