



AULA 5

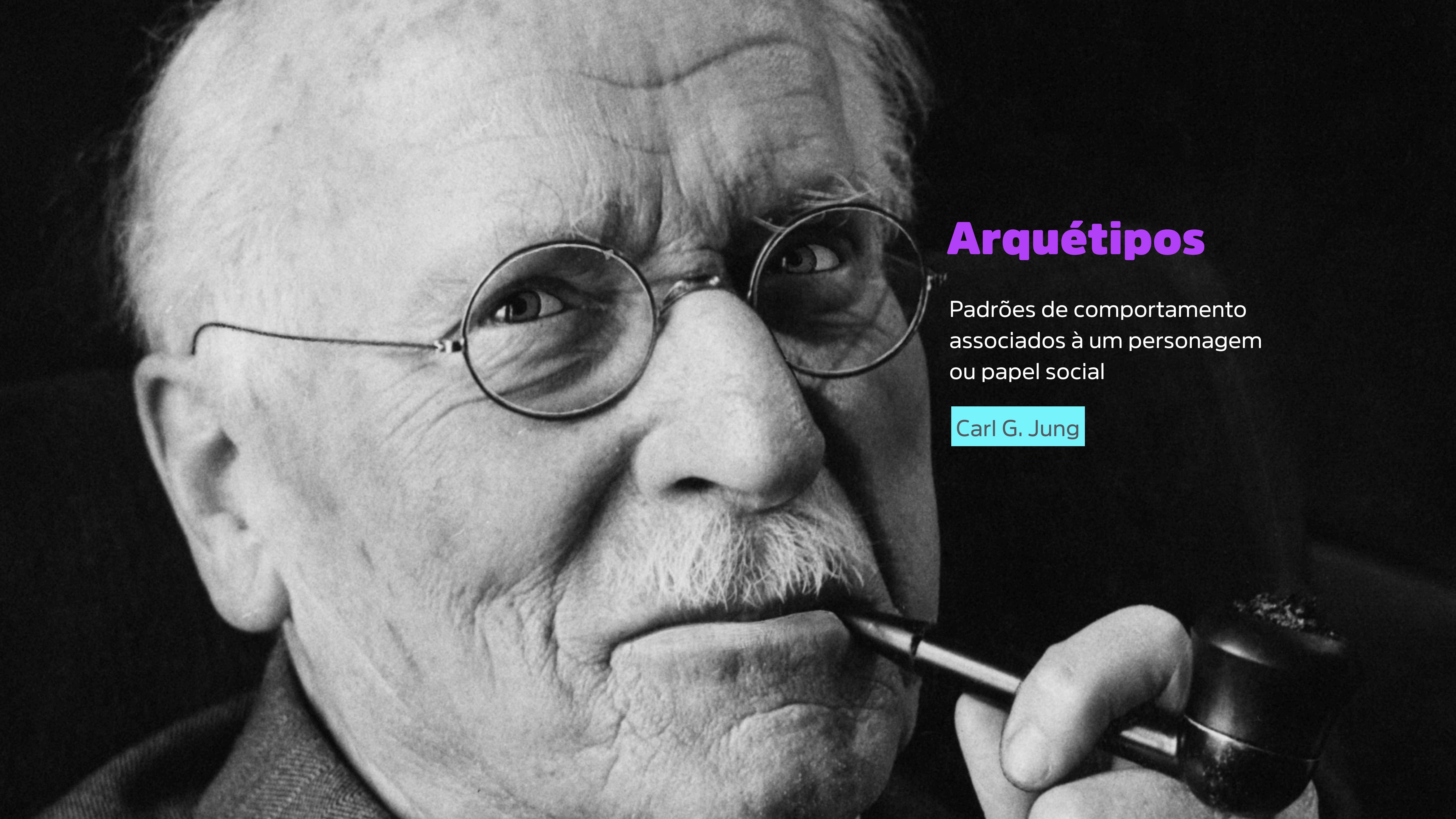
# BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

MÓDULO 3

A black and white close-up portrait of Carl G. Jung. He is an elderly man with a full, bushy white beard and mustache. He is wearing round-rimmed glasses and has his hands clasped near his chin, holding a dark smoking pipe. His expression is thoughtful and slightly serious. The lighting is dramatic, casting deep shadows on one side of his face.

