

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Bacharelado em Relações Públicas

Bianca de Aguiar Kaiber

**DE MULHERES PARA MULHERES: A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO
INSTAGRAM DA NUWA DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**

Porto Alegre

2021

Bianca de Aguiar Kaiber

**DE MULHERES PARA MULHERES: A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO
INSTAGRAM DA NUWA DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de bacharela em
Relações Públicas da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera

Porto Alegre

2021

CIP - Catalogação na Publicação

Kaiber, Bianca de Aguiar

De mulheres para mulheres: a comunicação organizacional no Instagram da Nuwa durante a pandemia de covid-19 / Bianca de Aguiar Kaiber. -- 2021. 137 f.
Orientador: Rudimar Baldissera.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Relações Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2021.

1. Comunicação organizacional. 2. Mulheres. 3. Redes sociais digitais. 4. Comunicação no contexto de pandemia. 5. Identidade. I. Baldissera, Rudimar, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bianca de Aguiar Kaiber

**DE MULHERES PARA MULHERES: A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO
INSTAGRAM DA NUWA DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de bacharela em
Relações Públicas da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera.

Aprovada em:Porto Alegre, 10 de maio de 2021.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Denise Avancini Alves
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof^a. Dr^a. Elisangela Lasta
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, que sonhou comigo, mesmo sem ter certeza de que esse dia seria possível. Ao meu pai, pelo suporte. A minha tia Solange, pelo apoio, e a toda minha família, aqui representada por eles.

Ao meu amigo Pedro, que me apresentou a UFRGS e com quem dividi algumas refeições no RU, e às amigas e amigos que fiz durante a graduação. Obrigada pela companhia nessa jornada!

Ao meu orientador, professor Rudimar, por todo o auxílio e caminhos abertos, pelos elogios nas horas em que mais precisava de motivação e pelas críticas sempre construtivas. Obrigada por ser uma ótima companhia para esta última etapa da minha formação, mesmo no período difícil que estamos vivendo.

À professora Denise e à professora Elisângela, por apreciarem e contribuírem com este trabalho, e aos docentes de RP da Fabico, pela acolhida e ensinamentos do primeiro até o último dia de aula. Vocês todos/as me fizeram não só ter uma profissão, mas vontade de sempre aprender um pouquinho mais e de ser mais humana e atenta em minhas ações.

À Querlei Scremin, minha primeira liderança de Relações Públicas, que me ensinou na prática o que é um trabalho de Comunicação de qualidade e feito com prazer.

À Júlia Aguiar, que colocou a “pitada” de Jornalismo que eu precisava na minha carreira de Relações Públicas, e como liderança, me deu total apoio durante o período de TCC.

A existência e resistência da Universidade Pública, o local que me permitiu ampliar horizontes e ter uma visão de mundo mais múltipla, crítica e social. Sei que ainda preciso me desenvolver muito mais como ser humano, e o farei sempre com base nas vivências que tive aqui.

A Deus.

A utopia está lá no horizonte. Me aproximo dois passos, ela se afasta dois passos. Caminho dez passos, e o horizonte corre dez passos. Por mais que eu caminhe, jamais alcançarei. Para que serve a utopia? Serve para isso: para que eu não deixe de caminhar.

(Eduardo Galeano)

RESUMO

O trabalho busca examinar a comunicação organizacional da 'Nuwa – Conteúdo e Comunidade', uma empresa com serviços oferecidos exclusivamente para mulheres e gerida por mulheres, a partir da análise das publicações que ela desenvolve e publica no Instagram, considerando de que forma, que conteúdos e perspectivas aborda, tendo em conta o contexto de pandemia de covid-19. O estudo foi realizado segundo os procedimentos metodológicos da análise de conteúdo, com base em Bardin (2016) e Fonseca (2006), abrangendo 150 publicações da Nuwa, publicadas no seu perfil no Instagram entre 17 de março de 2020 e 17 de março de 2021. Como complemento à análise, seis comentários de seguidoras foram avaliados, com a técnica de análise e interpretação proposta por Gil (2008). Foi possível identificar que a comunicação feita pela Nuwa no Instagram tem foco e coerência com os propósitos a que se propõe: criar e fomentar redes e comunidades de mulheres e auxiliar no seu desenvolvimento pessoal e profissional, abordando desde questões profissionais até temas como bem-estar, com foco na saúde mental e na diminuição da autocobrança, tendo em vista o contexto de pandemia. Consideramos que a organização é coesa e desenvolve bem a comunicação focada no público feminino, mas pode se aprofundar ainda mais em temas como a habilidade de liderança. Sobre as respostas das seguidoras, percebemos forte identificação com os conteúdos publicados pela Nuwa.

Palavras-chave: Comunicação organizacional. Redes sociais digitais. Mulheres. Comunicação no contexto de pandemia. Identidade.

ABSTRACT

This study aimed to examine the organizational communication of 'Nuwa - Content & Community', a business with services offered exclusively for women and managed by women, based on the analysis of the publications it develops and publishes on Instagram, and considering how, what content and perspective are adopted, in view of the context of the covid-19 pandemic. The study was based on Bardin (2016) and Fonseca (2006) methodological procedures of content analysis, covering 150 posts published between March 17, 2020 and March 17, 2021 on Instagram. As a complement to the analysis, six comments from followers were evaluated, with the analysis and interpretation technique proposed by Gil (2008). Thereby, it was possible to identify that the communication developed by Nuwa on Instagram has focus and coherence with the purposes that it proposes: to create and foster networks and communities of women and assist in their personal and professional development, addressing from professional issues to topics such as well-being, focusing on mental health and reducing self-demand considering the context of a pandemic. We believe that the organization is cohesive and develops communication well focused on the female audience, but can go even deeper into issues such as leadership skills. About the responses of the followers, a strong identification with the contents published by Nuwa was identified.

Keywords: Organizational communication. Social networks. Women. Communication in the pandemic context. Identity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – recepção do <i>coworking</i> da Nuwa.	50
Figura 2 – <i>story</i> sobre o fechamento do <i>coworking</i> da Nuwa.....	51
Figura 3 – página da Nuwa no LinkedIn.....	52
Figura 4 – página da Nuwa no Instagram.	53
Figura 5 – página da Nuwa no Facebook.....	54
Figura 6 – <i>site</i> da Nuwa.	55
Figura 7 – página do <i>podcast</i> da Nuwa no Spotify.	56
Figura 8 – <i>newsletter</i> da Nuwa de 11 de março de 2021.	57
Figura 9 – comentário 1.	77
Figura 10 – comentário 2.	78
Figura 11 – comentário 3.	78
Figura 12 – comentário 4.	79
Figura 13 – comentário 5.	79
Figura 14 – comentário 6.	80
Gráfico 1 – conteúdos veiculados no Instagram da Nuwa.	63
Gráfico 2 – categorias das postagens.	65
Quadro 1 – classificação das postagens.....	65
Quadro 2 – médias de curtidas das postagens.	68
Quadro 3 – comentários das postagens.....	69

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 MULHERES E CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA	15
2.1 IDENTIDADE E IDENTIFICAÇÕES	15
2.2 A IDENTIDADE DA MULHER: FEMINISMO, O MOVIMENTO SOCIAL DAS MULHERES	19
2.3 TORNANDO-SE MULHER (OU DO GÊNERO FEMININO).....	24
2.3.1 A mulher e o mercado de trabalho.....	30
3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, AMBIÊNCIAS DIGITAIS E RELACIONAMENTO	36
3.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	36
3.2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E AMBIÊNCIAS DIGITAIS	40
4 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO <i>ON-LINE</i> COM FOCO NO PÚBLICO FEMININO NO CONTEXTO DE PANDEMIA	48
4.1 SOBRE A NUWA – CONTEÚDO E COMUNIDADE	48
4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	58
4.3 ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DO PERFIL DA NUWA NO INSTAGRAM	63
4.3.1 Comentários de seguidoras da Nuwa.....	77
4.4 A COMUNICAÇÃO DA NUWA NO INSTAGRAM: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ANÁLISES	80
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICE A – TABULAÇÃO DO MATERIAL ANALISADO	97

1 INTRODUÇÃO

Segmentações de público e mercado com foco nas mulheres e em serviços pensados exclusivamente para o público feminino vêm sendo cada vez mais vistas. Desde a autoescola Ella, inaugurada em 1997 em Curitiba, até a Contours, rede de academias criada nos Estados Unidos em 1998, e franquizada no Brasil em 2004, esse nicho vem se expandindo com, por exemplo, *coworkings* exclusivos para elas em diversos países, como o The Wing, nos Estados Unidos, e o Simone, na Rússia. Nessa linha, Porto Alegre foi um dos locais que inaugurou um *coworking* e clube de negócios só para mulheres, no ano de 2018. Na época, o projeto se chamava ‘Nuwa – Content, Community & Workbase’¹, apresentando as três frentes de atuação do negócio.

Dois anos depois, no último mês de 2019, chegavam ao Brasil as primeiras notícias sobre uma epidemia viral respiratória, que ocorria na China, e foi notificada para a Organização Mundial da Saúde (OMS) em 30 de dezembro de 2019. Somente um mês depois, em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou Emergência Internacional por conta da doença. Em 25 de fevereiro de 2020, o primeiro caso foi registrado no Brasil, em São Paulo². A essa altura, a OMS já havia emitido outros alertas sobre a alta taxa de transmissibilidade da doença causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2), a covid-19, causadora de infecções respiratórias, classificando a doença como de risco alto. No Rio Grande do Sul (RS), estado em que se localiza a Nuwa, o primeiro caso foi registrado em 10 de março de 2020³. Ambos os casos citados eram de pessoas que tinham recentemente voltado de viagens da Itália, país que, na época, era o epicentro da doença. Com o vírus presente no RS, em 16 de março de 2020, as primeiras medidas foram tomadas pelo Governo do Estado, como o anúncio da suspensão de aulas na rede pública e de eventos com mais de cem pessoas⁴ e, em 17 de março de 2020, a protocolação de

¹ Neste trabalho, ao citarmos ‘Nuwa – Content, Community & Workbase’ (nome antigo), ‘Nuwa — Conteúdo e Comunidade’ (nome atual), ou somente ‘Nuwa’, estaremos nos referindo a mesma empresa, reduzindo o nome para que a leitura seja mais fluida.

² Ministério da Saúde. **Linha do tempo coronavírus**. Disponível em <<https://coronavirus.saude.gov.br/linha-do-tempo/>>. Acesso em 18 abr. 2021.

³ Secretaria da Saúde do RS. **Confirmado o primeiro caso de novo coronavírus no Rio Grande do Sul**. Disponível em <<https://saude.rs.gov.br/confirmado-o-primeiro-caso-de-novo-coronavirus-no-rio-grande-do-sul/>>. Acesso em 18 abr. 2021.

⁴ Secretaria da Saúde do RS. **Governo anuncia suspensão das aulas da rede estadual a partir da quinta-feira (19/3)**. Disponível em <<https://saude.rs.gov.br/governo-anuncia-suspensao-das-aulas-da-rede-estadual-a-partir-da-quinta-feira-19-3>>. Acesso em 18 abr. 2021.

projetos para ações de controle do novo coronavírus⁵.

Nesta nova dinâmica, buscando evitar a circulação e aglomeração de pessoas em ambientes fechados, o modelo de trabalho remoto, de casa, foi adotado em diversas empresas.⁶ A Nuwa foi uma das organizações que decidiu, em 20 de março de 2020, fechar temporariamente o seu espaço físico, onde funcionava o seu principal serviço, de *coworking*⁷. Nessa nova configuração, o contato passou a se dar muito mais através dos meios digitais, já que muitas pessoas pararam de se encontrar presencialmente por conta da pandemia.

Esse contexto evidenciou a importância do relacionamento nas ambiências digitais entre organizações e seus públicos. E a situação gerada por esse contexto pandêmico também justifica o recorte temporal deste trabalho, que abordará como a Nuwa se comunicou através do Instagram durante o período de pandemia, considerando as temáticas abordadas pela empresa, as dificuldades citadas, as novas configurações de trabalho, e as reflexões sobre bem-estar durante uma crise de saúde publicadas pela Nuwa nesta rede social digital. A empresa tem a característica de não apenas ser voltada exclusivamente para o público feminino, mas também de ser fundada e gerida por duas mulheres, contando com equipes de trabalho e de colaboradoras externas (como palestrantes e convidadas para produção de conteúdo) que também são, exclusivamente, mulheres.

A partir disso, consideramos que cabe analisar – e essa é uma das motivações do estudo – o que mulheres empreendedoras falam para outras mulheres sobre empreendedorismo, carreira profissional, implicações do trabalho na vida pessoal, desenvolvimento pessoal, entre outros temas, buscando compreender como essa comunicação se dá quando as mulheres estão gerindo e ocupando esse lugar discursivo, de produção da informação, e como, a partir de que posicionamento, está se dando a utilização desse espaço – pensando, ainda, nas especificidades do período de pandemia.

Na pesquisa que realizamos nos repositórios digitais Scientific Electronic Library On-line (SciELO), LUME/UFRGS e Portal de Periódicos da CAPES

⁵Secretaria da Saúde do RS. **Governo protocola na Assembleia projetos para ações de controle do coronavírus**. Disponível em <<https://saude.rs.gov.br/governo-protocola-na-assembleia-projetos-para-acoes-de-controle-do-coronavirus>>. Acesso em 18 abr. 2021.

⁶CDL Porto Alegre. **Modelo home office cresce nas empresas com o coronavírus**. Disponível em <<https://cdlpoa.com.br/modelo-home-office-cresce-nas-empresas-com-o-coronavirus/>>. Acesso em 18 abr. 2021.

⁷Instagram. **Nuwa**. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/B99xPcDAIc9/>>. Acesso em 18 abr. 2021.

(Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), a fim de verificar a existência de outros trabalhos abordando temas similares, encontramos poucas produções acadêmicas que abordassem a temática da comunicação focada no público feminino, o que corrobora a pertinência deste estudo, visto que as empresas voltadas exclusivamente para mulheres ainda são muito recentes em termos históricos. No campo da Comunicação Social, encontramos três trabalhos que têm afinidade com o tema deste estudo, abordando a segmentação de público: a monografia 'Comunicação segmentada para o público feminino: um estudo de caso na Marinha do Brasil' (CORDEIRO, 2016); a monografia 'A comunicação do feminino: estudo de caso da empresa Think Eva' (ARAUJO, 2017); e a monografia 'Futebol também é coisa de mulher: planejamento de comunicação para o público feminino do São Paulo Futebol Clube' (SILVA, 2018). Já na área da Administração, os trabalhos abordam mais a segmentação de mercado, como na monografia 'Estratégia de *marketing* de segmentação do mercado bancário com foco no público feminino' (ROTERMUNDO, 2013); na monografia 'Percepção do público feminino de Novo Hamburgo quanto a uma academia de ginástica exclusiva para mulheres' (PAVANI, 2008); e no artigo 'O *marketing* e a segmentação de mercado para o público feminino: planejando a prestação de serviços de uma autoescola' (ANDRINI; GIACOMINI; CASSANDRE, 2020).

Portanto, considerando a busca das Relações Públicas por veicular (oferecer) sentidos que façam com que os públicos, em suas especificidades, se identifiquem com as organizações e construam uma imagem (reputação, fama) desejada por elas, acreditamos que a relevância acadêmica deste trabalho também está em explorar mais, sob a ótica da Comunicação Social, a temática dos negócios exclusivos para mulheres, e de como se dá essa produção de conteúdo com recorte de gênero. Além disso, o trabalho interessa também aos estudos de gênero, pois a decisão de ter uma empresa que atende somente o público feminino, e se comunica prioritariamente com esse público, está estreitamente ligada ao que se convencionou como feminino, a vida da mulher contemporânea e aos padrões de gênero.

A partir do cenário exposto, o presente trabalho busca responder a seguinte pergunta: que comunicação organizacional (como, que conteúdos e perspectivas) a Nuwa – Conteúdo e Comunidade, uma empresa com serviços oferecidos exclusivamente para mulheres, desenvolve no Instagram, considerando o atual contexto de pandemia de covid-19? Nosso objetivo geral é o de verificar que

conteúdos, e sob quais perspectivas, a Nuwa (empresa fundada e gerida por mulheres) veiculou no seu instagram durante a pandemia de covid-19.

A partir disso, os objetivos específicos deste trabalho são: a) identificar quais são as principais temáticas abordadas pela Nuwa na produção de conteúdo focada no público feminino; b) analisar que sentidos sobre vida pessoal e trabalho são acionados/oferecidos nas postagens no Instagram da empresa; c) investigar como o contexto de pandemia é apresentado nas publicações da Nuwa no Instagram.

Para responder à pergunta que guia esta investigação e aos objetivos elencados, além de realizar pesquisa bibliográfica e pesquisa documental (para a construção dos capítulos do aporte teórico, e para a recuperação, a seleção e a organização dos documentos empíricos deste estudo), como procedimento de análise dos materiais adotamos análise de conteúdo (BARDIN, 2016; FONSECA 2006). Dentre outras questões, na fundamentação teórica empregamos publicações sobre identidade da mulher, gênero, comunicação organizacional e ambiências digitais. O *corpus* do estudo consiste em postagens *on-line* no perfil da Nuwa no Instagram durante o período de pandemia, de 17 de março de 2020 (período em que ocorreram as primeiras ações de contenção do novo coronavírus no RS) a 17 de março de 2021 (compreendendo o recorte de um ano).

Em relação a organização, este trabalho é composto de cinco capítulos, sendo que o primeiro deles é o desta introdução. No segundo capítulo, abordamos questões relevantes para a discussão sobre o grupo social das mulheres e sua construção identitária, versando sobre identidade e identificações a partir de Hall (2000; 2005) e Silva (2000); sobre o que se entende por “ser mulher” e sobre o gênero feminino, com aporte de Butler (2000), Louro (1997) e Bourdieu (1995; 2004; 2007); e sobre as ondas do movimento feminista, em especial a quarta onda com a especificidade do ciberativismo, com base nas autoras Rocha (2017), Perez e Ricoldi, (2019) e Franchini (2019), e em Castells (2007).

No terceiro capítulo, tratamos sobre comunicação organizacional, relacionamento com os públicos e ambiências digitais, com foco nas redes sociais *on-line* e seu contexto de utilização nos últimos anos. Inicialmente, apresentamos os conceitos de comunicação a partir de Rizo (2004) e Baldissera (2001), e a concepção de organização baseada em Maximiliano (2000) e Baldissera (2008b). Exploramos as noções de comunicação organizacional das autoras Weber (2009), Kunsch (2017) e Oliveira (2009), e nos aprofundamos na concepção de Baldissera

(2007; 2008a) a respeito do tema, autor que também aborda a identidade organizacional e as noções de “organização comunicada” e “organização comunicante” (BALDISSERA, 2009; 2010) acionadas durante o capítulo. Sobre as ambiências digitais, trazemos dados sobre a utilização das mídias sociais e redes sociais digitais no Brasil, com destaque para o Instagram, e concepções de Barichello e Lasta (2015), Lasta (2017) e Baldissera (2017) relacionadas às ambiências digitais, estratégia e à interação *on-line* no contexto da comunicação organizacional.

No quarto capítulo, tratamos especificamente sobre a produção de conteúdo para o Instagram com foco no público feminino durante o período de pandemia. Iniciamos apresentando mais profundamente a Nuwa, organização responsável pelo material empírico que é objeto deste estudo. Também versamos sobre análise de conteúdo, com base em Bardin (2016) e Fonseca (2006), e sobre o método de análise e interpretação apresentado por Gil (2008), que utilizamos como apoio para uma breve análise complementar de alguns comentários relevantes nas publicações analisadas, que trazem pistas sobre a recepção do conteúdo publicado pela Nuwa pelo seu público no Instagram, e sobre o relacionamento e/ou as conversas que este público potencialmente desenvolve com a marca. Na sequência, após explicitarmos os procedimentos metodológicos, apresentamos os resultados das análises dos materiais empíricos – maior detalhamento dos materiais e análises realizadas estão no apêndice A – Tabulação.

No último capítulo são apresentadas as considerações finais, onde retomamos os objetivos a fim de articulá-los com os conhecimentos e a análise realizada ao longo do desenvolvimento do trabalho. Além disso, apresentamos possíveis continuações da pesquisa, bem como outras abordagens sobre o tema, que poderão ser contempladas em estudos posteriores.

2 MULHERES E CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA

Neste primeiro capítulo teórico discorreremos sobre as noções de identidade e identificação, especialmente a partir das proposições de Hall (2000; 2005) e de Silva (2000). Na sequência, em perspectiva das discussões acerca da representação, dos sentidos, do discurso e das relações de poder que permeiam o que é definido como “ser mulher” e o gênero feminino, nos baseamos em Butler (2000), Louro (1997) e Bourdieu (1995; 2004; 2007). Complementarmente, embasamo-nos em Castells (2007), Rocha (2017), Perez e Ricoldi, (2019) e Franchini (2019) para abordarmos o feminismo e sua onda de ciberativismo, movimento social de protagonismo das mulheres.

Na parte final deste capítulo, para trazermos um panorama das características da vida profissional das mulheres contemporâneas no país, empregamos os estudos de Fraser (2009), Caballero (2016), Félix e Macêdo (2020), Hryniewicz e Vianna (2018) Canabarro e Salvagni (2015) e Abramo (2017), bem como dados de instituições como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

2.1 IDENTIDADE E IDENTIFICAÇÕES

A compreensão de identidade que assumimos neste trabalho é baseada nas proposições de Hall (2000; 2005) e Silva (2000), considerando, também, as reflexões de Mafessoli (2001), especialmente sobre as noções de imaginário e cultura, que nos auxiliam na compreensão de como os sentidos sobre algo ou alguém são construídos e impregnados no coletivo, conforme segue.

Segundo Mafessoli (2001, p. 76), “pode-se falar em “meu” ou “teu” imaginário, mas, quando se examina a situação de quem fala assim, vê-se que o “seu” imaginário corresponde ao imaginário de um grupo no qual se encontra inserido”; logo, o imaginário é sempre de um grupo, esteja ele unido por fazer parte de um mesmo país, de um gênero, um grupo social minorizado, da mesma empresa ou da mesma comunidade. E esse imaginário, sendo parte de uma cultura, estabelece vínculo; traz ao indivíduo a noção de que ele faz parte de algo, de uma comunhão,

de uma tribo, tem uma ligação social. “Partilha-se uma filosofia de vida, uma linguagem, uma atmosfera, uma ideia de mundo, uma visão das coisas, [...]” (MAFESSOLI, 2001, p. 80). Assim, com essa sintonia no modo de pensar, agir ou sentir, há identificação entre o grupo.

Porém, para identificar o que somos (ou de que grupo fazemos parte) não utilizamos só da homogeneidade. Precisamos saber o que não somos. Cada grupo representa o outro, principalmente nos sentidos tradicionais, em que ainda imperam nosso conservado binarismo para ver o mundo, como homem/mulher, velho/jovem, esquerda/direita, estadunidense/latino. Precisamos da alteridade – condição do que é outro, do que é distinto – para compreender a nossa identidade. Segundo Silva (2000), tal necessidade está posta, pois, para saber com o que nos parecemos (ou pensamos parecido, nos identificamos), é necessário saber com o que não nos parecemos, que características não temos, no que não acreditamos, do que não gostamos – tendo em vista sempre que, conforme o pensamento de Mafessoli (2001, p. 80) “Na maior parte do tempo, o imaginário dito individual reflete, no plano sexual, musical, artístico, esportivo, o imaginário de um grupo”. Por isso, para o entendimento da questão da identidade, é importante salientar que

[...] identidade e diferença estão em uma relação de estreita dependência. A forma afirmativa como expressamos a identidade tende a esconder essa relação. Quando digo "sou brasileiro" parece que estou fazendo referência a uma identidade que se esgota em si mesma [...]. Entretanto, eu só preciso fazer essa afirmação porque existem outros seres humanos que não são brasileiros. Em um mundo imaginário totalmente homogêneo, no qual todas as pessoas partilhassem a mesma identidade, as afirmações de identidade não fariam sentido. De certa forma, é exatamente isto que ocorre com nossa identidade de "humanos". É apenas em circunstâncias muito raras e especiais que precisamos afirmar que "somos humanos". A afirmação "sou brasileiro", na verdade, é parte de uma extensa cadeia de "negações", de expressões negativas de identidade, de diferenças. Por trás da afirmação "sou brasileiro" deve-se ler: "não sou argentino", "não sou chinês", "não sou japonês" e assim por diante, numa cadeia, neste caso, quase interminável. [...]. Como ocorre em outros casos, a gramática ajuda, mas também esconde. (SILVA, 2000, p. 74.)

Dessa forma, nossas identidades culturais, nossa sensação de “pertencimento” a uma cultura ou a um grupo social, falam tanto sobre quem somos quanto sobre quem não somos. Cabe aqui ressaltar que, conforme Silva (2000, p. 76), ambas – a identidade e a diferença –, são produções sociais e culturais (são ativamente criadas), “não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto de relações culturais e sociais”, de forma a nos diferenciarmos uns dos

outros.

Posto isto, e adotando o pensamento de que essas identidades são resultado de um processo de produção simbólica e estão no nosso imaginário compartilhado, ou seja, não são inatas ou acabadas e possuem atravessamentos, é necessário discorrermos sobre como os sentidos de identidade acabam sendo melhor situados quando falamos em identificações (HALL, 2005).

Embora vivamos, comumente, imaginando que nossa identidade está unificada e resolvida, existem diversas teorizações e concepções sociológicas sobre a modernidade tardia, incluindo a de Hall (2000; 2005), que trazem argumentos sobre a identidade estar sempre sendo formada, ao longo de toda a vida, a partir de processos que são inconscientes. Essa formação ocorre de maneira que a identidade de alguém nunca está completa, determinada. Assim, segundo o autor, “Embora tenha suas condições determinadas de existência, o que inclui os recursos materiais e simbólicos exigidos para sustentá-la, a identificação é, ao fim e ao cabo, condicional” (HALL, 2000, p. 106).

Ao acionar a noção de “identificação”, de modo particular a partir de Hall (2005), pretendemos enfatizar que o sujeito não tem apenas uma identidade singular que o defina, senão um movimento de identificação com diversas identidades; nem sempre permanentes. Essa identificação com diversas identidades também faz com o que o outro possa nos identificar: ela é mulher, latina, argentina, bissexual, mãe, de classe alta. Logo, não há uma identidade única ou exclusiva que alinhe todas essas identidades, que abranja tudo o que um determinado indivíduo é. Assim, alguém que hoje se identifica como bissexual, pode já ter se identificado como heterossexual anteriormente, por exemplo. Conforme Hall (2005, p.21), “Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma que o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida”, bem como há a possibilidade de alguém ter identidades – ou identificações – contraditórias.

A este ponto, importa destacar que devido ao fato de o termo identidade ainda poder carregar o significado de ser algo fixo e imutável, empregamos o termo identificação, entendido como um processo em desenvolvimento, atentando para a noção de que identidades também não são definitivas, dado que são sempre criadas e recriadas socialmente. Portanto, “em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em

andamento” (HALL, 2005, p. 39).

Cabe ainda trazer a questão da representação, uma vez que, conforme destaca Silva (2000, p. 89) “Para a teoria cultural contemporânea, a identidade e a diferença estão estreitamente associadas a sistemas de representação”. Sobre o tema, o autor elucida que

[...] a representação é um sistema linguístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder. É aqui que a representação se liga à identidade e à diferença. A identidade e a diferença são estreitamente dependentes da representação. É por meio da representação, assim compreendida, que a identidade e a diferença adquirem sentido. É por meio da representação que, por assim dizer, a identidade e a diferença passam a existir. Representar significa, neste caso, dizer: “essa é a identidade”, “a identidade é isso”. É também por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poder.

Sendo assim, a representação é uma forma de atribuição de sentido. São os sistemas de representação que sustentam e suportam a identidade e a diferença. Dessa forma, quando alguém é descrito por outrem, não está sendo feita apenas a descrição daquela pessoa, de forma que este ato aciona diversos sentidos anteriores a ambos, construídos previamente, que são trazidos junto com a descrição escolhida. Conforme Silva (2000, p. 93), “aquilo que dizemos faz parte de uma rede mais ampla de atos linguísticos que, em seu conjunto, contribui para definir ou reforçar a identidade que supostamente apenas estamos descrevendo”. Acontece que, por tanto repetirmos e expressarmos como fato algo que seria uma descrição, aquilo pode realmente se tornar um fato: ao repetirmos diversas vezes que mulheres são mais delicadas e emotivas, ao descrevermos diversas mulheres com essas mesmas características, em algum ponto, já se espera, “naturalmente”, este comportamento das mulheres, por exemplo. Há ainda o processo de “recorte e colagem”, explicado por Silva (2000, p. 95) e que também nos auxilia a entender sobre a representação:

Recorte: retiro a expressão do contexto social mais amplo em que ela foi tantas vezes enunciada. Colagem: insiro-a no novo contexto, no contexto em que ela reaparece sob o disfarce de minha exclusiva opinião, como o resultado de minha exclusiva operação mental. Na verdade, estou apenas “citando”. [...] Minha frase é apenas mais uma ocorrência de uma citação que tem sua origem em um sistema mais amplo de operações de citação, de performatividade e, finalmente, de definição, produção e reforço da identidade cultural. Assim, por exemplo, quando utilizamos uma palavra racista como “negrão” para nos referir a uma pessoa negra do sexo masculino, não estamos simplesmente fazendo uma descrição sobre a cor de uma pessoa. Estamos, na verdade, inserindo-nos em um sistema linguístico mais amplo que contribui para reforçar a negatividade atribuída à identidade “negra”.

Ainda de acordo com o autor, esse processo de “recorte e colagem” ressalta que os enunciados performativos sobre a identidade precisam ser repetidos continuamente para alcançarem eficácia produtiva. Se uma palavra ou expressão (que representa um aspecto da identidade) fosse dita apenas uma vez, não teria um grande efeito. Porém, sendo repetida diversas vezes e, principalmente, podendo ser repetida diversas vezes, essa palavra ou expressão se torna um ato linguístico forte o suficiente para agir no processo de produção da identidade. É por isso que usar expressões pejorativas como mera opinião, descoladas da realidade em que foram produzidas, reforça aspectos negativos da identidade de alguém: não é possível empregar um termo isolado e inseri-lo no seu discurso sem fazer o “recorte e colagem” de todos os sentidos que tal expressão carrega histórica e socialmente. Assim, a repetibilidade é um fator de suma importância pois é ela “que garante a eficácia dos atos performativos que reforçam as identidades existentes” (SILVA, 2000, p. 93). Ao discorrermos sobre a construção das identidades e representações em geral, temos base para buscar compreensões sobre como a identidade feminina foi socialmente fabricada a partir da sua alteridade, o masculino, visando compreender o que constitui a identidade da mulher como a assimilamos hoje.

2.2 A IDENTIDADE DA MULHER: FEMINISMO, O MOVIMENTO SOCIAL DAS MULHERES

Como visto, a identidade é significação atribuída e construída social e culturalmente a partir de estruturas discursivas e narrativas, presente no imaginário coletivo, e não preexiste aos indivíduos, uma vez que são criações do próprio organismo social. Além disso, as noções de identidade e de identificação têm forte ligação com a representação e com as relações de poder.

Partindo desses pressupostos, consideramos que o movimento feminista perpassa a vida de todas as mulheres na contemporaneidade, uma vez que a busca pelos direitos civis das mulheres – como o direito ao voto, ao trabalho, e o direito de possuir propriedades em seu nome – teve início com os pensamentos e manifestações feministas, como o movimento das sufragistas (PEREZ; RICOLDI, 2019), e hoje são uma conquista real. É consenso que o feminismo teve pelo menos

três “ondas”⁸ relevantes e com suas próprias características, e já há aporte teórico para falar sobre uma quarta onda; a que vivemos nos dias de hoje.

A primeira onda feminista ocorreu do fim do século XIX até meados do século XX, impulsionada pelo Iluminismo, quando se abriu um espaço que propiciaria estes pensamentos, com o discurso burguês de igualdade, que ia contra o discurso da nobreza de superioridade. A partir dos ideais da Revolução Francesa, as mulheres também começaram a pensar em si mesmas como sujeitos que mereciam igualdade e liberdade. Refletindo sobre a sua condição dentro da sociedade, as mulheres participaram ativamente da Revolução, lado a lado com os homens. Após a conclusão da Revolução Francesa, direitos foram conquistados – e registrados no documento “Direitos do Homem e do Cidadão” –, mas somente pelos homens, uma vez que as mulheres não eram consideradas sujeito de direito. A partir disto, as mulheres, que também participaram ativamente da Revolução, começam a questionar tais diferenças e a reivindicar os seus direitos, buscando atingir a igualdade de direitos em relação aos homens, de acordo com os princípios da Revolução Francesa (ROCHA, 2017).

Assim, a primeira onda do feminismo buscava direitos básicos, como igualdade de educação, no casamento, e direitos iguais que permitissem à mulher viver também a vida pública, não apenas a privada, em casa. Foi um movimento majoritariamente de mulheres brancas, de classe média, instruídas, que eram subordinadas aos seus maridos e pais. Surgiu também o movimento operário feminista, que tinha reivindicações a respeito das diferenças salariais nas indústrias e dos direitos trabalhistas, levando em conta a questão da classe social e econômica. Nos Estados Unidos, nessa primeira onda do movimento, a reivindicação principal era o direito ao voto, ao mesmo tempo em que ocorria a luta abolicionista. As mulheres pretas estadunidenses, além de lutarem por tais direitos políticos, lutavam por algo ainda mais básico, a abolição da escravidão que as fazia ser propriedade institucional e jurídica, diferente das mulheres brancas – e aqui

⁸ Mulheres se organizaram de diferentes formas e em momentos distintos ao longo da história. Em certas conjunturas há um acúmulo de reivindicações, e consequentes conquistas, as ondas: momentos históricos em que há uma verdadeira “onda” de movimentos organizados que alcançam avanços para a vida das mulheres. Uma onda feminista, então, é uma fase importante de mobilização social e/ou acadêmica que marca a história das mulheres e leva a novas discussões para o debate público, avançando a luta por equidade social, política e cultural das mulheres.

ressaltamos o papel da Sojourner Truth e seu discurso *Ain't I A Woman?*⁹ (FRANCHINI, 2017).

A segunda onda do feminismo se dá no início dos anos 50, questionando o que é “ser mulher” e o que constitui a suposta essência feminina (PEREZ e RICOLDI, 2019). Vêm dessas reflexões obras como *A Mística Feminina*, da estadunidense Betty Friedan, e *O Segundo Sexo*, da francesa Simone de Beauvoir, que versa sobre a condição feminina e afirma que a mulher é definida pelo olhar masculino, não em si mesma, desmontando o determinismo biológico:

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado, que qualificam de feminino. Somente a mediação de outrem pode constituir um indivíduo como um Outro. (BEAUVOIR, 1967, p. 9)

Além disso, a segunda onda foi marcada pela busca do entendimento da sociedade de que o problema privado também é um problema público, uma vez que as opressões sofridas dentro de casa pelas mulheres são muito parecidas entre si, ou seja, provavelmente são derivadas dos modos de vida pública (ROCHA, 2017). Por isso, é preciso mudar a estrutura pública para que haja mudança na vida privada.

Com o fortalecimento das políticas e movimentos identitários pelo mundo, como o movimento negro e o (como era chamado) de Gays, Lésbicas e Simpatizantes (GLS)¹⁰, a terceira onda do movimento feminista, a partir de 1990, é marcada pela ênfase na interseccionalidade, considerando que as mulheres são diversas, portanto, as demandas de cada recorte social também são singulares. Nessa onda, desenvolve-se com maior força e destaque o feminismo negro, e de mulheres lésbicas, bissexuais e transexuais, também com recortes maiores de classe em relação à primeira onda. Uma das principais vozes da terceira onda,

⁹ Abolicionista afro-americana e ativista dos direitos das mulheres. Seu discurso em uma reunião de feministas em Ohio, no ano de 1851, trouxe ideias sobre a incoerência do discurso daqueles que eram contra o movimento por acreditarem que a fraqueza feminina era incompatível com o sufrágio: enquanto as mulheres brancas eram ajudadas para tudo, deveriam ser protegidas ficando dentro do lar pois eram tidas como frágeis, ela realizava trabalhos braçais e não tinha nenhuma proteção — mas como seria isso possível, uma vez que a fragilidade fazia parte da “única” identidade feminina, da “natureza da mulher”, como argumentavam? Por isso, em seu discurso, ela questionou: “e eu, não sou uma mulher?”. Disponível em <youtu.be/QM7DNHjQKnQ>. Acesso em 15 fev. 2021.

¹⁰ Sigla utilizada nos anos 90, posteriormente substituída por LGBTQIA+, a fim de incluir mais orientações sexuais e afetivas, e demais identidades que fazem parte do movimento. O “S” não é mais utilizado pois abarcava qualquer simpatizante da causa, não necessariamente pertencente a comunidade.

Judith Butler, defendeu que as opressões atingem as mulheres de modos diferentes, por isso são necessários recortes sociais, e também se aprofundou na desconstrução das questões de gênero (ROCHA, 2017; PEREZ e RICOLDI, 2019).

Como dito, alguns autores e autoras, dentre eles alguns citados neste trabalho, já tratam do que consideram ser a quarta onda do movimento feminista. Segundo eles e elas, essa atual onda, que vem ocorrendo desde os anos 2000, é marcada pelo ciberativismo nas redes sociais digitais, discussões sobre a pressão estética sofrida pelas mulheres e sua representação na mídia, a organização de coletivos feministas, denúncia de abusos no ambiente acadêmico e de trabalho, protagonismo dos recortes de classe e étnicos, abordagem da liberdade sexual, violência sexual (estupro e outras ações sem consentimento, assédio no transporte público) e busca pelos direitos reprodutivos da mulher (ROCHA, 2017; PEREZ e RICOLDI, 2019).

Em sua pesquisa, Matos (2014) destaca cinco aspectos constitutivos do que considera a quarta onda feminista no Brasil, que reforçam e aprofundam tal conceito: o aprofundamento da concepção de direitos humanos que, pautados a partir do feminismo, se preocupam com gênero, sexo, raça, cor, etnia, classe social e geração, entre outros – é o pensamento feminista engendrado aos direitos humanos; a ampliação das mobilizações sociais e políticas, com manifestações como: a Marcha Mundial das Mulheres; o *sidestreaming* feminista que, nas palavras da autora, é uma perspectiva que além de reforçar a discussão sobre discriminação de gênero, valoriza igualmente o princípio da não-discriminação por qualquer recorte social. Além disso, as mulheres se apresentam como feministas de dentro de outros movimentos sociais que buscam justiça social, tais como sindicatos, ocupações urbanas, e movimentos rurais, ambientais e estudantis; o *mainstreaming* feminista ou, em outras palavras, o destaque e a visibilidade que as políticas para mulheres alcançaram na relação com o Estado, estabelecendo uma reforma das políticas públicas e criando mecanismos institucionais para as demandas das mulheres; e, por fim, a quinta característica é a nova forma teórica de compreensão de fenômenos identitários, mais transversal, interseccional e policêntrica, que se propõe a pensar em micro e macroestratégias de ação articuladas em conjunto com o Estado e a sociedade civil.

Além dessas, a quarta onda tem como característica bastante marcante o ciberativismo (ROCHA, 2017; PEREZ e RICOLDI, 2019), que amplia os espaços de

discussão em torno de reivindicações e temas dos movimentos sociais. A partir dessa potencialização propiciada pelo uso da Internet, os ambientes digitais se tornaram importantes no processo de propagação dos ideais dos movimentos sociais a por meio da autocomunicação de massa¹¹ (CASTELLS, 2013), abrindo um novo espaço, global, para as discussões levantadas por alguns movimentos sociais, principalmente através das redes sociais digitais. Conforme Castells (2013, p. 134), isso é importante pois “O que esses movimentos sociais em rede estão propondo em sua prática é uma nova utopia no cerne da cultura da sociedade em rede: a utopia da autonomia do sujeito em relação às instituições da sociedade”.

Munro (2013) observa que o ciberativismo criou uma cultura de expor e trazer visibilidade para ações de violência que ocorrem no dia a dia, no cinema, na publicidade, na mídia, nomeando e evidenciando tais opressões e suas causas. Reconhecendo que as mulheres são um grupo minorizado política e socialmente, nesses ambientes foi possível falar, potencializar e levar o ativismo sobre temas de interesse do movimento, criando uma comunidade mundial de feministas. Com essa autonomia nas redes sociais digitais, a Internet pôde e pode ser empregada para mobilizar e fazer com que essas reflexões sejam introduzidas na vida cotidiana das pessoas.

Com base no que destacamos até aqui, podemos afirmar que as contribuições do movimento feminista para a vida pública, social e política – e, conseqüentemente, para a identidade das mulheres – foram muitas. Como observou Lélia Gonzalez, mulher negra, professora, historiadora, filósofa e antropóloga brasileira, o movimento feminista foi de suma importância porque

Ao demonstrar, por exemplo, o caráter político do mundo privado, desencadeou todo um debate público em que surgiu a tematização de questões totalmente novas – sexualidade, violência, direitos reprodutivos, etc. – que se revelaram articulados às relações tradicionais de dominação/submissão. [...] O extremismo estabelecido pelo feminismo fez irreversível a busca de um modelo alternativo de sociedade. Graças a sua produção teórica e a sua ação como movimento, o mundo não foi mais o mesmo. (GONZALEZ, 2011, p. 13.)

Como visto, o movimento feminista questionou, em diversos momentos históricos (e permanece questionando), características e representações de uma identidade que já é dada para a mulher antes mesmo de nascer, construída

¹¹ O autor traz o conceito de autocomunicação para explicitar que esta traz autonomia na emissão de mensagens, autonomia na seleção da recepção de mensagens, e autonomia na organização de redes sociais próprias.

previamente a ela como indivíduo – aquilo que a torna socialmente mulher, a performance que é esperada dela. Para aprofundar esse tema, buscamos autores que versam sobre a construção da concepção de identidades de gênero binárias que são, ainda, hegemônicas atualmente: o que constitui o feminino e o masculino e quais as implicações destas identidades de gênero?

2.3 TORNANDO-SE MULHER (OU DO GÊNERO FEMININO)

O conceito de gênero surgiu como oposição ao conceito de sexo, mais precisamente em oposição ao determinismo biológico que o sexo carrega: a biologia determinaria como será a vida social do sujeito, o seu lugar na sociedade. Ou seja, suas vivências e modos de experimentar o mundo seriam determinados “naturalmente” a partir do sexo com que a pessoa nasceu (FIRMINO; PORCHAT, 2017). Assim, os estudos de gênero foram desenvolvidos de modo a confrontar tal determinismo biológico, que ajuda a naturalizar as relações desiguais entre homens e mulheres – afinal, o destino foi naturalmente escolhido, antes mesmo do nascimento: seu sexo, e por consequência, seu modo de ser, de agir e seu espaço na sociedade serão conforme a natureza escolheu. Porém, conforme destacamos, estudiosos e estudiosas como Beauvoir (1967) argumentam contra a ideia de que se nasce com comportamentos que a sociedade atribui a um determinado sexo “embutidos” no sujeito. Eles são aprendidos, naturalizados e valorizados, a fim de produzirem diferença.

