

APRENDA A SE VESTIR COMO O SEU ARQUÉTIPO MANDA

Christie Giovannetti



BEM-VINDAS, SOU CHRISTIE GIOVANNETTI

Amo criar, deixar as pessoas mais confiantes com sua imagem e ajudá-las a se destacar no mercado em que atuam.

Minha primeira formação foi em Design Gráfico e Marketing, mas foi com a Consultoria de Imagem e Marketing Pessoal, que começou a minha jornada, que me realiza mais a cada dia.

E sou mãe do Miguel, que completa minha vida e colore meus dias.



ARQUÉTIPOS

Padrões de comportamento que existem não simplesmente no inconsciente pessoal, mas no coletivo.

Imagem de natureza coletiva que ocorrem em toda a Terra e, ao mesmo tempo, como produtos individuais.

Segundo Jung, é o conjunto de sonhos e desejos de um grupo ou mesmo da humanidade.

DO GREGO "ARQUEOS" - PRIMEIROS TYPOS - "PADRÃO"

A psicologia arquetípica ajuda a explorar significados universais para criar identidades de marcas.

Um produto com identidade arquetípica fala diretamente à matriz psíquica do consumidor, agindo na sua motivação. O consumidor não compra porque ele se identifica com os valores e características dos arquétipos, mas porque quer se aproximar deles.

No entanto, o arquétipo de uma marca não é apenas uma questão de escolha, tudo precisa fazer sentido, fazer parte do que você é enquanto marca.

COMO TUDO COMEÇOU

A mais ou -100 anos atrás quando Freud e Jung iniciavam a psicanálise, já se sabia da importância dos arquétipos para sociedades humanas.

Temos um reservatório de imagens latente, também chamado de imagens primordiais, que cada pessoa herda de seus ancestrais.

Não lembramos das imagens de forma consciente, porém, temos uma predisposição para reagir da mesma forma que nossos ancestrais faziam.

@chrisimagem



OS 12 ARQUÉTIPOS DE JUNG

RISCO E
MUDANÇA

INDEPENDÊNCIA
E REALIZAÇÃO

ESTABILIDADE
E CONTROLE

PERTENCIMENTO
E PRAZER

Os 12 ARQUÉTIPOS DE JUNG

@chrisimagem



O inocente



O explorador



O sábio



O herói



O fora da lei



O mago



A pessoa comum



O amante



O bobo



O prestativo



O criador



O governante

GRUPO 1

MOTIVAÇÃO:
INDEPENDÊNCIA E
REALIZAÇÃO

ANSEIAM PELO
PARAÍSO



O inocente



O explorador



O sábio

AUTONOMIA
ACIMA DE
PERTENCIMENTO

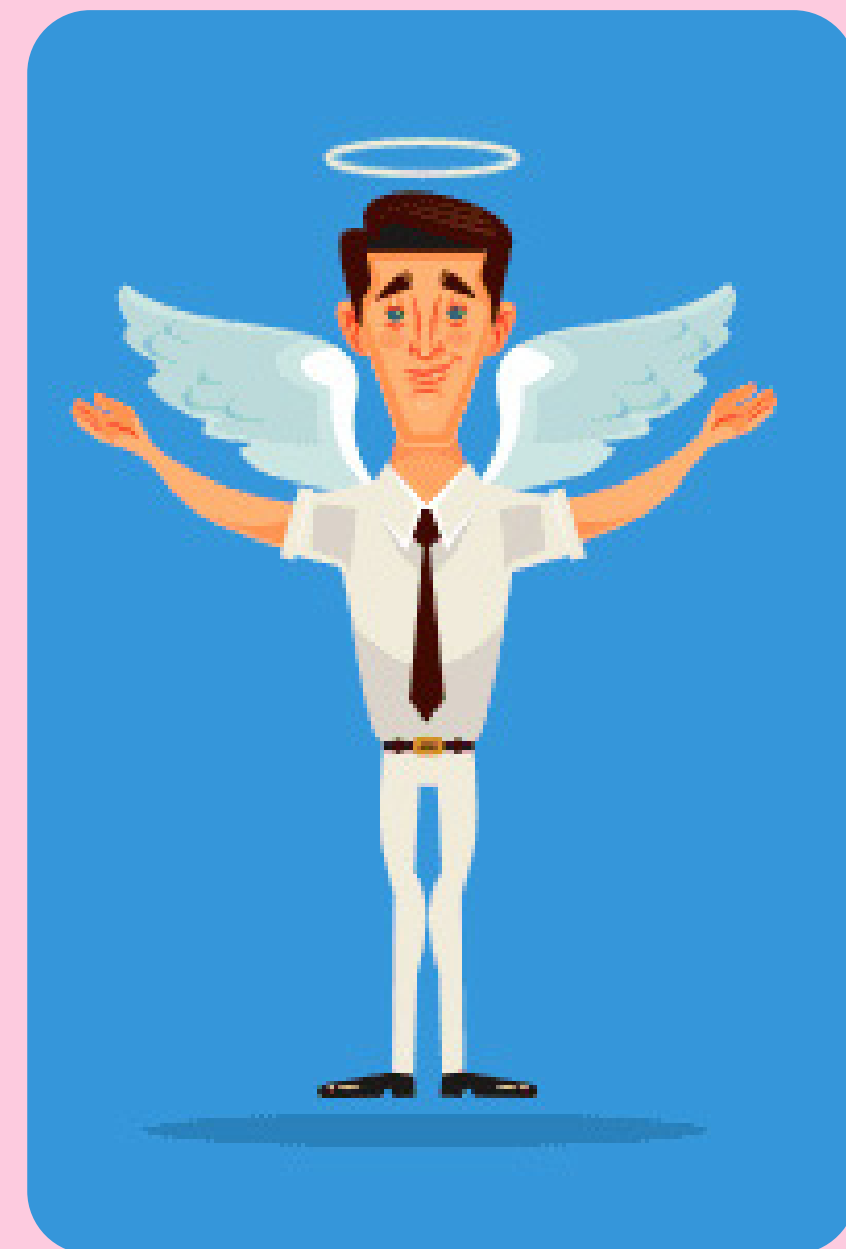
INOCENTE

SEGURANÇA E OTIMISMO

DESEJO BÁSICO: VIVENCIAR O PARAÍSO

META: SER FELIZ

MEDO: FAZER ALGO ERRADO E SER PUNIDO



OMO SE SUJAR FAZ BEM



"Somos livres para
ser você e eu"

ESTILO DE SE VESTIR: ROMÂNTICO

Acessórios delicados
Formas arredondadas
Cores mais claras
Cabelos mais longos e cacheados
Tipologia manuscrita



