

Além da Anitta: Mais celebridades ocupam cadeiras em conselhos de grandes marcas

A atriz Taís Araújo será embaixadora da marca do banco BV pelos próximos três anos



Cantoras: Anitta e Iza
Foto: Montagem / CNN

Marina Aragão, Marcelo Mota, Altamiro Silva Júnior e Cristina Canas,
do Estadão Conteúdo

23/06/2021 às 13:10

Compartilhe:



Ouvir notícia

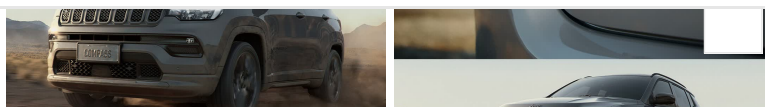


0:00

Mais do que garotas-propaganda, artistas como [Anitta](#), Iza, Manu Gavassi, Marina Ruy Barbosa e Taís Araújo passaram a ter voz dentro de empresas com as quais se associam. Diferentemente de influenciadores que são só pagos para usar e promover um produto em suas redes sociais, essas famosas estão atuando no processo de criação das marcas.

PUBLICIDADE





Além de Anitta, que chegou ao conselho de administração da fintech [Nubank](#), a cantora Iza foi nomeada diretora criativa da marca de calçados esportivos Olympikus, a cantora e atriz Manu Gavassi virou chefe de conteúdo da empresa de gim Tanqueray e a atriz Marina Ruy Barbosa foi codiretora de coleções de joias da Vivara. Agora, o BV (ex-Banco Votorantim) anunciou Taís como embaixadora da marca, mas com voz para dar palpites em produtos e serviços.

A experiência com o Nubank não é a primeira incursão de Anitta no mundo corporativo. A cantora é chefe de criatividade e inovação da Beats desde setembro de 2019. Como diretora criativa da marca da Ambev, ela já assinou diversos lançamentos de produtos no mercado, como a Skol Beats 150 BPM e a linha Beats Zodiac, inspirada nos signos do zodiaco.

Anitta costuma participar ativamente dos conceitos de marca em que é incluída. No início do ano passado, ela trabalhou um dia como promotora da marca Cheetos em um supermercado de Madureira, no Rio de Janeiro, onde cresceu – resgatando as próprias origens. Além de bebidas e salgadinhos, Anitta já vendeu de aplicativo de namoro (como o rosto do Tinder) a plano de celular da Claro, com uma passadinha por produtos de higiene e beleza.

Leia mais

- [Anitta é nomeada para o conselho de administração do Nubank](#)
- [Luiza Trajano: 'não podemos escolher vacinas, todas são boas'](#)
- [Eletrobras: capitalização deve acabar em janeiro de 2022 e render até R\\$ 100 bi](#)

Quebra de paradigmas

Para Eduardo Tomiya, CEO da TM20 branding, a iniciativa de trazer artistas para cargos estratégicos prevê uma ruptura do ponto de vista geralmente associado a executivos. “Anitta tem um profundo conhecimento de mercado, ela conhece muito os consumidores e o processo de influência de uma cadeia inteira”, diz o especialista. Para ele, a parceria pode ser “rejuvenescedora” para o conselho.

Segundo Jaime Troiano, especialista em gestão de marca e comportamento do consumidor, o acordo com artistas pop é mais uma das iniciativas no plano do respeito à diversidade e de quebra de paradigmas, em nome da aproximação com novos contingentes de clientes. “No entanto, gestão de recursos e operações que envolvem dinheiro exige um tanto de sobriedade e de confiança renovada na instituição”, pondera.

Opinião que conta

A atriz Taís Araújo será embaixadora da marca do banco BV pelos próximos três anos. E com liberdade para dar opinião sobre produtos e serviços da instituição. “A gente vai conjugar nosso conhecimento e criar produtos juntos”, disse a atriz, em entrevista ao Estadão/Broadcast. “Fiquei bem envaidecida em saber que estavam contratando não só a atriz, mas a pensadora, a comunicadora.”

“A gente gostou do ponto de vista dela”, conta Adriana Gomes, diretora executiva de clientes do BV. “Ela entrava nos assuntos, pedia para falar de um ou outro produto.”

“A gente, de fato, entrou na era dos sócios-estrela”, afirma Junior Borneli, presidente da StartSe, plataforma dedicada a conhecimento de interesse de startups. O termo estrela, nesse caso, está relacionado à capacidade de influência das celebridades. “Essas pessoas aportam suas conquistas profissionais e criam um novo horizonte de possibilidades para a marca.”

“O século 21 é o século de posicionamento”, afirma Borges, que encara com naturalidade que a iniciativa tenha partido do setor financeiro, tido como conservador. “Eu diria que banco é quem mais precisa desse movimento.”

Nubank foi ‘xeque-mate’

O Nubank deu um “xeque-mate na concorrência” ao levar a cantora Anitta para seu conselho de administração. A tendência pode crescer no mercado, mas também embute riscos para o conselheiro e para a instituição, disse o presidente da Associação de Investidores no Mercado de Capitais (Amec), Fábio Coelho, ao Estadão/Broadcast.

O executivo destaca o viés estratégico. “Acho extraordinária a transformação, do ponto de vista da diversidade, de você começar a incluir pessoas de expertises, etnias, gêneros e formações diferentes no conselho”, afirma Coelho. “O Nubank deu um xeque-mate em boa parte de seus pares dentro da indústria.”

O primeiro ano de um conselheiro de primeira viagem é de “muito aprendizado, mas traz seus riscos”, ressalta Coelho. Um deles é quando a empresa caminha para um processo de abertura de capital (IPO, em inglês), como parece ser a estratégia do Nubank. Isso porque o conselheiro precisa respeitar janelas de período de silêncio, por exemplo. Há também o risco de reputação. “Os conselheiros precisam saber que respondem por um regulador do mercado de capitais, que podem inclusive ser arrolados em processos”, disse o presidente da Amec, frisando que é necessária uma base mínima de governança a esses profissionais.

Tópicos

Anitta

Nubank

Compartilhe:



Mais lidas

- 1 Confira o calendário de feriados de 2022 e quantos serão prolongados
- 2 Mega da Virada: 2 apostas levam R\$ 189 milhões cada; veja os números
- 3 Pagamento à vista do IPVA de 2022 em SP tem desconto de 9%; veja como consultar
- 4 Mundo bate recorde de casos de Covid-19, com 2,4 milhões infecções em 24 horas
- 5 Saúde indica que maioria é contra exigência de receita para vacina infantil