Se entendermos o gênero como uma construção cultural, que difere de sexo, um corpo que ao nascer tem vagina ainda não é mulher. Mas justamente nesse *ainda* não haveria um determinismo cultural que diz que quem nascer com vagina *será* uma mulher? Se a biologia não é destino, a cultura o seria? (FIRMINO; PORCHAT, 2017, p. 55; grifos no original)

Para Judith Butler (2003, p. 27), o gênero é performance, performatividade, porém não é só o gênero que é produzido discursivamente, mas também o sexo. Uma vez que “[...] não há como recorrer a um corpo que já não tenha sido sempre interpretado por meio de significados culturais”, os corpos são solicitados a responder a uma identidade de gênero por conta do seu sexo antes mesmo de nascer.

[...] podemos pensar em como o corpo é envolvido pelo discurso desde a concepção: no momento do ultrassom, o enunciado “é uma menina!” ou “é

um menino!” já insere o bebê no discurso cultural sobre o que é ser menino ou menina. Toda uma expectativa social é mobilizada sobre quem aquele sujeito irá desejar, do que irá brincar e de que cores serão suas roupas. Seu corpo está, desde o início, marcado por significados culturais. [...] o sexo é gênero desde o começo. (FIRMINO; PORCHAT, 2017, p. 56)

Assim, pode-se entender que o sexo não é anterior ao gênero, ele também é produzido no âmbito discursivo como uma prática regulatória dos corpos.

A categoria do "sexo" é, desde o início, normativa: ela é aquilo que Foucault chamou de "ideal regulatório". Nesse sentido, pois, o "sexo" não apenas funciona como uma norma, mas é parte de uma prática regulatória que produz os corpos que governa, isto é, toda força regulatória manifesta-se como uma espécie de poder produtivo, o poder de produzir – demarcar, fazer, circular, diferenciar – os corpos que ela controla. (BUTLER, 2000, p. 151)

Para Butler (2003, p. 48), “não há identidade de gênero por trás das expressões do gênero; essa identidade é performativamente constituída, pelas próprias “expressões” tidas como seus resultados” no sentido de que, por exemplo, não há uma identidade feminina anterior ao que expressamos como atos femininos, que seja a substância natural e regular do feminino. Reproduzindo, performando atos continuamente, é que produzimos o gênero. São atuações, gestos, signos corpóreos e outros meios discursivos que sustentam a própria noção do que é o gênero feminino, “uma construção fictícia, produzida pela ordenação compulsória de atributos” (BUTLER, 2003, p. 47).

As performances de gênero são entendidas e identificáveis na imitação, mas não há uma “original” a ser imitada, considerando a estrutura imitativa do gênero, nos termos de Butler. A autora utiliza como exemplo a paródia de gênero que as *drag queens* fazem, que “revela que a identidade original sobre a qual molda-se o gênero é uma imitação sem origem” (BUTLER, 2003, p. 197), uma vez que

[...] ao revelar o caráter da performatividade do gênero em seus atos, gestos e atuações apontam para o fato de que também a mulher dita original tem sua identidade produzida pela repetição estilizada desses mesmos atos, gestos e atuações, considerados em nossa cultura como femininos. Assim, a existência de um “ser” que descontinua a sequência habitual entre sexo anatômico e gênero aponta a descontinuidade que há na aparente unidade e solidez da mulher original: os elementos de sua identidade contínua – sexo e gênero – passam a ser vistos como separados: o sexo não necessariamente determina o gênero e, assim como a *drag* ou a travesti, a mulher “de verdade” precisou tornar-se mulher, em um processo que nada tem de natural e automático. (FIRMINO; PORCHAT, 2017, p. 59)

Conforme as noções expostas, pode-se compreender a identidade de gênero como atos performáticos repetidos, que se pretendem como uma substância original, mas que não têm uma origem “verdadeira” ou primária, uma vez que é a partir da

estilização do corpo e das práticas imitativas que têm como referência outras imitações que reconhecemos as identidades de gênero binárias, como feminina e masculina; estas, por sua vez, formam uma estrutura reguladora do corpo e são naturalizadas e dadas conforme o sexo anatômico. Conforme a autora, a performatividade deve ser compreendida como “a prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que ele nomeia” (BUTLER, 2000, p. 152). Assim, a identidade dada como feminina/masculina é um efeito destes atos performativos, e não a sua causa.

Os estudos de Pierre Bourdieu, que auxiliam na compreensão de diversos processos sociológicos, também contribuem para assimilarmos as questões de gênero. Embora o autor não tenha trabalhado precisamente com o conceito de gênero, o seu pensamento sobre o masculino e o feminino, apresentado em *A dominação masculina*, contribui para este debate, bem como os conceitos de violência simbólica e *habitus* trabalhados por ele.

Bourdieu (2012) investigou, a partir de um estudo etnográfico, como a dominação masculina ocorre a partir de símbolos/signos. O sociólogo buscou compreender o que tem relação com a nossa natureza e o que foi fabricado historicamente, concluindo que há uma estrutura de pensamento fabricada, a qual, em geral, nem sequer questionamos, que explica a violência simbólica da dominação masculina: uma violência que não vemos, mas que está presente de formas impensadas, sutis. E é essa violência simbólica que legitima as práticas. Assim, os significados são incorporados mentalmente como lógicos, naturais, quando na verdade são naturalizados.

Desta forma, Bourdieu (2012) historiciza o que é visto como natural, buscando questionar onde estão e de onde vieram estes princípios; no caso do estudo citado, de onde surgiram os símbolos que dão primazia ao masculino, colocando o homem como medida de tudo. A partir do seu estudo antropológico, o autor percebeu a dicotomia, a organização binária que utilizamos para compreender o mundo. Sobre a dominação masculina, percebeu que o feminino seria a “falta” do masculino, como uma oposição. Pode-se dizer, então, que o feminino é caracterizado por ser o não-masculino – ou, nos termos de Beauvoir (1967, p. 9), “a mulher é o Outro”. Para Bourdieu (1995, p. 156), “Os princípios fundamentais da visão androcêntrica do mundo são naturalizados sob a forma de posições e disposições elementares do corpo que são percebidas como expressões naturais de tendências naturais”.

Retomando a apresentação dos conceitos de Bourdieu (2012) importantes para a compreensão da construção da oposição entre gênero masculino e feminino, a violência simbólica, para o autor, é exercida através do simbolismo da comunicação e do conhecimento, tornando-se uma violência “invisível”, estabelecida em uma relação de submissão da qual o dominado é cúmplice, visto que tal reunião de ideias, por serem compartilhadas por uma maioria em uma sociedade, são assumidas como naturais. Dessa forma, tal poder tem manutenção porque é mascarado nas relações, infiltrado nos pensamentos e visões de mundo. Assim, percebemos a complexidade da dominação masculina, uma vez que ela é reproduzida por uma violência simbólica embutida na linguagem e no pensamento da sociedade:

[...] sempre vi na dominação masculina, e no modo como é imposta e vivenciada, o exemplo por excelência desta submissão paradoxal, resultante daquilo que eu chamo de violência simbólica, violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento. Essa relação social extraordinariamente ordinária oferece também uma ocasião única de apreender a lógica da dominação. (BOURDIEU, 2012, p. 7.)

Outro conceito importante do autor para compreendermos o sistema da dominação masculina é o de *habitus*, um “sistema de disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes” (2007, p. 191). O *habitus* inclui não apenas a expressão do eu e as representações da realidade, mas também o sistema de prática das pessoas, os valores e crenças que transmitem, suas vontades, identificações etc. A função do *habitus* é fazer com que o indivíduo viva em harmonia com a história de sua classe ou grupo social, e essas disposições se refletem na prática objetiva dos sujeitos. É um sistema autorregulado, baseado em princípios de ação implícitos e explícitos. O *habitus*, por fim, pode ser entendido como uma síntese de nosso estilo de vida e gostos, através dos quais apreciamos e atuamos no mundo.

Assim, a partir de seu estudo etnográfico, Bourdieu (2012) compreendeu que os símbolos que denotam futilidade e infantilidade são os símbolos femininos, enquanto os símbolos sóbrios, de força, racionais, são os masculinos. E, assim, como a mulher é simbolizada com menos seriedade, ela é vista com menos

seriedade. Percebemos, então, que os símbolos que acabam por fabricar a mulher como mais frívola estão enraizados na nossa forma de compreender o mundo. Dessa maneira, quando vemos o símbolo, reconhecemos ele. A competência e a razão estão caracterizadas como masculinas, do homem, ou seja, para que alguém seja tido como competente e profissional, deve ter as características que são colocadas como masculinas: liderança, racionalidade. Assim, o que é (dado como) masculino é enobrecido. O (fabricado como) dominante – no caso da relação homem/mulher, o homem –, é universal, e a mulher está na ordem do particular.

Enquanto os homens são criados para serem homens masculinizados, as mulheres são criadas para serem mulheres não-masculinizadas. Se é do homem se impor e liderar, as mulheres não devem se impor, a fim de não serem masculinas. Novamente, o feminino é a falta, é a oposição; logo, se meninos são criados para a razão, para serem seguros de si, líderes, as meninas são criadas de maneira a serem a oposição, ou o “complemento”.

Louro (2000) adota uma concepção de gênero alinhada a de Butler (2000), sustentando que

É necessário demonstrar que não são propriamente as características sexuais, mas é a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico. Para que se compreenda o lugar e as relações de homens e mulheres numa sociedade, importa observar não exatamente seus sexos, mas sim tudo o que socialmente se construiu sobre os sexos. (LOURO, 2000, p. 20)

Assim, a autora busca entender o gênero como constituinte da identidade dos sujeitos, algo que transcende o simples desempenho de um papel. O gênero, tal como a classe social ou a nacionalidade, constitui aquilo que o sujeito é: é mulher, é brasileira; o gênero faz parte do sujeito.

Em suas relações sociais, atravessadas por diferentes discursos, símbolos, representações e práticas, os sujeitos vão se construindo como masculinos ou femininos, arranjando e desarranjando seus lugares sociais, suas disposições, suas formas de ser e estar no mundo. (LOURO, 2000, p. 27)

Silva (2000, p. 81) salienta a disputa de poder que acontece a partir e através da identidade e da diferença, uma vez que são uma relação social e, portanto, estão sujeitas “a vetores de força, a relações de poder. Elas não são simplesmente definidas; elas são impostas. Elas não convivem harmoniosamente, lado a lado, em um campo sem hierarquias; elas são disputadas”. A diferenciação – neste caso, das identidades de gênero – é necessária para demarcar fronteiras, para classificar, para

separar quem somos “nós” e quem são “eles”. A identidade está conectada com relações de poder, e de dominação, como as estudadas por Bourdieu (2012). No caso das identidades de gênero, que apresentam a oposição binária do masculino e do feminino,

[...] um dos termos é sempre privilegiado, recebendo um valor positivo, enquanto o outro recebe uma carga negativa. “Nós” e “eles”, por exemplo, constitui uma típica oposição binária: não é preciso dizer qual termo é, aqui, privilegiado. Normalizar significa eleger - arbitrariamente - uma identidade específica como parâmetro em relação ao qual as outras identidades são avaliadas e hierarquizadas. Normalizar significa atribuir a essa identidade todas as características positivas possíveis, em relação às quais as outras identidades só podem ser avaliadas de forma negativa. A identidade normal é “natural”, desejável, única. A força da identidade normal é tal que ela nem sequer é vista como uma identidade, mas simplesmente como a identidade. (SILVA, 2000, p. 83)

Então, compreendemos que o sexo anatômico não atribui, automática e naturalmente, um gênero ao sujeito. Apesar disso, socialmente, a identidade de gênero está posta para que o sujeito se adapte a sua performance antes mesmo de seu nascimento, assim que o sexo é descoberto. São os próprios atos performativos que reforçam e constituem o que cada gênero é/deve fazer; como o sujeito do gênero feminino ou masculino deve se portar e ocupar o mundo. Sendo identidades, produzem diferença – sou eu porque não sou o outro. Tais diferenças servem, muitas vezes, para justificar a normalização de um dos gêneros, sendo um deles privilegiado, dominador. Nem sempre essa dominação é visível, explícita, pois faz parte de pensamentos enraizados tanto no dominado quanto no dominador, pensamentos estes que são prévios a ambos, presentes na maioria de uma sociedade.

Nesse âmbito, a disputa de poder é constante. As identidades de gênero estão se transformando continuamente, visto que seu processo de constituição é sócio-histórico e acontece incessantemente, repetidamente, e até mesmo as “críticas aos discursos sobre gênero e suas propostas de desconstrução estão construindo gênero” (LOURO, 2000, p. 34). Um dos fatores de transformação para o que entendemos hoje por “ser mulher” passou pela conquista do direito de possuir uma vida pública, ter direitos civis e trabalhar fora de casa. A entrada das mulheres no mercado de trabalho conferiu independência para muitas delas, em relação aos seus pais e maridos, por exemplo. Dada a relevância do tema, no próximo tópico, trazemos um breve histórico, dados e estudos sobre a relação da mulher com o trabalho.

2.3.1 A mulher e o mercado de trabalho

Os estudos de Nancy Fraser (2009), que versam, dentre outros temas, sobre sistema capitalista, reconhecimento, feminismo e justiça, nos auxiliam no resgate da raiz das características e formas de trabalho que foram conferidas às mulheres no nosso sistema econômico atual. Em “O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história”, a autora destaca quatro características definidoras da cultura política do capitalismo organizado pelo Estado, das quais nos interessa, aqui, destacar o androcentrismo¹².

Segundo a autora, a cultura política do capitalismo concebia o tipo ideal de cidadão como “um trabalhador masculino pertencente à maioria étnica – chefe e homem de família” (FRASER, 2009, p. 16). Outro pressuposto, ainda conforme Fraser (2012), é que o salário proveniente do trabalho deste homem fosse o principal meio de subsistência de sua família, se não o único, de forma que qualquer remuneração recebida pela sua esposa fosse somente um complemento. Durante os anos 50 e 60, esse salário de família ideal também ajudou a definir as normas de gênero, reforçando a autoridade masculina:

Por valorizar o trabalho assalariado, a cultura política do capitalismo organizado pelo Estado obscureceu a importância social do trabalho não-assalariado de atenção à família e do trabalho reprodutivo. Institucionalizando compreensões androcêntricas de família e trabalho, naturalizou injustiças de gênero [...]. (FRASER, 2012, p. 16)

As feministas da segunda onda, conforme Fraser (2012), conseguiram localizar a essência androcêntrica na divisão do trabalho e se posicionar contra ela, compreendendo que esse modo de organização desmerecia as atividades realizadas ou mesmo relacionadas às mulheres, sendo estas assalariadas ou não. Elas

[...] descobriram as conexões profundamente estruturais entre a responsabilidade das mulheres à maior parte dos cuidados não remunerados, a subordinação no matrimônio e na vida pessoal, a segmentação de gênero dos mercados de trabalho, a dominação do sistema político pelos homens, e o androcentrismo da provisão do bem-estar social, a política industrial e os esquemas de desenvolvimento. (FRASER, 2012, p. 19)

¹² Termo da antropologia. Se refere a uma visão do mundo centrada no ponto de vista masculino, ou mesmo um sistema, organização, doutrina ou atitude que privilegia o que é masculino.

Assim, foi exposto que o salário familiar idealizado era o ponto onde convergiam “a má distribuição de gênero, a falta de reconhecimento e a falta de representação” (FRASER, 2012, p. 19). Com isso, passou-se a analisar e a criticar a subordinação sistemática das mulheres no sistema capitalista, integrando economia, política e cultura. Em relação ao mundo do trabalho e a sua divisão sexista, o objetivo das feministas da segunda onda era, portanto, descentralizar o trabalho remunerado da figura masculina e buscar o reconhecimento do trabalho doméstico realizado pelas mulheres de forma não remunerada para, assim, “transformar as estruturas profundas do sistema e os valores que o estimulam” (FRASER, 2012, p. 19).

Para Beauvoir (1967), a questão econômica é muito importante, necessária para a afirmação da existência, por isso é necessário que as mulheres estejam no mercado de trabalho: para conquistar relativa autonomia e independência de seus maridos ou de outros homens, adquirindo o seu próprio sustento. Ou seja, segundo a ótica da autora, o trabalho é uma ação e uma condição para mudar a situação da mulher. É por meio dele que, na existência concreta baseada no comportamento individual, o sujeito encontra meios para justificar sua existência. Apresentando o pensamento bourdieusiano, podemos incluir ainda o capital simbólico¹³ à justificação da existência do indivíduo (CABALLERO, 2016).

Segundo Bourdieu (2012), o mercado representaria o espaço público: ali, no “seu” ambiente, homens se encontram e se reconhecem como homens, por cumprirem as exigências dos códigos masculinos para aquele ambiente. Da mesma forma, o lar é a representação do lugar reservado para a prática das ações femininas. Porém, mesmo que as mulheres “migrem” e sejam livres por causa do trabalho, continua sendo trabalho feminino, ou “trabalho de mulher” e, portanto, inferior ao trabalho masculino, uma visão típica da dominação simbólica (CABALLERO, 2016).

Acerca do cenário atual, segundo dados divulgados pelo Sebrae em 2019, em todo o país já são mais de nove milhões de brasileiros registrados como Microempreendedores Individuais (MEI) – a formatação jurídica de quem trabalha por conta própria – e essa é a única atividade para 76% deles (BITTENCOURT, 2019). O Relatório Especial de Empreendedorismo Feminino no Brasil, também

¹³ Em termos de reconhecimento ou de valor social, é o “poder atribuído àqueles que obtiveram reconhecimento suficiente para ter condição de impor o reconhecimento” (BOURDIEU, 2004, p. 166).

divulgado pelo Sebrae em 2019, aponta que 48% dos registros de MEIs são de mulheres (UNIDADE, 2019). Essa categoria pode ter um faturamento anual de até R\$ 81 mil reais.

Outro estudo conduzido pelo Sebrae, divulgado em setembro de 2020, em cooperação com a Fundação Getúlio Vargas, mostra que, desde o início da pandemia, as empreendedoras chegaram a ultrapassar os homens em vários aspectos. De acordo com essa pesquisa, as mulheres não só usam mais a Internet e as redes sociais nos negócios (71% contra 63% deles), mas também têm vantagem nas vendas *on-line* (34% contra 29%) e fizeram mais inovações na oferta de serviços e produtos (11% contra 7%) oferecendo o serviço de entrega em casa com mais frequência (19% contra 14%). Apesar disso, a mesma pesquisa apontou que, embora a queda nas vendas seja generalizada, as mulheres sofreram mais. Do total de mulheres empresárias no país, 78% tiveram impacto negativo na renda. Entre os homens, esse número é um pouco menor: 76% dos empresários declararam que suas vendas diminuiriam (PESQUISA, 2020).

Além disso, empresas lideradas por mulheres faturam 22% a menos que as comandadas por homens, situação que vem se repetindo desde 2015, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, do IBGE. Em 2018, os homens donos de negócio tiveram um rendimento mensal médio de R\$ 2.344, enquanto o rendimento das mulheres ficou em R\$ 1.831 (INSTITUTO, 2018a). Cabe apresentar outro dado: elas acabam dedicando 73% horas semanais a mais do que os homens a cuidados de pessoas ou afazeres domésticos. (PERET, 2019). Ainda segundo o levantamento, há predominância das mulheres que empreendem em casa (35%), em comparação com os homens (29%) (PESQUISA, 2020).

A professora da Faculdade de Economia da Universidade Federal Fluminense Lucilene Morandi (NEIVA, 2021), afirmou que muitas mulheres empreendem por necessidade e precisam enfrentar desafios extras em relação aos homens: têm mais dificuldade de conseguir crédito, culturalmente ocupam posições mais frágeis no mercado e raramente são vistas como empreendedoras. Félix e Macêdo (2020), em seu estudo sobre a inserção da mulher no empreendedorismo, atravessada pela designação de ser chefe de domicílio, corroboram que as dificuldades presentes nesses processos, como problemas de viés familiar, falta de suporte financeiro e preconceitos velados se relacionam com o processo de construção histórico-social

do gênero feminino:

Considerando que apenas a partir da efetivação da Constituição Federal, em 1988, as mulheres puderam prestigiar direitos, salários e condições de trabalho iguais aos homens, elas vêm empreendendo cada vez mais com o objetivo [...] de independência financeira, de construção de uma identidade autônoma, de desenvolvimento da autoestima, de libertação. [...] mesmo com todas as dificuldades visíveis [...] e não visíveis [...] as mulheres estão chegando ao topo das organizações, dado seu modelo de gestão e de empreendimento; estão conseguindo conciliar o âmbito profissional dos outros âmbitos (social e familiar) com muita luta e esforço para romper os paradigmas patriarcais; [...] estão libertando-se dos pesos históricos intrínsecos ao gênero que tanto as empurram contra a liberdade e dificultam a construção de uma identidade autônoma. (FÉLIX; MACEDO, 2020, p.136)

Também no ambiente empreendedor – mas das *startups*, que podem gerar bilhões – segundo o levantamento Corrida dos Unicórnios 2020, não há mulheres aspirantes a *founders*. Além disso, dos 30 fundadores de *startups* que se tornaram unicórnios¹⁴, há apenas duas mulheres (7%): Cristina Junqueira, do Nubank, e Mariana Paixão, da Loft (CORRIDA, 2020). Além do fator socioeconômico, a desproporção histórica entre homens e mulheres na indústria de tecnologia também reflete na desigualdade de gênero no mercado de *startups*. A Associação Brasileira de *Startups* aponta que somente 12,6% desses negócios são fundados por mulheres, e 26,6% das *startups* no Brasil não têm nenhuma mulher na equipe (MAPEAMENTO, 2020). Os dados fazem parte do Mapeamento de Comunidades, que pelo primeiro ano apresentou os dados do setor com recortes de raça, gênero e orientação sexual entre fundadores e equipes de empresas de tecnologia.

Segundo dados de 2018 do levantamento publicado pela Agência IBGE Notícias, que analisa as condições de vida das brasileiras a partir de um conjunto de indicadores proposto pelas Nações Unidas, 60,9% dos cargos gerenciais públicos ou privados eram ocupados por homens, enquanto apenas 39,1% eram ocupados por mulheres (ESTATÍSTICAS, 2018).

O artigo de Hryniewicz e Vianna (2018), fruto de uma série de entrevistas que teve como objetivo identificar os obstáculos que dificultam a ascensão das mulheres a posições hierárquicas em níveis estratégicos e entender como elas se veem em posições de liderança, traz que algumas das entrevistadas “acreditavam que tiveram que mudar um pouco sua maneira de liderar e adaptar-se ao estilo masculino em alguns momentos”, e que “há maior interesse de seus maridos com eles mesmos, no inconsciente deles as tarefas do lar ainda são responsabilidade delas, mesmo que

¹⁴ O termo “unicórnio” é utilizado para designar uma *startup* que possui avaliação de preço de mercado no valor de mais de 1 bilhão de dólares.

elas tenham responsabilidades fora do lar” (HRYNIEWICZ E VIANNA, 2018, p. 338). Ainda conforme as mesmas autoras (2018, p. 340), algumas entrevistadas afirmaram que “para compensar sua carga pessoal, a mulher tem de ser melhor do que o homem com o qual está competindo”, porque, nas palavras de uma das entrevistadas, “o fato de ser homem já é uma espécie de convite para assumir um papel de liderança” (HRYNIEWICZ E VIANNA, 2018, p. 341). As autoras ressaltam:

[...] quanto mais altos os cargos, maior a discriminação sofrida pelas mulheres, desde preconceito ao constante questionamento de sua posição. A discriminação, porém, começa desde o momento que a mulher entra no mercado de trabalho - o labirinto será sua trajetória, sofrendo, muitas vezes, um preconceito óbvio e outras discriminações de modo mais velado. Muitas nem percebem a situação na qual se encontram e não consideram certos comentários no dia a dia algo ofensivo, mesmo estando presentes. (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018, p. 342)

O trabalho de Canabarro e Salvagni (2015), que buscou investigar as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho baseado em entrevistas individuais com gestoras, corrobora as ideias trazidas anteriormente, uma vez que os dados levantados na pesquisa apontaram que as trabalhadoras vivenciam conflitos de equilíbrio entre vida pessoal e profissional, e se preocupam em como desempenhar vários papéis – mulher, mãe, esposa e gerente. Têm a sensibilidade, flexibilidade e características de parceria do trabalho em equipe, mas são exigentes e objetivas quando a situação obriga. As autoras verificaram, ainda, uma dicotomia dos perfis de comportamento masculino e feminino de gestão presente nas respostas das participantes.

Apesar de terem menos cargos de gerência, as mulheres atingem em média um nível de instrução superior ao dos homens. Ainda segundo dados publicados pelo IBGE, a maior diferença percentual encontra-se no nível “Superior completo”, especialmente entre as pessoas da faixa etária de 25 a 44 anos de idade, em que o percentual de homens que completou a graduação foi de 15,6%, enquanto o de mulheres atingiu 21,5%. Segundo o estudo, esse é um resultado da trajetória escolar desigual, relacionada a papéis de gênero e a entrada precoce dos homens no mercado de trabalho. Por outro lado, em relação aos rendimentos médios do trabalho, as mulheres seguem recebendo, em média, cerca de $\frac{3}{4}$ da remuneração que os homens recebem (INSTITUTO, 2018).

Em sua tese, Abramo (2007), que discute o processo de constituição e reprodução da noção da mulher como uma força de trabalho secundária, corrobora que a manutenção dessa noção da mulher como acessório no mercado de trabalho

se dá a partir de

[...] imagens, presentes em vários tipos de discursos, de diferentes atores, em diferentes construções conceituais e institucionais e em diferentes momentos [que] constituem um elemento importante de reprodução do padrão de hierarquização do masculino sobre o feminino, dos homens sobre as mulheres e da discriminação destas últimas no trabalho e na sociedade. (ABRAMO, 2007, p. 296)

Como dito, segundo a ótica beauvorista, o trabalho traz as origens para a transformação da condição da mulher – por desvincilhar-se da dependência do homem, esta torna-se livre dele, adquirindo seu próprio tempo e espaço. Sob outra perspectiva, segundo Caballero (2016), para Bourdieu, trabalhar, se sustentar e participar da vida pública, somente, não garantiria tal libertação. Apesar de o poder econômico permitir o consumo de bens e o aumento do capital social e cultural (e portanto, do capital simbólico), mesmo quando a mulher é livre em virtude de seu trabalho, como visto nos estudos e dados apresentados até aqui, não há liberdade plena, uma vez que o julgamento persiste, e outras dificuldades vêm à tona: o preconceito velado, a necessidade de se provar suficiente e capacitada perante os homens, a masculinização de algumas características, o julgamento por questões relativas à maternidade, a impossibilidade de se desprender do papel de chefe da casa exercendo dupla jornada, entre outras. Por isso, muitas mulheres trabalhadoras/empreendedoras buscam redes de apoio, bem como organizações e lideranças que compreendam que existem diferenças nos caminhos profissionais de cada indivíduo, que devem ser (positivamente) consideradas, e não devem ser vistos como empecilho para que a mulher seja tida como ser pertencente e digno de participar e ascender, de maneira orgânica, no mercado de trabalho.

Mostra-se necessária a compreensão de que não há uma identidade de gênero que seja a identidade de gênero feita para ocupar ou não o mercado de trabalho, para que tais estigmas sociais – que, geralmente, não são manifestos explícita ou conscientemente, mas na ordem daquilo que é socialmente construído – comecem a ser revistos, respeitando as necessidades e as características dos seres como indivíduos e buscando desconstruir comportamentos nocivos naturalizados com base no gênero.

3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, AMBIÊNCIAS DIGITAIS E RELACIONAMENTO

Neste capítulo, abordamos os conceitos de comunicação (RIZO, 2004; BALDISSERA, 2001) e organização (MAXIMILIANO, 2000; BALDISSERA, 2008b) como ponto de partida para a compreensão dos estudos e elementos da comunicação organizacional, a partir de Kunsch (2017), Weber (2009), Oliveira (2009) e Baldissera (2007; 2008a), articulando com discussões sobre identidade organizacional e o relacionamento com os públicos. Adiante, a partir de levantamentos e estudos, traremos dados sobre a utilização das redes sociais digitais no Brasil, com ênfase para o Instagram, bem como concepções relacionadas às ambiências digitais e à interação *on-line* no contexto da comunicação organizacional (BARICHELLO e LASTA, 2015; LASTA, 2017; BALDISSERA, 2017), associando com a noção de “organização comunicada” e “organização comunicante” (BALDISSERA, 2009; 2010).

3.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Diversas correntes de pensamento e pesquisa desenvolveram teorias a fim de compreender e explicar como se dão os processos de comunicação, sua construção, funcionamento e efeitos psicossociais. Uma delas foi a Escola de Palo Alto, que se diferencia do modelo linear (onde comunicação significa transmitir, receber e decodificar informações de um código) por conceber que comunicação implica na construção de significados por processos de interação, na relação interpessoal, de modo que, para essa Escola, em situações de presença “é impossível não comunicar”. Para os estudiosos dessa teoria, comunicação é, antes de tudo, interação social (RIZO, 2004). Essa interação se dá não apenas por palavras e textos, mas também a partir de gestos, olhares e outras reações (ou inações) possíveis. Nesse modelo, todos contribuem para a construção de significação, em diferentes níveis; o processo de comunicação é circular.

Cada situación de interacción se define de acuerdo con el bagaje simbólico que poseemos y que proyectamos *in situ*, definiendo la situación de interacción en la que nos encontramos. La interacción simbólica – la comunicación – es el medio por el cual se realiza la socialización humana que acompaña toda la vida del ser social. (RIZO, 2004, p. 15; grifo da autora.)

Partindo desse entendimento sobre comunicação, cabe também apresentar um conceito de organização, para basear nossa compreensão das concepções de comunicação organizacional. Assumimos aqui que organizações são associações de pessoas que combinam esforços individuais e de equipe para atingir propósitos coletivos (MAXIMIANO, 2000), como empresas públicas e privadas, agências governamentais, associações e entidades do terceiro setor, entre outras. No mesmo sentido, para Kunsch (2003, p. 23), o termo organização pode ser utilizado “como expressão de um agrupamento de pessoas que desempenham funções e trabalham conjuntamente para atingir objetivos comuns”. Baldissera (2008b, p. 41) também entende por organização “a combinação de esforços individuais para a realização de (em torno de) objetivos comuns”. Contudo, o autor enfatiza o papel das pessoas, visto que a organização não se reduz a sua estrutura e recursos, mas “compreende, principalmente, pessoas em relação” (BALDISSERA, 2008b, p. 41).

Após destacarmos, de modo breve, a compreensão de ‘organização’ que nos orienta, discorreremos sobre a noção de comunicação organizacional. Primeiro, importa ressaltarmos que as definições do que é comunicação organizacional podem ser variadas. Neste trabalho, apresentamos as concepções de algumas autoras e autores que, sobretudo, a compreendem como relacionamento, interação e atos de comunicação no âmbito das organizações. Para Kunsch (2017, p 43), a comunicação organizacional

[...] estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo seu contexto político, econômico e social no âmbito do sistema social global, como fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram. A comunicação organizacional envolve todos os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos. Nesse contexto, faz-se necessário ver a comunicação inserida nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando as práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social.

Em perspectiva complementar, Weber (2009) afirma que comunicação organizacional é um conceito que abrange todos os meios, ações e profissões utilizadas por uma organização pública ou privada para se relacionar de modo conveniente com seus públicos de interesse. Nesse sentido, ainda segundo a autora, as relações públicas representam a profissão capaz de transformar essa comunicação em estratégica e gerenciá-la de forma integrada. Isto é, informar e se comunicar com públicos e mercado com unidade conceitual e visual, capaz de gerar

uma imagem positiva de repercussão permanente.

Por sua vez, para Oliveira (2009), a comunicação no contexto das organizações é um processo constituído pelos atos de interação que acontecem no ambiente interno das organizações e na sua relação com o mundo externo, e podem ser tanto práticas individuais quanto de grupo.

A força da interação está na dimensão relacional, no investimento de cada ator na relação estabelecida. Isso evidencia a importância da política, porque um ato comunicativo é um espaço de negociação, um lugar de exposição e discussão de interesses divergentes e demandas diferentes, que utilizam a argumentação para buscar pontos comuns de entendimento. Assim, pode-se reconhecer que é na relação entre os atores – organização e interlocutores – que o ato comunicativo se constitui nas organizações, realçando as (inter)subjetividades, as mensagens e o contexto. (OLIVEIRA, 2009, p. 60.)

Após destacarmos a perspectiva dessas três importantes autoras, discorreremos sobre a concepção de comunicação apresentada por Baldissera (2001), pois que, neste estudo, orientará nossas reflexões. A comunicação é compreendida como “processo de construção e disputa de sentidos” (BALDISSERA, 2001, p. 2), tendo como pressuposto que, no sentido semiótico, o mundo, suas significações são (re)construídas permanentemente nas interações. Nos processos de comunicação, as visões de mundo, o imaginário e as concepções são tensionadas e disputadas pelos interlocutores a partir de seus lugares sociais, históricos, culturais, políticos e econômicos. Complementando a concepção de que a comunicação é baseada na interação simbólica, Baldissera (2008a, p. 169) incorpora as noções de poder na compreensão da comunicação organizacional, a qual o autor explica como um “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais”. Sob esse prisma,

[...] a própria noção de organização carrega em si a ideia de poder, pois que o organizar-se não se materializa ao acaso e, sim, para atender algum objetivo comum. [...] Os sujeitos que se articulam em organização, de alguma forma, tendem a transferir ao ente organização algum grau de suas potências, conformando o poder organizacional. (BALDISSERA, 2017, p. 72.)

Ainda segundo o autor, o objetivo que deve nortear o fazer das relações públicas nas organizações é “aproximar públicos e empresa num complexo processo de construção organizacional que procura culminar em ganhos mútuos” (BALDISSERA, 2001, p. 9), uma vez que os “públicos constituem a base do trabalho de Relações Públicas” (FORTES, 2003, p. 28). Apesar disso, a comunicação

organizacional não deve ser reduzida às práticas utilizadas para ‘interagir com’ e informar os diversos públicos, como fazer assessoria de imprensa, utilizar ferramentas de comunicação interna ou de *marketing* corporativo, uma vez que “a comunicação organizacional ultrapassa a comunicação planejada, organizada, mesmo que esse seja o lugar mais visível/visitado quando das teorizações” (BALDISSERA, 2008b, p. 44). Para o autor, quando os sentidos que circulam em um processo comunicacional, de alguma forma, disserem respeito à organização, o processo é considerado como comunicação organizacional, seja essa “fala” formal ou informal, oficial ou não-oficial. Por isso,

[...] por um lado, a comunicação organizacional compreende e exige certo nível de planejamento (e é importante que seja assim) para que alguns fluxos de sentidos possam atender às necessidades de continuidade da organização [...] e por outro – que se acredita mais amplo e complexo –, consiste em incertezas, possibilidades relacionais e de produção de sentido, imprevisibilidade e dispersão. (BALDISSERA, 2008b, p. 48)

Complementarmente, destacamos que refletir sobre a noção de identidade também é relevante para o entendimento da comunicação organizacional, de forma a buscar a compreensão sobre como as identidades organizacionais – a partir de que inter-relações e tensionamentos – se formam, se atualizam e se apresentam/representam. Como visto anteriormente, neste trabalho assumimos a concepção de que a identidade não é algo pronto, coeso, único e indestrutível. Da mesma maneira, a identidade organizacional é “(re)tecida permanentemente, sendo que os processos de comunicação/relacionamento apresentam-se como motores, lugares e possibilidades para que isso aconteça” (BALDISSERA, 2007, 231).

Conforme o autor,

[...] as identidades organizacionais contemplam performaticamente – em diferentes níveis, espaços e tempos – os principais traços da multiplicidade de identidades de seus públicos. Apresentam construções simbólicas que, numa espécie de espelhamento, procuram unificar a diversidade de públicos (identidades) em torno de suas marcas. Identificados, é provável que eles tendam a reconhecer e interpretar os padrões organizacionais como sendo seus próprios padrões, até porque, como destacado, veem seus interesses, desejos e necessidades refletidos na identidade organizacional. (BALDISSERA, 2007, p. 241.)

Dessa forma, no âmbito das relações públicas e da comunicação organizacional, as organizações buscam, através de seus planejamentos de comunicação, a identificação e a sinergia com os públicos, através de uma identidade organizacional construída de forma a refletir as aspirações do público

(que a reconstrói a partir do seu repertório), para que a identidade da organização seja condizente, ou melhor, faça o máximo de sentido possível para os públicos, gerando identificação e reconhecimento, visando fortalecer o relacionamento entre esses atores.

Adotando a compreensão de Baldissera (2017) sobre o relacionamento das organizações com os públicos, cabe ressaltar que, conforme a perspectiva de comunicação que assumimos, os públicos não são receptores passivos, portanto têm suas bagagens, repertórios prévios e desejos, que utilizam como base para julgar e atribuir sentido às ações das organizações. O mundo/sociedade já tem significados previamente construídos, portanto as intenções das organizações partem de uma significação prévia; o que se comunica não está sendo comunicado em um 'quadro em branco'. Assim, como visto, enquanto os sujeitos estiverem interagindo, os sentidos estarão sendo sempre reconstruídos.

Dito isso, ressaltamos que uma das ambiências em que as organizações buscam, cada vez mais, apresentar-se dizendo si e construir/fortalecer relacionamentos é a Internet. De modo particular e em perspectiva dos objetivos deste estudo, cabe atentarmos para a questão dos relacionamentos e interações que se dão entre organizações e públicos no âmbito das mídias sociais, mais precisamente pelo uso das redes sociais digitais¹⁵.

3.2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E AMBIÊNCIAS DIGITAIS

Como visto, o planejamento dos processos organizacionais deve oferecer meios, mostrar e demonstrar características que façam com que os públicos se identifiquem com as organizações. Nesse sentido, as falas das organizações, que ocorrem em diversos ambientes, tanto no contato físico quanto no contato virtual, fazem parte da busca por visibilidade, relacionamento, autopromoção, legitimação, captação e retenção de clientes – em síntese, em busca da construção de imagem-

¹⁵ Neste trabalho, a diferenciação entre mídias sociais e redes sociais digitais se dá considerando que toda a rede social *on-line* é uma mídia social, mas nem toda mídia social é uma rede social. Assim, mídia social representa um conceito mais amplo, referindo-se a todos os canais ou ferramentas na Internet que possibilitam o compartilhamento de conteúdo/informações. Por outra via, uma rede social digital é uma ambiência virtual onde o foco são as experiências de troca, relacionamento com outras pessoas, tendo como proposta principal as dinâmicas de interação e integração, como o Facebook, por exemplo. (ROCHA; ALVES, 2010, p. 233)

conceito favorável. Cabe ressaltarmos, antes de prosseguir, que a imagem-conceito, conforme conceituado por Baldissera (2004), é um processo de atribuição de sentido relacionado ao *parecer* para o outro, não necessariamente ao *ser*. É um ato de julgamento que se refere a uma organização ou a alguém, uma imagem que representa a partir de sentido figurado, considerando características para construir noções como reputação, fama, percepção. Cada indivíduo/público interpreta o que lhe é ofertado pela organização (tendo sido planejado ou não) a partir do seu repertório particular, acesso a outras informações e experiências, bem como em relação a suas expectativas, e é desse tensionamento de percepções, atribuições de sentidos e inferências que constrói a imagem-conceito daquela organização. Nas palavras do autor, consiste em

[...] um construto simbólico, complexo e sintetizante, de caráter judicativo/caracterizante e provisório realizada pela alteridade (recepção) mediante permanentes tensões dialógicas, dialéticas e recursivas, intra e entre uma diversidade de elementos-força, tais como as informações e as percepções sobre a entidade (algo/alguém) o repertório individual/social, as competências, a cultura, o imaginário, o paradigma, a psique, a história e o contexto estruturado. (BALDISSERA, 2004, p. 278)

Retomando a questão das ambiências digitais, importa destacarmos que estas já demonstravam importância para a estratégia comunicacional de construção de espaços de fala para as organizações antes mesmo da criação das primeiras redes sociais digitais, com os *blogs* corporativos (LASTA, 2011), por exemplo. Nessa perspectiva, cabe observarmos que, a partir do início da pandemia de covid-19, com a adoção de medidas de distanciamento social e com parte da população passando mais tempo sem sair de casa para atividades de trabalho remoto, consumo e relacionamento, criar e/ou manter meios de contato a distância, virtuais, tornou-se ainda mais importante para as estratégias de comunicação organizacional.

Dada a relevância das redes sociais digitais (potencializada no contexto de pandemia), trazemos alguns dados sobre a presença dos públicos/consumidores brasileiros nas ambiências digitais – na Internet, nas redes sociais digitais e, em particular, no Instagram – e que permitem contextualizar nosso atual nível de conexão *on-line*, como sociedade. Esse recorte se dá em função do objeto empírico estudado neste trabalho – publicações no perfil do Instagram da empresa Nuwa –, sobre o qual dissertaremos no próximo capítulo.

Em relação ao acesso à Internet no país, segundo dados publicados pela

Agência Brasil de Comunicação (VALENTE, 2020), três em cada quatro brasileiros acessam a Internet, o equivalente a 134 milhões de pessoas. Os *smartphones* e outros aparelhos móveis são os dispositivos mais utilizados para se conectar (99%), e os computadores estão em segundo lugar (42%). Quanto à frequência de uso, a maioria das pessoas que acessa a Internet relatou acessá-la todos os dias (90%), 7% uma vez por semana e 2% uma vez por mês. Informações sobre produtos e serviços foram as mais buscadas na Internet (59%), corroborando o pressuposto de que o ambiente digital é um espaço de oportunidades para as empresas. Em relação à educação e ao trabalho, as pesquisas escolares foram as buscas mais comuns (41%), seguidas de estudo *on-line* por conta própria (40%) e das atividades laborais (33%), demonstrando a importância que o conteúdo disponível na Internet vem conquistando em relação à profissionalização e ao trabalho.

Um dos principais usos cotidianos da Internet, atualmente, é para acessar as diversas redes sociais digitais existentes. Aqui, antes de prosseguir, importa ressaltarmos que as redes sociais, por um olhar menos tecnológico e mais sociológico, são estruturas formadas por pessoas e organizações, na Internet ou fora dela, que conectam esses atores a partir de interesses comuns. Há uma rede social onde as pessoas estão juntas, trocando informações, portanto redes sociais existem muito antes da Internet (CIRIBELI; PAIVA, 2011).

