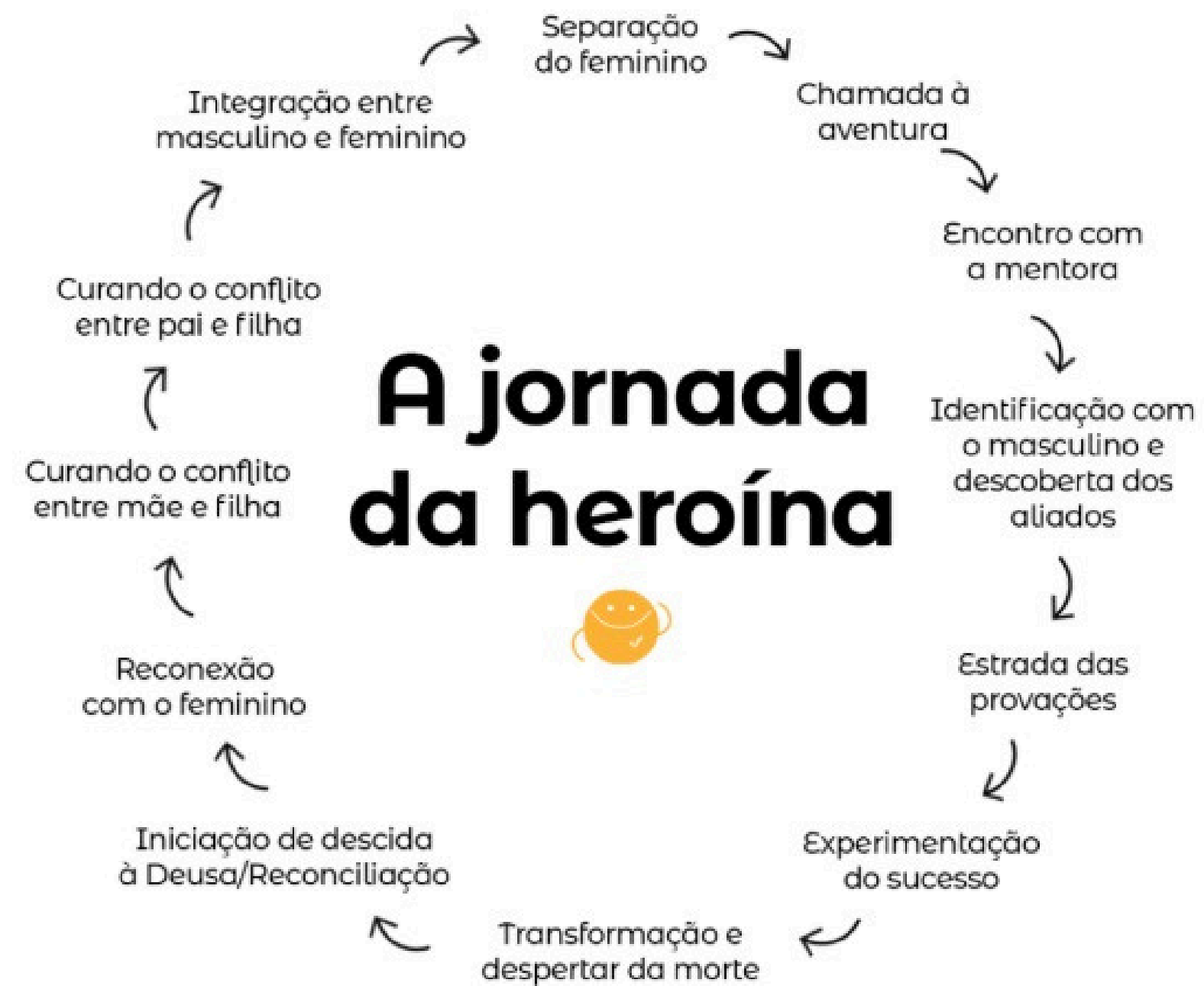


Protag♥nistas

Maisak Dóris



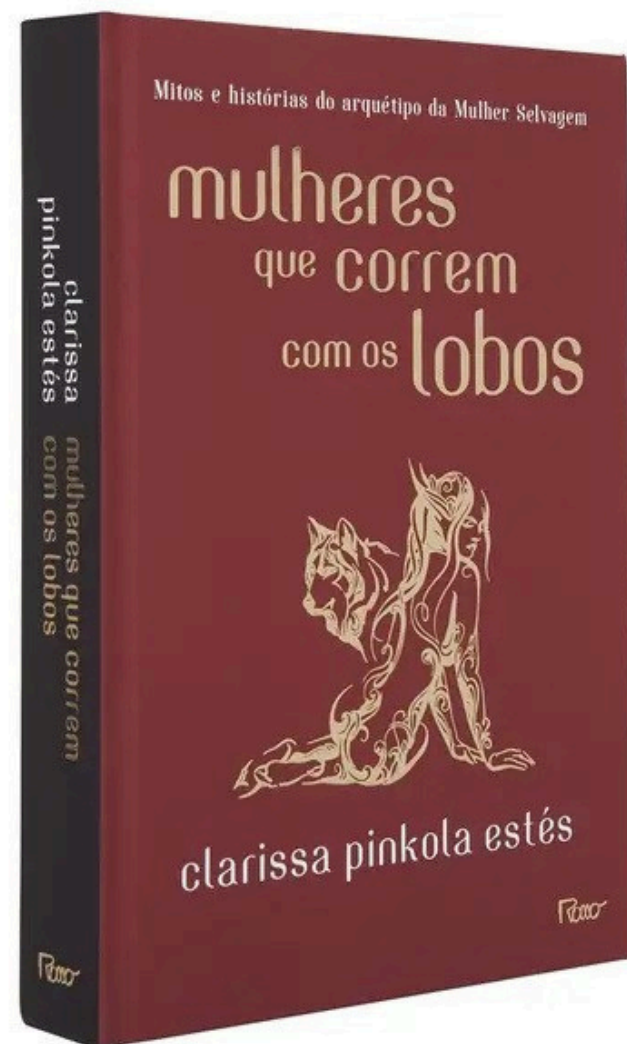


**“A jornada da heroína é a busca por reconciliação
com o feminino perdido.”**
Maureen Murdock

Muitas de nós fomos ensinadas a competir, vencer, superar.
Mas o verdadeiro protagonismo começa quando integramos
nossas partes rejeitadas e honramos o que sentimos.

Essa não é só uma jornada de ação, mas de reintegração:
voltar a habitar sua própria história com potência e verdade.

Qual parte sua foi silenciada?
O que você precisa resgatar para que a sua narrativa fique completa?



Clarissa Pinkola Estés (Indiana, 27 de janeiro de 1945) é uma psicóloga Junguiana, poeta e escritora norte-americana especializada em traumas pós-guerra.

Ficou mundialmente conhecida por seu livro de 1992, Mulheres que correm com os lobos: mitos e histórias do arquétipo da mulher selvagem, onde aborda o arquétipo feminino, seus mistérios e potência com base em mitos, histórias ancestrais e contos.



O QUE NOS UNE

**Grandes storytellers não são apenas bons comunicadores.
Eles têm um dom: fazem as pessoas sentirem.**

1. Histórias mudam química do cérebro: ativa dopamina, oxitocina e empatia.
2. Histórias criam conexão emocional imediata.
3. Toda grande história inspira a ação: você muda comportamentos porque sentiu.

Quando você conta a sua história com verdade e estrutura, você muda o estado interno de quem escuta. Isso é liderança.

*story
telling
me*♥

QUEM É O PROTAGONISTA? MARKETING CLÁSSICO X STORYTELLING ME

NO MARKETING TRADICIONAL:

A PERSONA (CLIENTE) É O PROTAGONISTA.

A MARCA É O MENTOR QUE GUIA O HERÓI.

NO STORYTELLING ME:

VOCÊ É A PROTAGONISTA DA SUA PRÓPRIA HISTÓRIA.

SUA COMUNICAÇÃO REFLETE SUA JORNADA REAL, SUAS DECISÕES

CONSCIENTES, SUA NARRATIVA INTERNA.

CONCLUSÃO: VOCÊ NÃO É APENAS UMA MARCA.

VOCÊ É UMA MULHER EM MOVIMENTO QUE SINCRONIZA COM SUA PERSONA

*story
telling
me* 

MAISA DORIS 

QUEM É O PROTAGONISTA?

MARKETING CLÁSSICO X STORYTELLING ME



STORYTELLING APLICADO AO AUTOCONHECIMENTO E POSICIONAMENTO (INTERNO → EXTERNO):

- AQUI, A MINHA CLIENTE É A PROTAGONISTA DA PRÓPRIA NARRATIVA.
- ELA NÃO ESTÁ VENDENDO UM PRODUTO APENAS, MAS VIVENDO (E MOSTRANDO) UMA TRANSFORMAÇÃO QUE ALINHA:
 - COMUNICAÇÃO INTERNA
 - IDENTIDADE
 - PRESENÇA
- BRANDING PESSOAL OU PROFISSIONAL

☞ ESSE É O CASO DO **STORYTELLING ME** E DA MENTORIA PROTAGONISTAS. "CHEGA DE VIVER NO MARKETING DE SOBREVIVÊNCIA. VAMOS VIVER NO MARKETING DA VERDADE."

JORNADA



confusão



clareza

“A maioria das pessoas vive no passado e chama isso de futuro.” — Joe Dispenza

Não há protagonismo se você está presa à narrativa emocional de um passado mal resolvido.
Seu sistema nervoso precisa de um novo enredo para criar um novo futuro.



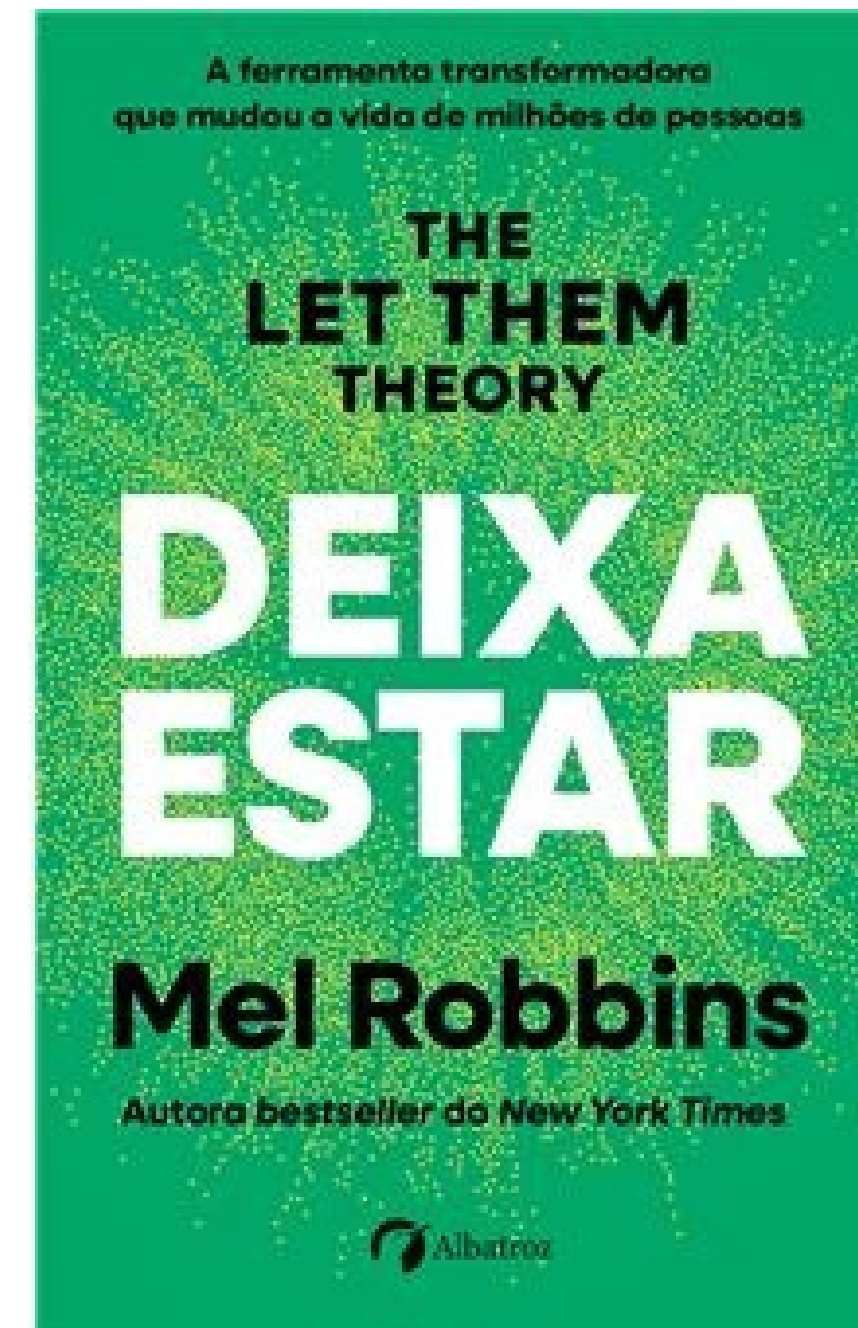
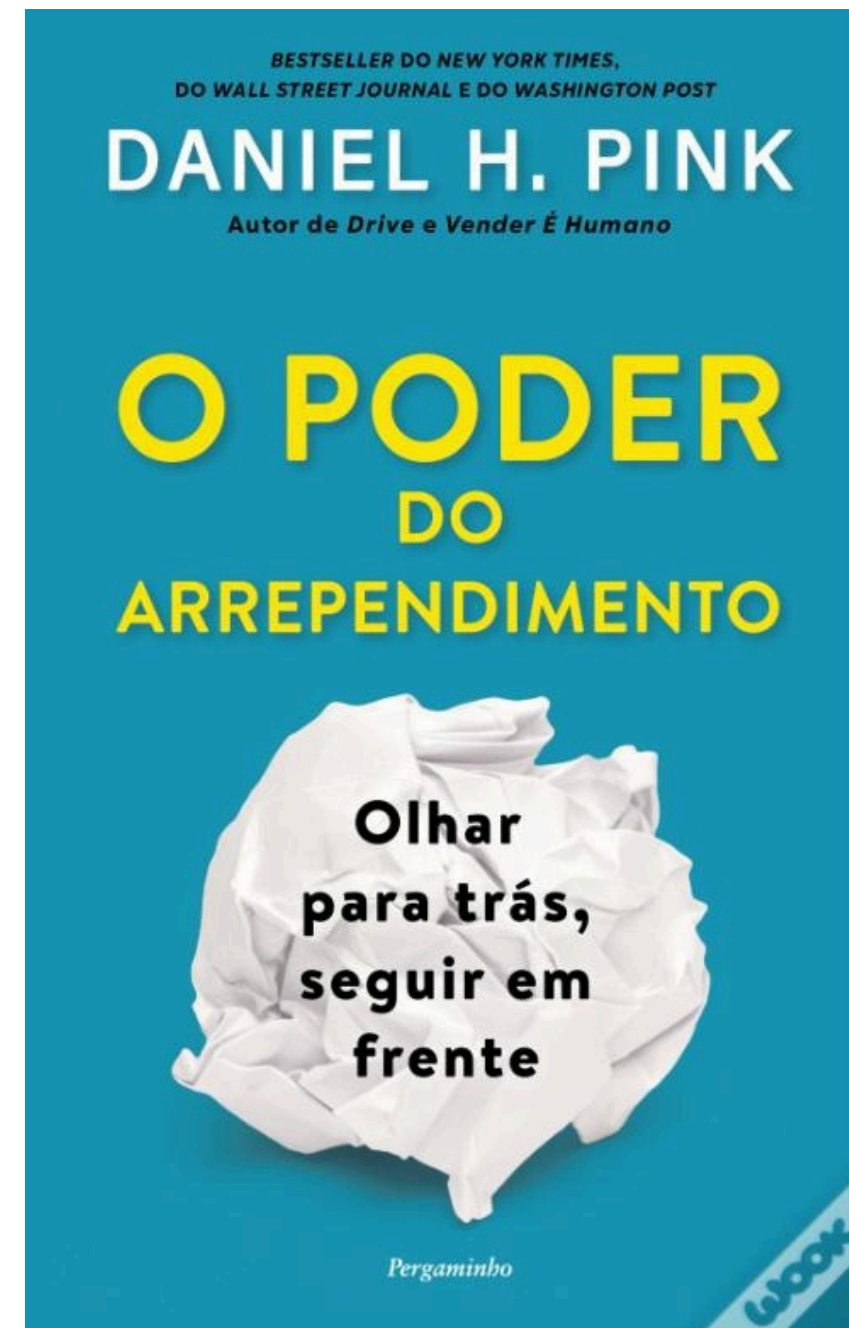


