

arquétipos

 TATIANAMARX.COM

**AULAS AO VIVO SOBRE  
CONSTRUÇÃO DE MARCAS  
E MARKETING AUTÊNTICO**

**APRIMORE SUAS ESTRATÉGIAS E TENHA RESULTADOS!  
NÃO FIQUE APENAS NO TESTE!**

**CLIQUE AQUI E GARANTA SEU LUGAR NA AULA!**

**DIVIRTA-SE!**

Tatiana Marx + Inspire

Descobrir nosso arquétipo é um processo de tomada de consciência sobre nossa personalidade única e nossas motivações e comportamentos instintivos. Tudo isso permite que você se conecte melhor com seus pontos fortes para que possa se comunicar com seu público de forma mais assertiva e emocional, estabelecendo um relacionamento real e duradouro com eles.

Se compreender em um nível mais profundo, te ajudará a ter uma vida mais autoral e a expressar sua arte de forma mais rica. Além, é claro, de te ajudar a tomar melhores decisões, aproximando você de seu propósito, para que então você consiga colocar todo esse potencial na sua própria marca, gerando uma presença relevante e autêntica, mesmo quando precisar atender as necessidades de seus clientes.

Os arquétipos podem te ajudar:

- descobrir seus pontos fortes e fracos e usá-los a seu favor
- tomar decisões conscientes e altamente benéficas para você e sua marca negócio
- ganhar clareza para comunicar suas potências
- atrair os clientes certos, equipes e apoiadores
- oferecer conteúdos e serviços das quais você tenha orgulho
- viver da sua arte
- encontrar seu público e ajudá-lo através da sua arte
- lidar com seus desafios de maneiras mais saudáveis
- ter a confiança para ignorar críticas infundadas
- conhecer-se mais profundamente

# Seu arquétipo dominante

Todos nós temos características de todos os arquétipos porém temos sempre um arquétipo dominante. E é através deste arquétipo dominante que iremos explorar seu máximo potencial como marca.

Quer você perceba ou não, a maioria de suas escolhas são feitas baseadas nas motivações do seu arquétipo dominante. Você é atraído por relacionamentos, produtos e marcas que exalam essas virtudes e valores.

E todas as pessoas que se identificam com sua persona arquetípica serão atraída para você.

Consciente e inconscientemente você vive, trabalha e se comunica mais harmoniosamente com quem se enquadra num mesmo grupo de necessidades e motivações. É por isso que é tão importante viver sua verdade em sua vida e em seu trabalho para atrair pessoas conectadas a esta verdade.

A estratégia de arquétipos permite uma abordagem holística para construir uma marca e conectar você com as pessoas mais propensas a consumir seus conteúdos e produtos.

Uma marca que usa um arquétipo dominante é mais autêntica e por isso tem super fãs. Tudo isso mais transparência e honestidade ajudam a criar relacionamentos mais profundos, atraem mais negócios e maior lucratividade. Mais importante, você conseguirá servir as pessoas certas, do seu jeito, fazendo as coisas que você ama. Você vai criar uma marca que seja forte o suficiente para ser independente e flexível o suficiente para permitir crescimento e expansão.

Abrace seu arquétipo dominante e consiga alcançar este resultado com um menor esforço.

# DESCUBRA SEU ARQUÉTIPO DOMINANTE. QUAIS AFIRMAÇÕES TE REPRESENTAM?

Temos como objetivo tornar a vida estável e previsível (L)

Exaltamos as virtudes de ser comum (G)

Somos a vida da festa (I)

Somos satisfeitos pela beleza e as maravilhas da vida (A)

Somos altruístas, movidos por compaixão e generosidade (J)

Não pertencemos a ninguém nem a lugar algum (B)

Gostamos de explorar experiências (B)

Somos competitivos e competentes (D)

Gostamos de novidades (B)

Violamos leis e normas em benefício do bem-estar alheio (E)

Buscamos experiências que nos faça crescer (C)

Gostamos de nos divertir uns com os outros (I)

Despertamos desejo, sensualidade, erotismo (H)

Temos tudo sob controle (L)

Sabemos que eficiência existe quando cada um cumpre o seu papel (L)

