



Valores : Edição Essencial

[GUIA DE SOBREVIVÊNCIA]



TUL ツール
VALO © ISBN 978-65-00-24669-0
WM ワル
PORTABLE DOCUMENT FORMAT

O LABORATÓRIO FEIO E SEUS MONSTROS INCRÍVEIS

Somos uma anomalia, uma falha na matrix, a união de mentes desajustadas ou apenas um laboratório de inovação e aprendizagem criado para olhar o mundo, os negócios e as pessoas com uma tensão diferente.

Estamos muito felizes em poder contar com você em nossa jornada! Esperamos te ajudar cada vez mais com novas ideias, ferramentas e provocações.

O mundo precisa de agentes do amanhã como você para destravar problemas complexos e revolucionar a forma de construir e gerir marcas.

Obrigado por fazer parte do The Ugly Lab!



STAY AWAY FROM BULLSHIT.

④

v2.2k21 : Registro de Direito Autoral by Câmara Brasileira do Livro

Lei nº 9.610/1998 dos Direitos Autorais do Brasil.

Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução ou transmissão de partes deste material, através de quaisquer meios, sem prévia autorização por escrito.

TUL
VALLO ®
ツール
ISBN 978-65-00-246649-0
PORTABLE DOCUMENT FORMAT

Dafne Saqueti Alves & Daniel Padilha : Autores
André Luis Consoli de Paula : Ilustrações
Elaine Cristina da Silva Piropo : Revisão



© The Ugly Lab



O MUNDO SURREAL DA VALORIZAÇÃO DAS MARCAS

MARCAS QUE SE MANTÊM FIÉIS AOS SEUS VALORES DÃO O PRIMEIRO PASSO PARA QUE COISAS INCRÍVEIS ACONTEÇAM. É UM ATO DE LEALDADE QUE TRANSCENDE O SUCESSO, É UMA QUESTÃO DE GERAR IMPACTO PARA ALÉM DO LUCRO.

Se você ainda não está familiarizado com o conceito de Valor de Marca, não se preocupe. Preparamos uma introdução sucinta e muito objetiva para fazer com que você mergulhe mais e mais neste mundo surreal da valorização das marcas. Caso você já esteja inserido nesse universo, deixamos aqui o convite para analisar o nosso ponto de vista sutilmente crítico, ele é fundamental para embasar a narrativa de todo o nosso estudo.

Afinal, o que é um Valor de Marca? Quando utilizamos esse termo, podemos seguir por duas rotas conceituais: uma focada no mantra das regras de conduta de uma organização e uma segunda rota focada em Brand Valuation: um trabalho para estimar o valor financeiro de uma marca. No estudo que originou este guia, fizemos o cruzamento dessas duas rotas. Utilizamos da estrutura e rankeamento das marcas mais bem avaliadas financeiramente no mundo com a identificação das regras de conduta e princípios que guiam a gestão e cultura dessas empresas.

Nosso processo investigativo teve como base a análise dos rankings "Best Global Brands" dos anos de 2018 e 2019 de consultorias como Interbrand, FutureBrand, Brand Finance, a revista estadunidense de negócios e economia Forbes, portais de emprego e recrutamento globais, reports de tendências, assim

como a base de clientes ou parceiros estratégicos do The Ugly Lab. Todas as informações que utilizamos como primeiro passo do estudo estão disponibilizadas gratuitamente em suas respectivas plataformas.

Durante o estudo, também utilizamos tecnologias emergentes para mapear e agrupar termos, palavras, hashtags e conceitos baseados nas narrativas institucionais das 100 marcas mais valiosas do mundo, de acordo com as fontes comentadas anteriormente. Como resultado desse estudo, criamos este guia, que te ajudará a entender um pouco mais acerca de como as regras de conduta são fundamentais para manter os alicerces da gestão de uma marca.

Vale ressaltar que alguns autores utilizam outros termos para abordar o mesmo conceito de "Valor": Dogmas, Princípios, Códigos, DNA, Essência, etc. Independente do termo, o importante é que você e sua equipe tenham total atenção para o entendimento, construção ou resgate desses valores para um projeto de construção estratégica.

**A LIDERANÇA, CULTURA E A PARTICIPAÇÃO
ATIVA DE COLABORADORES DA ORGANIZAÇÃO
PRECISAM PERMANECER FIÉIS AOS VALORES
ESTABELECIDOS, É DISSO QUE SE TRATA O
TRABALHO DE CONSTRUÇÃO DE MARCA:
UNIDADE E COLABORAÇÃO.**

Em um cenário de negócios que está em constante transformação, identificar e fortalecer os valores da marca pode colaborar na reorientação da visão de futuro da organização, mantendo-a relevante, mesmo quando o cenário competitivo mudar drasticamente, ou quando uma grande força sem controle alterar a forma como lidamos com o sistema de consumo, como estamos vivendo agora.

Sabemos que há uma ânsia em comunicar os valores da organização, e, com isso, construir uma narrativa envolvente, mas queremos deixar aqui um bom questionamento: qual é o impacto real e mensurável na utilização dessas regras de conduta na sua gestão? Não esqueça que o trabalho de construção e gestão de marca vai além de apenas criar o discurso funcional e emocional, é literalmente botar as mãos na massa. Este questionamento que levantamos tem o papel de mostrar que o mundo não tem tempo para esperar uma marca tornar-se perfeita ou comunicar um universo de faz de contas. As organizações precisam, obrigatoriamente, estar sensíveis a todas as transformações, independente do contexto, para fortalecer suas crenças, e, assim, gerar impacto com abordagens mais realistas e transparentes. Usar os valores de marca exclusivamente para agregar à imagem da organização tornou-se moralmente e socialmente questionável.

