

A collage of six women in industrial settings, including a woman in a hard hat and safety glasses, a woman using a walkie-talkie, and several smiling women. The collage is set against a blue background with white curved lines.

SUCESSO DELAS, DO JEITO DELAS: visibilidade e valorização da presença feminina na indústria

Prêmio Jatobá 2025

Bracell



Ficha Técnica

EMPRESA

Bracell

VERTICAL

Organização Empresarial ou Pública

CATEGORIA

Campanha Institucional/Utilidade pública

NOME DO CASE

Sucesso Delas, do Jeito Delas: visibilidade e valorização da presença feminina na indústria

SINOPSE

“Sucesso delas, do jeito delas” é uma websérie que destaca a presença feminina em um setor historicamente masculino: a indústria de papel e celulose. Com 3 episódios e 6 protagonistas brasileiras e indonésias, reforça o compromisso com a equidade de gênero em diferentes contextos culturais e deixa um legado que serve de referência para outras organizações do setor.

CRONOGRAMA

Jan 2025: Seleção das personagens / elaboração do guia para filmagens e início das captações.

Fev 2025: Continuidade das captações e início da edição.

Mar 2025: Continuidade da edição/ lançamento do vídeo-manifesto (06/03)/ lançamento do 1º episódio (24/03).

Abr 2025: Lançamento do 2º e 3º episódios (10/04 e 21/04, respectivamente)

REGIÃO DAS AÇÕES

Bahia e São Paulo

INVESTIMENTO

R\$ 106 mil

NÚMERO DE PESSOAS QUE ATUARAM NO PROJETO: 13

BRACELL

- **Priscilla de Caires:** Head de Comunicação Corporativa / Aprovadora do projeto
- **Frederico Bastos:** Gerente de Comunicação Digital e Mídias Sociais / Diretor geral
- **Fernanda Oliveira:** Analista de Comunicação Digital e Mídias Sociais / Roteirista e produtora executiva
- **Giovane Rocha:** Analista de Comunicação Digital e Mídias Sociais / Assistente de produção
- **Gabriel Cortez:** Analista de Comunicação Digital e Mídias Sociais / Assistente de produção

APRIL

- **Karen Vera:** Gerente de Comunicação / revisora da websérie
- **Astri Soeparyono:** Gerente de Conteúdo / roteirista
- **Widya Puspa Lestari:** Assistente de produção
- **Muhammad Alfin:** Operador de câmera e editor

FLIP (produtora audiovisual contratada)

- **Laís Thomaz:** Atendimento
- **Felippe Thomaz:** Direção / Dir. Fotografia
- **Daniel Santos:** Assistente de câmera/ Som direto
- **Rodrigo Cardoso:** Edição / Color grading