**Você não está aqui para esquecer quem foi.
Está aqui para escolher o que vai carregar
daqui pra frente.**

Escreva três frases:

1. O que escolho levar comigo?
2. O que deixo para trás com amor?
3. O que passo a criar a partir de hoje?

MAISA DORIS 



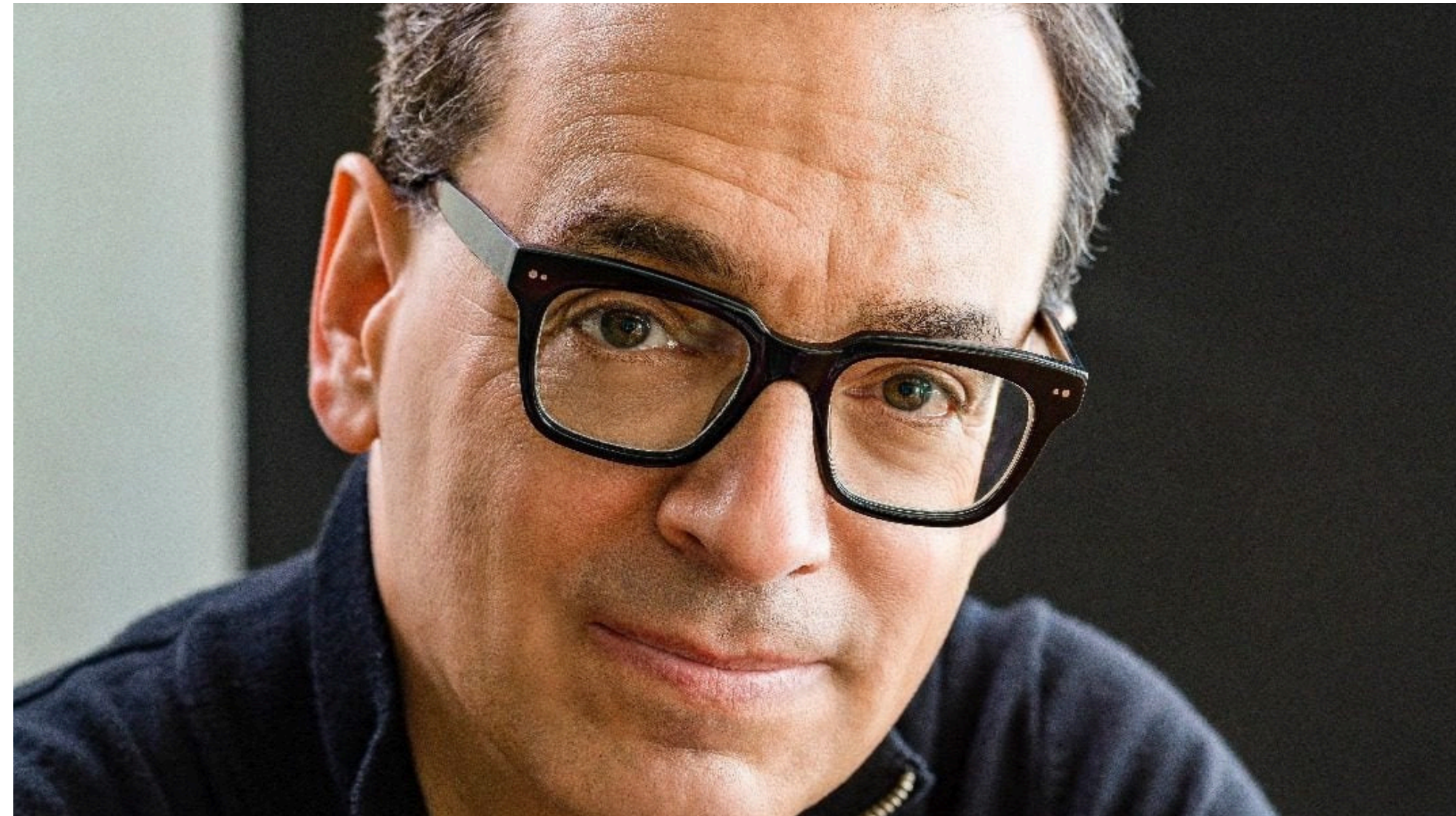
MAISA DORIS 

Daniel Pink

**If only... ("Se ao menos...") =
arrependimento ativo → revela o que você
mais valoriza.**

**At least... ("Pelo menos...") =
arrependimento passivo → consola, mas
pode camuflar estagnação.**

**Qual arrependimento ainda mora em você?
Ele é um freio ou uma pista?**



NARRATIVAS SILENCIOSAS

NARRATIVAS PERIGOSAS



Storytelling Interno =
voz que guia suas escolhas



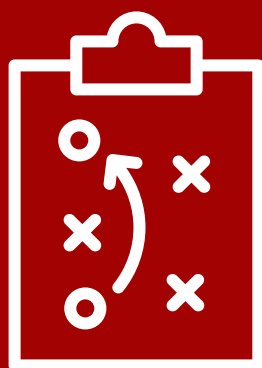
Storytelling Externo =
como o mundo te percebe.

É PRÁTICA, NÃO É DOM...



TODA HISTÓRIA TEM UM PADRÃO

- Conflito: algo que precisa ser resolvido
- Desejo: o que a protagonista realmente quer
- Decisão: o ponto de virada



PRATIQUE

Pegue um momento marcante da sua vida e responda:

1. Qual era o conflito?
2. O que você queria?
3. O que você decidiu?

Essa é a estrutura da sua narrativa de autoridade.



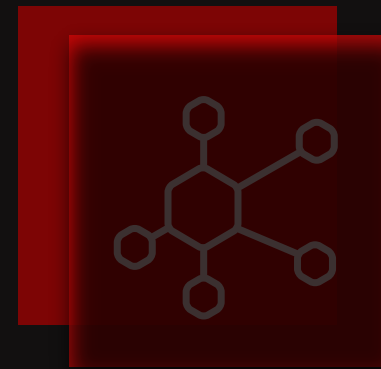
PRÓXIMO ENCONTRO



PLANEJAMENTO



INSIGHTS



CRM



TIME



CERTIFICAÇÕES



DADOS



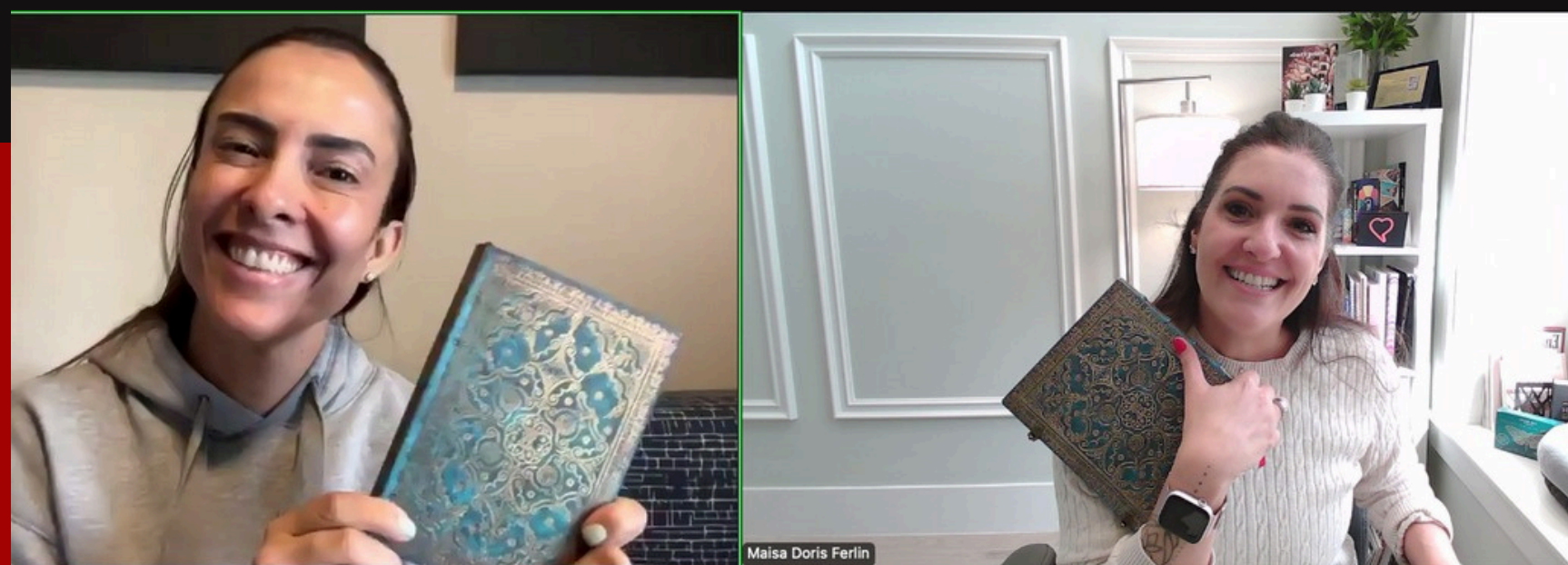
VENDAS



REVISÃO

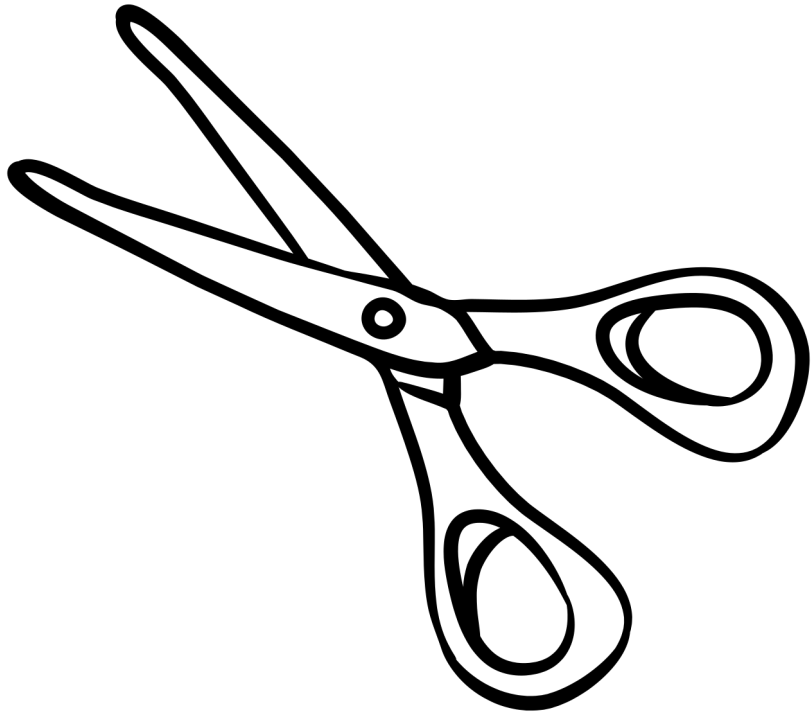
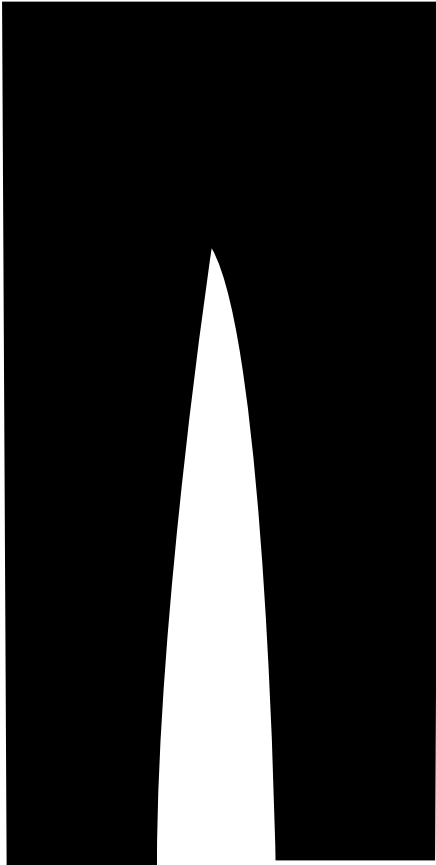
ESTEJA PRONTA

“O PREPARO ENCONTRA A OPORTUNIDADE”.