Na Internet, as redes sociais digitais surgiram com a premissa de serem meios de conexão entre as pessoas sem a necessidade do espaço ou do contato físico, através das quais elas podem se encontrar, virtualmente, e dividir opiniões, informações e momentos. Assim, as redes sociais evoluíram para as ambiências digitais, onde “os atores não precisam se conhecer pessoalmente para assim formar uma rede, basta ambos terem interesses em comum e criarem um relacionamento na Internet” (CARVALHO; TAVARES, 2017, p. 3), gerando interação social e conexões mesmo de longe.

Rapidamente, as redes sociais digitais também se tornaram uma ambiência de conexão entre pessoas e organizações. Essa dinâmica é possível pois vivemos em uma sociedade conectada em redes, segundo Castells e Cardoso (2005, p. 20), que nos possibilita experimentar formas distintas de interação, e se configura como

[...] uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes

digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes.

Segundo o relatório de outubro de 2020 produzido pela We Are Social e pela Hootsuite (DIGITAL, 2020), entre as mídias sociais e redes sociais digitais mais utilizadas no Brasil estão o Facebook, em primeiro lugar, com mais de 2,7 bilhões de contas ativas – sendo 130 milhões delas brasileiras –, o WhatsApp, em segundo, com mais de 120 milhões de brasileiros cadastrados no seu aplicativo de mensagens instantâneas, e o Instagram, que é a 4ª rede social mais usada no Brasil e a principal rede de compartilhamento de fotos, e conta com 95 milhões de usuários no país (essas três redes sociais pertencem ao mesmo conglomerado estadunidense de tecnologia, o Facebook, Inc.). Por sua vez, o YouTube, da Google, é a principal mídia social de vídeos *on-line* da atualidade e está em terceiro lugar, considerando o número de usuários no país. Ainda constam nessa lista, como mais acessados, o LinkedIn (rede profissional), o Pinterest (mídia de compartilhamento de imagens e infográficos), o TikTok (rede que propõe a criação e compartilhamento de vídeos curtos) e o Twitter (rede de compartilhamento de informações em formato curto e rápido, com agilidade). Segundo dados da consultoria App Annie publicados pela Agência Brasileira de Comunicação (VALENTE, 2020a), as pessoas passaram em média 3 horas e 40 minutos utilizando aplicativos em 2019, e o Brasil foi o terceiro país em que as pessoas permaneceram mais tempo utilizando aplicativos.

Dentre as redes sociais, considerando nosso objeto de estudo, importa atentarmos especialmente para a rede Instagram. O Instagram surgiu em 2010, como uma rede social digital de fotografias para uso exclusivo em *smartphones*, que permite ao usuário publicar fotos e vídeos (gravados e ao vivo), com a opção de escolher filtros, efeitos, molduras, adicionar botões de enquete, *GIFs*, músicas, localização, entre outros, além de legendas em texto, para compartilhar com os seguidores. Além do *feed* que traz as publicações de quem o usuário segue e alguns anúncios relacionados aos gostos e interesses que os algoritmos (cálculos baseados em regras e dados) de relevância do Instagram entendem, a partir de uma inteligência artificial, que o usuário tem – conforme o seu histórico de utilização e de interações, por exemplo –, o Instagram tem a aba Explorar, que seleciona conteúdos de perfis que o usuário não segue, mas estão em alta naquele momento e têm relação com os interesses/comportamento daquela conta/pessoa.

Embora o Facebook seja a rede social com mais usuários no mundo e no Brasil atualmente, segundo a pesquisa Social Media Trends Report da SocialBakers (RELATÓRIO, 2020), o Instagram teve um volume de interações entre os usuários 20 vezes maior do que o Facebook no último trimestre de 2019. Além disso, ainda que as empresas participantes do estudo (os 50 maiores perfis de marcas no mundo) tenham destinado maior número de publicações ao Facebook, o Instagram rendeu 16 vezes mais interações com seus perfis.

Para manter e aumentar a sua popularidade, o Instagram vem incorporando diversos formatos de conteúdo, a fim de criar concorrência com as funcionalidades e novidades de outras redes sociais digitais e reter o usuário por mais tempo. Os *stories*, por exemplo, implementados no aplicativo em 2016, são publicações de imagem e vídeo curtas que expiram em 24 horas que foram fortemente inspirados na base do aplicativo do Snapchat que, após isso, perdeu a sua força¹⁶. Já o IGTV surgiu em 2018 para ser um espaço com vídeos de maior duração e com mais qualidade, como uma alternativa ao conteúdo disponível no YouTube, por exemplo. Em 2019, foi a vez de lançar a ferramenta para criação dos *reels*, que têm um formato muito parecido com os vídeos rápidos e divertidos do TikTok, uma rede social que se popularizou muito em pouco tempo, tornando-se mais um meio de contato entre empresas e consumidores¹⁷.

Segundo levantamento realizado pela Hootsuite e We Are Social (DIGITAL, 2019), em 2018 o Instagram contava com 49.7% dos perfis pertencentes a usuários do gênero masculino, e 50.3% a usuárias do gênero feminino. Além disso, durante o mesmo ano, a rede teve crescimento de 4.4%, o que equivale à entrada de 38 milhões de novos usuários. Em 2021, já são mais de 1 bilhão de contas cadastradas no mundo (BELING, 2021). A pesquisa de Silva (2018), que contou com entrevistas de funcionários de agências de comunicação digital, trouxe diversas falas desses profissionais que mencionam o Instagram como mídia presente e importante para as estratégias de comunicação digital dos clientes assessorados, além de ser

¹⁶ Canal Tech. Cofundadores do Instagram admitem: **Stories foi criado para minar o Snapchat**. Disponível em <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/cofundadores-do-instagram-admitem-stories-foi-criado-para-minar-o-snapchat-134637/>>. Acesso em 10 mar. 2021.

¹⁷ Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios. **Como empresas estão usando o TikTok para se relacionar com consumidores**. Disponível em <<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Mundo-digital/noticia/2020/03/como-empresas-estao-usando-o-tiktok-para-se-relacionar-com-consumidores.html>>. Acesso em 10 mar. 2021.

mencionada como uma mídia em ascensão.

A relevância dos perfis oficiais nas redes sociais digitais para as organizações é salientada por Lasta (2017), que abordou a importância de observar o que é proposto por empresas nesses ambientes, pois suas “falas” (publicações) configuram uma parte importante do que a organização deseja oferecer de si, neste meio de contato direto com os seguidores/públicos. A autora afirma que as intencionalidades dos atores nos seus ambientes digitais, “quando apropriadas e utilizadas no contexto da comunicação organizacional tornam-se mais um “espaço” estratégico de presença em rede e se entrelaçam as noções de visibilidade e legitimidade” (LASTA, 2017, p. 2). Assim, as redes sociais digitais configuram, atualmente, espaço importante no que diz respeito à comunicação organizacional, pois, ainda conforme a autora,

[...] por meio da apropriação/uso da arquitetura tecnológica e social das ambiências digitais, as organizações constroem um “mundo” no qual exteriorizam a si mesmas, projetando os seus próprios significados. E ao exteriorizarem-se, pleiteiam a sua visibilidade e legitimidade e essas buscas os levam a articularem estratégias, considerando os aspectos sociotécnicos referentes às ambiências. (LASTA, 2017, p. 2.)

Essas exteriorizações de si mesmas realizadas pelas organizações podem ser compreendidas como falas autorizadas, oficiais e planejadas, que são conceituadas por Baldissera (2010, p. 205) como dimensão da “organização comunicada”, que

Contempla aquilo que, de alguma forma, a organização, como força em interação com outros sujeitos (poder público, comunidade, imprensa, consumidores, empregados e acionistas, dentre outros) considera relevante sobre si mesma, identifica como potencialidade para trazer algum tipo de retorno (satisfação pessoal, prestígio, imagem-conceito, poder simbólico, clientes) e, portanto, entende que mereça ser tornado público.

Dessa forma, as redes sociais digitais permitem que as organizações ampliem os seus espaços para negociar sentidos com os seus públicos. Os contatos diretos dos públicos com as organizações nesses ambientes (como mensagens, comentários e outros) estão no nível da organização comunicante, conceito definido como o “processo comunicacional que se atualiza quando, de alguma forma e em algum nível, qualquer sujeito (pessoa, público) estabelecer relação com a organização” (BALDISSERA, 2009, p. 118).

Se observarmos as propostas comunicacionais das organizações (falas

formais), podemos encontrar pistas da oferta de significação através da produção de conteúdo – desejo de ser e parecer que se “materializa” nos ambientes digitais, a partir de postagens, por exemplo. Para a publicação de tais falas na Internet pelas organizações,

[...] na dinâmica relativa à sociotécnica particular da mídia digital, conecta-se às proposições referentes aos sentidos que se deseja selecionar e pôr em circulação nestas ambiências. Ou seja, incide na ação de escolher/decidir, que demonstra o posicionamento e a proposta das organizações, perante outrem, que pode ou não acolhê-las. Como há uma seleção/escolha/decisão prévia e articulada do que será “visível” [...], logo, esse movimento pode ser compreendido como estratégico e vinculado à comunicação organizacional na ambiência da mídia digital. (BARICHELLO; LASTA, 2015, p. 66.)

Assim, uma vez que a comunicação organizacional se trata, antes de tudo, de comunicação, o mesmo ocorre com a comunicação organizacional nas ambiências digitais; os públicos interagem e interpretam a partir de seus lugares políticos, econômicos, socioculturais, bem como a partir de seus repertórios, expectativas e competências. Além disso, é muito provável que as falas nas redes sociais digitais, por mais extrovertidas, intuitivas e espontâneas que possam parecer, para cumprirem os objetivos organizacionais, tendam a seguir um planejamento coeso (com objetivos explicitados) e, mesmo, estratégico. A presença nas redes sociais digitais não se dá (ou não deveria se dar) por ocasião, ‘ao léu’ – tal como o dito sobre a comunicação organizacional. Baldissera, (2017, p. 84) destaca a importância das ambiências digitais no relacionamento com os públicos:

Nessa ambiência [digital] é preciso compreender os públicos como constitutivos das próprias organizações, isto é, assumi-los não como externalidades, mas como a própria organização. Nesse sentido, é fundamental ampliar a competência de ausculta dos públicos. Isso permite circular informações mais qualificadas, atender suas expectativas, respeitá-los em suas diversidades, construir conjuntamente, portanto construir pelo diálogo.

Dito isso, salientamos que as questões destacadas neste capítulo evidenciam a relevância e a complexidade dos processos de comunicação organizacional, a importância da presença das organizações nos ambientes digitais – aqui, com foco nas redes sociais digitais –, bem como o valor dos públicos e da circulação de sentidos para a construção de imagem-conceito favorável. Considerando o que foi exposto, a identificação dos públicos com as falas e ações das organizações, comunicadas através da Internet, por exemplo, é um dos indicativos de que os sentidos que a organização está oferecendo de si estão encontrando receptividade e

simpatia, aproximando, assim, a imagem-conceito desejada pela organização da imagem-conceito construída pelos públicos.

Com base no aporte teórico apresentado até aqui, no próximo capítulo caracterizaremos nosso objeto empírico, a 'Nuwa - Conteúdo e Comunidade', apresentaremos os procedimentos metodológicos, e analisaremos a produção de conteúdo *on-line* para o Instagram dessa organização no atual contexto de pandemia.

4 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO *ON-LINE* COM FOCO NO PÚBLICO FEMININO NO CONTEXTO DE PANDEMIA

Neste capítulo, no primeiro momento, discorreremos sobre a ‘Nuwa – Conteúdo e Comunidade’, organização responsável pelo material empírico que é objeto desta pesquisa. Na sequência, apresentamos os procedimentos metodológicos empregados para a realização deste estudo, bem como os critérios para a seleção e organização do material de análise. Por fim, trazemos a análise propriamente dita, examinando aspectos da comunicação organizacional da Nuwa e dos sentidos veiculados a partir da sua produção de conteúdo para o Instagram.

4.1 SOBRE A NUWA – CONTEÚDO E COMUNIDADE

Em 2016 foi inaugurado, na cidade de Porto Alegre, o primeiro estúdio de tatuagem com atendimento exclusivo para mulheres, contando somente com tatuadoras e demais funcionárias mulheres, o Cadê Amélia¹⁸. De lá para cá, a capital gaúcha presenciou o surgimento de outros empreendimentos com o mesmo propósito: ainda em 2016, surgiu o Venuxx¹⁹, um aplicativo de mobilidade urbana que conectava motoristas mulheres com passageiras, exclusivamente. No ano de 2017, o Venuxx começou a funcionar efetivamente na cidade de Porto Alegre. Atualmente, a empresa ainda se descreve como uma rede colaborativa 100% feminina, mas agora focada em logística. Em 2018, foi inaugurada a Nuwa, na época um espaço de *coworking*, que tinha como proposta receber apenas profissionais mulheres, compartilhando o local com as demais clientes, além de frequentar eventos e ter acesso a conteúdos exclusivos sobre negócios com foco nas mulheres. Durante o mesmo ano, foi inaugurado também o Mad’am Parlour²⁰, um salão de beleza com bar no bairro Cidade Baixa que conta apenas com profissionais mulheres no atendimento, e é decorado com letreiros temáticos e cômicos como

¹⁸ G1. **Estúdio de tatuagem atende somente mulheres na Zona Sul de Porto Alegre.** Disponível em <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/05/estudio-de-tatuagem-atende-somente-mulheres-na-zona-sul-de-porto-alegre.html>>. Acesso em 2 abr. 2021.

¹⁹ Veja. **Por empoderamento feminino, app de transporte não aceita homens.** Disponível em <<https://veja.abril.com.br/blog/rio-grande-do-sul/por-empoderamento-feminino-app-de-transporte-nao-aceita-homens/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

²⁰ GZH. **Com chope, sinuca e tatuagem, salão de beleza feminista é inaugurado em Porto Alegre.** Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2018/05/com-chope-sinuca-e-tatuagem-salao-de-beleza-feminista-e-inaugurado-em-porto-alegre-cjh6mwsce084f01qocecag6pt.html>>. Acesso em 2 abr. 2021.

“corto cabelo e pinto”.

Ao realizarmos uma leitura flutuante das postagens nas redes sociais digitais dessas quatro organizações, tomadas como exemplo para ilustrar essa configuração de mercado, principalmente do conteúdo de seus Instagram, percebemos que, além de todas direcionarem-se, mercadologicamente, somente para o nicho de consumidoras – abstendo-se de atender o público masculino –, esses negócios adotam uma comunicação que aciona a força, o empoderamento e/ou o protagonismo feminino e o apoio entre as mulheres em suas estratégias *on-line*. A construção da imagem destas empresas aciona, em maior ou menor grau e profundidade, um movimento social que já ganhou espaço ou se tornou pauta nas diversas mídias – inclusive na chamada ‘mídia tradicional’. Ter somente mulheres no atendimento e nos ambientes – seja em um estúdio de tatuagem ou em um carro – também é trazido, direta ou indiretamente, como vantagem pelos fatores de segurança, conforto e apoio ao empreendedorismo feminino, por exemplo.

Como dito, em 31 de julho de 2018 foi inaugurado, em Porto Alegre, a Nuwa, (VALLEJOS, 2019) que tinha como carro-chefe do negócio um espaço de *coworking* para receber profissionais mulheres que necessitassem desfrutar de um espaço de trabalho por alguns períodos de tempo, fixos ou não, compartilhando local com as demais clientes, sendo esse o principal serviço da Nuwa. Em matéria do *site Coworking Brasil* (LEMES, 2019), a origem do nome Nuwa foi explicada: segundo a mitologia chinesa, a deusa Nüwa, metade mulher e metade serpente, ficou a cargo de organizar o caos do mundo para, assim, dar origem à humanidade. O objetivo da empresa, então, com seus pilares de serviço (na época, *coworking*, conteúdo e comunidade) seria “justamente, fomentar a potência feminina para que criem, para que tragam à luz seus negócios” (LEMES, 2019, *on-line*). O diferencial do projeto da Nuwa também foi destaque em matérias do Projeto Draft²¹, de GZH²², Hypeness²³ e

²¹ **Em Porto Alegre, a Nuwa Surge como um lugar para fortalecer e unir mulheres nos negócios.** Disponível em <<https://www.projtodraft.com/em-porto-alegre-a-nuwa-surge-como-um-lugar-para-fortalecer-e-unir-mulheres-nos-negocios/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

²² **Saiba como funciona o *coworking* 100% feminino que abriu as portas no bairro Santana.** Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2018/11/saiba-como-funciona-o-coworking-100-feminino-que-abriu-as-portas-no-bairro-santana-cjo08dd7n0ash01pi7aecslsf.html>>. Acesso em 2 abr. 2021.

²³ **Juntas elas vão longe: 5 iniciativas que contribuem para a vida das mulheres.** Disponível em <<https://www.hypeness.com.br/2019/06/juntas-elas-vao-longo-5-iniciativas-que-contribuem-para-a-vida-das-mulheres/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

Jornal do Comércio²⁴.

Para fazer parte da rede da Nuwa, havia três planos disponíveis: o Content Club (R\$ 40,00/mês), que dava acesso a todo o conteúdo informativo exclusivo produzido pela Nuwa e disponibilizado *on-line*, mais focado no público que estava fora de Porto Alegre; o Social Club (R\$ 240,00/mês), que dava acesso ao conteúdo, aos eventos mensais, e também ao espaço de trabalho uma vez por semana; e o Work Base (R\$ 540,00/mês), oferecendo todos os serviços anteriores, garantindo entrada diária na casa (figura 1), nas salas de reunião, na biblioteca, um ambiente privado para ligações, e acesso ao espaço-mãe (local reservado para amamentação), além de local para meditação (VALLEJOS, 2019).

Figura 1 – recepção do *coworking* da Nuwa.



Fonte: Site Nuwa - Espaço²⁵.

Após dois anos de funcionamento, em 20 março de 2020, o *coworking* da Nuwa foi fechado temporariamente como medida de prevenção à pandemia do novo coronavírus, uma doença altamente contagiosa que inviabilizou o funcionamento de espaços fechados e compartilhados, entre outras medidas adotadas por governantes ao redor do mundo. Após alguns meses, a empresa comunicou, através dos seus canais *on-line*, que o *coworking* não reabriria mais, e a marca Nuwa continuaria apenas como comunidade virtual e plataforma de negócios para mulheres.

²⁴ **Iniciativas de negócio fomentam o *networking* e o apoio profissional entre mulheres.** Disponível em <<https://www.jornaldocomercio.com/conteudo/ge/noticias/2018/09/646941-iniciativas-de-negocio-fomentam-o-networking-e-o-apoio-profissional-entre-mulheres.html>>. Acesso em 2 abr. 2021.

²⁵ Disponível em <<https://nuwa.vc/espaco/#gallery-1>>. Acesso em 2 abr. 2021.

Antes desse contexto de pandemia, o argumento do Nuwa *Coworking*, além de destacar a economia de estar em um local compartilhado, era o fato de estar na companhia de outras mulheres que frequentavam o local, conformando uma ‘comunidade’ de mulheres empreendedoras, o que possibilitava fazer *networking* e conexões. Frente esse posicionamento, no atual contexto e na tentativa de não perder sua principal característica identitária, de organização que conecta mulheres empreendedoras, a Nuwa passou a declarar que o seu endereço atual é “*on-line*”, conforme comunicado no seu Instagram (figura 2):

Figura 2 – *story* sobre o fechamento do *coworking* da Nuwa.



Fonte: perfil da Nuwa no Instagram²⁶.

Se anteriormente a resposta principal para “o que é a Nuwa?” poderia ser mais simples e mais concreta, “um *coworking*”, a partir dessa nova configuração é provável que as respostas assumam diferentes nuances, a partir de percepções e projeções variadas de quem a acompanha, definida como uma: ‘comunidade’, ‘companhia virtual’, ‘conexão profissional’, ‘compartilhamento de conteúdo’, ‘um local de conversação’. Indicando que agora o seu endereço é “*on-line*”, a Nuwa passou a comunicar que a sua comunidade está onde o seu público estiver, oferecendo sentidos de acessibilidade e proximidade, em um período onde o distanciamento físico é indicado.

Cabe destacar, ainda, que segundo o *site* oficial da empresa, a equipe da

²⁶ Disponível em <<https://www.instagram.com/stories/highlights/17874020476749675/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

Nuwa atualmente é formada por cinco mulheres: Gabriela Teló e Gabriela Stragliotto (Cofundadoras), Isabela Daudt (Designer) Jacqueline Glat (Redes Sociais) e Camila Kramm (Tecnologia). As cofundadoras, segundo seus perfis no LinkedIn²⁷ (com *links* disponibilizados no *site*), são graduadas em Publicidade e Propaganda com ênfase em *Marketing*, e não têm a Nuwa como única ocupação: Teló é Gerente de Pessoas na Herself, e Stragliotto trabalha com Planejamento, Estratégia e *Marketing* na Granja Campo Verde.

A descrição da empresa no LinkedIn (figura 3) elucida o momento em que a organização se encontra atualmente, e qual o seu foco principal:

Figura 3 – página da Nuwa no LinkedIn.

Nuwa
Comunidade online e produção de conteúdo para mulheres confiantes (às vezes)
Serviços da informação · Porto Alegre, Rio Grande do Sul · 160 seguidores
Visualizar todos os 5 funcionários no LinkedIn

✓ Seguindo Visite o site Mais

Início **Sobre** Publicações Vagas Pessoas

Visão geral
Somos uma comunidade online e um canal de conteúdo para mulheres confiantes, mesmo sabendo que tem dias que ela se esconde.
Nosso propósito é diminuir a solidão e aumentar a confiança feminina através de uma rede de apoio acolhedora, metodologias que nos auxiliem na nossa investigação pessoal e na facilitação de conexões entre mulheres.

Site	http://nuwa.vc
Setor	Serviços da informação
Tamanho da empresa	2-10 funcionários 5 no LinkedIn
Sede	Porto Alegre, Rio Grande do Sul
Tipo	Empresa privada
Fundada em	2018
Especializações	conteúdo com recorte de gênero, aprofundamento em negócios, rede profissional, rede de apoio, empreendedorismo feminino e conexão profissional

²⁷ Perfis no LinkedIn disponíveis em <<https://www.linkedin.com/in/gabrielatelo/>> e <<https://www.linkedin.com/in/gabrielastragliotto/>>. Acesso em 3 abr. 2021.

Fonte: página da Nuwa no LinkedIn²⁸.

Conforme tais informações, a especialização da Nuwa é em conteúdos com recorte de gênero, aprofundamento em negócios, rede profissional, rede de apoio, empreendedorismo feminino e conexão profissional. Em sua descrição, a empresa é apresentada com palavras-chave como “comunidade”, “conteúdo”, “confiança”, “rede”, “conexões”, “mulheres”. Também é citado o propósito de diminuir a solidão feminina.

Na mesma direção, no Instagram (figura 4), que é a rede social digital com mais seguidoras(es) (quase nove mil) e na qual faz atualizações mais frequentes, a Nuwa reafirma conceitos nucleares da marca, como “conexões”, “mulheres” e “rede”. Desta vez, o propósito de diminuir a solidão feminina aparece no título dos Destaques “comunidade” e, de forma mais literal, no “sozinha não”.

Figura 4 – página da Nuwa no Instagram.



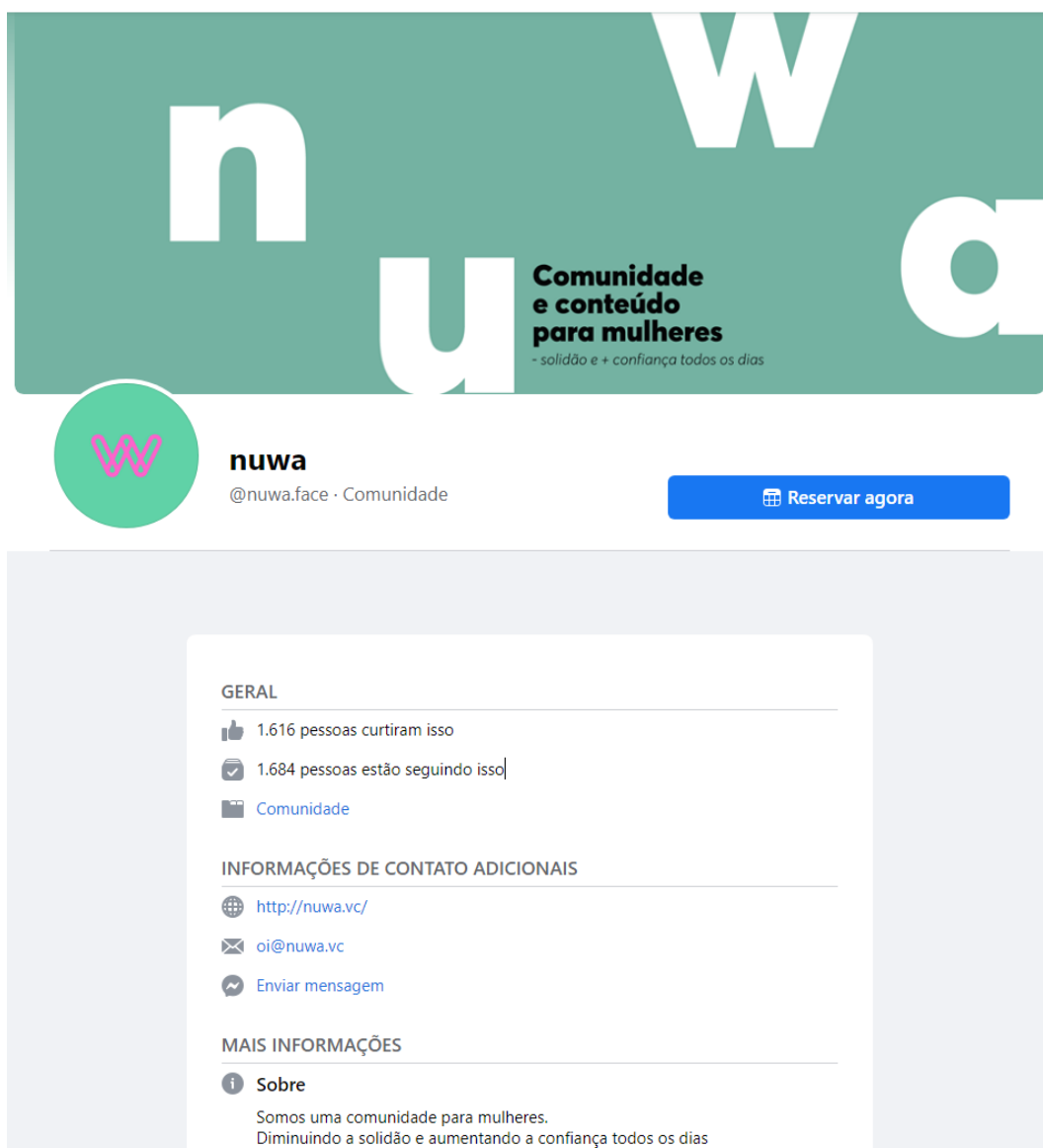
Fonte: página da Nuwa no Instagram²⁹.

Também na descrição da empresa em sua página do Facebook (figura 5), podemos ver a reafirmação e a coerência dos/com os principais conceitos propostos nas outras redes sociais digitais, como “comunidade”, “mulheres”, “confiança”, e “diminuindo a solidão”.

²⁸ Disponível em <<https://www.linkedin.com/company/nuwa-linkedin/about/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

²⁹ Disponível em <<https://www.instagram.com/nuwa.insta/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

Figura 5 – página da Nuwa no Facebook.



Fonte: página da Nuwa no Facebook³⁰.

Na primeira página do *site* institucional da Nuwa, que explica o projeto (equivalente ao “quem somos”), a frase principal traz novamente os sentidos de menos “solidão” e mais “confiança” (figura 6).

³⁰ Disponível em <<https://www.facebook.com/nuwa.face/about>>. Acesso em 2 abr. 2021.

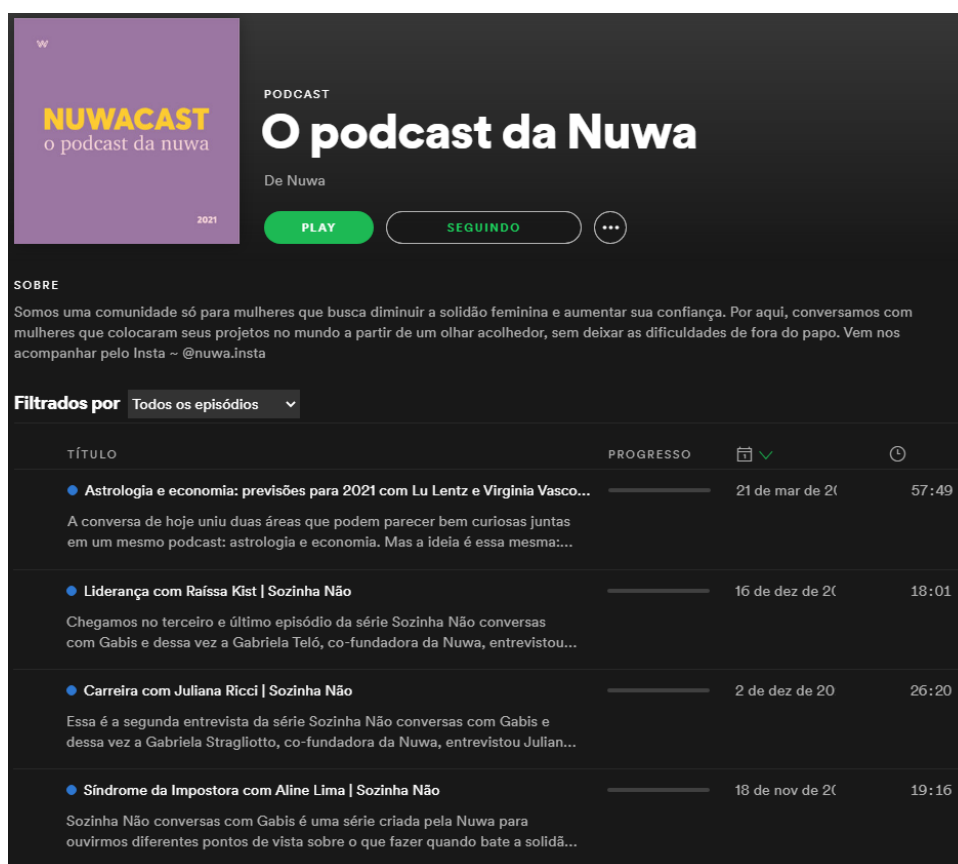
Figura 6 – *site* da Nuwa.

Fonte: NUWA (2021a, *on-line*).

No *site* também há mais ênfase para a exclusividade do direcionamento do público do projeto, com a frase “Só para mulheres”, que está fixada em todas as páginas do *site*. No texto de apresentação, a questão da solidão feminina abordada anteriormente é explanada e trazida como basilar para a definição dos objetivos da Nuwa de ajudar a tornar as mulheres mais confiantes, principalmente em suas práticas profissionais, a partir da criação de relacionamentos e grupos:

[...] com a missão de ampliar a confiança profissional das mulheres. Viemos ao mundo já com a ideia de ser casa, de acolher, mas também de dar, compartilhar. [...] A solidão feminina é um problema da contemporaneidade. Estamos cada vez mais em busca de propósito, respostas sobre quem somos e o melhor formato para nos relacionarmos. Vida pessoal e profissional não se dividem mais, porque não temos tempo nem disposição para ser algo além de nós mesmas. Compreendendo que quem somos não é algo estático, e sim vivo, cheio de camadas e histórias, decidimos que essa caminhada não precisava ser sozinha. E que ela, também, não precisava ter uma casa. Voltamos nossa atenção para qual problema queríamos resolver e percebemos que a confiança vinha do estar em grupo. Do pertencer. [...] com a força de quem não anda sozinha. (NUWA, 2021a, *on-line*)

Alguns conteúdos mais densos, de maior duração ou tamanho, também são criados e compartilhados pela Nuwa através da Internet. É o caso do *podcast* da Nuwa (figura 7) e da *newsletter* (figura 8), enviada para usuárias que cadastram um endereço de *e-mail*.

Figura 7 – página do *podcast* da Nuwa no Spotify.

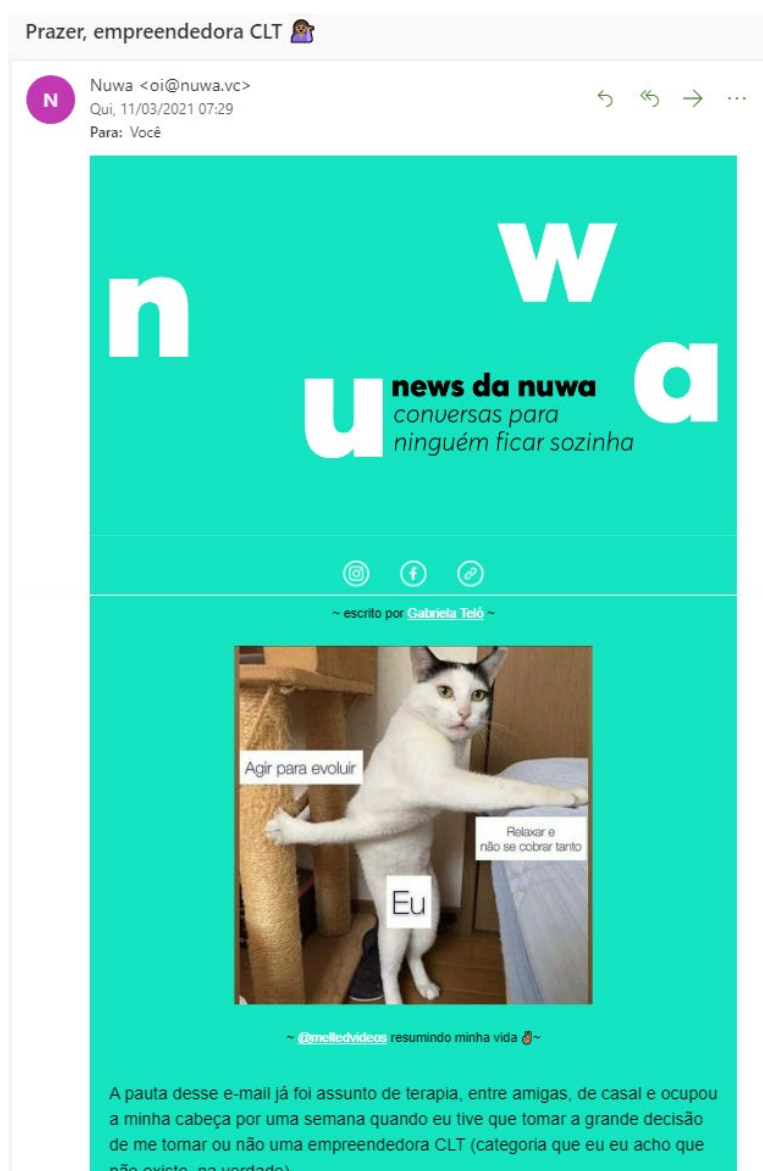
Fonte: página da Nuwa no Spotify³¹.

O *podcast* é disponibilizado no Spotify, plataforma de *streaming* de áudio mais popular atualmente, que tem planos gratuitos, com anúncios entre as faixas, e plano *premium*. Na descrição do *podcast* da Nuwa, novamente temos uma apresentação condizente com as que estão em outros canais. Há as palavras-chave “comunidade”, “mulheres”, “confiança” e “solidão”. A descrição traz ainda que as conversas disponibilizadas ali não deixam de falar sobre as dificuldades de realizar projetos.

Por sua vez, na *newsletter* (figura 8), enviada via correio eletrônico gratuitamente por assinatura, os assuntos são abordados em textos, bem mais extensos do que os veiculados nas redes sociais digitais, com eventuais imagens para ilustrar, em um tom que parece, mais ainda, uma conversa. De fato, a descrição da *newsletter* traz como palavras principais “conversas”, e também a frase “para ninguém ficar sozinha”, conceito que se repete em todos os canais aqui apresentados, por meio das palavras “solidão” ou “sozinha(s)”. Os temas variam, mas também giram em torno da vida profissional, empreendedorismo e trabalho autônomo, gestão de tarefas e de tempo, hobbies e comportamento *on-line*.

³¹ Disponível em <open.spotify.com/show/0BmVNZr0VLHmPsKjvzeph3>. Acesso em 2 abr. 2021.

Figura 8 – *newsletter* da Nuwa de 11 de março de 2021.



Fonte: NUWA (2021).

Além disso, a equipe da Nuwa modera o grupo do Sozinha Não RS (no WhatsApp) e o grupo Sozinha Não Brasil (no Telegram, outro aplicativo de mensagens instantâneas, onde os grupos podem ter mais participantes). Nas redes sociais digitais, a Nuwa apresentou o Sozinha Não como um projeto para aproximar empreendedoras e gerar novas parcerias *on-line* e *off-line*, porque, segundo a empresa, empreender é solitário, mas não precisa seguir desse jeito. O projeto funcionaria, inicialmente, com organizadoras de eventos da Nuwa em diversas cidades, presencialmente, e foi divulgado no Instagram pela primeira vez em 9 de março de 2020, como um movimento pelo fim da solidão feminina. Com a pandemia, foi necessário adaptá-lo, transformando o Sozinha Não em um projeto de conexão

de mulheres por conversas e encontros via Internet. Segundo as divulgações da organização, em dois meses foram mais de 130 empreendedoras no grupo organizado pelo aplicativo WhatsApp, que também conta com ligações por vídeo. Elas também compartilham os perfis das participantes no Instagram para divulgar os projetos uma das outras, por exemplo.

Em relação aos conteúdos, grupos e/ou encontros que não são de acesso gratuito, atualmente, considerando as condições em que a pandemia permite a empresa atuar, há o Método Nuwa, realizado em ciclos de encontros *on-line* para conectar as mulheres com as suas intenções e gerar novas ideias. São oito semanas de conteúdo, com orientações semanais e convidadas especiais, sempre *on-line*. Um espaço para levar problemas, questões de trabalho e de rotina e crescer com outras mulheres, segundo a Nuwa. Outro serviço que vale ser destacado é o Conversas para Relaxar, criado durante a pandemia: encontros sobre temas que não têm a ver com vida profissional, mas sim com conexão, entretenimento e hobbies (um exemplo foi uma oficina de cerâmica totalmente *on-line*, onde as participantes pagavam uma taxa pelo material e pela aula, feita com outras mulheres pela Internet).

Anteriormente, mas ainda durante a pandemia, a Nuwa também tinha uma loja *on-line* onde vendia artigos como um calendário e um *e-book*, intitulado Perfeita Não, que abordava confiança e autoestima. Antes da pandemia, como dito, também havia encontros presenciais na casa da Nuwa. Os últimos eventos presenciais, segundo o *site* da empresa, foram sobre empreender na área do Design, investimentos financeiros, autoconhecimento do corpo feminino e ciclo menstrual, microeconomia, política, tecnologia, e um sarau de poesias sobre sororidade.

Dessa forma, o projeto da Nuwa se configura e se apresenta como ponto de contato entre mulheres, em perspectiva de ser um facilitador para que o público feminino fale e, principalmente, converse sobre vida profissional e negócios, criando mais confiança e se sentindo menos sozinhas, a partir de uma comunidade *on-line* e de conteúdo, na maior parte, gratuito –, e agora sem espaço físico.

4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para realizar esta pesquisa, de caráter exploratório, utilizamos como método a Análise de Conteúdo nos termos de Bardin (1988; 2016), e também com base em

Fonseca (2006), que aborda este método com o recorte da pesquisa em Comunicação. A autora, que divide o método em quatro momentos – organização da análise, codificação, categorização e inferência –, define-o como

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2016, p. 48)

Seguindo os passos propostos por essa metodologia, o nosso ponto de partida foi a realização da leitura flutuante, que é “o contato com os documentos a serem analisados, visando conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (FONSECA, 2006, p. 290). Nessa etapa, em perspectiva da pesquisa documental, que trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, porém recorrendo a fontes mais diversificadas (FONSECA, 2006), buscamos informações sobre a Nuwa, seu modelo de negócio e suas publicações *on-line* no *site* oficial da empresa, em seus perfis nas redes sociais digitais, e em portais de notícias. As informações de maior relevância para este estudo foram apresentadas no subitem anterior.

Após, definimos o conjunto de documentos a serem submetidos à análise, ou seja, o *corpus* da pesquisa. Segundo Bardin (2016), nesse momento deve-se levar em conta quatro regras: a) regra da exaustividade, que exige que todos os documentos referentes ao assunto pesquisado, no período escolhido, sejam considerados; b) regra da homogeneidade, que requer que os documentos sejam da mesma natureza, do mesmo gênero, ou se reportem ao mesmo tema; c) regra da pertinência, que cobra que os documentos sejam adequados e relacionados ao objetivo da análise; e d) a regra da representatividade, que diz que a análise pode ser efetuada em uma amostra, desde que o material a isso se preste.

Em nosso estudo, aplicamos as quatro regras citadas, uma vez que todos os nossos documentos são pertinentes ao objetivo da pesquisa e são da mesma natureza – publicações no Instagram –, além de termos levado em conta todos os documentos do período escolhido, de 17 de março de 2020 a 17 de março de 2021 – exceto 8 postagens do levantamento inicial de 158 postagens, pois não tinham informações suficientes para análise (por se tratarem de sorteios, terem legendas muito curtas com apenas algumas palavras, ou publicações só com imagens, sem texto) –, considerando que esse é um intervalo de tempo que nos trará uma amostra

das falas da Nuwa durante a pandemia, uma vez que ainda estamos vivenciando o período de alto contágio por covid-19, portanto a pandemia não cessou. A partir dessas regras e do período escolhido, o *corpus* da pesquisa foi definido em 150 postagens do perfil da Nuwa no Instagram.

Adiante, para finalizar a pré-análise, há o tratamento dos dados obtidos, onde “os dados brutos são tratados de maneira a serem significativos (“falantes”) e válidos” (BARDIN, 2016, p. 131). Segundo a autora, nessa fase podem ser feitos cálculos de porcentagens, quadros de resultados, figuras, “as quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise”, que podem “adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos” (BARDIN, 2016, p.131) ou dizer a respeito de descobertas inesperadas.

Conforme Bardin (2016), com os objetivos formulados e após a preparação do material, que neste trabalho se deu a partir da formulação de uma tabela com informações sobre as 150 postagens (apêndice A), passamos para a exploração do material, que consiste “essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração” (BARDIN, 2016, p. 131).

