

**GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO****PERSONAL BRANDING AND LEADERSHIP: AN ANALYSIS OF SUCCESSFUL LEADER PROFILES****GESTIÓN DE MARCA PERSONAL Y LIDERAZGO: UN ANÁLISIS DE PERFILES DE LÍDERES EXITOSOS**Amanda Castelucci Autilio¹

e545143

<https://doi.org/10.47820/recima21.v5i4.5143>

PUBLICADO: 04/2024

RESUMO

Este Estudo de Caso explora a interseção entre o Gerenciamento da Marca Pessoal e Liderança, com foco na figura emblemática de Taylor Swift. Esta abordagem, conforme ressalta Yin (2001), visa responder às questões 'como' e 'por que', diferenciando-se da pesquisa explanatória tradicional por não objetivar o controle do contexto, proporcionando uma análise detalhada e profunda de um caso específico, permitindo uma compreensão abrangente das relações e dinâmicas envolvidas. O estudo investiga como as estratégias de gerenciamento da marca pessoal fortalecem a liderança e promovem objetivos significativos. Os resultados revelam que a marca pessoal de Taylor Swift, enraizada em valores como autenticidade, vulnerabilidade e empoderamento feminino, serve como um instrumento poderoso de liderança. Através de sua autenticidade e conexão genuína com o público, ela inspira milhões de pessoas ao redor do mundo e impacta positivamente a indústria musical, destacando-se como líder não apenas na música, mas também como defensora de causas sociais importantes.

PALAVRAS-CHAVE: Marca Pessoal. Liderança. Gerenciamento da Marca Pessoal. Estudo de Caso. Taylor Swift.

ABSTRACT

This Case Study explores the intersection between Personal Branding and Leadership, focusing on the emblematic figure of Taylor Swift. This approach, as highlighted by Yin (2001), aims to address the 'how' and 'why' questions, distinguishing itself from traditional explanatory research by not aiming to control the context, thus providing a detailed and in-depth analysis of a specific case, allowing for a comprehensive understanding of the relationships and dynamics involved. The study investigates how personal branding strategies strengthen leadership and promote significant objectives. The findings reveal that Taylor Swift's personal brand, rooted in values such as authenticity, vulnerability, and female empowerment, serves as a powerful instrument of leadership. Through her authenticity and genuine connection with the audience, she inspires millions of people worldwide and positively impacts the music industry, emerging as a leader not only in music but also as an advocate for important social causes.

KEYWORDS: Personal Brand. Leadership. Personal Branding. Case Study. Taylor Swift.

RESUMEN

Este estudio de caso explora la intersección entre la Gestión de la Marca Personal y el Liderazgo, centrándose en la emblemática figura de Taylor Swift. Este enfoque, como destaca Yin (2001), tiene como objetivo abordar las preguntas 'cómo' y 'por qué', diferenciándose de la investigación explicativa tradicional al no tener como objetivo controlar el contexto, proporcionando así un análisis detallado y profundo de un caso específico, lo que permite una comprensión completa de las relaciones y dinámicas involucradas. El estudio investiga cómo las estrategias de gestión de la marca personal fortalecen el liderazgo y promueven objetivos significativos. Los resultados revelan que la marca personal de Taylor Swift, enraizada en valores como autenticidad, vulnerabilidad y empoderamiento femenino, sirve como un poderoso instrumento de liderazgo. A través de su autenticidad y conexión genuina con el público, inspira a millones de personas en todo el mundo e impacta positivamente en la

¹ PB. Academy.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

industria musical, destacándose como líder no solo en la música, sino también como defensora de importantes causas sociales.

PALABRAS CLAVE: *Marca Personal. Liderazgo. Gestión de Marca Personal. Estudio de Caso. Taylor Swift.*

INTRODUÇÃO

A interseção entre Marca Pessoal e Liderança tem se tornado um tema de crescente interesse e importância hoje em dia. À medida que as barreiras entre vida profissional e pessoal se tornam mais fluidas, os indivíduos de destaque em diferentes campos estão percebendo a necessidade de construir e gerenciar uma marca pessoal de forma forte e eficaz. Essa marca não se limita apenas à reputação ou visibilidade pública, mas também reflete os valores, habilidades e identidade única de cada indivíduo (Kapferer, 2008).

Por outro lado, a liderança eficaz não é mais apenas sobre autoridade e habilidades técnicas, mas também sobre influência, inspiração e conexão emocional com os seguidores (Avolio; Gardner, 2005). Os líderes de sucesso entendem a importância de cultivar uma marca pessoal autêntica e coesa, que ressoe com sua equipe, colegas, clientes e comunidade em geral.

Nesta análise de perfis de líderes de sucesso, exploraremos como figuras proeminentes em diversos setores têm utilizado estratégias de construção de Marca Pessoal para fortalecer sua liderança e alcançar objetivos significativos (Hatch; Schultz, 2005). Ao examinar casos como o de Taylor Swift e outros líderes influentes, poderemos identificar padrões, tendências e melhores práticas que podem ser aplicadas em diferentes contextos e organizações.

A contextualização da relação entre Marca Pessoal e Liderança destaca a importância de uma abordagem holística e estratégica para o desenvolvimento pessoal e profissional. O objetivo deste estudo é compreender e aproveitar os princípios subjacentes a essa interseção, visando como líderes podem maximizar seu impacto e alcançar o sucesso de forma sustentável em um mundo cada vez mais complexo e interconectado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Marca Pessoal é a projeção consciente de quem você é no mundo profissional. Mais do que imagem ou reputação, ela reúne seus valores, habilidades e história, te diferenciando na multidão. É como você deseja ser percebido, uma identidade cuidadosamente elaborada para o sucesso. Um aspecto fundamental na construção da Marca Pessoal é a autenticidade. Uma Marca Pessoal forte está enraizada no verdadeiro eu do indivíduo, refletindo seus valores, paixões e talentos inatos, de forma genuína. O *Personal Branding*, portanto, envolve não apenas gerenciar estrategicamente a imagem pessoal, mas também garantir que essa imagem seja autêntica e fiel à identidade do indivíduo (Estrada, 2016).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

Essa gestão estratégica da imagem profissional abrange a identificação, desenvolvimento, manutenção e monitoramento de todos os pontos de contato com o público-alvo. Isso significa que os profissionais devem estar atentos à forma como são percebidos pelos outros, tanto em interações presenciais quanto digitais, principalmente nos dias de hoje. Como afirmado por Manel Khedher "Indivíduos com uma Marca Pessoal forte geram valor ou valor para si mesmos, maximizam sua empregabilidade e aumentam seus ganhos" (Khedher, 2019).

A Marca Pessoal desempenha um papel crucial na carreira de um indivíduo. Ela não apenas influencia as oportunidades de emprego e progressão na carreira, mas também contribui para a construção de uma reputação sólida e duradoura. Uma Marca Pessoal bem construída e gerenciada pode atrair oportunidades alinhadas com o perfil profissional, personalidade, interesses e valores do indivíduo. O objetivo final é fazer um nome para si mesmo, tornando-se uma referência em sua área de atuação.

Em um mundo cada vez mais competitivo, investir no desenvolvimento da Marca Pessoal é essencial para alcançar o sucesso profissional. A autenticidade, a estratégia e o gerenciamento eficaz da imagem profissional são elementos-chave na construção de uma marca pessoal forte e impactante. Portanto, é fundamental que os profissionais dediquem tempo e esforço para desenvolver uma marca pessoal autêntica e alinhada com seus objetivos e valores individuais.

Teorias de Liderança

A liderança é uma habilidade essencial em todos os aspectos da vida de um indivíduo, desde ambientes organizacionais até esferas pessoais. Embora muitos líderes possuam características inatas, a liderança também pode ser desenvolvida ao longo da vida por meio do aprendizado e prática.

A definição de liderança é um tema amplamente debatido na literatura acadêmica, refletindo a complexidade e a subjetividade do conceito. (Stogdill, 1974, p. 259) observou que existem "quase tantas definições de liderança quanto pessoas que tentaram definir o conceito". "A liderança parece ser, tal como o poder, um conceito essencialmente contestado" (Gallie, 1955, citado em Grint, 2004).