Somos sonhadores, buscamos a imortalidade através das nossas criações (K)

Assumimos o controle das situações (L)

Queremos participar, através da empatia e do realismo (G)

Entendemos que o fundamento da democracia é o indivíduo (G)

Vivemos o momento sem se importar com o que os outros pensam (I)

Evocamos beleza, romantismo (H)

Temos mente e coração abertos (K)

Sabemos que todos estão sedentos por mais diversão (I)

Gostamos de uma relação profunda com o que amamos (H)

Desenvolvemos habilidades emocionais (H)

Abrimos mão do material para entender nossos valores (A)

Somos disciplinados, focados e determinados (D)

Somos catalisadores de transformação (F)

Antecipamos as necessidades das pessoas (J)

Criamos coisas com valores atemporais (K)

Desobediência é a nossa estratégia para a mudança (E)

Gostamos de confiança (A)

Autenticidade e curiosidade são a base da alma (K)

Também somos vistos como guerreiros (D)

Estamos sempre prontos para uma revolução (E)

Nos arriscamos para defender o mal contra a sociedade (D)

Nos esforçamos apenas o suficiente para pertencer a um grupo (G)

Adoramos o processo de desconstruir e reconstruir (K)

Ajudamos a lidar com os absurdos do mundo moderno (I)

Somos brincalhões e espontâneos (I)

Acreditamos que a felicidade é resultado da educação (C)

Protegemos valores e ideais (D)

Nos identificamos com sentimentos maternos e paternos (J)

Organizamos estruturas para entregar qualidade (L)

Entendemos que liberdade depende de escolhas certas e consciência (C)

Também somos vistos como shamans, bruxos, alquimistas, cientistas (F)

Temos espírito empreendedor, inconformado (K)

Quebramos regras por aventura (E)

Gostamos de rituais, momentos simbólicos (F)

Buscamos a paz e tranquilidade agora (A)

Incentivamos o desenvolvimento de gênero sexual (H)

Reforçamos a ordem através de políticas, costumes e hábitos (L)

Nos empenhamos na criação de cultura, inovação, visão e valores (K)

Estamos sempre em movimento (B)

Nos sacrificamos pelos outros (J)

Estamos mais preocupados com o bem estar alheio do que com o nosso (J)

Queremos fazer do mundo um lugar melhor (D)

Trazemos magia e encantamento para a vida (F)

Gostamos do exótico, do antigo, do misterioso (F)

Buscamos nossa própria espécie (B)

Somos uma força disruptiva (E)

Buscamos a satisfação dos desejos pessoais (H)

Também somos vistos como comediantes, palhaços, travessos (I)

Acreditamos que todos são importantes, exatamente como são (G)

Precisamos de informações para tomar decisões (C)

Todos tem direitos, assim como nós e você (G)

Também somos vistos como rebeldes, iconoclastas (E)

Transformamos sonhos em realidade (F)

Acreditamos que as coisas precisam ser duráveis (L)

Buscamos as leis fundamentais do universo (F)

Sabemos que é possível ser você mesmo e aceito pelos outros (I)

Valorizamos todos os tipos de amor (H)

Vivemos em busca do melhor (B)

Ajudamos a tornar desejável, atraente (H)

Somos inconformados e incansáveis (B)

Acreditamos que coisas e momentos bons é um direito de todos (G)

Temos consciência sobre a vulnerabilidade do ser humano (J)

Não negamos nada a ninguém e incentivamos a liberdade (A)

Buscamos aprendizado e sabedoria (C)

Nos preocupamos com imagem pessoal, status e prestígio (L)

Somos o fruto proibido (E)

Somos provedor, o sentido da vida é servir os outros (J)

Pensamos fora da caixa (I)

Ajudamos a alcançar prosperidade através da liberdade (C)

Encontramos nossos valores fora do status quo (E)

Assumimos a liderança, somos responsáveis (L)

Somos Independentes e curiosos (B)

Somos corajosos e cheios de energia (D)

Ainda acreditamos que é possível viver no paraíso (A)

Gostamos de nos expressar em formas materiais (K)

Estrutturamos experiência em uma obra de arte (K)

Assinale as afirmações que te representam e portanto você concorda.