Feminina
Delicada

PERSONA: TAYLOR SWIFT



Feminina
Delicada

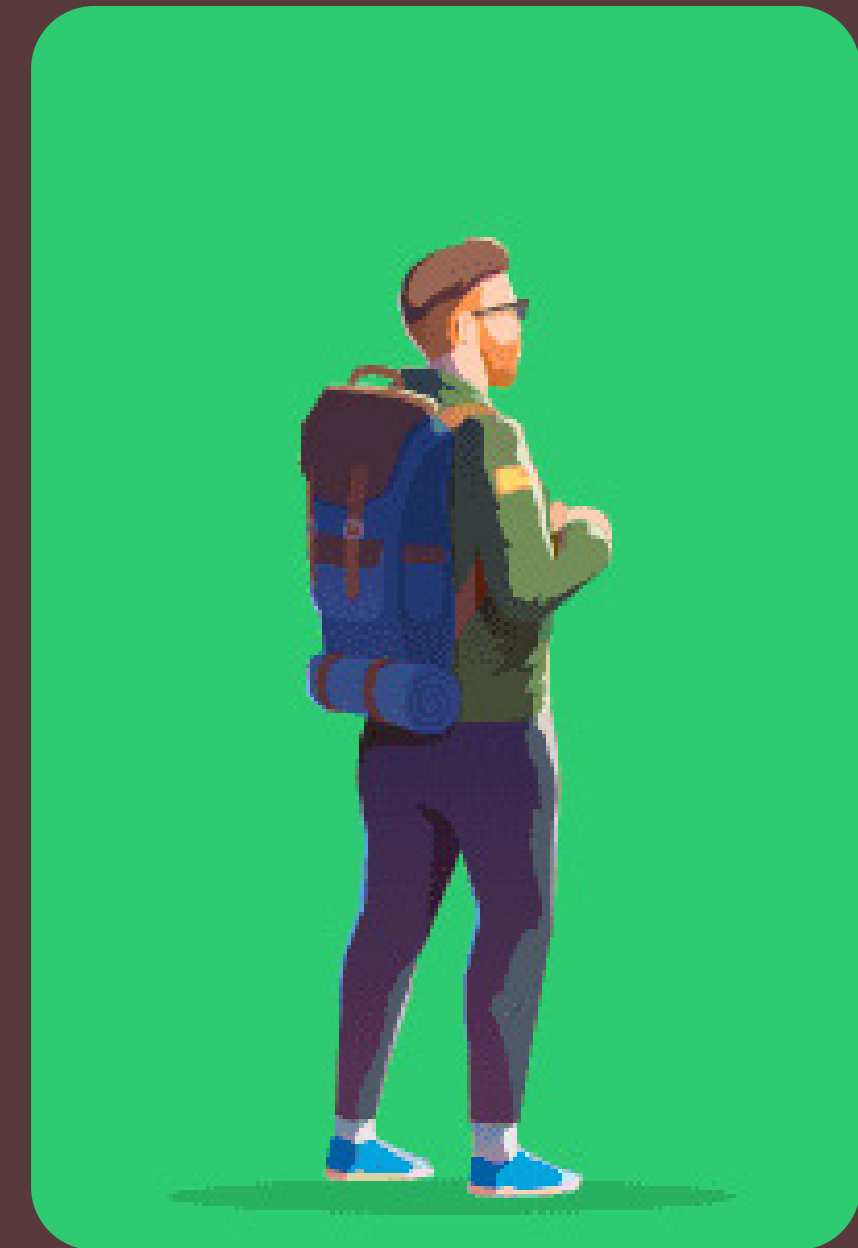
EXPLORADOR

LIBERDADE

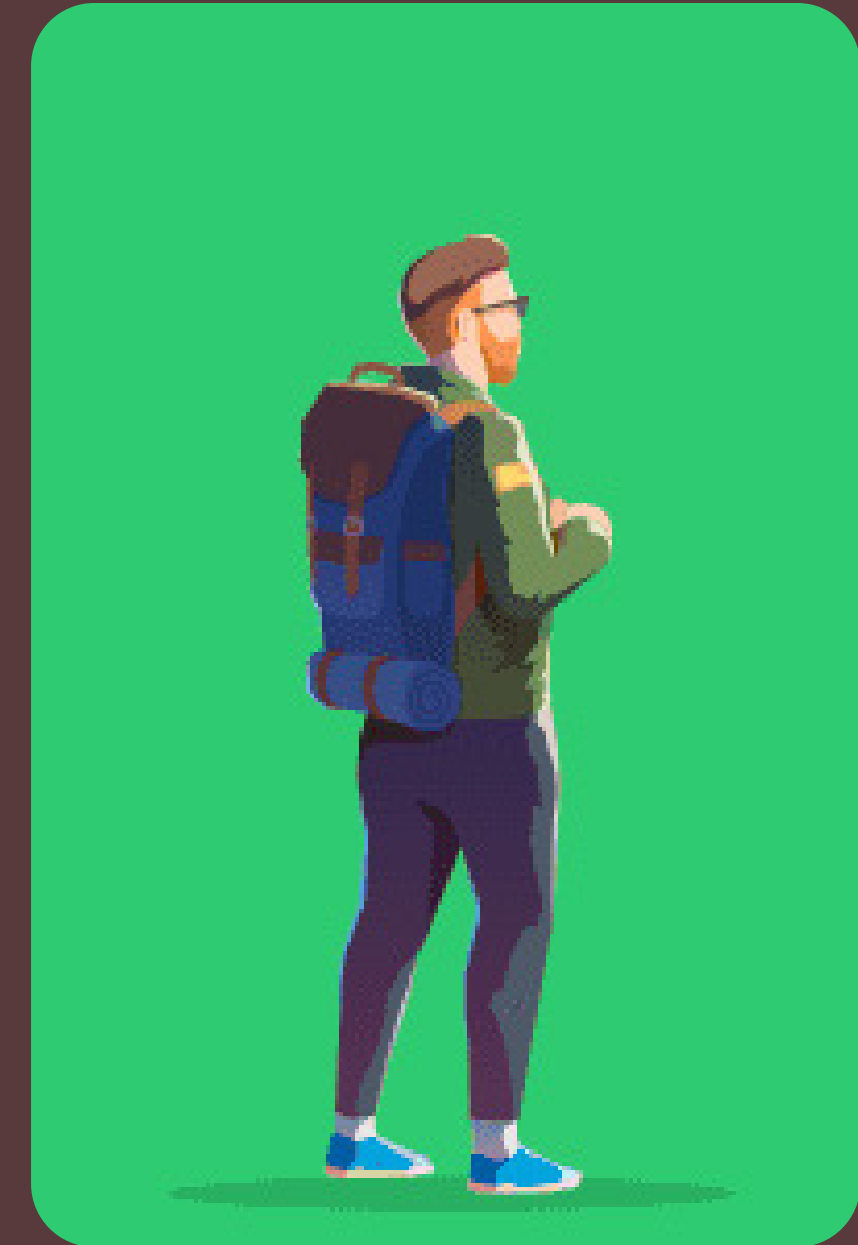
DESEJO BÁSICO: EXPERIMENTAR COISAS
NOVAS

META: VIVER UMA VIDA MELHOR

MEDO: CAIR NA CONFORMIDADE



JEEP ASSUMA O CONTROLE DA SUA LIBERDADE



"Não levante cercas
à minha volta"

ESTILO DE SE VESTIR - ESPORTIVA

Acessórios simples
Formas retas
Cores terrosas (natureza)
Cabelos soltos
Tipologia comum ou com negrito



Simples
Forte

PERSONA ELIZABETH GILBERT



Simples
Forte

SÁBIO

CONHECIMENTO E COMPREENSÃO

DESEJO BÁSICO: DESCOBERTA DA VERDADE

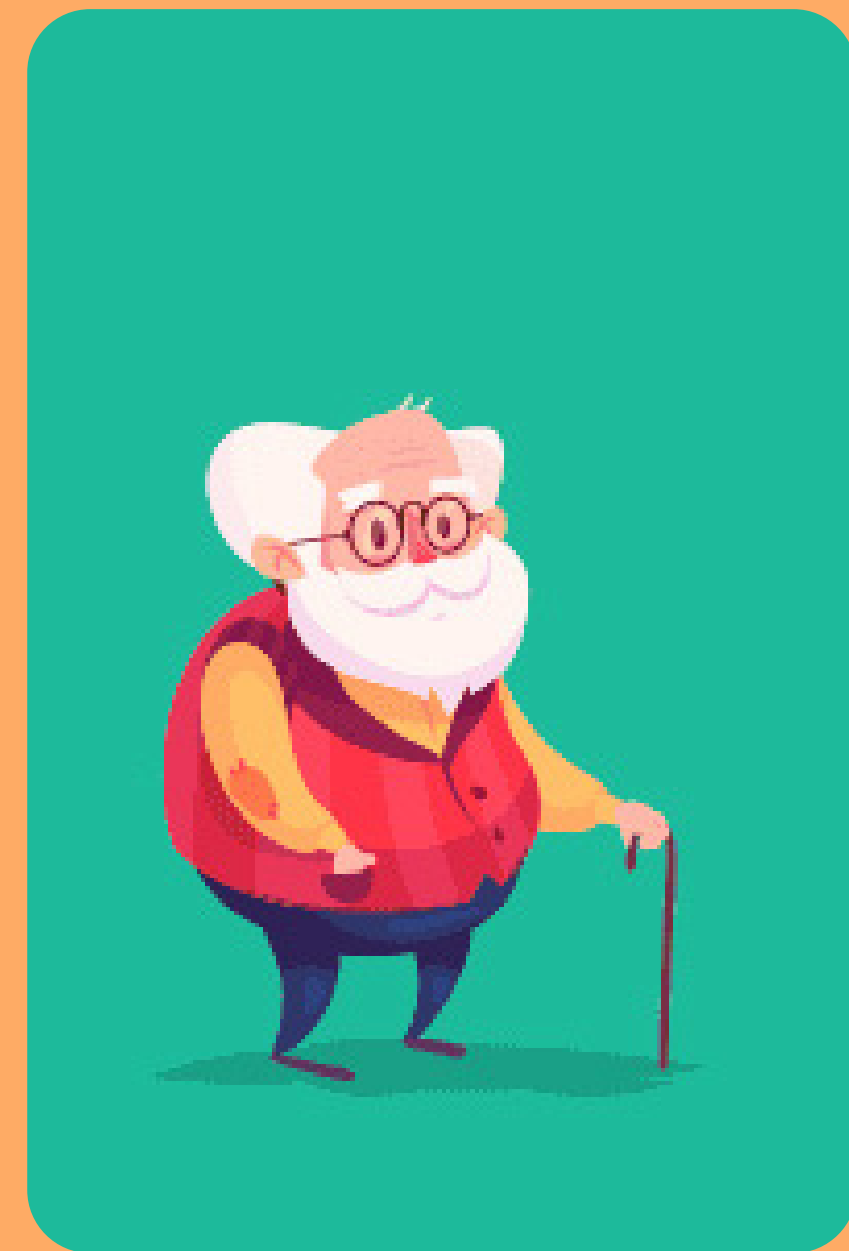
META: COMPREENDER O MUNDO

MEDO: SER ILUDIDO



GOOGLE - FAÇA A
COISA CERTA

Google



"A verdade
libertará você"

ESTILO DE SE VESTIR: TRADICIONAL

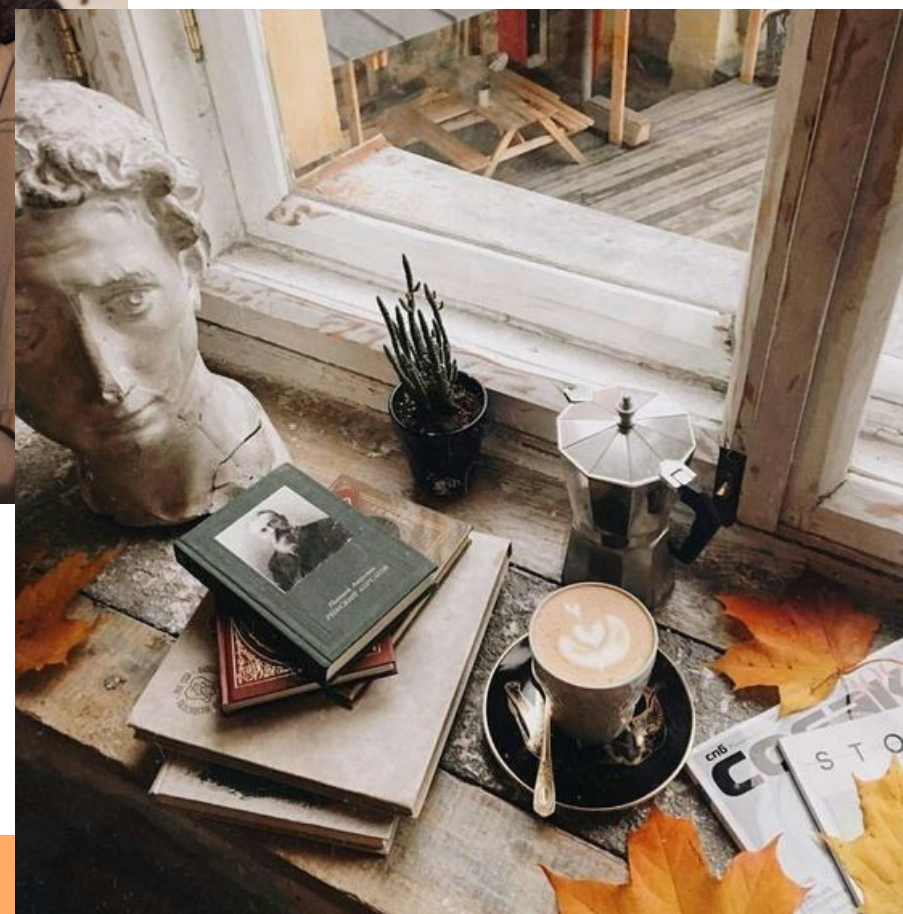
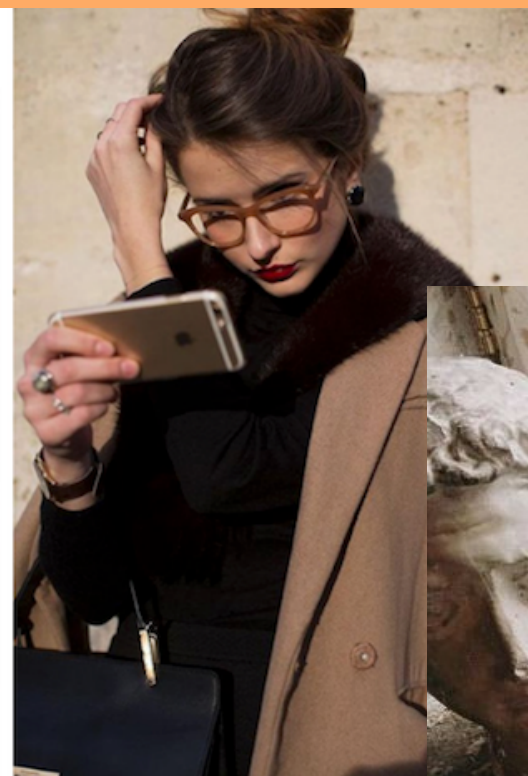
Acessórios atemporais
Formas retas e circulares
Cores mais fechadas
Cabelos presos
Tipologia com serifa