Já Kellerman adverte contra a idealização dos líderes, enfatizando que eles são tão diversos quanto o resto de nós, com virtudes e, também, falhas (Kellerman, 2004, p. 45). Assim, a liderança não é necessariamente um conceito moral, mas sim um processo pelo qual um indivíduo influencia um grupo para alcançar um objetivo comum.

Como trouxe Augusto Cury em *Seja Líder de Si Mesmo*, "O maior líder é aquele que reconhece sua pequenez, extrai força de sua humildade e experiência da sua fragilidade". Portanto, "a liderança é um fenômeno complexo que afeta muitos outros processos organizacionais, sociais e pessoais importantes. Depende de um processo de influência, através do qual as pessoas são inspiradas a trabalhar em prol dos objetivos do grupo, não através da coerção, mas sim através da motivação pessoal" (Bolden, s. d.).



Relação entre Marca pessoal e Liderança

O ambiente profissional contemporâneo está em constante evolução, e nesse contexto, o Gerenciamento da Marca Pessoal e o papel da Liderança emergem como pilares fundamentais que exercem uma influência significativa na trajetória profissional e no impacto nas organizações. Enquanto a Marca Pessoal se concentra na criação de uma identidade e reputação distintas, a Liderança envolve orientar e inspirar outras pessoas em direção a uma visão compartilhada. A Marca Pessoal, em sua essência, é um esforço consciente e estratégico para moldar a imagem pública e a reputação de um indivíduo. Ela representa os valores, crenças, habilidades, atributos e narrativas que diferenciam um indivíduo dos outros. Com a proliferação das plataformas online e redes sociais na era digital, a Marca Pessoal foi amplificada, permitindo que os indivíduos estruturem e divulguem estrategicamente sua marca para um público global. No entanto, a autenticidade é um pilar essencial na construção da Marca Pessoal, que deve ser enraizada no verdadeiro eu, refletindo valores, paixões e talentos fundamentais (Viek; Centenaro; Zanella, 2022).

De acordo com o livro *Personal Branding nas Empresas*, uma pesquisa realizada pela BrandFog descobriu que 78% das pessoas preferem trabalhar para uma empresa cuja liderança é ativa nas mídias sociais, enquanto uma pesquisa da Edelman indica o *payoff* para fazê-lo, com 75% dos CEOs melhor classificados no Glassdoor devido ao uso de redes sociais.

A liderança transcende os limites dos títulos e posições, envolvendo a capacidade de inspirar, influenciar e orientar indivíduos ou equipes para alcançar objetivos comuns. Qualidades como visão, resiliência, empatia e determinação são incorporadas à liderança. No contexto organizacional, a liderança eficaz desempenha um papel fundamental no sucesso, sendo responsável por tomar decisões cruciais, resolver conflitos e cultivar um ambiente de trabalho positivo.

A Gestão da Marca Pessoal e a liderança estão intimamente ligadas, formando uma sinergia poderosa. Uma Marca Pessoal forte transmite autenticidade, credibilidade e confiabilidade, características indispensáveis para líderes de sucesso. Por outro lado, a liderança eficaz amplifica a Marca Pessoal, atraindo respeito, admiração e reconhecimento. Quando a Marca Pessoal se alinha ao estilo de liderança, promove um senso de integridade, enquanto a liderança baseada nos princípios da Marca Pessoal inspira e influencia outras pessoas de forma orgânica.

Para fortalecer tanto a Marca Pessoal quanto a liderança, é crucial investir no *Personal Branding*, desenvolvimento de liderança, *feedback* e *netweaving*. Essas práticas contribuem para o aprimoramento das habilidades de liderança e para o fortalecimento da Marca Pessoal, promovendo um crescimento 'simbiótico'. A Marca Pessoal dos líderes não apenas afeta a saúde da marca da organização, mas também é crucial para atrair talentos e influenciar positivamente a equipe. Uma Marca Pessoal forte constrói confiança, credibilidade e diferenciação, além de atrair oportunidades e promover o avanço na carreira. Portanto, é essencial que os líderes busquem entender sua Marca Pessoal, desenvolvê-la continuamente e alinhá-la aos objetivos da organização. Sendo assim, a Marca pessoal emerge como um aspecto fundamental da liderança, moldando não apenas a percepção individual, mas também o impacto coletivo.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

Relevância do Estudo de Casos de Líderes de Sucesso

O estudo de casos de líderes de sucesso tem se destacado como uma ferramenta indispensável na compreensão das competências e práticas que impulsionam o crescimento e a prosperidade das organizações contemporâneas. Recentemente, um estudo conduzido por Josh Bersin, uma autoridade global em Recursos Humanos, delineou as competências que mais impactam o sucesso das empresas. As conclusões revelam que o desenvolvimento de líderes e gestores, a gestão da mudança e comunicação, e a aplicação dos princípios do *design* organizacional estão no topo da lista.

A análise desses dados aponta para uma necessidade urgente de reavaliar o investimento na preparação dos líderes em todos os níveis hierárquicos. Conforme destacado por Bersin, a partir do estudo, uma falha na atenção dispensada à gestão das equipes se revela, tornando-se imperativo retomar os investimentos na capacitação dos líderes, abrangendo desde a alta até a baixa liderança.

Os líderes de médio escalão desempenham um papel crucial no sucesso organizacional, exigindo habilidades que vão desde o desenho e execução de planos estratégicos até a capacidade de resolver problemas complexos e comunicar-se eficazmente. A importância dessas habilidades foi enfatizada por Bersin, que destaca a necessidade de treinar os subordinados diretos para ampliar o impacto do trabalho deles, liderando com inteligência emocional e atraindo e retendo os melhores talentos.



Fonte: JOSH BERSIN. *Companies have been neglecting their leadership and it shows*

A inteligência emocional emerge como uma competência fundamental entre os líderes de sucesso de acordo com pesquisa desenvolvida pela Robert Walters, com 71% deles demonstrando alto grau de inteligência emocional. Essa capacidade não só molda a cultura organizacional, mas também promove um ambiente de confiança e respeito entre os colaboradores.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

Além disso, dados revelam que 94% dos jovens profissionais valorizam o aprendizado contínuo, evidenciando a necessidade de implementação de programas de treinamento personalizados. Adaptar o estilo de liderança também é essencial, com 53% dos *millennials* e da geração Z preferindo uma liderança mais participativa e colaborativa.

A comunicação aberta e transparente é destacada como chave para um bom relacionamento entre líderes e colaboradores, sendo valorizada por 80% dos colaboradores. O reconhecimento e a recompensa de conquistas individuais são igualmente fundamentais, motivando 78% dos jovens profissionais.

Citando novamente, a pesquisa de Josh Bersin é reforçada por estudos adicionais que demonstram os benefícios tangíveis de uma liderança eficaz. Empresas com excelentes práticas de desenvolvimento de liderança têm três vezes mais chances de encantar os clientes e ultrapassar as metas financeiras, sendo 17 vezes mais propensas a serem consideradas excelentes locais de trabalho.

Além disso, de acordo com uma matéria de 8 de dezembro de 2023 da Exame, marcas líderes como Apple, Microsoft e Amazon, que ocupam as primeiras posições no *ranking* "Top 100 Best Global Brands" da Interbrand, devem parte de seu sucesso aos seus líderes visionários.

Esses líderes não só fortaleceram suas marcas pessoais, mas também conquistaram e fidelizaram uma legião de "*brand lovers*".

Recentemente, um caso chamou atenção quando o CEO da JPMorgan, Jamie Dimon, teve sua remuneração anual ajustada em virtude do desempenho excepcional da empresa, que registrou o maior lucro da história dos bancos americanos no último ano. O reconhecimento oficial do conselho da empresa destaca "A empresa está em uma posição singularmente afortunada por ser liderada por um executivo tão talentoso e experiente, que continua a expandir a empresa, manter posições de liderança de mercado, fortalecer a reputação da empresa, investir em oportunidades para o futuro, promover a diversidade e as melhores práticas, gerenciar riscos e desenvolver grandes líderes, mantendo o foco nos clientes da empresa".