Após marcar as afirmações que concorda, faça a contagem de quantas informações você marcou para cada letra (as letras que estão na frente das frases).

Exemplo: 10 afirmações com a letra (J), 5 afirmações com a letra (B) e por aí vai...

Quais letras você marcou mais afirmações? Conte 1 ponto para cada letra. Selecione as 2 letras que mais tiveram afirmações. Exemplo: F e H

Siga para a próxima página da folha de exercícios e veja o arquétipo que representa cada letra em específico.

Cada arquétipo tem seu lema, ou seja, uma frase que representa sua personalidade e motivações. Dentro dos 2 arquétipos que você mais pontuou, escolha a frase que acredita te representar melhor, este será seu arquétipo dominante.



"onde há vontade, há um caminho"



"somos livres para ser você e eu"



"se não puder dançar, não quero fazer parte da sua revolução"



"se puder ser imagino, poderá ser criado"



"as regras foram feitas para serem quebradas"



"não levante cercas a minha volta"



"todos os homens e mulheres são criados iguais"



"ama teu próximo como a ti mesmo"



"pode acontecer"



"a verdade libertará você"



"só tenho olhos para você"



"o poder não é tudo.. é só o que importa"

Pontos

A ( )

B ( )

C ( )

D ( )

E ( )

F ( )

G ( )

H ( )

I ( )

J ( )

K ( )

L ( )

# As 4 categorias de necessidades

MAESTRIA E RISCO

PERTENÇA  
E GRUPO



INDEPENDÊNCIA  
E REALIZAÇÃO

ESTABILIDADE E CONTROLE

# SÁBIO



O arquétipo do Sábio vive pela verdade e ganha realização no conhecimento. É naturalmente inteligente, contemplativo e reflexivo. Adora pesquisar e descobrir as coisas por si mesmo e estudar.

Acredita nos efeitos libertadores da verdade. Entende que os fatos são os fatos e nunca tenta alterá-los para encaixar uma narrativa. Em vez disso, trabalha para aplicá-los ao seu trabalho e à vida como eles são. Diferencia seu trabalho usando suas próprias experiências e perspectiva única.

Demonstra o valor de pensar sobre as coisas. Não é facilmente distraído pela mesquinhez ou influenciado pelas opiniões dos outros.

Acumula seu conhecimento e amor para compartilhar com quem quer ouvir com interesse. Motiva os outros a buscar respostas e se educar, usando seus conhecimentos para melhorar suas vidas e seus trabalhos, ajudando as pessoas a pensarem e refletirem.

## **LEMA**

A verdade te libertará.  
Conhecimento é poder.

## **GRANDES MEDOS**

Ser enganado  
Ser visto como alguém ignorante  
Dar informações erradas

## **OBJETIVOS**

Descoberta da verdade  
Entender as coisas  
Iluminar os outros



# INOCENTE



O Arquétipo do Inocente é um otimista que pode sempre encontrar um raio de esperança em todas as coisas. Aprecia a simplicidade e o estado natural das coisas e se esforça para manter as coisas o mais simples possível. Com uma forte apelo moral, as marcas do Inocente se esforçam para ajudar as pessoas a satisfazerem as necessidades básicas de felicidade e simplicidade em suas vidas agitadas. Ética, pureza e simplicidade são essenciais. É visto mais comumente em organizações sem fins lucrativos e marcas que produzem bens e serviços naturais e com segurança.

Espiritualmente e socialmente consciente, exala empatia e honestidade. A nostalgia evoca emoções profundas, gosta de refletir sobre experiências passadas para mais uma vez desfrutar das memórias e lições com as quais o passado o presenteou.

Genuinamente preocupado com o bem-estar dos outros, é visto como uma marca saudável, cheia de virtude. Gosta da segurança e tranquilidade e da segurança de relacionamentos confiáveis, tanto pessoal como profissionalmente.

## LEMA

Menos é mais.

Não se preocupe, seja feliz.