Então, como trabalhar efetivamente com os Valores de Marca e fugir do blá-blá-blá mercadológico? Temos como resposta apenas uma palavra: Coerência - A harmonia entre a liderança, cultura organizacional e a participação ativa de todos os públicos de interesse. Essa relação harmônica ajuda no cultivo de um sistema integrado de crenças e atitudes que blindam a organização de lacunas e tensões.

Se aquilo que você apresenta para os seus públicos e para a sociedade como um todo tem uniformidade, é provável que a sua marca esteja mais preparada e protegida para gerenciamento de crises, revitalização estratégica, fusões, aquisições e para participar diariamente na vida desses possíveis consumidores. Em última análise, essas pessoas não se preocupam com os resultados financeiros da sua marca, elas não querem saber se a organização está no TOP 100 do Ranking Global, mas sim como se relacionam com seus produtos e serviços, e como essas experiências são seguras e condizentes com seus valores e desejos mais intrínsecos. A marca que você está ajudando a construir precisa aceitar abertamente esses desejos, compartilhando sua jornada de constante evolução.

A sociedade está sedenta por verdades, e a reputação a ser construída será moldada em torno de diálogos e interações íntimas. Essa será, cada vez mais, a métrica de sucesso no futuro, por isso, não podemos deixar de perguntar: qual será a história que a sua marca irá construir e contar? Esperamos que seja uma narrativa conectada através da estratégia criativa e do impacto real desses valores.

Ah! Para não esquecer, os valores de marca que apresentamos neste guia precisam ser entendidos como regras de conduta ou princípios de uma organização, é para isso que o Vallo foi criado. Na próxima página, explicaremos sobre o resultado do nosso estudo: A Construção das Dimensões de Valores.



A CONSTRUÇÃO DAS DIMENSÕES DE VALORES

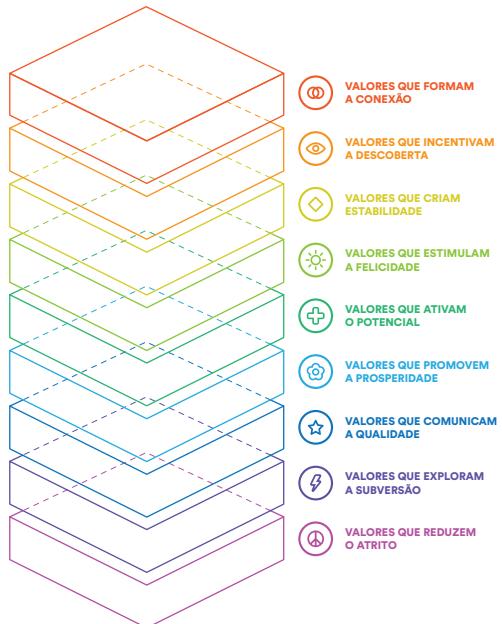
A VALLO AJUDARÁ VOCÊ E SUA EQUIPE A IMPULSIONAR CONVERSAS SOBRE CRENÇAS, PRINCÍPIOS E COMPORTAMENTOS PARA A CULTURA DA MARCA.

As Dimensões de Valores foram desenvolvidas para te auxiliar no desenvolvimento de novas formas e estruturas organizacionais eficientes na criação de cultura de marca. Utilizando os dados coletados em nosso processo de investigação citado anteriormente, mapeamos padrões de comportamento e regras de conduta das principais marcas do mundo - o que é certo e errado, o que é bom e ruim, o que é inspirador ou não, dentro da gestão de cada uma delas.

Esse cruzamento de informações nos ajudou na definição de 9 grandes Dimensões de Valores - regras de conduta / princípios que impulsionam o elo de relacionamento entre organização e públicos de interesse. Cada uma dessas dimensões conta com ramificações conceituais e fornece informações ricas para debates e questionamentos.

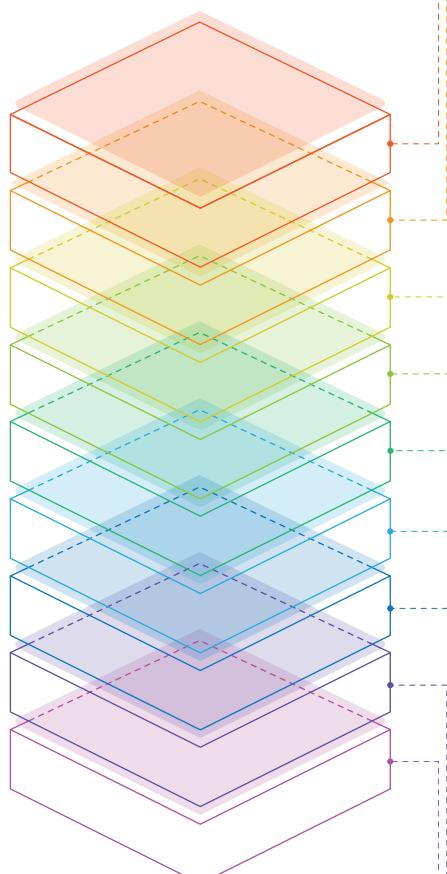
Nosso objetivo foi criar uma base informativa a qual a liderança possa utilizar como guia em dinâmicas ou processos de cocriação, e direcionar a gestão rumo à concretização da visão de futuro. Para facilitar esse trabalho, em cada dimensão sugerimos conceitos pelos quais uma organização pode sustentar sua cultura e gerar impacto na sociedade.