Esse caso ressalta a importância dos líderes de sucesso nas empresas e como eles podem impactar positivamente os resultados financeiros. Por outro lado, o oposto também é verdadeiro. Conforme reportado pela BBC em julho de 2023, desde que foi adquirido pelo empresário Elon Musk por US\$44 bilhões em outubro de 2022, o Twitter viu quase metade de sua receita publicitária evaporar. Musk implementou uma série de medidas de corte de custos, incluindo a demissão de cerca de metade dos 7,5 mil funcionários da plataforma após assumir a empresa. Este exemplo evidencia como a liderança pode influenciar significativamente o desempenho financeiro de uma organização.

Resumindo, o estudo de casos de líderes de sucesso oferece lições valiosas sobre as competências e práticas que impulsionam o crescimento e a inovação nas organizações modernas. Ao aprender com esses exemplos, as empresas podem desenvolver líderes capacitados e criar culturas organizacionais que promovam o crescimento, a inovação e o sucesso a longo prazo.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

MÉTODOS

Quando se dedica ao fortalecimento de nossa Marca Pessoal, é crucial considerar diversos elementos fundamentais. A marca vai além do logotipo, uma etiqueta ou um *slogan*; sua verdadeira essência reside em seu significado, refletindo um estilo de vida, uma postura, um conjunto de valores, uma expressão e conceito (Centenaro, 2022).

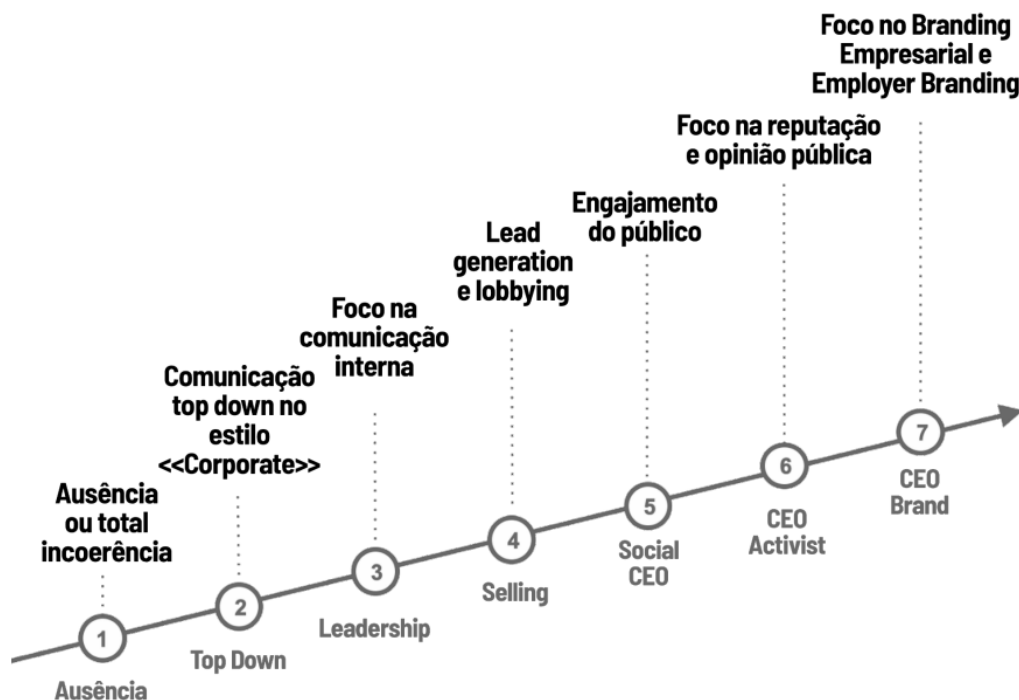
De acordo com o livro *Personal Branding nas Empresas*, "A marca do CEO tem diversas aplicações e pode acarretar três principais implicações nos negócios: publicidade, liderança e *branding* corporativo". No entanto, um líder pode se deparar com uma série de desafios relacionados à sua imagem. Por mais competente que seja, pode carecer de carisma ou reconhecimento, além de enfrentar problemas de autopercepção e autoconsciência. Pode até negligenciar completamente o uso das mídias sociais.

Em relação à sua carreira, o líder pode ter questões mal resolvidas, que podem eventualmente vir à tona. Ele pode desejar mudar de emprego ou repensar sua abordagem em relação à equipe, especialmente para lidar com as complexidades internas. É essencial que ele constantemente reavalie suas prioridades, saiba filtrar as oportunidades midiáticas e reconheça o momento adequado para recusar propostas.

É fundamental, mais do que para seus subordinados, que o líder gerencie sua vida privada de forma inteligente em termos de imagem, evitando conflitos com sua liderança. Conforme enfatizado por Peter Aceto, CEO da CannTrust, "os líderes bem-sucedidos serão avaliados não apenas pelo valor das ações individuais, mas também pela capacidade de gerenciar e comunicar-se com acionistas, funcionários, governos, comunidades e clientes". De acordo com o livro *Personal Branding nas Empresas*, existem sete níveis da marca do CEO:



Os sete níveis de marca do CEO



Fonte: Os sete níveis de Branding de CEO, página 84 do livro *Personal Branding nas Empresas*

A construção de uma marca pessoal forte e autêntica exige um processo meticuloso e estratégico, que se inicia com a definição clara do contexto, da visão de futuro e do público-alvo.

Este guia detalhado aborda os sete pilares que sustentam a construção de uma marca pessoal de sucesso para um líder:

1. Definição do Contexto

Tabela 1 - Definição do Contexto

Tipos de Análises	Estratégias
Análise do modelo de negócio	<ul style="list-style-type: none"> Identificar os principais produtos, serviços e diferenciais da empresa. Compreender o mercado em que a empresa atua e seus principais desafios.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR

ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar a estratégia de negócios da empresa e seus objetivos.
Análise da marca da empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os valores, missão e visão da empresa. • Compreender a personalidade da marca e como ela se comunica com o público. • Analisar a posição da marca no mercado e sua reputação.
Análise da presença <i>online</i> e pessoal do CEO	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os canais <i>online</i> e <i>offline</i> onde o CEO está presente. • Analisar o conteúdo que o CEO publica e como ele se comunica com o público. • Avaliar a imagem e reputação do CEO <i>online</i> e <i>offline</i>

Fonte: autor

2. Definição dos Objetivos

Tabela 2 - Definição dos Objetivos

Tipos de Objetivos	Estratégias
Objetivos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a visibilidade do CEO e da empresa. • Posicionar o CEO como líder de pensamento em seu setor. • Fortalecer a reputação da empresa e do CEO. • Atrair novos clientes e talentos para a empresa.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

Objetivos de comunicação	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma narrativa consistente sobre o CEO e a empresa. • Comunicar os valores, missão e visão da empresa. • Engajar o público com conteúdo relevante e interessante. • Gerar mídia espontânea e cobertura da imprensa.
--------------------------	---

Fonte: autor

3. Definição do Público-alvo

Tabela 3 - Definição do Público-alvo

Públicos	Exemplos
Público interno	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionários da empresa. • Líderes e <i>stakeholders</i> da empresa.
Público externo	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes da empresa. • Potenciais clientes da empresa. • Investidores e analistas de mercado. • Mídia e influenciadores.

Fonte: autor

4. Definição da Mensagem-Chave

- A mensagem-chave deve ser clara, concisa e relevante para o público-alvo.
- Deve comunicar os valores, missão e visão da empresa.
- Deve posicionar o CEO como líder de pensamento em seu setor.

5. Definição dos Canais de Comunicação

Tabela 4 - Definição dos Canais de Comunicação

Tipos de Canais	Exemplos
Canais <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> da empresa.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

	<ul style="list-style-type: none"> • Blog da empresa. • Redes sociais (LinkedIn, Twitter, Facebook, etc.). • Conteúdo online (artigos, vídeos, podcasts, etc.).
Canais <i>offline</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos e palestras. • Entrevistas para a mídia. • Publicações em revistas e jornais.