Contexto

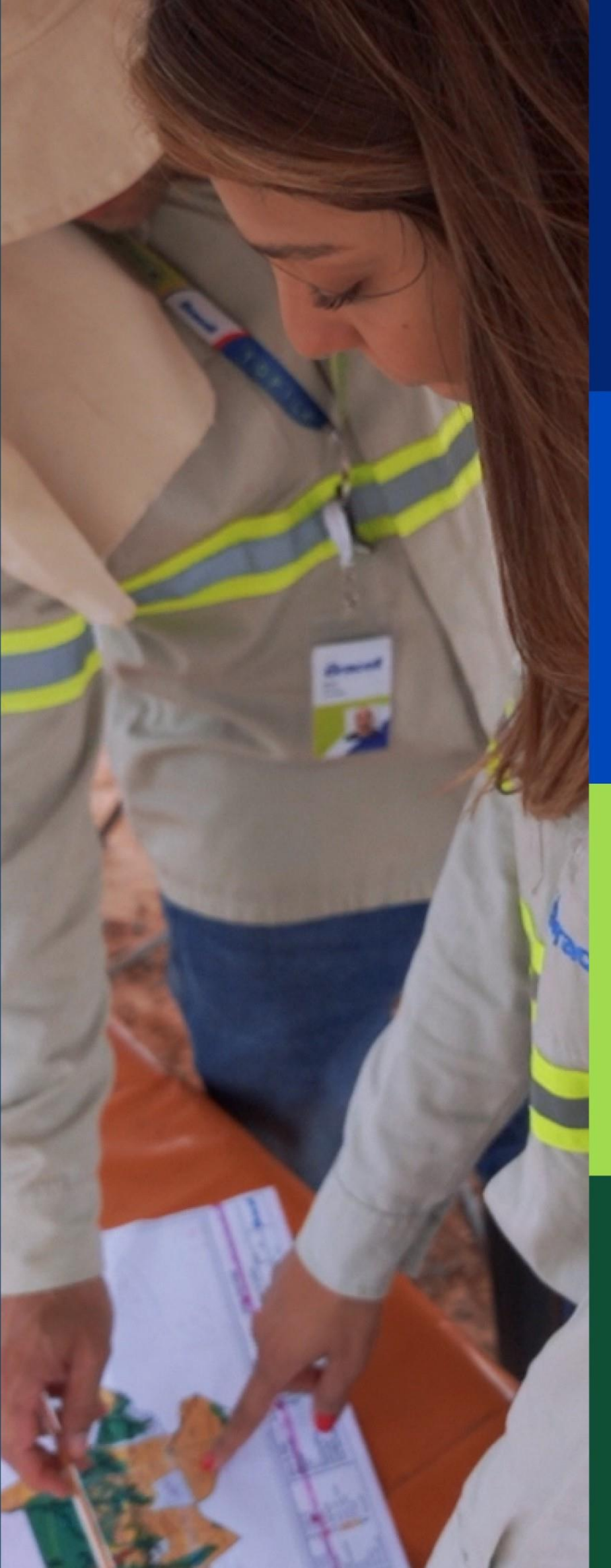
A mulher no mercado de trabalho

Apesar de representarem 51,1% da população brasileira, segundo o Censo do IBGE de 2022, as mulheres ainda enfrentam grandes barreiras para se inserir, permanecer e crescer no mercado de trabalho.

De acordo com o Relatório Global de Desigualdade de Gênero 2024, do Fórum Econômico Mundial, o Brasil ocupa a 70ª posição no ranking mundial, evidenciando a persistência de desigualdades estruturais e a necessidade de ações mais efetivas para a promoção da equidade de gênero.

Esses desafios são ainda mais evidentes em setores historicamente masculinos, como o de árvores plantadas, do campo à indústria, onde a presença feminina é significativamente inferior. Segundo o Panorama de Gênero do Setor Florestal 2023, elaborado pela Rede Mulher Florestal, as mulheres representam apenas 14% da força de trabalho nesse segmento, um dado que evidencia a urgência de transformar essa realidade.

1.	ISLÂNDIA	0,935
2.	FINLÂNDIA	0,875
3.	NORUEGA	0,875
4.	NOVAZELÂNDIA	0,835
5.	SUÉCIA	0,816
68.	ROMÊNIA	0,717
69.	GEÓRGIA	0,716
70.	BRASIL	0,716
71.	URUGUAI	0,715



Compromisso com a igualdade de gênero

A Bracell é uma das líderes globais na produção de celulose e **celulose solúvel**, contando com mais de 11 mil colaboradores diretos. Integrante do grupo global Royal Golden Eagle (RGE), sediado em Singapura, a Bracell opera na Bahia, no Mato Grosso do Sul, em Pernambuco e em São Paulo. Engajada em fomentar a equidade de gênero, a empresa lançou o **Compromisso Bracell 2030**, estruturado em três pilares. Um deles é o “Empoderando Vidas”, que tem como meta promover a igualdade de oportunidades para as mulheres, ampliando para 30% a participação feminina em cargos de liderança. Em virtude das ações que a empresa vem implementado, já foram alcançadas 29,9% dessa meta.

Bracell
2030



Dentre as iniciativas já realizadas pela Bracell em prol da equidade de gênero, estão:

- Implementação de vagas afirmativas para mulheres em diversas áreas.
- Realização de turma exclusiva para mulheres no setor de Silvicultura.
- Implementação da sala de apoio à amamentação.
- Participação da Bracell na Rede Mulher Florestal, organização sem fins lucrativos com foco no debate e na promoção de ações para a inclusão de mulheres no setor florestal.
- Empresa signatária dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs), criados pela ONU para orientar empresas na promoção da igualdade de gênero e do empoderamento feminino no trabalho e na comunidade.
- Conquista do Selo Lilás, reconhecimento e certificação do Governo do Estado da Bahia para empresas que adotam políticas de igualdade de gênero.

Campanha Mês da Mulher

Para dar visibilidade ao compromisso com a equidade de gênero e demonstrar como a empresa está atuando para gerar oportunidades e fortalecer a presença feminina em todas as áreas, principalmente nas operações industriais e na liderança, nasceu a websérie “**Sucesso delas, do jeito delas**”.