## GRANDES MEDOS

Tornar os outros infelizes

Ser punido

Fazer algo errado

Complicar as coisas

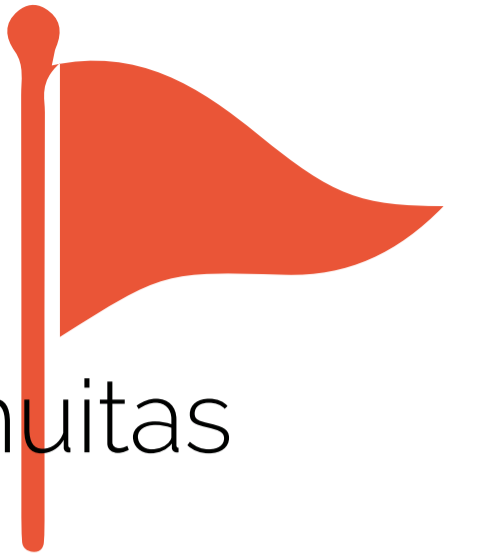
## OBJETIVOS

Ser feliz

Simplificar as coisas

Evocar a nostalgia

# EXPLORADOR



O Arquétipo do Explorer está em busca contínua de autenticidade e auto-exploração. Acredita que muitas vezes há muito mais coisas do que aparenta.

Um buscador, muitas vezes motivado por insatisfação, inquietação ou confinamento. Estabelecer-se em uma rotina não é algo que o explorador faz bem. Valoriza muito a flexibilidade e a liberdade e tende a lutar com limites, prazos e compromissos rígidos.

Consumido com a paixão de buscar gramas mais verdes, está em uma busca perpétua de auto-suficiência, autenticidade e a descoberta de um eu mais autêntico. Não é suficiente sobreviver, é necessário expandir.

Atribui grande valor à individualidade e, como tal, incentiva os outros a permanecer em sua própria jornada de autoconsciência contínua. Marcas de Exploração orientadas pela descoberta são frequentemente consideradas pioneiras quando se trata de suas ofertas.

## **LEMA**

Não levante cercas a minha volta.

Sigo a minha própria trilha.

## **GRANDES MEDOS**

Sentir-se preso ou confinado

Vazio interior

Tédio

## **OBJETIVOS**

Liberdade e independência

Encontrar-se

Experimentar a autenticidade

Desbravar novas fronteiras

# GOVERNANTE



O Arquétipo do Governante tem um forte senso de liderança. É naturalmente influente e gosta de ajudar os outros a fazer o melhor. Sempre movido a fazer as coisas (e fazer bem).

Sistemático e detalhista, é conhecido por seu estilo autoritário, movido a fortes valores pessoais e um senso grande de responsabilidade.

Se mantém organizado com métodos, sistemas e procedimentos cuidadosamente construídos e projetados para alcançar uma máxima eficiência.

É um líder nato que muitas vezes é o primeiro a tomar iniciativa num momento de confusão ou caos. Com um toque executivo, irradia confiança e competência. Sempre um seguidor de regras, você se esforça para ser um modelo respeitável para os outros.

## **LEMA**

O poder é tudo.  
Vestido para o sucesso.

## **GRANDES MEDOS**

Caos  
Ser derrubado  
Tornando-se insignificante  
Perder o respeito dos outros

## **OBJETIVOS**

Criar prosperidade  
Eficiência  
Organização  
Controle

# FORA DA LEI



O Arquétipo da Marca Fora da lei é uma verdadeira força a ser reconhecida. Suas idéias sinceras, às vezes até radicais, têm a capacidade de ser a chave para uma verdadeira mudança social.

Nunca satisfeito com o status quo, desafia noções e tradições comumente aceitas. Questiona as tendências convencionais. As pessoas esperam que o Fora da lei seja disruptivo, inovador e original.

O bom nunca é suficiente. Procura libertar-se e libertar aos outros das normas sociais através da rebelião, mesmo que passífica.

A marca Fora da Lei ou Rebelde está decidida a mudar as coisas. Atrai os consumidores que estão sempre procurando a inovação e o diferente. Desenvolver ideias, métodos e produtos de ponta por meio de metodologias não convencionais é o que o diferencia do resto.

## **LEMA**

Regras são feitas para serem quebradas.  
Eu faço as coisas do meu jeito.