Fonte: autor

6. Definição do Plano de Ação

- O plano de ação deve ser detalhado e incluir prazos, responsáveis e recursos.
- Deve incluir atividades de comunicação *online* e *offline*.
- Deve ser monitorado e avaliado regularmente.

7. Métricas de Sucesso

As métricas de sucesso devem ser definidas de acordo com os objetivos do projeto. Algumas métricas comuns incluem:

- Número de visitas ao *website* da empresa.
- Número de seguidores nas redes sociais.
- Número de menções na mídia.
- Número de leads gerados.
- Retorno sobre o investimento (ROI).

Critérios de seleção da Taylor Swift como estudo de caso

No cenário atual, o *Personal Branding* têm se tornado cada vez mais relevante para indivíduos de destaque em diferentes campos, inclusive na indústria da música. Um exemplo notável é Taylor Swift, cujo sucesso não se limita apenas ao seu talento musical, mas também à sua habilidade excepcional em criar e manter uma marca pessoal forte. Neste Estudo de Caso, explora-se os critérios de seleção empregados por Taylor Swift visando analisar a relação entre a gestão da marca pessoal e liderança, destacando os elementos-chave que contribuíram para sua ascensão como uma líder de sucesso.



Histórico da Carreira

Taylor Swift, a sensação *pop* global, não apenas conquistou o estrelato, mas o fez com autenticidade e adaptabilidade. Sua jornada para se tornar uma das artistas mais proeminentes da atualidade começou em Reading, Pensilvânia, onde nasceu em 13 de dezembro de 1989. Crescendo em uma fazenda de árvores de Natal, ela desenvolveu uma paixão pela música e contar histórias desde muito nova. Seus pais, Scott e Andrea Swift, reconheceram seu talento e a incentivaram a seguir seus interesses musicais desde cedo, transmitindo-lhe a importância de nutrir suas paixões - uma lição que moldou sua jornada de liderança.

Aos 14 anos, Taylor Swift e sua família mudaram-se para Nashville, Tennessee, o epicentro da indústria da música *country*. Seu objetivo era tornar-se uma estrela da música *country*, um desafio considerável em um gênero tradicionalmente dominado por artistas estabelecidos. No entanto, ela demonstrou uma habilidade notável para se adaptar e navegar pelo cenário competitivo da indústria, mostrando uma resiliência que a caracterizaria como líder.

Vale ressaltar que a música *country* é um gênero musical originário dos Estados Unidos, mais precisamente no Sul do País, na década de 1920 e desenvolveu a partir de uma mistura de elementos da música folclórica, *blues* e *gospel* e é conhecida por suas letras que, muitas vezes, narram histórias emocionais e a vida rural americana. De acordo com uma pesquisa da Nielsen, em 2015 foram registradas mais de 4 mil estações de rádio especializadas somente *Country Music* somente nos EUA.

Uma das qualidades mais marcantes de Taylor Swift é sua autenticidade. Desde o lançamento de seu álbum de estreia autointitulado em 2006, ela escreveu e cantou sobre suas experiências de vida, permitindo que seus fãs vissem seu verdadeiro eu. Essa vulnerabilidade ressoou profundamente com seu público, distinguindo-a em um mundo repleto de pessoas "mais do mesmo". O sucesso comercial dela é notável, com seus álbuns consistentemente liderando as paradas e recebendo inúmeros prêmios, incluindo 11 *Grammy Awards*.

Ao longo de sua carreira, Taylor Swift acumulou uma série impressionante de realizações e recordes. Seus álbuns, desde o primeiro até os mais recentes, têm sido sucessos de vendas e crítica. De "*Fearless*" a "*1989*" e "*Reputation*", cada lançamento solidificou sua posição como uma das artistas mais influentes da indústria musical. Ela também quebrou recordes de vendas e presença nos palcos, consolidando sua reputação como uma força a ser reconhecida na música *pop* contemporânea.

Além de suas realizações na indústria musical, Taylor Swift também foi reconhecida por seu impacto cultural e social. Ela se destacou como uma defensora dos direitos das mulheres, da igualdade e da justiça social. Seus posicionamentos públicos e ações filantrópicas mostram seu compromisso com causas importantes, inspirando fãs em todo o mundo.

Principais Conquistas

Taylor Swift emergiu como uma das artistas mais influentes da indústria musical contemporânea, conquistando uma série de feitos notáveis ao longo de sua carreira. Neste estudo,



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

visa-se destacar suas principais realizações comerciais, seu impacto cultural e ativismo, bem como suas conquistas específicas e reconhecimento da indústria.

A cantora alcançou um sucesso comercial impressionante, com vendas de álbuns ultrapassando a marca de 200 milhões em todo o mundo, solidificando seu lugar como uma das artistas mais vendidas de todos os tempos. Suas turnês globais não apenas geram receitas substanciais, mas também atraem milhões de fãs, demonstrando sua enorme base de seguidores. Além disso, sua prateleira de prêmios inclui 12 *Grammy Awards*, 40 *American Music Awards*, 29 *Billboard Music Awards* e um *Brit Award*, entre muitos outros, destacando seu reconhecimento na indústria.

Além de suas realizações comerciais, Taylor Swift também deixou uma marca significativa no cenário cultural e social. Como compositora, suas músicas muitas vezes compartilham narrativas pessoais que ressoam com seus fãs, solidificando sua posição como uma narradora talentosa e emocionalmente envolvente. Ela é amplamente reconhecida como um ícone da moda e uma fonte de inspiração para jovens mulheres em todo o mundo, destacando sua influência cultural. Além disso, a cantora utiliza sua plataforma para abordar questões sociais importantes, incluindo igualdade de gênero e justiça social, demonstrando seu compromisso com causas significativas além da música.

Além de seu sucesso geral, Taylor Swift acumulou uma série de conquistas específicas que a distinguem como uma força singular na indústria musical. Ela é a primeira mulher a ganhar o *Grammy Award de Álbum do Ano* duas vezes, e a artista mais jovem a conquistar esse prêmio. Além disso, ela detém o recorde de maior número de *American Music Awards* ganhos por uma artista solo, e é a única artista na história a ter seus primeiros seis álbuns estreando em primeiro lugar na *Billboard 200*. Sua notável presença na *Billboard 200* foi ainda mais ressaltada quando todos os seus álbuns de estúdio ocuparam o *Top 10* simultaneamente.

Taylor Swift recebeu reconhecimento significativo da indústria e da mídia. Ela foi incluída na lista da *Time* como uma das 100 pessoas mais influentes do mundo em várias ocasiões, destacando sua influência global e duradoura. Em 2019, foi agraciada com o prêmio "Artista da Década" pela *Billboard*, reconhecendo seu impacto e contribuição contínuos para a música. Além disso, em 2020, ela fez história ao se tornar a primeira mulher a receber o título de "Compositora do Ano" pela Academia Americana de Música *Country*, solidificando ainda mais seu legado na composição musical.

Perfil como Líder Influyente

No mundo dinâmico da liderança, há muito a ser aprendido com indivíduos que deixaram sua marca de forma notável, especialmente aqueles que o fizeram com um senso inegável de autenticidade e adaptabilidade. Taylor Swift, a sensação *pop* global, é um exemplo perfeito dessas qualidades.

Uma das características mais marcantes de Taylor Swift é sua autenticidade. Desde o lançamento de seu primeiro álbum, ela compartilhou suas experiências de vida por meio de sua música, criando uma conexão genuína com seus fãs. Sua honestidade e vulnerabilidade a destacam em um mundo de personas fabricadas, mostrando que ser genuíno pode ser uma poderosa ferramenta de liderança.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

Taylor Swift é uma das artistas musicais mais vendidas de todos os tempos, com álbuns consistentemente no topo das paradas e 11 prêmios Grammy em seu nome. Sua capacidade de permanecer fiel à sua arte, ao mesmo tempo em que se adapta às mudanças na indústria da música, é um testemunho de sua liderança resiliente e visionária.