Na etapa de codificação, o recorte é feito a partir da escolha das unidades de registro – “a unidade de significação codificada e correspondente ao segmento de conteúdo considerado unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (BARDIN, 2016, p. 134) – e das unidades de contexto. Segundo a autora, as unidades de registro mais utilizadas são a palavra, o tema, o objeto ou referente, o personagem, o acontecimento e o documento. Neste trabalho, optamos por fazer uma análise temática, que segundo a autora “consiste em descobrir os “núcleos de sentido” que compõem a comunicação e cuja a presença, ou frequência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico” (BARDIN, 2016, p. 135). Neste estudo, os seis grandes temas que apareceram durante a exploração do material, e serviram de base para pensarmos as categorias e subcategorias (presentes no próximo subitem) posteriormente: 1) publicações sobre bem-estar e desenvolvimento pessoal; 2) publicações que visam criar, conectar e fomentar comunidades e redes de mulheres; 3) publicações com informações gerais sobre a Nuwa, como sobre o funcionamento; 4) publicações que abordam pautas sociais; 5) publicações para sorteios; 6) publicações sobre trabalho e carreira profissional.

Em relação à unidade de contexto, esta “corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões (superiores às da unidade de registro” servem para que “se possa compreender a significação exata da unidade de registro” (BARDIN, 2016, p. 137). Portanto, segundo a autora, o/a analista deve levar em conta e referenciar o contexto, para que haja a compreensão correta do sentido do que está sendo analisado. Fonseca (2006, p. 294) esclarece que períodos ou “ocasiões específicas, como Natal, Copa do Mundo e Carnaval, também podem se configurar em unidades de contexto”. No caso deste estudo, consideramos o contexto de pandemia, que trouxe alterações para a vida social, econômica, acadêmica, profissional (entre outros) da população.

Além da técnica de recorte, outra técnica no momento da codificação é a regra da enumeração, que se trata do *modo* de contagem (enquanto a unidade de registro é *o que* se conta). É possível utilizar diversos tipos de enumerações: presença (ou ausência), frequência, frequência ponderada, intensidade, direção, ordem e co-ocorrência da unidade de registro. Neste estudo, consideramos como mais pertinente a frequência com que os temas são apresentados nas publicações (contar a quantidade de publicações por tema) como um indício da importância que a Nuwa dá para cada temática que escolhe abordar no seu espaço *on-line*, uma vez que a “aparição de um item de sentido ou de expressão será tanto mais significativa [...] quanto mais essa frequência se repetir” (BARDIN, 2006, p. 139).

A partir das temáticas abordadas pelas publicações do perfil da Nuwa no Instagram, e à luz do referencial teórico, fizemos a categorização, que a autora descreve como uma “operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia)” (BARDIN, 2016, p. 147), que deve ter critérios previamente definidos e serve para reunir elementos (no caso da análise de conteúdo, unidades de registro). Segundo Bardin (2016), a categorização é feita em duas etapas: a) o inventário, que consiste em isolar os elementos; e b) a classificação, que equivale a repartir os elementos e procurar ou impor organização a eles. Neste trabalho, a categorização é com base semântica (consiste em agrupar temas que têm significados em comum sob o mesmo título conceitual), e será apresentada no próximo subcapítulo, com os dados da análise. As categorias deste estudo foram formuladas considerando as cinco qualidades a seguir (BARDIN, 2016; FONSECA, 2006):

- Exclusão mútua: cada elemento não pode existir em mais de uma divisão;

- Homogeneidade: as categorias devem ser organizadas a partir da inclusão de elementos coerentes, só com unidades de registro da mesma natureza;
- Pertinência: as categorias devem estar adaptadas ao material escolhido, além de refletir o objetivo da investigação e/ou corresponder às características dos elementos.
- Objetividade e fidelidade: a escolha e a definição das categorias deve ser bem estabelecida, precisando as variáveis e os índices que determinam cada categoria.
- Produtividade: as categorias devem propiciar resultados férteis.

Por fim, chegamos ao momento das inferências, uma dedução lógica que considera “variáveis sociológicas e culturais, variáveis relativas à situação da comunicação ou do contexto de produção da mensagem” (BARDIN, 1988, p. 40), conceituada como “um tipo de interpretação controlada” (BARDIN, 2016, p. 165). A partir dessa “operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras” (BARDIN, 2016, p. 45), a autora afirma que é possível responder a dois tipos de problemas: sobre as causas ou antecedentes das mensagens (o que levou a determinado enunciado?); e sobre os potenciais efeitos das mensagens (consequências que provavelmente vão provocar). Para a etapa da interpretação por inferência, Bardin (2016) considera que o analista deve atentar para o produtor da mensagem, o grupo que recebe a mensagem, a mensagem propriamente dita, e o canal por onde a mensagem foi enviada (meio).

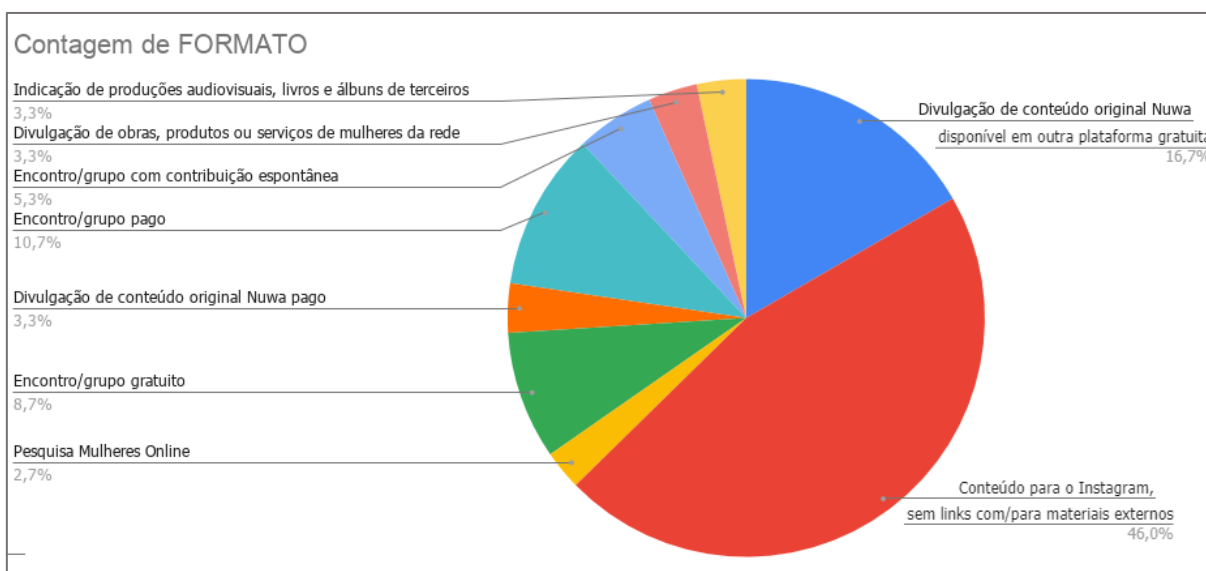
No subcapítulo a seguir, apresentamos os dados, trazemos a análise e a interpretação do *corpus* do trabalho, com base na metodologia apresentada neste item. Como complemento à análise, sem qualquer intenção de esgotarmos o estudo, apresentamos também seis comentários de seguidoras em publicações da Nuwa no Instagram, com base na técnica de análise e interpretação proposta por Gil (2008, p. 156), que consiste na “procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos”. Tais comentários foram considerados relevantes por demonstrarem a disposição das leitoras para o movimento de resposta e para utilizar o seu tempo respondendo à empresa, para além de apenas deixar uma “curtida” rápida, por apresentarem compartilhamento de assuntos pessoais e, até mesmo, aspectos das rotinas particulares das seguidoras que comentaram.

4.3 ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DO PERFIL DA NUWA NO INSTAGRAM

Neste subcapítulo apresentamos dados quantitativos em relação às postagens da Nuwa no Instagram, como os tipos de divulgação e conteúdo que a empresa publica nesta rede social digital, identificamos as categorias e subcategorias elencadas a partir do método de análise de conteúdo, e as somas e médias de curtidas e comentários nas publicações que compreendem o *corpus* do estudo. Na sequência, trazemos análises qualitativas, a partir da inferência, em relação aos núcleos de sentido que cada uma das quatro categorias, incluindo as suas subcategorias, carregam e oferecem.

Antes de entrar na análise do conteúdo propriamente dita, a seguir, apresentamos o gráfico 1, que demonstra o uso do Instagram pela Nuwa. Para construir o gráfico 1, as 150 postagens foram classificadas conforme o que se propunham divulgar. Cabe observarmos que uma característica de boa parte das publicações da Nuwa é a de trazer uma mensagem (conteúdo) somada a algo que deseja promover, muitas vezes de maneira sutil, nunca de forma imperativa, pois o que é divulgado geralmente está bem encaixado no contexto de toda a mensagem da publicação.

Gráfico 1 – conteúdos veiculados no Instagram da Nuwa.



Fonte: produzido pela autora.

No gráfico 1 observamos que 46% do conteúdo veiculado pela Nuwa no período analisado (17/03/2020 a 17/03/2021) eram publicações pensadas para o Instagram, ou seja, entrevistas gravadas e publicadas no IGTV para assistir na

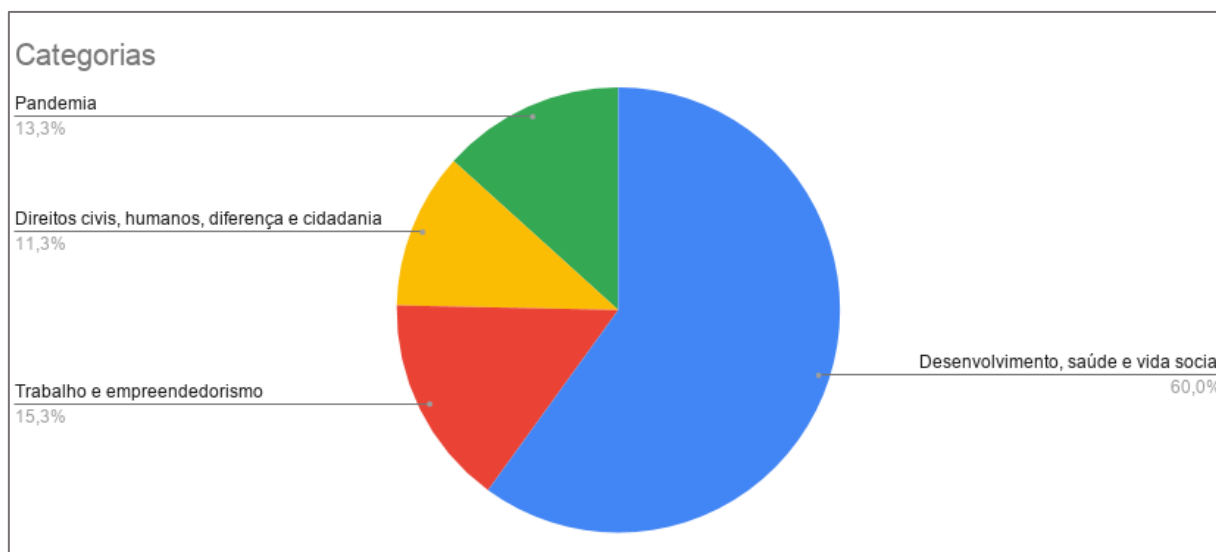
própria rede social digital, textos nas legendas de postagens que não há intenção de levar a leitora para outro conteúdo (a ideia está completa ali), transmissões ao vivo, entre outros conteúdos semelhantes. Por outro lado, 16,7% das postagens são de divulgação de algum conteúdo produzido originalmente pela Nuwa e disponível em outra plataforma de acesso gratuito, como publicações que contêm divulgação dos conteúdos disponíveis no Spotify (*podcasts*) e cadastro em listas de envio de conteúdos via correio eletrônico (*newsletter*) criados pela equipe da Nuwa, que produz conteúdo em diversos formatos.

Ainda em relação ao gráfico 1, as publicações que divulgam encontros e/ou grupos *on-line* pagos (10,7%), gratuitos (8,7%) e de contribuição espontânea (5,3%), se somadas, representam quase $\frac{1}{4}$ das publicações do período, 24,7%, o que pode indicar a coerência das ações da Nuwa com relação ao propósito de criar conexões e articular comunidades de mulheres – mesmo que digitais, por conta da pandemia (durante o período analisado, nenhum evento presencial foi divulgado). Outro dado que chama a atenção é o número baixo de publicações que divulgam conteúdos pagos, representando 3,3% do total – como postagens que promovem os conteúdos disponíveis na loja *on-line* da Nuwa, por exemplo, o *e-book* Sozinha Não e o Calendário Energético.

Após a verificação do que é divulgado pelo Instagram da Nuwa, passamos para a análise de conteúdo das postagens – o centro deste estudo –, levando em conta, prioritariamente, o conteúdo das legendas das publicações (por serem sempre apresentadas em texto e com número maior de informações do que a imagem) e, complementarmente, as frases presentes nas imagens³². O gráfico 2, a seguir, ilustra a categorização das postagens.

³² Cores e disposição de elementos visuais das fotografias e ilustrações não foram analisados.

Gráfico 2 – categorias das postagens.



Fonte: produzido pela autora.

A maioria das publicações analisadas, 60%, aborda aspectos que podem ser considerados como pessoais: bem-estar, vida social, saúde mental e física, bons hábitos, objetivos individuais e habilidades emocionais, agrupados na categoria Desenvolvimento, saúde e vida social, tema que, de fato, começou a ser mais lembrado e explorado à medida que o tempo de pandemia aumentava – o que pode ser a razão de uma parcela tão expressiva de publicações por parte da Nuwa. Por outra via, 15,3% das postagens abordam temas ligados a negócios e a situações/contextos ligados ao trabalho e, portanto, foram agrupados na categoria Trabalho e empreendedorismo. Por fim, 13,3% das publicações abordam questões relacionadas diretamente à pandemia de covid-19, agrupados na categoria Pandemia, e 11,3% são sobre temas relacionados à diversidade, direitos humanos e cidadania, agrupados em Direitos humanos e civis, diferença e cidadania.

A seguir, no quadro 1 detalhamos as categorias, e apresentamos as subcategorias e a quantidade de publicações classificada em cada uma delas, bem como os seus critérios de agrupamento.

Quadro 1 – classificação das postagens.

Classificação das postagens				
Categorias	Qtd. posts.	Subcategorias	Qtd. posts.	Critério de agrupamento
Desenvolvimento, saúde e vida social	90	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	25	Abordar questões psicológicas e emocionais, como empatia, autoestima, entre outros, e hábitos

				relacionados ao bem-estar da mente.
		Espiritualidade	2	Abordar questões relacionadas à espiritualidade.
		Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	21	Abordar relacionamentos, construção e manutenção de redes de apoio, e trocas interpessoais em geral.
		Relação com o meio digital	4	Abordar a relação com as redes sociais digitais, atividades e consumo de informação <i>on-line</i> .
		Pausas e desconpressão	10	Abordar descanso, alívio da rotina, distrações, calma e ócio.
		Planejamento, rotinas, metas/objetivos pessoais	24	Abordar questões relacionadas a rotina diária, ao planejamento da vida e de metas, e a alcançar objetivos próprios.
		Saúde física	4	Abordar questões relacionadas ao bem-estar do corpo.
Direitos civis e humanos, diferença e cidadania	17	Direitos Civis	1	Abordar deveres cívicos e cidadãos.
		Etnia e Raça	7	Abordar questões que permeiam temas de etnia e raça.
		Inclusão social	3	Abordar o combate a exclusão de pessoas minorizadas dos benefícios da vida em sociedade.
		LGBTQIA+	2	Abordar questões que permeiam a discussão sobre os direitos de pessoas LGBTQIA+.
		Meio ambiente e natureza	4	Abordar sustentabilidade e relação com a natureza.
Pandemia	20	Dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	20	Abordar o contexto de pandemia, falando sobre mudanças, novidades e dificuldades diretamente ligadas a ele.
Trabalho e empreendedorismo	23	Empreendedorismo e negócios	8	Abordar questões relacionadas a gerir o próprio negócio e ser empreendedora.
		Liderança	2	Abordar liderança, abrangendo cargos em

				empresas de terceiros.
		Mundo do trabalho	8	Abordar temas relacionados a relação com o trabalho (em geral).
		Teletrabalho	5	Abordar especificamente o trabalho remoto ou <i>home office</i> , realizado de casa.
Total de postagens analisadas	150			

Fonte: produzido pela autora.

Como visto, as subcategorias mais representativas na categoria Desenvolvimento, saúde e vida social, em relação à quantidade de publicações, são as de postagens que tratam sobre questões psicológicas e de bem-estar mental, como habilidades emocionais – autoconfiança, autoconhecimento, coragem, persistência, automotivação, autoestima, resistência às frustrações –, comportamentos saudáveis e emoções sentidas no dia a dia. Na categoria Trabalho e empreendedorismo, aspectos e situações relacionadas ao mundo do trabalho em geral, e mais especificamente ao empreendedorismo, foram os mais postados. Ainda nessa categoria, o teletrabalho surgiu como subcategoria – uma marca dos tempos de pandemia e da necessidade de distanciamento físico. Porém, é a categoria Pandemia que aborda questões postas como dificuldades ou mudanças ligadas exclusivamente à pandemia e não abordam outros temas, como o trabalho – locais fechados, solidão, dificuldade em adaptar a rotina diária e preocupação com o futuro.

Por fim, a categoria de Direitos civis e humanos, diferença e cidadania, tem como principais publicações as sobre Etnia e raça. Apesar de também haver publicações sobre obras e conteúdos produzidos por pessoas indígenas nesta subcategoria, a maioria das publicações envolve o movimento negro ou pessoas negras – outro ponto que teve destaque nas pautas de 2020, principalmente devido a dois assassinatos de homens negros³³, um deles no RS³⁴. Tais exemplos

³³ G1. **Caso George Floyd: morte de homem negro filmado com policial branco com joelhos em seu pescoço causa indignação nos EUA.** Disponível em <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/05/27/caso-george-floyd-morte-de-homem-negro-filmado-com-policial-branco-com-joelhos-em-seu-pescoco-causa-indignacao-nos-eua.ghtml>>. Acesso em 29 abr. 2021.

³⁴ Jornal do Comércio. **Protesto denuncia racismo e cobra Justiça na morte de João Alberto no Carrefour.** Disponível em <<https://www.jornaldocomercio.com/conteudo/geral/2020/11/766835-protesto-denuncia-racismo-e-cobra-justica-na-morte-de-homem-no-carrefour.html>>. Acesso em 29 abr. 2021.

demonstram que a Nuwa não se absteve de trazer um posicionamento ou abordar temas complexos, como uma crise sanitária, respostas a atos racistas e saúde mental durante a pandemia, participando dos debates gerados ao longo do ano – mas sem tentar protagonizar essas pautas.

Cabe ressaltar que, apesar de a Nuwa produzir conteúdos focados no que a organização vê como necessidades do público feminino, nenhuma das subcategorias traz recortes de gênero no título, pois os conteúdos têm muito mais um “pano de fundo”, como a linguagem sempre no feminino, que os contextualiza como sendo para esse público, do que um recorte sempre explícito e/ou muito demarcado.

A seguir, nos quadros 2 e 3, destacamos a quantidade de respostas registradas do público em cada categoria.

Quadro 2 – médias de curtidas das postagens.

CATEGORIA	Soma de QTD. CURTIDAS	Média de QTD. CURTIDAS
Desenvolvimento, saúde e vida social	10.903	96
Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	1.592	68
Pandemia	2.568	101,5
Trabalho e empreendedorismo	2.292	119,5
Total geral	17.355	96

*Nas postagens de vídeo, que eram a minoria em todas as categorias, as curtidas não são disponibilizadas, apenas as visualizações, que não foram consideradas aqui por serem de outra natureza (não necessitam de um movimento de resposta do usuário, pois representam quantas vezes o vídeo foi visto no *feed* por, pelo menos, 3 segundos).

Fonte: produzido pela autora.

No quadro 2 observamos que, mesmo sem ter o maior número de publicações (foram 23), a categoria Trabalho e empreendedorismo teve a maior média de curtidas nas postagens, seguida pela categoria Pandemia (com 20), sendo os dois temas que receberam a maior média de “gostei” do público. Já no quadro 3, a seguir, trazemos dados sobre os comentários, outro tipo de envolvimento das seguidoras com as publicações.

Quadro 3 – comentários das postagens.

CATEGORIA	Soma de QTD. COMENTÁRIOS	Média de QTD. COMENTÁRIOS
Desenvolvimento, saúde e vida social	334	2
Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	55	3
Pandemia	165	5
Trabalho e empreendedorismo	109	3
Total geral	663	2

Fonte: produzido pela autora.

A categoria Pandemia foi a que mais gerou respostas nas publicações da Nuwa, com a média de 5 comentários por postagem; foram 165 comentários em 20 publicações. Com 334 comentários em 90 publicações, a categoria Desenvolvimento, saúde e vida social, teve mais comentários, porém a média é de apenas 2 comentários por publicação. As postagens sobre a pandemia alcançaram quase metade dos comentários da categoria Desenvolvimento, saúde e vida social, mesmo tendo menos de $\frac{1}{4}$ do número de publicações desta, o que demonstra a taxa de resposta mais alta das seguidoras da Nuwa quando o tema foi pandemia – e pode indicar desejo, necessidade ou empatia por parte do público na hora de falar sobre a situação.

Em relação aos núcleos de sentidos oferecidos pelas postagens de cada categoria, iniciaremos pelas publicações que falam sobre Desenvolvimento, saúde e vida social. É a categoria com o conceito mais abrangente, portanto a que tem mais subcategorias.

As publicações da Nuwa que falam sobre Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis tratam o tema como bastante necessário, e aliam essas discussões a temas que têm relação com o próprio contexto de pandemia, mesmo sem citá-lo: *“Em tempos de incerteza o autocuidado precisa fazer parte da nossa rotina. [...]”* (post. 3). Considerando isso, a Nuwa convida as seguidoras a repensarem as suas exigências consigo mesmas, demonstrando resistência à ideia de que se pode controlar tudo – outro fato que ficou muito evidente com a situação da pandemia –, ou mesmo a falsa sensação de controle: *“Quem sabe a gente pode descobrir um bem estar diferente, onde o 8 é o novo 10?”* (post.14); *“Se a gente abrisse mais espaço em nós mesmas para fluir e menos para controlar, onde estaríamos?”* (post. 38); Além disso, algumas

habilidades emocionais são destacadas como importantes através das publicações, como a calma/paciência (post. 6 e 51), amor próprio e autoconfiança (post. 144, 45, 47, 50, 129) – no Dia dos Namorados, por exemplo, a abordagem da publicação foi sobre amor próprio na quarentena.

A relação entre sentimentos e escolhas e/ou aquilo se intenciona também é abordada, enfatizando a importância de não tomar decisões estritamente racionais, mas ter atenção também aos sentimentos, ao que se deseja de forma mais íntima: *“Intenções: uma mistura entre sentir e agir”* (post. 113); *“É sabendo das nossas qualidades e dificuldades que podemos apoiar ou pedir ajuda, lembrando sempre que a nossa identidade não é estática. Quem somos hoje é diferente de quem seremos amanhã e é por isso que a atenção para o sentir é tão importante”* (post. 122); *“Seguir se questionando e se investigando é importante, mas muitas vezes não existe uma solução ideal. Ao invés de buscar acertar sempre, a gente pode colocar a nossa atenção nas escolhas: agir de acordo com o que faz sentido pra nós mesmas, hoje.”* (post. 134). Outro sentido trazido de maneira recorrente é o de se colocar em movimento, manter-se estimulada mesmo com as dificuldades e alimentar a esperança, como na postagem 146: *“[...] esperança é sobre esperar e significa se animar, estar estimulada para ir e conquistar algo”*. Apesar disso, o movimento constante não é posto como necessário nessas falas. Se reconhece, também, que há momentos de parar, repensar, aguardar: *“[...] a coragem que existe na espera e também a coragem que é necessária pra sair desse lugar de repouso e recomeçar o movimento”* (post. 138). Não há uma “cobrança” recorrente sobre ser sempre produtiva ou ter novas ideias todos os dias.

Na linha do autoconhecimento, a importância de conectar-se consigo mesma e de enfrentar a Síndrome da Impostora, é salientada, novamente enfatizando que esse é um trabalho que leva tempo: *“Para nos aproximarmos dessa visão sobre nós mesmas e nos conectarmos com as nossas qualidades, um exercício que pode ajudar são as frases afirmativas”* (post. 96); *“Você pode usar o nome que quiser para essa vozinha que no fundo quer nos proteger, mas que em algumas horas consegue nos paralisar, encher a cabeça de dúvidas e nos tirar do foco. Já que esse é um trabalho pra vida toda, que tal começarmos juntas a conhecer a nossa impostora?”* (post. 128). As questões sobre aprendizado contínuo e evolução diária são recorrentes nas publicações dessas subcategorias, citadas como uma forma de não se cobrar grandes evoluções em pequenos períodos de tempo, mas sim aprender a

cada dia, e se permitir reinventar a si quando necessário. A autovalorização também é uma característica posta como vantajosa: *“Quando passei a valorizar o meu tempo, aprendi a dizer não”* (post. 56).

A questão da espiritualidade não é abordada com frequência, com apenas duas publicações na categoria. Apesar disso, quando essas publicações aparecem, trazem temas não tão tradicionais: Karma (termo de uso religioso em doutrinas como a budista e a hinduísta) e um conteúdo criado com uma xamã de origem Kaingang.

No que diz respeito à Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos, o propósito de diminuir a solidão feminina aproximando mulheres e criando comunidades é citado de forma muito recorrente. Questões relacionadas à pandemia que não a citam diretamente, como a necessidade de se conectar com outras pessoas basicamente através do meio digital, também aparecem: *“O que é necessário para uma comunidade existir? Um propósito claro compartilhado + a sensação de pertencimento que vem através do acolhimento + um espaço para nos reunirmos. Ou seja, temos tudo isso para continuar nos aproximando e diminuindo a solidão através do espaço on-line”* (post. 125). Citações que relembram o ambiente de relacionamento do *coworking* também estão presentes, e as dificuldades de estar sozinha ou de fazer novas conexões também são salientadas de forma recorrente – corroborando a necessidade de negócios como a Nuwa. *“Quanto mais “adultas” vamos nos tornando, parece que os lugares onde podemos conhecer pessoas legais vão diminuindo. Se tem algo que a gente se orgulha bastante por aqui é das amizades e parcerias criadas a partir do coworking, eventos e encontros. É como se o fato de outras mulheres terem escolhido viver a mesma experiência já nos aproximasse.”* (post. 100); e as vantagens de estar em grupo também são citadas diversas vezes, como na postagem 97: *“[...] Em grupo, então, a gente reconhece nossas qualidades e pode apoiar e ser acolhida por quem entende pelo que estamos passando”*. A necessidade de criação e acionamento de redes de apoio também é posta como um facilitador, salientando a necessidade de pedir auxílio quando necessário, de ter com quem contar, e de se mostrar disponível para ajudar outras mulheres: *“[...] Quando estamos nos sentindo desamparadas parece contra-intuitivo oferecer ajuda - mas apoiar outras mulheres e buscar trocar com elas é um dos caminhos mais bonitos para abrandar a solidão.”* (post. 34).

Sobre a Relação com o meio digital, as publicações abordam a sensação de cansaço das redes sociais digitais, o “relacionamento abusivo” de quem produz

conteúdo para essa plataforma (uma vez que a expectativa de alcance orgânico das publicações é de 5% a 10% do número total de seguidores). Durante a pandemia, a Nuwa também produziu a Pesquisa Mulheres *On-line*, que teve como objetivo compreender como as mulheres que fazem parte da comunidade da marca estavam se relacionando com o meio digital (os resultados foram enviados por *e-mail* para todas as participantes, cerca de 70, e abertos posteriormente). Apesar de utilizarem a Internet para se comunicar com a sua comunidade, a Nuwa não alimenta o discurso de o espaço digital ser um lugar em que tudo é bom e pura conexão, com frases que novamente fazem, implicitamente, referência ao contexto de pandemia: *“Que a nossa vida mudou muito ultimamente a gente sabe. [...] Começamos a nos questionar sobre o tempo que ficamos on-line, sobre como consumimos informação e quanto ser ativa no digital é importante para cada uma.”* (post. 132).

Sobre as Pausas e descompressão, esses momentos são postos como de extrema importância nas rotinas diárias. Uma das publicações que teve mais curtidas (226) e comentários (11) dessa subcategoria tem como título “cansada de pensar”. Além disso, as pausas são ligadas à melhora no rendimento e na criatividade: *“Também é importante se permitir parar e recarregar: essa pausa refresca a cabeça e - já testamos - acaba trazendo sim novas ideias”* (post. 120). As publicações sobre os eventos Conversas para Relaxar, criados especialmente para serem momentos de descompressão em grupo, também estão agrupados nessa categoria. *“O primeiro Conversas pra Relaxar é amanhã. A ideia é criar um pequeno momento de descompressão no meio da rotina (por vezes bem difícil) das últimas semanas. Sempre com uma convidada da nossa comunidade local e com assuntos bem diferentes.”* (post. 35).

Abordando mais especificamente Planejamento, rotinas, metas e objetivos pessoais, novamente, há a ideia de tentar alinhar expectativas e realidade, focando no que é possível de se fazer, considerando novamente o contexto de pandemia, incentivando que as seguidoras não persigam a perfeição e compreendam que falhar pode fazer parte do planejamento. *“Aqui na nuwa, em 2020, substituímos metas por intenções e pra 2021 escolhemos suavizar um pouco as expectativas e no lugar delas vamos usar: aspirações. [...] Traçar um caminho de menos expectativa, nesse sentido, não quer dizer deixar de ir atrás do que você sonha, mas sim estar mais atenta as variáveis da equação que a gente não controla e exigir de nós mesmas a energia que é - possível - e não aquela idealizada e irreal.”* (post. 147);

“Tem mulheres que andam com a agenda cheia, com novas ideias e projetos sendo construídos. Tem, também, quem está buscando ordem em meio ao caos, pra seguir dando seus próximos passos.” (post. 76). A maioria das divulgações do Método Nuwa, principal ciclo de encontros pagos da Nuwa durante o período analisado, foi agrupada nessa categoria, pois o Método é apresentado como um facilitador para sair do piloto automático e estar mais presente na investigação das próprias prioridades e escolhas. As publicações dessa categoria ainda abordam a necessidade de reservar espaços para si na rotina, de planejar a semana prestando atenção no que é importante para si, sobre mudanças na rotina de acordar, sobre listar tarefas e também atividades prazerosas. O foco no processo de realização dos planos e não somente na “linha de chegada” é frequentemente reafirmado, dando importância para todos os passos que são necessários até que se alcance um grande objetivo.

Sobre Saúde física, o núcleo é sobre *“Respeitar o nosso corpo [...]”* (post. 64) e ter cuidado com ele. As quatro publicações desta categoria abordam o cuidado com a postura, hidratação, e uma particularidade das pessoas que menstruam: o ciclo menstrual e suas fases, sugerindo *“[...] descobrir formas de organizar o nosso mês e nosso trabalho levando em consideração os potenciais de cada fase do ciclo”* (post. 64).

Os núcleos de sentido das publicações agrupadas na categoria Trabalho e Empreendedorismo foram divididos em quatro subcategorias. A primeira delas, Empreendedorismo e negócios, traz percepções sobre o empreendedorismo como uma forma de trabalho que demanda riscos e mais tomadas de decisão, mas que isso não deve desmotivar àquelas que desejam estar à frente dos projetos em que acreditam ou de realizar seus trabalhos autônomos. Apesar disso, dificuldades não são “escondidas” nas publicações, e os erros são trazidos, novamente, como parte do processo, e como aprendizado. Nessa categoria também há postagens que incentivam o consumo de bens (produtos e serviços) produzidos e/ou comercializados por pequenas empreendedoras e a divulgação e indicação de trabalhadoras autônomas.

Por sua vez, não há muitas publicações que falam diretamente sobre o desenvolvimento da habilidade de Liderança. A abordagem sobre liderança é de que *“Liderança também é sobre coragem: enxergar a si mesma nos espaços onde se quer estar”* (post. 141). Acreditamos que a liderança é uma temática que poderia ser

mais abordada, com maior frequência, pois é um ponto em que muitas vezes há questionamentos, medo e falta de confiança, e são cargos que, geralmente, menos mulheres ocupam nas empresas, e quando ocupam, enfrentam dificuldades por conta da masculinização desses espaços, portanto não há tanta habituação e até “normalização” do tema, o que foi citado na postagem 140: “[...] *não queremos nos masculinizar para estar nesses lugares ou reproduzir comportamentos que nos agritam. Ao mesmo tempo, desejamos criar o nosso próprio jeito de liderar, e aí vem o receio de “será que estou fazendo isso direito?” [...]*”. Aparentemente, a Nuwa tem potencial para abordar essas questões por mais vezes e de maneira que faça sentido para o seu público, alinhada com as especificidades citadas.

Sobre temas relacionados ao Mundo do trabalho em geral, a pandemia aparece implicitamente no contexto outra vez, como fator que afeta a produtividade e as rotinas: “*Anda difícil pensar em trabalho... então lembra que estar bem é descobrir tanto o que te traz foco quanto o que te faz relaxar*” (post. 11); “*A gente sabe que a rotina de trabalho - ou tentativa de trabalho - mudou bastante nos últimos meses. [...]*” (post. 35). Outras questões que aparecem são o papel do trabalho de preencher os dias e a relação dele com o tempo, e os erros são novamente valorizados como forma de buscar uma relação mais leve com o trabalho: “[...] *Quando a gente entender que o erro faz parte da experiência e que todas fracassam nem que seja um pouquinho, pode ser que se torne menos pesada a nossa relação com trabalho.*” (post. 84). Nessa subcategoria, uma postagem bastante simples, que diz “*minha mesa tá pronta pra procrastinar hoje*” (post. 86), a que mais gerou engajamento (282 curtidas e 10 comentários), provavelmente por uma identificação das seguidoras com a frase, com a sinceridade, e com o cansaço causado pelo contexto de pandemia – a postagem foi feita no 6º mês de pandemia no Brasil.

O Teletrabalho apareceu como novidade e tendência durante a pandemia, e foi adotado por muitas pessoas que tiveram essa possibilidade, por isso foi agrupado como uma subcategoria específica neste estudo. Os sentidos dessas postagens abordam um contexto de adaptação, dificuldade de conciliar trabalho em casa com todas as outras atividades realizadas em casa e de combinar as rotinas, e da complexidade do momento, novamente sem “enfeitar” a situação: “*Trabalhar de casa parece lindo nos primeiros dias, mas depois de um tempo a gente vai entendendo que é bem mais complexo. [...]*” (post.60). Também são abordadas algumas dificuldades específicas para o teletrabalho no país: “[...] *Pensando na realidade dos*

países, ao olhar para 85 deles, se constatou que o quesito desenvolvimento é super importante para essa mudança. Ou seja, "quanto mais desenvolvido o país, mais adaptável ele é ao home office. O Brasil, no caso, fica na 45ª posição." (post. 108). Apesar disso, o teletrabalho é apresentado pela Nuwa como a melhor opção para o momento, a que mais preserva a saúde das trabalhadoras e trabalhadores. São oferecidas dicas para trabalhar nesse novo ambiente, e a discussão sobre se esse será o futuro do trabalho aqui no país também.

As publicações da categoria Pandemia abordam, como o nome da subcategoria explicita, as dificuldades e mudanças impostas pela pandemia de covid-19 a partir de março de 2020 no Brasil, ou seja, as características desse contexto. Ao contrário das publicações citadas até agora, a pandemia não aparece como contexto, mas sim como ator das questões apresentadas nas publicações. Também foram agrupadas nessa categoria questões que abordam o futuro (provavelmente sem covid-19): *"A maior dificuldade que temos na hora de pensar no futuro é se descolar do presente, ainda mais quando estamos em crise."* (post. 16). Nessa categoria estão publicações sobre o fechamento do *coworking* e o tempo que permaneceu fechado, até a publicação sobre a decisão permanente de fechá-lo, e sobre a necessidade de reinvenção da Nuwa. Os conteúdos trazem que *"As mulheres são as mais prejudicadas pela pandemia [...]"* (post. 137); a questão da fadiga digital *"Quando tudo é on-line fica muito mais difícil encontrar um equilíbrio, já que as interações pessoais e de trabalho estão no mesmo lugar. Pra completar, o lazer também está no digital: filmes, séries, leituras, música, atividade física - tudo em único aparelho."* (post. 88); o desequilíbrio emocional *"Eu não sei você, mas do lado de cá temos a impressão que antes da quarentena não sentíamos tantas emoções em um mesmo dia."* (post. 80); as mudanças na vida como um todo: *"Decidimos conversar e trocar um pouco sobre nossas descobertas da quarentena. Escolhas, prioridades e prazeres redescobertos."* (post. 32); a falta de relações sociais e convívio com pessoas diferentes: *"A gente sabe que o ser humano é um ser social, mas como ele fica depois de uma quarentena?"* (post. 12); a adaptação a uma nova "normalidade": *"Palavra que mudou de sentido: normal."* (post. 25). Todos fatos e reações característicos do contexto mundial da pandemia, abordados de maneira sutil, cuidadosa, buscando explicitar as dificuldades do momento enfrentadas pelo coletivo, em alguns casos destacando soluções momentâneas, e, especificamente no caso do negócio da Nuwa, as oportunidades no digital.

No que diz respeito aos núcleos de sentido das postagens agrupadas na categoria Direitos civis, humanos, diferença e cidadania, observamos que são publicações que extrapolam o privado, o trabalho e até mesmo o contexto de pandemia. Na subcategoria Direitos Civis, temos uma publicação sobre a conquista do voto feminino e a necessidade de participar das eleições que ocorreram em outubro de 2020: “[...] *Para que o futuro seja feminino o presente precisa do seu voto*” (post. 139).

Nas publicações sobre Etnia e Raça, os sentidos circularam entre pautas do movimento negro e os povos indígenas, posicionando a Nuwa como aliada de ambos. Além disso, obras e autoras indígenas e pretas foram apresentadas e indicadas: “*Quantos livros de mulheres indígenas você conhece? [...]*” (post. 57); “[...] *Com o título "Uma atitude por dia - por um mundo com menos racismo" a Gabi reuniu alguns caminhos para pessoas e empresas agirem pela diminuição do racismo no Brasil. Quem vai bater esse papo com ela vai ser a co-fundadora da Nuwa, Gabriela Teló [...]*” (post. 65).

As publicações sobre pessoas e a causa LGBTQIA+ também posicionaram a Nuwa como aliada, sendo uma delas uma publicação no dia 28 de junho (post. 58), Dia Internacional do Orgulho LGBTI, e outra indicando um documentário que apresenta um panorama histórico sobre como eram as representações de pessoas transexuais no cinema e na TV: “*Mas por que é importante falar sobre isso? Porque criatividade não tem nada a ver com piadas sobre identidades, corpos e raças. E por sabermos a importância da representatividade, compreendemos que é fundamental haver uma representatividade positiva.*” (post. 61).

Os posts agrupados na subcategoria Inclusão social são onde a Nuwa materializa o seu apoio e a importância que vê em auxiliar grupos minorizados socialmente, divulgando vagas sociais nos seus eventos para mulheres negras, indígenas e transgênero, e apresentando um conteúdo feito com a parceria de uma ativista e profissional da inclusão, com foco nas pessoas neuroatípicas.

Sobre Meio ambiente e natureza, as publicações abordam os limites planetários e a sustentabilidade, e também um conteúdo sobre biomimética, outra abordagem não tão tradicional de relação com a natureza: “*O podcast está cheio de informação sobre essa metodologia que busca na natureza a inspiração e as respostas para criar coisas novas e resolver problemas.*” (post. 23).

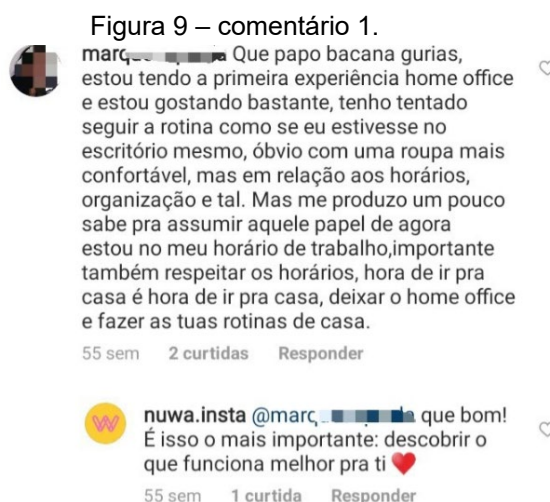
Realizada a análise das postagens, a seguir apresentamos e apreciamos seis

comentários de seguidoras da Nuwa presentes em algumas das publicações analisadas, respondendo a temas abordados pela empresa no Instagram, na dimensão da “organização comunicante”, que abrange a dimensão da “organização comunicada” (falas autorizadas, nesse caso, as postagens) e a complexifica, englobando todos os processos pelos quais a organização estabelece relações diretas com os sujeitos (BALDISSERA, 2017).

4.3.1 Comentários de seguidoras da Nuwa

Entre todas as postagens analisadas, encontramos somente comentários positivos (a maioria) e com tendência à neutralidade (em geral com dúvidas), exceto por um comentário, que questionava o valor alto para participar do evento Conversas Para Relaxar – Edição Cerâmica, o que pode ser um indício de uma boa atuação referente à escolha de “sentidos que se deseja selecionar e pôr em circulação nestas ambiências [...]. Na ação de escolher/decidir, que demonstra o posicionamento e a proposta das organizações” (BARICHELLO; LASTA, 2015, p. 66). Nessa direção, a seguir, destacamos alguns exemplos de comentários positivos de pessoas que trouxeram contribuições mais longas e até mesmo pessoais, demonstrando engajamento com as publicações e interesse pelos temas propostos.

No comentário apresentado na figura 9, a seguidora faz um grande comentário demonstrando identificação com a abordagem sobre o *home office* trazida pela Nuwa, e ainda fala sobre aspectos da sua própria rotina de adaptação a esse modelo de trabalho:

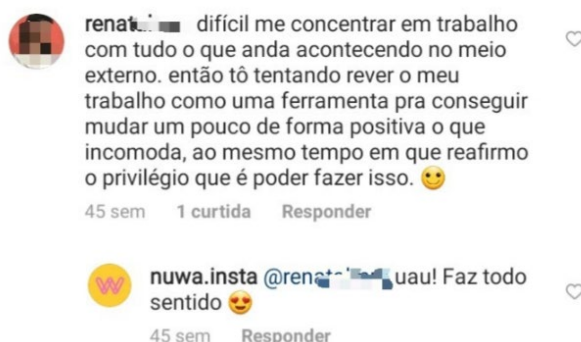


Fonte: reprodução Instagram Nuwa.

Já no comentário mostrado na figura 10, a seguidora usa o espaço para falar

sobre a dificuldade em se concentrar no trabalho com o contexto de pandemia, corroborando alguns posicionamentos da Nuwa sobre o tema, conforme destacamos anteriormente.