Elegante
Séria

PERSONA

ANNA SOROKIN



Elegante
Séria

@chrisimagem

GRUPO 2

MOTIVAÇÃO:
RISCO E
MUDANÇA



O herói



O fora da lei



O mago

DEIXAM SUA MARCA
NO MUNDO

MAESTRIA
ACIMA DE
ESTABILIDADE

HERÓI EXCELÊNCIA

DESEJO BÁSICO: PROVAR O PRÓPRIO
VALOR POR MEIO DE UMA AÇÃO CORAJOSA E
DIFÍCIL

META: MELHORAR O MUNDO

MEDO: FRAQUEZA, VULNERABILIDADE



NIKE - JUST DO IT



"Onde há vontade,
há um caminho"

ESTILO DE SE VESTIR: MODERNO SEXY

Acessórios dourados ou grandes
Formas retas e angulares
Cores neutras com toques de cor
Cabelos lisos/arrumados
Modelagem estruturada/couro
Tipologia bold



Guerreira
Vencedora

PERSONA VIÚVA NEGRA



Guerreira
Vencedora

FORA-DA-LEI

LIBERTAÇÃO

DESEJO BÁSICO: VINGANÇA OU REVOLUÇÃO

META: DESTRUIR O QUE NÃO FUNCIONA

MEDO: SER COMUM, SEM PODER



HARLEY DAVIDSON ALL FOR FREEDOM, FREEDOM FOR ALL



"As regras são feitas
para serem
quebradas"

ESTILO DE SE VESTIR SEXY DRAMÁTICO

Lenços / metais
Formas retas e angulares
Cores fortes
Cabelos desalinhados
Roupas rasgadas
Tipologia desestruturada



Rebelde
Sedutora

PERSONA PITTY



Rebelde
Sedutora

MAGO

TRANSFORMAÇÃO

DESEJO BÁSICO: CONHECER AS LEIS
FUNDAMENTAIS DO UNIVERSO

META: TORNAR OS SONHOS REALIDADE

MEDO: CONSEQUÊNCIAS NEGATIVAS INESPERADAS



DISNEY - ONDE OS SONHOS SE TORNAM REALIDADE



"Onde há vontade,
há um caminho"

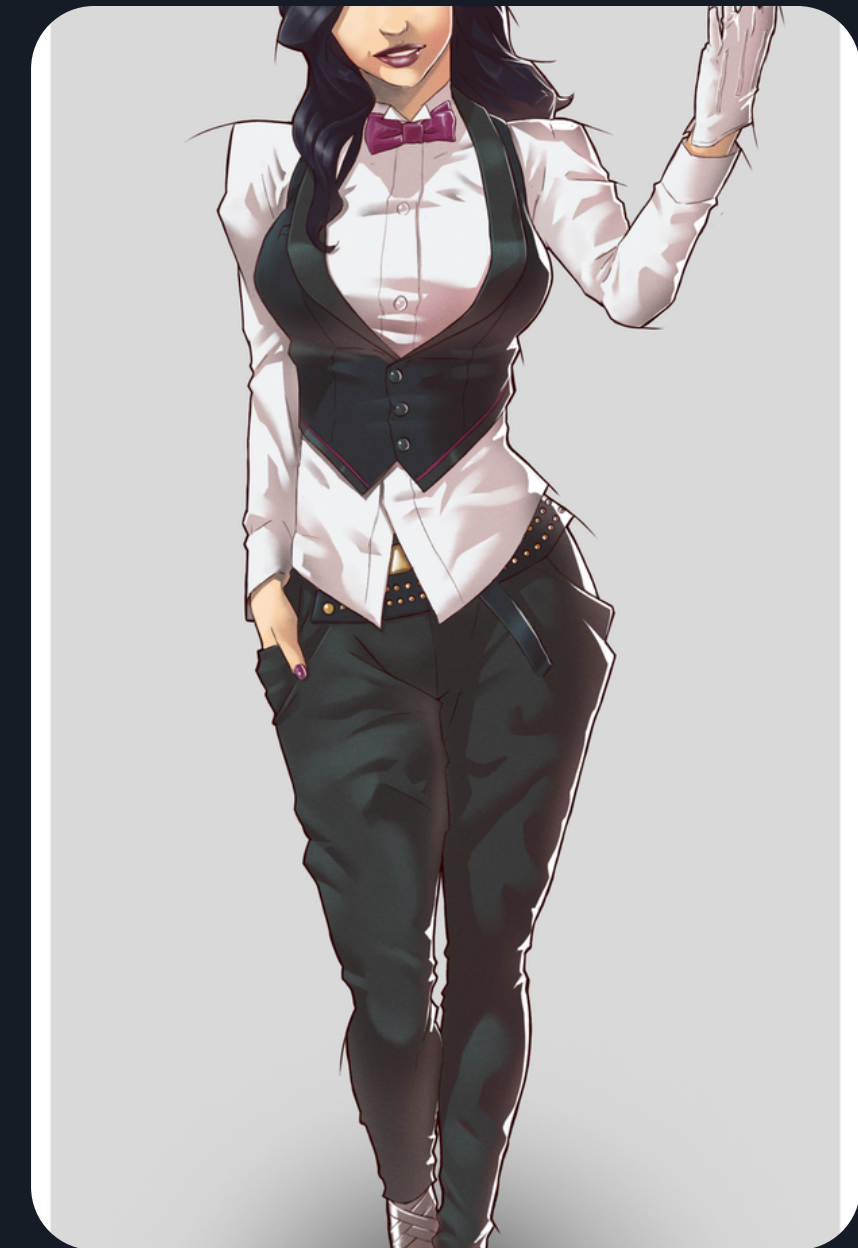
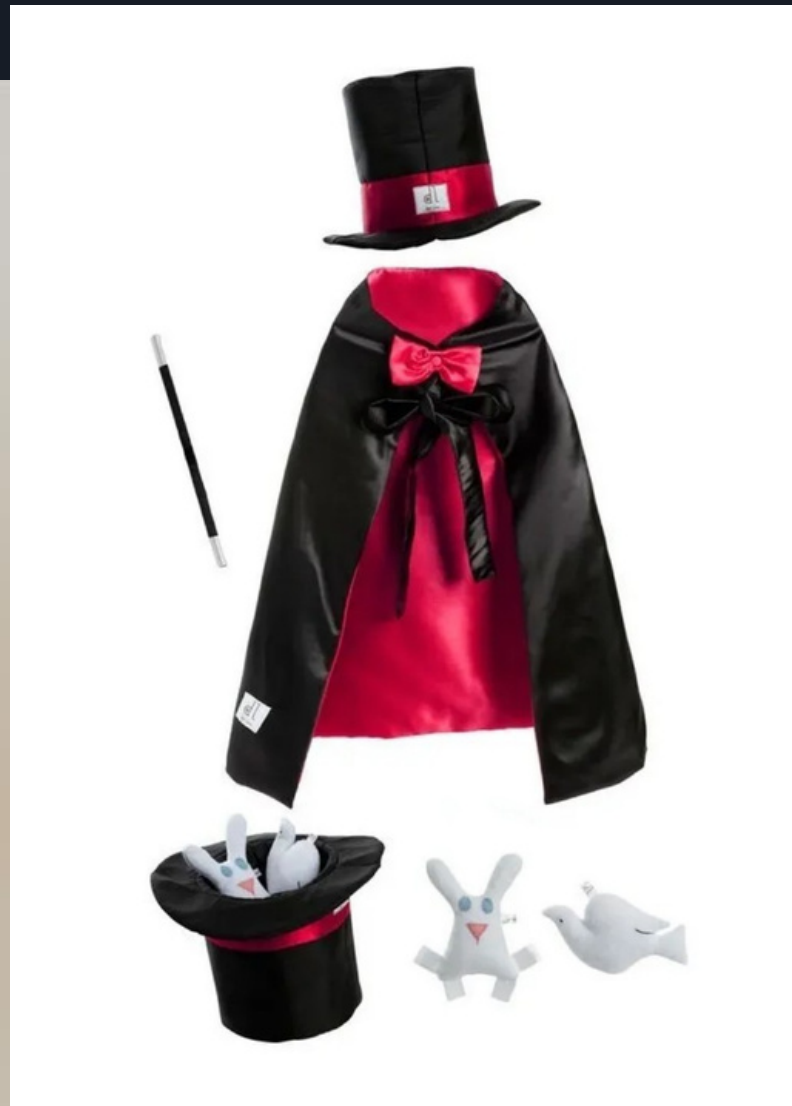
ESTILO DE SE VESTIR: TRADICIONAL CRIATIVO

Acessórios diferenciados
Formas retas
Cores neutras e fechadas
Cabelos longos e lisos
Modelagem Oversized
Tipologia estruturada com serifa