Padrões de comportamento  
associados à um personagem  
ou papel social

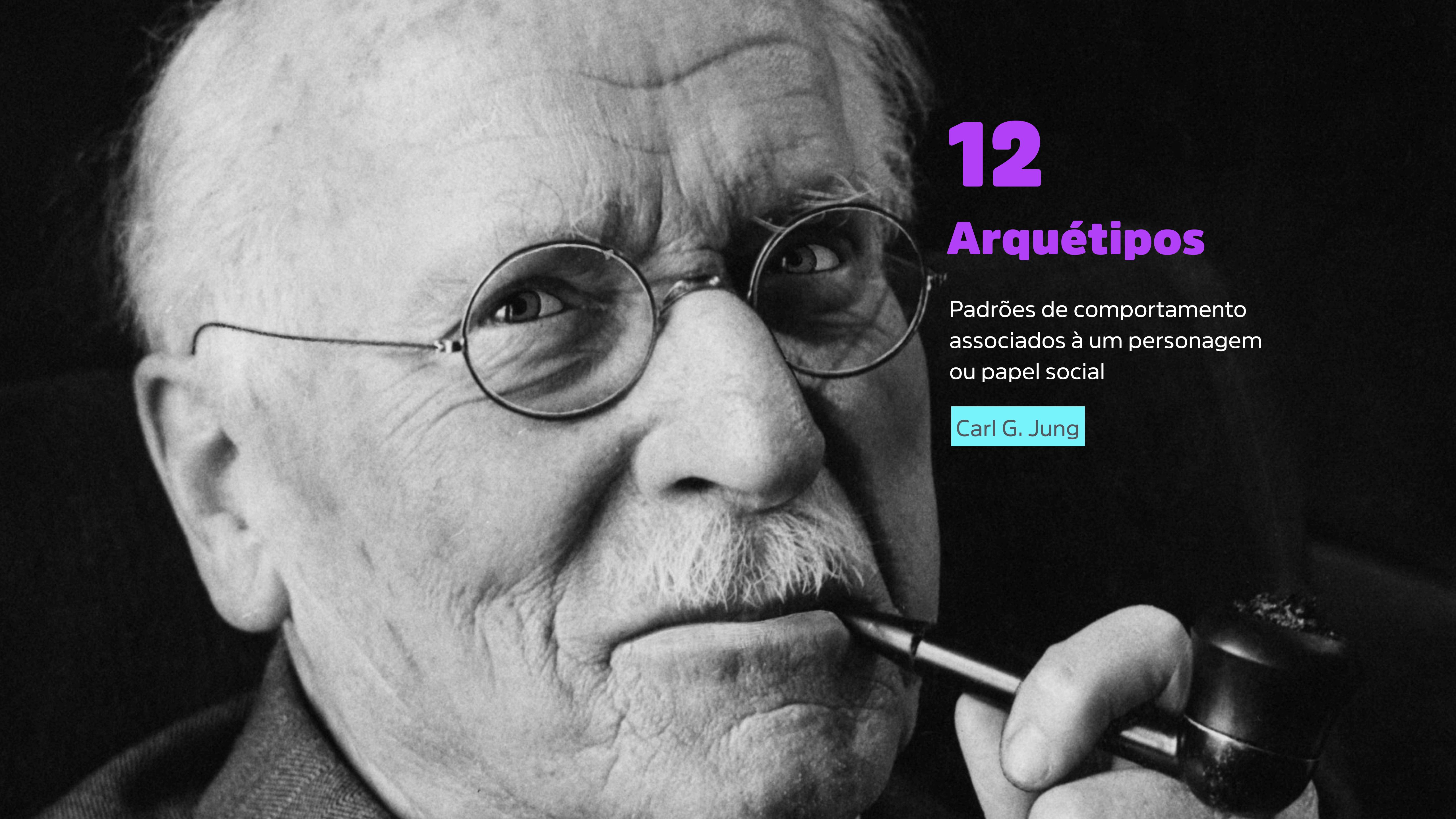
Carl G. Jung

A black and white close-up portrait of Carl G. Jung. He is an elderly man with a full, bushy white beard and mustache. He is wearing round-rimmed glasses and has his hands clasped near his chin, holding a dark smoking pipe. His expression is thoughtful and contemplative.

# Arquétipos

Padrões de comportamento  
associados à um personagem  
ou papel social

Carl G. Jung

A black and white close-up portrait of Carl G. Jung. He is an elderly man with a full, bushy white beard and mustache. He is wearing round-rimmed glasses and has his hands clasped near his chin, holding a dark smoking pipe. His expression is thoughtful and contemplative.

