

# os 12 ARQUÉTIPOS

POR VALESKA BRUZZI



## O BOBO



## O BOBO



**Para este arquétipo a vida sempre será melhor se você for bem-humorado, for leve e não se levar tão a sério.**

O arquétipo do bobo pode ser utilizado para trazer mais leveza, dinamismo e proximidade para sua marca.

O arquétipo do bobo da corte é interessante quando seu produto/serviço:

- ▶ Ajuda clientes a se divertirem;
- ▶ Está focado em clientes que riem de si mesmos;
- ▶ Expressa simplicidade e descontração;
- ▶ Tem preço moderado e baixo;
- ▶ Se posiciona de maneira oposta a marcas presunçosas.

Em momentos sombrios, não deixe de mostrar maturidade, não deixe de mostrar que existe o momento para rir, para fazer o riso voltar a existir e também para consolar.

A informalidade estará presente na sua linguagem. Abuse das cores, o bobo é livre.



Saiba rir de si mesma, se divirta e ajude as pessoas a rirem delas mesmas também. Permita que o arquétipo do bobo ilumine os seus dias. Permita que ele funcione como as estrelas numa noite escura.

**Desejo básico:** ajudar as pessoas a se divertirem, viverem o presente com alegria;

**Meta:** divertir-se e alegrar o mundo;

**Maior medo:** ser maçante ou aborrecer-se;

**Estratégia:** brincar, fazer piadas, ser engraçado;

**Armadilha:** desperdiçar a própria vida;

**Sombra:** irresponsabilidade, não conseguir ser levada a sério, não levar a vida e o trabalho a sério;

**Dom:** alegria;

**Exemplos:** M&M's, Yahoo, Burger King, Whindersson Nunes, Pepsi.