## **GRANDES MEDOS**

Adaptar- se  
Tornar-se conformado  
Ser comum e igual aos outros

## **OBJETIVOS**

Libertação  
Mudança Social  
Chocar  
Revolução

# MAGO



O arquétipo do Mago exala poderes de metamorfose, transformação e carisma. É imaginativo e espiritual, um verdadeiro visionário.

Acredita em sincronicidade e acredita que todos e tudo estão interconectados. Como agente de mudança, gosta de criar transformações benéficas, influenciar pessoas e transformar visões inesperadas em realidade. Embora suas ideias incomuns às vezes possam parecer abstratas, elas são realmente aplicáveis em uma variedade de situações.

Como transformacionalista, você é capaz de conceituar possibilidades onde os outros não conseguem. O mago gosta de levar as coisas para o próximo nível, especialmente quando esse nível pode ser considerado desafiador ou inatingível.

## **LEMA**

Eu faço as coisas acontecerem.

Tudo é possível.

## **GRANDES MEDOS**

Quebrar promessas

Sofrer consequências negativas

não intencionais

## **OBJETIVOS**

Tornar sonhos em realidade

Dar vida a visões

Criar algo do nada

Transformações de efeito

# CUIDADOR



O Arquétipo da Marca Cuidador é um altruísta. Sempre disposto a dar uma mão, é generoso e por vezes não cuida de si próprio, sendo até uma falha.

É profundamente solidário, compassivo e muitas vezes coloca outras pessoas à frente de si mesmo. Obtém grande satisfação ao responder às necessidades dos outros, mesmo quando você sabe que isso significa que não receberá nada em troca.

Naturalmente acessível, amigável e sincero, sua natureza empática permite que as pessoas sintam que podem se abrir com você e, no processo, cria relacionamentos sinceros.

Você tem uma maneira de fornecer um alimento (no sentido figurativo também) que os outros estão procurando.

## **LEMA**

Ame os outros como a si mesmo.  
Compaixão acima de tudo.

## **GRANDES MEDOS**

Se sentir abandonado  
Estar em perigo  
Ser punido

## **OBJETIVOS**

Amor incondicional  
Se sentir seguro e protegido  
Tornar o mundo um lugar melhor

# CRIADOR



O Arquétipo da Marca do Criador é auto-expressivo e imaginativo. Tem uma capacidade inata de ver inspiração ao seu redor e parece encontrá-la nos lugares mais improváveis.

Seu trabalho vem do coração, uma mistura de suas experiências e sentimentos únicos. Porque coloca muito de si mesmo em suas ofertas, tem um forte desejo de criar algo de valor duradouro.

É naturalmente muito criativo e gosta de expressar sua individualidade em tudo o que faz.

Geralmente está confortável em sua própria pele, e raramente leva em consideração as opiniões dos outros. Tem um forte senso pessoal de estilo ou da maneira como você faz as coisas. Autenticidade em todos os aspectos da vida é muito importante para o criador.

## **LEMA**

Expresse-se.  
Autenticidade acima de tudo.  
Se puder ser imaginado,  
poderá ser feito.

## **GRANDES MEDOS**

Sentir-se sem inspiração  
Adaptar-se  
Criar algo medíocre

## **OBJETIVOS**

Criação  
Auto-expressão  
Fazer algo de valor duradouro

# HERÓI



O Arquétipo da Marca Herói, também conhecido como o Guerreiro, esforça-se para superar as adversidades e se elevar à ocasião. Focado, determinado e corajoso, está motivado pelo desafio de ser bem-sucedido, mesmo quando todas as probabilidades estão contra ele.

Outros admiram sua força, resistência e atitude vencedora. Provar o seu valor é importante. Guiado por metas, tem a missão de fazer a diferença. Definir e impor limites na vida e no trabalho é a chave para manter o foco.

Um grande segmento da população é atraído pela poderosa imagem da marca do Herói. Esteja sempre ciente de atrair pessoas que queiram alcançar resultados sem ter que lutar muito por isso. Trabalhe duro e encoraje os outros a fazer o mesmo.

## **LEMA**

Onde há vontade, há um caminho.  
Lute pelo que é certo.