12

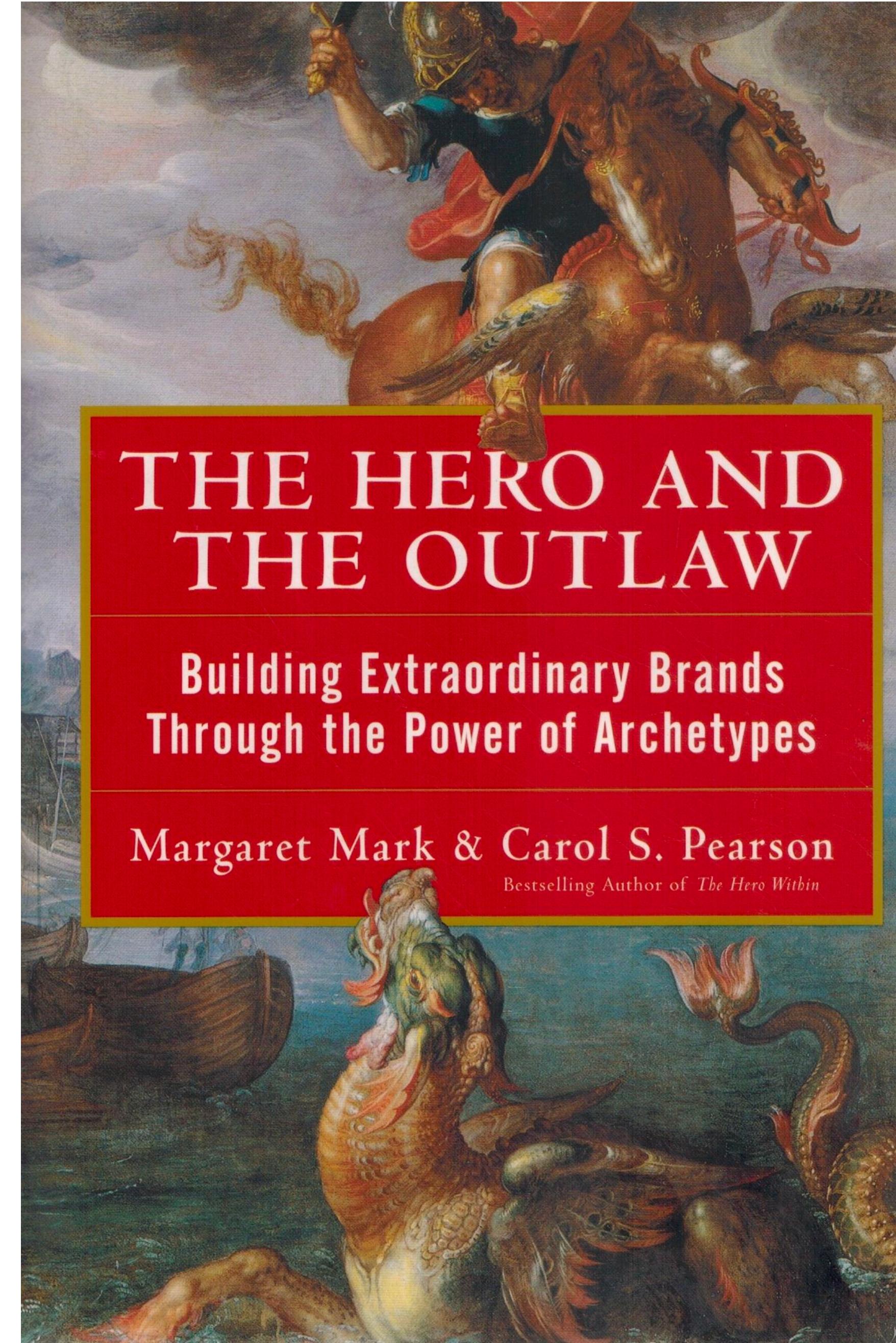
## Arquétipos

Padrões de comportamento  
associados à um personagem  
ou papel social

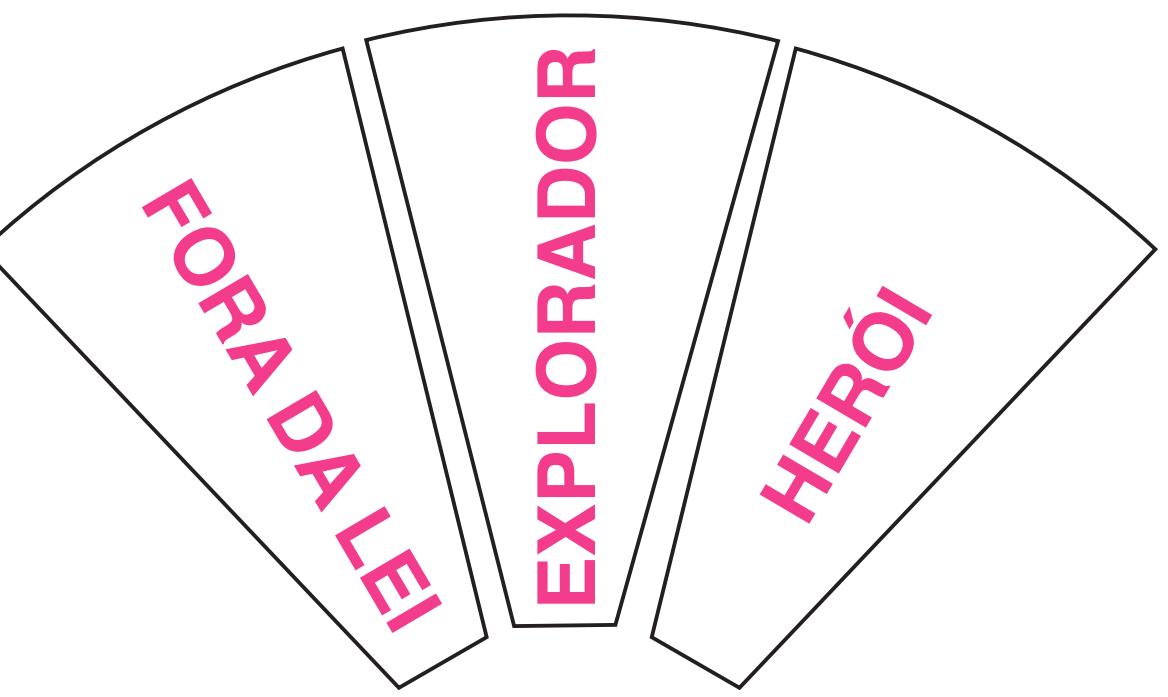
Carl G. Jung

# pessoas têm personalidades e as marcas também

Uma ferramenta poderosa para a construção da personalidade da marca, pois é capaz de **direcionar a narrativa e se conectar fortemente com as pessoas**