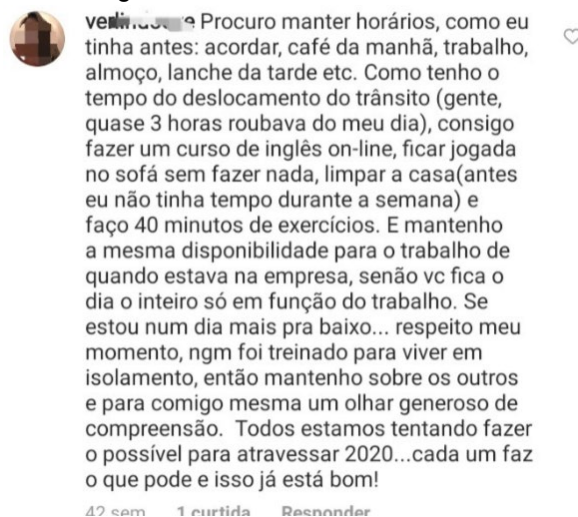
Figura 10 – comentário 2.



Fonte: reprodução Instagram Nuwa.

Na figura 11, a seguidora traz um grande relato sobre a sua nova rotina durante a pandemia, com a adoção do teletrabalho. Ela compartilha, inclusive, as horas que “ganhou” no seu dia, os sentimentos que vem tendo, o controle para não trabalhar o dia todo, e fala sobre ter um olhar generoso consigo mesma, ou seja, fala de muitos dos temas que foram abordados pela Nuwa em relação à pandemia.

Figura 11 – comentário 3.



Fonte: reprodução Instagram Nuwa.

Na figura 12, observamos o comentário de uma seguidora que compartilha como é o seu espaço privado, da sua casa, e demonstra interesse pelas dicas e pequenas mudanças que a Nuwa propõe para adaptar o novo local de trabalho.

Figura 12 – comentário 4.



Fonte: reprodução Instagram Nuwa.

Já na figura 13, a seguidora comenta uma publicação que aborda a organização diária através de listas e a tentativa de manter controle sobre tudo, salientando a necessidade de equilíbrio entre organização e controle excessivo. A pessoa faz um comentário que está na mesma linha do abordado pela Nuwa, dizendo que se a lista de tarefas causar ansiedade, talvez seja melhor se livrar dela por alguns dias, porém a organização é, sim, importante. A Nuwa responde, e ela volta para a postagem e comenta novamente, concordando com o posicionamento da empresa. Esse é um exemplo de situação positiva para a organização, uma vez que, nas redes sociais digitais, uma resposta diferenciada ou personalizada para quem faz um comentário pode ser um “[...] fato que mexe com a emoção de quem está sendo respondido, criando uma interatividade e podendo gerar resultados positivos” (CARVALHO; TAVARES, 2017, p. 3).

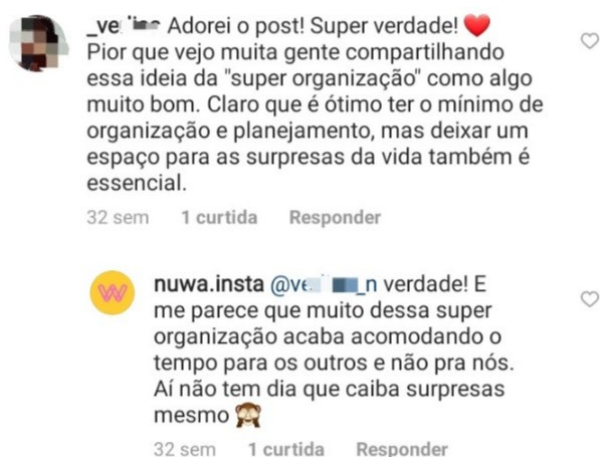
Figura 13 – comentário 5.



Fonte: reprodução Instagram Nuwa.

Conforme a figura 14, a seguidora comenta que adorou a publicação e concorda com o que foi dito. Ela concorda que ser “super” organizada pode não ser o ideal, que planejamento é necessário, mas fala sobre deixar espaço para as surpresas da vida – na linha do que a Nuwa fala sobre existirem coisas que estão fora de controle.

Figura 14 – comentário 6.



Fonte: reprodução Instagram Nuwa.

Como visto, nos comentários selecionados, as seguidoras demonstram identificação com as ideias propostas pela Nuwa, dividem aspectos da sua rotina com a empresa, sentem-se à vontade para colocar as suas opiniões sobre o tema e sentem vontade de escrever grandes respostas às provocações e perguntas propostas nas publicações.

4.4 A COMUNICAÇÃO DA NUWA NO INSTAGRAM: DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ANÁLISES

As análises realizadas revelam que a comunicação da Nuwa buscou considerar o contexto de pandemia no momento de produzir conteúdos, pois essa circunstância permeia diversas temáticas abordadas, assim como tem permeado as vidas de todas e todos. Além disso, a empresa já trabalhava com a lógica de produção de conteúdos multicanais e de infoprodutos, portanto, nessa direção, percebemos que não houve dificuldade em seguir fazendo as suas publicações, mesmo com o

coworking fechado, mantendo a frequência de postagens semanais, e já com um público considerável de seguidoras no perfil.

Nos sentidos oferecidos, além do que já foi dito, cabe destacarmos que a Nuwa aborda um empreendedorismo e uma relação com o trabalho mais “leve”, que dá espaço para o descanso, que pode ser um movimento de autonomia para a mulher, ao contrário de diversas abordagens mais tradicionais da empreendedora que acorda às 5 horas da manhã e deve fazer tudo sozinha, abstendo-se de sono e da diversão para alcançar sucesso no seu negócio, por exemplo. A empresa aborda temas como fadiga digital, valoriza e incentiva momentos de pausa e decompressão nas rotinas diárias – por vezes, inclusive, promove eventos com esse mote –, e estima a saúde como um todo. Apesar de, em algumas publicações, apresentar certas críticas ao modo contemporâneo de uso da Internet – focado no algoritmo, por exemplo –, a Nuwa fez do ambiente digital o seu ponto de contato com as seguidoras e ponto de encontro entre mulheres, e seguiu valorizando as relações, sejam elas no digital ou no físico, em conformidade com o que aborda Maffesoli (2001, p. 80), quando afirma que “Existe um aspecto racional, utilitário, de Internet, mas isso representa apenas uma parte desse fenômeno. O mais importante é a relação, a circulação de signos, as relações estabelecidas”.

Ademais, a Nuwa convida as seguidoras a repensarem as suas exigências consigo mesmas, destaca a importância de desenvolver habilidades como a paciência, o amor próprio, a autoconfiança, a esperança e o autoconhecimento, ressaltando a ideia de que o aprendizado é contínuo e diário, valorizando falhas e erros, e não induzindo quem acompanha os conteúdos a pensar que é necessário ser produtiva todos os dias.

Além disso, os posts sobre trabalho, carreira profissional e empreendedorismo obtiveram a maior média de *likes* e uma boa média de comentários em relação aos números do Instagram da Nuwa, o que pode demonstrar o interesse das seguidoras pelo tema, nem sempre tão abordado em outros locais. Talvez seja um caminho explorar mais aspectos relativos a trabalho (como novas formas de trabalho, os novos problemas, as saídas e as oportunidades que surgem nesse contexto) e questões ligadas à vida da mulher (como a economia do cuidado³⁵, a perda de

³⁵**Pandemia, crise do cuidado e as mulheres exauridas.** Disponível em <<https://outraspalavras.net/outrasmidias/pandemia-crise-do-cuidado-e-as-mulheres-exauridas/>>. Acesso em 30 abr. 2021.

espaço por parte das mulheres no mercado de trabalho³⁶, e medidas que estão sendo tomadas, em alguns lugares, para mudar isso³⁷). Aliás, a categoria Pandemia foi a com maior média de comentários, que pode ser outro indicativo da necessidade de se informar, conhecer, e falar sobre os novos desafios, para pensar em como superá-los juntas (ou, pelo menos, buscar maneiras de melhorar a situação), momento em que a Nuwa poderia se posicionar como facilitadora disso, ou mesmo como fonte de informação sobre temas relacionados ao mundo do trabalho que fazem parte da vida das mulheres.

Embora a monetização tenha passado do *coworking* para os serviços *on-line*, os serviços e encontros pagos não foram o foco das publicações do período, talvez por considerar a difícil situação econômica da população durante a pandemia³⁸, talvez porque no processo de reestruturação da Nuwa gerar renda não fosse prioridade, uma vez que ambas as fundadoras têm outras fontes de renda, conforme destacamos anteriormente.

Como visto, a boa aceitação das seguidoras quanto às reflexões propostas pode demonstrar uma abertura delas para os temas que a Nuwa decidiu abordar nesse período, e que há espaço e necessidade desses debates, necessidade da criação de ambientes em que mulheres possam criar redes de apoio, unindo pessoas que sofrem com as mesmas questões e problemas – sobrecarga de trabalho, dificuldades de ascender no trabalho, de autoconfiança, de fazer contatos e de encontrar apoio para os seus projetos. Um ponto a ser destacado é que a solidão é exemplificada pela Nuwa quando esta fala sobre a dificuldade em fazer novas amizades depois de adulta, sobre a solidão no ambiente de trabalho, sobre dificuldade em encontrar apoio e em conversar com alguém sobre projetos. Em diversas ações, a Nuwa busca facilitar isso, através de encontros como a Rodada de Ideias e o Método Nuwa, o que faz sentido como estratégia – salienta um problema, mostra uma dor existente, e sugere/oferece algo que pode auxiliar nisso. Ainda assim, tais sugestões não aparecem de forma “oportunista” ou apenas com o

³⁶**Conquista da mulher no mercado de trabalho deve retroceder 4 anos com pandemia.** Disponível em < <https://www.istoedinheiro.com.br/conquista-da-mulher-no-mercado-de-trabalho-deve-retroceder-4-anos-com-pandemia/>>. Acesso em 30 abr. 2021.

³⁷**Como apoiar as mulheres para que não abandonem o emprego na pandemia.** Disponível em < <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/03/30/como-apoiar-as-mulheres-para-que-nao-abandonem-o-emprego-na-pandemia.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em 30 abr. 2021.

³⁸**Economia do Brasil sofre com gestão da pandemia e encolhe diante do mundo.** Disponível em < <https://veja.abril.com.br/economia/economia-do-brasil-sofre-com-gestao-da-pandemia-e-encolhe-diante-do-mundo/>>. Acesso em 30 abr. 2021.

propósito de venda, por exemplo: os conteúdos trazem informações ou reflexões, não somente divulgações.

Outro ponto a ser destacado é o sentido de fortalecimento da lógica de a Nuwa oferecer e facilitar o encontro de uma companhia e de novas conexões, colocando-se como uma organização que deseja ajudar a sua comunidade a estar menos solitária, mesmo em um momento de distanciamento físico e social. Além disso, as mulheres que se conectam com a Nuwa, por exemplo, para produzir conteúdo, são bastante diversas, apresentando os temas sob diferentes óticas, valorizando a “emergência de novas identidades, pertencentes à nova base política definida pelos novos movimentos sociais: o feminismo, as lutas negras, os movimentos [...] ecológicos” (HALL, 2005, p. 20).

Também é perceptível a humanização da comunicação da Nuwa. Como a empresa não é uma empregadora (no sentido de grande empresa que busca por funcionários), e sim uma “agregadora” de mulheres, há mais liberdade para falar sobre questões como cobrança de produtividade excessiva e cansaço, temas que ainda podem ser vistos como tabus dentro de grandes organizações, principalmente privadas, mesmo durante o período de pandemia, que ressaltou a importância da saúde mental.

Com isso, consideramos que a comunicação feita de mulheres para mulheres é assertiva e acaba por abordar temas mais sensíveis e/ou “profundos”, ao contrário do que vemos em falas mais generalistas, abordando inclusive, por vezes, questões que foram socialmente construídas sobre os sexos, construindo debates que abordam gênero, questão essencial para se compreender o lugar e as relações de mulheres e homens em uma sociedade, entendendo o gênero como constituinte da identidade dos sujeitos (LOURO, 1997). Acreditamos que isso pode caracterizar uma vantagem diferencial sobre a concorrência, pois que a estratégia organizacional da Nuwa não tem pretensão ao universal, mas foca no público pretendido e, assim, a apreensão da multiplicidade de possibilidades identificatórias dos públicos, tende a ser mais precisa para atingir bons índices de aderências identificatórias, de modo que as seguidoras tendem a “reconhecer e interpretar os padrões organizacionais como sendo seus próprios padrões, até porque, [...] veem seus interesses, desejos e necessidades refletidos na identidade organizacional” (BALDISSERA, 2007, p. 241). Isso caracteriza uma boa estratégia de comunicação, que “implica em escolher e potencializar os aspectos que diferenciam a organização [...] relacionada ao jeito

próprio [...] a maneira especial de agregar, aos olhos dos públicos, valor real à organização” (BALDISSERA, 2001, p. 6). Também é importante o fato de o conteúdo com foco no público feminino ser construído por mulheres, e nesse caso, precisamente, em uma empresa gerida e fundada por mulheres, uma vez que, em se tratando de grupos socialmente minorizados, ocupar esse lugar discursivo, “para dizer a partir dos próprios lugares socioculturais – e, fundamentalmente, políticos – apresenta-se como gesto basilar para avançar no sentido de reorganizar as relações de força entre os diferentes” (BALDISSERA; MAFRA, 2019, p. 6).

Outro ponto que destacamos é que a visão apresentada das mulheres como um coletivo, falar sobre questões que podem ser prejudiciais no trabalho, abordar recortes étnicos e de gênero, citar temas relacionados aos direitos humanos e utilizar a Internet para isso, como a Nuwa fez nas publicações analisadas, são características relacionadas às da quarta onda do movimento feminista (MATOS 2014; PEREZ; RICOLDI, 2019). Embora os conteúdos publicados pela Nuwa não “preguem” o feminismo, é possível perceber posicionamentos progressistas em todas as publicações que evocam o empoderamento, o tratamento igualitário e a liberdade da mulher.

Por fim, destacamos também que assuntos diferentes dos focados no mundo do trabalho e do empreendedorismo, como visto, já eram abordados nos eventos presenciais, antes da pandemia. Portanto não foi algo abrupto que tais questões tenham sido introduzidas nas publicações e em ações como o Conversas para Relaxar, demonstrando coerência com o que já vinha sendo feito pela empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pergunta que nos mobilizou a realizarmos esta pesquisa é: que comunicação organizacional (como, que conteúdos e perspectivas) a Nuwa – Conteúdo e Comunidade, uma empresa com serviços oferecidos exclusivamente para mulheres, desenvolve no Instagram, considerando o atual contexto de pandemia de covid-19? Então, cabe avaliarmos os resultados do estudo na perspectiva das respostas conseguidas para essa questão e para os objetivos propostos. Além disso, considerando a discussão dos resultados realizada no subitem anterior e para evitarmos ampla redundância, aqui, os resultados são ressaltados de modo sucinto.

Primeiro, destacamos que o estudo respondeu ao problema de pesquisa proposto, uma vez que explicitou questões relativas à comunicação organizacional da Nuwa, evidenciando de que forma, que conteúdos e quais perspectivas de abordagem a empresa empregou nas publicações analisadas, e, também, conseguiu explicitar aspectos de comunicação e relacionamento da referida organização no atual contexto de pandemia de covid-19. Observamos que para a ampla compreensão do objeto de pesquisa acionamos dados provenientes de diferentes meios (redes sociais e páginas da *web*, além do Instagram) de modo a ampliarmos as informações sobre a Nuwa e, assim, também potencializarmos nossas possibilidades de análise e interpretação.

Dessa forma, nossa pesquisa permitiu que evidenciássemos as principais características da empresa e os seus temas de foco na produção de conteúdo para o Instagram. De modo complementar à análise, apenas com o intuito de reforçar alguns aspectos analisados sobre a comunicação da Nuwa, destacamos algumas respostas de seguidoras às suas postagens. Com base nesse conjunto de análises, inferimos que a organização constrói uma comunicação coesa, seguindo uma linha de produção de conteúdo coerente com os seus propósitos, e que leva em conta os sentidos que permeiam uma das identidades do seu público: o ser mulher.

Em relação aos dados quantitativos, observamos uma boa taxa de envolvimento das seguidoras com as publicações da Nuwa, e bastante produção de conteúdo por parte da empresa durante o período de pandemia, sem ignorar tal contexto, mas mantendo o foco no que já trabalhavam anteriormente: facilitar conexões, incentivar o desenvolvimento pessoal de mulheres, trazer assuntos com o

olhar de quem fala do seu lugar como mulher, fortalecer redes femininas, e produzir conteúdo que interesse a esse público.

Ao realizarmos a interpretação dos resultados das análises, inferimos que tenha sido bastante oportuno não abordar amplamente a temática do trabalho em 2020, por conta do contexto de pandemia. Entretanto, importa destacarmos que essa é uma das áreas da vida em que, por diversas razões, as mulheres enfrentam muitas dificuldades. Portanto consideramos que é uma área que, quando possível, a Nuwa deveria trazer com mais frequência e de forma mais enfática em seus conteúdos. Pode, ainda, aliar mais os conteúdos que abordam bem-estar com os que falam de trabalho, e os de crescimento profissional saudável com o aprendizado contínuo. Também consideramos que assuntos relacionados diretamente ao desenvolvimento da habilidade de liderança podem ser abordados com mais frequência.

Em relação ao primeiro objetivo específico, de identificar quais são as principais temáticas abordadas pela Nuwa na produção de conteúdo focada no público feminino, conforme análise, verificamos que são: desenvolvimento e questões pessoais em geral, pandemia, trabalho e empreendedorismo e diversidade.

Sobre o segundo objetivo específico, de analisar que sentidos sobre vida pessoal e trabalho são acionados/oferecidos nas postagens no Instagram da empresa, podemos afirmar que as publicações sobre trabalho abordam o contexto de adaptação, o trabalho em casa, a complexidade do momento vivido, e incentiva que as seguidoras pensem em suas carreiras como uma construção diária, com erros e acertos na trajetória, e discutam sobre o que deve ser melhorado no mundo do trabalho em geral. Trazem, ainda, o empreendedorismo como um grande desafio, mas não desencorajam as seguidoras a seguirem por esse caminho, mesmo que atentando para as dificuldades de ter o próprio negócio.

No que diz respeito ao terceiro objetivo específico, de investigar como o contexto de pandemia é apresentado nas publicações da Nuwa no Instagram, observamos que a pandemia é abordada em diversas publicações, em algumas sendo citada diretamente, em algumas como “ pano de fundo” para outras (e novas) situações. Esse contexto aparece como fator que desencadeia dificuldades no âmbito da vida social, do trabalho, dos negócios. Nas publicações, principalmente nas da época do início das medidas de distanciamento físico, a Nuwa aborda a

dificuldade de manter planos e metas e até mesmo de se concentrar no trabalho enquanto é preciso se adaptar a uma crise de saúde mundial.

Por fim, queremos destacar nossa compreensão de que este estudo não acaba em si, e que muitos outros estudos podem ser realizados para complementar os resultados que alcançamos ou para redimensioná-los. Nessa perspectiva, dentre outros, avaliamos que novos estudos podem tratar esta temática com foco em pesquisas multidisciplinares, fazendo interlocuções mais aprofundadas com áreas do conhecimento como administração, linguagem, antropologia e sociologia. Além disso, também consideramos que seriam interessantes estudos que investigassem as percepções de mulheres que fazem parte de comunidades de marcas focadas exclusivamente no público feminino, a fim de verificar a efetividade dessa escolha na construção de uma imagem-conceito favorável e desejada pelas organizações.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Lais Wendel. **A inserção da mulher no mercado de trabalho: uma força de trabalho secundária?** 327 p. 2007. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-23102007-141151/en.php> Acesso em 24 fev. 2021.

ANDRINI, Mariana Isabel; GIACOMINI, Henriette; CASSANDRE, Marcio Pascoal. **O marketing e a segmentação de mercado para o público feminino: planejando a prestação de serviços de uma autoescola.** Administração de Empresas em Revista, [S.l.], v. 1, n. 19, p. 333 - 350, jul. 2020. ISSN 2316-7548. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/view/664>>. Acesso em: 30 jan. 2021.

ARAUJO, Maria Vitória Flor Silva de. **A comunicação do feminino: estudo de caso da empresa Think Eva.** 2017. 54 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em <<https://bdm.unb.br/handle/10483/18073>>. Acesso em 30 jan. 2021.

BALDISSERA, Rudimar. A complexidade dos processos comunicacionais e interação nas organizações. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional.** São Caetano do Sul – SP: Difusão, 2010, v. 2, p. 199-213.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional e imagem-conceito: sobre gestão de sentidos no ambiente digital. In T. Ruão, R. Neves & J. Zilmar (Eds.). **A Comunicação Organizacional e os desafios tecnológicos.** 2017. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2736/2644>. Acesso em 5 mar. 2021.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade In: **Organicom**, V. 6 N. 10-11. 2009. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139013>>. Acesso em 9 mar. 2021.

BALDISSERA, Rudimar. Estratégia, comunicação e relações públicas. In: **Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**, Campo Grande /MS, p. 1-11, set. 2001. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/8139078556980663261068270533436049754.pdf>>. Acesso em 4 mar. 2021

BALDISSERA, Rudimar. **Imagem-conceito: anterior à comunicação, um lugar de significação.** Porto Alegre: 2004, Tese (doutorado) – Faculdade de Comunicação, Artes e Design, PUCRS, 2004.

BALDISSERA, Rudimar. Por uma compreensão da comunicação organizacional. In: SCROFERNEKER, Cleusa M. A. (org.). **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade**. Porto Alegre: Edipucrs, 2008b, p. 31-50.

BALDISSERA, Rudimar. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Revista Fronteiras**. V. 10. N.3, 2008. Disponível em <<http://revistas.unisinus.br/index.php/fronteiras/article/view/5397>>. Acesso em 6 mar. 2021.

BALDISSERA, Rudimar. Tensões dialógico-recursivas entre a comunicação e a identidade organizacional. In: **Organicom**, n. 7, jul-dez 2007, p. 229-243. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138954>>. Acesso em 6 mar. 2021.

BALDISSERA, Rudimar. Uma reflexão possível a partir do paradigma da complexidade. In: I. de L. Oliveira & A. T. N. Soares (Eds.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008a.

BALDISSERA, Rudimar. MAFRA, Rennan Lanna Martins. Discursos, Identidades e Relações de Poder: Dinâmicas e Emergências em Comunicação Organizacional. In: **XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas**. (Anais eletrônicos.) São Paulo, 2019. Disponível em <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/201796>>. Acesso em 20 abr. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha; LASTA, Elisângela. Estratégias de comunicação organizacional na mídia digital. In: Cleusa Maria Andrade Scroferneker (org.). **De qual comunicação organizacional estamos falando?**. – Dados Eletrônicos – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015, p. 51-67. Disponível em <<https://editora.pucrs.br/livro/738/>>. Acesso em 10 mar. 2021.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo – Volume II: Experiência Vivida**. São Paulo: Difusão Européia do Livro. 1967.

BELING, Fernanda. As 10 maiores redes sociais em 2021. **Oficina da Net**, 2021. Disponível em <<https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>>. Acesso em 1 abr. 2021.

BITTENCOURT, Fábio. MEI é única renda para 76% dos que optaram pela modalidade. **Portal do Desenvolvimento Local – SEBRAE**, 2019. Disponível em <<https://portaldodesenvolvimento.sebrae.com.br/mei-e-unica-renda-para-76-dos-que-optaram-pela-modalidade/>>. Acesso em 20 fev. 2021.

BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do "sexo". In: LOURO, Guacira Lopes. (org.). **O corpo educado - Pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 151-172.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CABALLERO, Alan Isaac Mendes. **A desigualdade entre os sexos pelas perspectivas de Pierre Bourdieu e Simone De Beauvoir**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação. Campinas, 127 p. 2016. Disponível em <<https://proceedings.science/unicamp-pibic/pibic-2017/papers/a-desigualdade-entre-os-sexos-pelas-perspectivas-de-pierre-bourdieu-e-simone-de-beauvoir>>. Acesso em 19 fev. 2021.

CANABARRO, Janaína Raquel dos Santos; SALVAGNI, Julice. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. In: **Revista de Gestão e Secretariado**, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 88-110, ago. 2015. Disponível em: <<https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/347>> Acesso em 22 fev. 2021.

CARVALHO, Mikael da Silva; TAVARES, Marcelo de Barros. As Estratégias de Comunicação Digital da Netflix: O Social Media e o Relacionamento Digital. In: **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. (Anais eletrônicos.) Curitiba, 2017. Disponível em <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2324-1.pdf>>. Acesso em 30 mar. 2021.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**. Conferência. Belém (Por): Imprensa Nacional, 2005. Disponível em: <<https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/sociedade-em-rede-do-conhecimento-%C3%A0-ac%C3%A7%C3%A3o-pol%C3%ADtica>>. Acesso em 7 mar. 2021.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais e Internet**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
FÉLIX, Kátia Patrício; MACÊDO, Maria Erilúcia Cruz. Mulheres chefes de domicílio e empreendedoras. In: **Id on Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia**. V.14, N. 50 p. 127-138, mai. 2020. <https://idon-line.emnuvens.com.br/id/article/view/2411>
Acesso em 25 fev. 2021.

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Victor Hugo Pereira. REDES E MÍDIAS SOCIAIS NA INTERNET: REALIDADES E PERSPECTIVAS DE UM MUNDO CONECTADO. In: **Revista Mediação**, Belo Horizonte, Vol. 13, Nº 12 - jan./jun. 2011. Disponível em <<http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/509>>. Acesso em 15 abr. 2020.

CORDEIRO, Dayse Lúcia Alvino. **Comunicação segmentada para o público feminino: um estudo de caso na Marinha do Brasil**. 2016. 53 f. Monografia (Especialização em Gestão da Comunicação nas Organizações) – Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/11921>>. Acesso em 30 jan. 2021.

CORRIDA dos Unicórnios 2020: Distrito apresenta estudo sobre as startups brasileiras de maior potencial. **Distrito**, 2020. Disponível em <<https://distrito.me/startups-unicornio/>>. Acesso em 23 fev. 2021.

DIGITAL 2019: GLOBAL INTERNET USE ACCELERATES. We Are Social, 2019. Disponível em <<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>>. Acesso em 6 mar. 2021.

DIGITAL 2020 October Global Statshot Report. **Data Reportal**, 2020. Disponível em <<https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot>>. Acesso em 5 mar. 2021.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. In: FONSECA, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. São Paulo: Atlas, 2006. p. 280-304.

ESTATÍSTICAS de gênero: responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho. **Agência IBGE Notícias**, 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em 19 fev. 2021.

FIRMINO, Flávio Henrique; PORCHAT, Patrícia. Feminismo, identidade e gênero em Judith Butler: apontamentos a partir de “problemas de gênero”. In: **Doxa: Rev. Bras. Psicol. Educ.**, Araraquara, v.19, n.1, p. 51-61, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/doxa/article/download/10819/7005/30063#:~:text=O%20g%C3%AAnero%20%C3%A9%20a%20estiliza%C3%A7%C3%A3o,59>> Acesso em 20 fev. 2021.

FRANCHINI, Bruna Santiago. O que são as ondas do feminismo? In: **Revista QG Feminista**. 2017. Disponível em: <https://medium.com/qg-feminista/o-que-s%C3%A3o-as-ondas-do-feminismo-eeed092dae3a> . Acesso em 10 fev. 2021.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. Dossiê: Contribuições do pensamento feminista para as Ciências Sociais. In: **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 14, n. 2, jul./dez. 2009. Disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/4505/3782>>. Acesso em 17 fev. 2021.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003. p. 24-29.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZÁLEZ, Lélia. Por um feminismo afro-latino-americano. In: **Caderno de Formação do Círculo Palmarino**. nº1. [on-line] 2011. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/271077/mod_resource/content/1/Por%20um%20feminismo%20Afro-latino-americano.pdf>. Acesso em 18 fev. 2021.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p. 7-46.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 103-133.

HRYNIEWICZ, Lygia Gonçalves Costa; VIANNA, Maria Amorim. Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 331-344, Set. 2018. Disponível em <<https://www.scielo.br/pdf/cebape/v16n3/1679-3951-cebape-16-03-331.pdf>> Acesso em 20 fev. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil**, 2018. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/9d6f4faeda1f1fb7532be7a9240cc233.pdf>. Acesso em 19 fev. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**, 2018a. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=25646&t=sobre>>. Acesso em 18 fev. 2021.

KUNSCH, Margarida M. K.. **Comunicação organizacional: aportes teóricos e metodológicos**. In: MARQUES, Ângela [et. al.] (Org.). **Comunicação organizacional: Vertentes conceituais e Metodológicas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017. P. 41-54.

KUNSCH, Margarida M. K.. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LASTA, Elisângela. Estratégias Sociotécnicas de Visibilidade e Legitimidade na Comunicação Organizacional em Rede. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017, Curitiba. Anais... [...] São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://professor.ufrgs.br/elisangela-lasta/files/r12-2846-1.pdf>>. Acesso em 8 mar. 2021.

LASTA, Elisângela. **Processos comunicacionais na mídia digital: estratégias sociotécnicas de visibilidade e legitimidade nos blogs corporativos.**

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. 2011. 154 p. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6320>>. Acesso em 8 mar. 2021.

LEMES, Roberta. *Coworking* 100% feminino: conceito busca potencializar o empreendedorismo delas. **Coworking Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/news/coworking-para-mulheres-incentiva-o-empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

LOURO, Guacira Lopes. A emergência do gênero. In: LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista.** Petrópolis: Vozes, 1997. p. 14-34.

MAFFESOLI, Michel. O Imaginário é uma Realidade. In: **Revista Famecos**, ago/2001, p. 74-82. Disponível em <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123>>. Acesso em 29 jan. 2021.

MAPEAMENTO de Comunidades. **Associação Brasileira de Startups**, 2020. Disponível em <<https://abstartups.com.br/mapeamento-de-comunidades/#:~:text=No%20Mapeamento%20de%202020,e%20impacto%20do%20Covid%2D19>>. Acesso em 21 fev. 2021.

MATOS, Marlise. A Quarta Onda feminista e o Campo Crítico-emancipatório das Diferenças no Brasil: entre a destradicionalização social e o neoconservadorismo político. **38º Encontro Anual da ANPOCS**, Caxambu, 2014. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/papers-38-encontro/mr-1/mr20/9339-a-quarta-onda-feminista-e-o-campo-critico-emancipatorio-das-diferencas-no-brasil-entre-a-destradicionalizacao-social-e-o-neoconservadorismo-politico/file>> Acesso em 14 fev. 2021.

MAXIMIANO, Antonio Cesar A.. **Introdução à administração.** São Paulo: Editora Atlas, 2000.

MUNRO, Ealasaid. (2013) 'Feminism: A Fourth Wave?'. In: **Political Insight**, 4(2), p. 22–25. Disponível em <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/2041-9066.12021>>. Acesso em 17 fev. 2020.

NEIVA, Leonardo. Elas fazem acontecer. **Revista Gama**, 2021. Disponível em <<https://gamarevista.com.br/trabalho/elas-fazem-acontecer/>>. Acesso em 21 fev. 2021.

NUWA. **Prazer, empreendedora CLT [mensagem pessoal]**. Mensagem recebida por <biancakaiber@hotmail.com> em 11 mar. 2021.

NUWA. **O projeto**, 2021 [on-line]. Disponível em <<https://nuwa.vc/o-projeto/>>. Acesso em 2 abr. 2021a.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas: um quadro conceitual. In: **Organicom**, v. 6, n. 10-11, jul/dez 2009, p. 57-63. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139004>>. Acesso em 3 mar. 2021.

PAVANI, Vivian Kampff Garcia. **Percepção do público feminino de Novo Hamburgo quanto a uma academia de ginástica exclusiva para mulheres**. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/18063>>. Acesso em: 30 jan. 2021.

PERET, Eduardo. Mulher estuda mais, trabalha mais e ganha menos do que o homem. **Agência IBGE Notícias**, 2019. Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20234-mulher-estuda-mais-trabalha-mais-e-ganha-menos-do-que-o-homem>>. Acesso em 19 fev. 2021.

PEREZ, Olívia Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez. A quarta onda feminista: interseccional, digital e coletiva. In: **X Congresso Latino-americano de Ciência Política (ALACIP)**. Monterrey, 2019. <https://alacip.org/?todasponencias=a-quarta-onda-feminista-interseccional> Acesso em 16 fev. 2021.

PESQUISA do Sebrae mostra que mulheres adotaram mais inovações em suas empresas, durante a pandemia. **Agência Sebrae de Notícias**, 2020. Disponível em <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-do-sebrae-mostra-que-mulheres-adotaram-mais-inovacoes-em-suas-empresas-durante-a-pandemia,b25d469b3c0c4710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 20 fev. 2021.

RELATÓRIO de Tendências de Mídias Sociais Impacto do Coronavírus no *Marketing*. **Social Bakers**, 2020. Disponível em <<https://www.socialbakers.com/website/storage/2020/05/Trends-Report-Q1-2020-PortugueseVersion.pdf>>. Acesso em 11 mar. 2021.

RIZO, Marta. El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. **Revista Portal de la Comunicación InCom-UAB**. jan. 2004. Disponível em: <<https://incom.uab.cat/portalcom/el-interaccionismo-simbolico-y-la-escuela-de-palo-alto-hacia-un-nuevo-concepto-de-comunicacion/?hilite=%27palo%27%2C%27alto%27&lang=es>>. Acesso em 1 mar. 2021.

ROCHA, Eudson; ALVES, Lara Moreira. O Poder das Mídias e Redes Sociais. In: **Fragmentos de Cultura**, Goiânia, v. 20, n. 3/4, p. 221-230, mar./abr. 2010. Disponível em <<http://revistas.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/view/1371/917>>. Acesso em 10 abr. 2021.

ROCHA, Fernanda de Brito Mota. **A QUARTA ONDA DO MOVIMENTO FEMINISTA: o fenômeno do ativismo digital**. 136 p. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3xzzAdD>>. Acesso em 10 fev. 2021.

ROTERMUND, Patrícia Pedroso. **Estratégia de marketing de segmentação do mercado bancário com foco no público feminino**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/129838>>. Acesso em 30 jan. 2021.

SILVA, Diego Wander Santos da. **Comunicação organizacional e as estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2018. 265 p. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/180564>>. Acesso em 10 mar. 2021.

SILVA, Jaqueline Alves da. **Futebol também é coisa de mulher: planejamento de comunicação para o público feminino do São Paulo Futebol Clube**. 2018. 34 f. Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/156478>>. Acesso em 30 jan. 2021.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 73-101.

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA DO SEBRAE NACIONAL. **Relatório Especial de Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2019. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf>. Acesso em 20 fev. 2021.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. **Agência Brasil – Notícias da Empresa Brasil de Comunicação**, 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>>. Acesso em 1 mar. 2021.

VALENTE, Jonas. Brasil é o 3º país em que pessoas passam mais tempo em aplicativos. **Agência Brasil – Notícias da Empresa Brasil de Comunicação**, 2020a. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/brasil-e-o-3o-pais-em-que-pessoas-passam-mais-tempo-em-aplicativos>>. Acesso em 5 mar. 2021.

VALLEJOS, Maitê. Em Porto Alegre, a Nuwa surge como um lugar para fortalecer e unir mulheres nos negócios. **Projeto Draft**, 2019. Disponível em <<https://www.projetodraft.com/em-porto-alegre-a-nuwa-surge-como-um-lugar-para-fortalecer-e-unir-mulheres-nos-negocios/>>. Acesso em 2 abr. 2021.

WEBER, Maria Helena. Comunicação Organizacional, a síntese. Relações Públicas, a gestão estratégica. In: **Organicom**, v. 6, n. 10-11, jul/dez 2009, p. 71-75. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139006>>. Acesso em 2 mar. 2021.