A produção foi liderada pelo time de Comunicação Digital e Mídias Sociais da Bracell e contou com a colaboração da APRIL, empresa da Indonésia que também integra o grupo RGE. Além de aumentar a originalidade do projeto, a inclusão da APRIL simbolizou não apenas a conexão entre as unidades do grupo, mas também a busca por equidade de gênero em diferentes contextos culturais.

Mais do que uma série, a iniciativa se desdobrou em uma campanha institucional, veiculada nas redes sociais da Bracell e em canais de comunicação interna, como parte das ações do Mês da Mulher.

Assim, o projeto utilizou o audiovisual como ferramenta central para fortalecer a imagem institucional da empresa e posicioná-la como agente ativo na promoção da equidade de gênero.



Estratégias

O trabalho conjunto com a APRIL representou o principal desafio da produção: construir um conteúdo audiovisual a partir de referências culturais e estéticas muito diferentes.

Diante desse cenário, a produção se apoiou em escolhas estratégicas que garantiram a coerência entre forma e conteúdo, visando a qualidade do produto final.

Foi necessário que a equipe brasileira atuasse com sensibilidade e flexibilidade, além de adotar uma rotina de revisões coletivas para construir consensos e alcançar uma narrativa coerente, respeitosa e autêntica para os dois contextos.

Desde a definição da equipe até a linguagem adotada, cada decisão foi pensada para reforçar o protagonismo feminino, respeitar as diferenças culturais e conectar emocionalmente o público.

A seguir, destacamos as estratégias adotadas no que se refere à **equipe de produção**, escolha do formato e seleção das personagens.



Equipe de produção

O **time da Bracell liderou os trabalhos**, incluindo a direção remota das filmagens feitas na Indonésia, bem como a edição, realizada em parceria com uma produtora baiana, a Flip.

Assim como a narrativa foi construída com base na complementaridade entre as histórias de cada personagem, a escolha por uma estética documental mais clássica reforça esse cuidado e exigiu diálogo constante entre as equipes, que trabalharam juntas para alinhar conceitos e garantir uma identidade visual e emocional unificada para toda a websérie.

Protagonismo feminino nos bastidores

Um aspecto estratégico e de grande valor simbólico foi o fato de que, tanto no Brasil, como na Indonésia, a equipe de produção foi liderada por mulheres, que desempenharam papéis estratégicos na condução do projeto, desde a concepção da ideia, passando pela direção, produção executiva, roteiro e entrevistas.

Além de coerente com o conteúdo da série, essa escolha reforça uma mensagem essencial: diversidade não é apenas pauta, é prática. E mais que isso, é estratégia. Quando mulheres contam as histórias de outras mulheres, com escuta, sensibilidade e intencionalidade, a narrativa ganha autenticidade e potência.

Parte da equipe de produção em uma das reuniões de alinhamento



Escolha do formato

Para representar em profundidade as trajetórias de colaboradoras de duas culturas tão distintas e endereçar melhor as diferenças estéticas e narrativas, optamos por produzir uma websérie, ao invés de um único vídeo.

A escolha pela mídia audiovisual foi central para o sucesso do projeto, pois permite conectar o público emocionalmente com as histórias, explorando linguagem visual, som e ritmo narrativo de forma integrada. Em um projeto cuja proposta é mostrar o sucesso das mulheres do jeito delas, nada mais coerente do que permitir que elas mesmas contassem suas histórias, com suas vozes, seus gestos e seus olhares.

Além disso, a campanha se desdobrou em ações internas, fortalecendo a conexão com o público interno. Nos canais corporativos, o mote **“Elas fazem a diferença, agora é a nossa vez”** foi difundido por meio de newsletter e murais, alinhando a websérie às iniciativas do Mês da Mulher.

Sob o guarda-chuva de “Diálogos que conectam”, a programação incluiu palestras nas unidades, com temáticas como “Masculinidade e Diálogos: vamos repensar mitos?” e “Mulher: equilíbrio entre vida pessoal e profissional”, ampliando o impacto da campanha para além do audiovisual.



Elas fazem a diferença. Agora é a nossa vez.

Quêzia Santos, operadora de Caldeira (BA) e Karine Madruga, coordenadora de Silvicultura (SP).