A jornada de Taylor Swift também destaca a importância de levar as mulheres a sério na indústria da música e em todas as esferas da vida. Sua perseverança em um ambiente dominado por homens é um exemplo inspirador de superar adversidades e conquistar o sucesso. As principais lições de liderança que podemos citar de Taylor Swift são:

- **Ouvir Ativamente:** Tratar seus fãs como colaboradores valiosos, valorizando o *feedback* e as tendências do mercado.
- **Abraçar a Autenticidade:** Celebre sua jornada única e seja real, mesmo nas partes mais desafiadoras.
- **Radiar Alegria:** Criar um ambiente de trabalho positivo e compartilhe a alegria do sucesso, inspirando entusiasmo em sua equipe.

Taylor Swift não apenas personifica esses princípios de liderança, mas também os compartilha com o mundo, inspirando outros a buscar autenticidade, adaptabilidade e sucesso em suas próprias jornadas de liderança.

GESTÃO DA MARCA PESSOAL DE TAYLOR SWIFT

A indústria do entretenimento é um terreno constantemente mutável, onde a imagem pública de um artista pode ser o fator determinante para o sucesso de sua carreira. Taylor Swift é um exemplo extraordinário de como a gestão da marca pessoal pode não apenas impulsionar a carreira de um artista, mas também criar uma comunidade sólida e duradoura ao seu redor.

Desde seu início como cantora *country* até se tornar um ícone global do *pop*, Taylor Swift tem navegado habilmente pelas águas turbulentas da indústria musical, utilizando estratégias de *branding* e marketing que merecem atenção.

A marca pessoal de Taylor Swift é uma das mais brilhantes no cenário atual do entretenimento. Ela não apenas nasceu com um talento musical inquestionável, mas também soube compartilhar esse talento com um público vasto e diversificado. Sua habilidade em cultivar uma imagem autêntica e cativante ao longo das últimas duas décadas a transformou em um verdadeiro fenômeno, com um patrimônio líquido de bilhões de dólares e uma base de fãs que abrange metade da população dos Estados Unidos.

O que torna a jornada de Taylor Swift ainda mais notável é sua capacidade de se reinventar sem perder sua essência. Ela começou como uma cantora *country*, conquistou o coração de milhões de adolescentes com suas músicas sinceras e sua persona acessível. No entanto, ao fazer a transição



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

para o *pop*, ela não apenas expandiu seu público, mas também mostrou ao mundo sua versatilidade como artista.

Um dos elementos-chave por trás do sucesso da marca pessoal de Taylor Swift é sua autenticidade. Desde o início de sua carreira, ela tem sido fiel a si mesma, compartilhando suas experiências pessoais e emocionais através de suas músicas e interações com os fãs. Essa autenticidade não apenas criou uma conexão profunda com seu público, mas também atraiu novos seguidores que se identificam com essa sua sinceridade.

Além disso, a criatividade tem sido um ponto-chave na gestão da marca. Sua capacidade de contar histórias cativantes através de sua música e vídeos a transformou em uma verdadeira contadora de histórias, capaz de criar narrativas que ressoam com milhões em todo o mundo.

Outro aspecto crucial das estratégias de marca pessoal dela é sua consistência. Ao longo de sua carreira, ela manteve uma imagem visual coesa e reconhecível, cuidadosamente elaborada para refletir sua personalidade e valores. Sua presença nas redes sociais também desempenhou um papel fundamental na construção de sua marca, permitindo-lhe envolver-se diretamente com seus fãs e criar uma comunidade online ativa e engajada.

Resumindo, a jornada de Taylor Swift é um exemplo inspirador de como a construção de uma marca pessoal sólida é crucial para o sucesso até na indústria do entretenimento. Sua autenticidade, criatividade e consistência ao longo dos anos a transformaram em um verdadeiro ícone, cuja influência vai muito além da música.

Elementos-chave da marca pessoal de Taylor Swift

Ao longo de sua carreira, Swift demonstrou consistentemente diversos elementos-chave que contribuem para sua marca pessoal única e duradoura como pode-se analisar na tabela a seguir:

Tabela 5 - Elementos-chave da marca pessoal de Taylor Swift

Elementos-chave	Justificativa
Autenticidade	No cerne da marca pessoal de Taylor Swift está a autenticidade. Desde o início de sua carreira, ela se destacou por permanecer fiel a si mesma, independentemente das mudanças de gênero musical ou pressões da indústria. Sua abordagem genuína à música e à sua persona pública ressoa com seus fãs, que valorizam sua vulnerabilidade e franqueza. As letras de suas músicas, frequentemente baseadas em experiências e emoções pessoais,



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

	estabelecem uma conexão profunda com seu público, cultivando um senso de confiança e lealdade.
Acessibilidade e Proximidade	Apesar de seu enorme sucesso, Taylor Swift mantém uma imagem acessível, permitindo que seus fãs se sintam parte de sua jornada. Sua presença ativa nas redes sociais (com aproximadamente 526 milhões de seguidores, Taylor Swift está entre os 5 primeiros contas mais seguidas) onde interage regularmente com seus seguidores, reforça essa acessibilidade. Como cantora e compositora conhecida por sua honestidade em seu trabalho, Swift compartilha detalhes sutis de sua vida pessoal em suas músicas, permitindo que seus fãs se identifiquem e se conectem ainda mais com ela.
Dedicação ao Trabalho	A marca pessoal de Taylor Swift é caracterizada por sua dedicação incansável ao seu trabalho. Reconhecida por sua atenção meticulosa aos detalhes e ética de trabalho, ela demonstra consistentemente seu compromisso com a excelência, desde o planejamento estratégico de seus lançamentos até suas performances ao vivo cativantes. Além disso, sua participação ativa no lado empresarial de sua carreira, defendendo os direitos dos artistas e combatendo práticas injustas na indústria, mostra sua determinação em proteger não apenas seus próprios interesses, mas também os de seus colegas músicos.
Fãs	Os fãs de Taylor Swift desempenham um papel fundamental em sua marca pessoal. Marcas fortes como a Apple e a Warby Parker - ambas empresas com altos Índices Líquidos de



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR

ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

	<p>Promotores - sabem que construir fãs é importante, e transformar fãs em promotores é a chave para crescer e manter uma marca poderosa. Uma pesquisa realizada pela Morning Consult revelou que mais de 53% dos americanos são fãs de Taylor Swift, dos quais 16% se consideram <i>Swifties</i>. Taylor reconhece a importância de seus fãs e demonstra seu apreço por eles, mostrando que se importa com seu bem-estar e reconhecendo suas contribuições de maneiras significativas. Essa base de fãs fervorosa não apenas impulsiona sua carreira, mas também fortalece sua marca pessoal.</p>
Compaixão e Empatia	<p>Se você quiser influenciar as decisões das pessoas, acessar suas emoções é essencial. Além de sua música, Taylor Swift demonstra compaixão genuína em suas ações filantrópicas e interações com os fãs. Sua preocupação pelos outros, evidente em sua generosidade e apoio a causas importantes como educação, ajuda em casos de desastre, sobreviventes de agressão sexual e comunidade LGBTQ+, solidifica ainda mais sua imagem como uma pessoa compassiva e atenciosa. Recentemente, durante sua turnê no Rio de Janeiro, Swift mostrou sua preocupação com o bem-estar de seus fãs, orientando a equipe a distribuir água em um show e, em Filadélfia, intervindo quando um segurança estava sendo rude com os espectadores em outro.</p>
Confiança e Coragem	<p>Taylor Swift demonstra confiança ao assumir riscos criativos e defender suas convicções. Sua disposição para experimentar diferentes</p>



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

	gêneros musicais e enfrentar questões como a remuneração dos artistas no Spotify mostra sua determinação em tomar uma posição e se manter fiel a seus valores, mesmo diante de críticas ou adversidades.
Evolução Constante	A capacidade de Taylor Swift de se adaptar e evoluir ao longo de sua carreira é fundamental para sua marca pessoal. Desde seus primeiros dias como cantora <i>country</i> até sua transição para o <i>pop</i> e além, ela demonstra uma disposição para explorar novos caminhos criativos, mantendo-se fiel a si mesma. Sua capacidade de evoluir enquanto permanece autêntica a torna uma figura relevante e inspiradora para várias gerações de fãs.
Parcerias e Colaborações	Taylor Swift se uniu a várias empresas e artistas, não apenas na indústria musical, para expandir sua presença de marca e mostrar sua versatilidade. Ela endossou marcas como Diet Coke e Apple Music e colaborou com artistas como Ed Sheeran e Kendrick Lamar. Essas parcerias permitiram que ela alcançasse novos públicos e explorasse diferentes gêneros, provando que ela é mais do que apenas uma estrela <i>pop</i> .