STORY
TIME







SPANX[®]
BY SARA BLAKELY[®]

Sara Treleaven Blakely^[1] (born February 27, 1971) is an American businesswoman and philanthropist. She founded [Spanx](#), an intimate [apparel](#) company with pants and leggings, in [Atlanta, Georgia](#).^[2] In 2012, Blakely was named in [Time](#) magazine's "[Time 100](#)" annual list of the 100 most influential people in the world.^[3] In 2014, she was listed as the 93rd most powerful woman in the world by [Forbes](#).^[4]

Os 5 tipos de Storyteller:
Qual seu estilo predominante?



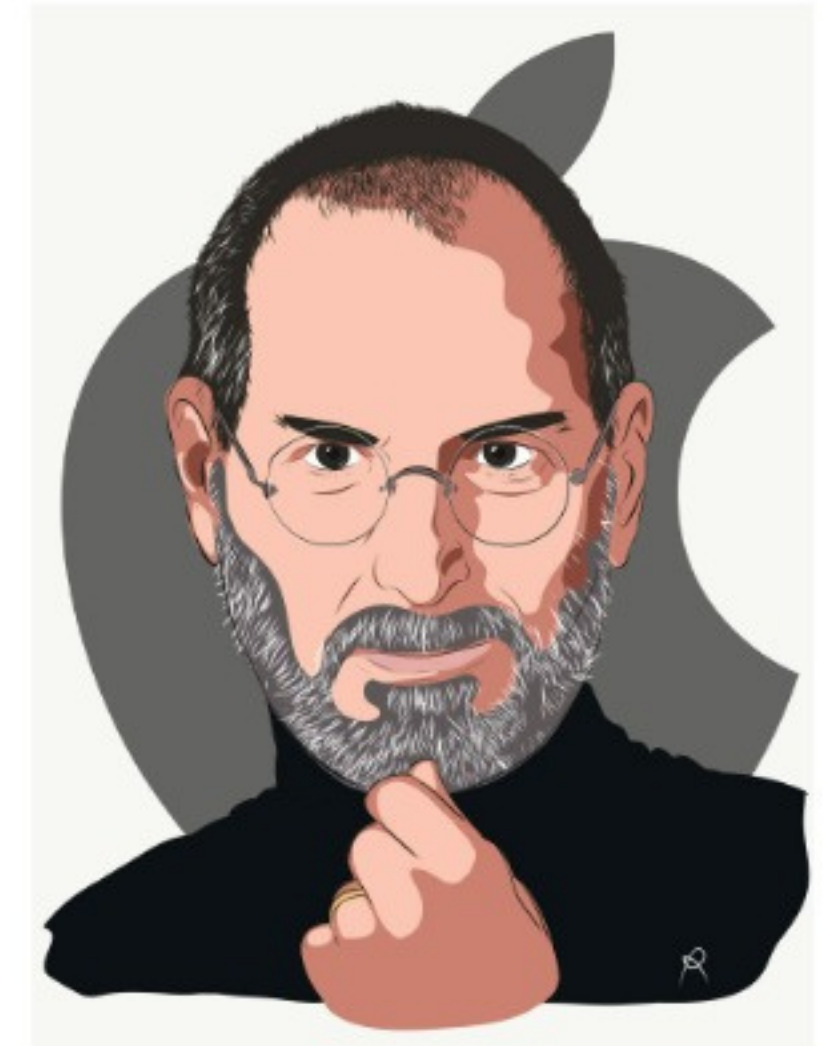
1. The Storyteller Who Ignites Our Inner Fire

Descrição:

Esse é o storyteller inspirador. Ele mexe com nossas emoções mais profundas e nos faz acreditar em algo maior. Sua força está na paixão e na autenticidade.

Exemplo de marca:

Apple (Steve Jobs) – Jobs não vendia computadores, ele vendia a ideia de mudar o mundo através da criatividade. Seu storytelling fazia as pessoas se sentirem parte de algo icônico.





2. The Storyteller Who Educates

Descrição:

Esse tipo ensina algo novo de forma simples, clara e envolvente. Ele transforma informação em aprendizado inesquecível. Sabe traduzir o complexo em algo compreensível.

Exemplo de marca:

TED Talks – A própria plataforma TED virou sinônimo de aprendizado acessível e impactante. Marcas como Duolingo também se destacam nesse tipo de storytelling educativo com humor e clareza.





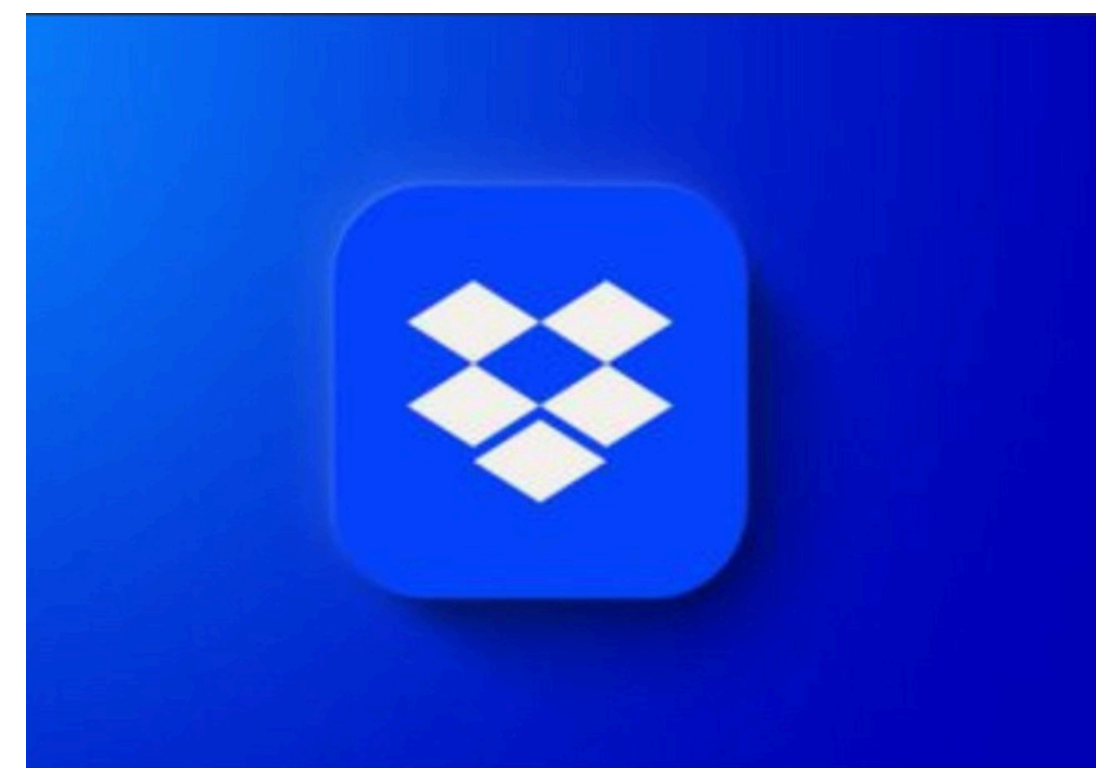
3. THE STORYTELLERWHO SIMPLIFIES

DESCRIÇÃO:

ELE PEGA IDEIAS CONFUSAS E DEIXA TUDO MAIS CLARO E ACESSÍVEL. SUA NARRATIVA É PRÁTICA, DIRETA E FÁCIL DE LEMBRAR. ÓTIMO PARA MARCAS COM SOLUÇÕES COMPLEXAS.

EXEMPLO DE MARCA:

DROPBOX – NO INÍCIO, FEZ SUCESSO COM UM SIMPLES VÍDEO EXPLICANDO VISUALMENTE COMO A FERRAMENTA FUNCIONAVA. ISSO IMPULSIONOU MILHÕES DE USUÁRIOS.





4. THE STORYTELLERWHO MOTIVATES

DESCRIÇÃO:

VAI ALÉM DA INSPIRAÇÃO: ESSE STORYTELLER MOVE AS PESSOAS À AÇÃO. ELE CRIA NARRATIVAS QUE FAZEM VOCÊ SAIR DA CADEIRA COM VONTADE DE REALIZAR.

EXEMPLO DE MARCA:

NIKE – “JUST DO IT” É MAIS DO QUE SLOGAN: É UMA CONVOCAÇÃO. AS CAMPANHAS SEMPRE TRAZEM HISTÓRIAS DE SUPERAÇÃO, DISCIPLINA E CORAGEM.





5. THE STORYTELLERWHO LAUNCHES MOVEMENTS

DESCRIÇÃO:

ESSES STORYTELLERS NÃO VENDEM UM PRODUTO — ELES CRIAM COMUNIDADES E CAUSAS. SEU IMPACTO É COLETIVO E DURADOURO. SÃO VISIONÁRIOS COM PROPÓSITO.

EXEMPLO DE MARCA:

DOVE FOI ALÉM DOS CREMES E SABONETES E CRIOU UM MOVIMENTO GLOBAL PELA AUTOESTIMA FEMININA. COM CAMPANHAS COMO REAL BEAUTY SKETCHES E #SHOWUS, ELAS DESAFIARAM PADRÕES IRREAIS DE BELEZA E DERAM VOZ À DIVERSIDADE DE CORPOS E HISTÓRIAS.



24/06 ✓

22/07

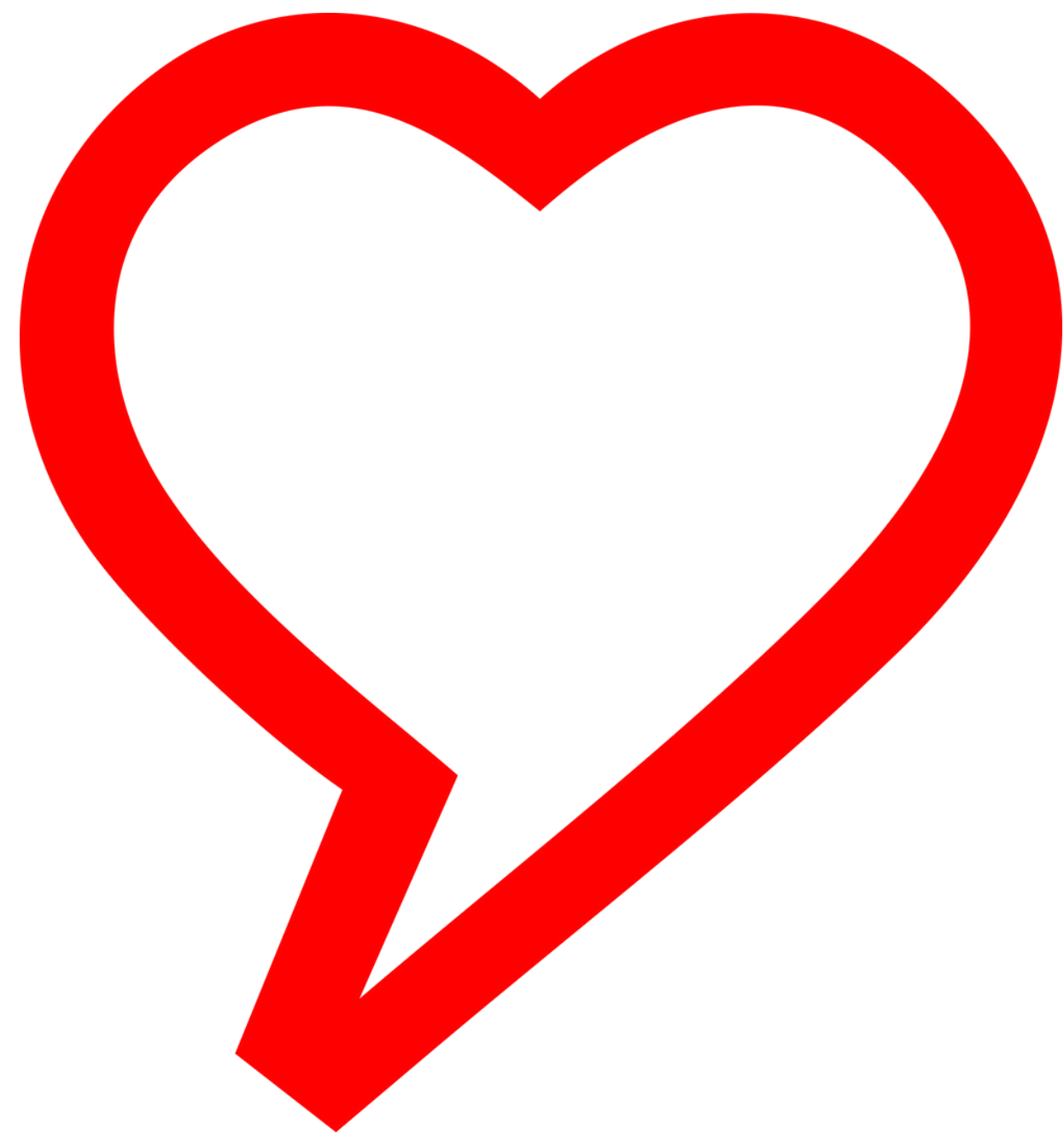


Protag♥nistas

Maisa e Doris



12/08



Protag♥nistas

Maisa Dóris





Protagonista
Maisak Dóris



Como Funciona:

Toda Segunda e Última Terça-Feira do Mês
às 20h30

Encontro 1: Comunicação & Storytelling

Encontro 2: Marketing, Business & Netwroking

+Audio da Semana: Consciente X Subconsicente

Acompanhamento do Grupo e respostas
individuais

Tudo pelo Canal Comunidade WhatsApp + Zoom



Christina



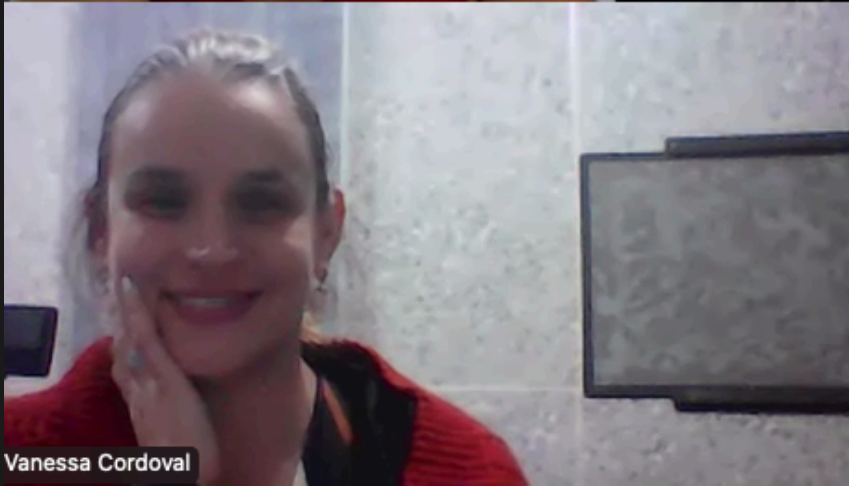
Maisa Doris Ferlin



Paula Teixeira Civalani



Consultings Company



Vanessa Cordoval



Ana Alice



Cinthia



LISIANE

Maisa's Grain Notetaker



Maisa's Grain Notetaker

Aline Schick

Protagonistas
Maisa Doris



**You have two choices:
You can make a living, or you can design a life.**



“

“You cannot change your destination overnight, but you can change your direction overnight.”

- Jim Rohn



“...sempre haverá a necessidade de algum esforço de vendas, mas **o objetivo do marketing é tornar a venda superflua**. A meta é conhecer e compreender tão bem o cliente que o produto ou serviço se adapta a ele e se vende por si só. O ideal é que o marketing deixe o cliente pronto para comprar. A partir daí, basta tornar o produto ou serviço disponível.”

(Peter Drucker)



É o estudo que aplica os princípios da neurociência ao marketing, visando compreender como o cérebro responde a diferentes estímulos e como essas respostas influenciam o comportamento do consumidor, com o propósito de gerar demanda.

“O dia em que entendermos que o ser humano é pura emoção, e que, portanto, somos todas pura emoção, teremos decifrado todos os códigos do sucesso em tudo o que fizemos”.

Maisa Dóris



Protagonistas
Maisa Dóris





Protagonistas
Maisak Doris

Leilane Sena é fonoaudióloga e expert em Oratória Digital e Comunicação

Ela é especialista em Voz e mestre em Educação, dedicada a aprimorar a performance vocal e comunicativa de profissionais, no digital e no offline.

Ao longo de sua carreira, ela já treinou centenas de clientes ao redor do mundo, atuou como diretora vocal em produtos cinematográficos, foi professora da Universidade Federal de Sergipe e também palestrou em eventos e empresas privadas. E em 2024, ganhou o prêmio “Empreendedora de Impacto” na categoria People’s Choice, da Embravan.

Idealizadora do CONEXÃO DIGITAL Vancouver, ajuda empresários e empreendedores a quebrarem seus estigmas e barreiras com as redes sociais para venderem mais.

Erradicada em Vancouver, Canada, Leilane é Embaixadora Master do Clube MNLP e ajuda mulheres em vários países a protagonizarem sua história por meio da voz!

Protag**nistas**

Maisak Doris

Protag♥nistas

Maisak Dóris



09/09/2025

*Parabéns
Clube Mulheres de Negócios
em Língua Portuguesa!*

Protag[♥]nistas

Maisa & Dóris

WELCOME



Olga Pasqualotto



Claudia Azevedo



Pollyana Palhares



Renata Mazieiro



Fátima Monteiro



Ana Claudia



Amanda Almeida

Protag♥nistas

Maisa Dóris



Como Funciona:

Toda Segunda e Última **Terça-Feira**
do Mês às 20h30

Encontro 1: Comunicação & Storytelling

Encontro 2: Marketing, Business & Networking

+Audio da Semana: Consciente X Subconsciente

Acompanhamento do Grupo e respostas
individuais

Canal Comunidade WhatsApp + Zoom

“O dia em que entendermos que o ser humano é pura emoção, e que, portanto, somos todas pura emoção, teremos decifrado todos os códigos do sucesso em tudo o que fizemos”.

Maisa Dóris



Protagonistas
Maisa Dóris









Protagonistas
Maisak Doris



DESENVOLVE +
Psicomotricidade para todos

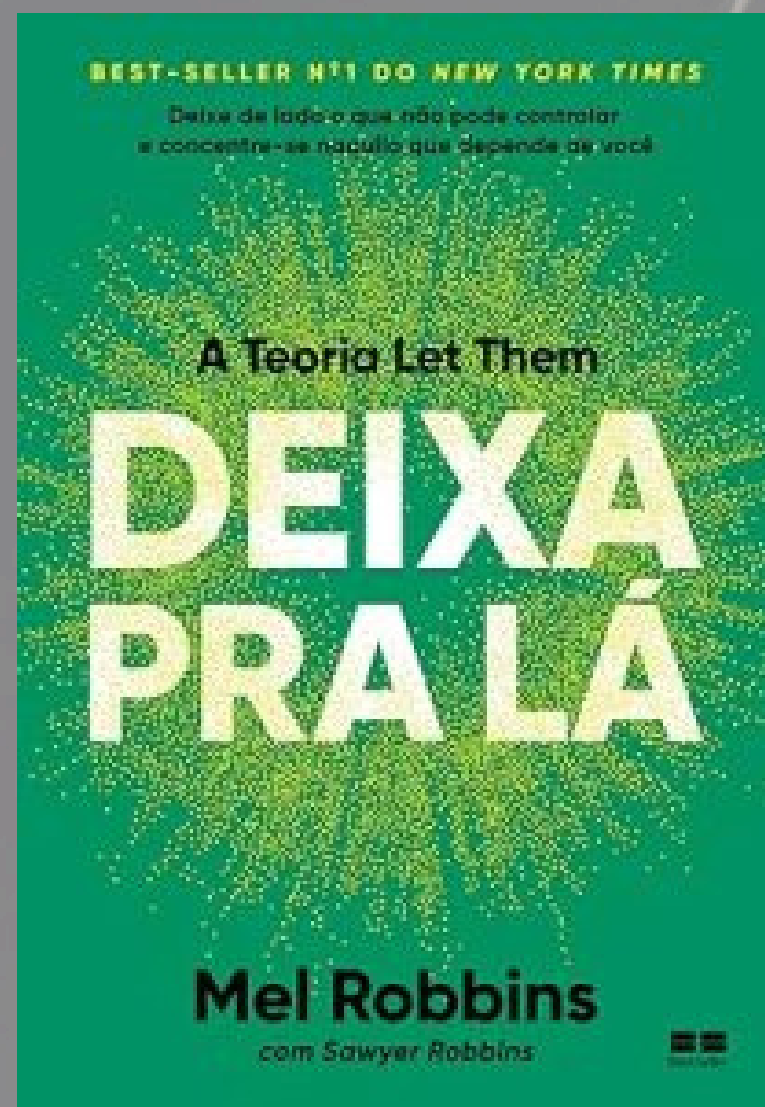


Protagonistas
Maisak Doris



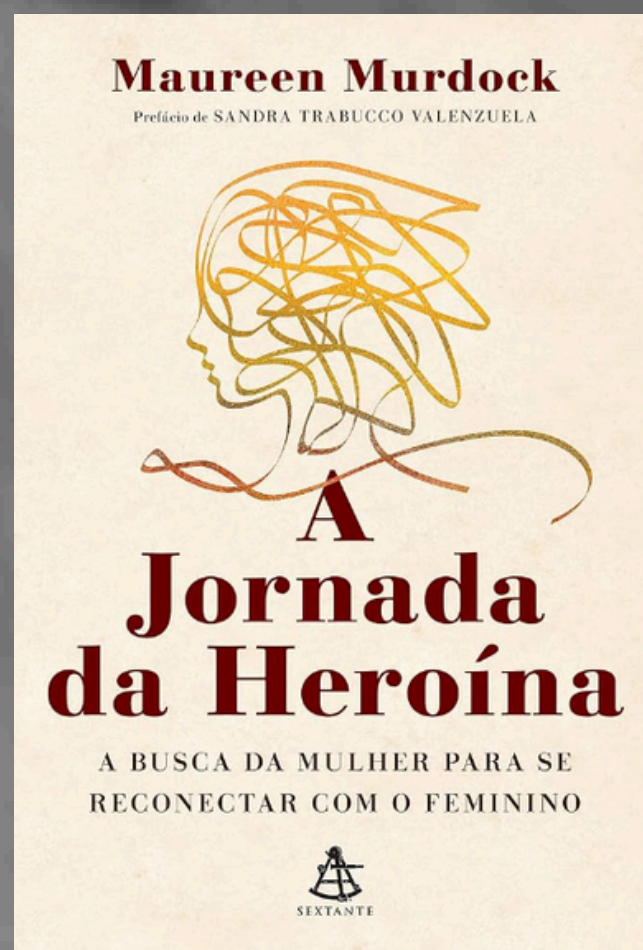
Protagonistas
Maisak Doris





Protagonistas
Mais do Dóris





Protag**nistas**
Maisak Dóris



[Watch video on YouTube](#)

Error 153

Video player configuration error



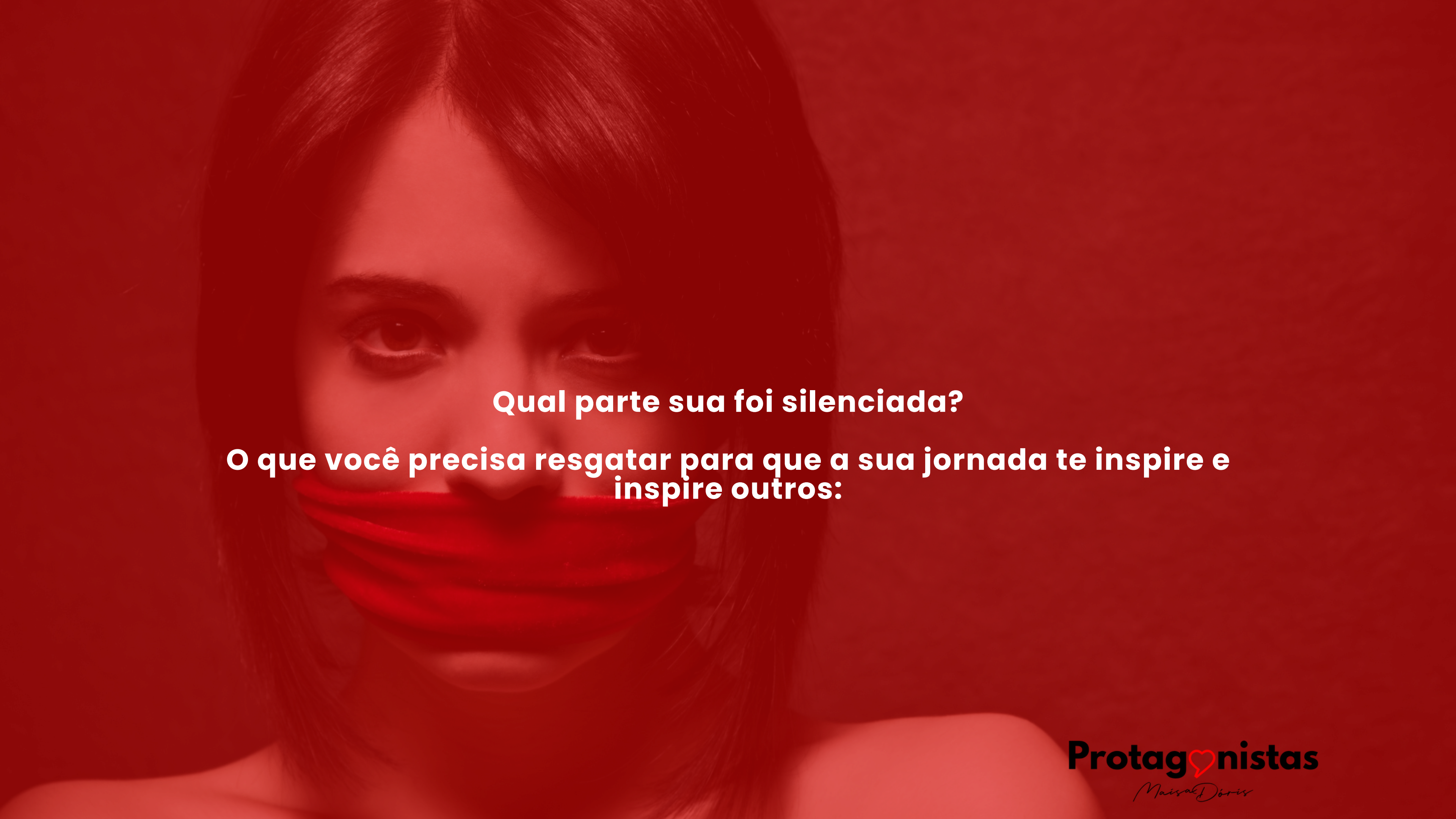
**“A jornada da heroína é a busca por reconciliação
com o feminino perdido.”**

Maureen Murdock

Muitas de nós fomos ensinadas a competir, vencer, superar.