[Acesse!](#)

Dia da mulher: participe do “Diálogos que nos Conectam”

As inscrições para o evento on-line do Dia da Mulher estão abertas e você tem até **amanhã, 07/03**, para garantir a sua participação. Acesse o link, confira a programação e faça sua inscrição.

Pessoas e Cultura

Conheça a websérie que celebra o sucesso feminino!

Quêzia Santos, operadora de Caldeira

[Acesse!](#)

Sucesso delas, do jeito delas!

Para celebrar o Dia Internacional da Mulher, a Bracell e a APRIL se uniram para lançar uma websérie inédita. Intitulada Sucesso delas, do jeito delas (Thriving her Way, em inglês), a websérie destaca a história de seis mulheres que prosperaram em seus respectivos setores de trabalho. Demais, né? Para saber mais e ver o vídeo de lançamento, acesse o link.

Newsletter divulgada nos canais internos e murais

Escolha das personagens



Mapeamento



Entrevistas



Aprovação

O projeto envolveu seleção criteriosa das personagens, com mapeamento interno, entrevistas exploratórias e validação conjunta para assegurar diversidade e potencial narrativo.

A seleção garantiu representatividade das diversas realidades femininas na Bracell e na APRIL, respeitando diversidade de áreas, cargos, origens, raças e etnias.

Além disso, cada episódio deveria estabelecer um diálogo simbólico entre as personagens brasileiras e indonésias, de forma que suas experiências se complementassem, formando um arco narrativo coeso, mesmo que elas nunca tenham se encontrado presencialmente.

A mescla entre gestoras e colaboradoras em estágios iniciais de carreira ampliou as possibilidades de identificação com diferentes perfis de espectadoras, mostrando que o sucesso feminino não segue um único modelo.

1

SUCESSO DELAS,
DO JEITO DELAS

QUEZIA E GABRIELLA



2

SUCESSO DELAS,
DO JEITO DELAS

DIAN E PRISCILA



3

SUCESSO DELAS,
DO JEITO DELAS

KARINE E KRISTIN



Assista aos
episódios

Ações

Linguagem, fotografia e edição



A **linguagem** adotada na webséie é documental e clássica. A abordagem limpa e realista permitiu que as histórias contadas pelas mulheres brilhassem sem interferências visuais ou estilizações gráficas. O propósito foi construir um filme que valorizasse o conteúdo acima da forma. A inserção de fotos e motions foi pontual, usada apenas quando agregava à construção da memória e do contexto de cada personagem.



A **fotografia** seguiu essa mesma lógica, uma estética que apoiasse a consistência visual da série e reforçasse o tom de veracidade. As imagens foram captadas em primeiro plano durante as entrevistas (para reforçar a intimidade e a autenticidade dos depoimentos) e em planos médio e geral nas imagens de cobertura (para retratar as personagens em seus ambientes de trabalho).



A **edição** foi conduzida com atenção especial ao ritmo e ao equilíbrio entre emoção, leveza e clareza. O estilo visual é limpo, valorizando a iluminação dos ambientes e evitando filtros ou efeitos que pudessem tirar a autenticidade das histórias.



A montagem dos episódios foi pensada como uma construção paralela e complementar, focada na conexão entre as histórias e não em suas diferenças culturais.

Não se trata de uma comparação entre Brasil e Indonésia, mas da busca por elos universais da experiência feminina, especialmente no contexto de superação de barreiras e conquista de espaços profissionais.

Vídeo-manifesto

O vídeo-manifesto, primeiro a ser lançado – em 06 de março - , foi roteirizado para traduzir, em um minuto, a essência da websérie. A narração foi feita por Carolina Linhares, gerente sênior de RH da Bracell na Bahia, agregando proximidade, autenticidade e representatividade interna ao conteúdo. Enquanto a narração conduz a mensagem, as imagens mostram as protagonistas em ação, antecipando trechos do conteúdo dos episódios que estariam por vir.



**Clique e assista
ao manifesto**

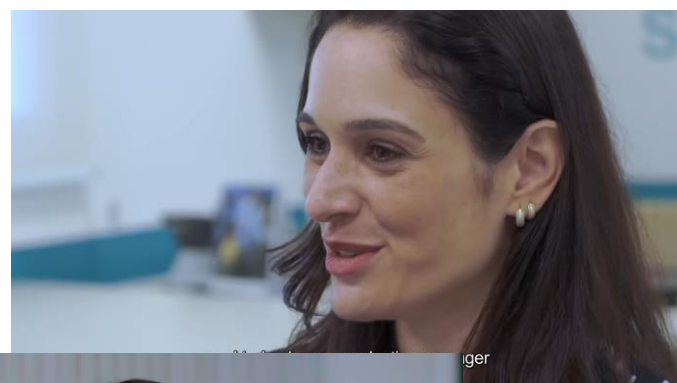
Carolina Linhares em gravação do
áudio do manifesto



Roteiro

A estrutura do roteiro dos três episódios seguiu um padrão definido e intencional:

1



Abertura com uma fala de impacto de cada personagem: uma espécie de “spoiler emocional” que instiga o espectador logo nos primeiros segundos.