Fonte: autor

Impacto da marca pessoal em sua carreira e influência

Taylor Swift emergiu como uma das artistas mais influentes de sua geração, não apenas por sua música cativante, mas também por sua habilidade de construir e promover sua marca pessoal de maneira estratégica. Um exemplo notável do impacto da marca pessoal de Taylor Swift é sua parceria com o jogador da NFL, Travis Kelce, do Kansas City Chiefs. Esta colaboração não só aumentou sua visibilidade no mundo dos esportes, mas também demonstrou sua capacidade de transcender fronteiras e atrair um novo público para a liga de futebol americano. Estima-se que essa associação



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

tenha gerado um valor de marca de US\$ 122 milhões para a NFL em 2023, ilustrando como uma marca pessoal forte pode influenciar não apenas a carreira individual, mas também setores inteiros.

A jornada de Taylor Swift não tem sido isenta de desafios e controvérsias. Desde disputas públicas com outros artistas até batalhas legais com sua antiga gravadora, ela enfrentou obstáculos significativos ao longo de sua carreira. No entanto, o que a distingue não é a ausência de desafios, mas sim sua habilidade de transformá-los em oportunidades de *branding*.

Por exemplo, após o infame incidente com Kanye West em 2009, quando Kanye interrompeu o discurso de aceitação dela no MTV Video Music Awards. Na ocasião, Taylor Swift havia ganhado o prêmio de Melhor Vídeo Feminino por "*You Belong with Me*", e enquanto ela estava fazendo seu discurso de agradecimento, ele invadiu o palco, pegou o microfone e afirmou que o prêmio deveria ter sido dado a Beyoncé, em que o vídeo "*Single Ladies (Put a Ring on It)*" ele considerava superior. Taylor Swift assumiu o controle de sua narrativa e utilizou-o como uma plataforma para promover seu álbum "*Reputation*", abordando temas de traição e resiliência. Da mesma forma, sua disputa legal com a antiga gravadora permitiu-lhe regravar seus antigos álbuns e recuperar o controle sobre sua música e imagem. Swift demonstrou uma capacidade notável de usar controvérsias para redefinir sua narrativa, mostrando resiliência e um entendimento aguçado de como manter o controle sobre sua imagem pública.

A mais recente turnê mundial de Taylor Swift, intitulada "Eras", tem o potencial de se tornar a turnê mais rentável de todos os tempos. Com uma estimativa inicial de arrecadar US\$ 500 milhões, e um preço médio de ingresso de US\$ 215 (R\$ 1.000), a receita da turnê pode chegar a impressionantes US\$ 1,5 bilhão (R\$ 7,6 bilhões) se o preço médio do ingresso atingir US\$ 700 (R\$ 3.500), dependendo do local do show. Adicionalmente, a adição de datas internacionais pode elevar ainda mais esse número, tornando a "Eras" a turnê de maior bilheteria da história, mesmo com menos shows, graças aos preços médios de ingressos mais altos.

A "Eras Tour" não apenas demonstra o poder da marca pessoal de Taylor Swift em atrair multidões e gerar receita substancial, mas também destaca sua capacidade de manter o interesse e o engajamento de seu público ao longo de sua carreira. Embora a jornada de Swift esteja profundamente enraizada na indústria do entretenimento, os princípios de sua marca pessoal podem ser aplicados em diversos campos. A autenticidade, a evolução estratégica e o controle eficaz da narrativa são universalmente relevantes nos negócios, esportes, entretenimento e em muitas outras indústrias.

A sua capacidade de navegar na indústria do entretenimento enquanto mantém sua autenticidade a transformou em um ícone cultural. Esta interseção entre a marca pessoal e o sucesso geral é um lembrete do papel vital que a marca pessoal desempenha na conquista de um sucesso sustentado e de longo prazo.

A trajetória de Taylor Swift, fica claro que a construção e a gestão cuidadosa de uma marca pessoal podem abrir portas, criar oportunidades e influenciar não apenas carreiras individuais, mas também setores inteiros, demonstrando o impacto poderoso que uma marca pessoal bem desenvolvida pode ter na carreira e na influência de um indivíduo.



Liderança eficaz na carreira de Taylor Swift

Taylor Swift é muito mais do que uma estrela *pop* de renome mundial; ela é uma líder nata. Sua jornada desde os primeiros dias como uma aspirante a artista até se tornar uma das figuras mais influentes da música e dos negócios oferece uma série de lições valiosas sobre liderança, autenticidade e resiliência.

Ao longo de sua carreira, Taylor Swift enfrentou desafios e controvérsias, mas sempre demonstrou coragem para assumir uma posição e defender seus valores. Mesmo quando confrontada com o medo das repercussões, ela optou por fazer o que é certo, seja expressando sua opinião sobre questões políticas ou enfrentando disputas legais. Esta disposição para assumir uma posição é fundamental para a liderança, pois mostra integridade e determinação em seguir o que se acredita ser correto.

Um exemplo disso foi quando um homem que ela acusou de agredi-la a processou em 2015, ela pediu um dólar como indenização e ganhou o processo. Outro exemplo foi a disputa judicial a respeito dos direitos autorais de suas produções, Taylor Swift assumiu o controle da discussão e prometeu aos fãs que regravaria as músicas – apesar de ter perdido os direitos de suas canções à ex-gravadora. Muitos da indústria musical esperavam que ela falhasse miseravelmente na regravação dos seus antigos álbuns. No entanto, eles não notaram que, ao longo dos anos, ela construiu uma base de fãs comprometida em vê-la ter sucesso. De acordo com a Billboard, desde o dia do lançamento até a última semana, o álbum *Red* (Versão de Taylor) – produção regravada pela cantora – vendeu 1,56 milhões de unidades, de acordo com a plataforma de dados de vendas musicais Luminate.

Essa capacidade de enfrentar desafios de frente e manter a confiança em sua própria habilidade é uma característica essencial de um líder eficaz como pode-se analisar na tabela a seguir:

Tabela 6 - Liderança eficaz na carreira de Taylor Swift

Pontos principais	Justificativa
Atualização constante	Uma das marcas registradas de Taylor Swift é sua capacidade de se reinventar e se superar continuamente. Sua resiliência, criatividade e atenção aos detalhes são admiráveis e demonstram a importância da melhoria contínua na liderança. Assim como ela busca constantemente melhorar suas habilidades e performances, os líderes também devem se esforçar para se atualizar e se adaptar às mudanças em seu ambiente e setor.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

Investindo em sua marca	Taylor Swift construiu uma das marcas mais reconhecidas do mundo, e isso não se deve apenas ao seu talento musical. Sua capacidade de autenticidade, marketing eficaz e diversificação de fontes de receita a tornaram uma empresária de sucesso. Ao investir em sua marca pessoal e expandir seus empreendimentos comerciais, ela fortaleceu sua posição como uma líder influente não apenas na música, mas também nos negócios.
-------------------------	---

Fonte: autor

Além das lições específicas extraídas da jornada de Taylor Swift, sua trajetória também ressoa com os princípios fundamentais da liderança feminina. Assim como ela desafia estereótipos e molda uma nova narrativa de liderança baseada na autenticidade, resiliência e colaboração, as mulheres líderes em todas as áreas enfrentam desafios semelhantes e demonstram qualidades essenciais de liderança.