Nunca foi tão importante entender como a mudança desses valores conduzirá novos movimentos, inovações, culturas e identidades na sua marca.



Para que você aplique este guia nos seus projetos e no dia a dia de trabalho, as Dimensões de Valores é apresentada visualmente através de textos, símbolos e padrões cromáticos. Essa estrutura fornece uma nova mentalidade de organização e classificação para que você e sua equipe aproveitem ao máximo a riqueza de detalhes de cada Dimensão de Valor.

A partir de agora você irá conhecer um pouco mais sobre cada uma delas. Lembrando que, junto com este guia você encontra 90 cards para usar digitalmente e aplicar em dinâmicas para desenhar estratégicamente quais dimensões e valores podem ser reforçados, resgatados, repensados, abandonados, descartados e etc.



VALORES QUE FORMAM A CONEXÃO

O agrupamento de princípios que cultivam conexões e enaltecem a inclusão resulta em uma das principais dimensões de valores da Vallo. Da produção de diálogos ao aumento da energia das relações intrapessoais, essa reunião de regras de conduta ajuda marcas a fortalecer elos.

VALORES QUE INCENTIVAM A DESCOBERTA

Incentivar a curiosidade inspiradora é o objetivo desta dimensão de valores. Inspirar o pioneirismo e a busca pelo novo através da liberdade funciona como o combustível e catalisador que alimenta as principais organizações que carregam essas características.

VALORES QUE CRIAM ESTABILIDADE

A incerteza pode ser combatida com a reunião de valores que ajudam a organização e dão forma a estruturas sólidas para todos os envolvidos. Fortalecer ou dar controle para as pessoas é uma maneira sensata de assegurar a estabilidade e a consistência da marca.

VALORES QUE ESTIMULAM A FELICIDADE

A junção de faíscas inspiradoras que estimulam a alegria e contagiam todos que compartilham das mesmas crenças na organização. Alimentar os valores dessa dimensão pode ser entendido como um convite ao estímulo da felicidade.

VALORES QUE ATIVAM O POTENCIAL

O caminho para ativar o potencial é resultado da harmonia de valores que celebram a criatividade, potencializam o crescimento e inspiram maiores possibilidades de impacto na sociedade. São princípios baseados no desenvolvimento pessoal e profissional.

VALORES QUE PROMOVEM A PROSPERIDADE

Esta dimensão é o resultado da reunião de princípios morais que ajudam a cultivar um ambiente fértil para apoiar o sucesso de outras pessoas. Otimismo e união promovem a ascensão, uma tendência esperançosa para uma sociedade mais confiante.

VALORES QUE COMUNICAM A QUALIDADE

O agrupamento de regras e características que organizações podem utilizar como orientação para comunicar a excelência e o alto nível de trabalho. Uma dimensão de valores que está relacionada a marcas que lidam com o novo luxo e a suntuosidade das narrativas.

VALORES QUE EXPLORAM A SUBVERSÃO

Os valores subversivos são importantes, pois criam novas possibilidades e rupturas no cenário tradicional. Usar esses padrões antagônicos pode fazer parte da intenção de transformação, assim marcas terão mais abertura para criar questionamentos ou romper o status quo.

VALORES QUE REDUZEM O ATRITO

Enquanto muitas marcas criam ambientes hostis, um forte movimento reúne iniciativas que carregam em sua essência valores que reduzem atritos, simplificando e eliminando barreiras burocráticas. A troca e mediação são os pontos de partida para diminuição de conflitos na comunicação e gestão organizacional.



VALORES QUE FORMAM A CONEXÃO



Fazer parte de um grupo ou ver-se ligado a algo é descobrir que seus valores são compartilhados e seu movimento, conjunto. A força vem do partilhar.

