

Nova campanha global do Santander celebra "Começos Imperfeitos"

- *Uma nova narrativa de marca que reforça a ligação emocional, mostrando que a dúvida, a aprendizagem e até os erros fazem parte de qualquer começo.*
- *Em Portugal, a atriz Gabriela Barros, a locutora e humorista Inês Lopes Gonçalves, o ator e humorista Vasco Pereira Coutinho e o jogador da seleção nacional de rugby Manuel Cardoso Pinto partilham as suas histórias numa campanha 360º.*

Lisboa, 10 de abril de 2026. **NOTA DE IMPRENSA**

O Banco Santander lança "Começos Imperfeitos" (*Imperfect Beginnings*), a nova plataforma criativa global de marca que materializa a assinatura "Começa Agora" e reforça o posicionamento do banco enquanto parceiro das pessoas e das empresas na tomada de decisões, mesmo em contextos de incerteza.

A atriz Gabriela Barros é o rosto da campanha em Portugal - [Vídeo Campanha Santander "Começos Imperfeitos"](#) - representando uma geração que valoriza a autenticidade, proximidade e percursos reais. O ator Albano Jerónimo também empresta a sua voz ao filme.

Num mundo marcado por mudança constante, excesso de informação e pressão para estar sempre preparado, muitas pessoas acabam por adiar decisões importantes — desde escolhas de carreira ao início de projetos pessoais ou empresariais. "Começos Imperfeitos" – campanha desenvolvida pelo a Publicis - parte desta tensão humana para desafiar a ideia de que é preciso esperar pelo momento ideal.

"Todos sabemos o que é adiar uma decisão importante à espera do momento certo. Mas muitas vezes esse momento não chega. Com esta campanha, queremos mostrar que os começos reais são mesmo assim, imperfeitos, incertos, às vezes desconfortáveis. É assim na vida das pessoas, e também na vida das empresas. O que queremos é que, nesses momentos, sintam que têm no Santander um parceiro próximo, que entende o que está em jogo e ajuda a dar o passo em frente", refere Miguel Teixeira Santos, responsável da área de comunicação do Santander em Portugal.

A campanha assume uma verdade simples: não existem começos perfeitos. É precisamente por isso que o melhor momento para começar é agora. Com esta abordagem, o Santander reforça o seu papel como parceiro que ajuda as pessoas e as empresas a prosperar, normalizando o medo associado aos começos e posicionando-se como parceiro nos momentos iniciais — muitas vezes os mais difíceis – e, depois, aliado da melhoria contínua. Este mote ganha especial relevância junto de uma geração altamente qualificada, mas que enfrenta níveis elevados de incerteza e receio de falhar em momentos-chave da vida.

Os temas deste lançamento estão ancorados em decisões transformadoras, como o início de carreira, o empreendedorismo, a compra de casa ou a poupança para projetos futuros — momentos em que o Santander se posiciona como facilitador do primeiro passo.

A ativação decorre através de um ecossistema 360º, com presença em televisão, YouTube, Instagram e TikTok, bem como nos canais digitais do banco e nos espaços físicos, incluindo os Work Cafés.

A campanha ganha dimensão cultural nas redes sociais através de conteúdos com criadores e personalidades como Gabriela Barros, Vasco Pereira Coutinho, Inês Lopes Gonçalves e Manuel Cardoso Pinto, que revisitam os seus começos “cringe”, mostrando que todos os percursos começam de forma imperfeita.

O novo posicionamento inclui ainda uma vertente interna, que traz a narrativa para dentro da organização. Colaboradores do Santander, incluindo a CEO Isabel Guerreiro, partilham os seus próprios percursos não lineares, reforçando uma cultura de iniciativa, aprendizagem contínua e experimentação.