APÊNDICE A – TABULAÇÃO DO MATERIAL ANALISADO

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
150	10/03/2021	<p>Hoje é dia de fazer um desabafo por aqui.</p> <p>Como muitas de vocês, nós também terminamos o ano passado cansadas do Instagram. De produzir conteúdos que nos representam, mas que não chegam em muitas pessoas - por várias razões e as vezes também porque não estamos colocando \$ - de nos compararmos com outros projetos que tem histórias diferentes das nossas e de termos frequentemente na pauta "pensar em um conteúdo pra nossa página não desaparecer".</p> <p>Foi assim que nos demos conta de que essa relação estava um pouco abusiva, onde a gente doava muito da nossa energia para essa plataforma sem que ela nos retornasse nem os 10% prometidos. Percebemos isso porque interagimos muito mais nos grupos do Sozinha Não e pela nossa newsletter do que por aqui, que temos um número maior de pessoas. Louco, né?</p> <p>Por isso, passado nosso recesso, decidimos que vamos desacelerar a nossa produção de conteúdo por aqui. Vamos aderir ao slow content, um conceito que amamos e tem tudo a ver com a nuwa: postar quando fizer sentido para nós e para as pautas que são especiais para o projeto. Sem pressa, sem obrigatoriedade.</p> <p>Talvez a gente perca seguidoras por isso? Provavelmente, mas se tem algo que a gente aprendeu nos últimos meses é que quem realmente se identifica com as nossas causas fica, independente da frequência com que aparecemos no feed. E que, pra nós, o mais importante são as interações reais que criamos por aqui, e não os números pelos números</p> <p>Pra acompanhar todas as conversas é só se inscrever na nossa newsletter, que é gratuita. O link está na bio!</p>	online e sem culpa	Informações sobre a Nuwa	Desenvolvimento, saúde e vida social	Relação com o meio digital	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	775	74	<p>vicatuna meu deus, que SONHO trabalhar com pessoas como vocês atualmente trabalho numa empresa que vai ao contrário disso e me exige produzir 3 posts/dia, e eu cuido do processo de ponta à ponta. ana.p.barcellos Que maravilha!! Temos que tomar as rédeas das nossas vidas e seguir o que faz sentido! missindieporai Nossa, as palavras que eu queria dizer. Tbm sou slow content . rubyaneborba Isso mesmo. A lógica capitalista produtiva é exaustiva também no espaço digital. Temos que lembrar que somos humanos.</p>	https://www.instagram.com/p/CLMPJE7hAZEj/
149	11/02/2021	<p>Eu não sei você, mas a gente anda meio cansada do Instagram</p> <p>Por isso, estamos nos dedicando cada vez mais a uma outra forma de ter conversas profundas, íntimas e com mais liberdade: a antiga mas ainda atual newsletter. É por e-mail que a gente tem hoje as trocas mais incríveis e o melhor, no tempo de cada uma.</p> <p>Por mais que as Gabis amem compartilhar insights e desabafos é nas respostas que a magia acontece. Nesse papo vamos descobrindo que, na verdade, não estamos tão sozinhas assim e que muitas das nossas dificuldades e inseguranças são compartilhadas.</p> <p>Para assinar a News da Nuwa gratuitamente é só clicar no link da nossa página e adicionar o seu e-mail. Depois é com a gente</p>	por onde a gente pode conversar que não seja no Instagram?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Relação com o meio digital	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	83	5	<p>projetocuradoria Estou achando lindo esse movimento das mulheres buscando outras opções fora do Instagram... Temos nos sentido exaustas com o ritmo dessa rede...</p>	https://www.instagram.com/p/CLKFJCjKAZEj/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
148	27/01/2021	<p>Quando a gente começa a olhar com atenção para os problemas, parece que eles vão ficando cada vez maiores.</p> <p>Se forem questões sistêmicas, que envolvem diversas áreas e pessoas, a sensação que ficamos é que não estaremos mais vivas nesses corpinhos para ver as soluções chegarem e vibrar por elas.</p> <p>Mas se mudamos de perspectiva, onde o ponto de chegada se torna mais um norte do que uma meta, será que a gente não encontra mais abertura para celebrar as pequenas vitórias do próprio caminho?</p> <p>Por mais clichê que seja, talvez haja mais beleza no processo do que na chegada. Além do mais, se pensarmos assim a gente pode contribuir para algo maior e melhor, mesmo quando o resultado não depende só de nós. O que vcs acham, essa ideia faz sentido?</p> <p>a frase desse card foi retirada da nossa última news: se quiser receber a próxima, que vai amanhã de manhã, o link para assinar está na nossa bio. É gratuita e - no máximo - uma por semana, se estivermos bem inspiradas :)</p>	algumas lutas não são sobre vencer, mas sobre criar espaço	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	175	2	<p>caradetatu.toys Com certeza!! Tenho pensado muito nisso. Principalmente ao longo da quarentena senti que minhas ações eram insignificantes em meio ao caos que vivemos, seja no pessoal ou no profissional. E isso é muito frustrante. Mas pensar que meus pequenos passos já são uma mudança e que posso ser exemplo pra outras pessoas fazerem o mesmo é o que me move a continuar!</p>	https://www.instagram.com/p/CKjbtQkACx-/
147	13/01/2021	<p>Quem aí começou o ano cheia de expectativas que já não estão se tornando realidade?</p> <p>Aqui na nuwa, em 2020, substituímos metas por intenções e pra 2021 escolhemos suavizar um pouco as expectativas e no lugar delas vamos usar: aspirações.</p> <p>Porque se palavras tem poder, elas podem nos auxiliar a alcançar com mais leveza os nossos objetivos. Traçar um caminho de menos expectativa, nesse sentido, não quer dizer deixar de ir atrás do que você sonha, mas sim estar mais atenta as variáveis da equação que a gente não controla e exigir de nós mesmas a energia que é - possível - e não aquela idealizada e irreal. Afinal, frustrações e falhas também fazem parte do caminho e não quer dizer que você não vá chegar lá. O que você acha?</p>	menos expectativa, mais realidade	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	149	0		https://www.instagram.com/p/CJ_7xQegwY/
146	29/12/2020	<p>Esperança tem como significado no dicionário "o ato de esperar aquilo que se deseja obter".</p> <p>Já para o filósofo Mário Sérgio Cortella @cortellaoficial, esperança é sobre esperar e significa se animar, estar estimulada para ir e conquistar algo.</p> <p>Quando precisamos recomeçar, o ponto que acreditamos ser de maior transformação é aquele em que saímos do estágio de pensar e vamos para a ação. Para que seja possível esse movimento a gente entende que a esperança tem um papel fundamental: é ela que nos faz acordar todos os dias e sair da cama, não desistir mesmo quando surgem imprevistos e se conecta com o nosso lado mais positivo, que acredita que há um propósito por trás disso tudo.</p> <p>Do lado de cá a gente quer ter um novo ano que misture refletir, sentir e agir, um ano novo para esperar. Nos encontramos lá, em 2021</p>	esperança	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	49	0		https://www.instagram.com/p/CJZbf9rAInb/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
145	16/12/2020	<p>Essas duas palavras - resistência e resiliência - gostam de aparecer meio perto uma da outra, você já percebeu?</p> <p>Resistência, segundo o dicionário, significa 'ato ou efeito de resistir; capacidade de suportar a fadiga, a fome, o esforço; recusa a submeter-se à vontade de outrem; oposição, reação'.</p> <p>Já resiliência significa 'propriedade que alguns corpos apresentam de retornar à forma original após terem sido submetidos a uma deformação elástica; capacidade de se recobrar facilmente ou se adaptar à má sorte ou às mudanças'.</p> <p>Eu sei que algumas de nós acham positivo ter essas duas habilidades, mas e quando elas se revelam no nosso lado sombra, não nos permitindo descansar, sentir as emoções e permitir que as coisas fiquem no passado. Como faz?</p> <p>~ esse foi um trechinho da nossa última news. Para receber a próxima, que já vai amanhã, é só assinar gratuitamente pelo link na bio ~</p>	resistência não é o mesmo que resiliência... e teimosia só atrapalha	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	61	0		https://www.instagram.com/p/Ci33MD-A5Z5/
144	15/12/2020	<p>Quando perguntamos na pesquisa, sobre a vida online, o que impediria ou dificultaria as participantes a realizarem seus planos para o próximo ano, várias trouxeram a questão do amor próprio e da confiança (ou falta de) em si mesmas como fatores que poderiam interferir nas suas realizações!</p> <p>E pra somar a isso, fica aqui a pergunta: o feed do teu Instagram te motiva ou te desestimula?</p> <p>> Ah, se quiser visualizar a pesquisa completa, o formulário está ali na nossa bio é só preencher com teu e-mail que compartilhamos contigo os resultados</p>	por questões de amor próprio	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Pesquisa Mulheres Online	37	1		https://www.instagram.com/p/C11U_cOAIHJ/
143	11/12/2020	<p>Como autônomas e empreendedoras, nos últimos meses, a gente teve que tomar algumas decisões pela primeira vez. Em alguns casos, acabamos reagindo mais do que agindo, porque parecia que não tínhamos mais o tempo de antes para planejar com calma e, só depois, partir para a ação.</p> <p>Isso nos torna gestoras ruins? Não, só confirma que a gente está exatamente no lugar onde deveríamos estar: a frente dos negócios e dos projetos que acreditamos</p> <p>Esse e outros temas fazem parte da pesquisa Mulheres Online - um estudo Nuwa sobre vida digital. Se quiser receber o report completo é só preencher os seus dados no formulário aqui na nossa bio e aguardar a chegada do download na sua caixa de entrada</p> <p>P.s: lembre-se de checar, também, spam e promoções, que às vezes os e-mails acabam indo para essas caixas.</p>	Empreender não é sobre acertar sempre e sim sobre ter coragem para se arriscar	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Empreendedorismo e negócios	Pesquisa Mulheres Online	129	0		https://www.instagram.com/p/C1p-LJgKwg/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
142	10/12/2020	<p>Mulheres Online é um estudo realizado pela Nuwa, que teve como objetivo compreender como as mulheres que fazem parte da comunidade da marca estão se relacionando com o meio digital.</p> <p>Em uma semana tivemos 72 participantes respondendo as perguntas online, que resultaram em descobertas que podem te auxiliar em tomadas de decisão e confirmação de hipóteses.</p> <p>Como a gente acredita que informação precisa ser compartilhada, criamos um Report aberto com todas as respostas que tivemos e alguns insights que fomos construindo no decorrer do projeto.</p> <p>Quer receber o report completo? É só preencher os seus dados no formulário ali na nossa bio e aguardar a chegada do download na sua caixa de entrada</p> <p>P.s: lembre-se de checar, também, spam e promoções, que às vezes os e-mails caem nessas caixas.</p>	mulheres online - um estudo nuwa sobre a vida digital	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Relação com o meio digital	Pesquisa Mulheres Online	65	0		https://www.instagram.com/p/Cloe6IHgG4B/
141	03/12/2020	<p>bom dia com esse trechinho da conversa ontem com nossa convidada @raissakist da @oiherself ♥</p> <p>Pra vocês o que, além de coragem, a liderança feminina precisa?</p> <p>~ O papo completo está disponível no nosso lgtv, confere lá ~</p> <p>Sozinha Não ~ com Raíssa Kist</p>	Liderança também é sobre coragem: enxergar a si mesma nos espaços onde se quer estar	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Liderança	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	71	2		https://www.instagram.com/p/CIVby2AAYZQ/
140	02/12/2020	<p>Liderança por muito tempo foi associado a características masculinas, algo que era considerado desconectado do universo das mulheres. Então, a gente decidiu provar que era capaz disso, também, e fomos aos poucos buscando ocupar mais espaços de poder.</p> <p>Porém, não queremos nos masculinizar para estar nesses lugares ou reproduzir comportamentos que nos agritam. Ao mesmo tempo, desejamos criar o nosso próprio jeito de liderar, e aí vem o receio de "será que estou fazendo isso direito?"</p> <p>A convidada de hoje vai falar sobre tudo isso. Sobre o que é pra ela ser uma líder e quais são as suas maiores dificuldades. No terceiro episódio da série Sozinha Não conversas com Gabis, a @gabrielatelo conversou com @raissakist, co-fundadora da @oiherself, marca de calcinhas e biquínis absorventes - que se você não conhece já fica aqui a recomendação</p> <p>~ Sozinha Não apresenta conversas com Gabis é uma série criada pela Nuwa para ouvirmos diferentes pontos de vista sobre o que fazer quando bate a solidão. Com convidadas que admiramos, vamos ter conversas rápidas, propositivas e inspiradoras pra você se sentir menos sozinha junto com a gente ~</p>	Vídeo com cofundadora e convidada da conversa Sozinha Não	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Liderança	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	350 visualizações	4		https://www.instagram.com/p/C13XK3A8_8/
139	27/11/2020	<p>A gente veio aqui ajudar quem ainda não decidiu se vai votar no domingo</p> <p>Fazem 88 anos que as mulheres conquistaram o direito ao voto, mas isso não quer dizer que os nossos direitos estejam garantidos.</p> <p>Poder escolher o futuro da nossa cidade é a oportunidade perfeita para comunicarmos como queremos que seja o futuro. Pesquise sobre os candidatos ao segundo turno, ouça suas propostas e reflita o quanto elas podem melhorar a sua e a vida de outras mulheres que tem menos privilégios do que você.</p> <p>E se você já tiver candidata, lembre-se de levar: máscara, álcool gel, caneta (para assinar e clicar nas teclas), título e documento com foto. Para que o futuro seja feminino o presente precisa do seu voto</p>	Em dúvida se vai votar domingo?	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Direitos civis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	102	6	deniseribeirodenicol Excelente postagem @nuwa.insta vamos lá mulherada!!!	https://www.instagram.com/p/C1GRHZqAVH3/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
138	26/11/2020	<p>Na newsletter de hoje a @gabistragliotto falou sobre a coragem que existe na espera e também a coragem que é necessária pra sair desse lugar de repouso e recomeçar o movimento.</p> <p>Algumas de nós ainda estão germinando o que querem fazer e como querem viver, outras já sabem o que buscam mas estão se demorando na indecisão (as vezes acontece né? Por insegurança ou porque tudo anda bem complexo).</p> <p>Independente do momento que você se encontra, no repouso ou no renascimento, se vale da coragem que você tem - para florescer</p> <p>~ E para não perder a próxima news da Nuwa é só deixar teu e-mail ali no link da nossa bio!</p>	<p>florescer em cima das descobertas do repouso</p>	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	34	0		https://www.instagram.com/p/CIeQvG3AtwW/
137	25/11/2020	<p>As mulheres são as mais prejudicadas pela pandemia, você sabia?</p> <p>Segundo relatório da Gênero e Número, antes do COVID, as mulheres já vinham tendo altas taxas de desemprego no Brasil e, com a crise, isso deve se tornar ainda maior.</p> <p>"No 1º trimestre de 2020, o desemprego já registrava níveis elevados: 17,3% entre as mulheres negras e 11,3% entre as mulheres brancas. A taxa de desemprego das mulheres negras representava mais do que o dobro da dos homens brancos (8,4%)."</p> <p>Além disso, mais de 16 milhões de mulheres sofreram mudanças na sua rotina de trabalho por estarem em atividades relacionadas a: primeiramente, emprego doméstico, depois por serem vendedoras a domicílio, balconistas e vendedoras, profissionais da beleza, escriturárias, cozinheiras, professoras do ensino fundamental e comerciantes de lojas.</p> <p>Quanto aos formatos de trabalho, depois da CLT - 33,6% - a segunda forma mais frequente de inserção no mercado é o empreendedorismo - 21,1%.</p> <p>A pergunta que fica é: como vamos passar por essa crise quando nunca saímos dela? Ou melhor, existem outras formas de apoiarmos o trabalho de mulheres, de contribuirmos com ideias e soluções para que sigamos tendo a nossa autonomia financeira?</p>	<p>Como ficam as mulheres na crise?</p>	Trabalho e carreira profissional	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	52	0		https://www.instagram.com/p/CIaU7FqAgzI/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
136	19/11/2020	<p>Sozinha Não é um projeto da Nuwa que busca diminuir a solidão feminina aproximando empreendedoras e autônomas que acreditam na força da conexão entre mulheres. Ele foi pensado para nos motivar à troca e ao encontro, por termos muito a oferecer e aprender umas com as outras.</p> <p>Durante esse ano já aproximamos mais de 200 mulheres no nosso grupo pelo WhatsApp, focado em profissionais do RS. Por lá trocamos indicações profissionais, recomendações e nos apoiamos com divulgação e parcerias online e offline.</p> <p>Com o sucesso todo que resultou desse grupo, decidimos abrir mais um braço do projeto para mulheres que estão em outros estados. Ou seja: teremos um grupo Sozinha Não Brasil</p> <p>O objetivo é o mesmo - aproximar mulheres - só que dessa vez pelo Telegram. Já temos várias ideias para essa nova comunidade online e aos poucos vamos contando tudo por lá.</p> <p>Então aproveita a data de hoje, que celebra o empreendedorismo feminino, e compartilha também com outras mulheres que podem estar se sentindo sozinhas nesse lugar. Assim a gente ganha força pra aproximar as mulheres que criam, plantam, executam e compartilham a mesma terra. Acreditamos muito na força do encontro (mesmo que virtualmente!)</p> <p>Pra participar do grupo Brasil - no Telegram, ou RS - no WhatsApp, é só clicar no link da nossa bio. As infos estão todas ali</p>	O que acontece quando mulheres se aproximam?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	205	5		https://www.instagram.com/p/CHyXpJ6AbB-/
135	18/11/2020	<p>Sozinha Não ~ com Juliana Ricci</p> <p>Essa é a segunda entrevista do Conversas com Gabis e dessa vez eu, @gabistraglio, entrevistei @jurr Ricci, fundadora do @indiqueumamina e hoje em dia também recrutadora e líder de Culture&People nas empresas @sharpitt e @creators.ilc</p> <p>A conversa tá maravilhosa, justamente porque a Ju tem experiência com comunidades e com pessoas e um olhar focado em transformar as empresas e os espaços de trabalho em ambientes melhores <3</p> <p>Falamos sobre solidão, como sempre acontece nessa série, mas olhando com mais atenção para o recorte que ela conhece tão bem: como é essa tal de solidão que encontra as mulheres dentro das empresas e prestando serviço?</p> <p>Assiste e depois nos conta se já passou por uma experiência desse tipo ou comenta aqui a tua opinião sobre os assuntos que discutimos hoje. É trocando que a gente encontra mais informações, novos olhares e outras respostas!</p>	Vídeo com a convidada da conversa Sozinha Não	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	344 visualizações	3		https://www.instagram.com/p/CHv4pOBAHXu/
134	17/11/2020	<p>Será que existem respostas certas ou é melhor arriscar e aprender fazendo?</p> <p>Seguir se questionando e se investigando é importante, mas muitas vezes não existe uma solução ideal. Ao invés de buscar acertar sempre, a gente pode colocar a nossa atenção nas escolhas: agir de acordo com o que faz sentido pra nós mesmas, hoje.</p> <p>O que você acha?</p>	E se ao invés de procurar respostas, a gente focasse nas escolhas?	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	267	4		https://www.instagram.com/p/CHtRAp8ggTV/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
133	13/11/2020	<p>A gente sabe que vai errar, mas isso não quer dizer que seja fácil, não é?</p> <p>No mundo das startups se fala muito em errar rápido. Ou seja, se no começo tudo é teste, o erro é uma das etapas. Pensando dessa forma, o melhor é passar por isso logo, pra que depois você possa gastar a sua energia em um produto com menos pontas soltas.</p> <p>Nessa metodologia não há muito espaço pra sentir, algo que a gente também aprende sobre os negócios - que o melhor é esconder os seus sentimentos, colocar sempre o racional como prioridade.</p> <p>Mas aí a gente se pergunta, como que você erra sem se permitir sentir?</p> <p>Ou melhor: como a gente pode aprender algo sem prestar atenção nas nossas emoções?</p>	errar é inevitável	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	92	0		https://www.instagram.com/p/CHh2eI2AuGB/
132	12/11/2020	<p>Que a nossa vida mudou muito ultimamente a gente sabe. Mas você já percebeu como a sua relação com o universo online também não é mais a mesma?</p> <p>Começamos a nos questionar sobre o tempo que ficamos online, sobre como consumimos informação e quanto ser ativa no digital é importante para cada uma.</p> <p>Se tanta coisa mudou, como faz pra seguir fazendo sentido no online? Perguntando e ouvindo como vocês estão se sentindo</p> <p>Mulheres Online é um estudo da Nuwa sobre como as mulheres estão se percebendo nas suas vidas digitais. Porém, diferente das outras pesquisas que a gente participa, essa será aberta. Ou seja, se você quiser, poderá receber os resultados no final. Demais, né?</p> <p>Leva 5 minutinhos pra responder e antes de terminar você preenche o seu e-mail se quiser receber nossas descobertas. Pra participar é só clicar no link da bio, que ele irá te encaminhar para as nossas perguntas. Curiosa já pra ver as respostas</p>	mulheres online - um estudo nuwa sobre a vida digital	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Relação com o meio digital	Pesquisa Mulheres Online	55	0		instagram.com/p/CHfZWDaJWU/
131	11/11/2020	<p>Por muito tempo a gente acreditou que era importante estar em movimento. Que ficar muito tempo parada ia nos fazer perder o timing das coisas ou que iríamos demorar mais pra recuperar a velocidade depois.</p> <p>Se tem algo que a gente aprendeu esse ano é que a ação é tão importante quanto a pausa. Se você espia na natureza, há o tempo de agir - plantar, regar e colher - mas no meio desse caminho tem o período de espera. Onde você precisa não fazer nada. Entregar para que a energia da sementinha se desenvolva sozinha.</p> <p>Essa analogia é perfeita para os nossos projetos. Em que fase você está agora? Precisando se posicionar (plantar) ou sentindo que fez tudo que podia? Se for a segunda, a nossa sugestão é que você desacelere um pouco para poder ter energia quando precisar colher os frutos do que plantou.</p> <p>Acredite, eles virão</p>	ou a gente cria um plano ou a gente desiste, e eu não estou	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	167	1		https://www.instagram.com/p/CHcxTFMqrJF/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
130	10/11/2020	<p>Um dos movimentos que a gente tem observado por aqui é o aumento do interesse das pessoas pela possibilidade de morar fora das capitais</p> <p>Essa tendência já vinha sendo falada há anos por diversos estudiosos de futuro do trabalho e vivida por algumas cidades fora do BR mas, com o COVID, o trabalho remoto se tornou uma realidade para muitas pessoas e empresas.</p> <p>Nos EUA, país que está no topo em número de casos de COVID, o ritmo de crescimento das áreas rurais dobrou nos últimos meses, se comparado com as capitais. As pessoas estão buscando por espaços maiores, mais baratos e um pouco mais deslocadas dos grandes centros, onde as chances de contrair alguma doença é maior.</p> <p>Olhando para o Brasil, especificamente São Paulo, segundo o Infomoney, "a procura por imóveis nas cidades com mais de 100 quilômetros de distância da capital subiu 340% na comparação entre o mês de janeiro - antes da pandemia chegar ao Brasil - para o mês de maio - quando as medidas de isolamento já haviam sido amplamente adotadas no país."</p> <p>Ou seja, essa mudança comportamental de priorizar a moradia em relação a localidade, preferindo morar longe dos grandes centros para ter mais qualidade de vida, está se revelando cada vez mais real no Brasil.</p> <p>Depois de alguns meses testando como é trabalhar de casa, mesmo com uma transição inicial mais forçada, conseguimos ter uma noção de como seria um futuro nômade, onde mais pessoas possam trabalhar longe do escritório.</p> <p>E você, o que você acha dessa tendência para o Brasil? Tem sentido ou observado essa mudança?</p>	O futuro está no interior?	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Teletrabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	47	13	<p>naticmach Siim, me mudei de uma cidade de 230 mil pra uma de 20mil e estou amando ♥</p> <p>vivianelemospoa Eu super concordo com essa tendência. Eu iria para a praia com certeza</p> <p>nataliavolenta Já me mudei e a experiência não foi bacana! Sou urbana e amo São Paulo, mesmo no caos! Mas acredito que há pessoas que se adaptarão bem ao ritmo do interior</p> <p>crisleticia Por aqui rolando esse movimento... querendo sair de POA pra morar em Ivoti!</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CHbPPEuAJYg/</p>
129	05/11/2020	<p>Já percebeu que muitas vezes a confiança feminina assusta? Ou é mal interpretada?</p> <p>Dias atrás a gente contou por aqui que a Nuwa não ia voltar a ser coworking e que seguiríamos trabalhando como uma comunidade online e com conteúdos online. De todas as nossas criações pra esse formato, uma das que a gente mais ama é o e-book Perfeita Não</p> <p>O conteúdo desse e-book é o resultado das nossas pesquisas sobre confiança, a partir de uma perspectiva feminina, e da reunião de informações e referências trazidas pelas várias convidadas que passaram pela casa da nuwa.</p> <p>Pra conferir o conteúdo inteiro, o e-book está disponível na nossa lojinha online [link na bio!] - são mais de 40 páginas lindas sobre confiança em um formato especial que pode ser lido direto no seu celular; - artes incríveis para compartilhar nas suas redes e espalhar a palavra da confiança; - diversos links interativos para acessar conteúdos complementares e ler/assistir mais sobre o assunto; - e ainda: exercícios e desafios para encontrar mais confiança no dia a dia.</p> <p>Gostou? Confira lá ♥ e qualquer dúvida nos chama!</p>	E-book Por que uma mulher confiante assusta tanto?	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Divulgação de conteúdo original Nuwa pago	100	0		<p>https://www.instagram.com/p/CHNevVuAv54/</p>