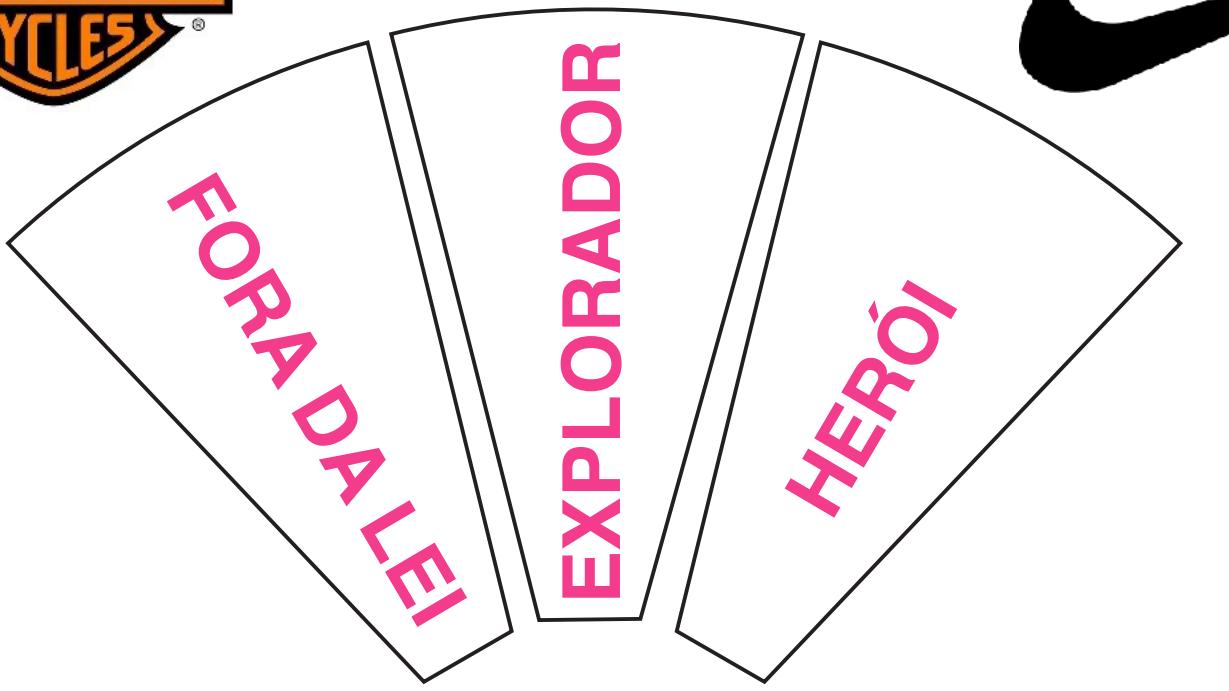
Mudança  
Risco  
Liberdade



Mudança  
Risco  
Liberdade



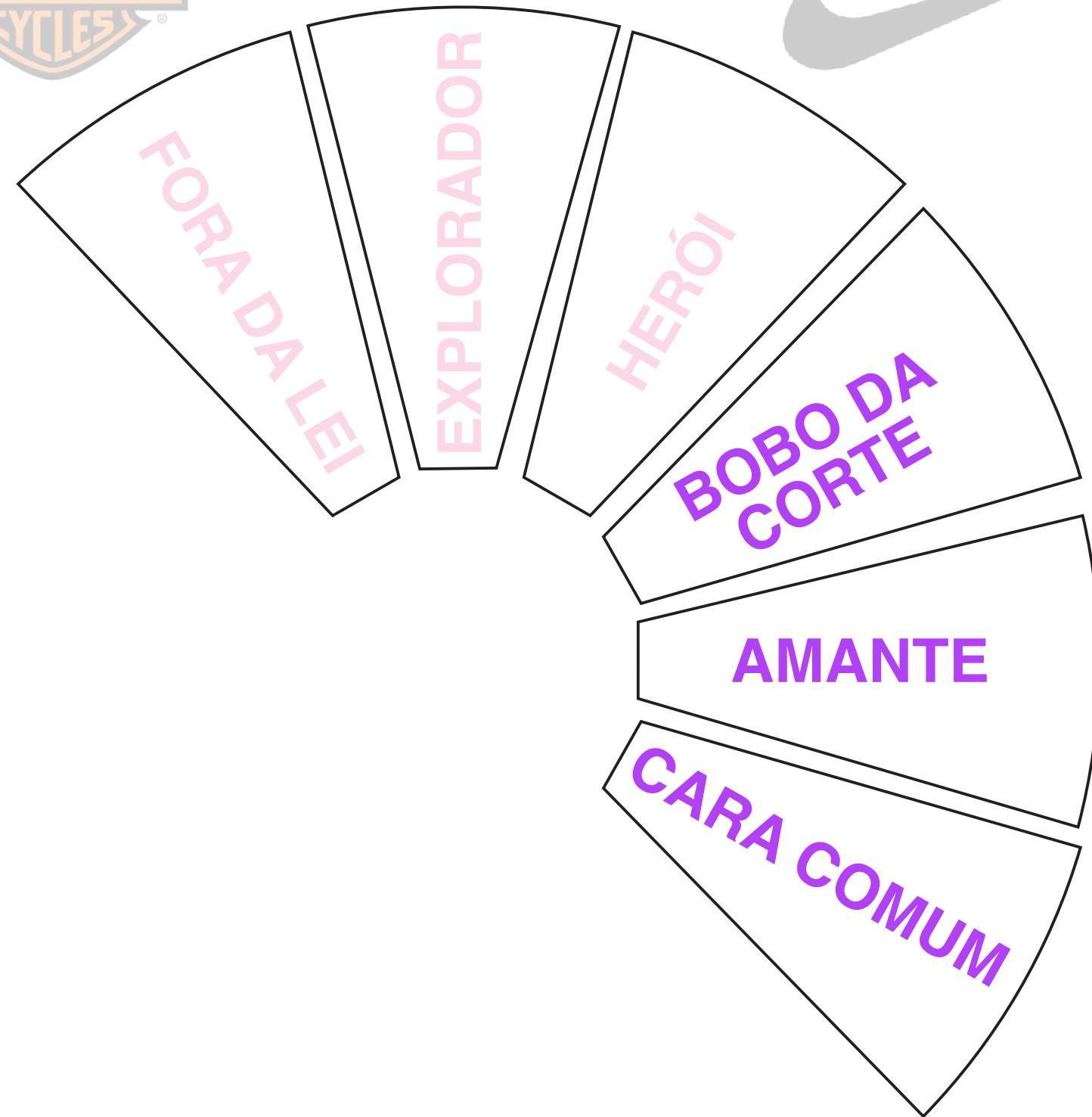
Jeep®



Mudança  
Risco  
Liberdade



Jeep®



Prazer  
Pertencimento  
Grupo

Mudança  
Risco  
Liberdade

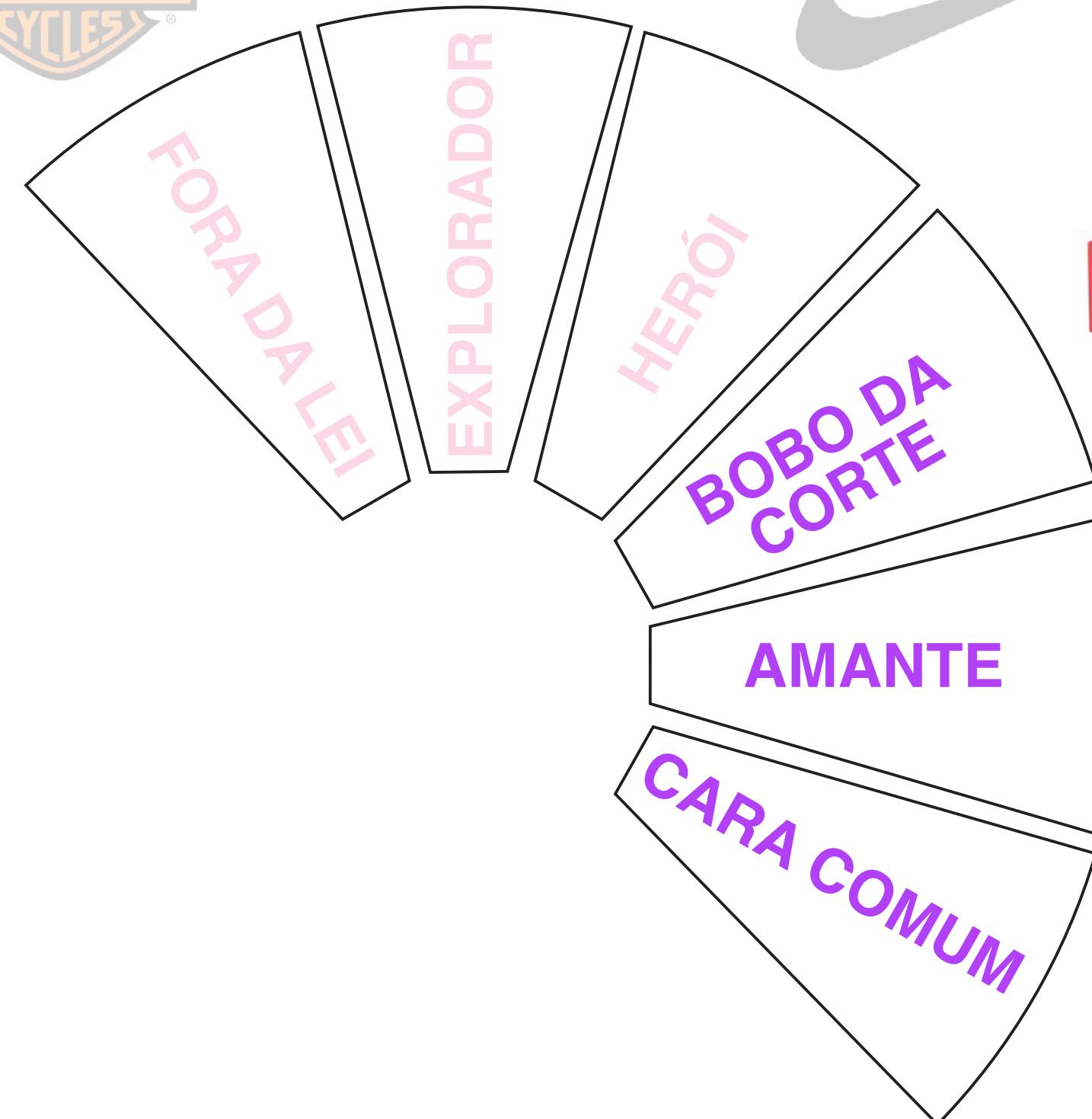


Jeep®



havaianas®

VS  
VICTORIA'S  
SECRET



Prazer  
Pertencimento  
Grupo

Mudança  
Risco  
Liberdade



Jeep®



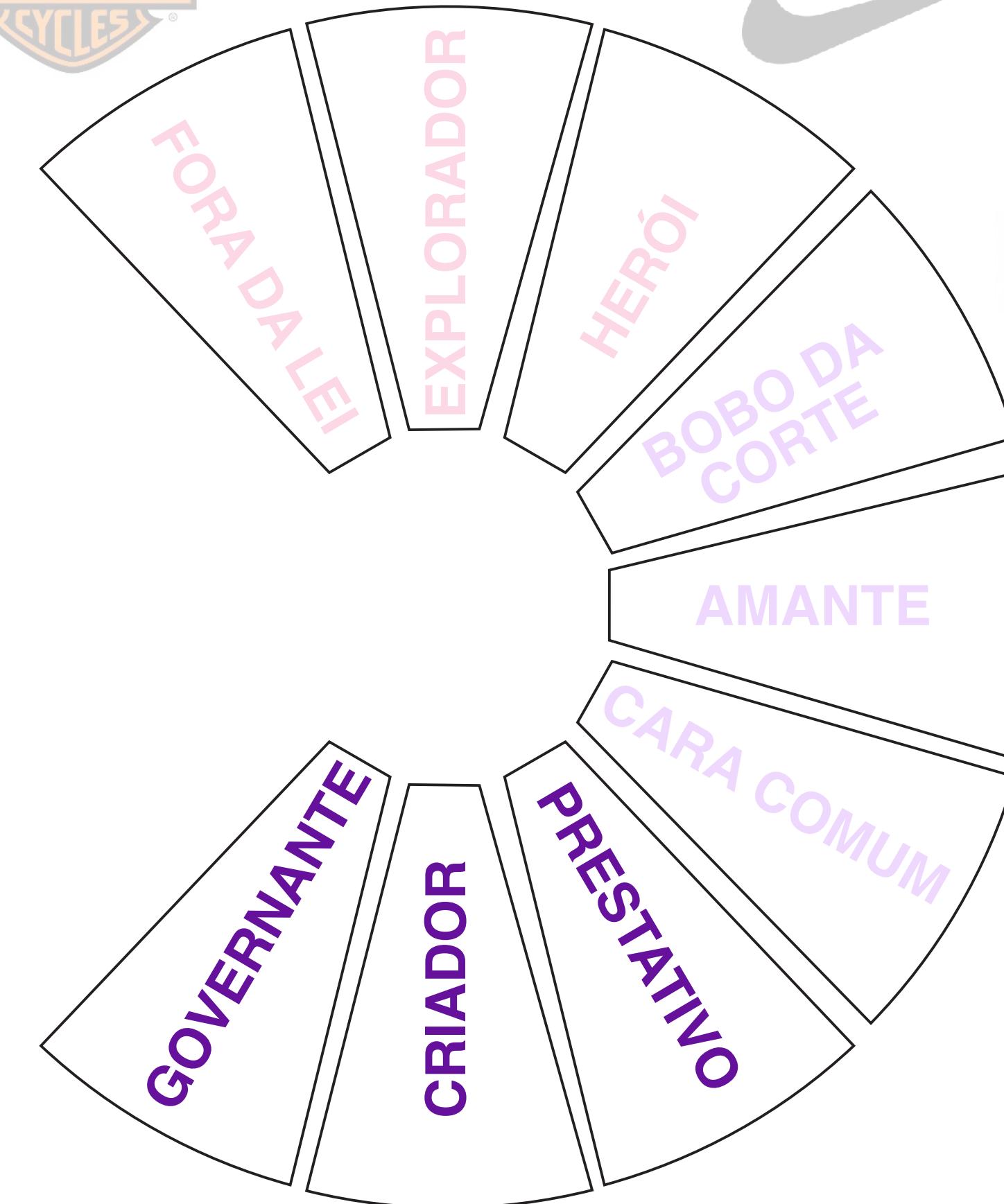
havaianas®

VS  
VICTORIA'S SECRET



Prazer  
Pertencimento  
Grupo

Estrutura  
Controle  
Estabilidade



Mudança  
Risco  
Liberdade

Jeep®



havaianas®

VS  
VICTORIA'S SECRET



Estrutura  
Controle  
Estabilidade



amazon

Microsoft

GOVERNANTE

criador

PRESTATIVO

AMANTE

HERÓI

EXPLORADOR

FORA DA LEI

Prazer  
Pertencimento  
Grupo

Mudança  
Risco  
Liberdade

Descoberta  
Conhecimento  
Independência

Estrutura  
Controle  
Estabilidade



amazon

Microsoft



Jeep®



havaianas®

VICTORIA'S  
SECRET



Descoberta  
Conhecimento  
Independência

Google

johnson's®

Microsoft

Estrutura  
Controle  
Estabilidade

Jeep®



havaianas®

VICTORIA'S  
SECRET

IKEA

amazon



Mudança  