**Mas o verdadeiro protagonismo começa quando integramos
nossas partes rejeitadas e honramos o que sentimos.**

**Essa não é só uma jornada de ação, mas de reintegração:
voltar a habitar sua própria história com potência e verdade.**



Qual parte sua foi silenciada?

O que você precisa resgatar para que a sua jornada te inspire e inspire outros:

**o poder por trás
de uma história**

Transforma

Inspira

Ensina

O CÓDIGO DA PROTAGONISTA



Protagonistas
Maisak Doris

BIOLÓGICO

EMOCIONAL

NARRATIVO

BIOLÓGICO



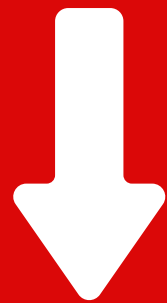
EMOCIONAL



NARRATIVO



BIOLÓGICO



**NEUROTRANSMISORES/
Cérebro**

EMOCIONAL



**Vulnerabilidade/
Vínculos**

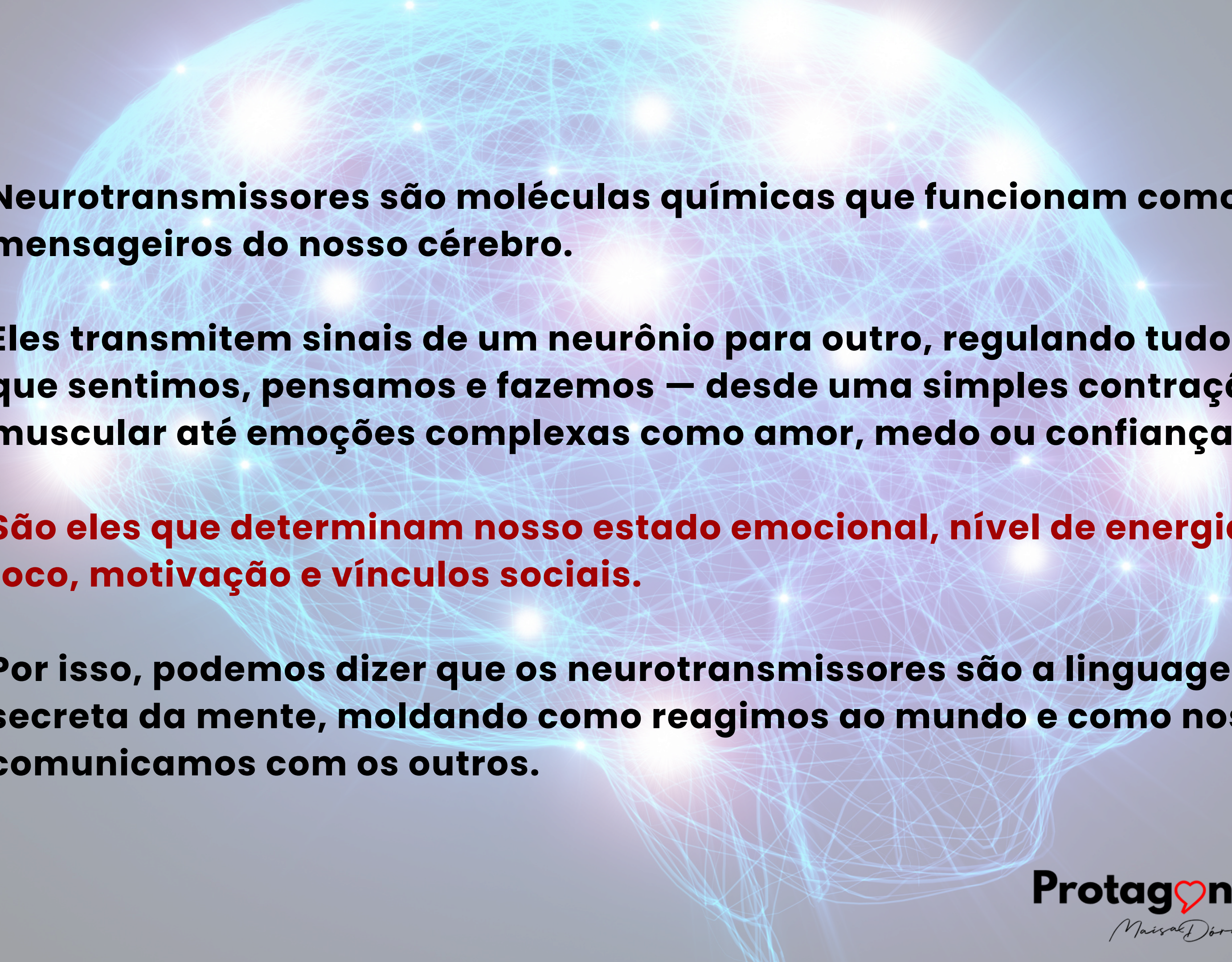
NARRATIVO



**Storytelling/
Comunicação de Impacto**

O CÓDIGO DA PROTAGONISTA

**Como rompemos amarras e comunicamos
com autenticidade e impacto**



Neurotransmissores são moléculas químicas que funcionam como mensageiros do nosso cérebro.

Eles transmitem sinais de um neurônio para outro, regulando tudo o que sentimos, pensamos e fazemos — desde uma simples contração muscular até emoções complexas como amor, medo ou confiança.

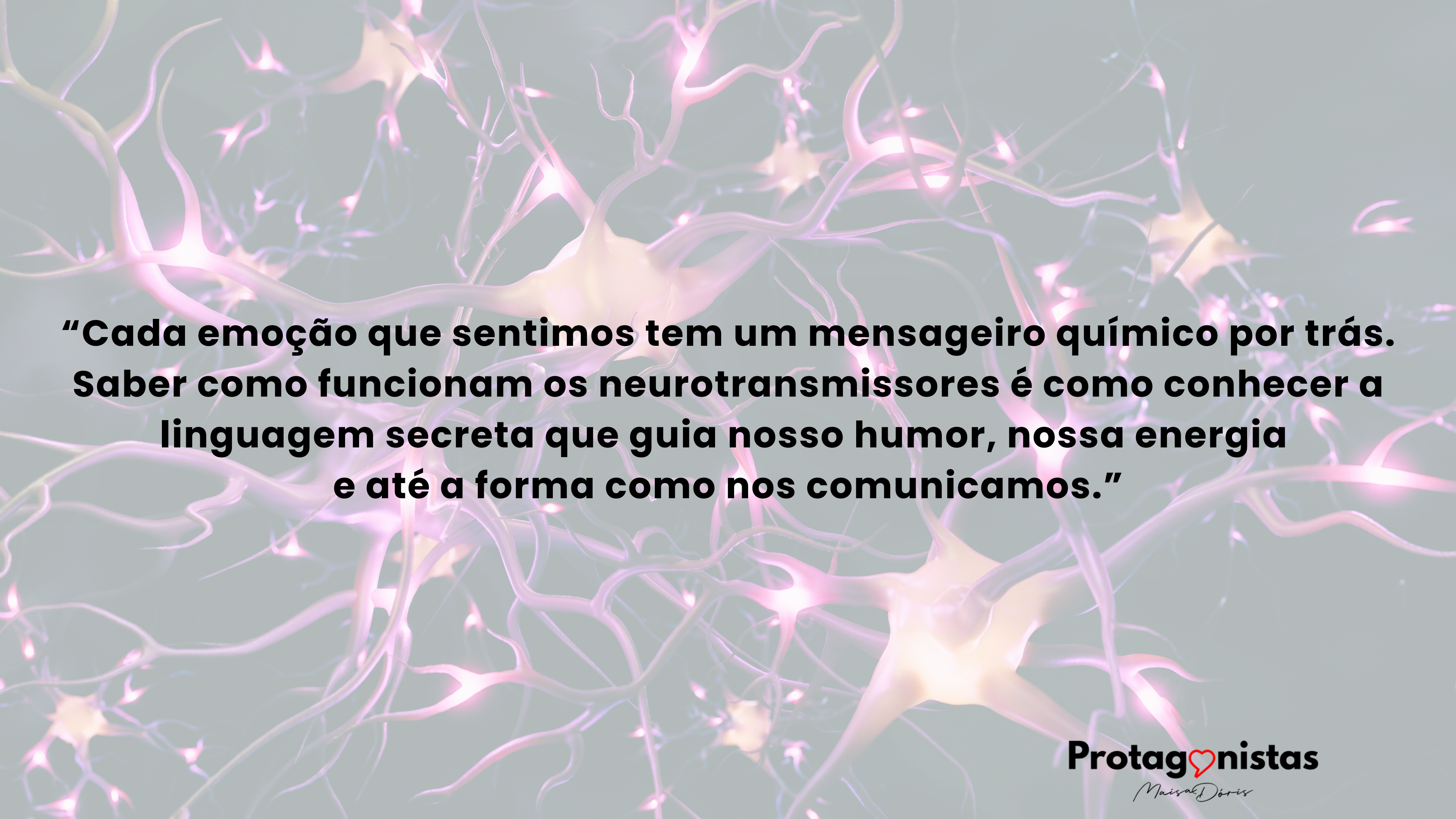
São eles que determinam nosso estado emocional, nível de energia, foco, motivação e vínculos sociais.

Por isso, podemos dizer que os neurotransmissores são a linguagem secreta da mente, moldando como reagimos ao mundo e como nos comunicamos com os outros.

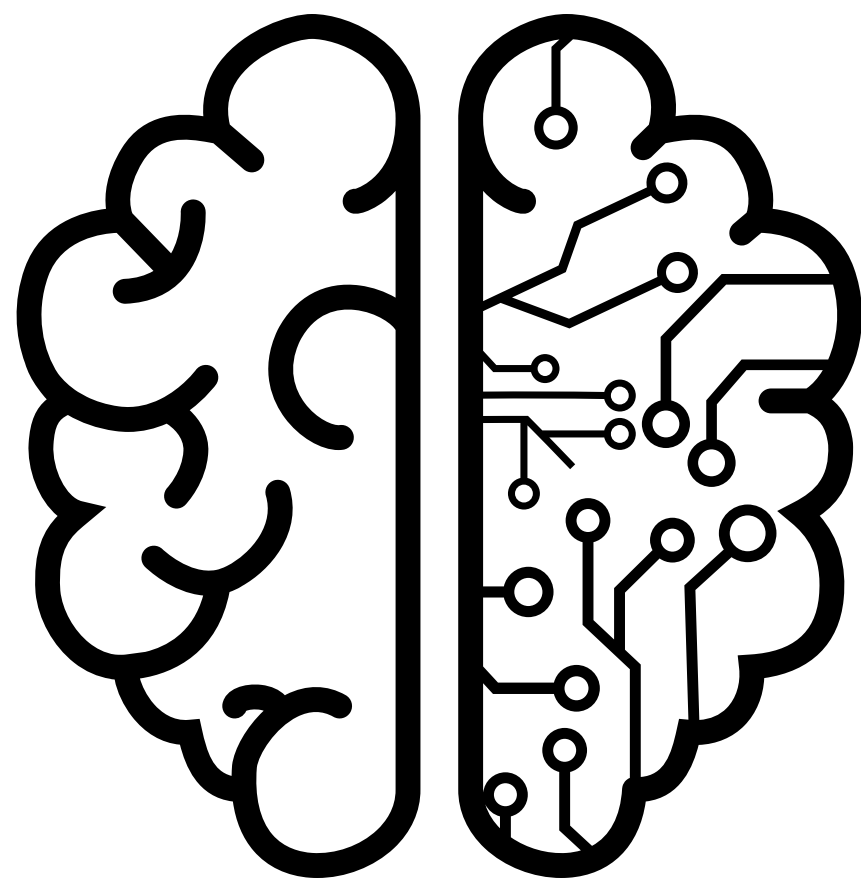


Neurotransmissores & a Jornada da Heroína

Neurotransmissor	Função no Cérebro/Corpo	Impacto na Comunicação	Etapa da Jornada da Heroína
Cortisol (estresse)	Ativa amígdala, reação de luta ou fuga	Comunicação defensiva, reativa, dura	Separação do feminino — tentativa de sobreviver em ambiente hostil
Dopamina (recompensa)	Motivação, busca de metas, prazer da conquista	Comunicação focada em resultados externos, performance, aprovação	Identificação com o masculino → depois vazio do “despertar da falta”
Oxitocina (confiança)	Vínculo, empatia, sensação de segurança	Comunicação acolhedora, de conexão, cria confiança	Descida ao feminino — resgate de vínculos e da intuição
Serotonina (bem-estar)	Equilíbrio, autoestima, regulação emocional	Comunicação serena, segura, autêntica	Reconciliação — integração entre força e sensibilidade
Integração (hemisférios esquerdo + direito)	União de lógica + emoção	Comunicação de impacto: clara, autêntica, inspiradora	Heroína reconciliada: força + intuição, estratégia + emoção



“Cada emoção que sentimos tem um mensageiro químico por trás. Saber como funcionam os neurotransmissores é como conhecer a linguagem secreta que guia nosso humor, nossa energia e até a forma como nos comunicamos.”



A inteligência artificial pode até simular respostas, mas ela não tem código emocional humano.

Ela não sabe o que é sentir uma dor, transformar essa dor em aprendizado e depois comunicar isso com alma.

Nós sabemos.



Jornada da Heroína
Comunicação de Impacto Feminina na
Era da Inteligência Artificial

**A nossa comunicação, como mulheres, é
profundamente marcada pela jornada que
Maureen Murdock descreve.**

**Uma jornada que não é sobre conquistar fora,
mas sobre reconciliar dentro."**

**“Há muito estímulo para falarmos como heróis,
mas o nosso maior impacto vem quando falamos como heroínas.**



**Comunicação masculina:
provar, disputar, vencer.**

Herói x Heroína
Joseph Campbell (Herói): aventura,
dragões, conquistas externas.