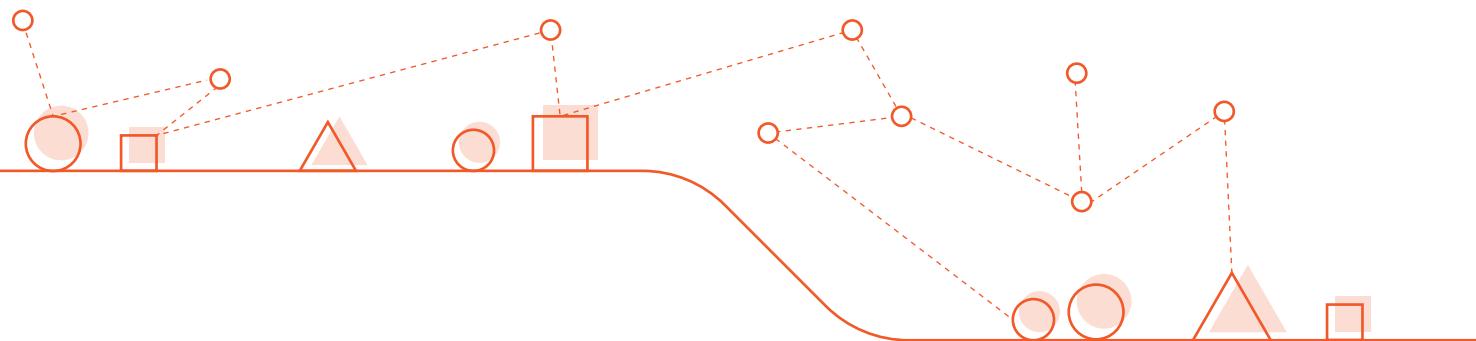
Encontrar maneiras de fazer com que pessoas se reconheçam com valores em comum e percebam que suas iniciativas e desejos são partilhados é uma ferramenta importante para fazer com que ideias se tornem movimentos completos. Ao se conseguir unir pessoas que partilham vontades, o caminho percorrido por elas torna-se um processo de construção conjunta, e a troca de posicionamentos faz com que os olhares se multipliquem e o alcance se amplifique.

Quando consideramos que há um contexto onde tudo deverá ser aplicado e conseguimos mapear quais são as variáveis ou pontos que merecem uma maior atenção para serem desenvolvidos, é possível antecipar atritos e estar preparado para que o objetivo final seja alcançado. É fundamental saber que cada parte ativada terá suas próprias

interpretações, e isso insere qualquer ponto em um caleidoscópio de respostas que se desenha a cada mínimo movimento.

Olhar a realidade com a pluralidade de quem está inserido nela e conseguir, ainda assim, criar um distanciamento crítico para que a avalie, gera o desconforto necessário para que novas narrativas sejam desenhadas. Formular um projeto que se valha desse diagnóstico, para que possa, assim, construir o seu valor é permitir-se partilhar o controle e gerar uma construção conjunta. É mais fácil fazer mais quando o trabalho é compartilhado.

Mostrar, criar, validar e construir a várias mãos é o que possibilita a cada um dos impactados pelo projeto sentir-se como parte representada e atuante do processo que foi se desenvolvendo conjuntamente.





CONSIDERAR ASPECTOS QUE ABARQUEM UM GRUPO DE SERES ENVOLVIDOS É SE DEMORAR EM CADA DETALHE E CONSEGUIR, ASSIM, PERCEBER A MELHOR MANEIRA DE SUPRIR NECESSIDADES.

Ao criarmos movimentos aplicáveis a grupos, conseguimos fazer com que as diferenças que os compõem sejam parte da força encontrada para que se mostrem ligados. Posicionar-se pelo coletivo não significa abrir mão de aspectos individuais, pois estes são o que define os sujeitos como plurais. Todas as nuances são fundamentais quando consideramos lidar com aspectos que tragam gostos em comum.

Estar em sintonia com o momento em que cada posicionamento será demonstrado faz com que as ideias possam se amarrar da melhor maneira possível com o que se mostrou necessário naquele momento em específico, e, quando entendemos que as

ideias são frutos de um movimento, e não respostas finais a serem encontradas, nos permitimos fazer com que cada nova vontade seja, também, o estímulo necessário para se manter um processo de evolução constante.

O futuro é fundamental para que se crie um relacionamento que perdure, mas, para que seja possível fazer com que ele esteja bem consolidado, compreender o passado, assim como entender o que acontece no momento presente, é imprescindível. Qualquer mudança somente se consagra quando bem embasada, de maneira a representar o que se mostra como um desejo conjunto.

Ler aqueles que se apresentam no grupo e fazer com que sejam ouvidos possibilita trilhar, de maneira compartilhada, caminhos que parecem impossíveis quando sozinhos.



01 CIDADANIA

(ENSINANDO A CIDADANIA)

Outros valores associados:

COMUNHÃO

UNIÃO

UNIDADE

Estar inserido em um grupo é reconhecer suas limitações, exercer seus direitos e cumprir deveres. Quando se apresenta como parte integrante de uma sociedade, é fundamental que as ideias e conceitos sejam vistos de maneira ampla e horizontal, e a consciência de que seu impacto pode ressoar em diferentes meios é crucial para que se posicione de maneira relevante perante os recortes os quais considera valiosos. Manter-se consciente é o caminho para que se criem relações sólidas e seja possível trazer reconhecimento perante seu papel social.

COLABORAÇÃO 02

(CONECTANDO A COLABORAÇÃO)

Outros valores associados:

COLETIVIDADE

COOPERAÇÃO

SINERGIA

Indo além da ideia de uma reunião para que se trabalhe conjuntamente, é fundamental que colaborar esteja associado ao processo de troca contínua e aprendizado mútuo. Quando se permite ouvir e compreender pontos de vista divergentes, é possível que se crie um sistema o qual cresce constantemente, e faz com que grande parte das demandas possam ser consideradas e validadas. Pessoas diferentes aplicam suas bagagens acerca de diferentes temas, e esse movimento permite que o diagnóstico mostre-se mais assertivo e cabível à realidade coletiva.