Risco  
Liberdade

Prazer  
Pertencimento  
Grupo



Descoberta  
Conhecimento  
Independência

Google

johnson's®

Microsoft

Estrutura  
Controle  
Estabilidade

Mudança  
Risco  
Liberdade

Jeep®

NIKE

havaianas®

VICTORIA'S  
SECRET

IKEA

amazon



Prazer  
Pertencimento  
Grupo



## FORA DA LEI

Pode ser chamado de rebelde, revolucionário, vilão, selvagem, desajustado, inimigo ou iconoclasta

**Desejo:** Vingança ou revolução

**Objetivo:** Destruir o que não está funcionando (para ele ou para sociedade)

**Medo:** Ser impotente, banalizado, desimportante

**Estratégia:** Romper, destruir ou chocar

**Dom:** Poder de chocar, liberdade radical



## FORA DA LEI

Pode ser chamado de rebelde, revolucionário, vilão, selvagem, desajustado, inimigo ou iconoclasta

**Desejo:** Vingança ou revolução

**Objetivo:** Destruir o que não está funcionando (para ele ou para sociedade)

**Medo:** Ser impotente, banalizado, desimportante

**Estratégia:** Romper, destruir ou chocar

**Dom:** Poder de chocar, liberdade radical



## EXPLORADOR

Pode ser chamado de descobridor, aventureiro, iconoclasta, viajante, individualista, peregrino, anti-herói, rebelde.