Maureen Murdock (Heroína):
reconciliação interna, cura do
feminino ferido.

 **Referências:**
Campbell, O Herói de Mil Faces;
Murdock, A Jornada da Heroína.



**Comunicação feminina:
acolher, inspirar, transformar.**

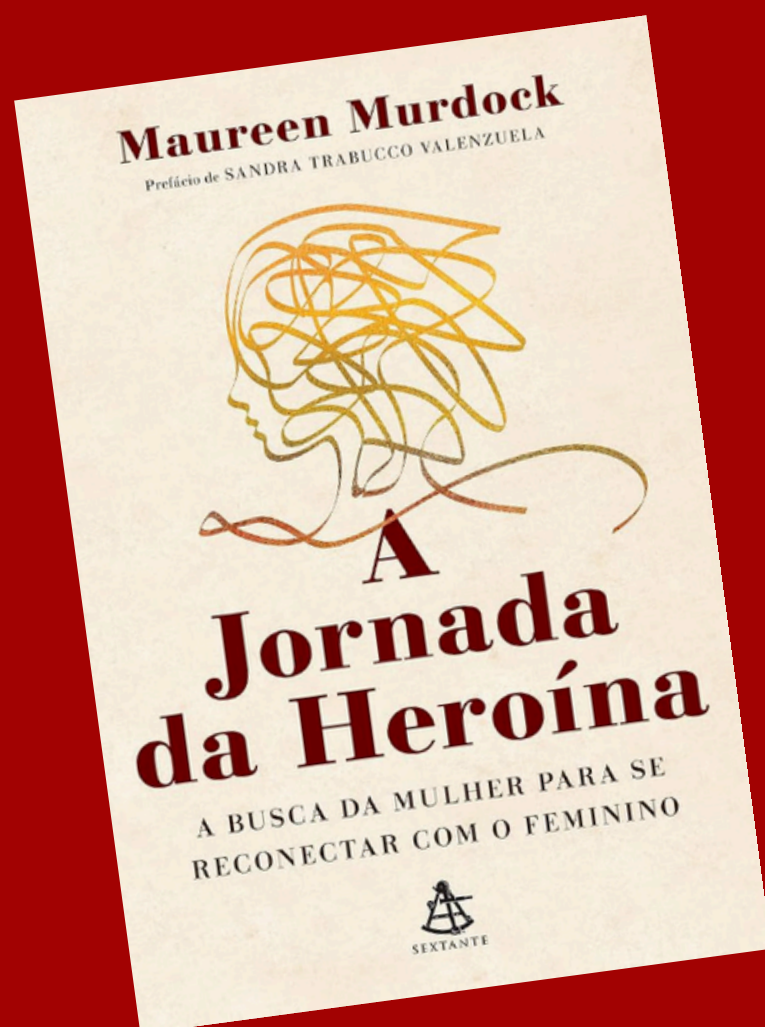
Impacto para a sua comunicação

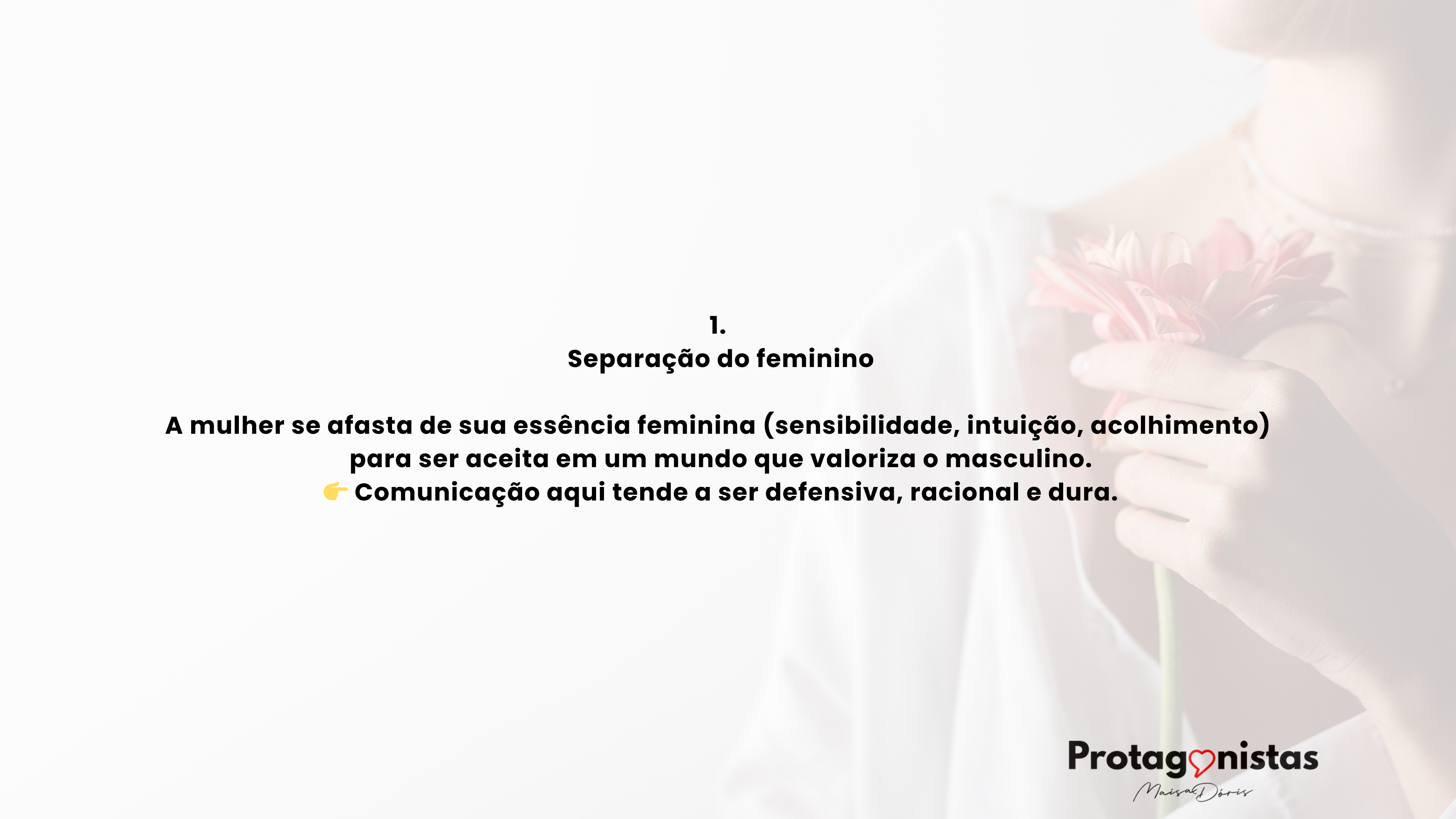
O modelo masculino valoriza força e imposição.
O feminino gera impacto pela vulnerabilidade e autenticidade.

António Damásio: emoção guia a decisão.

Brené Brown: vulnerabilidade cria conexão e confiança.

Mo Gawdat: ensinar empatia e compaixão às máquinas e a nós mesmas.



A soft-focus background image of a woman's hands holding a pink flower. The woman is wearing a white garment and a thin necklace. The lighting is warm and gentle.

1. Separação do feminino

A mulher se afasta de sua essência feminina (sensibilidade, intuição, acolhimento) para ser aceita em um mundo que valoriza o masculino.

☞ Comunicação aqui tende a ser defensiva, racional e dura.



2.

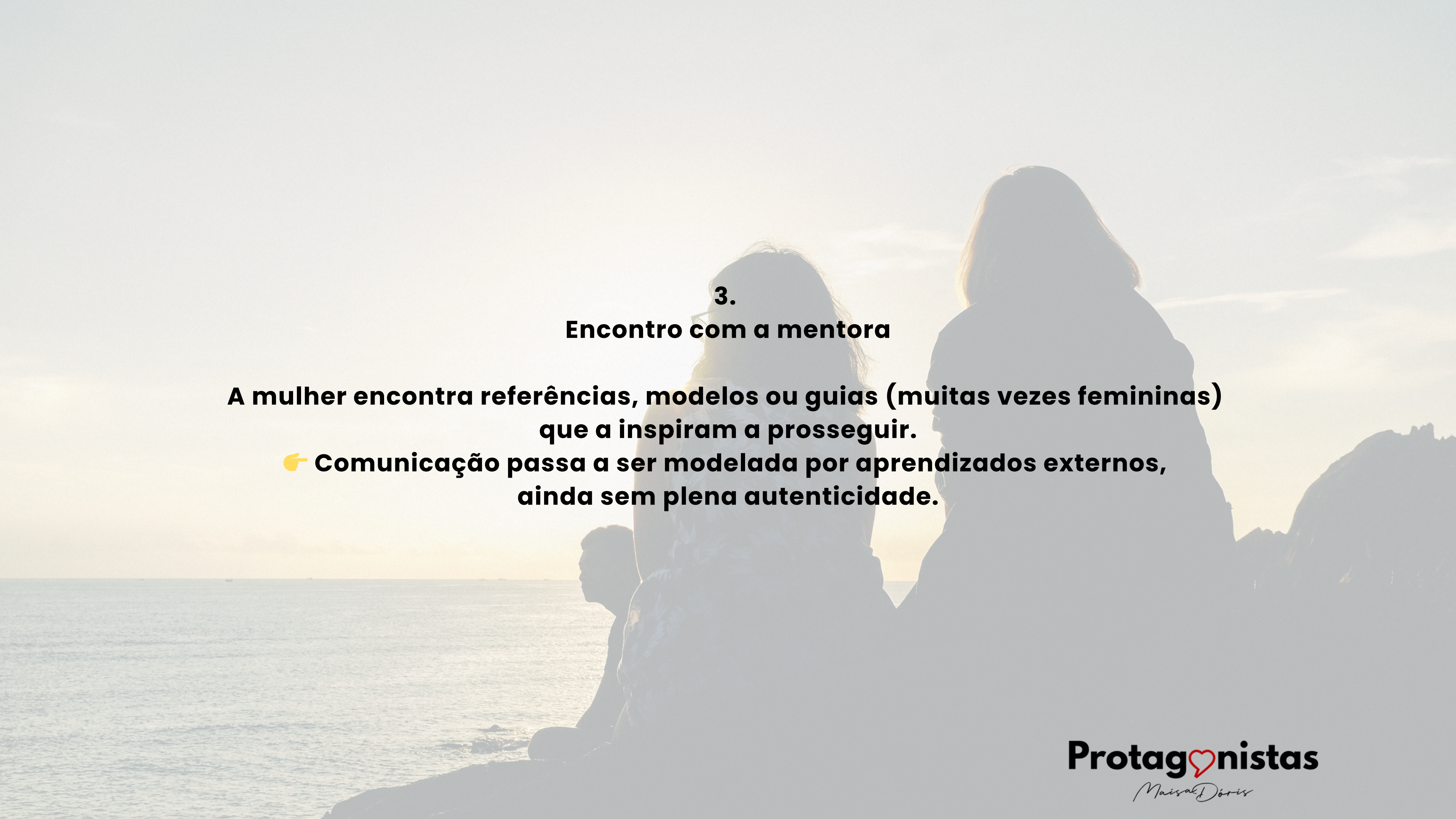
Chamada à aventura

Surge o desejo de conquistar algo além, provar valor, romper limites.

✦ **É quando buscamos mostrar competência e independência — mas muitas vezes tentando imitar padrões masculinos.**



Protagonistas
Maisa Dóris

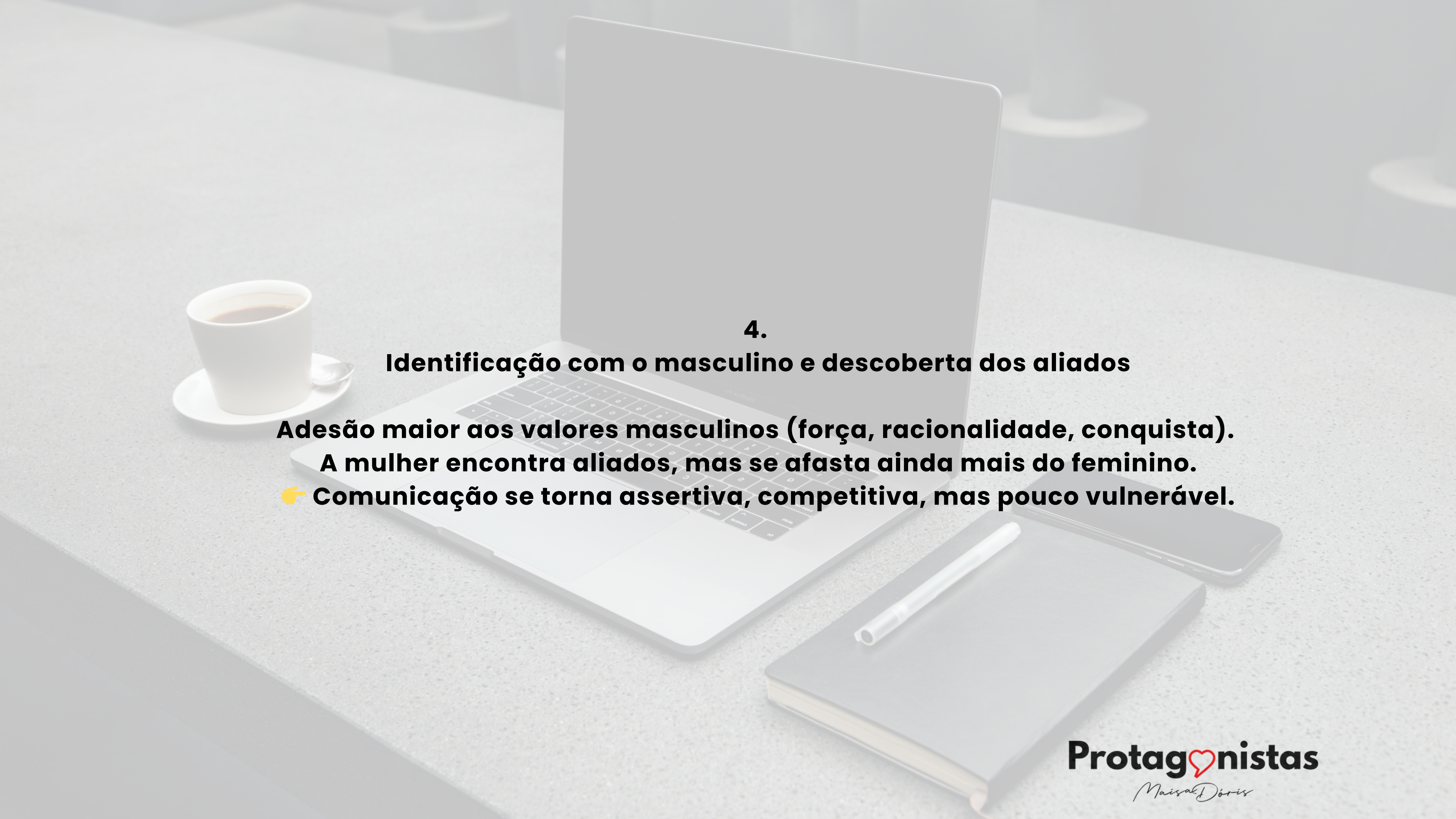


3.