03 COMUNIDADE

(ENCONTRANDO A COMUNIDADE)

Outros valores associados:

ENGAGEMENT

EQUITY

PEOPLE

Pessoas são o centro de qualquer criação e essa máxima deve ser considerada por todo o processo. Gostos e características em comum unem pessoas, e tal sentimento de pertencimento é a chave para que possa fortalecer-se diariamente. O que é importante e fundamental precisa se mostrar de maneira clara, e saber o que se pode entregar de relevante faz com que cada vez mais pessoas sintam-se parte desse movimento que é criado por ações diárias. As opiniões são sempre relevantes, mas é preciso um exercício constante para que filtre o que será utilizado.

04 CONECTIVIDADE

(CRIANDO A CONECTIVIDADE)

Outros valores associados:

INCLUSÃO

MOBILIDADE

ZEITGEIST

Ligar-se ao outro é descobrir quais são as suas necessidades e conseguir posicionar-se de maneira a amenizá-las ou supri-las. Há um fio o qual permite que esteja ligado àquilo que considera importante e este pode ser compartilhado com outras pessoas que partilham da sua visão. É preciso somente diagnosticá-lo e fazer o possível para que se torne constantemente mais forte. Um trabalho firme e adequações diárias são necessárias para que se mantenha atualizado.

05 ENVOLVIMENTO

(INCENTIVANDO O ENVOLVIMENTO)

Outros valores associados:

CONEXÃO

RELAÇÃO

VÍNCULO

Conexão é um caminho a ser construído. Quando se cria um ambiente seguro que proporciona trocas, é possível fazer com que vínculos sejam mais fortes. Sentir-se envolvido por um sentimento ou posicionamento valida novas ideias e traz o sentimento de pertencimento. No momento em que se cria vínculo com algo, a relação torna-se mais forte e pessoal. Por esse viés, é possível criar um reconhecimento ainda maior e é uma questão de tempo para que se forme um aliado e defensor. Pessoas que partilham ideias andando lado a lado trazem a força necessária.

06 FAMÍLIA

(CONSTRUINDO A FAMÍLIA)

Outros valores associados:

EQUIPE

IGUALDADE

RELACIONAMENTO

Criar uma ligação entre o grupo é mais do que reunir pessoas iguais: é conseguir, efetivamente, fazer com que pessoas as quais tenham ideias e valores diferentes consigam relacionar-se de maneira respeitosa e igualitária. Fazer com que as diferenças sejam, na verdade, uma fonte de pluralidade permite que se possa saber exatamente onde se encontra o coração. Tornar um local seguro e propício ao crescimento conjunto é fundamental para que seja possível saber exatamente onde se encerra o Eu e se inicia o Coletivo e, para isso, o diálogo é ferramenta constituinte.



07 HISTÓRIA

(OUVINDO A HISTÓRIA)

Outros valores associados:

LEGADO

NOSTALGIA

TRANSMISSÃO

Vivências são o ponto de partida para que se possa posicionar acerca de qualquer tema ou circunstância. Quando criamos narrativas acerca daquilo que consideramos valioso, é possível difundir esse saber de maneira orgânica. Momentos, partilhados ou não, foram vividos, e esses fazem parte do que se constitui como fundamental para o juízo de valores. Ao compreender qual foi o início e processo pelo qual cada passo foi dado, é possível saber para onde se deseja caminhar e construir, assim, um direcionamento que esteja sempre alinhado aonde se quer chegar.

08 PARCERIA

(ENCORAJANDO A PARCERIA)

Outros valores associados:

AMIZADE

ASSISTÊNCIA

PROXIMIDADE

Quando se divide vínculos, sejam afetivos ou estratégicos, alcançar objetivos torna-se mais simples. Caminhar em uma mesma direção, mas contando com olhares partilhados, faz com que diagnósticos sejam mais assertivos e o mapeamento daquilo que está ocorrendo passa a tornar-se plural. Ao acreditar em algo, unir forças permite suprir necessidades, aliviar fraquezas ou sanar dores. Construir relações baseadas em um mesmo objetivo, faz com que as afinidades tornem-se duradouras e profundas. Pessoas que desejam chegar no mesmo lugar caminham melhor quando sabem que não estão sós.

09 UNIVERSALIDADE

(INCLUINDO A UNIVERSALIDADE)

Outros valores associados:

DIVERSIDADE

PLURALIDADE

UNIFORMIDADE

Grupos são definidos pela somatória de singularidades. As diferenças são tão fundamentais quanto o elo que une determinados grupos. Considerar gostos em comum ou valores partilhados é saber que o entendimento varia de pessoa a pessoa e, quando se considera isso como estratégia, é possível fazer com que uma parcela ainda maior se torne defensora de determinada causa. Aquilo que os difere é também o que fortalece um ponto de vista o qual gera pluralidade e horizontalidade, fazendo, assim, com que as raízes ganhem força e seja possível criar um ambiente propício a adequações.

10 URBANIZAÇÃO

(PROMOVENDO A URBANIZAÇÃO)

Outros valores associados:

ESPACEALIDADE

GLOBALIZAÇÃO

VITALIDADE

A cultura é um organismo vivo que se constrói constantemente perante aqueles que a compõem. Grupos inseridos em um mesmo recorte tendem a assumir comportamentos e valores semelhantes, em determinados aspectos e ver-se participante dessa construção é conseguir estar inserido na vida cotidiana de cada um deles. As regras organizam-se mediante às necessidades vistas nas ruas e, para que possa evoluir, é preciso considerar o nascimento constante de novas personalidades, tribos e diferentes maneiras de se posicionar e expressar mediante vivências partilhadas.