**Desejo:** A liberdade para descobrir quem você é explorando o mundo

**Objetivo:** Ter uma vida melhor, mais autêntica

**Medo:** Ficar encurralado, se acomodar, vazio interior, inexistência

**Estratégia:** Viajar, buscar e experimentar

novas coisas, escapar das amarras e do tédio

**Dom:** Autonomia, ambição, capacidade de ser verdadeiro com a própria alma



## FORA DA LEI

Pode ser chamado de rebelde, revolucionário, vilão, selvagem, desajustado, inimigo ou iconoclasta

**Desejo:** Vingança ou revolução

**Objetivo:** Destruir o que não está funcionando (para ele ou para sociedade)

**Medo:** Ser impotente, banalizado, desimportante

**Estratégia:** Romper, destruir ou chocar

**Dom:** Poder de chocar, liberdade radical



## EXPLORADOR

Pode ser chamado de descobridor, aventureiro, iconoclasta, viajante, individualista, peregrino, anti-herói, rebelde.

**Desejo:** A liberdade para descobrir quem você é explorando o mundo

**Objetivo:** Ter uma vida melhor, mais autêntica

**Medo:** Ficar encravado, se acomodar, vazio interior, inexistência

**Estratégia:** Viajar, buscar e experimentar novas coisas, escapar das amarras e do tédio

**Dom:** Autonomia, ambição, capacidade de ser verdadeiro com a própria alma



## HERÓI

Pode ser chamado de guerreiro, salvador, super-herói, soldado, atleta vencedor, matador de dragões, competidor e colaborador.

**Desejo:** Provar seu valor por meio de ações difíceis e corajosas

**Objetivo:** Exercer o domínio de suas habilidades para melhorar o mundo

**Medo:** Fraqueza, vulnerabilidade, "amarelar"

**Estratégia:** Tornar-se o mais forte, competente e ponderoso possível

**Dom:** Competência e coragem



## BOBO DA CORTE

Pode ser chamado de louco, brincalhão, piadista, animador, palhaço, trapaceiro, folião ou comediante.

**Desejo:** Aproveitar o momento com diversão plena

**Objetivo:** Se divertir e trazer alegria para o mundo

**Medo:** Tédio e ser entediante

**Estratégia:** Brincar, fazer piadas, ser engraçado

**Dom:** Alegria



## BOBO DA CORTE

Pode ser chamado de louco, brincalhão, piadista, animador, palhaço, trapaceiro, folião ou comediantes.

**Desejo:** Aproveitar o momento com diversão plena

**Objetivo:** Se divertir e trazer alegria para o mundo

**Medo:** Tédio e ser entediante

**Estratégia:** Brincar, fazer piadas, ser engraçado

**Dom:** Alegria



## AMANTE

Pode ser chamado de parceiro, amigo, íntimo, cupido, entusiasta, connoisseur, sensuais, formadores e equipe ou harmonizadores.

**Desejo:** Alcançar intimidade e sentir prazer sensorial

**Objetivo:** Estar em um relacionamento com as pessoas, o trabalho, os arredores que eles amam

**Medo:** Solidão, ser mal-amado

**Estratégia:** Tornar-se cada vez mais atraente de todas as formas possíveis

**Dom:** Paixão, gratidão, apreço, comprometimento



## BOBO DA CORTE

Pode ser chamado de louco, brincalhão, piadista, animador, palhaço, trapaceiro, folião ou comediante.

**Desejo:** Aproveitar o momento com diversão plena

**Objetivo:** Se divertir e trazer alegria para o mundo

**Medo:** Tédio e ser entediante

**Estratégia:** Brincar, fazer piadas, ser engraçado

**Dom:** Alegria



## AMANTE

Pode ser chamado de parceiro, amigo, íntimo, cupido, entusiasta, connoisseur, sensuais, formadores e equipe ou harmonizadores.

**Desejo:** Alcançar intimidade e sentir prazer sensorial

**Objetivo:** Estar em um relacionamento com as pessoas, o trabalho, os arredores que eles amam

**Medo:** Solidão, ser mal-amado

**Estratégia:** Tornar-se cada vez mais atraente de todas as formas possíveis

**Dom:** Paixão, gratidão, apreço, comprometimento



## CARA COMUM

Pode ser chamado de bom rapaz, pessoa comum, gente como a gente, realista, trabalhador, cidadão de bem, o bom vizinho

**Desejo:** Conexão com os outros

**Objetivo:** Pertencimento, se encaixar

**Medo:** Chamar atenção, parecer convencido e ser exilado ou rejeitado por isso

**Estratégia:** Desenvolver virtudes sólidas, se comunicar com o cidadão comum, saber se misturar à multidão

**Dom:** Realismo, empatia, não ter pretensão



catarse

## PRESTATIVO

Pode ser chamado de cuidador, protetor, altruísta, santo, pai, ajudante, apoiador.

**Desejo:** Proteger as pessoas das ameaças

**Objetivo:** Ajudar os outros

**Medo:** Egoísmo, ingratidão

**Estratégia:** Fazer coisas para os outros

**Dom:** Compaixão, generosidade



catarse

## PRESTATIVO

Pode ser chamado de cuidador, protetor, altruísta, santo, pai, ajudante, apoiador.

**Desejo:** Proteger as pessoas das ameaças

**Objetivo:** Ajudar os outros

**Medo:** Egoísmo, ingratidão

**Estratégia:** Fazer coisas para os outros

**Dom:** Compaixão, generosidade



## CRIADOR

Pode ser chamado de artista, inovador, inventor, músico, escritor, sonhador.

**Desejo:** Criar algo novo de valor duradouro

**Objetivo:** Dar forma a uma visão

**Medo:** Ter uma visão ou execução medíocre

**Estratégia:** Desenvolver habilidades e controle artístico - criar a cultura, expressar a própria visão

**Dom:** Criatividade e imaginação



**catarse**

## PRESTATIVO

Pode ser chamado de cuidador, protetor, altruísta, santo, pai, ajudante, apoiador.