2



Vinheta de abertura, com a assinatura bilingue da série: “Duas mulheres, duas histórias, uma jornada de diversidade e inclusão. Sucesso delas, do jeito delas”.

3

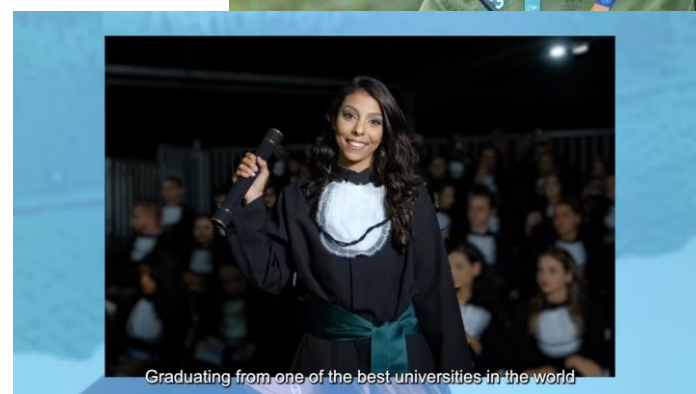


Apresentação pessoal, com nome, cargo e localização de cada personagem.

Roteiro

A estrutura do roteiro dos três episódios seguiu um padrão definido e intencional:

4



Desenvolvimento da narrativa em primeira pessoa, abordando o início da carreira, desafios enfrentados; superações, conquistas e mensagem final inspiradora.

5



Objetos com valor afetivo, como o colar de formatura de Karine e a farda usada por Dian no início de carreira, foram usados para reforçar a emoção e dar mais profundidade às histórias contadas.

6



A vinheta final reforça o compromisso conjunto da Bracell e APRIL com a equidade de gênero e retoma o tom institucional da websérie.

Trilha sonora

A trilha teve papel fundamental na construção da atmosfera emocional de cada episódio. As músicas foram cuidadosamente escolhidas para dialogar com o conteúdo das falas e com a personalidade de cada protagonista, trazendo nuances de leveza, humor, tensão ou inspiração, conforme a evolução do roteiro.

Em vários momentos, a trilha funciona como uma personagem e também com elemento simbólico, reforçando a mensagem com sensibilidade e fluidez.

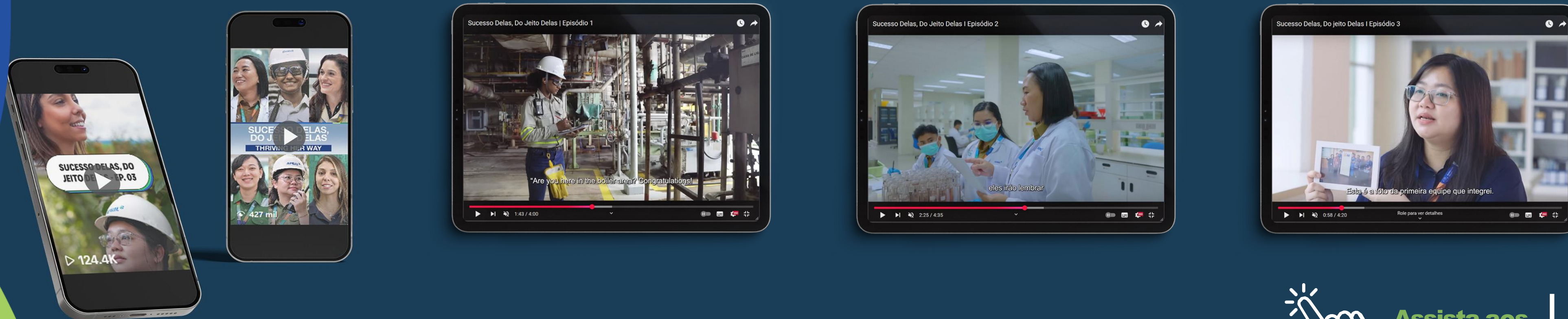
Um exemplo disso é o episódio de Quezia, em que a música flerta com o funk americano dos anos 70, referência direta à black music e aos movimentos de autoafirmação negra, refletindo a força e identidade da protagonista.