VALORES QUE INCENTIVAM A DESCOBERTA



Estar disposto a ir além é a força que permite conhecer o inesperado. Quando se constrói pelo movimento em si, comprehende a motivação do explorar.

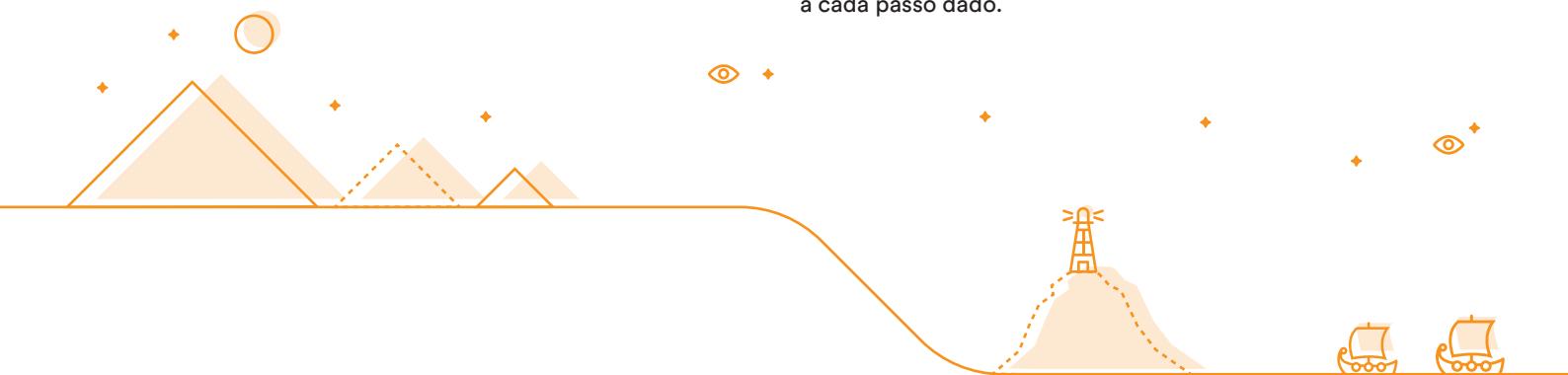
O momento presente não é o bastante para encontrar contentamento. Sempre em busca de algo que rompa o que está instaurado e possa melhorar a situação atual, não se permite acomodar, e é incapaz de desistir ao se deparar com os percalços que se apresentam durante seu crescimento. Toda construção é também um movimento, e conseguir manter-se ativo e atento ao cenário que se desenha ao redor permite que consiga encontrar os melhores caminhos por onde deve seguir.

Reconhece que em seus erros estão, também, as respostas para que alcance seu objetivo, e, sem medo das falhas que irão acontecer, consegue assegurar o ímpeto em manter suas tentativas ativas. Sempre que se distancia do lugar comum, ou daquilo que é tido como verdade absoluta, consegue

observar novos caminhos que podem ser seguidos, e, por isso, admira cada bifurcação como quem se depara com as oportunidades que se apresentam para quem não tem medo de tentar.

Sua vontade de ir mais longe alimenta seus desejos. Ao conquistar aquilo que almejava, imediatamente traça um novo objetivo e volta a concentrar-se em maneiras de obtê-lo. Tem constantemente a ânsia de ir mais além, e tudo aquilo que o limita é também o que desmotiva. Horizontes são amplos quando se permite levantar um pouco mais o olhar e, ao conseguir seguir, pode ampliar constantemente suas referências e decisões.

Conhecer, descobrir e permitir faz com que se mostre constantemente motivado para desafios que podem parecer impossíveis. Com clareza acerca daquilo que deseja, mantém-se focado e recarrega sua coragem a cada passo dado.





ALGO NOVO SEMPRE ESTÁ POR VIR, E, QUANDO SE OCUPA UM LUGAR NA VANGUARDA, O PRAZER É INCOMPARÁ- VEL. ANTECIPAR E COLHER OS FRUTOS DE ALGO NOVO JUSTIFICA QUALQUER ESFORÇO FEITO.

Estar à frente de algo é, também, não encontrar precedentes para embasar as suas decisões. Inovar é, muitas vezes, um caminho solitário e questionável. É difícil fazer com que o pensamento seja compartilhado quando se altera os referenciais com os quais trabalha, mas, com segurança e clareza, é possível encantar aqueles que se deparam com sua ideia. Quando a confiança é criada, aliados se apresentam e mostram-se presentes a cada problema que se desvela. A ânsia pelo amanhã faz com que futuros melhores se construam, mas o descontentamento com o atual pode criar frustração. É preciso compreender o momento presente como uma fonte segura para diagnósticos e

embasamento para os planos que se constroem. Quando há uma base sólida para novos movimentos, é possível que esses perdurem e tornem-se também fonte para novos questionamentos. O mover é fundamental para que consiga estar constantemente alinhado com aquilo que deseja e acredita.

Suas vontades e crenças são a matéria prima para que saiba o que deseja, mas a abertura para vê-las como mutáveis e adaptáveis faz com que consiga perceber o que o grupo no qual se insere deseja e seja, assim, possível fazer com que mudanças se tornem coletivas. Somente quando se consegue impactar as pessoas que partilham de seus anseios é que a mudança se mostra como algo válido e aplicável. Movimentos que, sem objetivos claros, não conseguem sair do mesmo lugar.