**Desejo:** Proteger as pessoas das ameaças

**Objetivo:** Ajudar os outros

**Medo:** Egoísmo, ingratidão

**Estratégia:** Fazer coisas para os outros

**Dom:** Compaixão, generosidade



## CRIADOR

Pode ser chamado de artista, inovador, inventor, músico, escritor, sonhador.

**Desejo:** Criar algo novo de valor duradouro

**Objetivo:** Dar forma a uma visão

**Medo:** Ter uma visão ou execução medíocre

**Estratégia:** Desenvolver habilidades e controle artístico - criar a cultura, expressar a própria visão

**Dom:** Criatividade e imaginação



## GOVERNANTE

Pode ser chamado de chefe, líder, aristocrata, exemplar, administrador.

**Desejo:** Controle

**Objetivo:** Criar uma família, companhia ou comunidade próspera e bem-sucedida

**Medo:** Caos, se deposto

**Estratégia:** Exercer liderança

**Dom:** Responsabilidade, liderança



## INOCENTE

Pode ser chamado de utópico, tradicionalista, ingênuo, místico, santo, romântico, sonhador

**Desejo:** Vivenciar o paraíso

**Objetivo:** Ser feliz

**Medo:** De fazer algo errado ou ruim que resulte em punição

**Estratégia:** Fazer as coisas da forma certa

**Dom:** Fé e otimismo



## INOCENTE

Pode ser chamado de utópico, tradicionalista, ingênuo, místico, santo, romântico, sonhador

**Desejo:** Vivenciar o paraíso

**Objetivo:** Ser feliz

**Medo:** De fazer algo errado ou ruim que resulte em punição

**Estratégia:** Fazer as coisas da forma certa

**Dom:** Fé e otimismo



## SÁBIO

Pode ser chamado de especialista, acadêmico, detetive, oráculo, conselheiro, pesquisador, pensador, planejador, mentor.

**Desejo:** A descoberta da verdade

**Objetivo:** Usar a inteligência e análise para entender o mundo

**Medo:** Ser enganado, ludibriado; ignorância

**Estratégia:** Buscar informação e conhecimento; desenvolver a autorreflexão e entender os processos do pensamento

**Dom:** Sabedoria, inteligência



## INOCENTE

Pode ser chamado de utópico, tradicionalista, ingênuo, místico, santo, romântico, sonhador

**Desejo:** Vivenciar o paraíso

**Objetivo:** Ser feliz

**Medo:** De fazer algo errado ou ruim que resulte em punição

**Estratégia:** Fazer as coisas da forma certa

**Dom:** Fé e otimismo



## SÁBIO

Pode ser chamado de especialista, acadêmico, detetive, oráculo, conselheiro, pesquisador, pensador, planejador, mentor.

**Desejo:** A descoberta da verdade

**Objetivo:** Usar a inteligência e análise para entender o mundo

**Medo:** Ser enganado, ludibriado; ignorância

**Estratégia:** Buscar informação e conhecimento; desenvolver a autorreflexão e entender os processos do pensamento

**Dom:** Sabedoria, inteligência



## MAGO

Pode ser chamado de visionário, catalisador, inovador, líder carismático, mediador, xamã, curador ou médico.

**Desejo:** Conhecimento das leis fundamentais de funcionamento do mundo ou universo

**Objetivo:** Tornar sonhos realidade

**Medo:** Consequências negativas inesperadas

**Estratégia:** Desenvolver uma visão e vivê-la

**Dom:** Encontrar soluções vantajosas para todos



## Essence

The single word that says what your brand stands for. It's your company's soul in one word.



## Characteristics

The core traits and attributes of your brand. This is the personification of your brand.



## Voice

High-level description of the expression of your brand through words and prose style.



## Visual

High-level description of the expression of your brand through visual elements.

## Color

Your brand's color palette.

## Messaging

The key consumer-facing messages of your brand (this includes its tagline).

## Typography

Your brand's typeface and fonts.

## Antonyms

What your brand is not. The attributes it seeks to avoid.

## Stories

The legends about your brand you want to start. Your brand lore.

## Form, Line, Texture, Space

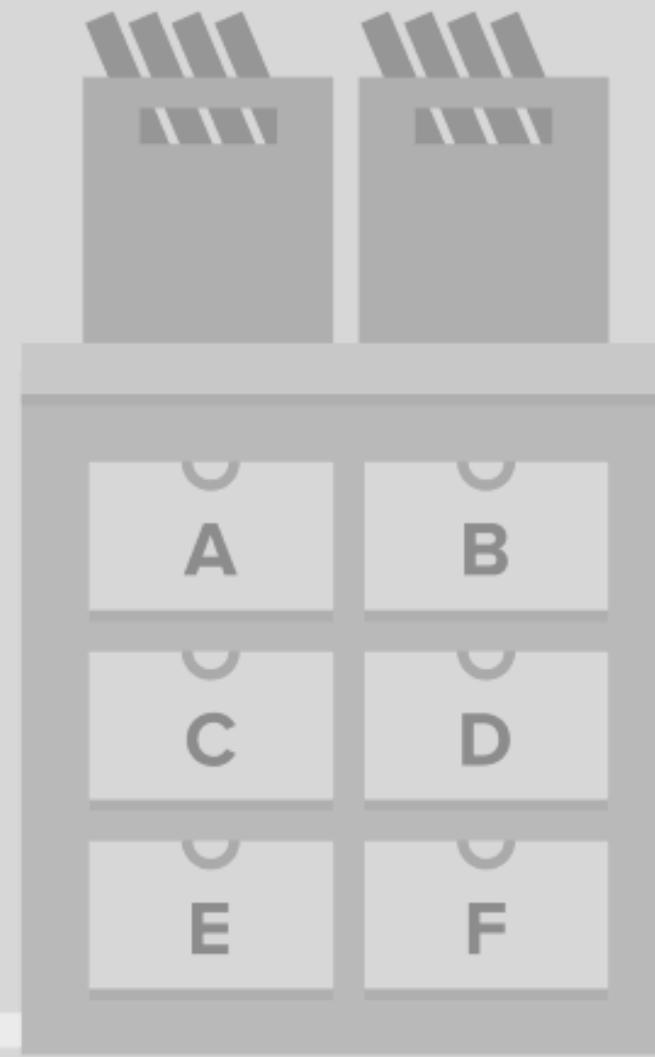
The principles that govern the other distinctive visual elements of your brand.