Tomada de decisões estratégicas

Tomar decisões estratégicas é uma parte essencial da liderança, e ninguém exemplifica isso melhor do que Taylor Swift. Aqui estão algumas lições valiosas que se pode aprender com suas decisões estratégicas:

1. Assumir o risco: Taylor Swift não teve medo de assumir riscos, mesmo quando já estava no auge de sua carreira. Ao fazer a transição de suas raízes country para o pop, ela desafiou as expectativas e desanimou alguns de seus primeiros fãs. No entanto, essa aposta valeu a pena, resultando na turnê de maior bilheteria de 2015. Da mesma forma, as marcas que se apegam ao *status quo* correm o risco de se tornarem obsoletas. É essencial enfrentar atualizações e mudanças para sobreviver e prosperar no mercado.

2. Mudar com o tempo, não depois dele: A indústria da música é um exemplo perfeito de como a interrupção pode afetar os negócios. Taylor Swift demonstrou a importância de se adaptar às mudanças ao alinhar-se com exclusividade à Apple Music em 2014, em meio à ascensão do streaming. Ela reconheceu a importância de seguir a onda da mudança, em vez de ser arrastada por ela. O mesmo princípio se aplica a outras indústrias, onde a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades pode determinar o sucesso ou o fracasso de uma empresa.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

3. Misturar o antigo e o novo: O álbum "*Reputation*" de Taylor Swift é um exemplo de como combinar mídias tradicionais e digitais pode ser eficaz na construção de uma marca. Ao lançar vendas avançadas em mídia física nas lojas Target e Walmart, juntamente com uma revista impressa de 72 páginas, ela mostrou uma abordagem inovadora para alcançar os fãs. Essa estratégia destaca a importância de abraçar diferentes formas de mídia para criar uma experiência única e envolvente para o público.

4. Ser criativo e ousado para se destacar: Taylor Swift sempre se destacou por sua criatividade e ousadia. Ao longo de sua carreira, ela evoluiu sua imagem e estilo musical, desafiando as expectativas e moldando sua própria narrativa. Essa abordagem destaca a importância de ser autêntico e corajoso na busca pelo sucesso, mesmo que isso signifique enfrentar críticas e oposição.

5. Não agradar a todos: Ao longo de sua carreira, Taylor Swift enfrentou críticas e controvérsias, mas nunca permitiu que isso a impedisse de seguir em frente. Ela reconheceu que é impossível agradar a todos e concentrou-se em seu próprio caminho e visão. Essa mentalidade é crucial para qualquer líder que deseje tomar decisões estratégicas e alcançar o sucesso a longo prazo. Ao assumir riscos, adaptar-se às mudanças, manter a autenticidade e seguir sua própria visão, ela conquistou um lugar de destaque na indústria da música.

Influência sobre fãs e seguidores

Taylor Swift não apenas cativa os corações de milhões de fãs ao redor do mundo com sua música, mas também exerce uma influência significativa sobre seus seguidores e até mesmo em setores inesperados, como o futebol americano, por exemplo. Uma recente pesquisa conduzida pela empresa *Morning Consult* revelou que mais da metade da população adulta dos Estados Unidos se considera fã da cantora. Esse estudo, realizado em preparação para a turnê *The Eras*, revelou que 53% dos norte-americanos se identificam como fãs de Taylor Swift, sendo que 16% são considerados fãs ávidos. Entre esses, 44% se autodenominam "*swifties*", termo carinhoso dado ao fandom da cantora.

O perfil dos fãs de Swift também foi analisado, mostrando que as mulheres compõem 52% dos fãs ávidos, enquanto 48% são homens. Além disso, a maioria dos fãs (74%) é composta por brancos, seguidos por negros (13%), asiáticos (9%) e membros de outras raças (4%). A idade média dos fãs da cantora é de 26 anos.

Surpreendentemente, a influência de Taylor Swift ultrapassa os limites da indústria musical e chega ao mundo do futebol americano. Sua relação amorosa com o jogador Travis Kelce, do Kansas City Chiefs, chamou a atenção da mídia e abriu as portas para um novo público – jovens mulheres. Esta é uma demonstração poderosa de como as mulheres podem ser agentes de mudança em domínios historicamente dominados por homens, como é o caso da NFL.

A presença dela nos jogos de futebol americano não apenas atraiu um novo público feminino, mas também teve um impacto significativo no aspecto econômico da liga. Estima-se que sua influência



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFIS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

tenha gerado mais de \$300 milhões para a NFL, com o aumento da audiência feminina em 20%, impulsionando as vendas de produtos e até influenciando as assinaturas de serviços de *streaming*. Por exemplo, durante uma partida entre os Chiefs e os Dolphins, o número de novos assinantes do Peacock aumentou em 3 milhões no fim de semana do jogo.

Esses dados refletem não apenas o poder de Taylor Swift como uma figura influente na cultura pop, mas também a influência significativa das mulheres em geral. Relatórios mostram que as mulheres influenciam mais de 85% das compras do consumidor. À medida que a NFL atrai uma audiência mais jovem e progressista, a voz feminina se torna cada vez mais importante.

O caso de Taylor Swift serve como um exemplo valioso para a NFL e para outras indústrias: a diversidade e a representação importam. Sua presença nos jogos não só promove a inclusão, mas também mostra o poder econômico que vem com a diversidade.

Para as mulheres que assistem aos jogos, a jornada de Taylor Swift oferece inspiração. Ao abraçar seus talentos e usar sua voz sem desculpas, ela abriu portas para outras mulheres. Isso ressoa com qualquer líder feminina aspirante que busca criar oportunidades em espaços inesperados. Assim como ela, abordar as possibilidades com confiança e determinação pode levar a um futuro de igualdade para todas as mulheres.

DISCUSSÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Como podemos analisar neste presente estudo, Taylor Swift é um exemplo notável de como a gestão da marca pessoal e a liderança se entrelaçam para impulsionar o sucesso na indústria musical. Desde sua ascensão meteórica na adolescência, ela vem construindo uma marca autêntica e poderosa, que se consolidou como um pilar fundamental de sua liderança.

A marca de Taylor Swift se baseia em pilares como autenticidade, vulnerabilidade e empoderamento feminino. Através de suas músicas, entrevistas e presença nas redes sociais, ela se conecta com seu público de forma genuína, compartilhando suas experiências, alegrias e desafios. Essa postura autêntica gera uma forte identificação com seus fãs, que a veem como uma figura próxima e inspiradora.

A conexão genuína com seu público se traduz em uma liderança natural. Taylor utiliza sua plataforma para dar voz a causas sociais importantes, como o feminismo, a igualdade LGBTQIA+ e o combate ao bullying. Ela também se destaca como líder dentro da indústria musical, defendendo os direitos dos artistas e lutando por um cenário mais justo. Alguns exemplos da Influência de sua Marca:

1. **Empoderamento Feminino:** A música "*Shake It Off*" se tornou um hino para mulheres que se recusam a se submeter aos padrões sociais.
2. **Ativismo Político:** Taylor se manifestou publicamente contra figuras políticas e em favor do voto nas eleições americanas.
3. **Luta pelos Direitos dos Artistas:** Ela se posicionou contra o Spotify e outras plataformas de streaming por questões de pagamento e direitos autorais.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

A marca pessoal de Taylor Swift, construída sobre a base da autenticidade, empoderamento e conexão com seu público, se tornou um instrumento poderoso de liderança. Através de sua voz e influência, ela inspira milhões de pessoas ao redor do mundo e impacta positivamente a indústria musical.

CONSIDERAÇÕES

Ao analisar os critérios de seleção adotados por Taylor Swift neste Estudo de Caso, torna-se evidente a profundidade dos *insights* que emergem sobre a intersecção entre a gestão da marca pessoal e liderança. A jornada de sucesso de Taylor Swift não apenas ilustra, mas também valida a importância de elementos fundamentais, como autenticidade, gestão de imagem, resiliência e responsabilidade social, na formação de uma marca pessoal sólida e influente. A compreensão desses pilares essenciais oferece não apenas uma visão mais clara da estratégia por trás da marca da cantora, mas também fornece um modelo valioso para indivíduos e líderes em busca de sucesso e impacto significativos em suas respectivas esferas.