Magia
Transformação

PERSONA: ZATANNA ZATARA



Magia
Transformação

GRUPO 3

MOTIVAÇÃO:
PERTENCIMENTO E
PRAZER



A pessoa comum



O amante



O bobo

NENHUM HOMEM É
UMA ILHA

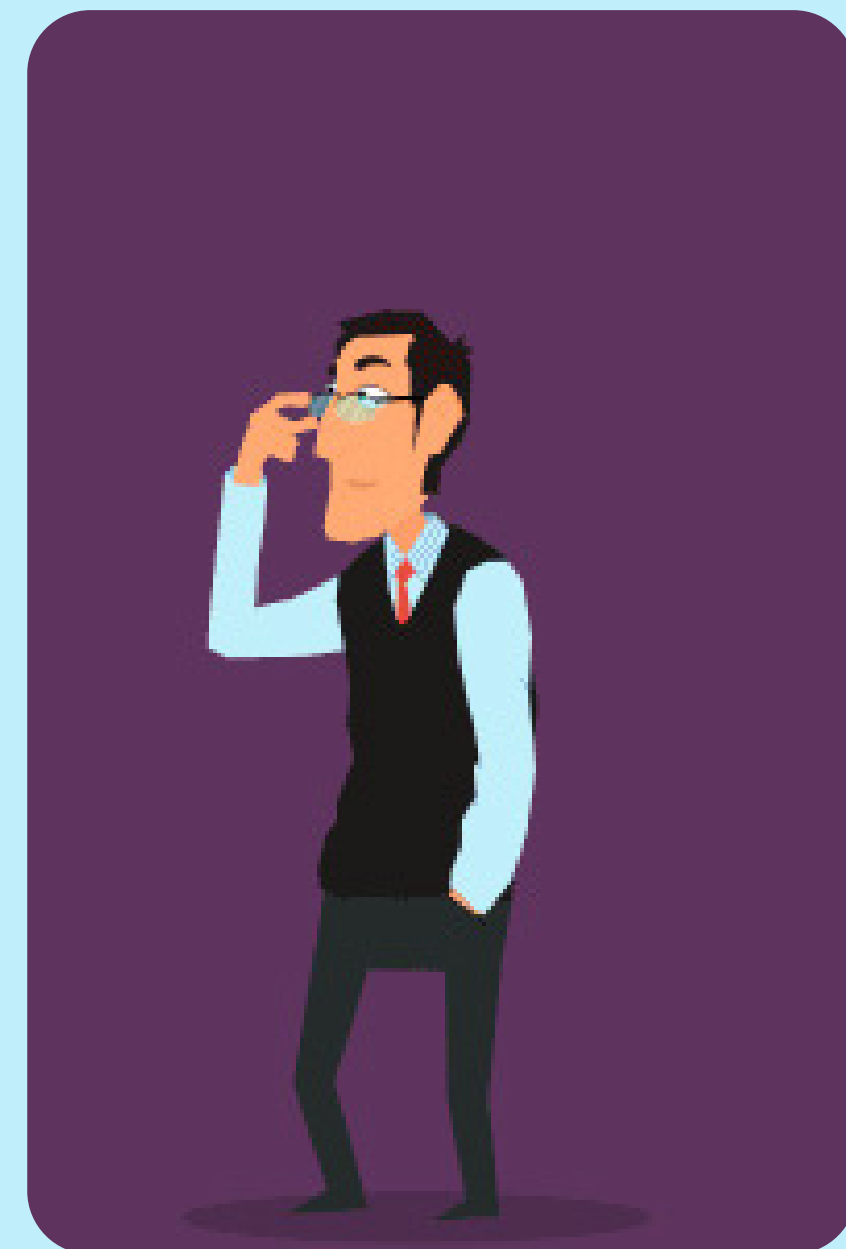
PERTENCIMENTO
ACIMA DE
INDEPENDÊNCIA

CARA COMUM COMUNIDADE

DESEJO BÁSICO: CONEXÃO COM OS
OUTROS, SEGURANÇA

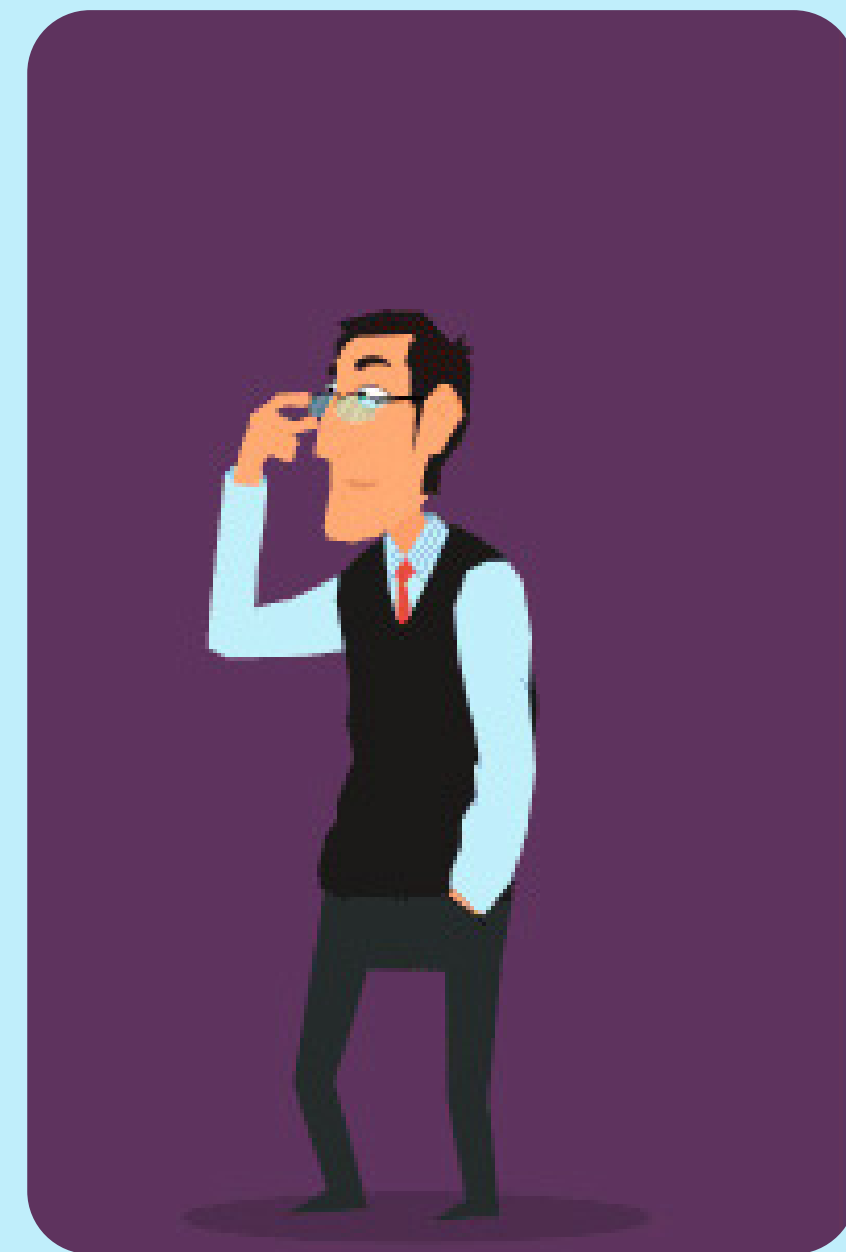
META: PERTENCER, ADEQUAR-SE

MEDO: DESTACAR-SE E SER REJEITADO



HERING

O BÁSICO DO BRASIL



"Todos os homens e
mulheres são
criados igualmente"