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

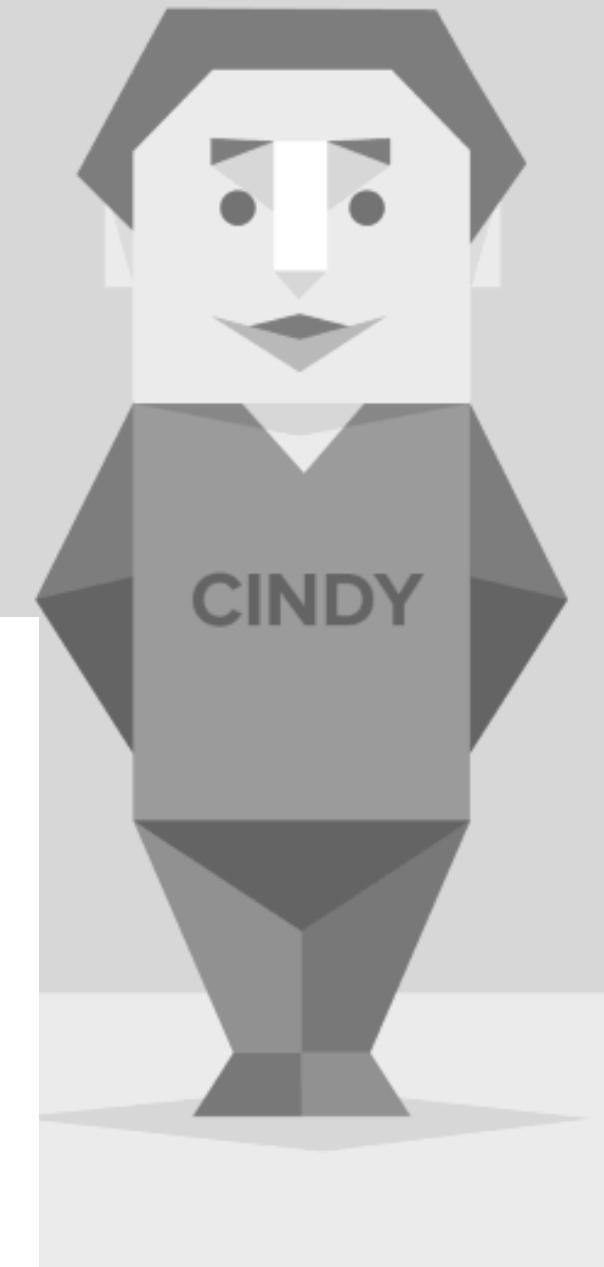
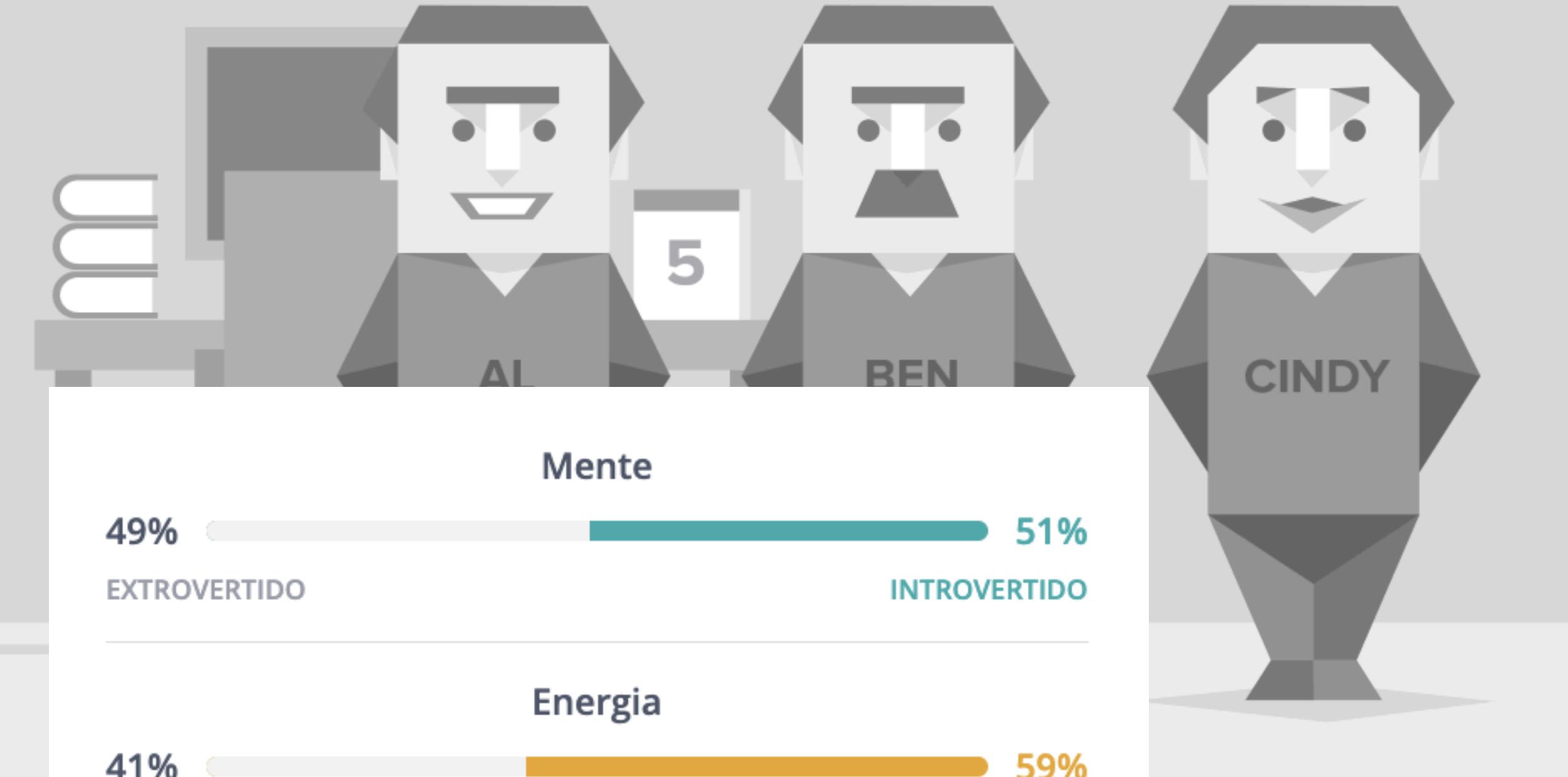
**Curte testes de personalidade?**

✓ **Testar:** 16 personalities

<https://www.16personalities.com/br>



# Logístico ISTJ-A



**branding &  
identidade visual**

---

**OBRIGADA**