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
128	04/11/2020	<p>Sozinha Não com Aline Lima</p> <p>Sozinha Não apresenta conversas com Gabis é uma série criada pela Nuwa para ouvirmos diferentes pontos de vista sobre o que fazer quando bate a solidão. Com convidadas que admiramos, vamos ter conversas rápidas, propositivas e inspiradoras pra você se sentir menos sozinha junto com a gente</p> <p>No primeiro episódio, @gabrielatelo conversou com Aline Lima, advogada, analista Junguiana e criadora do projeto @alinelima.reassignificadas. Com MBA em Marketing e Especialização em Gestão de Pessoas e Psicologia Organizacional, a Aline é pós-graduanda em Psicologia Social e Antropologia e está em processo de formação em Psicanálise Clínica. Co-Criadora do Podcast "Diversidade de Verdades", atualmente trabalha com Inovação Social e Diversidade na Natureza e é Consultora de Projetos na ONG Cruzando Histórias.</p> <p>E mesmo sendo essa mulher incrível, a Aline também recebe visitas da Síndrome da Impostora, um dos assuntos que conversamos hoje. Você pode usar o nome que quiser para essa vozinha que no fundo quer nos proteger, mas que em algumas horas consegue nos paralisar, encher a cabeça de dúvidas e nos tirar do foco.</p> <p>Já que esse é um trabalho pra vida toda, que tal começarmos juntas a conhecer a nossa impostora?</p>	teaser do vídeo com a co-fundadora e uma convidada das conversas Sozinha Não	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	244 visualizações	2		https://www.instagram.com/p/CHLx6pXg3VD/
127	04/11/2020	<p>Hoje começa uma nova série de entrevistas onde as Gabis da @nuwa insta conversam sobre solidão e confiança com convidadas que são assim ó: pura inspiração. No IGTV, hoje, às 18:30: @gabrielatelo entrevista @alinelima.reassignificadas</p>	teaser do vídeo com a co-fundadora e uma convidada das conversas Sozinha Não	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	36	0		https://www.instagram.com/p/CHK-A8TA85M/
126	02/11/2020	pra poder me transformar sempre que eu quiser	eu quero ser eu mesma	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	130	0		https://www.instagram.com/p/CHGyXbpgPj1/
125	29/10/2020	<p>O que é necessário para uma comunidade existir?</p> <p>Um propósito claro compartilhado + a sensação de pertencimento que vem através do acolhimento + um espaço para nos reunirmos. Ou seja, temos tudo isso para continuar nos aproximando e diminuindo a solidão através do espaço online</p> <p>A gente sabe que não existe nada melhor do que o olho no olho, mas queremos te convidar a experimentar essa dinâmica com a gente. Através da comunidade online criamos um grupo mais diverso, com mulheres incríveis de diferentes regiões que, assim como nós, sentem que a confiança ainda não foi conquistada. Sabemos que isso é uma missão para a vida toda e, se você topa, a gente está aqui pra te acompanhar no teu caminho e te apresentar outras mulheres incríveis pra compartilhar e crescer contigo</p>	a nuwa é uma comunidade online para conectar e impulsionar mulheres	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	161	6		https://www.instagram.com/p/CG7XrEMgmic/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
124	28/10/2020	<p>Planos pro futuro? Temos!</p> <p>Estamos gostando muito de compartilhar com vocês nossos planos, nossos sentimentos como empreendedoras e nossas ideias pro futuro. Ontem contamos que a Nuwa não vai voltar a ser coworking - hoje queremos contar como chegamos nessa decisão e como estamos imaginando e projetando os próximos passos. As mudanças chegam, muitas vezes nos pegam desprevenidas e vamos descobrindo novos caminhos e reajustando a rota. Nesse processo, compartilhar as dúvidas e os desafios com alguém, entre nós e com vocês faz toda diferença.</p> <p>Como a gente fala no vídeo: se tiverem opiniões e comentários, são super bem vindos. Saudades da casa da Nuwa, também temos! Mas vamos seguir juntas de novas formas, podem apostar <3 @gabistragliotto @gabrielatelo</p>	Vídeo com as duas co-fundadoras	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	451 visualizações	7		https://www.instagram.com/p/CG5jRNQAmf/
123	27/10/2020	<p>Em maio desse ano tomamos a difícil decisão de fechar a nossa casa por causa do COVID-19. Tínhamos muitos planos, agenda cheia de eventos marcados, mas tivemos que fazer uma pausa que se revelou bem maior e mais definitiva do que imaginávamos.</p> <p>Passado o momento de despedidas, eu e a Gabi nos reunimos para relembrar quais eram os nossos objetivos com a Nuwa. Nascemos com a ideia de aproximar mulheres, aumentar nossa confiança e diminuir a solidão que sentíamos. Descobrimos que essas dores não precisam necessariamente de um espaço físico para serem acolhidas.</p> <p>Por essa razão tomamos outra escolha difícil durante esse período - mas bem importante: não vamos voltar a ter o coworking. Talvez algumas de vocês já imaginassem ou soubessem disso, mas estamos aqui pra reafirmar com vocês nossa escolha e compartilhar o que nos levou a essa decisão vamos dividir com vocês tudo que observamos e entendemos nesse período, aos pouquinhos, nas próximas semanas. Inclusive as possibilidades que essas transformações nos apresentaram.</p> <p>Nesse post de hoje queremos te dizer que muito do que vivemos na casa só foi possível por três razões: sentirmos dificuldades parecidas e buscarmos entendê-las + mulheres incríveis e diversas unidas por um mesmo propósito + a facilitação com cuidado e afeto que sempre tivemos.</p> <p>Os motivos para a Nuwa existir seguem os mesmos, o que mudou é onde estamos nos encontrando. Vamos nos dedicar cada vez mais ao formato online e, assim que for possível, também temos muitas ideias de como reunir a nossa comunidade local novamente... quem sabe, em diversas casas da cidade ou do país. Ideias não faltam! Vamos mantendo vocês informadas</p>	A Nuwa não é mais um coworking	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	387	16		https://www.instagram.com/p/CG2MaPjAiyM/
122	23/10/2020	<p>Quem nós somos é uma descoberta pra vida inteira em alguns momentos sentimos que estamos fazendo a coisa certa e outros são cheios de dúvidas.</p> <p>Quando chegamos em uma nova fase de perguntas, a gente acredita que é preciso (re)investigar quem somos e quem queremos nos tornar.</p> <p>É sabendo das nossas qualidades e dificuldades que podemos apoiar ou pedir ajuda, lembrando sempre que a nossa identidade não é estática. Quem somos hoje é diferente de quem seremos amanhã e é por isso que a atenção para o sentir é tão importante.</p> <p>Afinal, quem melhor do que as emoções para nos lembrar do por que começamos a fazer ou a buscar por algo?</p>	desconectadas de quem somos não há confiança que sobreviva	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	37	0		https://www.instagram.com/p/CG4V EgvHq/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
121	20/10/2020	<p>Não que o ano tenha terminado, afinal é ainda outubro - ou melhor "gente! já é outubro!" - mas por aqui nós nos pegamos bem reflexivas ultimamente</p> <p>Todos os acontecimentos desse ano vieram pra chacoalhar e questionar nossa rotina e muito do que a gente dava como certo. Colocaram à prova não só a nossa segurança física, mas também financeira e emocional. Nesse vai e vem de emoções, o que a gente vê é que, sempre que aparece um momentinho pra respirar, a gente se pega pensativa: algumas acreditando que as coisas teriam mudado mais do que mudaram, outras achando que teriam mudado menos... e parece que tudo ficou mesmo pelo meio do caminho.</p> <p>Nem tudo mudou, nem tudo voltou a ser como era. A verdade é que algumas de nós estão com dificuldade em se adaptar também a esse momento, mais ou menos como estávamos lá no início da quarentena.</p> <p>Então a gente quer saber: o que você tem se perguntado por aí? Tem se pego pensando sobre esse assunto também?</p>	eu achei que tudo fosse ficar diferente *mas não foi o que aconteceu	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	153	7	<p>_laura.amaral_ Muito! Estou bem desmotivada na verdade.</p> <p>nuwa.insta @_laura.amaral_ a gente sabe bem como é tu anda conseguindo ter momentos de lazer?</p> <p>_laura.amaral_ @nuwa.insta nesse últimos 30 dias foram muito intensos, precisando descansar um pouco</p> <p>nuwa.insta @_laura.amaral_ boa! Tenta tirar uns minutinhos durante a semana, quem sabe trocar umas horas de netflix por algo que te reconecte contigo</p> <p>_laura.amaral_ @nuwa.insta começando já!</p>	https://www.instagram.com/p/CGIGWT3gU1d/
120	16/10/2020	<p>Tem uma hora que as ideias acabam.</p> <p>Que a gente se pergunta de onde vai tirar energia, o que é importante ou não e se alguém iria perceber se a gente parasse, só um pouquinho.</p> <p>A exaustão criativa dá sinais de que está chegando por não sabermos como dar o próximo passo e, por muitas vezes, nos sentirmos sozinhas no processo. Ela adora vir acompanhada da comparação, que reduz todas as histórias a números e estatísticas - e quando ela está por perto, tudo que nós fazemos parece especialmente sem graça.</p> <p>Nessas situações o que a gente faz é parar e perceber o que nos trouxe até aqui. E para essa investigação vale tirar uns minutos pra se conectar com você mesma, ouvir quem te conhece e andou do seu lado e relembrar das motivações que te fizeram começar!</p> <p>É sempre bom lembrar não só como tudo começou e o que você queria lá no início, mas também o tanto que já caminhou pra chegar até aqui, não acha?</p> <p>Também é importante se permitir parar e recarregar: essa pausa refresca a cabeça e - já testamos - acaba trazendo sim novas ideias</p>	Cansada de pensar	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	266	11	<p>lojapanuu Passei por momentos assim a pouco tempo ...parei geral ...dormi muito ...e pra voltar ...ainda voltando ...contei com pessoas que me fizeram lembrar porque esta ou aqui ...porque comecei ... exatamente o.que o texto diz !!! Pertinente ler e reler!!</p>	https://www.instagram.com/p/CGaaRTKA69I/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
119	15/10/2020	<p>Quem mais é que nem a gente e adora receber conteúdos especiais por e-mail? A newsletter da Nuwa é o nosso canal para conversas mais íntimas, que partem das vivências que estamos tendo por aqui, das alegrias, dificuldades e aprendizados.</p> <p>Por lá você também vai encontrar uma vez por mês um conteúdo novo escrito pelas Gabis, falando do que mais andou tocando elas nos últimos dias, sempre acompanhado de referências, links e outros compartilhados que merecem ser espalhados</p> <p>E não pensa que termina aí. As conversas acontecem mesmo depois que os e-mails são enviados: cada resposta é uma portinha nova que abrimos para te conhecer um pouco mais, trocar sobre o assunto que estamos falando e ouvir feedbacks do que estamos escrevendo.</p> <p>Para receber a próxima news é só assinar gratuitamente pelo link que está ali no nosso perfil. Você vai cair na página que aparece na foto e é só preencher com seu nome e email. Te espero pra gente seguir o papo por lá</p>	Notebook com página de inscrição na newsletter da Nuwa aberta	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	30	2		https://www.instagram.com/p/CGXcsLXAJTe/
118	14/10/2020	<p>Sabe aquela sensação de ter feito tudo que tu podia, sabia, conseguia, mas mesmo assim não alcançar o que você esperava? Pois é, podemos chamar essa sensação de frustração, quando somos impedidas por nós ou por alguém de alcançar certo nível de satisfação que estávamos buscando.</p> <p>Cada uma de nós sente de um jeito, por razões diversas, mas hoje a gente queria conversar um pouquinho com quem trabalha sozinha, é empreendedora ou está começando um novo projeto solo.</p> <p>Queremos te contar (algo que provavelmente você já sabe) que a frustração vai te encontrar muitas vezes pelo caminho e que ela vai te atingir mais quando você estiver cansada. Nessas horas, a nossa sugestão é, se você puder, fazer uma pausa. Parar pode ser exatamente o que você precisa para mudar de perspectiva por mais contraintuitivo que pareça.</p> <p>Se não der para fazer uma pausa, procure a sua rede de apoio. Falar sobre as suas dificuldades, sobre as tentativas e erros, pode te auxiliar a sentir o que precisa vir... e te oferecer um novo olhar sobre o que está acontecendo. Ou até mesmo identificar, ao verbalizar, comportamentos que você não estava vendo</p> <p>Precisando de alguém pra conversar lembra que a gente tá aqui, também. É só puxar o papo por inbox que a gente responde, ok?</p>	Rema, rema, e nunca chega	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	90	2		https://www.instagram.com/p/CGUoqOQJ-x/
117	08/10/2020	<p>A gente concluiu no último ciclo do Método Nuwa que ele é a união de tudo que fazia a nossa casa incrível: um propósito claro e compartilhado, a energia e dedicação das Gabis e mulheres incríveis abertas a sentir, trocar e crescer juntas.</p> <p>Se você acredita assim como a gente que a mudança será coletiva mas ainda não se sente preparada para dar os próximos passos, vem participar desse ciclo que vamos descobrir contigo o melhor caminho.</p> <p>As inscrições do último Método Nuwa do ano terminam hoje e a gente não vê a hora de te conhecer link na bio!</p>	Método Nuwa - último dia	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	80	0		https://www.instagram.com/p/CGFv0kNArmn/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
116	07/10/2020	<p>A gente poderia falar aqui sobre algoritmo das redes sociais, crenças limitantes, mas queremos voltar a nossa atenção para como acontece a automatização no nosso cérebro.</p> <p>Em algumas atividades, depois de entendermos como elas funcionam, acabamos automatizando tomadas de decisão para diminuir o gasto de energia. Isso parece muito inteligente por parte do cérebro. Você pode pensar: já estou cansada mesmo sem usar ele o tempo todo, preciso mesmo fazer esse esforço?</p> <p>O problema do nosso sistema automático é que muitas vezes não temos consciência do que vamos automatizar ou não.</p> <p>Nesse caso, auto-observação e exercícios que te ajudem a estar mais presente no seu dia a dia podem ser uma saída para que você escolha o que realmente importa: quais assuntos você quer deixar sob supervisão do piloto automático e o que você quer fazer com total presença e consciência</p>	Se você não lembra de ter decidido, será que foi você que escolheu?	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	381	2		https://www.instagram.com/p/CGCu8XNgSS0/
115	06/10/2020	<p>Problemas? Temos vários! Mas a gente sabe que só de falar sobre eles a nossa perspectiva já muda.</p> <p>Por isso, amanhã vamos realizar uma Rodada de Ideias aberta, ou seja, você poderá experimentar (gratuitamente) uma das dinâmicas do Método Nuwa - que é todinha pensada para termos uma chuva de soluções para uma questão que está ocupando a nossa cabeça.</p> <p>Aproveita o momento de troca e marca aquela amiga que tá com algum quebra-cabeça profissional ou pessoal difícil de resolver... ou querendo tirar um projeto do papel, buscando novas ideias e soluções</p> <p>O encontro vai ser amanhã (quarta) das 18:30 até às 20:00, pelo Google Meet e temos algumas vagas ainda, tanto para as donas de problema - que trazem para a roda a sua dificuldade ou desafio - quanto para apoiadoras - que contribuem com um olhar acolhedor, trazendo insights positivos. Ah, e vale lembrar: quem se inscreve com um problema pode apoiar também, todas na roda que tiverem ideias contribuem.</p> <p>As inscrições são por e-mail e se você quiser participar é só nos enviar o seu por aqui ou por dm</p> <p>Concorda?</p>	Ana & Manu & Vanessa & Aline & Gabis	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	59	6		https://www.instagram.com/p/CGALhy5AkqX/
114	05/10/2020	<p>Aqui na @nuwa.insta cada dia que passa vemos mais o planejamento como uma forma de preparar a nossa semana, intencional o que queremos realizar e abrir espaços no nosso dia a dia para um respiro e descanso.</p> <p>A gente sabe que por mais que algumas de nós busquem controlar tudo, não adianta, muitas variáveis não dependem só da nossa vontade e ~ controle ~ de tempos em tempos gera frustração e uma cobrança desnecessária com nós mesmas.</p> <p>Então aqui está a nossa dica pra começar a semana: tira uns minutinhos pra decidir o que é prioridade pra ti, como está se sentindo e em que momentos vai poder parar e descansar. Planeja tua semana ao redor disso e depois nos conta como foi!</p>	planejamento não é controle, é preparação	Trabalho e carreira profissional	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	259	3		https://www.instagram.com/p/CF9oc9zq6R1/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
113	02/10/2020	<p>Intenções: uma mistura entre sentir e agir</p> <p>Hoje quem vem falar sobre intenções, principal palavra do Método Nuwa, é a @gabrielatelo - e além de explicar essa conexão entre sentir e agir, mais fluida que as metas e tarefas, ela explica um pouquinho mais sobre as últimas quatro semanas do Método</p> <p>Também quero te lembrar que hoje é o último dia da pré venda, (com desconto) então se está afim de participar, aproveita e te inscreve! O link está na nossa bio.</p> <p>Se ficou com alguma dúvida ou quer conversar com a gente sobre o ciclo, nos chama por aqui ou nos manda um e-mail pra oi@nuwa.vc</p>	vídeo de uma das co-fundadoras falando sobre o Método Nuwa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	encontro/grupo pago	487 visualizações	0		https://www.instagram.com/p/CF1yMZ2gFgW/
112	30/09/2020	<p>Uma das melhores partes do Método Nuwa é conhecer mulheres incríveis e diferentes. Algumas delas talvez a gente não tivesse a oportunidade de encontrar pela questão geográfica e agora, no online, temos a possibilidade de ficar mais pertinho toda semana.</p> <p>E por sempre considerarmos a diversidade fundamental nos nossos projetos, temos duas vagas sociais no Método. Elas foram criadas especialmente para mulheres negras, indígenas e trans.</p> <p>Para se inscrever você precisa enviar para o e-mail oi@nuwa.vc um resumo da sua trajetória até aqui e por que gostaria de participar do Método Nuwa. Depois é só esperar nosso retorno</p> <p>O Método Nuwa é uma metodologia criada pela @gabrielatelo e a @gabrielastragliotto para nos auxiliar a sair do piloto automático. Através dele, temos a possibilidade de rever as nossas prioridades, como andam as tomadas de decisões e quais são os pontos que precisamos dar mais atenção. São dois meses de encontros ao vivo toda segunda e sexta, rodadas de insights para pensarmos juntas em saídas para os nossos problemas e conteúdos exclusivos que sugerem para onde podemos direcionar nossa atenção.</p>	Método Nuwa - vaga social	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Inclusão social	encontro/grupo pago	60	2		https://www.instagram.com/p/CFw4uN0gjUW/
111	29/09/2020	<p>Intenções: pra sair do piloto automático e se reconectar com vc mesma</p> <p>Hoje eu (@gabrielastragliotto) vim aqui falar um pouquinho sobre a importância das intenções - quanta diferença faz definir intenções no início da semana, prestando atenção no que é importante pra cada uma de nós, em como estamos nos sentindo e o que queremos realizar.</p> <p>Aproveitei também pra explicar melhor as primeiras quatro semanas do ciclo do Método Nuwa, um olhar acolhedor pra nós mesmas, buscando se conhecer e se potencializar junto ao grupo</p> <p>Por isso, quero saber de vocês como anda essa definição do que é prioridade por aí... vcs colocam, dentre essas prioridades, cuidar de vocês mesmas?</p> <p>pra se inscrever no próximo ciclo do Método é só checar o link na bio. A pré venda com desconto vai até sexta. E começamos ele juntas no dia 10.10</p>	Vídeo com uma das fundadoras	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	660 visualizações	8		https://www.instagram.com/p/CFvBH7BAErN/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
110	29/09/2020	<p>Testamos várias técnicas para melhorar nossa rotina de acordar: usar um relógio analógico pra despertar e não o celular, deixar ele em outro quarto, tirar as notificações, mas nada estava funcionando. De tempos em tempos lá estávamos nós já mexendo no celular ainda na cama</p> <p>Então, depois de lermos uma das últimas matérias da @gamarevista, decidimos fazer um novo experimento: anotar os sonhos, que andam aparecendo bastante por aqui. "O papel do sonho é de metabolização das informações afetivas. Para que se possa digerir o impacto de emoções fortes, tudo precisa ser metabolizado psicologicamente para que a realidade seja integrada no seu banco de memórias. Se você não chega a ter um sono fisiológico e a sonhar isso não acontece e as informações são acumuladas como numa bola de neve. Quando vê, as pessoas estão exaustas."</p> <p>Estamos ainda testando essa técnica, alguns dias acordamos pensando na pauta... mas em outros os sonhos ainda estão fresquinhos para serem anotados. Vale experimentar</p> <p>E por aí, como anda a sua rotina na hora de acordar?</p>	imagem calendário/tarefas no celular	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	45	4	<p>jokianga Preciso mudar. Última coisa que vejo antes de dormir, tela do celular, primeira coisa ao acordar, tela do celular</p> <p>Estou ligada demais e isto não é bom. Vou tentar a rotina de pegar o cel. mais tarde. Valeu a dica!!! Te cuida. Bjussss</p>	https://www.instagram.com/p/CFuBqbWANEL/
109	26/09/2020	<p>O último encontro do primeiro ciclo do Método Nuwa foi nessa sexta e estamos felizes demais com os depoimentos das participantes aos pouquinhos vamos ir compartilhando todos por aqui!</p> <p>É por isso que o Método é especial: porque encontra sua força no grupo, compartilhando intenções e desafios, oferecendo e recebendo ideias e soluções. Como as gurias comentaram, é como se ver as outras prosperarem fosse uma vitória nossa também</p> <p>-</p> <p>O Método Nuwa é uma metodologia criada pela @gabrielatelo e pela @gabrielastragliotto pra te ajudar a sair do piloto automático. Através dele, temos a possibilidade de rever as nossas prioridades, como andam as tomadas de decisões e quais são os pontos que precisamos dar mais atenção. São dois meses de encontros ao vivo toda segunda e sexta, rodadas de insights para pensarmos juntas em saídas para os nossos problemas e conteúdos exclusivos que sugerem para onde podemos direcionar nossa observação.</p> <p>Pra saber mais ou aproveitar o desconto de pré venda, o link está na nossa bio!</p>	depoimentos das participantes do Método Nuwa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo pago	78	10	<p>alinektortelli Que presente ter encontrado todas vocês. Mas não sei pq estou falando isso, já que não é uma despedida</p>	https://www.instagram.com/p/CFmp5pnApHX/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
108	25/09/2020	<p>Escolher ser ou não home officer é uma pergunta que passa pela cabeça de várias pessoas. E pra quem já está experimentando há mais tempo esse formato, pode parecer estranho a resistência que ainda existe com trabalhar em casa.</p> <p>Porém, nem todos os países e segmentos tem a estrutura necessária para que mais pessoas trabalhem de casa. Segundo o Jornal Nexo, "de cada quatro trabalhos no Brasil, só um pode ser realizado em casa." Esse dado vem de uma pesquisa realizada em abril de 2020, pelo Departamento de Trabalho dos EUA.</p> <p>Pensando na realidade dos países, ao olhar para 85 deles, se constatou que o quesito desenvolvimento é super importante para essa mudança. Ou seja, "quanto mais desenvolvido o país, mais adaptável ele é ao home office. O Brasil, no caso, fica na 45ª posição."</p> <p>Isso quer dizer que a gente não tem como ser home officer por aqui? Não, mas que existem outras questões fundamentais que precisam vir antes da gente abandonar o escritório. Por exemplo, como é o acesso da população a internet?</p>	gif home office no Brasil	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Teletreabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	304 visualizações	0		https://www.instagram.com/p/CFjxz8QA8GB/
107	24/09/2020	<p>Os últimos dois meses foram cheios de intenções e realizações por aqui. Passamos 8 semanas com mulheres incríveis que abraçaram o Método Nuwa com suas vulnerabilidades e potências, acolhendo e crescendo em grupo.</p> <p>Como intencionar virou o centro de todo esse trabalho, nosso desejo é receber mais mulheres que queiram sair do piloto automático e estar mais presentes na investigação de suas prioridades e escolhas</p> <p>A pré-venda do próximo ciclo do Método Nuwa abriu hoje, com 15% de desconto e as vagas são limitadas para que a gente consiga ter uma troca mais íntima. Quer mais infos? É só nos mandar um alô por aqui ou checar direto no link da bio.</p> <p>.</p> <p>O Método Nuwa é uma metodologia criada pela @gabrielatelo e pela @gabrielastragliotto - para te ajudar a sair do piloto automático. Através do ciclo, você pode rever as suas prioridades, como anda a tomada de decisões e quais são os pontos que precisa dar mais atenção na sua rotina. São dois meses de encontros ao vivo toda segunda e sexta, rodadas de insights para pensarmos juntas em saídas para os nossos problemas e conteúdos exclusivos que sugerem para onde podemos direcionar nossa atenção</p>	a importância de definir intenções	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	140	3		https://www.instagram.com/p/CFhOMD9gUf/
106	21/09/2020	<p>A gente nasceu sendo motivadas a pensar no futuro. No que queríamos fazer quando crescer, qual faculdade escolheríamos e onde desejávamos chegar. Mas como seria se a gente se perguntasse mais sobre como chegamos até aqui?</p> <p>Revisitar o passado é uma forma de analisarmos nossa trajetória e encontrarmos padrões que não queremos repetir nesse futuro tão desejado. Sem esse olhar as chances de fazermos tudo de novo quase do mesmo jeito são bem grandes.</p> <p>Você lembra de como chegou até aqui?</p>	(gif) chegar onde se quer sem esquecer de onde se está	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	212 visualizações	0		https://www.instagram.com/p/CFahM9nA7yi/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
105	18/09/2020	<p>Hoje acordamos pensando em esperança. As vezes as notícias ruins vão se somando e parece que não tem jeito mesmo. De tempos em tempos a gente se pergunta: será que é possível criar um futuro diferente?</p> <p>Mesmo quando as coisas estão bem difíceis e extremamente complexas, existe uma margem onde podemos atuar, com consciência das nossas escolhas. É prestando atenção nelas que a expectativa de criar esse novo lugar, mais colaborativo e mais igual, se torna possível.</p> <p>O convite de hoje é tirar um tempo pra pensar sobre isso vamos sonhar juntas? Quais as características desse futuro pra você?</p>	a utopia é tão possível quanto a distopia	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	165	7	clarissamanske Quando começo a noiar nisso, sempre tento lembrar do que sonhava pra mim e pro mundo quando era criança e dá uma força pra continuar	https://www.instagram.com/p/CFRywg-goa2/
104	17/09/2020	<p>#bt pra gente matar a saudade dessa casa que era só amor e responder quem veio nos perguntar sobre o coworking</p> <p>A casa da Nuwa está fechada por tempo indeterminado. Porém, seguimos trabalhando para diminuir a solidão e aumentar a nossa confiança através do online, com o mesmo carinho e acolhimento que sentiamos no presencial.</p> <p>Logo mais vamos abrir as inscrições para o segundo ciclo do Método Nuwa, os encontros do Segunda Online já estão rolando e o nosso grupo no whats do Sozinha Não segue crescendo.</p> <p>Quer mais detalhes sobre algum dos nossos projetos? Nos manda um alô que a gente te conta</p>	foto (antiga) de 3 mulheres no coworking da nuwa	Comunidade e redes de mulheres	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	encontro/grupo pago	78	18	_tatianafernandez Ahhhh Parece que faz 10 anos isso E ao mesmo tempo parece que foi ontem Saudade casinha Nuwa Saudade #nuwetes	https://www.instagram.com/p/CFQFafBqBDk/
103	16/09/2020	<p>Onde a gente produz mais, em casa ou no escritório?</p> <p>Até onde chegamos com as nossas pesquisas não existe uma comprovação de qual espaço auxilia mais na produtividade. A nossa teoria é que havia um elemento muito importante sendo deixado de lado até então: como as pessoas se sentem com relação a sua profissão e ao espaço em que iam todos os dias e como isso se conecta com produtividade.</p> <p>Se tem algo que aprendemos nos últimos meses é como os nossos sentimentos não podem ser deixados de lado no ambiente de trabalho. E que a melhor forma da gente descobrir como a nossa produtividade funciona - compreendendo que ela varia de um dia para o outro - é experimentando diferentes estratégias, espaços e formatos</p> <p>Como anda a produtividade por aí?</p>	Produtividade para quem?	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	74	3		https://www.instagram.com/p/CFNSacsAT67/
102	15/09/2020	<p>Prestar atenção enquanto realizamos as pequenas atividades da nossa rotina faz uma diferença enorme no final da semana: nos permite usar as horas de trabalho de forma mais consciente e respeitar os intervalos de descanso que a gente precisa pra recarregar notamos até em quais horários estamos mais dispostas e reconhecemos quando chega a hora de dar uma parada sim - porque insistir vai nos cansar sem trazer resultados.</p> <p>Esse tipo de atenção nos coloca em movimento sem tanta pressa: usamos a constância no lugar da ansiedade!</p> <p>E pensando além da conversa de produtividade, prestar atenção nos mostra em quais momentos do dia ficamos mais felizes</p> <p>// você sabe que atividade da sua rotina te traz mais alegria?!</p> <p>Quando reparar em algo que te deixa feliz pode até anotar, assim você cria um catálogo (rainhas das listinhas) do que fazer pra dar um up nos dias mais difíceis</p>	em movimento, no meu tempo e sem culpa (gif)	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	304 visualizações	3		https://www.instagram.com/p/CFKQpmmgMsz/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
101	14/09/2020	<p>É hoje a primeira chamada do Segunda Online e ela vai ser aberta e gratuita pra você experimentar :)</p> <p>A gente sabe que começar a semana nem sempre é uma tarefa fácil. Aqui na nuwa, ao invés de anotarmos tarefas e metas na nossa agenda, anotamos intenções. Pra nós intenções tem a ver com ação mas também tem a ver com sentimento: onde quero colocar minha atenção nessa semana que começa?</p> <p>Como estou me sentindo e o que trago comigo da semana que passou?</p> <p>Você pode falar ou apenas ouvir, dependendo de como está o seu humor em cada segunda. O mais bonito é ir acompanhando o caminho de outras mulheres e ter um espaço pra contribuir e receber ajuda. Além da call, o Segunda Online vai ter um grupinho no telegram só dele - pra seguirmos trocando ideias e dicas no decorrer da semana.</p> <p>Legal né? Pra entrar no encontro de hoje é só nos dizer o teu e-mail que te encaminhamos o link da sala. Vai ser sempre na segunda às 18:30! Nos vemos lá</p>	segunda online - confirmada nossa conversa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo gratuito	144	4		https://www.instagram.com/p/CFHeBZ0gsAH/
100	11/09/2020	<p>A amizade entre mulheres é uma das vivências mais incríveis que se pode ter. Quanto mais "adultas" vamos nos tornando, parece que os lugares onde podemos conhecer pessoas legais vão diminuindo.</p> <p>Se tem algo que a gente se orgulha bastante por aqui é das amizades e parcerias criadas a partir do coworking, eventos e encontros. É como se o fato de outras mulheres terem escolhido viver a mesma experiência já nos aproximasse.</p> <p>Por isso, a partir da próxima segunda, temos um dia da semana pra chamar de nosso. Toda segunda, das 18:30 até às 20:00, vamos nos encontrar para conversar sobre a vida, compartilhar nossas intenções para a semana que começa, dificuldades, carreira e o que mais for importante agora. Na nossa experiência, só de saber que existe um grupo onde compartilhar as pequenas vitórias do dia a dia, a motivação de realizá-las já aumenta</p> <p>Todos os detalhes estão no link da nossa bio e qualquer dúvida é só mandar por aqui. Nos vemos segunda!</p>	Me vi no futuro e não estava sozinha	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	107	0		https://www.instagram.com/p/CE_xBTNgIbL/
99	09/09/2020	<p>Estamos já no segundo mês do Método Nuwa e não sei se existem palavras pra descrever o que está sendo essa vivência online com mulheres tão incríveis!</p> <p>E como uma das nossas dinâmicas é focada só em resolver problemas das participantes, teremos uma convidada surpresa pra ampliar nossas referências e perspectivas.</p> <p>A convidada desse ciclo é Aline Santos @allinne, comunicadora especialista em plataformas colaborativas para o engajamento de causas e monitoramento de políticas públicas. Atua desde 2011 com acessibilidade, articulação em rede, impacto social e mapeamento de práticas educacionais inclusivas. Tem apoiado organizações e negócios a oferecerem serviços e espaços de trabalho mais amigáveis e inclusivos. Está na coordenação do UX para Minas Pretas - @uxparaminaspretas - iniciativa que promove a equidade de mulheres negras na tecnologia e no UX Design.</p> <p>Tá curiosa sobre o que é o Método e como faz pra participar do próximo ciclo? Nos manda mensagem por aqui que seguimos conversa</p>	Vídeo de uma das facilitadoras	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	116 visualizações	3 comentários		https://www.instagram.com/p/CE7i4kBgAsn/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
98	09/09/2020	<p>Listas, excel, anotações, planner, agenda, caderno... São muitas as formas pra gente criar ordem no nosso dia, mas até que ponto isso não é uma tentativa de controlar tudo?</p> <p>A linha entre rotina e controle parece bem tênue, como se a gente tivesse vivendo bem feliz e de repente alguém nos olha e fala: mas tu é controladora, né? A gente não sabe de onde veio essa afirmação, porque está tudo bem por aqui, sempre deu certo esse nosso cuidado extra, nos prevenindo de cenários ruins que nunca aconteceram.</p> <p>Ao mesmo tempo, dá uma sensação boa dar um check na listinha não dá? E uma certa ordem bem que deixa nosso dia menos ansioso e tira um pouco do peso dos compromissos da nossa cabeça.</p> <p>// Como anda essa medida entre controle e espontaneidade por aí?</p> <p>Enquanto você pensa sobre, vou ali anotar na minha listinha que hoje alguém me chamou de controladora e que eu preciso falar sobre isso na próxima sessão de terapia - e já volto</p>	Não sou controladora, é só um listinha	Trabalho e carreira profissional	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	380	16	<p>_verlisa Adorei o post! Super verdade! Pior que vejo muita gente compartilhando essa ideia da "super organização" como algo muito bom. Claro que é ótimo ter o mínimo de organização e planejamento, mas deixar um espaço para as surpresas da vida também é essencial.</p> <p>rafaelakunrath Eu me divirto muito fazendo listinhas, e tem muita coisa para fazer na vida, é difícil lembrar de tudo mesmo. Mas eu aprendi que as minhas listas não são para serem necessariamente completadas, são só para desopilar a cabeça e ajudar a me organizar mesmo. Se a lista te der mais ansiedade, melhor jogar fora por uns dias hahahaha</p>	https://www.instagram.com/p/CE6my9ZA9G0/
97	07/09/2020	<p>Parece que a danada da solidão adora mudar suas formas. Tem dias que a gente só queria um abraço, compartilhar uma conquista pequena do dia ou apenas ser ouvida sem interrupções.</p> <p>Pensando nisso escolhemos um dia da semana para chamar de nosso! A partir do dia 14.09 você tem encontro online marcado com a gente toda segunda - nesse horário - pra compartilhar como você está se sentindo, quais intenções quer realizar nos próximos dias e dificuldades relacionadas à vida pessoal e profissional. Criamos o Segunda Online inspiradas pela experiência do Sozinha Não e do Método Nuwa</p> <p>Por que a gente acredita que é falando das nossas emoções, conquistas e intenções que elas recebem o empurrãozinho que precisam. Em grupo, então, a gente reconhece nossas qualidades e pode apoiar e ser acolhida por quem entende pelo que estamos passando.</p> <p>Quer participar? Confere o link aqui na nossa página do Insta, onde você encontra todas as informações</p>	Segunda online	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	74	5		https://www.instagram.com/p/CE2cCXmABLB/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
96	04/09/2020	<p>Quanto de quem somos é o que os outros dizem sobre nós?</p> <p>O uso frequente de expressões como "a chata, a grossa, a que tem cara fofa, a quieta", com o tempo vão cristalizando na gente e transformando a nossa visão sobre nós mesmas. Podemos até ser o que dizem sobre nós, mas também somos muito mais!</p> <p>Para nos aproximarmos dessa visão sobre nós mesmas e nos conectarmos com as nossas qualidades, um exercício que pode ajudar são as frases afirmativas - bem como essa do card.</p> <p>Você pode criar frases que combinam mais com o seu momento, tendo cuidado pra uma coisa apenas: usar sempre em primeira pessoa, como se você já tivesse conquistado o que deseja.</p> <p>Verbalizando nossas intenções vamos atraindo o que há de positivo em nós - para logo mais reconhecer como somos maravilhosas</p>	eu sou suficiente	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	119	3		https://www.instagram.com/p/CEupztngyEX/
95	03/02/2020	<p>Pensando no tempo maior que estamos passando em casa, na cozinha, lavando louça criamos o próximo Conversas pra Relaxar reunindo tudo que a gente gosta: mulheres em roda, frases feministas e bordado em pano de prato</p> <p>Isso mesmo, vamos bordar juntas! Quem irá nos ensinar é a Bruna Antunes, criadora do @bordadoempoderado, artista têxtil, ativista e bordadeira há mais de 25 anos.</p> <p>O bate papo + aula prática vai ser no sábado, dia 12.09, das 15:00 até às 17:30, pela plataforma Meet.</p> <p>Quer saber de todos os detalhes e se inscrever? É só clicar no link da bio e vir nos encontrar pra bordar</p>	bordado "lugar de mulher é onde ela quiser"	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	encontro/grupo com contribuição espontânea	122	0		https://www.instagram.com/p/CEra2nEADYG/
94	02/09/2020	<p>Quando você precisa de uma indicação, pra quem você pergunta? Nós vamos primeiro para o grupo do Sozinha Não no Whatsapp, onde estão mulheres autônomas e empreendedoras aqui do estado</p> <p>As recomendações são tão boas, que às vezes mais de uma pessoa indica a mesma profissional. A gente não é boba e vai salvando todos esses contatos. Vai que logo precisamos de uma designer, contadora, gineco,...</p> <p>Mora no RS e que participar do grupo? É só clicar no link da bio</p>	gif "você conhece alguma..."	Comunidade e redes de mulheres	Trabalho e empreendedorismo	Empreendedorismo e negócios	encontro/grupo gratuito	697 visualização	11		https://www.instagram.com/p/CEphi7OAVq5/
93	01/09/2020	<p>Pedir ajuda pode ser bem difícil para algumas mulheres. E não é que a gente não precise de apoio, mas às vezes não queremos atrapalhar ou encher outras pessoas com os nossos problemas. Afinal, todo mundo já tem com o que se preocupar</p> <p>A gente sabe como é difícil, mas como as pessoas ao nosso redor vão saber que precisamos de algo se a gente não falar? Você anda conseguindo se mostrar mais vulnerável por aí?</p>	eu não preciso fazer tudo sozinha	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	230	2		https://www.instagram.com/p/CEmQKqag2Gp/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
92	27/08/2020	<p>Imaginação e autenticidade como características da vida adulta <3</p> <p>Porque será que quando pensamos em criatividade e autenticidade isso se refere tão facilmente a crianças e artistas e não a vida adulta no geral?</p> <p>No IGTV de hoje, @gabrielastragliotto fez essa pergunta à Gabriela Vasconcellos @vasconcellos.gab, arteterapeuta e fundadora do Lindeza @maislindeza, um projeto que busca trazer o lúdico e a criatividade pra mais perto da vida das crianças (que são crianças mesmo) e das crianças que ainda existem nos adultos.</p> <p>O projeto começou em Recife e cruzou o oceano até Portugal, onde a Gabi também trabalha ensinando crianças na Escola da Floresta - uma "sala de aula" bem no meio da natureza.</p> <p>A conversa está uma delícia e é um convite pra olhar pra vida com mais inteireza, como a Gabi diz. Dá o play e depois nos conta o que achou!</p>	Vídeo	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	651 visualizações	7		https://www.instagram.com/p/CEZLROrgIZC/
91	26/08/2020	<p>Quem cuida de tudo por aí?</p> <p>Você anda cuidando de quem cuida de você?</p> <p>Para vivermos relações mais saudáveis, inclusive no universo digital, é preciso que elas sejam valorizadas por todos os participantes envolvidos</p> <p>Vale lembrar que não é necessário muito: atenção e escuta também são uma forma de cuidado - e de dar e receber carinho</p>	Você anda cuidando de quem cuida de você?	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	66	0		https://www.instagram.com/p/CEWY9QbA_kr/
90	24/08/2020	<p>não te respondi mas eu te amo, tá?</p> <p>~ tá liberado marcar o @ da amiga que ainda está esperando aquela mensagem ou call que nunca chega (ou a amiga que está sempre online e não responde tb) e quem sabe já saem daqui com data e horário marcado na agenda pra conversar?</p> <p>~</p>	Não te respondi mas eu te amo	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	174	2		https://www.instagram.com/p/CESVBUYgSbn/
89	21/08/2020	<p>Conteúdo para Instagram com Daniela Arrais</p> <p>Criar conteúdo parece que nunca foi tão difícil! Por isso, a @gabrielatelo resolveu bater um papo com uma das nossas referências nesse assunto: @daniarrais, jornalista e sócia-fundadora da @contente.vc .</p> <p>A Dani também faz o blog @dontouchmymoleskine e o projeto @amoresanonimos . É pernambucana, vive em São Paulo desde 2006, quando ingressou na Folha de S.Paulo, atuando como repórter e editora-adjunta em diversas editorias. Colabora com os principais veículos de comunicação do país e, recentemente, começou uma série sobre Síndrome da Impostora no seu perfil - que a gente super indica</p> <p>Como anda a produção de conteúdo por aí? Você seguiu o mesmo ritmo ou também teve que rever suas estratégias?</p>	Vídeo	Trabalho e carreira profissional	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	613 visualizações	6 comentários		https://www.instagram.com/p/CEJxhDGA_pL/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
88	20/08/2020	<p>A fadiga digital é real. Tem dias que a gente gostaria de ficar incomunicável, longe do celular, sem saber do que acontece no mundo, mas - ao mesmo tempo - não queremos ficar afastadas e sem falar com quem a gente gosta.</p> <p>Quando tudo é online fica muito mais difícil encontrar um equilíbrio, já que as interações pessoais e de trabalho estão no mesmo lugar. Pra completar, o lazer também está no digital: filmes, séries, leituras, música, atividade física - tudo em único aparelho.</p> <p>Uma saída? Encontrar formas analógicas de se conectar com a sua criatividade. Pode ser pintura, cerâmica, bordado, macramê, jardinagem, ler livros físicos, cozinhar algo diferente... o que funcionar pra você e que não precise de uma telinha para acontecer.</p> <p>tem algo que você anda experimentando e tem te feito desligar do digital?</p>	Cansada de fazer tudo online	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	704	22	<p>nainegomes Nossa me identifiquei muito com esse texto. Ler e tricotar tem feito parte dos meus momentos de lazer</p> <p>julipfaria Eu comecei a fazer um curso de costura (eu já tinha a máquina e não usava) e também tenho tentando ter um pouco mais de intimidade com a cozinha</p> <p>shaiduarte Eu tenho cozinhamto mais, coisa que não fazia antes não e sinto que tenho mais prazer em ler livros físicos nesse período, além de escrever e estudar fazendo anotações e resumos com caneta e no papel mesmo</p>	https://www.instagram.com/p/CEIB7JLA2Nv/
87	19/08/2020	<p>Sempre tem uma amiga no grupo que é "a forte", que aparenta ser toda segura de si e que está sempre pronta pra te tirar de uma situação complicada. Acontece que as vezes essa amiga também é aquela que tem mais dificuldade em pedir ajuda ou dizer que está precisando de algo - mesmo quando é só de um carinho.</p> <p>A gente sabe que pode ser difícil perceber quando essa amiga está precisando de nós, então que tal mandar um alô pra ela perguntando como está o dia? Se ela gostaria de conversar mais tarde pra falar da vida, só vocês duas?</p> <p>Assim você compartilha (e recebe) um pouquinho de carinho em tempos de abraços virtuais</p>	Eu posso ser forte... mas também preciso de carinho	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	267	4		https://www.instagram.com/p/CEEyFyoACvS/
86	18/08/2020	<p>acordei mais cedo pra me atrasar com calma alguém mais se organizando pra procrastinar ai?</p>	minha mesa tá pronta pra procrastinar hoje	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	282	10		https://www.instagram.com/p/CEB-IZWgnmY/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
84	13/08/2020	<p>Eu já errei bastante nesses dois anos de Nuwa. Confesso que não concordei em todas as vezes que eu tava errada, mas dentro de mim eu sabia que não era aquele o melhor caminho.</p> <p>Só que parece que quando a gente é autônoma ou empreendedora não há muito espaço para o erro, porque não temos dinheiro pra refazer as coisas ou tempo pra correr de volta e consertar o que não ficou bom. Acho que esse é um dos maiores truques do capitalismo: nos fazer acreditar que a gente não tem tempo.</p> <p>Se todo mundo erra - mesmo que não conte por aí - há espaço para o refazer. Porque as coisas não nascem prontas, então todo mundo tem em algum momento que rever, repensar e, se necessário, começar tudo de novo.</p> <p>Quando a gente entender que o erro faz parte da experiência e que todas fracassam nem que seja um pouquinho, pode ser que se torne menos pesada a nossa relação com trabalho</p> <p>~ Link para o podcast completo na nossa bio ~</p>	Uma mulher pensando	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	145	4		https://www.instagram.com/p/CD1mlNLAwv/
84	13/08/2020	<p>Dois anos de Nuwa já se passaram (parece mais, né?) e a gente resolveu comemorar de um jeito diferente dessa vez. A @gabrielatelo e a @gabrielastragliotto se reuniram virtualmente para rever quais foram os erros e aprendizados mais marcantes até aqui</p> <p>E, enquanto a gente se divertia compartilhando o que não deu tão certo, vinha aquela vozinha antiga lembrar que as pessoas preferem falar sobre sucesso e não fracasso.</p> <p>Se tem algo que a gente aprendeu nesses dois anos é que o lugar da vulnerabilidade é muito importante quando se quer construir uma comunidade. E nós sabemos que é bem difícil esse processo, porque as vozinhas do que você deveria ser ou fazer podem ser bem altas.</p> <p>Mas hoje a gente decidiu tornar mais alto o que a gente sente, o que nos marcou e que sabemos fazer parte da vida de muitas autônomas e empreendedoras. Porque se é errando que se aprende, estamos no caminho certo</p> <p>P.s: dividimos os conteúdos assim: no nuwacast você vai encontrar a gente rindo dos nossos erros e na news que foi hoje de manhã, os aprendizados que tivemos. Se você não assina a nossa news ainda, pode mandar o seu e-mail por aqui que te enviamos. Caso você já assine mas não recebeu, dá uma olhadinha no spam ou na caixa de promoções, que as vezes eles se perdem</p>	Nuwacast - erros	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Empreendedorismo e negócios	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	229 visualizações	2		https://www.instagram.com/p/CD110IVAdGK/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
83	13/08/2020	<p>"Será que é esse mesmo o caminho? Vai fazer desse jeito mesmo?" Nesses dois anos de Nuwa, essa vizinha da intuição sempre me acompanhou, e a minha aparece assim... bem questionadora. Por muito tempo pensei que a intuição fosse uma sensação definitiva e certa, mas às vezes ela tem esse jeito - mais sutil - de nos mostrar o caminho que queremos seguir.</p> <p>Só que a verdade é que eu nunca dei muita bola pra minha. Eu até a acolhia na vida pessoal, em assuntos de amizade e amor, mas profissionalmente entrar no campo da intuição sempre me deixou um pouco desconfortável. A confiança pra mim costuma vir agarradinha em um argumento bem racional. Por isso, negligenciei um pouco a minha intuição quando o assunto era empreender. Com o tempo percebi que precisava ouvir ela mais. Então tô aqui hoje, escrevendo esse post, pra fazer as pazes com ela</p> <p>Me conta, você tem ouvido a sua?</p> <p>No último Nuwacast que subi no Spotify eu e a @gabrielatelo falamos sobre esses e outros erros que vamos descobrindo só mesmo quando olhamos em retrospectiva. Nosso briefing hoje é esse: falar dos nossos erros com um olhar leve, quase-comemorativo, sem pressão de ser perfeita. Porque aprender e criar coisas também é sobre isso, errar, refazer a rota e continuar</p> <p>O link para o podcast completo tá na bio!</p>	Uma mulher pensando	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Empreendedorismo e negócios	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	118	2		https://www.instagram.com/p/CD1f21gszy/
82	12/08/2020	<p>Os nossos recebidos foi a gente mesmo que pagou, mas não quer dizer que eles sejam menos maravilhosos, não é? Queremos saber o que vocês andaram comprando, apoiando, curtindo, descobrindo nos últimos dias e que é feito por minas desse Brasil!</p> <p>Vai funcionar assim, bem simples: grava um vídeo/stories contando o que achou do produto, serviço, projeto. Marca ela, nos marca e adiciona a #sozinhanas. Assim vamos compartilhando algumas nos nossos stories tb <3</p> <p>Por que é legal participar?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - pra perder um pouco a vergonha de colocar a sua carinha nas redes; 2 - divulgar de um jeito diferente projetos e marcas feitas por minas e que você admira; 3 - passar a sua percepção sobre a compra, experiência, percepção do projeto - também chamado antigamente de boca boca, só que alcançando mais pessoas. <p>Você não precisa ser influencer pra colocar a cara no sol e dar a sua impressão sobre um projeto que você gosta. Vem com vergonha mesmo</p>	Curtidos do mês	Comunidade e redes de mulheres	Trabalho e empreendedorismo	Empreendedorismo e negócios	Divulgação de obras, produtos ou serviços de mulheres da rede Nuwa	82	9		https://www.instagram.com/p/CDzL9kMglgu/
81	11/08/2020	<p>Tomar água também está na sua checklist? Pra nós sim! Então a gente decidiu passar aqui só pra te lembrar de se manter hidratada enquanto trabalha Ter uma garrafinha de água ao seu alcance na mesa onde trabalha tbm te ajuda a não se esquecer</p>	Tomei muita água hoje	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Saúde física	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	97	2		https://www.instagram.com/p/CDwd4r0AQP5/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
80	10/08/2020	Eu não sei você, mas do lado de cá temos a impressão que antes da quarentena não sentíamos tantas emoções em um mesmo dia. Ou não pareciam, pelo menos, mudar de muita alegria para muita tristeza em algumas horas. Se andamos mais sensíveis, como podemos nos conectar mais com os nossos sentimentos? Um bom exercício é se perguntar: como você está se sentindo hoje? Assim mesmo, como se estivesse perguntando pra alguém na sua frente. Desse jeito as respostas vem com uma camada a menos de julgamento e você olha para o que está sentindo por outra perspectiva. Então nos conta, como você está se sentindo nesse começo de semana? E o que tem feito para prestar mais atenção nas suas emoções?	gif: hoje eu me sinto bem / hoje eu não me sinto bem	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	529 visualizações	0		https://www.instagram.com/p/CDtdb4vA_5z/
79	06/08/2020	Coloca a mão aqui quem passa o dia sentada de qualquer jeito e de noite tem dor na lombar e "não sabe porque". Nossa checklist de hoje é: lembrar de conferir a postura e relaxar os ombros	passando para checar a sua postura - todas conferindo a coluna em 3, 2, 1	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Saúde física	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	200	9		https://www.instagram.com/p/CDJQvaAA_-/
78	05/08/2020	Ou: como eu esqueço das coisas boas. A gente sabe que é mais fácil lembrar das coisas ruins do que das boas, especialmente quando parece que notícia ruim se multiplica com mais facilidade. Mas temos mesmo essa tendência de lembrar mais do que não gostamos do que o contrário, você já percebeu? Pra estimular um olhar mais positivo pra sua rotina, sugerimos anotar na sua agenda-planner as atividades que te fazem se sentir bem, de passear com o cachorro a responder e-mails. Assim, quando chegar no final de um dia ou de uma semana cheia, você terá um parecer mais real do que aconteceu nas horas que passaram e poderá perceber com mais clareza tudo que te fez bem (e lembrar de repetir!)	o vazio de um dia cheio	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	278	1		https://www.instagram.com/p/CDhjG_Ygrfs/
77	03/08/2020	"Se eu pudesse resumir em uma frase, diria que empreender é acordar todos os dias e descobrir que tu não tá pronta. " É assim que a @gabrielatelo definiu 'empreender' na nossa news, que você pode substituir por 'vida profissional', por exemplo, que também funciona Na edição de amanhã, a Gabi vai falar sobre reinvenção - palavra do momento - e como vamos ter que cada vez sair mais da zona de conforto. Quer receber a nossa news? É só assinar gratuitamente pelo link na bio	Cena da série Friends com a personagem falando: "eu poderia surtar tão facilmente agora mesmo"	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Empreendedorismo e negócios	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	142	1		https://www.instagram.com/p/CDcQU_DzATHJ/
76	30/07/2020	Tem mulheres que andam com a agenda cheia, com novas ideias e projetos sendo construídos. Tem, também, quem está buscando ordem em meio ao caos, pra seguindo dando seus próximos passos. Há quem precise abrir espaço e quem quer ampliar a perspectiva. Como faz quando a busca é diferente e as dificuldades parecidas? Junta todo mundo As inscrições para participar do método Nuwa vão até amanhã às 12h. Com ou sem tempo, a gente promete que vai ser sem culpa > link p/ se inscrever na bio <	mais acolhimento menos culpa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	48	0		https://www.instagram.com/p/CDRQFr5AJ51/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
75	29/07/2020	<p>"Será que agora é o melhor momento pra começar alguma coisa? Eu já tenho várias coisas pra fazer e não queria iniciar algo que talvez eu não consiga dar conta."</p> <p>A gente sabe que cada uma tem uma percepção diferente de tempo e de prioridades, mas se tem algo que acreditamos fazer uma diferença gigante na vida é: ter mais espaço na nossa rotina pra nós mesmas vale cada minuto.</p> <p>O Método Nuwa é quase como um agendamento contigo mesma ☺ mesmo nos seus momentos em grupo. E, se algum dia você não puder participar de um encontro ao vivo, existe toda uma estrutura por trás para você seguir conectada ao conteúdo - e desenvolver ele no seu tempo.</p> <p>Tem mais alguma dúvida sobre o Método? Nos manda uma mensagem que a gente vai adorar te responder</p>	notebook em uma mesa com a "capa" do método nuwa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	94	0		https://www.instagram.com/p/CDPEyOuASFC/
74	28/07/2020	<p>Se o importante é estarmos juntas, também precisamos acolher novos formatos de trocas. Para o primeiro ciclo do Método Nuwa reservamos algumas vagas sociais, ou seja, se você não puder investir agora mas acredita que o Método conversa com o seu momento tem lugar pra você!</p> <p>Para participar é só enviar um e-mail para oi@nuwa.vc contando um pouco da sua trajetória até aqui e por quê você quer estar com a gente. Daremos preferência para mulheres negras, indígenas e trans, então pode marcar aqui ou enviar o link para aquela sua amiga que anda precisando sair do piloto automático</p>	Está na hora de olhar com carinho para as suas intenções e sair do piloto automático	Comunidade e redes de mulheres	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Inclusão social	encontro/grupo pago	169	7		https://www.instagram.com/p/CDMtREQAw6S/
73	27/07/2020	<p>Convidamos a nossa dupla no home office pra contar que nessa quarta tem Rodada de Insights com participação gratuita! Assim dá para experimentar um pouco como vai ser o primeiro ciclo do Método Nuwa.</p> <p>As Rodadas de Insights são uma das metodologias que vamos explorar juntas: encontros para gerar insights positivos e ideias criativas para solução de problemas das participantes. Pra quem estava na dúvida se esse era o momento de participar do Método, essa rodada é um bom jeito de experimentar.</p> <p>Como vai funcionar: ~ Em roda, teremos 5 mulheres compartilhando dificuldades. As demais participantes serão "geradoras de ideias", ou seja, irão contribuir com soluções positivas para resolver cada problema. ~ As "donas de problemas" terão 5 minutos para se apresentar e falar sobre a sua questão. O grupo terá 10 minutos para sugerir ideias e caminhos.</p> <p>Pra ficar dentro do tempo estimado, teremos vagas limitadas também para apoiadoras. Vale lembrar que mesmo que você não tenha uma questão para compartilhar sempre surge alguma ideia que pode ser adaptada ao seu negócio ou mudar sua perspectiva</p> <p>Para se inscrever é só mandar e-mail para oi@nuwa.vc, dizendo se você quer compartilhar um problema ou quer ser apoio do grupo. Vem que vai ser lindo!</p>	Gato na cama e um notebook no colo de uma pessoa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	encontro/grupo gratuito	41	0		https://www.instagram.com/p/CDJfyelAaDh/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
72	25/06/2020	<p>Descoberta - atenção - observação - afirmação - aspiração - exploração - planejamento - autonomia. São os títulos das 08 semanas de duração do Método Nuwa, nosso novo ciclo 100% online</p> <p>Ele foi dividido dessa forma para acompanhar nossas transformações e dar atenção aos nossos objetivos sem criar um lugar de mais cobrança ou culpa. Tudo é feito em grupo, em uma roda de mulheres que se encontra semanalmente (na segunda e na sexta) para se acolher e se desenvolver juntas.</p> <p>Com o formato de uma espiral, bem parecida com a casinha de um caracol, o Método foi pensado para acontecer de dentro para fora: os primeiros passos nos motivam a sair da zona de conforto e do piloto automático e vão nos direcionando para a ação, respeitando o tempo de cada uma. O objetivo final é aplicar toda essa análise individual "lá fora", na nossa rotina e nos nossos projetos e, por isso, tem a duração de oito semanas. Esse tempo e atenção dedicados a nós mesmas refletem em uma visão bem mais clara das nossas intenções e dos caminhos para torná-las reais</p>	Descoberta - atenção - observação - afirmação - aspiração - exploração - planejamento - autonomia	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	367 visualizações	0		https://www.instagram.com/p/CDE9wXpRqU/
71	23/07/2020	<p>Por onde começar a mudança?</p> <p>Amanhã é o último dia para se inscrever no nosso evento sobre Culturas Regenerativas, com Lua Couto! O link do sympla está na nossa bio #repost de @procuradorespostas</p>	Terra plena: vamos falar sobre economia e os limites planetários?	Comunidade e redes de mulheres	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Meio ambiente e natureza	encontro/grupo gratuito	69	0		https://www.instagram.com/p/CC_9mYx2-j/
70	23/07/2020	<p>Sair do piloto automático também significa olhar com mais atenção e mais carinho para as nossas prioridades e se movimentar para fora da nossa zona de conforto</p> <p>O Método Nuwa é um processo de autoconhecimento e entrega! Uma combinação de metodologia e troca, onde encontramos ferramentas para nos sentirmos mais confiantes e menos sozinhas. Priorizando o que é importante de verdade para cada uma de nós, expressando sem interferência nossas angústias e dúvidas e conhecendo quais padrões são nossos e quais são compartilhados pelo grupo. Porque se você acha que é a única com dificuldade em tornar reais suas intenções, saiba que (também nisso) você não está sozinha.</p> <p>~ O link para saber mais sobre o ciclo e se inscrever está na nossa bio!</p>	O que é prioridade pra mim?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	242	6		https://www.instagram.com/p/CC_MuVMA5ie/
69	21/07/2020	<p>O Método Nuwa é um ciclo de dois meses para olhar com atenção para suas prioridades, te tirar do piloto automático e fazer fluir sua potência ~ inspirado pelos dois anos de vivência da comunidade offline da Nuwa</p> <p>Tudo acontece em grupo: com encontros para iniciar e fechar a semana, conteúdos e lembretes por e-mail, trocas informais pelo Telegram e rodadas de ideias. Estamos empolgadas para conhecer esse primeiro grupo de mulheres abertas a olhar para si, reconhecer suas intenções e torná-las reais.</p> <p>O primeiro ciclo começa dia 1º de agosto e temos vagas limitadas. Te interessou? Nos chama, confere os detalhes do Método na nossa bio e vem se juntar a nós, estamos te esperando!</p>	Método Nuwa: um ciclo de encontros para te tirar do piloto automático	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	encontro/grupo pago	241	6		https://www.instagram.com/p/CC6GxJgA8O4/
68	19/06/2020	<p>Alguém aí sabe dizer (ou quer arriscar) o que é Nuwa?</p> <p>E agora que não temos mais coworking, o que a Nuwa é afinal?</p> <p>A verdade é que nascemos com um pézinho no online e no offline e essa semana vamos contar o que andamos criando por aqui! Estamos aprendendo muito com esse momento e descobrindo novas formas de nos conectarmos, de produzirmos - de reinventar nossas rotinas e rever nossas prioridades. Fica ligada que tem coisa boa chegando</p>	Mas o que é a Nuwa afinal?	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	108	6		https://www.instagram.com/p/CC13E0gg29I/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
67	17/07/2020	<p>Como podemos começar a mudança? Quais são as teorias que sugerem novos caminhos para o futuro? No evento online do dia 25 vamos conversar com Lua Couto, co-fundadora do @futuropossivel, sobre Culturas regenerativas ~ um conjunto de estudos e práticas que apresentam uma abordagem holística que vai além da sustentabilidade e que como o próprio nome diz fala sobre sustentar o modelo de vida dominante. A Regeneração é um convite a mudança, antes de tudo, cultural.</p> <p>Sobre a convidada: Lua (@procurerespostas) é pesquisadora de narrativas regenerativas, facilitadora de processos criativos e nutre uma relação espiritual com a terra. Nascida na Amazônia, atuou parte da sua carreira como comunicadora junto a organizações tecendo narrativas mais humanas em meio ao caos. Em sua transição idealizou e co-fundou o Futuro Possível, plataforma que atua com educação para a regeneração planetária.</p> <p>No evento vamos falar sobre: o que são culturas regenerativas, teoria de decrescimento, teoria donut e quais são os primeiros passos para nos tornarmos regenerativas. Te interessou? Todos os detalhes e a inscrição estão no link na nossa bio!</p>	Culturas regenerativas	Comunidade e redes de mulheres	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	meio ambiente e natureza	encontro/grupo gratuito	55	4		https://www.instagram.com/p/CCv_HWiAvEO/
66	15/07/2020	<p>Uma atitude por dia por um mundo com menos racismo</p> <p>A @gabrielatelo, co-fundadora da Nuwa - conversou com a empreendedora e escritora @gabrielaoliveira.go sobre o processo criativo do seu primeiro livro! Porque para diminuir o racismo todas as pessoas e empresas precisam ter atitudes antirracistas</p>	Video da gravação da live	Comunidade e redes de mulheres	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	Divulgação de obras, produtos ou serviços de mulheres da rede Nuwa	369 visualizações	4		https://www.instagram.com/p/CCrKUHl-4P/
65	14/07/2020	<p>Amanhã, às 19:30, vamos ter live com a Gabriela Oliveira por motivos de: tem livro novo chegando! Com o título "Uma atitude por dia - por um mundo com menos racismo" a Gabi reuniu alguns caminhos para pessoas e empresas agirem pela diminuição do racismo no Brasil. Quem vai bater esse papo com ela vai ser a co-fundadora da Nuwa, Gabriela Teló, e vamos falar sobre como foi para ela escrever seu primeiro livro, pra quem ele foi pensado e quais serão os próximos sonhos que ela vai realizar</p> <p>~ A Gabriela Oliveira é designer, consultora, professora e empreendedora nas áreas das indústrias criativas e educação há 10 anos. É Fundadora e Diretora de Experiências Digitais da ECC Hub, escola de inovação, criatividade e negócios. TEDx Speaker com tema envolvendo vivência como mulher negra e empreendedora. Autora do livro Uma atitude por dia - por um mundo com menos racismo. Ajuda pessoas e empresas a ampliarem suas perspectivas através do design, do marketing digital e do empreendedorismo ~</p>	live na nuwa com gabriela oliveira - uma atitude por dia: por um mundo com menos racismo	Comunidade e redes de mulheres	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	Divulgação de obras, produtos ou serviços de mulheres da rede Nuwa	64	5		https://www.instagram.com/p/CCa94dFAsOx/
64	09/07/2020	<p>Respeitar o nosso corpo e entender nossas fases pode fazer uma diferença enorme em todas as áreas da nossa vida.</p> <p>No Conversas para Relaxar desse sábado, com @latyguedesvairagayoga, vamos conversar sobre esse assunto, explorar os arquétipos de cada fase do ciclo menstrual e descobrir formas de organizar o nosso mês e nosso trabalho levando em consideração os potenciais de cada fase do ciclo</p> <p>Pra saber mais e se inscrever, já sabe: link na bio ~ o Conversas para Relaxar é um momento de troca e decompressão. Sempre com convidadas da nossa comunidade local. A próxima edição é sábado, às 15h.</p>	é possível organizar o meu mês de acordo com o meu próprio ciclo?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Saúde física	encontro/grupo com contribuição espontânea	218	7		https://www.instagram.com/p/CCa94dFAsOx/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
63	08/07/2020	<p>Tem colab nova na lojinha da Nuwa! Essa é a primeira print de uma série em parceria com artistas da nossa comunidade. O convite é que cada uma delas compartilhe sua interpretação de "Sozinha Não" - nome do projeto da Nuwa que busca diminuir a solidão feminina e aproximar parcerias entre profissionais e empreendedoras.</p> <p>A artista criadora dessa ilustração é Mitti Mendonça @mao.negra, artista têxtil e ilustradora. Em 2017, criou o selo Mão Negra, tendo como ponto de partida alinhar a história do bordado, que circula há quase 100 anos entre as mulheres da família. Usufrui das técnicas de bordado, crochet, desenho e ilustração. Sua pesquisa perpassa as poéticas negras, a memória, o afeto e a ancestralidade. Atua nos circuitos de Feiras de Arte Impressa e de exposições. É natural de São Leopoldo-RS, onde reside e tem seu ateliê.</p> <p>Na lojinha da nuwa você encontra a print e todos os detalhes de valores e envio. Entra no insta da @mao.negra pra conferir as outras produções dela e acompanhá-la!</p>	ilustração com duas mulheres	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Divulgação de obras, produtos ou serviços de mulheres da rede Nuwa	40	3		https://www.instagram.com/p/CCY8kkXAIci/
62	06/07/2020	<p>Nesse Conversas para Relaxar vamos entender mais sobre os nossos ciclos, quais arquétipos representam cada fase do ciclo menstrual - o que nos ajuda a dar uma "cara" para o que estamos sentindo - e como essas transformações interagem com outras áreas da nossa vida durante o ciclo do próprio mês</p> <p>Convidamos a mentora menstrual, Tatiana Guedes para compartilhar com a gente sua experiência. A Taty é yogaterapeuta, Moon Mother de Nível 3 e Mentora de Ciclos Menstruais. Trabalha como doula, benzedeira, dançadora e com revisão e tradução, enquanto é mãe de um menino de 10 anos. Trilha o caminho do autoconhecimento há mais de 20 anos e auxilia mulheres a fazerem as pazes com seu ciclo menstrual.</p> <p>Esse é um daqueles encontros pra gente trazer um caderninho junto, porque vem muito conteúdo bom pela frente. O link para saber mais e se inscrever está na nossa bio. É no próximo sábado, não perde!</p>	Conversas para relaxar - edição Ciclos	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Saúde física	encontro/grupo com contribuição espontânea	39	6		https://www.instagram.com/p/CCtSlR-A73q/
61	03/07/2020	<p>"Nós não podemos ser o que não podemos ver" Com essa citação do documentário da Netflix, Revelação, apresentamos mais um Nuwa indica. Com a participação de atrizes, atores, diretores e roteiristas, como Laverne Cox, Lily Wachowski e Jamie Clayton, temos um panorama histórico de como ser trans era representado no cinema e na TV.</p> <p>Personagens crossdressing, por exemplo - que usavam roupas e símbolos estéticos de um gênero diferente da sua identidade - existem desde o início do cinema. Blackface também era uma prática muito utilizada no cinema, especialmente para representar estereótipos negativos de raça.</p> <p>Mas por que é importante falar sobre isso? Porque criatividade não tem nada a ver com piadas sobre identidades, corpos e raças. E por sabermos a importância da representatividade, compreendemos que é fundamental haver uma representatividade positiva.</p> <p>Recomendamos esse doc para quem quer ter uma noção da amplitude da luta de pessoas trans e de como a mídia segue criando formas de diminuir a nossa confiança</p>	Nuwa indica - revelação	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	LGBTQIA+	Indicação de produções audiovisuais, livros e álbuns de terceiros	25	0		https://www.instagram.com/p/CCL6iksAynn/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
60	01/07/2020	Trabalhar de casa parece lindo nos primeiros dias, mas depois de um tempo a gente vai entendendo que é bem mais complexo. O que você daria de dica pra quem está no home office pela primeira vez?	Trabalhar em casa pode ser bem complexo.	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Teletreabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	245	15	<p>reuse.uma Eu amei a dica! Minha casa é super pequena e as vezes eu me sinto mega enclausurada. Além disso, é sempre legal fazer mudanças em casa ♥</p> <p>verlindoeve Procuo manter horários, como eu tinha antes: acordar, café da manhã, trabalho, almoço, lanche da tarde etc. Como tenho o tempo do deslocamento do trânsito (gente, quase 3 horas roubava do meu dia), consigo fazer um curso de inglês on-line, ficar jogada no sofá sem fazer nada, limpar a casa (antes eu não tinha tempo durante a semana) e faço 40 minutos de exercícios. E mantenho a mesma disponibilidade para o trabalho de quando estava na empresa, senão vc fica o dia o inteiro só em função do trabalho. Se estou num dia mais pra baixo... respeito meu momento, ngm foi treinado para viver em isolamento, então mantenho sobre os outros e para comigo mesma um olhar generoso de compreensão. Todos estamos tentando fazer o possível para atravessar 2020... cada um faz o que pode e isso já está bom!</p>	https://www.instagram.com/p/CCGIMvIATZk/
59	29/06/2020	E seguir aprendendo	Crescer com o desconforto	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	154	1		https://www.instagram.com/p/CCMAeQA6z/
58	28/06/2020	É assim que o amor se parece : @lgbtq @jasandmary	Casal de mulheres abraçadas	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	LGBTQIA+	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	235	1	Eu amei a dica! Minha casa é super pequena e as vezes eu me sinto mega enclausurada. Além disso, é sempre legal fazer mudanças em casa ♥	https://www.instagram.com/p/CB-4ZnVA66O/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
57	26/06/2020	Quantos livros de mulheres indígenas você conhece? O Leia Mulheres Indígenas é um projeto que busca divulgar o trabalho de escritoras indígenas, para que a gente ouça as histórias que elas tem para contar e conheça a sua visão de mundo. Confere: @leiamulheresindigenas. . "Convido vocês a conhecerem as mulheres indígenas contemporâneas, as que vivem hoje são sujeitos e lutam por seus direitos. Nosso convite é para que saibam identificar nossos rostos, nomes próprios e nossas lutas. Acreditamos ser esse um caminho para desconstruir a figura do "índio genérico", despersonalizado e acorrentado ao passado." No terceiro card você encontra o último livro indicado por elas: A lenda do Jurecê; de Auritha Tabajara.	Leia mulheres indígenas	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	Divulgação de obras, produtos ou serviços de mulheres da rede Nuwa	67	2		https://www.instagram.com/p/CB58nlzqDSJ/
56	24/06/2020	Confere?	Quando passei a valorizar o meu tempo, aprendi a dizer não	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	418	9		https://www.instagram.com/p/CB0ILOqAgFx/
55	22/06/2020	~evento suspenso temporariamente ~ Como seria um futuro mais preto? Para responder essa pergunta nós precisamos olhar para o passado. Para as nossas raízes brasileiras. Quem tem um caminho pra esse processo é o Afrofuturismo e, para conhecermos um pouco mais sobre esse movimento, convidamos Morena Mariah (@morenamariah) criadora da plataforma de educação e podcast Afrofuturo e integrante do Global Shapers, programa internacional do Fórum Econômico Mundial para jovens que trabalham no enfrentamento de desafios globais, para compartilhar com a gente seus conhecimentos. ~ Quando: 27.06, sábado ~ Horário: 15 horas ~ Onde: plataforma Meet ~ Como se inscrever: é só nos mandar um alô para o e-mail oi@nuwa.vc. ~ Ingressos: será por contribuição espontânea. Ou seja, você pode contribuir com o valor que puder agora. Se você não puder contribuir financeiramente não tem problema. Nos manda um e-mail que a gente segue conversando por lá!	Afrofuturismo	Comunidade e redes de mulheres	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	encontro/grupo com contribuição espontânea	44	6		https://www.instagram.com/p/CBvqQEgQr4/
54	19/06/2020	O Nuwa indica de hoje vai para quem consegue se teletransportar através da música O novo álbum da Lady Gaga, Chromatica, foi criado para nos mostrar como seria um mundo onde o amor é a maior força. Por aqui, quando damos o play e a primeira música é uma orquestra instrumental - a mesma que divide o álbum em três partes e dá um clima quase de "coloque o cinto" - é como se apertássemos junto o botão da esperança, entusiasmo e, porque não, do realizar. Porque, como um bom pop, esse álbum é sobre dançar. Mexer o corpo. Agir! As letras não são, por outro lado, levinhas. Mas essa união entre música pop e frases do tipo "a minha maior inimiga sou eu mesma" parecem que se encaixam com o momento de agora. Onde a gente precisa seguir, mesmo que doa. P.s: no Spotify tem uma versão chamada Welcome to Chromatica, com vídeos de 1 minuto da Lady Gaga dando o tom do que vem pela frente. Em cada música você encontra comentários falando sobre como ela estava se sentindo quando escreveu e convidadas como Ariana Grande, Blackpink e Elton John	nuwa indica - chromatica	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	Indicação de produções audiovisuais, livros e álbuns de terceiros	32	0		https://www.instagram.com/p/CBnuXUsgcEI/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
53	17/06/2020	Muitas vezes nos sentimos distantes das nossas metas e dos nossos objetivos. As vezes questões externas e a própria vida criam desvios e dificuldades. Então bate aquela pressa e aquela ansiedade, não é mesmo? Quem sabe trocamos essa pressa por alegria? Alegria pelo processo, pela espera e pelo caminho até chegar onde você quer. Alegria por estar se encontrando consigo mesma	E se a gente trocasse pressa por alegria?	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	244	2		https://www.instagram.com/p/CBjdP0sqvIQ/
52	17/06/2020	Esse sábado vamos criar uma experiência diferente no Conversas para Relaxar Uma aula de cerâmica na sua casa, com delivery de todos os materiais que você precisa e uma prof incrível @marinafcarvalho dando a aula e contando como a cerâmica nos ensina a ter uma nova perspectiva sobre tempo, fracasso e expectativas. Confira os detalhes no link da bio pra não perder! As inscrições são limitadas e vão até sexta	o que a cerâmica nos ensina?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	encontro/grupo pago	49	0		https://www.instagram.com/p/CBkicPUAc-y/
51	16/06/2020	Importante e difícil de encontrar	Paciência	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	101	0		https://www.instagram.com/p/CBgMjgTgKsH/
50	15/06/2020	A semana começou e viemos te lembrar: você não tem que ser perfeita pra ser uma mulher incrível e confiante ~ nossa print pelos olhos da @camiguidin_ via @fourroots_ ~ o e-book Perfeita Não e as prints estão disponíveis na nossa lojinha confere no link na bio!	Perfeita Não	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Divulgação de conteúdo original Nuwa pago	62	0		https://www.instagram.com/p/CBdarD1A_Tn/
49	13/06/2020	No início da quarentena fizemos um convite para empreendedoras de Porto Alegre que quisessem se aproximar mais e ampliar a sua rede de apoio. Passados mais de dois meses, somos mais de 90 mulheres trocando sobre dificuldades e conquistas, o que está funcionando ou não para cada uma e como podemos nos ajudar. Nesse post você encontra o Instagram de algumas delas Vale espionar e descobrir que vários lugares da nossa cidade são criados e mantidos por mulheres! Quer fazer parte? É só nos enviar uma mensagem que te mandamos o link do grupo no whats!	Sozinha Não	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	135	18		https://www.instagram.com/p/CBYWTpaAbj/
48	12/06/2020	Vamos colocar a mão na argila? O segundo Conversas para Relaxar vai ser sobre cerâmica e vai ter aula prática online pra gente fazer a nossa própria xícara! Mas fica tranquila se você nunca mexeu com argila, porque vamos aprender juntas no dia, com a maravilhosa Marina Carvalho, criadora da @almaobjetosceramicos e sócia da @gretaclubedeceramica. O bate papo + aula será no sábado, dia 20.06, às 15:00, pela plataforma do Meet. Quer saber de todos os detalhes e de como vai funcionar? É só clicar no link da bio. Te espero pra gente criar juntas	Conversas para relaxar - Edição Cerâmica	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	encontro/grupo pago	43	3	lebrooksfield Por que é tão caro?	https://www.instagram.com/p/CBWWWu-hA4BF/
47	12/06/2020	Um pouquinho mais a cada dia	felicidade é se amar	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	69	1		https://www.instagram.com/p/CBVcnP_g8nD/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
46	10/06/2020	A nossa indicação de hoje é uma leitura com linguagem acessível, escrita pela jornalista britânica Reni Eddo-Lodge. Mas pra quem é esse livro? A maravilhosa Gabi Oliveira respondeu essa pergunta no prefácio: . "Se você é uma pessoa branca que vive perguntando por ai qual é seu papel na luta contra o racismo, esse livro é para você. Se você é uma pessoa branca que jamais pensou sobre a sua brancura, esse livro também é para você. Agora, se você é uma pessoa negra que já não aguenta mais debates, esse livro também é para você, porque ele vai te trazer a sensação de que alguém finalmente falou o que você sempre quis gritar aos quatro ventos. Desejo uma desconfortável, mas agradável, leitura para todas e todos vocês."	nuwa indica - por que eu não converso mais com pessoas brancas sobre raça	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	Indicação de produções audiovisuais, livros e álbuns de terceiros	169	5	dani_votto Gurias, uma modesta sugestão: pra gente seguir no clima da @nuwa. insta pq nao fazemos um clube de leitura virtual para nos fortalecermos? Poderíamos escolher um livro/ensaio/artigo por mês e termo encontros virtuais pra trocar impressões....to só no brainstorming!!!!	https://www.instagram.com/p/CBQ3hHHq-4k/
45	09/06/2020	Com o o dia dos namorados chegando a gente voltou a se perguntar por aqui: como fica o amor próprio na quarentena? E logo em seguida fomos conversar com a Monique Machado e Luana Lumertz, para que elas nos iluminassem com as suas sabedorias A live de hoje vai ser guiada pela Moni, que vai conectar através do nosso insta com a Lu, às 19:30. Elas vão conversar sobre o que é o dia dos namorados para elas, onde fica o prazer feminino em uma crise e o que elas andaram descobrindo sobre si mesmas nos últimos meses. Vem que vai ser lindo!	live na nuwa - amor próprio na quarentena	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	61	1		https://www.instagram.com/p/CBN2RfZA5oa/
44	08/06/2020	Porque pensar sobre trabalho é olhar para a nossa relação com o tempo. Perceber como a gente preenche o nosso dia, com quem estamos escolhendo compartilhar as nossas horas e quais são as práticas que queremos mudar ou manter. Como anda a sua relação com tempo e trabalho?	Anda difícil falar de trabalho por aqui	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	173	9	renatalmrrn difícil me concentrar em trabalho com tudo o que anda acontecendo no meio externo. então tô tentando rever o meu trabalho como uma ferramenta pra conseguir mudar um pouco de forma positiva o que incomoda, ao mesmo tempo em que reafirmo o privilégio que é poder fazer isso.	https://www.instagram.com/p/CBLw73DgzYA/
43	06/06/2020	Fica a pergunta: de que forma podemos agir hoje para que afeto e empatia se tornem uma atitude, mais do que uma ideia?	Sentir para agir	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	283	0		https://www.instagram.com/p/CBGMYSng_d2/
42	04/06/2020	A primeira novidade da fase Nuwa 2.0 é que a nossa news mudou. Além do novo design lindão feito pelo @studiocactus, você vai encontrar novos conteúdos, referências e conversas de uma pra uma - com as mulheres do nosso time e convidadas especiais. Tudo isso sem encher a sua caixa de entrada, prometo! Quer assinar gratuitamente? É só clicar no link da bio	news da nuwa - conversas para ninguém ficar sozinha	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	99	0		https://www.instagram.com/p/CBBI0kPAsZT/
41	02/06/2020	#blackouttuesday . . *vale evitar postar essa tela com a # blacklivesmatter e a # vidasnegrasimportam porque está dificultado os posts de conteúdo e notícias sobre o assunto aparecerem no topo das pesquisas.	Imagem preta	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	130	1		https://www.instagram.com/p/CA77wPHAvZS/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
40	01/06/2020	"Se você fica neutra em situações de injustiça, você está escolhendo o lado do opressor" Desmond Tutu.	Foto de militantes do movimento negro	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Etnia e raça	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	156	0		https://www.instagram.com/p/CA6C9RJAJju/
39	28/05/2020	<p>Temos um novidade: a casa da Augusto Pestana vai fechar. ▼ Mas, calma aí: a Nuwa não vai morrer. Ela só vai mudar de endereço - no caso, vai ficar online por um tempo.</p> <p>Já são 2 meses de casa fechada e podemos dizer que nesse tempo pensamos bastante sobre tudo que a Nuwa significa. No que ela se tornou pra nós Gabis, para as assinantes que seguem nos apoiando e para todas as mulheres que de alguma forma se relacionaram com o projeto até agora.</p> <p>Quem nos acompanha desde o começo - lá em agosto de 2018 - deve lembrar que a gente sempre teve projetos no online, então vamos nos dedicar a desbravar esse universo de um jeito que faça sentido para a nossa comunidade.</p> <p>Pensando no que fica, os encontros online, grupos no whats e newsletters vão seguir como estão. O mais importante para nós agora é ter a nossa comunidade por perto, dando e recebendo o suporte de vocês.</p> <p>Compreendemos cada dia mais o quanto um espaço onde cada mulher pode abrir o seu caminho com as parcerias que acredita, o destaque que procura e o acolhimento que merece pode realizar sonhos.</p> <p>A gente segue acreditando que a união entre mulheres é uma das maiores potências que existe. Só vamos fazer um ajuste na rota para que os próximos passos possam ser menos sofridos.</p> <p>Seguimos cada vez mais próximas pelo online. E no seu tempo, estamos abertas para responder perguntas, receber e dar abraços virtuais.</p> <p>Obrigada por nos apoiar até aqui</p>	Despedida da casa	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	420	51	<p>nunesdolores Bah! Espero que o futuro traga o Nuwa físico de volta. Essa casa linda me moldou e me proporcionou reflexões importantes e precisas. Sou muito grata por cada iniciativa.</p> <p>tigerlove Tudo que aprendi nesse lugar não cabe em palavras! Me sinto feliz de ter feito parte desse projeto desde o nascimento e sei que esse recomeço vai abrir caminhos incríveis pra vocês gurias. Ideias são impossíveis de matar</p> <p>daniilndern Gurias, apesar de triste, me sinto honrada em ter estado presente na casa por quase um ano. Estar com vcs e na casa, conhecer as outras assinantes foi mto importante e significativo pra mim. Grata por tanto seguimos</p> <p>_tatianafernandez A Nuwa é maior do que um espaço físico! A gente foi muito feliz lá, mas o que a Nuwa construiu é maior do que a casa. Muito obrigada, gurias!</p> <p>lactassia LinDEUSAS foi um baita privilégio conhecer um espaço tão lindo, acolhedor, cheio de potências, mulheres fodas e empoderador sucesso nessa nova etapa! Ansiosa já para conhecer a próxima casinha nuwa com cheirinho de eucalipto que nos abraça</p>	https://www.instagram.com/p/CAvIqS8g3PE/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
38	27/05/2020	Se a gente abraça mais espaço em nós mesmas para fluir e menos para controlar, onde estaríamos?	Estar em movimento é a única certeza	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	85	3		https://www.instagram.com/p/CAsbAVvgoxL/
37	21/05/2020	A gente sabe que a rotina de trabalho - ou tentativa de trabalho - mudou bastante nos últimos meses. Se você pudesse definir em uma palavra a sua rotina hoje, qual seria?	Se você pudesse resumir em uma palavra sua rotina hoje, qual seria?	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	51	9		https://www.instagram.com/p/CAAdT2QEAFN/
36	19/05/2020	Que vinho é a bebida da quarentena a gente já sabe, mas como faz pra criar esse ritual de pausa nos dias turbulentos que estamos vivendo? No último sábado, no evento online Conversas para Relaxar - edição vinhos, batemos um papo com a Flavia Mu sobre essa bebida que só precisa de atenção aos detalhes para se tornar especial na nossa boca Quer ouvir a conversa toda? é só clicar no nuwacast na nossa bio ou procurar pelo Podcast da Nuwa no Spotify	Se reconectar com o cheiro das flores e das frutas, aguçar os sentidos sensoriais como um exercício para a vida.	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	168	4		https://www.instagram.com/p/CAYg4Uigq-a/
35	15/05/2020	O primeiro Conversas pra Relaxar é amanhã A ideia é criar um pequeno momento de descompressão no meio da rotina (por vezes bem difícil) das últimas semanas. Sempre com uma convidada da nossa comunidade local e com assuntos bem diferentes. No encontro de amanhã quem nos acompanha é a @flaviamu para falar sobre vinhos. Ela acredita que a nossa interpretação do vinho é tão importante quanto o que diz o rótulo da garrafa, por isso, vamos explorar essa bebida para além das regras. Fica o convite para vir fazer essa pausa com a gente - amanhã (dia 16) às 16h ♥	Vamos criar um novo ritual juntas?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	encontro/grupo com contribuição espontânea	95	2		https://www.instagram.com/p/CAOVXHAjiN/
34	14/05/2020	Para ser parte de uma rede é preciso ser rede também. Quando estamos nos sentindo desamparadas parece contra-intuitivo oferecer ajuda - mas apoiar outras mulheres e buscar trocar com elas é um dos caminhos mais bonitos para abrandar a solidão. Todas temos muito a oferecer e receber, não esquece	construir uma rede de suporte amorosa	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	123	4		https://www.instagram.com/p/CALAT7h6giBk/
33	13/05/2020	Adoramos trocar e-mails com vocês, porque parece que conseguimos ter conversas mais profundas por lá. Por isso, seguimos produzindo conteúdos exclusivos na nossa news, assinadas pelas Gabis. Se você ainda não assina a nossa newsletter gratuita, você pode fazer parte através do nosso site - nuwa.vc/newsletter - ou nos enviando o seu e-mail por aqui para te adicionarmos.	já assina a nossa news?	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	27	0		https://www.instagram.com/p/CAltq6bAR5Y/
32	12/05/2020	Aprendiz de quarentena A conversa que subi hoje no Spotify é o segundo podcast que nós, Gabis, fundadoras da @nuwa.insta gravamos juntas Decidimos conversar e trocar um pouco sobre nossas descobertas da quarentena. Escolhas, prioridades e prazeres redescobertos. O que é novo e o que desse novo queremos manter? Pelo menos essa era a pauta combinada. Como toda conversa entre amigas, quando se vê já se está falando de outra coisa Tem um trechinho aqui no IGTV e, para ouvir a conversa completa, é só procurar O Podcast da Nuwa lá no Spotify e dar play! edit: o número certo que a Gabi Teló trouxe da pesquisa é assim: os americanos fazem em média 35mil escolhas diárias, onde mais de 220 são com comida. se uma pessoa dorme 8 horas por dia, seriam 2mil escolhas por hora. Fonte: Canal GNT	Video (conversa gravada pelo Zoom)	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	531 visualizações	4		https://www.instagram.com/p/CAF0N0jgHm7/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
31	11/05/2020	<p>O "Conversas para Relaxar" é uma nova série de encontros online para valorizar a conversa local, com pessoas e projetos que admiramos da nossa comunidade. Serve também para relaxarmos um pouquinho e descobriremos momentos mais leves dentro da rotina (por vezes difícil) das últimas semanas.</p> <p>A primeira conversa será nesse sábado (dia 16) às 16h e é sobre vinhos com a querida Flávia Mu. A Flávia é uma das idealizadoras do Identidade RS, sócia do Capincho e do Sala Comida e Vinho. Ela vai falar sobre essa bebida que serve tão bem para criar pequenos rituais cotidianos de desconpressão. Não é por nada que acabou virando a "bebida da quarentena". Um papo sem formalidade e repleto de troca e afeto.</p> <p>Para participar confirme teu interesse pelo email oi@nuwa.vc. A contribuição é espontânea e nos ajuda a seguir adiante. Assim como é espontânea é opcional, então se não estiver podendo contribuir agora é só nos avisar e te esperamos lá também!</p> <p>Se quiser, reserva uma taça do vinho que tem em casa pra criarmos esse momento juntas. Até sábado!</p>	Conversas para relaxar - Edição Vinhos	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e desconpressão	encontro/grupo com contribuição espontânea	59	2		https://www.instagram.com/p/CADxpZVAPfO/
30	10/05/2020	<p>Domingo virou dia de indicar desenhos aqui na Nuwa. O de hoje é Tuca & Bertie, quem já viu? Um desenho lançado em 2019, sobre amadurecimento feminino com um olhar feminista. Criado por Lisa Hanawalt, com as vozes de Tiffany Haddish e Ali Wong. Pq ver? A premissa por si já é maravilhosa e bem diferente do que normalmente vemos nos desenhos: "a amizade entre duas mulheres-passarinho de 30 anos que vivem no mesmo prédio" Tuca é enérgica, audaciosa e despreocupada enquanto Bertie é uma passarinha ansiosa, discreta e sonhadora. Em um mundo de animais antropomórficos, de cenas hilárias mas também profundas, a série aborda temas importantes da perspectiva feminina, com um olhar leve que deixa o desenho fácil de assistir e maratonar</p>	Imagem do filme	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Indicação de produções audiovisuais, livros e álbuns de terceiros	23	0		https://www.instagram.com/p/CABGqjFAaXh/
29	07/05/2020	<p>#tbt que vem cheio de saudade de se encontrar! Ainda assim, não precisamos nos sentir solitárias porque estamos distantes. Chama uma amiga pra fazer aquela call ou nos manda uma mensagem. O projeto Sozinha Não segue com conversas de uma para uma pelo e-mail sozinhanao@nuwa.vc. E, para empreendedoras de Porto Alegre, criamos um grupo no whats pra nos aproximarmos localmente. Quer participar? Nos chama inbox que te adicionamos</p>	foto do coworking por dentro com mulheres trabalhando nas mesas	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	64	6		https://www.instagram.com/p/B_5gLGhA7Eh/
28	05/05/2020	<p>Há uns dias falamos de Futuros Abundantes por aqui, lembra? Agora você pode ouvir um pouco do que conversamos durante o evento no Spotify da Nuwa, lá no Nuwacast Falamos sobre Design de Futuros, premissas para futuros desejáveis e como a distopia faz parte da nossa vida. Para ouvir é só procurar por O podcast da Nuwa no seu Spotify e dar play!</p>	abraçar a complexidade / aprender a navegar na insegurança	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	95	5		https://www.instagram.com/p/B_zyJsTAYAY/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
27	03/05/2020	<p>Ei você que está ficando sem filmes na quarentena, temos uma dica pra hoje: O Castelo no Céu, dirigido por Hayao Miyazaki - mesmo diretor de Meu Amigo Totoro e As Viagens de Chihiro - e produzido pelo maravilhoso Studio Ghibli. Pra quem nunca ouviu falar em nenhuma dessas coisas, vou explicar rapidinho: esse studio é japonês e especialista em animações desde 1985. Miyazaki já ganhou Oscar pelos seus filmes, que sempre tem um viés político, ambiental e/ou social.</p> <p>No caso de Castelo no Céu (disponível no Netflix), você conhecerá a lenda de uma cidade que é uma ilha flutuante, chamada Laputa. Dizem que Laputa tem muito ouro guardado, o que faz com que homens poderosos da terra queiram de todo jeito descobrir como localizá-la. E é como encontram Sheeta, uma das poucas pessoas na terra que, eles imaginam, tem como se comunicar com Laputa.</p> <p>Lenda, animação e uma criança como possível salvadora? Parece que não tem como ser melhor, então adiciona que a trilha criada para o longa é tocada por uma orquestra Pronto, filme perfeito!</p> <p>Depois nos contam o que acharam? Um ótimo domingo para vocês</p>	Imagem do filme	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	meio ambiente e natureza	Indicação de produções audiovisuais, livros e álbuns de terceiros	43	3		https://www.instagram.com/p/B_uhs7egR5h/
26	01/05/2020	Com tantas reviravoltas, quem anda nos guiando e trazendo um pouco de ordem é a astrologia. O calendário energético da Nuwa, em parceria com a @astralcoach , vai de março de 2020 a março de 2021, ou seja: o ano acabou de começar por aqui. E o melhor, você pode receber ele impresso lindão ou digital, pra consultar sempre que precisar. Se quiser saber mais sobre como se preparar para as transformações que vem chegando é só dar uma olhadinha na nossa lojinha na bio	Calendário energético	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Divulgação de conteúdo original Nuwa pago	58	8		https://www.instagram.com/p/B_pdvXdAw8y/
25	30/04/2020	que outras palavras você anda usando pra não dizer "normal"?	Palavra que mudou de sentido: normal.	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	163	3		https://www.instagram.com/p/B_mnwungMeT/
24	29/04/2020	Nosso projeto Sozinha Não! segue, mesmo a distância. Se estiver precisando trocar um ideia ou se sentindo sozinha, nós seguimos falando pelo sozinhanao@nuwa.vc, manda um oi! ~ e para empreendedoras e autônomas de Porto Alegre, criamos um grupo no whats pra trocar informação e ajudar umas as outras nesse momento. Se quiser participar, nos chama inbox que te adicionamos p. s.: essa foto é de antes da quarentena	Lambe-lambe na rua com a identidade visual do projeto Sozinha Não	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	encontro/grupo gratuito	226	6		https://www.instagram.com/p/B_k9GsZgQLz/
23	28/04/2020	O Nuwacast que subimos hoje pro Spotify foi gravado no final do ano passado. Conversamos com a @gianebrocco e o papo foi muito alto astral com essa empreendedora que é engenheira de produção e especialista em biomimética. O podcast está cheio de informação sobre essa metodologia que busca na natureza a inspiração e as respostas para criar coisas novas e resolver problemas. Quem sabe essa conversa nos traz algumas ideias de como criar um futuro diferente pós epidemia? Aperta o play e depois nos conta que achou!	Foto da convidada + citação: "como que a gente torna o fato de pedir conselhos para a natureza algo normal no nosso dia a dia?"	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Meio ambiente e natureza	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	61	7		https://www.instagram.com/p/B_hu7RgA4Ws/
22	27/04/2020	Mudar a rotina de trabalho é bem complexo e em um cenário de angústia e incerteza é quase impossível. Por isso queremos compartilhar com você algumas práticas no dia a dia que estão nos ajudando nesse momento. E vocês, tem alguma dica para compartilhar com a gente?	Como trabalhar em meio a crise?	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Teletrabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	183	9		https://www.instagram.com/p/B_fc7DvA1v8/

