

Gente VIP

BARROS MIRANDA
barrosmiranda@correiodamanha.net.br

REPCOM 2026 reúne líderes para debater a influência no mundo dos negócios

A quarta edição do REPCOM, plataforma da FSB Holding dedicada a discutir os grandes temas do mercado nos dias atuais, debateu como a influência pode ajudar ou atrapalhar os negócios. O evento teve a presença de grandes players, como presença de João Vitor Xavier, CEO da CNN Brasil e vice-presidente da Itatiaia; Sandra Chayo, sócia-diretora do Grupo Hope; Renato Franklin, CEO da Casas Bahia; e André Turquetto, CEO da Veloe.

O que era antes tratado como algo voltado ao marketing ou performance digital, a influência nos negócios passou a ter papel primordial na recepção ao público, nas tomadas de decisões internas e até mesmo no risco das organizações. As preferências de pessoas, público-alvo, crescimento empresarial e corporativo, tudo isso passa hoje pelo

poder da influência.

Em um mundo cada vez mais voltado para a digitalização e as redes sociais, a influência acaba sendo predominante nas tomadas de decisão. Seja por uma mensagem verdadeira ou falsa, uma informação acaba se alastrando rapidamente e viraliza em minutos ou segundos, aumentando a pressão em vários profissionais e executivos nas tomadas de decisão para a sua empresa.

Desde a sua primeira edição, em 2024, o REPCOM vem se tornando um grande encontro no calendário de empresários para discutir o mercado, a economia as finanças do Brasil, de uma forma clara, rápida e dinâmica, com grandes nomes do setor contando suas histórias e mostrando que nem tudo começa ao acaso e o esforço é fundamental para realizar os objetivos.



DIVULGAÇÃO

Quarta edição do REPCOM 2026 da FSB aconteceu em São Paulo

Marina Sena será 'embaixadora' da Trident no Rock in Rio 2026

A cantora Marina Sena fechou parceria com a Trident, marca de chicletes, para representar a empresa durante o Rock In Rio 2026. Eles estão lançando a campanha "Que Se Masque", um movimento que transforma a mascada em um gesto de atitude, autenticidade e espírito livre, transformando a mascada em um símbolo de quem escolhe viver com mais leveza. A cantora, reconhecida por sua personalidade autêntica e liberdade criativa, traduz a assinatura ao incentivar o público a se expressar sem medo de julgamentos.

"Eu me identifico muito com essa ideia de não se prender ao olhar dos outros e viver as coisas do nosso jeito. Festivais são espaços de liberdade, onde a gente pode se permitir, dançar, cantar e simplesmente aproveitar o momento. 'Que se Masque' traduz muito essa

leveza e essa vontade de viver sem medo de julgamentos", afirma Marina Sena.

Além disso, Trident apresentará uma experiência completa no evento, com embalagens especiais, ativações interativas em um mega estande, conteúdos com celebridades e influenciadores.

Como grande protagonista da marca no festival, haverá a Trident Ballroom Experience, desenvolvida pela Musicalize, com sessões imersivas conduzidas por DJs e mestres de cerimônia. "O espaço de Trident no Rock in Rio 2026 é a materialização do 'Que Se Masque'. Nós queríamos construir um ambiente de liberdade e autoexpressão, onde o público pudesse se sentir livre da pressão da sociedade", disse João Paulo Afonseca, CEO da Musicalize.

REPRODUÇÃO/ REDES SOCIAIS



Almoço teve grandes nomes da sociedade carioca

Kaselle, a nova marca de imobiliário de luxo no Rio

Um almoço no restaurante Páreo, no Jockey Club Brasileiro, reuniu representantes dos setores imobiliário, empresarial e social do Rio de Janeiro para marcar o lançamento da Kaselle, nova marca especializada no mercado imobiliário de alto padrão. A empresa chega com a proposta de oferecer um modelo de atendimento diferenciado e promete trazer uma nova dinâmica ao segmento de imóveis de luxo na cidade.

Com foco em um atendimento personalizado e no conceito de concierge imobiliário, a Kaselle acompanha o cliente em todas as etapas da jornada de compra, venda ou investimento, proporcionando uma experiência mais próxima, consultiva

e humanizada. A marca foi criada pelo casal Karine e Marcos Saceanu em parceria com a ex-tabeliã do 15º Ofício de Notas, Michelle Novaes, e aposta no aquecimento do mercado imobiliário carioca para consolidar sua atuação no segmento de alto padrão.

O primeiro evento oficial da empresa aconteceu em maio, durante a apresentação do empreendimento Somos Lapa, da Pii-mo, localizado na Rua do Riachuelo. Atualmente, o portfólio da Kaselle reúne opções que vão de studios de 24 metros quadrados, como os do Connect Square, no Centro, a apartamentos de quase 200 metros quadrados em bairros valorizados como Flamengo, Botafogo e Ipanema.

DIVULGAÇÃO



União promete incentivar o público a se expressar sem julgamentos