Divulgação nas redes sociais

Cada episódio foi publicado simultaneamente em todas as redes sociais da Bracell. A estratégia de divulgação combinou alcance orgânico e impulsionamento segmentado para garantir maior visibilidade e engajamento com o público-alvo. No Instagram e LinkedIn, os vídeos performaram de forma orgânica. Já no YouTube, Facebook e TikTok, adotou-se uma estratégia de mídia paga com segmentação detalhada do público, considerando interesses e características relacionadas ao universo das protagonistas.

Entre os filtros aplicados no impulsionamento, destacam-se interesses ou atuação do público-alvo em temas como mulheres na ciência, indústria, engenharias, logística e equipamentos pesados. Também foram considerados cargos, áreas de atuação e publicações voltadas ao público feminino, assegurando que a websérie chegasse de forma estratégica a pessoas com afinidade temática e potencial de identificação com as histórias retratadas.



Assista aos
vídeos

Divulgação nos canais internos

O lançamento da websérie integrou a campanha corporativa do Mês da Mulher. Além da divulgação nas redes sociais, o conteúdo foi compartilhado nos canais internos, como newsletter e murais, integrando as ações internas de celebração da data. Toda a veiculação interna utilizou a cor lilás, alinhada à identidade do pilar de gênero do programa de Diversidade e Inclusão da empresa, **Bracell +**.



Marca do Programa de Diversidade corporativo

Elas fazem a diferença. Agora é a nossa vez.

O **Dia Internacional das Mulheres** é um convite para reconhecer as conquistas femininas e também refletir sobre os desafios que ainda existem.

O Relatório Global de Disparidade de Gênero, do Fórum Econômico Mundial de 2023, aponta que, no ritmo atual, levaríamos 131 anos para alcançar a plena igualdade entre os gêneros.

Esse dado reforça que a mudança precisa acontecer agora e cada atitude conta. Por isso, convidamos você a participar e acompanhar as ações pensadas para a data.

O sucesso delas, do jeito delas

Para comemorar esta data tão especial, a **Bracell** e a **APRIL** se uniram para lançar uma websérie inédita! **O sucesso delas, do jeito delas** (*Thriving Her Way*, em inglês) destaca a trajetória inspiradora de seis mulheres que prosperaram em suas áreas de atuação. Demais, né? Para saber mais e assistir ao vídeo, acesse as redes sociais da Bracell!

Diálogos que nos Conectam

Para aprofundarmos essa conversa e fortalecermos um ambiente mais acolhedor para todos, convidamos você para o evento online **"Diálogos que Conectam"** – uma oportunidade valiosa para debatermos juntos sobre importantes temas. Os encontros são:

- **Masculinidade em Diálogo: vamos repensar mitos?**
13/03 (quinta-feira) | 14h às 15h30 – *Evento exclusivo para homens*
Conduzido por **Vinicius Andujar**, facilitador em aprendizagem e desenvolvimento humano, especialista em comunicação, inteligência emocional, diversidade e masculinidades.
- **Mulher: Equilíbrio entre Vida Pessoal e Profissional**
14/03 (sexta-feira) | 14h às 15h30
Com **Fernanda Mendonça**, coach e consultora empresarial com mais de 20 anos de experiência, especialista em imagem corporativa, autoconhecimento, liderança e comunicação.

Você tem até hoje para se inscrever e escolher a sessão que mais faz sentido para você. [Clique aqui e não perca essa oportunidade!](#)

Bracell | Bracell Papéis | MS Florestal

WEBSÉRIE SUCESSO DELAS, DO JEITO DELAS

Você já assistiu a websérie que produzimos em parceria com a APRIL?

Em março de 2025, lançamos nas redes sociais da Bracell a websérie **Sucesso delas, do jeito delas**, produzida em parceria com a APRIL (empresa integrante do grupo RGE), destacando trajetórias inspiradoras de superação e protagonismo feminino no setor de Papel e Celulose.

A websérie conta com o protagonismo de mulheres da Bracell e da APRIL e com a participação especial de Carolina Linhares, gerente sênior de RH da Bracell na Bahia.

Aponte a câmera do seu celular para assistir!