n°	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
21	24/04/2020	A gente sabe que anda difícil pensar em futuro, mas como seria se você conseguisse deixar de lado um problema? O que sobraria? Vamos falar de futuro a partir do design, que entende que desafios e soluções fazem parte de um sistema não linear. Curiosa? Nos manda um oi para o e-mail oi@nuwa.vc que te contamos todos os detalhes	Vamos falar sobre um novo amanhã?	Comunidade e redes de mulheres	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	encontro/grupo com contribuição espontânea	70	1		https://www.instagram.com/p/B_XQbe-AoUP/
20	21/04/2020	Nuwacast para vocês curtirem nesse feriado: Conversamos com a Eve Melo sobre Karma , e segundo ela é que nem a Terceira Lei de Newton: tudo tem uma ação e reação. Ouvir uma filósofa formada em física só podia explodir nossa cabeça com teorias da vida real. Prontas? Aproveitem!	Foto da convidada + citação sobre karma	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Espiritualidade	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	61	1		https://www.instagram.com/p/B_PqohHA-D/
19	18/04/2020	A nossa casa está fechada há 29 dias, mas seguimos pensando em formas pra ficar pertinho de você. Sabemos da força que tem a nossa comunidade e por isso organizamos algumas opções para você seguir apoiando a Nuwa: . - lojinha online da nuwa: na bio você encontra o link da nossa loja com todos os nossos produtos digitais e de papelaria. Temos o e-book Perfeita Não, pôsters e o calendário energético do ano todo. Lembrando só que a entrega dos produtos físicos será feita na volta da quarentena; . - eventos online com palestrantes incríveis e contribuição espontânea pra participar: o primeiro deles no próximo sábado, dia 25, se chama Futuros Abundantes! Se você puder contribuir, se não, tudo bem: te queremos por perto! . - compartilhar o nosso perfil também ajuda. Assim alcançamos mais mulheres e vamos crescendo nossa rede, que é só amor!	Nuwa por dentro - como apoiar?	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Divulgação de conteúdo original Nuwa pago	92	7		https://www.instagram.com/p/B_IB-Ongmv3/
18	17/04/2020	Encontrar uma rotina de trabalho é bem complexo e em meio a um cenário de incerteza é mais ainda. Por isso, queremos compartilhar com você algumas práticas para o dia a dia que estão nos ajudando nesse momento :)	Como trabalhar em meio a crise?	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Telet trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	121	0		https://www.instagram.com/p/B_FsDudA9gQ/
17	16/04/2020	Pouco se fala sobre os custos de um negócio. Por isso, fizemos uma lista do que a gente paga todos os meses para você ter uma ideia de todo o trabalho envolvido no nosso projeto . ~ aluguel da nossa casa, iptu, luz, internet, e-mail, contadora, segurança, limpeza, aluguel equipamentos, sistema para newsletter, servidor, equipe - que hoje somos 6 - investimento em mídia e na estrutura da casa ~ Cada marca tem um microcosmos onde ela está inserida e uma comunidade que depende dela. Lembre sempre disso quando você for escolher apoiar um projeto local: que existe toda uma rede que precisa dela para existir	Nuwa por dentro - quais são os custos de um coworking?	Informações sobre a Nuwa	Trabalho e empreendedorismo	empreendedorismo e negócios	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	69	1		https://www.instagram.com/p/B_DSQ0Yq4wu/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
16	15/04/2020	<p>A maior dificuldade que temos na hora de pensar no futuro é se descolar do presente, ainda mais quando estamos em crise. Mesmo assim, esse exercício é super importante para que a gente enxergue novos caminhos possíveis.</p> <p>Pensando nisso, criamos a série de eventos online ~ Futuros Abundantes ~ onde vamos conversar com pessoas que estão trabalhando para um novo amanhã. Abrindo as conversas, teremos no dia 25.04, duas mulheres incríveis que trabalham com design de futuro: Francisca Limberger e Laura Dusi, idealizadora e participante do projeto @irisliberdade dofeminino.</p> <p>Os eventos online acontecerão por skype e o pagamento será por contribuição espontânea. Ou seja, se você tiver qualquer valor que possa investir será de grande ajuda. Quem não puder contribuir agora é só nos enviar um e-mail dizendo que quer participar. Para receber todas as informações e o link do encontro é só nos passar o seu e-mail por aqui ou enviar um oi para oi@nuwa.vc. Queremos criar nesse espaço um novo lugar para ouvir e questionar em grupo, que é como a mudança acontece</p>	futuros abundantes	Comunidade e redes de mulheres	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	encontro/grupo com contribuição espontânea	52	5		https://www.instagram.com/p/B_AsBiNAyrl/
15	14/04/2020	Toda terça é dia de podcast novo e a conversa de hoje foi um papo que a @gabrielatelo gravou no final de 2019. Convidamos a @marianafersan para trocarmos sobre como construir e manter redes que façam sentido tanto para os indivíduos quanto para o grupo. Você pode ouvir tudinho pelo spotify: é só procurar por "o podcast da nuwa"	Foto da convidada	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Rede de apoio, relacionamentos interpessoais e compartilhamentos	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	30	0		https://www.instagram.com/p/B-UPAcQ7ml/
14	09/04/2020	Quem sabe a gente pode descobrir um bem estar diferente, onde o 8 é o novo 10?	Tudo bem se você não estiver bem hoje	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	159	0		https://www.instagram.com/p/B-xacX6geHn/
13	07/04/2020	No Nuwacast de hoje a @gabstragiotto conversa com @laucpatron: Lau Patrón é escritora, mãe atípica e ativista e profissional da inclusão. Uma mulher com uma voz potente e uma fala necessária. A troca é sobre afeto, diversidade e inclusão Pronta? Confere lá no Spotify!	Foto da convidada + citação: "a real empatia é quando a gente cala a boca e começa a escutar"	Pautas sociais	Direitos civis, humanos, diferença e cidadania	Inclusão social	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	143	2		https://www.instagram.com/p/B-rlmVWg6Ng/
12	05/04/2020	Relacionamentos na quarentena com Daniele Lindern - Parte 1 A gente sabe que o ser humano é um ser social, mas como ele fica depois de uma quarentena? A @gabrielatelo conversou com a @danilindern, Dr. em Psicologia e especialista em comportamento humano, sobre como ficam as nossas relações quando estamos vivendo muito mais tempo com as nossas famílias ou sozinhas. Mais do que trazer respostas, a gente quis pensar em algumas saídas para você experimentar na hora de expressar o que está sentindo. À parte 1 e 2 já estão no nosso IGTV, pra você assistir no seu tempo	Vídeo (conversa gravada pelo Zoom)	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	595 visualizações	4		https://www.instagram.com/p/B-nHiAKgszo/
11	01/04/2020	Anda difícil pensar em trabalho... então lembra que estar bem é descobrir tanto o que te traz foco quanto o que te faz relaxar	Produtividade tem a ver com estar bem.	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	Mundo do trabalho	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	245	2		https://www.instagram.com/p/B-co6HXAm6W/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
10	31/03/2020	O Nuwacast que subimos hoje pro Spotify foi gravado no ano passado pela @gabistragliotto com a Monja Shoden, mas parece ter sido feito exatamente para esse momento. A Monja Shoden nos questiona, nos desafia e traz seu olhar sobre assuntos como autoconhecimento, sociedade e consciência ♥ dá o play e depois nos conta o que você leva dessa conversa!	Imagem da monja. "Sair do lugar de quem reage, no cotidiano, em tudo na vida, e começar a agir. E aí fazer escolhas genuínas"	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	79	0		https://www.instagram.com/p/B-Z48CmA8gz/
9	30/03/2020	Em casa e agora? Com Mari Zanno, Parte 1 Conversa com a maravilhosa @mariana.zanno ♥ Pra vc que pode ficar em casa nesse momento, vale não esquecer que essa possibilidade é além de um privilégio uma responsabilidade! Vamos conversar sobre reorganizar esse espaço: como estar em casa de forma um pouquinho + saudável e caminhos - possíveis - para organizar a rotina. Uma troca de ideias, sem regras, sem se pressionar nem ser muito autocrítica com seu tempo. Depois nos conta o que achou A Parte 2 está ali no nosso IGTV e a Mari dá dicas super legais nela, pra quem quiser seguir assistindo!	Vídeo (conversa gravada pelo Zoom)	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	1268 visualizações	6	marquesapaola Que papo bacana gurias, estou tendo a primeira experiência home office e estou gostando bastante, tenho tentado seguir a rotina como se eu estivesse no escritório mesmo, óbvio com uma roupa mais confortável, mas em relação aos horários, organização e tal. Mas me produzo um pouco sabe pra assumir aquele papel de agora estou no meu horário de trabalho, importante também respeitar os horários, hora de ir pra casa é hora de ir pra casa, deixar o home office e fazer as tuas rotinas de casa.	https://www.instagram.com/p/B-W9LKsAFrM/
8	28/03/2020	O mês está acabando e a gente quer saber... como vai ser abril? Nosso guia extra nos últimos dias tem sido o Calendário Energético, feito em parceria com a @astralcoach_ Nós enviamos o do mês de abril por e-mail, gratuitamente. Se você quer receber também e não estiver na nossa lista, coloca seu e-mail aqui nos comentários que te enviamos! Pra quem quer saber ainda mais, criamos uma edição bem linda dele para o ano inteiro - de março 2020 a março 2021 - na versão impressa e digital. É só clicar na nossa lojinha aqui da bio	foto do calendário	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Planejamento, rotina, metas e objetivos pessoais	Divulgação de conteúdo original Nuwa pago	74	10		https://www.instagram.com/p/B-SHNEpgEbG/
7	27/03/2020	Pode não parecer, mas hoje é sexta e a gente tá com saudades! Vamos fazer um happy hour online? A ideia é se encontrar, tomar um drink em casa e ouvir um pouco como cada uma está se sentindo. Vai ser aberto a todas as mulheres, então não precisa ser assinante da Nuwa pra participar, viu?! Enviamos o link da sala para quem assina a nossa newsletter e se você quiser participar é só nos mandar uma mensagem por aqui. Te espero com a sua bebida preferida às 18:00	Nuwa em casa	Comunidade e redes de mulheres	Desenvolvimento, saúde e vida social	Pausas e descompressão	encontro/grupo gratuito	57	1		https://www.instagram.com/p/B-PWD55gEFz/
6	26/03/2020	E não esquece de respirar	Um dia de cada vez	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	120	1		https://www.instagram.com/p/B-NIC8xApbx/

nº	DATA	LEGENDA DO POST	TEXTO E/OU DESCRIÇÃO DA IMAGEM DO POST	EIXO TEMÁTICO	CATEGORIA (AC)	SUBCATEGORIA (AC)	FORMATO	CURTIDAS/VISUALIZAÇÕES	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS RELEVANTES	LINK
5	24/03/2020	Nuwacast para vocês curtirem e relaxarem: no final do ano passado, conversamos com Iracema Nascimento, que também pode ser chamada da Katê Karô, uma xamã de origem Kaingang. Falamos mais sobre amor do que espiritualidade, porque os ensinamentos indígenas sabem que o conhecimento está na natureza. Então, deixa um pouco a razão de lado e vem ouvir com o coração essa conversa que está emocionante.	Foto da xamã com citação dela: "Nós, seres humanos, não somos robôs. Tu tem alguém te guiando"	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Espiritualidade	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	67	1		https://www.instagram.com/p/B-Hvx0fgECL/
4	20/03/2020	A partir de hoje estaremos em quarentena. Como comentamos no início da semana, esse momento é de cuidado consigo mesma e com todas as outras pessoas. Se cuidem, lavem as mãos e pensem nas pequenas ações que podemos fazer para quem está perto. Vamos seguir produzindo conteúdo por aqui, na newsletter e você pode nos mandar uma mensagem para o e-mail do projeto Sozinha Não sozinhanao@nuwa.vc se quiser ficar sozinha com a gente	Parte interna do coworking	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	38	0		https://www.instagram.com/p/B99xPcDAic9/
3	19/03/2020	Em tempos de incerteza o autocuidado precisa fazer parte da nossa rotina. Pensar no todo também é pensar na gente	Se veja do mesmo jeito que a sua melhor amiga te vê - mulher segurando um espelho no rosto	Bem-estar e desenvolvimento pessoal	Desenvolvimento, saúde e vida social	Competências/habilidades emocionais e hábitos mentalmente saudáveis	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	178	6		https://www.instagram.com/p/B96ueyiAqYD/
2	18/03/2020	Passando pra lembrar que seguimos com conteúdo novo toda terça no Spotify A última conversa que liberamos foi com a Renata Cerqueira, do Facebook, falando sobre mídia digital e dando dicas de como criar conteúdos que gerem mais engajamento. Pra ouvir tudinho é só clicar no link do nuwacast na bio.	Nuwacast - o podcast da nuwa	Trabalho e carreira profissional	Trabalho e empreendedorismo	empreendedorismo e negócios	Divulgação de conteúdo original Nuwa disponível em outra plataforma gratuita	23	0		https://www.instagram.com/p/B94evP8Aueg/
1	17/03/2020	Conversamos bastante por aqui sobre o que fazer nos próximos dias e decidimos manter o coworking aberto até o final dessa semana, com regras reforçadas de higiene. Os eventos agendados em março foram suspensos temporariamente e nós esperamos contar com a cuidado de todas: . ~ lave as mãos ao chegar na nuwa e evite passá-las nos olhos, boca e nariz durante o dia; ~ se for receber alguma cliente, não se abracem. Evitem ao máximo tocar uma na outra e passem para elas as nossas recomendações; ~ temos álcool gel disponível em diversas salas. Use sem moderação; ~ nossa casa é bem grande, então vamos ficar no mínimo 1m de distância uma da outra; ~ aproveitando que o calor diminuiu, vamos manter as janelas abertas o máximo possível; ~ se você puder ficar em casa nos próximos dias, vamos sentir saudades, mas vai ser melhor pra todo mundo; ~ caso você tenha algum sintoma de gripe, não saia de casa. Ligue para o 156 e pergunte quais são os próximos passos. A partir de sexta-feira, até o final de março, o coworking vai estar com a atividade suspensa: é nossa decisão para manter a saúde das mulheres que fazem parte do nosso time e comunidade Nos próximos dias, apoie negócios locais e pequenos, especialmente os que são feitos por mulheres. Esse é um bom momento pra gente lembrar que não tá sozinha nesse mundo	foto da parte interna do coworking	Informações sobre a Nuwa	Pandemia	dificuldades e mudanças impostas pela pandemia	Conteúdo para o Instagram, sem links com/para materiais externos	156	3		https://www.instagram.com/p/B92ChhUAjvc/