ESTILO DE SE VESTIR: CASUAL ESPORTIVO

Acessórios minimalistas

Formas arredondadas

Cores claras e alegres

Cabelos enrolados

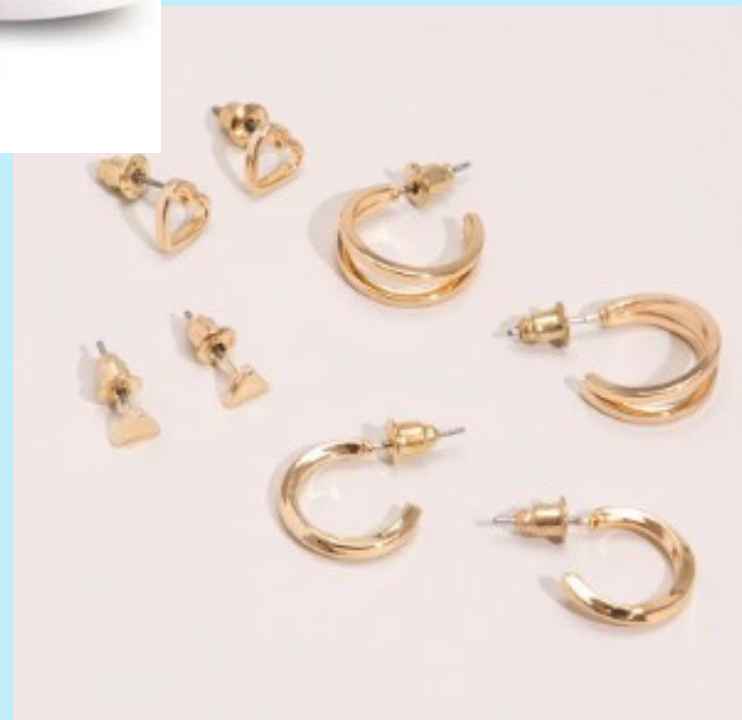
Modelagem básica

Tipologia comum



Comum
Amigável

PERSONA JENNIFER GROGAN



Comum
Amigável

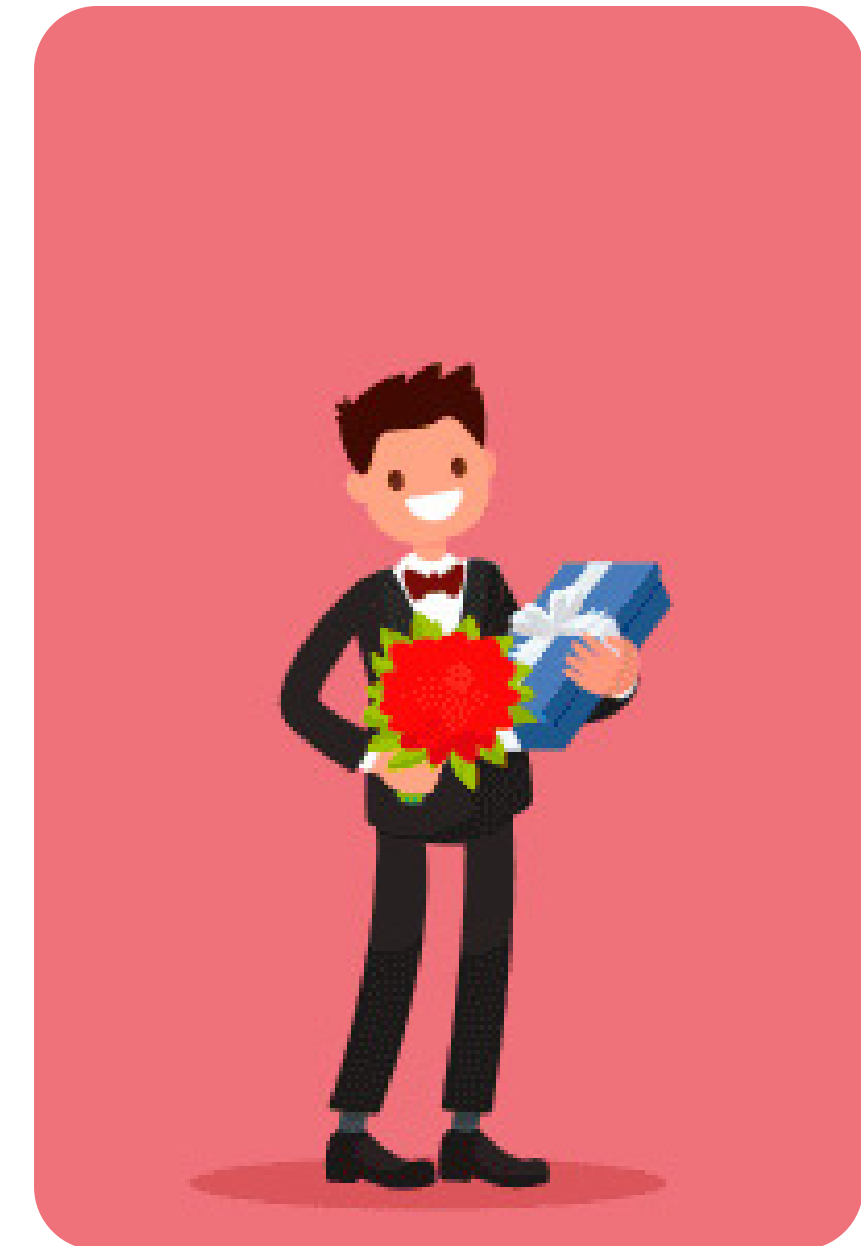
AMANTE

ATRAÇÃO

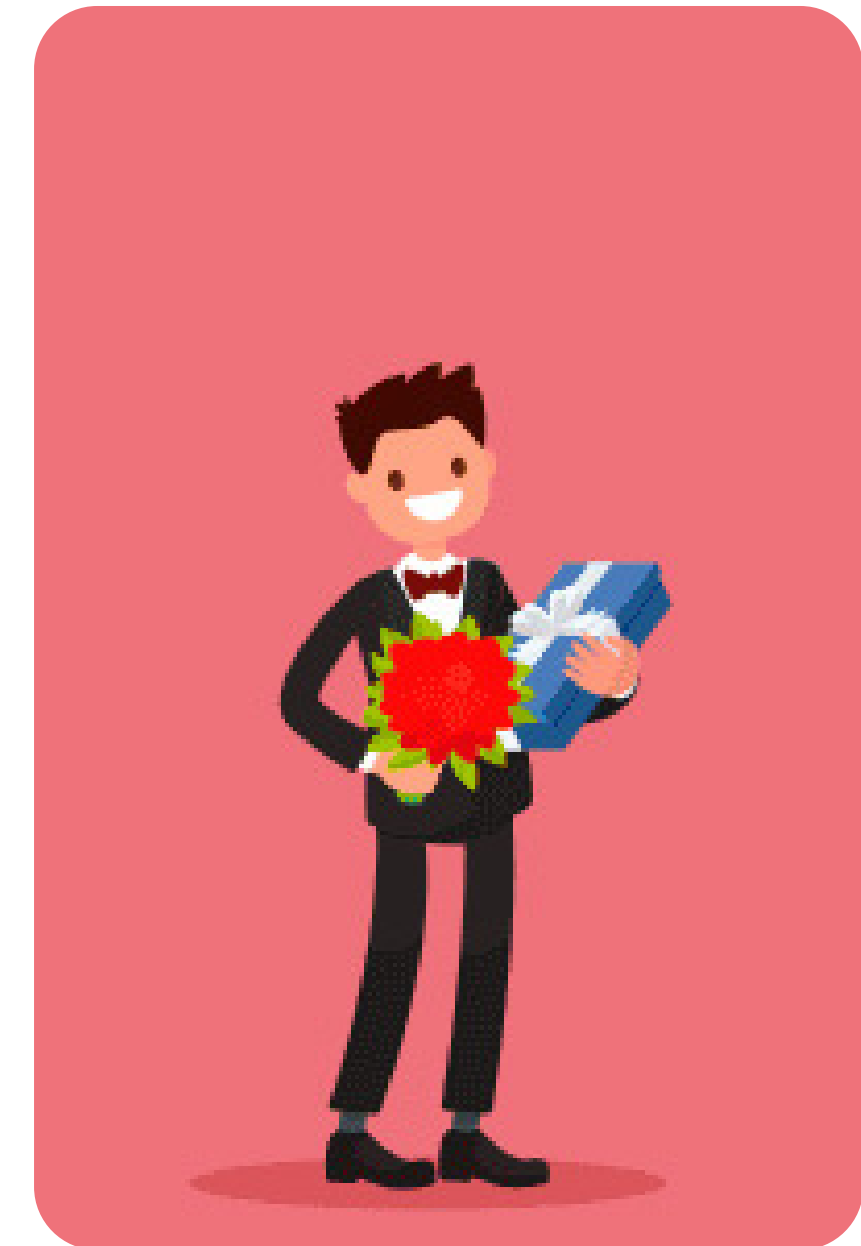
DESEJO BÁSICO: INTIMIDADE OU
PRAZER SENSUAL

META: MANTER UM RELACIONAMENTO

MEDO: FICAR SOZINHO



DIOR J'ADORE - A FEMINILIDADE ABSOLUTA



"Só tenho olhos
para você"

