

LORAINÉ RICINO

*Diretora de marketing e ESG
da Gol Linhas Aéreas*

“Estamos fortes como nunca, unidos com o propósito de retomar, renovar e nos adaptarmos aos novos tempos de um ser humano que mudou.” É dessa forma enfática que a paulistana Loraine Ricino, de 48 anos, diretora de marketing e ESG da Gol, define o astral da empresa após um período de resultados ruins causados pelos desdobramentos da pandemia. “A recuperação da empresa passa pela resiliência e pela força do nosso time.”

Loraine está no grupo desde 2016 (três anos no Smiles e outros três anos na companhia aérea). “Meu encantamento é darmos acesso a milhões de brasileiros, que antes não podiam viajar de avião”, comenta. “Trabalhamos com sonhos, questões aspiracionais, transportamos [diferentes] estratos da sociedade em nossas aeronaves todos os dias; assim como temos, dentro da Gol, uma diversidade imensa de pessoas, que trabalham dia e noite para atender às demandas e aspirações dos milhares de passageiros.”

O ingresso no setor (tanto do marketing quanto o da aviação) não foi sua primeira escolha quando decidiu qual profissão abraçaria. “Eu me formei em administração com habilitação em comércio exterior e trabalhei quatro anos nessa área”, recorda. “Estava no Grupo Solvay, na área de exportação, e percebi que a minha vibe era outra. Vivia no marketing, interagía com as pessoas e me interessei demais – até que fui fazer marketing para ‘não marketeiros’ na ESPM, desenhei os próximos passos da minha carreira e ingressei no marketing da Siemens”, completa a executiva formada em administração no Mackenzie, com MBA em marketing da ESPM, MBA em gestão empresarial em Columbia, além da formação em psicanálise, profissão que exerceu em 2015, atendendo crianças.

Entre as atuações de destaque na Gol, Loraine cita a implementação do projeto de squads (equipes com profissionais de diferentes competências), a digitalização da companhia e a formatação de uma agenda mais estratégica de ESG. Ao elencar suas referências profissionais, ela lista nomes ecléticos, que demonstram o quão amplo é o seu radar: Donna Moritz, Neil Patel, Silvio Almeida, Ailton Krenak e Emicida. E, entre as propagandas do passado mais marcantes, Loraine puxou da memória clássicos como Honda Biz (com tudo ela combina); (pipoca com) Guaraná; Danoninho (vale por um bifeinho); Graneiro (mãe, o caminhão da Granero chegou!); Varig (Varig, Varig, Varig, Cruzeiro, Cruzeiro) e Café Seletto (tem sabor delicioso, cafezinho gostoso, é café Seletto, café Seletto...) – essa última, quem conhece deve passar agora um bom tempo cantando. (DG)



FOTO: GERMANO LOURDES