Assista aqui

Bracell

Episódio 2: Sucesso delas, do jeito delas

Tem um novo capítulo da nossa websérie no ar! Acompanhe a trajetória da Priscila e da Dian, e saiba como elas fazem a diferença.

Priscila Chufa
Gerente de Produção

Dian Atma
Pesquisadora

Assista aqui

Acesse o QR Code ou link para conferir.

Peças divulgadas nos canais internos

Período do projeto

A produção do projeto ocorreu entre janeiro e abril de 2025, englobando diversas etapas, conforme detalhado ao lado. Durante todo o processo, foram realizadas reuniões constantes entre as equipes do Brasil e da Indonésia para alinhamento e avaliação das entregas, bem como para tomada de decisões conjuntas.



Seleção dos personagens
Elaboração do guia para filmagens
Reuniões periódicas
Captação

JAN

Reuniões periódicas
Captação
Edição

FEV

Reuniões periódicas
Edição
Lançamento vídeo-manifesto 06/03
Lançamento 1º episódio 24/03
Divulgação da campanha nos canais internos

MAR

Edição
Lançamento 2º episódio 10/04
Lançamento 3º episódio 21/04
Reforço da campanha nos canais internos

ABR

Resultados em nossas redes sociais

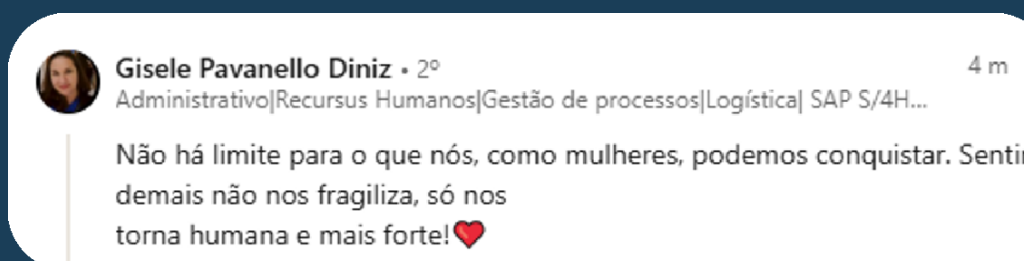
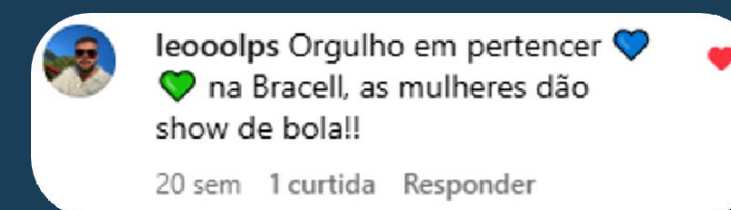
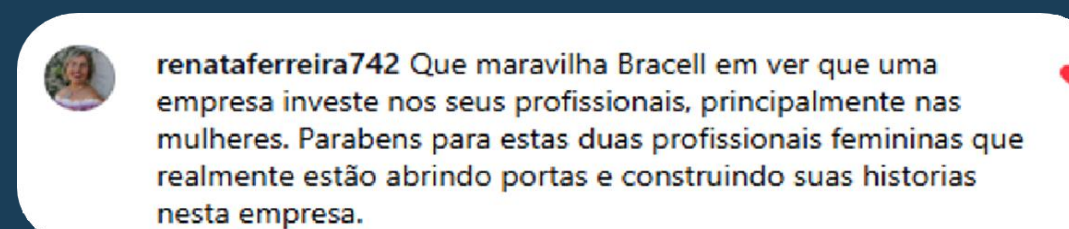
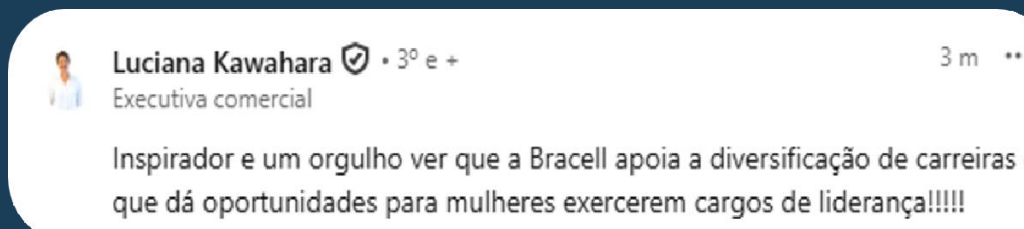
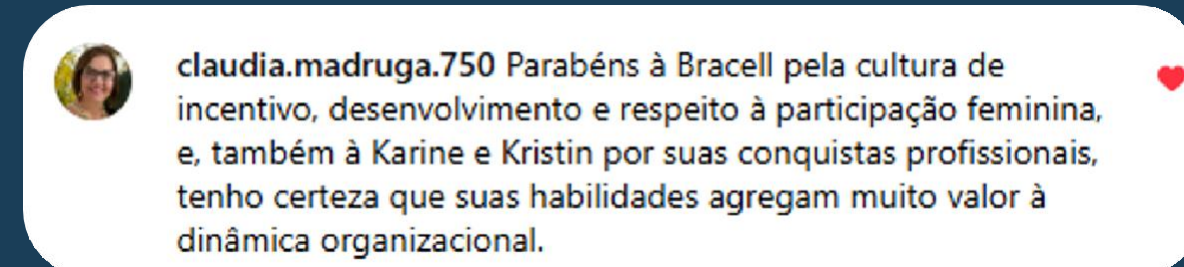
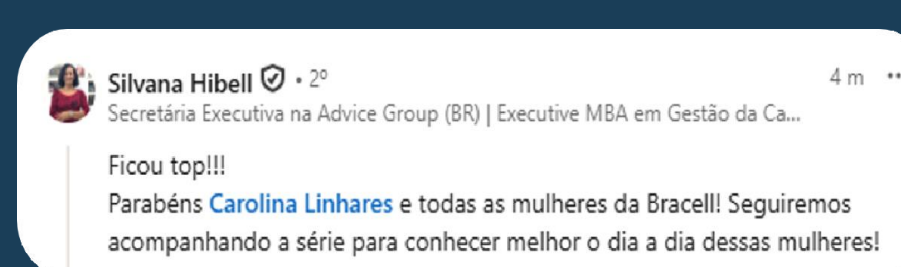
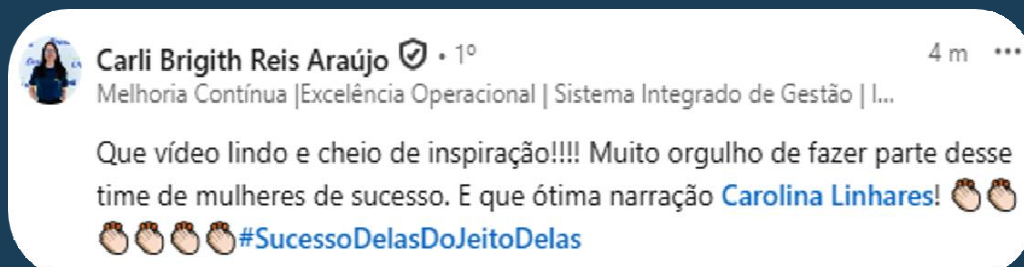