⑪ AMBIÇÃO

(DESAFIANDO A AMBIÇÃO)

Outros valores associados:

ATREVIMENTO

CONQUISTA

VITÓRIA

A certeza de onde se deseja chegar pode ser maior do que saber qual caminho se deve percorrer para alcançar. Mas a confiança de que o lugar almejado deverá ser seu é o que estimula outros a seguirem o mesmo caminho. Quando se trilha algo transmitindo segurança, é natural que esse movimento seja acompanhado e torne-se fonte de inspiração para outros que desejam objetivos em comum. Para que se possa alcançar o alvo, é preciso posicionar-se de maneira assertiva e ter sempre em mente que posicionamentos precisam ser respaldados e se deve estar preparado para o que for necessário.

BRAVURA ⑫

(DESTRAVANDO A BRAVURA)

Outros valores associados:

CORAGEM

DETERMINAÇÃO

OUSADIA

Aventurar-se é ver o mundo com ímpeto e possibilitar, assim, conquistas que pareceriam impossíveis aos olhos de quem prefere manter-se estagnado. Trajetos podem ser tortuosos, mas é preciso arriscar-se para conquistar novos lugares. Estar onde todos já chegaram não possibilita que se destaque ou mostre-se de maneira inovadora. É difícil estar onde se deseja, principalmente se considerarmos sempre um passo à frente, mas é preciso um esforço constante para conseguir fazer a diferença que se deseja ver no mundo. Ser determinado implica em saber agir com prudência.



13 CURIOSIDADE

(INSPIRANDO A CURIOSIDADE)

Outros valores associados:

DÚVIDA

INTERESSE

QUESTIONAMENTO

Saber formular as perguntas corretas é o que determina se as respostas serão ou não encontradas. Assumir que se é ignorante em determinado aspecto é o primeiro passo para desejar compreender e saber mais acerca do assunto. Quando se questiona comportamentos, construções e o que está estabelecido, é possível vislumbrar o que pode ser feito de maneira diferente para que se construa o futuro no qual se deseja viver. A bagagem que carrega consigo é o ponto de partida para os entendimentos, mas a abertura para o novo é que o possibilita gerar movimentos e criar diferenças.

EXPERIMENTAÇÃO 14

(BUSCANDO A EXPERIMENTAÇÃO)

Outros valores associados:

EMPIRISMO

TENTATIVA

VIVÊNCIA

O empirismo permite que descubra como se comportam e validam determinadas hipóteses. Quando se permite a tentativa, abre-se um novo leque de possibilidades que, por vezes, não estavam presentes em um diagnóstico inicial. Ver como os corpos comportam-se é compreender que ideias são organismos que desencadeiam movimentos e nem sempre é possível prever onde isso irá chegar. Estar aberto a revisitar o que foi planejado e adequar a real estrutura das coisas faz com que estratégias liguem-se de maneira fundamental aos objetivos que se deseja alcançar.

15 FORÇA

(COMPARTILHANDO A FORÇA)

Outros valores associados:

INTENSIDADE

ROBUSTEZ

VIGOR

Mudar o que está instaurado ou inserir-se em uma dinâmica que já se estruturou sem você é um movimento que requer trabalho e determinação. Direcionar sua atenção para certos pontos e estar disposto a aplicar tempo e ações para que se resolva o que causava desconforto, ou alcançar o objeto de desejo. Mas, para que se possa construir algo sólido, é preciso distanciar-se de uma ideia fixa e estar constantemente aberto a novos interesses. O brio só é valioso quando se mostra empregado em um objetivo claro e factível, nem sempre o que se acredita deve ser tomado como certo.

INOVAÇÃO 16

(FOMENTANDO A INOVAÇÃO)

Outros valores associados:

ALTERAÇÃO

RENOVAÇÃO

REVOLUÇÃO

Quando se quer criar algo, é preciso que antes se perceba qual a necessidade que deseja suprir. Criações e rupturas que não se possam inserir ou validar um ambiente melhor são facilmente esquecidas, ou passam a ser desconsideradas em pouco tempo. Fazer algo é, fundamentalmente, criar alguma coisa para alguém e o processo de inovar deve partir de uma ruptura daquilo que vem causando desconforto e direcionar, de maneira conjunta, para um cenário mais simples ou otimista. Ao se inovar para somente romper algo, a vanguarda se perde em um simples fetiche.



17 LIBERDADE

(LIBERANDO A LIBERDADE)

Outros valores associados:

AUTONOMIA

INDEPENDÊNCIA

ISENÇÃO

Tornar-se livre é conseguir compreender quais regras ou validações são interessantes ou aplicáveis para onde se deseja chegar. Conseguir criar sua própria maneira de comunicar é ser capaz de construir novas dinâmicas e, a partir disso, fazer com que se sinta mais proprietário daquilo que está sendo desenvolvido. O pensamento livre permite que se possa ir por novos caminhos e fazer com que o questionar seja uma constante para novas construções. A mesma circunstância pode ser observada através de um caleidoscópio de possibilidades e, quando se pode vislumbrar, é possível escolher por onde ir.