## **GRANDES MEDOS**

Perder  
Fraqueza  
Não ser visto como um herói  
Inatividade

## **OBJETIVOS**

Coragem e Orgulho  
Domínio da Força Interior



# CARA COMUM



Às vezes conhecido como vizinho, o Arquétipo da Marca do Cara Comum é sempre compreensível e aceito por todos. Ele é totalmente democrático. Todos por um e um por todos é o seu grito de guerra.

Possui um forte desejo de unir as pessoas e criar um senso de comunidade. É mais professor do que líder e mais mentor do que chefe. Fortalece os outros com uma atitude de "você pode fazer isso" e obtém grande satisfação quando vê pessoas trabalhando juntas para atingir um objetivo comum.

O cara comum vive e trabalha dentro dos princípios da igualdade. Acredita que todos, independentemente do seu status, têm direito a excelente qualidade e serviços.

## **LEMA**

Somos todos iguais.  
Juntos somos melhores

## **GRANDES MEDOS**

Destacar-se da multidão  
Deixar os outros de fora  
Ser visto como elitista

## **OBJETIVOS**

Pertencimento  
Desenvolver virtudes sólidas

# BOBO DA CORTE



O Arquétipo Bobo da corte nos ajuda a rir dos pequenos absurdos da vida. Em casa, no meio da multidão, não se preocupa em tentar impressionar os outros, colocando seus ares brincalhões em tudo. Sabe que é verdadeiramente possível ser adorado por quem é.

Aprecia o ontem e antecipa o amanhã. Também gosta de ser um pouco desobediente mas sem quebrar radicalmente as regras.

Um grande falador, raramente é pego de surpresa. Geralmente a vida é uma festa, chama por diversão em todas as situações da vida e as pessoas são atraídas para você por isso. Acredita que o mundo seria um lugar muito melhor se todos pudessem se acalmar e se divertir um pouco.

As pessoas que se conectam com o Bobo da corte desejam facilidade de uso, itens de preço baixo a moderado e conveniência. Eles querem se sentir conectados à marca como se a conhecessem pessoalmente. Eles procuram aproveitar a vida e evitar a negatividade a todo custo.

## **LEMA**

Só se vive só uma vez.  
Aproveite cada dia ao máximo.

## **GRANDES MEDOS**

Aborrecer os outros  
Perder a diversão  
Ficar entediado

## **OBJETIVOS**

Felicidade  
Alegria  
Malícia  
Ironia

# AMANTE



O Arquétipo da Marca Apaixonada também é conhecido como "O Amante". Possui um forte senso de estética e um grande apreço pela beleza, envolvendo-se com ela em todos os aspectos da sua vida.

Busca enriquecimento e realização pessoal e quer que os outros sigam o exemplo. Está motivado ajudando os outros a descobrir e usar seus próprios dons para obter sucesso.

Relacionamentos são muito importantes na vida e no trabalho. Gosta de se conectar com os outros através de desejos e compromissos compartilhados.

Sua marca representa magnificência e prazer. Segue sua felicidade e atrai uma clientela que faz o mesmo. Oferece excelente qualidade através de ofertas em que acredita profundamente. Fazer seus consumidores amarem em todos s níveis é a intenção (desde amor próprio até amor sexual).

## **LEMA**

O amor faz o mundo girar .  
Você é o único.

## **GRANDES MEDOS**

Ficar sozinho  
Fazer os outros se sentirem desvalorizados  
Não ser atraente, não ser desejado

## **OBJETIVOS**

Intimidade  
Experiências  
Belezas  
Relacionamentos

## TATIANA MARX

Olá, eu sou alguém que ama experimentar a vida por várias perspectivas e desafiar o status quo, sim, sou uma Fora da Lei, uma rebelde com causa.

Designer de negócios e marcas artísticas, consultora de Branding e estrategista. Uso o pensamento do design para transformar ideias em soluções e negócios criativos.

Numa nova era onde a internet e o significado são peças chaves para o sucesso, estímulo o pensamento crítico, dou suporte e desenvolvo soluções para tornar possível a criação de marcas negócios autênticas, inovadoras e geradoras de valor.

Faço isso por meio de cursos, workshops, consultorias, aceleração (e tudo que pintar na minha cabeça fervilhante) para artistas e empreendedores da indústria criativa e cultural.



Me siga nas Redes Sociais, tem sempre conteúdos novos...