+ 4,8 milhões
de visualizações

+ 2,4 milhões
de pessoas alcançadas

+ 20 mil
interações

+ 7,5 mil
Novos seguidores



Dentre o total de interações, que considera a soma entre curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos, a websérie recebeu **454 comentários**. Todos foram 100% positivos, demonstrando forte engajamento do público, tanto homens quanto mulheres, com as histórias retratadas. As mensagens exaltaram o orgulho de fazer parte da Bracell e a valorização das mulheres na empresa. Termos como “orgulho”, “inspiração”, “valorização” e “respeito” foram recorrentes, reforçando o impacto emocional e simbólico do projeto.

Considerações finais

“Sucesso Delas, do Jeito Delas” é um instrumento de visibilidade e pertencimento, que alia estratégia, inovação, resultados e legado institucional. É um case que inspira, engaja e contribui para um ambiente corporativo mais justo, diverso e inclusivo. Uma narrativa com alma digital que une diversidade e estratégia, ao passo que reforça os valores da Bracell e amplia a presença da empresa nos canais digitais, com uma linguagem acessível, plural e cheia de conexão.

Ao dar visibilidade e valorizar a presença feminina na indústria de Papel e Celulose, a websérie estimulou conversas importantes sobre equidade, dentro e fora da empresa, e mostrou que o sucesso feminino pode, e deve, acontecer em todas as áreas.

**Porque o sucesso se constrói assim:
com autenticidade, protagonismo
e, acima de tudo, do jeito delas!**



Bracell

www.bracell.com.br