ESTILO DE SE VESTIR SEXY

Acessórios sensuais

Formas arredondadas e sinuosas

Cores quentes

Cabelos enrolados

Modelagem justa e decotada

Tipologia manuscrita



Atraente
Feminina

PERSONA MARILYN MOROE



Atraente
Feminina

BOBO DA CORTE

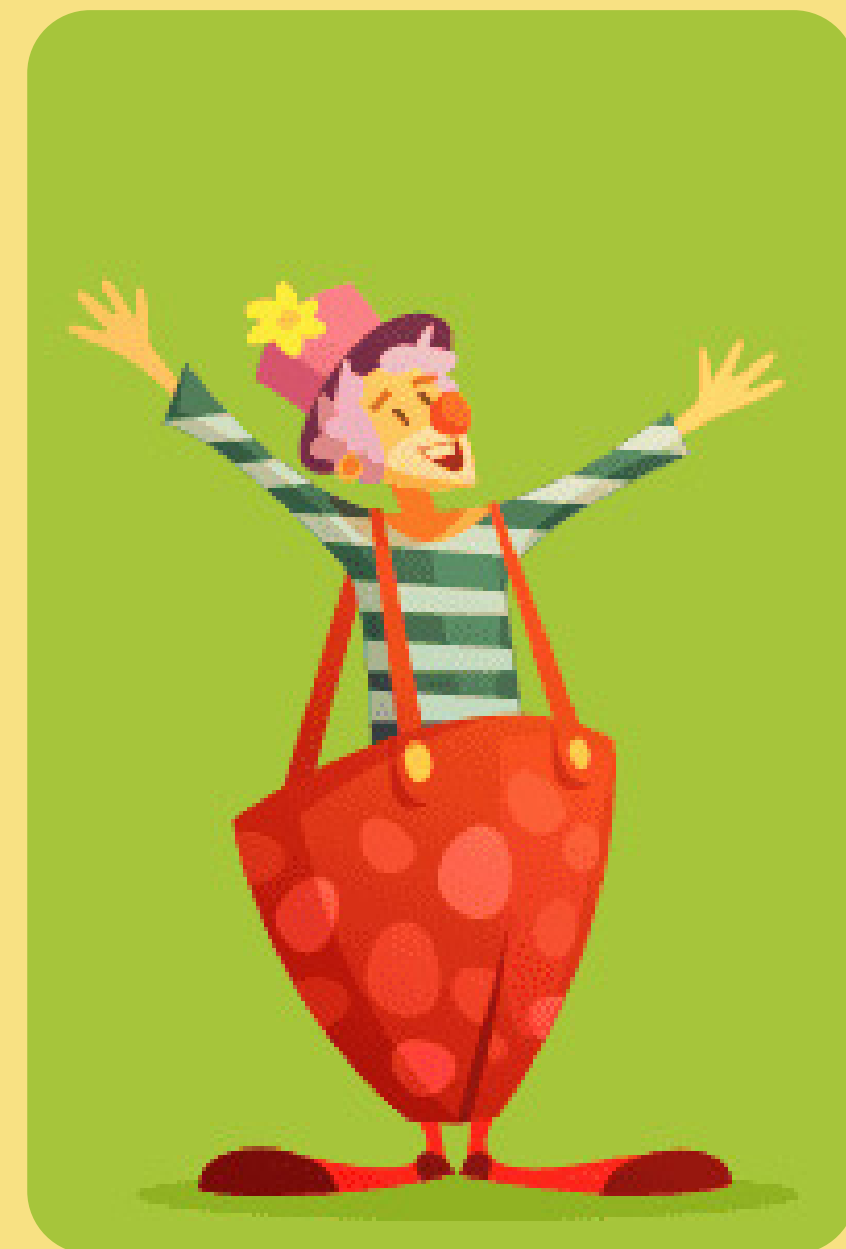
ALEGRIA TOTAL

DESEJO BÁSICO: VIVER O MOMENTO

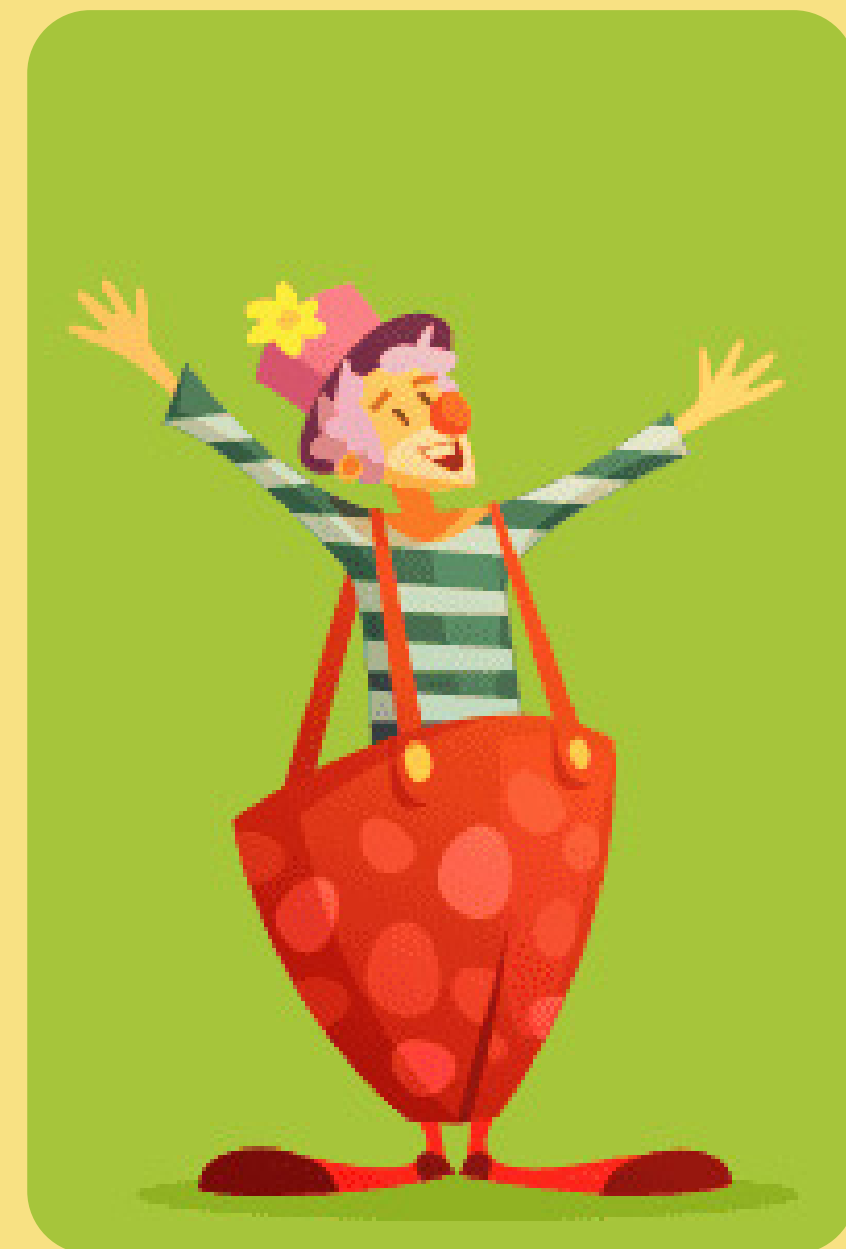
PRESENTE, SEM PREOCUPAÇÕES

META: DIVERTIR-SE E ALEGRAR O MUNDO

MEDO: ABORRECER-SE



FANTA - É MAIS SABOR, É NÍVEL FANTA



"Se eu não puder
dançar, não quero fazer
parte da sua revolução"

ESTILO DE SE VESTIR: CRIATIVO

Acessórios coloridos
Formas arredondadas
Cores vibrantes e alegres
Cabelos enrolados/penteados diferentes
Estampas
Tipologia infantil



Brincalhão
Despreocupado

PERSONA LADY GAGA



Brincalhão
Despreocupado

GRUPO 4

MOTIVAÇÃO:
ESTABILIDADE E
CONTROLE



O prestativo



O criador



O governante

DÃO ESTRUTURA
AO MUNDO

ESTABILIDADE
ACIMA DE
MAESTRIA

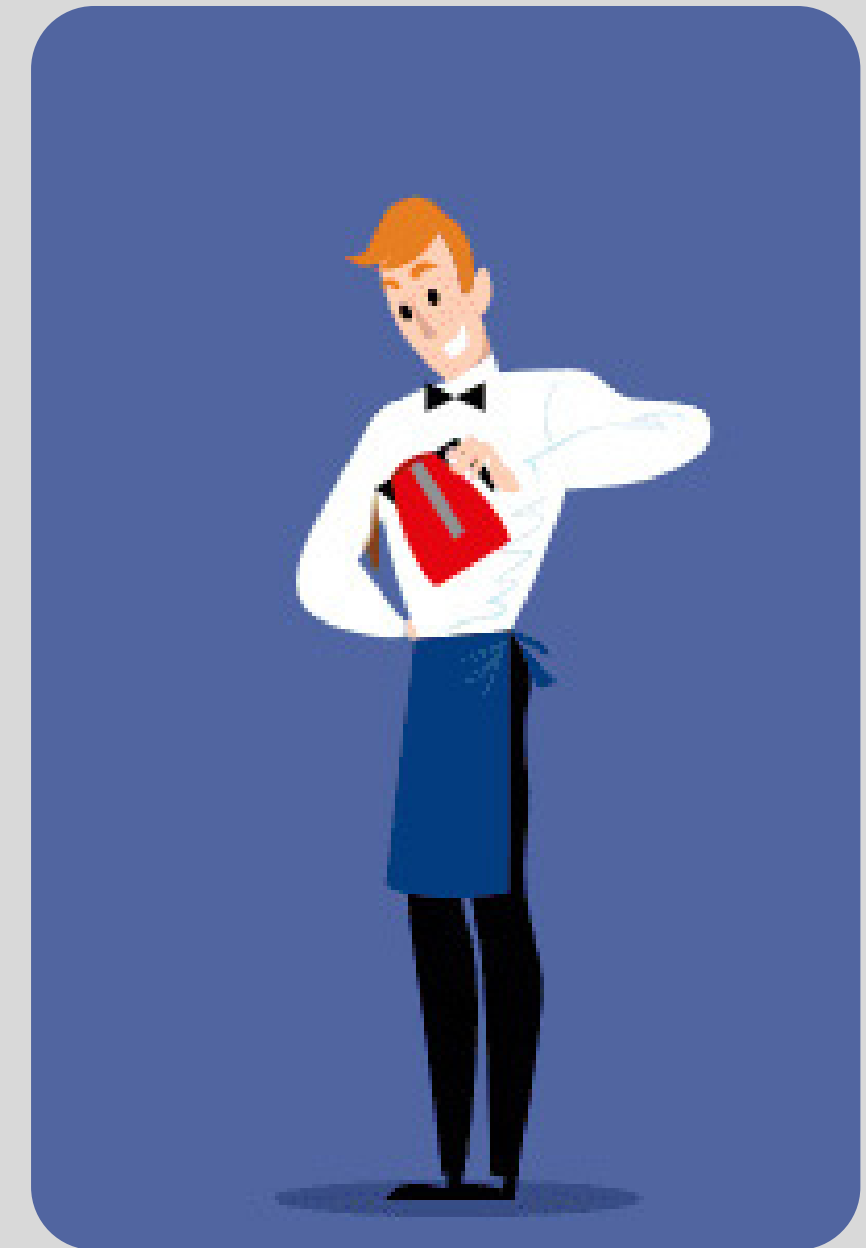
PRESTATIVO

GENEROSIDADE

DESEJO BÁSICO: PROTEGER OS OUTROS
DO MAL

META: AJUDAR OS OUTROS

MEDO: EGOÍSMO



UNIMED - CUIDANDO DE VOCÊ



Cuidando de você.



"Ama o teu próximo
como a ti mesmo"

ESTILO DE SE VESTIR: CASUAL ROMÂNTICO

Acessórios delicados

Formas arredondadas

Cores claras

Cabelos enrolados e/ou presos

Estampas florais

Tipologia manuscrita



Amorosa
Receptiva

PERSONA MIRANDA HOBBS



Amorosa
Receptiva

CRIADOR

INOVAÇÃO

DESEJO BÁSICO: CRIAR ALGO DE VALOR

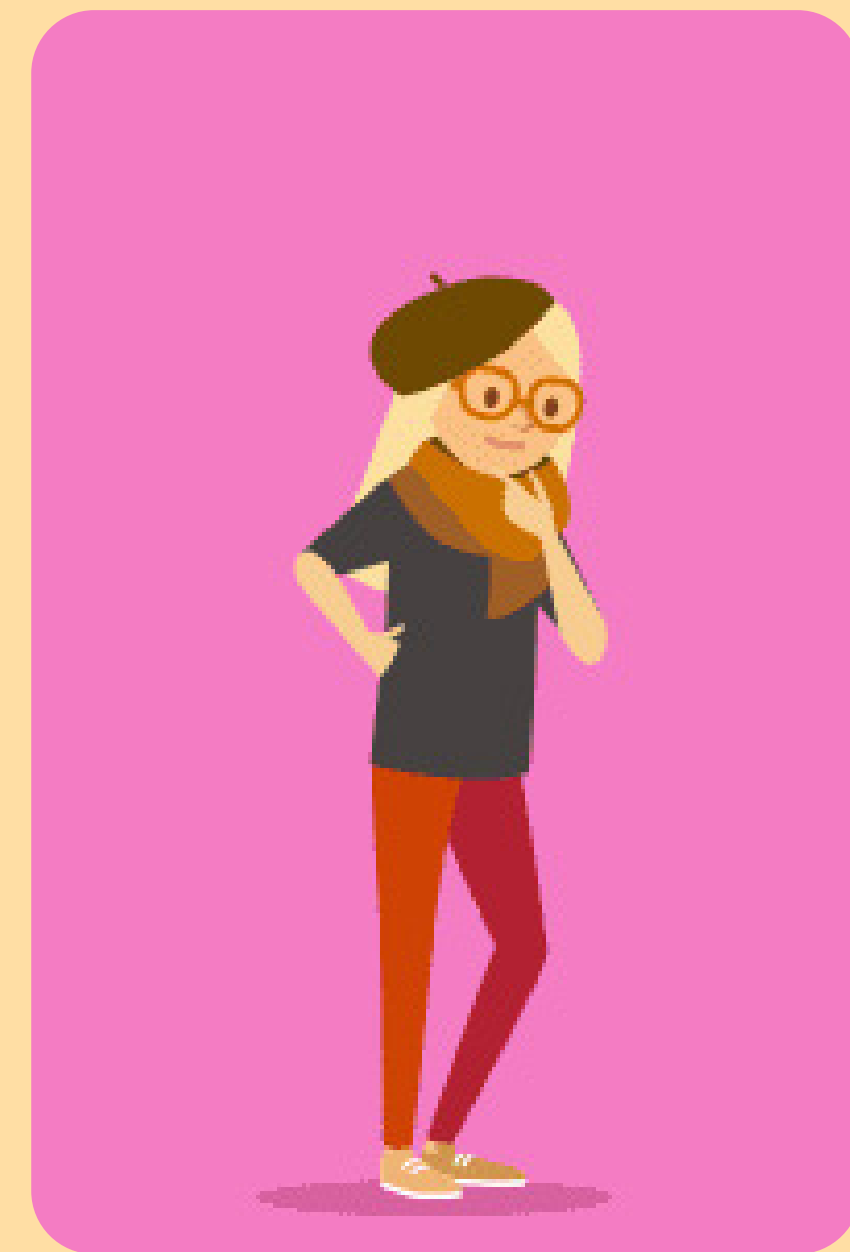
DURADOURO

META: DAR FORMA A UMA VISÃO

MEDO: SER MEDÍOCRE



CRIADOR WITH LEGO YOU CAN DO MORE



"Se pode ser
imaginado, poderá
ser criado"

ESTILO DE SE VESTIR: CRIATIVO MODERNO

Acessórios diferentes
Formas geométricas
Cores vibrantes
Penteados diferentes
Estampas inusitadas
Tipologia contemporânea