Encontro com a mentora

A mulher encontra referências, modelos ou guias (muitas vezes femininas) que a inspiram a prosseguir.

☞ Comunicação passa a ser modelada por aprendizados externos, ainda sem plena autenticidade.

A background image showing a workspace with a laptop, a cup of coffee, a notebook, and a pen on a desk.

4.

Identificação com o masculino e descoberta dos aliados

Adesão maior aos valores masculinos (força, racionalidade, conquista).

A mulher encontra aliados, mas se afasta ainda mais do feminino.

☞ Comunicação se torna assertiva, competitiva, mas pouco vulnerável.

5.

Estrada das provações

Ela enfrenta desafios para se manter nesse modelo.

Sente pressões, críticas, exigências.

☞ Comunicação aqui pode soar cansada, performática, porque está sustentando algo que não é inteiramente seu.

6.
Experimentação do sucesso

Conquista reconhecimento, vitórias externas, posição social/profissional.

☞ **Porém, sente o vazio de que isso não basta.**

Comunicação pode ser de “sucesso por fora, desconexão por dentro”.



7.

Transformação e despertar da morte

Momento de crise: percebe que viveu uma narrativa que não a completa.

Precisa “morrer” para um padrão e renascer para o verdadeiro self.

☞ Comunicação pode virar mais reflexiva, íntima, profunda.



8.

Iniciação de descida à Deusa / Reconciliação

Ela começa a descer ao seu interior, reconectar-se ao corpo, emoções, intuição, espiritualidade.

👉 **Comunicação mais suave, honesta, acolhedora.**

Protag♥**nistas**

Maisak Doris

9.

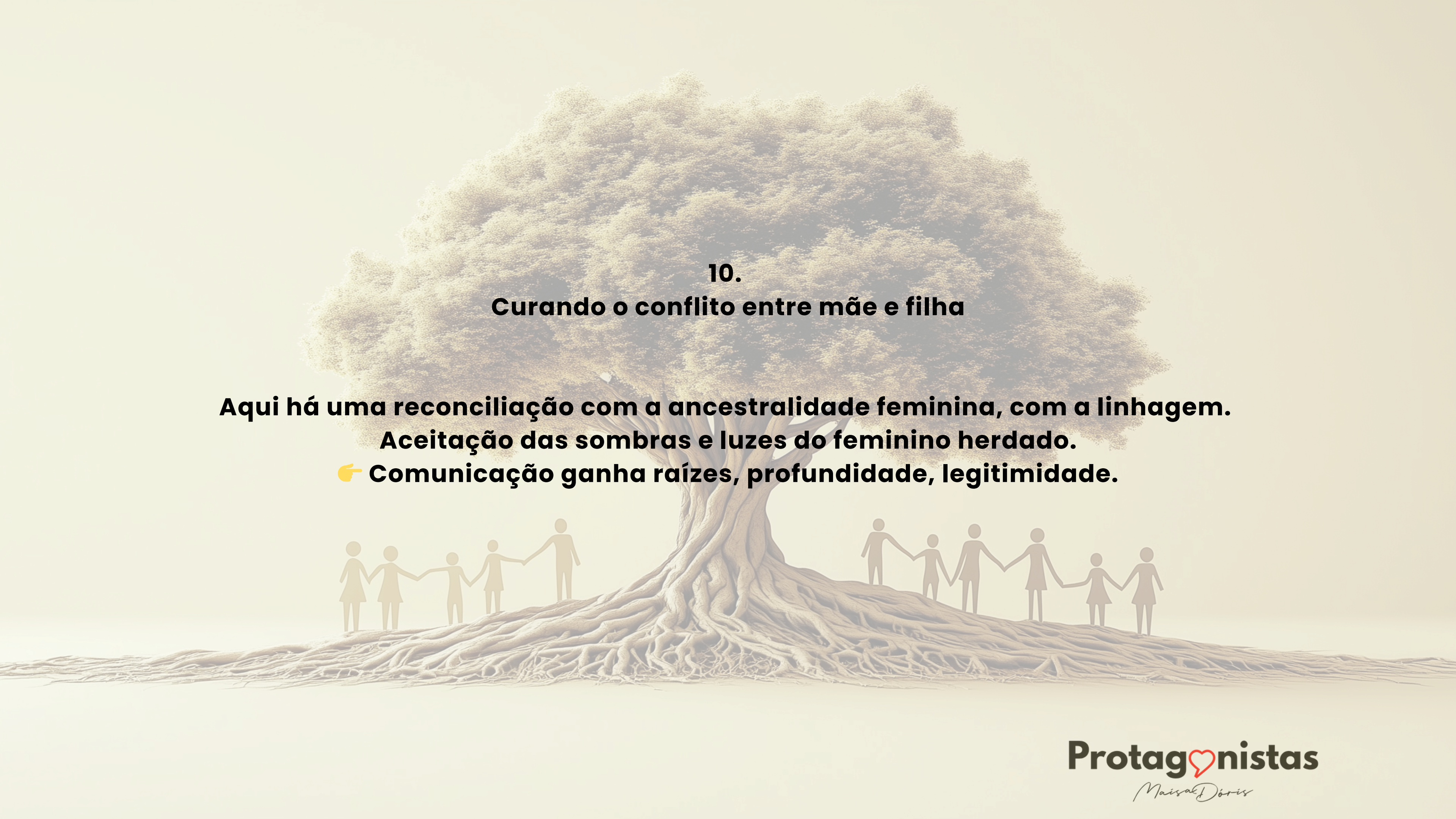
Reconexão com o feminino

Resgata sua essência, permitindo-se sentir, cuidar e ser cuidada.

☞ Comunicação passa a nutrir, de vínculo e confiança.



Protagonistas
Maisak Davis



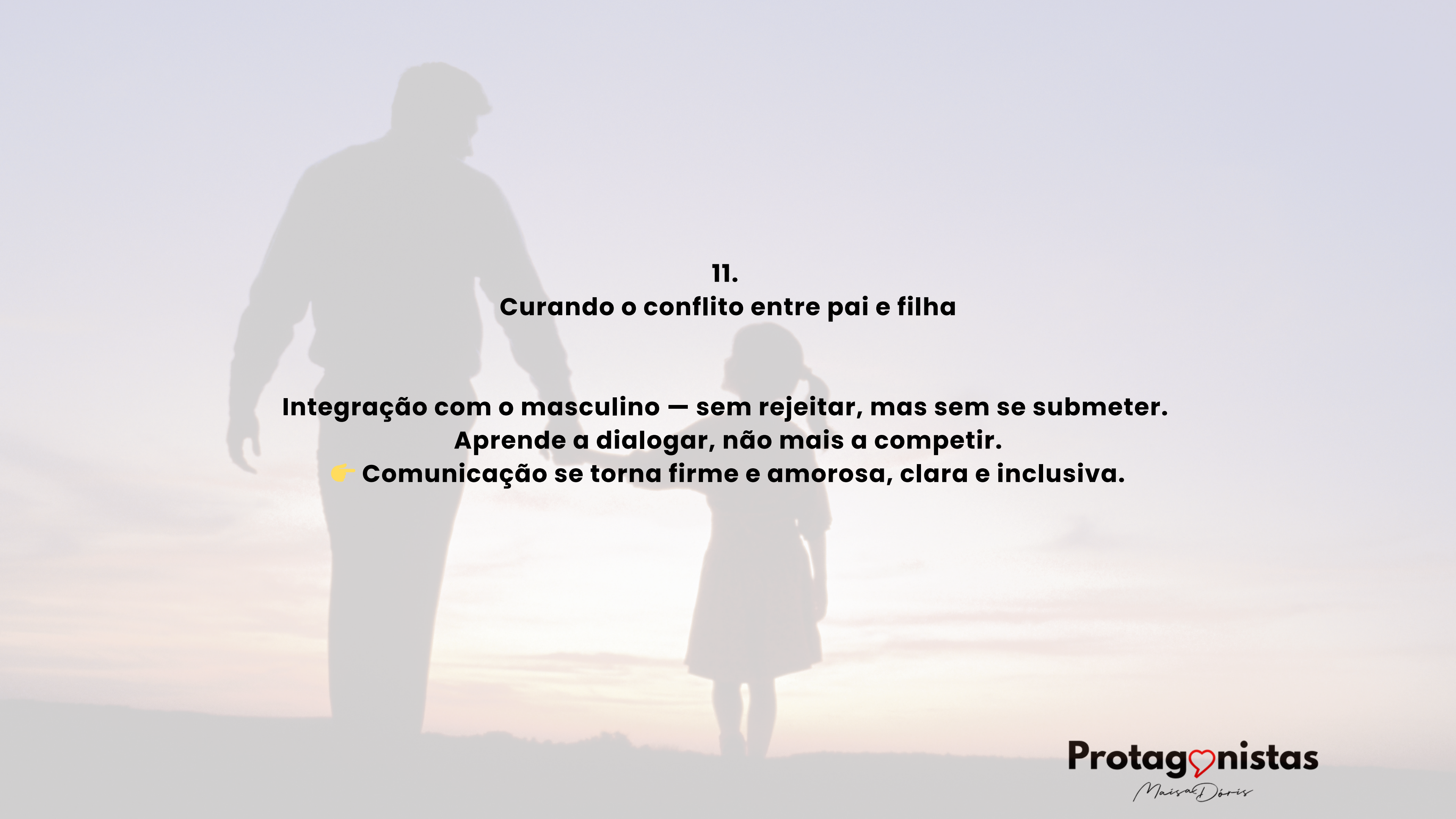
10.

Curando o conflito entre mãe e filha

Aqui há uma reconciliação com a ancestralidade feminina, com a linhagem.

Aceitação das sombras e luzes do feminino herdado.

👉 Comunicação ganha raízes, profundidade, legitimidade.



11.

Curando o conflito entre pai e filha

Integração com o masculino — sem rejeitar, mas sem se submeter.

Aprende a dialogar, não mais a competir.

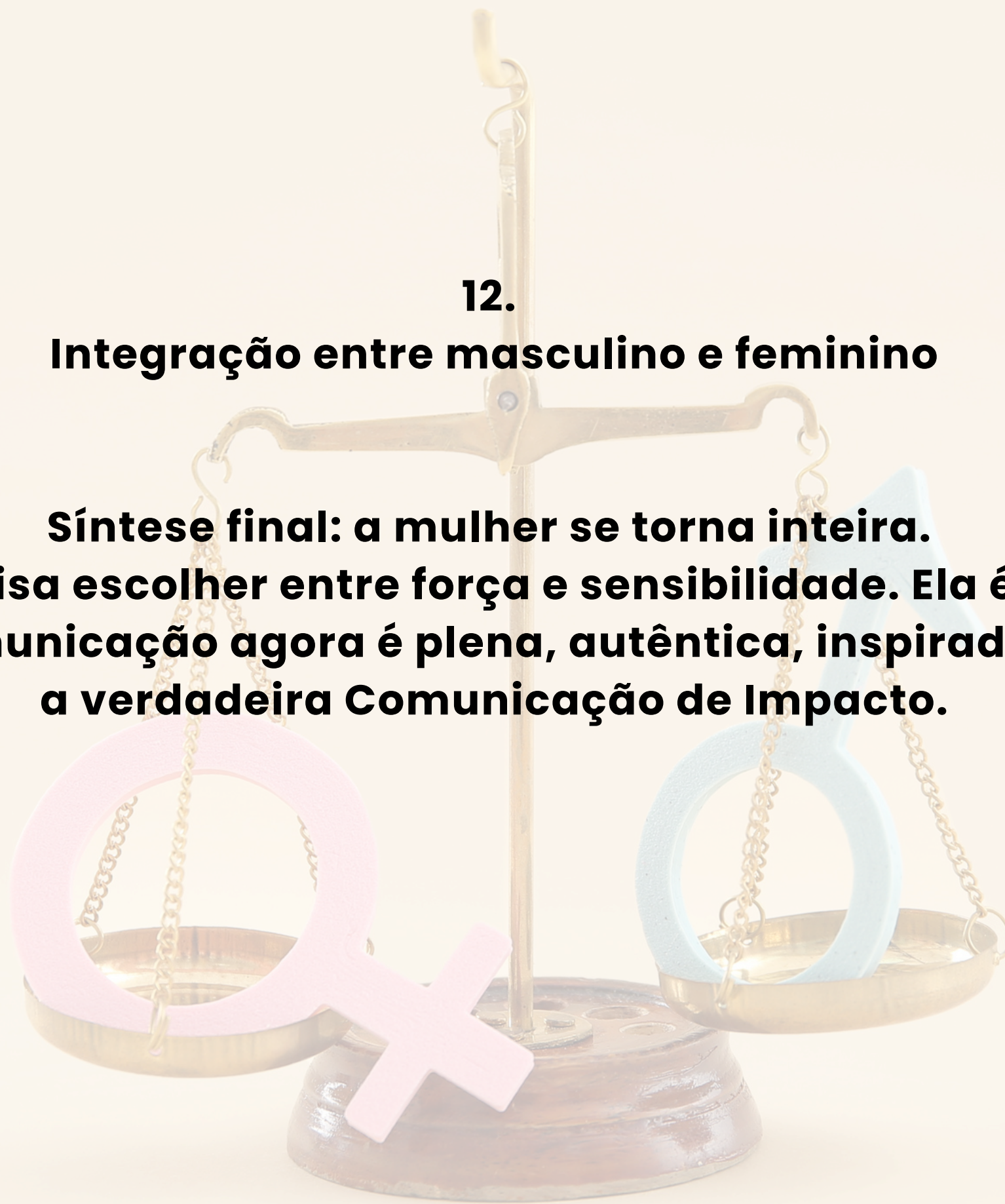
👉 **Comunicação se torna firme e amorosa, clara e inclusiva.**

12.