Em primeiro lugar, a autenticidade se revela como um dos pilares mais sólidos da marca pessoal de Taylor Swift. Desde os primórdios de sua carreira, ela se destacou por manter-se fiel a si mesma, independentemente das pressões externas ou mudanças de cenário na indústria musical. Sua abordagem genuína à música e à sua persona pública ressoa com seus fãs, que valorizam sua vulnerabilidade e franqueza. As letras de suas músicas, frequentemente baseadas em experiências e emoções pessoais, estabelecem uma conexão profunda com seu público, cultivando um senso de confiança e lealdade. Além disso, dados recentes mostram que Taylor Swift possui uma base de fãs extremamente engajada, com uma enorme presença nas redes sociais, o que reflete a força de sua autenticidade como um componente central de sua marca pessoal.

Além disso, a dedicação incansável de Taylor Swift ao seu trabalho também se destaca como um fator crucial na gestão da marca pessoal. Reconhecida por sua atenção meticulosa aos detalhes e ética de trabalho, ela demonstra consistentemente seu compromisso com a excelência, desde o planejamento estratégico de seus lançamentos até suas performances ao vivo cativantes. A sua participação ativa no lado empresarial de sua carreira, defendendo os direitos dos artistas e combatendo práticas injustas na indústria, mostra sua determinação em proteger não apenas seus próprios interesses, mas também os de seus colegas músicos. Esses dados concretos corroboram a importância da dedicação e do comprometimento como elementos essenciais na consolidação de uma marca pessoal forte e impactante.

Outro aspecto fundamental é o papel dos fãs de Taylor Swift na construção e sustentação de sua marca pessoal. Marcas fortes como a Apple, por exemplo, sabe que construir fãs é importante, e transformar fãs em promotores é a chave para crescer e manter uma marca poderosa.

Por fim, a evolução constante de Taylor Swift ao longo de sua carreira destaca a importância da adaptabilidade e da inovação na construção de uma marca pessoal relevante e duradoura. Desde seus primeiros dias como cantora *country* até sua transição para o *pop* e além, ela demonstra



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

disposição para explorar novos caminhos criativos, mantendo-se fiel a si mesma. Sua capacidade de evoluir enquanto permanece autêntica a torna uma figura relevante e inspiradora para várias gerações de fãs. Além disso, suas parcerias estratégicas com empresas e artistas, bem como sua participação em causas filantrópicas, demonstram sua versatilidade e compromisso com questões importantes, reforçando ainda mais sua marca pessoal como uma força positiva e influente.

Ao considerar todos esses aspectos, torna-se claro que marca pessoal de Taylor Swift serve como um estudo de caso valioso e inspirador sobre a interseção entre a gestão da marca pessoal e liderança. Sua jornada de sucesso oferece uma série de lições que podem ser aplicados a diversas áreas e contextos, destacando a relevância contínua desse tema hoje em dia. Como líderes e profissionais podem aprender com a autenticidade, dedicação, engajamento com os fãs e capacidade de evolução de Taylor Swift para fortalecer sua própria marca pessoal e alcançar o sucesso de forma significativa e sustentável.

REFERÊNCIAS

AVOLIO, Bruce J.; GARDNER, William L. Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. **The Leadership Quarterly**, v. 16, n. 3, p. 315-338, 2005. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984305000263>. Acesso em: 25 abr. 2024.

BBC. O que faz destas marcas as mais valiosas do mundo? A marca pessoal de seus CEOs. **BBC NEWS**, 17 jul. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cd1j2g05vqzo>. Acesso em: 25 abr. 2024.

BERSIN, Josh. Companies have been neglecting their leadership and it shows. [S. l.]: Josh Bersin, 2023. Disponível em: <https://joshbersin.com/2023/11/companies-have-been-neglecting-their-leadership-and-it-shows/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

BOLDEN, Richard. **What Is Leadership?** [S. l.]: Richard Bolden, s. d. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/29810622_What_is_Leadership. Acesso em: 25 abr. 2024.

ESTRADA, V. Personal Branding y Marca Personal: Gestionando la Impronta de Tom Peters. **Medium**, 25 apr. 2026. Disponível em: <https://profesorestrada.pro/personal-branding-y-marca-personal-gestionando-la-impronta-de-tom-peters-7a59947c2fce>. Acesso em: 25 abr. 2024.

GALLIE, W. B. Essentially Contested Concepts. **Proceedings of the Aristotelian Society**, v. 56, p. 167–198, 1955.

GRINT, K. What is leadership? From an Aristotelian perspective. **Leadership and Organization Development Journal**, v. 25, n. 5, p. 410-420, 2004.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. The dynamics of organizational identity. **Comunicação E Sociedade**, v. 8, p. 115–139, 2005. [https://doi.org/10.17231/comsoc.8\(2005\).1186](https://doi.org/10.17231/comsoc.8(2005).1186). Acesso em: 25 abr. 2024.

IBC COACHING. O que é ser um líder? **IBC COACHING**, s. d. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/lideranca-e-motivacao/o-que-e-ser-um-lider/>. Acesso em: 25 abr. 2024.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERENCIAMENTO DA MARCA PESSOAL E LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE PERFS DE LÍDERES DE SUCESSO
Amanda Castelucci Autilio

KAPFERER, Jean-Noël. **The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity** long term. Philadelphia, USA: Kogan, 2008. Disponível em:

https://Books.Google.Com.Br/Books?HI=Ptbr&Lr=&Id=8poitib7bicc&Oi=Fnd&Pg=Pr5&Dq=Kapferer.+2008&Ots=Eavc0asdvd&Sig=B8_Y_Bjpbdekeaddgcuevosx6fq#V=Onepage&Q=Kapferer%2c%202008&F=False. Acesso em: 25 abr. 2024.

KELLERMAN, B. **Bad leadership: What it is, how it happens, why it matters.** Harvard Business Press, 2004.

KHEDHER, M. Personal Branding Phenomenon. International Journal of Information, **Business and Management**, v. 6, n. 2, p. 37, 2014.

KOELE, Isis. Chefe e líder. **FIA Business School**, s. d. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/chefe-e-lider/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

MARCIA, N. **The Accessible, Accountable Executive: Evolving Expectations for the C-Suite.** [S. l.: s. n.], 2018.

NIELSEN. Country music fans: The format and their stars offer a unique opportunity. [S. l.]: nielsen, s. d. Disponível em: <https://www.nielsen.com/pt/insights/2016/country-music-fans-the-format-and-their-stars-offer-a-unique-opportunity/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

QUEIROZ, Julia. Mais da metade da população dos Estados Unidos se diz fã da Taylor Swift, aponta pesquisa. **Estadão**, 21 mar. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/mais-da-metade-da-populacao-dos-estados-unidos-se-diz-fa-da-taylor-swift-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

STOGDILL, R. M. **Handbook of Leadership: A Survey of Theory and Research.** [S. l.]: Free Press, 1974.

VIEK, Daniela; CENTENARO, Luigi; ZANELLA, Silvia. **Personal Branding nas Empresas: Como Valorizar a Empresa Posicionando suas Pessoas-Chave.** [S. l.]: Chave Mestra Editora, 2022. *E-book*

WALTERS, Robert. **Liderar novas gerações.** [S. l.]: Robert Walters, s. d. Disponível em: <https://www.robertwalters.com.br/insights/conselhos-de-contratacao/blog/liderar-novas-geracoes.html#:~:text=Uma%20base%20fundamental%20para%20liderar,s%C3%B3lida%20com%20os%20jovens%20colaboradores>. Acesso em: 25 abr. 2024.

WIKIPÉDIA. **Taylor Swift.** [S. l.]: Wikipédia, s. d. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Taylor_Swift. Acesso em: 25 abr. 2024.