Imaginativa
Inovadora

PERSONA CARRIE BRADSHAW



Imaginativa
Inovadora

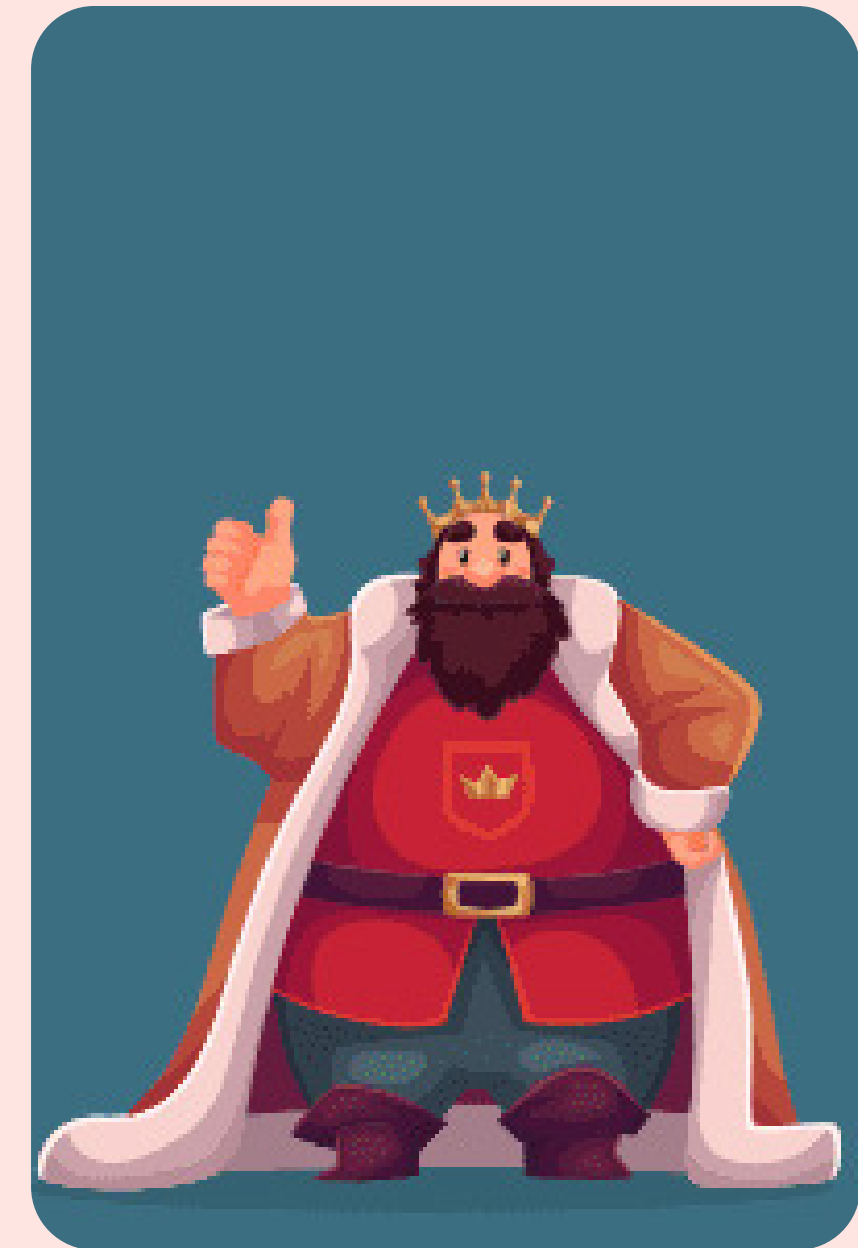
GOVERNANTE

LIDERANÇA

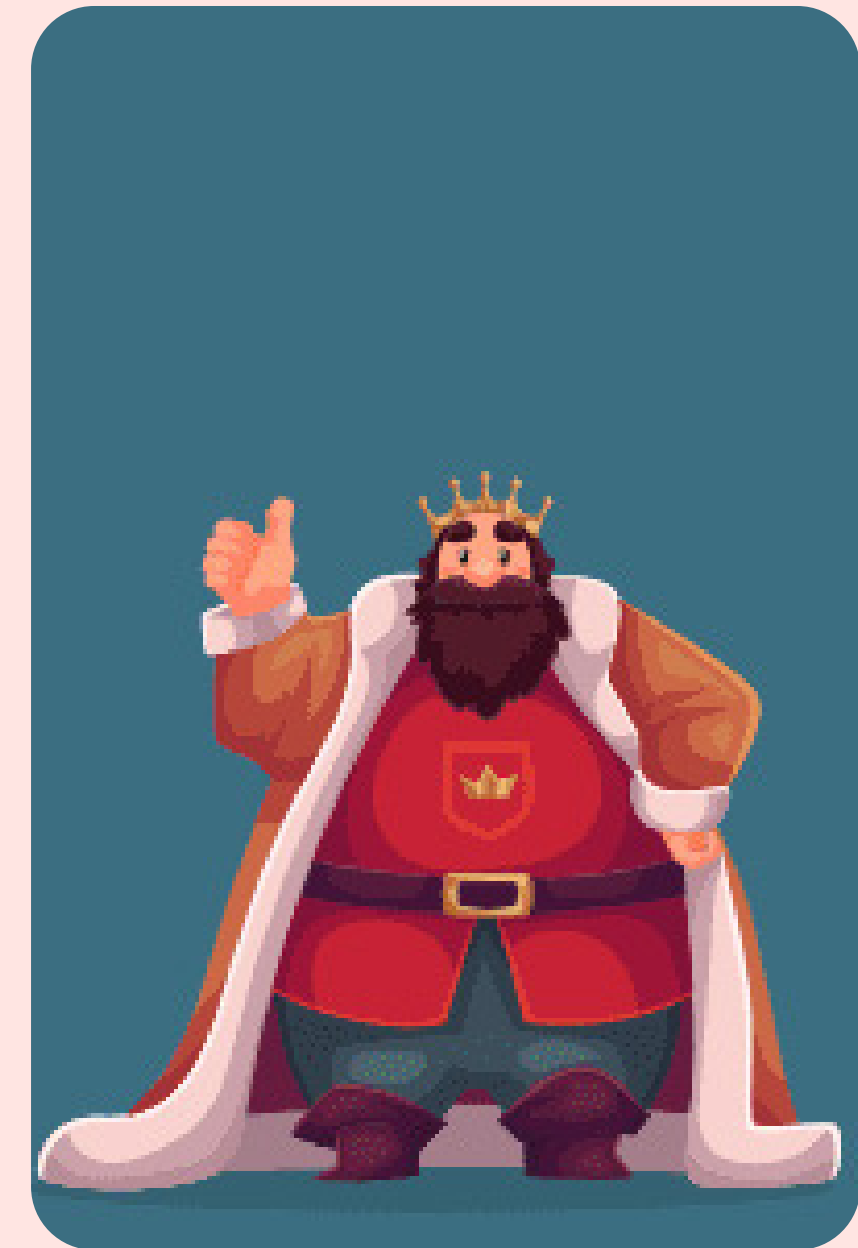
DESEJO BÁSICO: CONTROLE

META: CRIAR ALGO BEM SUCEDIDO

MEDO: SER DESTITUÍDO



AMERICAN EXPRESS YOUR CARD. YOUR RULES



"O poder não é tudo,
é só o que importa"

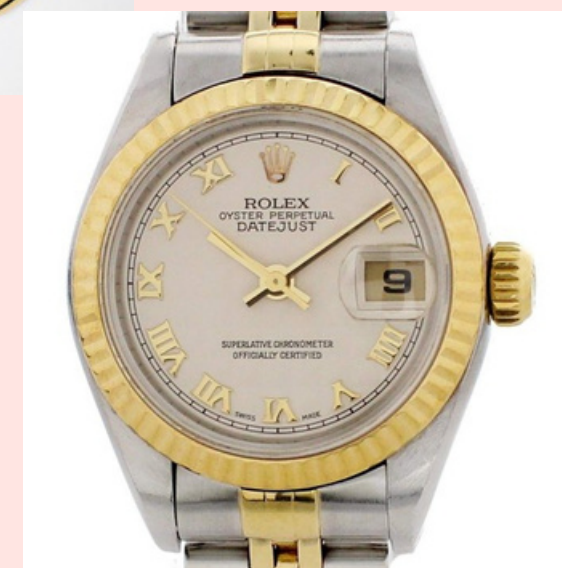
ESTILO DE SE VESTIR TRADICIONAL SOFISTICADO

Acessórios sofisticados
Formas geométricas
Cores neutras
Cabelos lisos
Modelagem estruturada
Tipologia tradicional com serifa



Controlador
Líder

PERSONA MARGARET TATE



Controlador
Líder

COMO DESCOBRIR O SEU ARQUÉTIPO



@chrisimagem

AQUÉTIPOS NA MARCA PESSOAL

O MERCADO É A MENTE HUMANA.

O CONSUMIDOR REAGE EMOCIONALMENTE E EXISTE UMA CHAVE PARA CADA EMOÇÃO HUMANA E CADA COMPORTAMENTO.

QUANDO SE VÊ UM ARQUÉTIPO E UM PRODUTO JUNTO, TEMOS UMA REAÇÃO EMOCIONAL E ASSOCIAMOS ESTA RESPOSTA AO PRODUTO.

O QUE PODE NÃO TER NADA A VER COM ELE, MAS PARA O CÉREBRO ISSO NÃO FAZ DIFERENÇA.