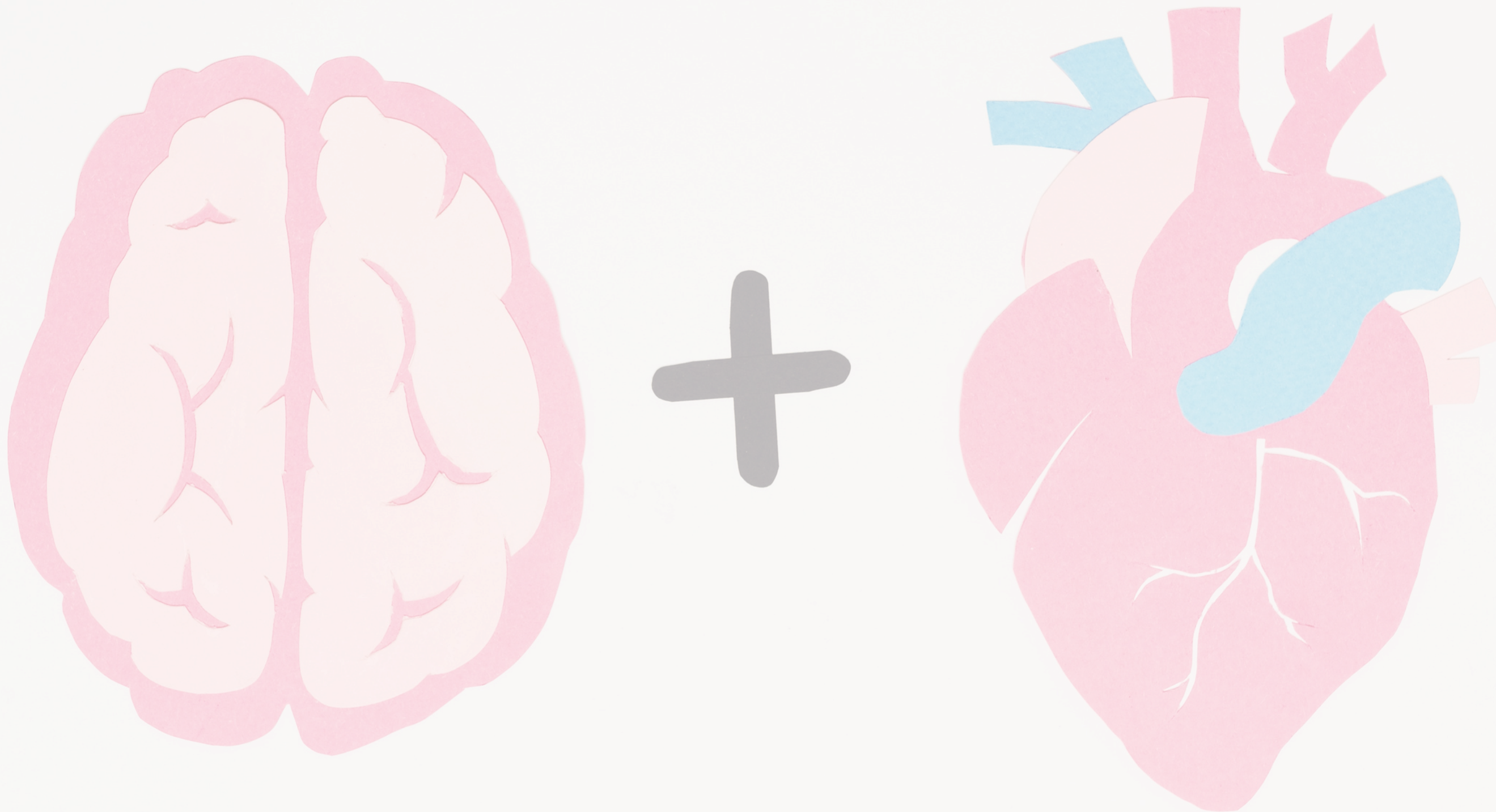
Integração entre masculino e feminino

**Síntese final: a mulher se torna inteira.
Não precisa escolher entre força e sensibilidade. Ela é ambas.**

☞ **Comunicação agora é plena, autêntica, inspiradora —
a verdadeira Comunicação de Impacto.**



**“A verdadeira comunicação de impacto acontece quando unimos
clareza e emoção, lógica e intuição, masculino e feminino.”**



**o poder por trás
de uma história**

Transforma

Inspira

Ensina

Assertividade com empatia: clareza sem agressividade.

Autenticidade: histórias pessoais e vulnerabilidade.

Autoridade: nasce da coerência entre vida e fala.

Audiência: não só seguidores, mas comunidade que confia.

Escreva um momento em que você tentou se encaixar em um padrão que não era seu. O que você perdeu nesse processo? (Ex.:energia, naturalidade, conexão).

Agora escreva: como você comunicaria isso de forma mais sua, feminina e autêntica?

“Esse exercício é para enxergar onde nos desconectamos da nossa voz — e como podemos reconquistá-la.”

Neurociência & o poder da comunicação feminina

**“Nosso diferencial está em ativar emoção,
atenção e cognição juntas.
É o que faz nossa mensagem ser lembrada.”**

Damásio: emoção é base da decisão.

**Kahneman: Sistema 1 (rápido, emocional) decide;
Sistema 2 (lento, racional) justifica.**

Stephen Porges: tom de voz, ritmo e olhar regulam vínculos.

Paul Zak: histórias liberam oxitocina → empatia.

“Comunicar como protagonistas não é imitar o herói. É escrever a nossa própria jornada de heroínas — e inspirar outras a fazer o mesmo.”

Murdock: “A conquista da heroína é reconciliar o masculino e o feminino dentro de si.”

Harari: as sociedades vivem de narrativas.

Kotler 6.0: só marcas com propósito sobrevivem.

Mo Gawdat: “A questão é: seremos humanos o suficiente para guiar esse processo?”

Estrutura do cérebro e neurotransmissores na Jornada da Heroína e 4 Atos

reconciliação do feminino e masculino → comunicação autêntica, presença, clareza.

1. Amígdala e Cortisol — O alerta do feminino ferido

Quando a mulher se separa do feminino (tentando se encaixar num padrão masculino), o corpo entra em modo de sobrevivência.

A amígdala dispara o cortisol (hormônio do estresse).

Resultado: comunicação mais reativa, defensiva, dura.

Relação com a Jornada: primeira etapa da Heroína, em que ela rompe com sua essência para sobreviver.

REFLITA

“Quantas vezes você comunicou no tom da defesa e não da presença?”

2. Dopamina e o PFC — O prazer da conquista externa

Ao se identificar com o masculino, a mulher busca conquistas e validações externas. Isso libera dopamina (neurotransmissor da recompensa).

O córtex pré-frontal se ativa, planejando, organizando, buscando eficiência.

Mas a dopamina, quando usada só para metas externas, gera ansiedade de performance e vazio.

Relação com a Jornada: fase da identificação com o masculino e depois o despertar da falta.

REFLITA

“Quantas conquistas você já teve que não preencheram o que você realmente buscava?”

3. Serotonina, Oxitocina e o Hipocampo — A descida ao feminino

Quando a mulher volta a se conectar com corpo, intuição e vínculos, entram em cena:

Oxitocina: hormônio da confiança e vínculo.

Serotonina: sensação de bem-estar, autoestima.

O hipocampo, ligado à memória, registra experiências carregadas de afeto.

Relação com a Jornada: a descida ao feminino, onde ela resgata suas emoções e relações.

REFLITA

“Lembre-se de uma conversa em que você se sentiu realmente ouvida. O que ficou registrado em você? Esse é o hipocampo ativado pela emoção positiva.”

4. Integração: equilíbrio de neurotransmissores e hemisférios

A Jornada se completa quando há integração:

Dopamina + Serotonina (motivação + bem-estar).

Cortisol regulado pela Oxitocina (segurança).

Hemisfério esquerdo (lógica, análise) integrado ao direito (emoção, imaginação)

“O cérebro feminino não busca só vencer dragões. Ele busca regular emoções, criar vínculos e gerar sentido. É aí que mora o protagonismo.”

“Cortisol é o hormônio do medo e da defesa.

Dopamina é a euforia da conquista.

Oxitocina é o abraço, a confiança.

Serotonina é o equilíbrio, o bem-estar.”

“Quando comunicamos só pela dopamina, buscamos aplausos.

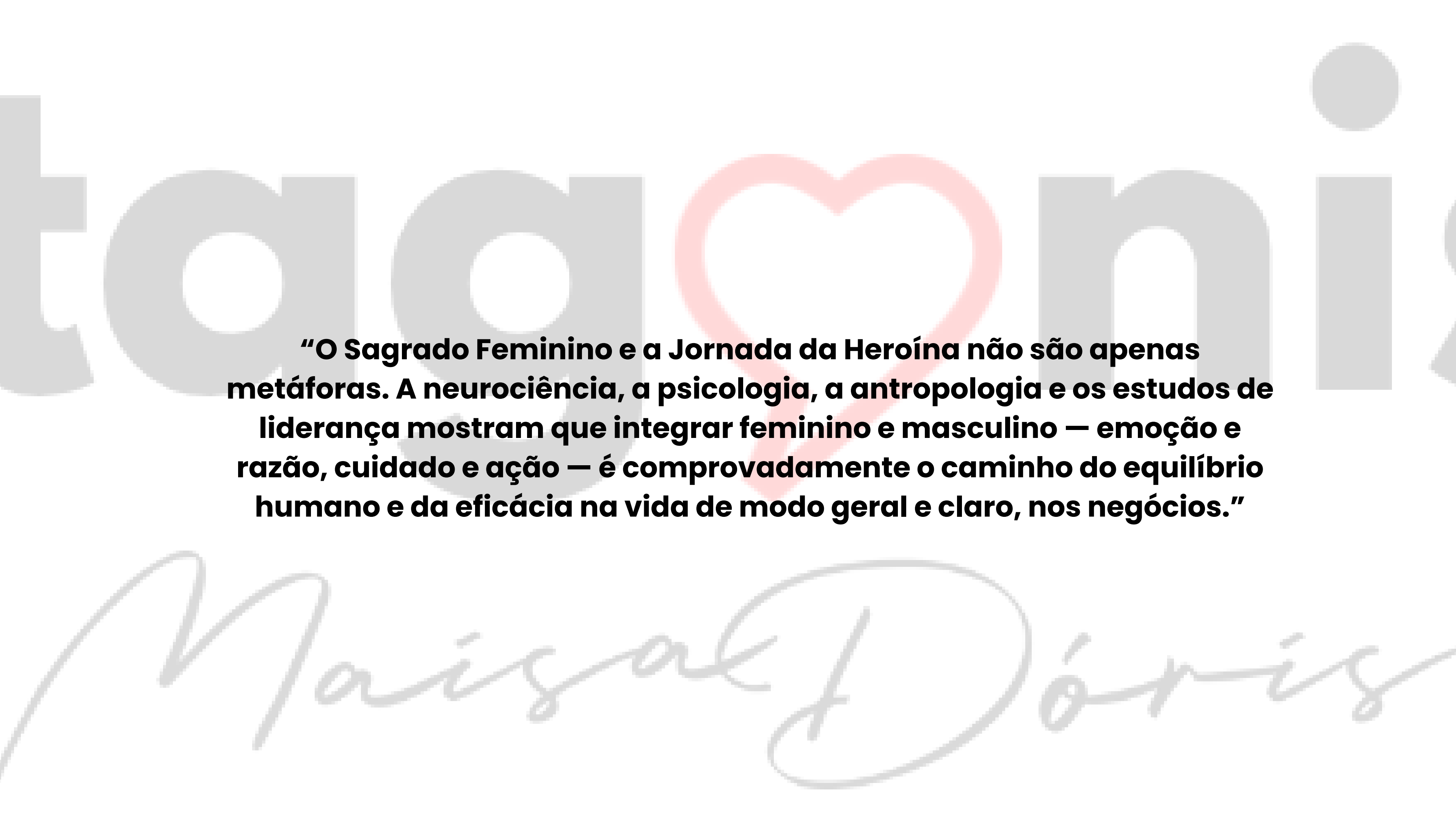
Quando comunicamos com oxitocina, criamos vínculos.

Quando unimos tudo isso, criamos impacto de verdade.”

“A Jornada da Heroína nos mostra que, quando tentamos nos encaixar em um padrão que não é nosso, perdemos vitalidade.

Mas quando integramos a nossa essência — força + sensibilidade, lógica + emoção — nos tornamos imparáveis.

A pergunta é: o que você precisa deixar para trás hoje, para caminhar mais leve como protagonista da sua história?”



“O Sagrado Feminino e a Jornada da Heroína não são apenas metáforas. A neurociência, a psicologia, a antropologia e os estudos de liderança mostram que integrar feminino e masculino — emoção e razão, cuidado e ação — é comprovadamente o caminho do equilíbrio humano e da eficácia na vida de modo geral e claro, nos negócios.”

Natassia Dóris