@chrisimagem



COMO REVELAR O SIGNIFICADO ARQUETÍPICO DA SUA MARCA



CARACTERÍSTICAS
VALORES
PERSONA
HISTÓRIA DA MARCA
SOLUÇÃO
CONCORRÊNCIA

1

MARCAS CONCORRENTES

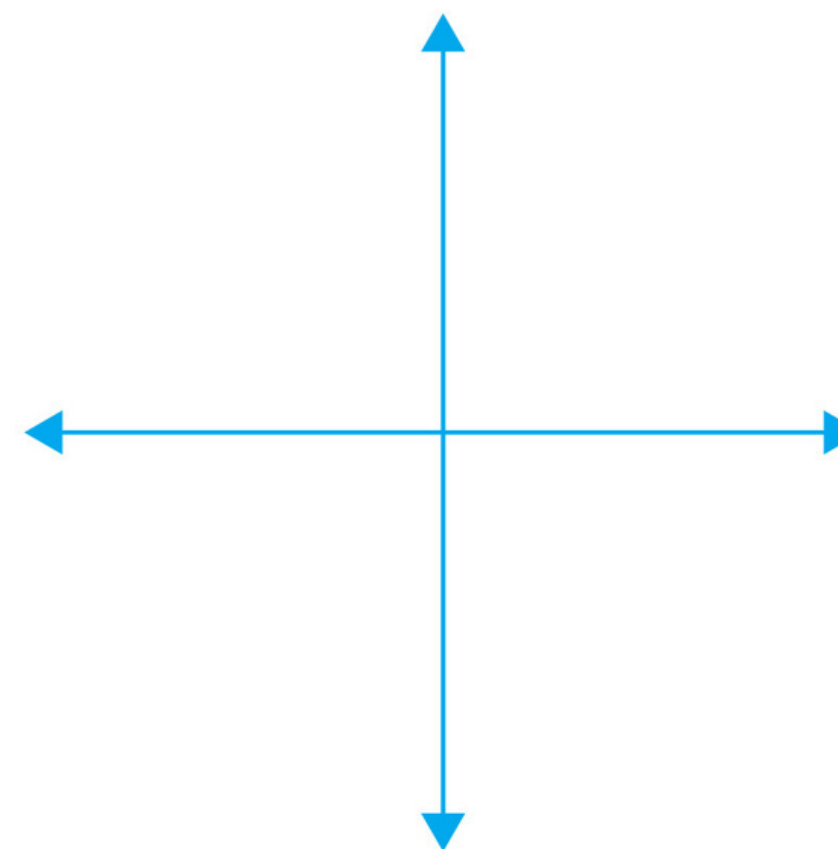
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2

3 PALAVRAS-CHAVE

3

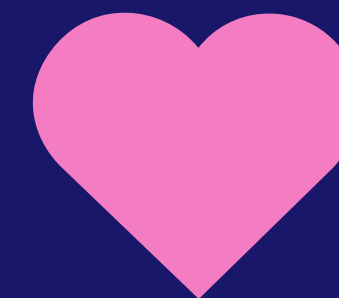
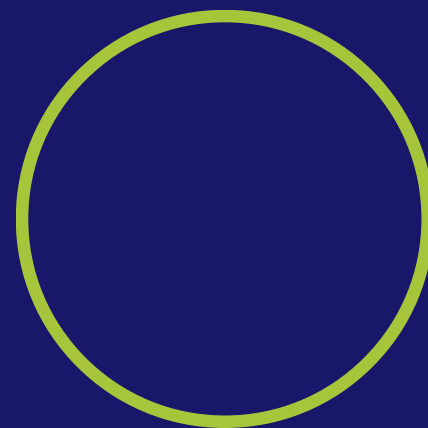
TERRITÓRIOS MAPEADOS



CORES

E

FORMAS



LINHAS: AS HORIZONTAIS PASSAM ESTABILIDADE, AS VERTICAIS, PODER.

ÂNGULOS: FORÇA, ENERGIA.

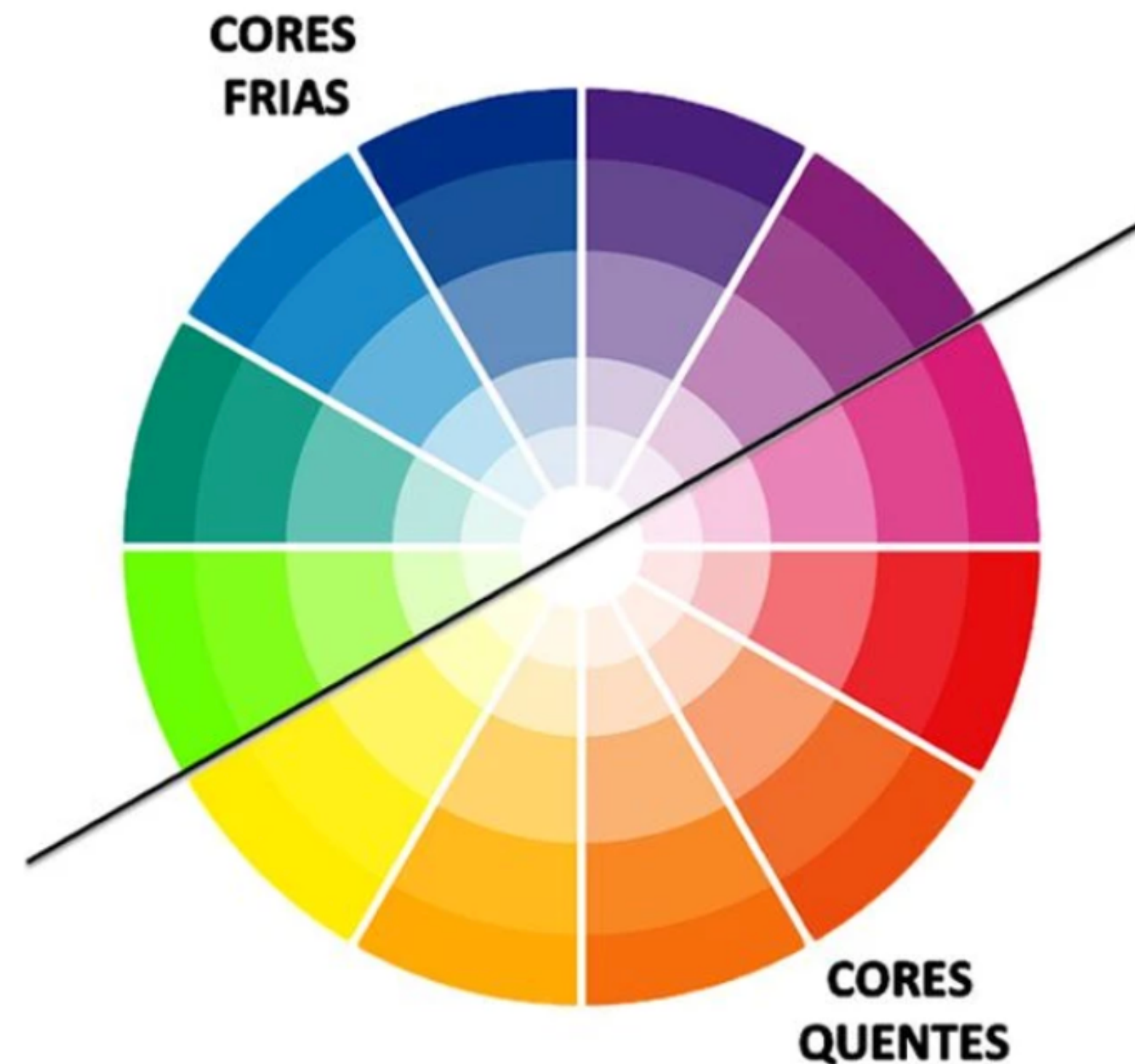
QUADRADO: SEGURANÇA E CONFIANÇA.

CÍRCULO: PERSEVERANÇA.

ONDAS: SIMPATIA E PROXIMIDADE.

CORES FRIAS E MAIS
FECHADAS PASSAM
AUTORIDADE, MAS TAMBÉM
PODEM PASSAR
DISTANCIAMENTO.

CORES QUENTES E MAIS
CLARAS PASSAM ALEGRIA,
ENERGIA, MAS TAMBÉM
PODE PASSAR FALTA DE
PROFISSIONALISMO.



TIPOLOGIA

manuscrítas passam feminilidade

RETAS PASSAM SERIEDADE

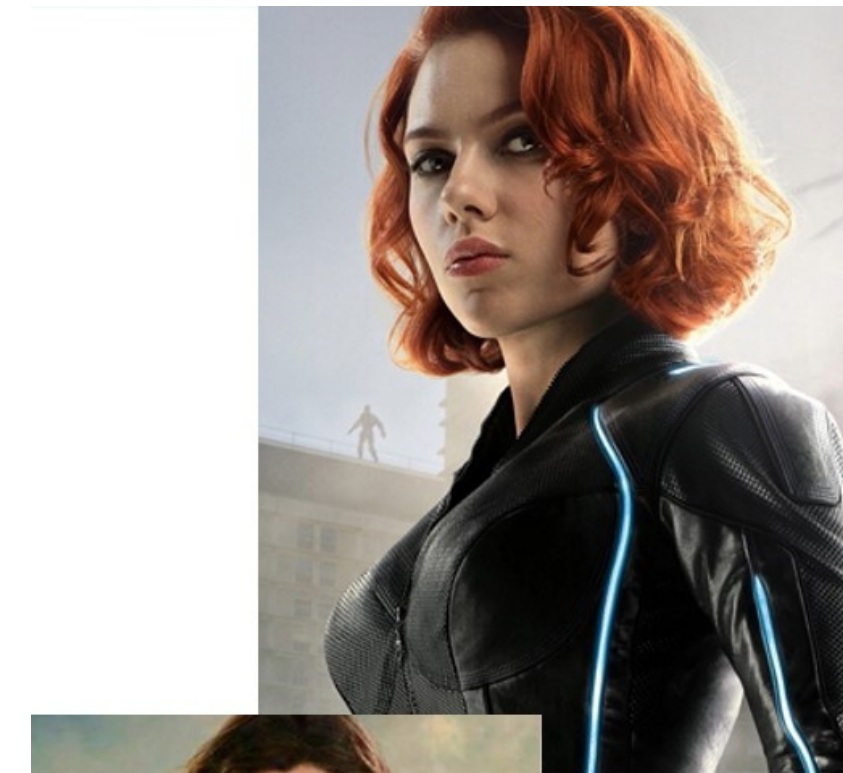
EM NEGRITO PASSAM FORÇA

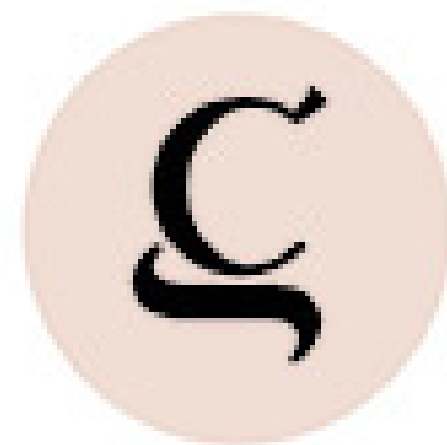
com serifa passam sabedoria

LINGUAGEM VISUAL

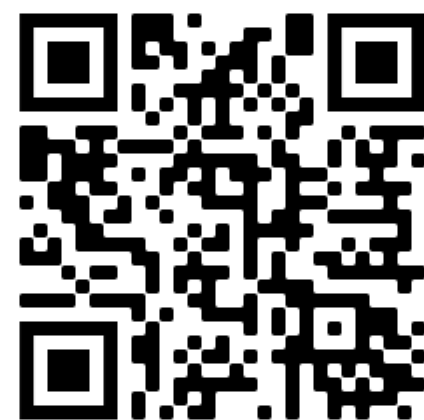
COMO VOCÊ VÊ SEU ARQUÉTIPO?

IMAGINE ESTE ARQUÉTIPO E COMO
SEU CLIENTE DESEJA VÊ-LO





*christie
giovannetti*
IMAGEM PESSOAL E BRANDING



(41) 99581-0885



@chrisimagem



Sua Imagem Sua Marca



christiegiovannetti.com