NOVO 18

(DESCOBRINDO O NOVO)

Outros valores associados:

CONTEMPORÂNEO

NOVIDADE

ORIGINALIDADE

Para que se saiba o que deseja criar, é preciso conhecer profundamente o passado. De onde viemos faz parte fundamental daquilo que entendemos hoje como sujeito; estar inserido nesse pensamento é perceber que a tela em branco que parece tão tentadora é, na verdade, a somatória de diferentes esboços os quais agora devem ser priorizados, a fim de que encontre, assim, uma criação que se mostre relevante para o recorte no qual está inserido. É preciso tomar cuidado para que energias não sejam canalizadas para algo que já é vigente ou para uma mudança que não agrega valor.

19 REALIZAÇÃO

(INTENSIFICANDO A REALIZAÇÃO)

Outros valores associados:

AÇÃO

PRÁTICA

PRODUÇÃO

Sentir-se detentor de determinada criação é, somente, o ponto final de uma reta construída sobre muito trabalho e esforço. Para que algo passe a existir, é imprescindível que haja tempo, raciocínio e ação em sua construção. As criações que desejamos quase nunca são espontâneas. Mesmo que, ao final, pareçam que sempre estiveram lá, são resultado de todas as decisões tomadas e caminhos trilhados. A participação de todos nunca é insignificante quando consideramos o resultado final. Cada passo é fundamental e nenhuma trilha é concluída sem que se tenha dado passos, ainda que pé ante pé.

TRANSFORMAÇÃO 20

(CULTIVANDO A TRANSFORMAÇÃO)

Outros valores associados:

CONVERSÃO

MODIFICAÇÃO

MUDANÇA

Quando o vigente não basta, movimentos são construídos. Mudar algo que parece certo ou instaurado nem sempre é simples, mas, com um plano estruturado e movimentos conduzidos para um mesmo objetivo, é possível mudar qualquer coisa. Ao observarmos onde chegamos, muitas vezes desconsideramos os caminhos trilhados para que isso tenha se tornado possível, mas estar preparado para o futuro que se deseja partilhar com o outro é, também, estar disposto a criar e participar das mudanças que julga necessárias. Grupos, quando trabalham em conjunto, encontram resultados mais enraizados.



VALORES QUE CRIAM ESTABILIDADE



Quando há segurança e linearidade, é possível ocupar melhor o momento presente. A confiança é algo que se cria em conjunto e pode cativar a todos.

Estar seguro ao saber onde suas ações irão levar é o resultado de estar preparado para aquilo que se aproxima. Quando o controle é centralizado e todas as decisões ficam sob a responsabilidade de uma única mente, a chance de se limitar a visão aumenta, e, com isso, aumenta a chance de fazer com que cada posicionamento seja unilateral. É preciso segmentar ações e criar núcleos que se complementem para que o pensar seja estruturado de maneira coletiva.

Mais do que uma simples questão de equilíbrio, quando se multiplica os apoios de uma ideia, é mais fácil fazer com que ela se mantenha de pé quando algum dos pontos mostra-se frágil. Conseguir absorver conhecimentos variados e encontrar a melhor maneira de fazer com que ampliem sua zona de alcance é fundamental para que as ideias tomem corpo e tornem-se a motivação

necessária para que sejam instauradas. Quanto mais raízes se apresentarem, mais fácil será fazer com que floresça.

Saber que mais pessoas serão impactadas por aquilo que cria faz com que a responsabilidade e a preocupação pelo bem-estar alheio estejam sempre no radar no momento em que uma decisão deve ser tomada. E, para que consiga transparecer segurança para aqueles que lhe acompanham, é fundamental que se mostre como detentor de conhecimentos, assim como princípio a novos pontos de vista. A construção conjunta deve ser considerada para que seja possível cativar.

Partilhar, conduzir e direcionar é fazer com que o controle seja algo claro e fácil de se lidar. Assumir uma posição de destaque em seu segmento não significa, em todos os casos, manter-se em uma posição de superioridade, mas somente encontrar uma maneira de guiar para um interesse comum.





QUANDO SE SABE POR QUAL DIREÇÃO CONDUZIR, É POSSÍVEL FAZER COM QUE AQUELES QUE TE SEGUEM CHEGUEM EM SEU OBJETIVO FINAL E POSSAM, ASSIM, APROVEITAR OS RESULTADOS.

Ocupar uma posição de destaque e decisão perante um grupo é saber lidar com a responsabilidade de que suas decisões irão influenciar diretamente a construção de cada uma das pessoas que está contigo. E isso não se manifesta como um peso, mas como a motivação necessária para que pondere quais são as melhores decisões, quando se considera aspectos coletivos. De nada adianta desejar conduzir um movimento, sendo que ele não é partilhado por mais ninguém. Manter a ordem instaurada está, muitas vezes, diretamente ligado a colocar as necessidades individuais em segundo plano, pois é preciso saber o que atinge pontualmente para que consiga, assim, fazer

com que cada um dos presentes sinta-se espelhado e representado pelo seu discurso, e, para que isso seja feito de maneira harmônica, é fundamental que assuma o cuidado de não fazer com que suas palavras sejam levianas a ponto de somente se adequarem ao que deseja.

A posição na qual está demonstra que suas habilidades e conhecimentos devem ser valorizados por todos aqueles que desejam conseguir, mesmo que parcialmente, compartilhar o sucesso que almeja. Mas pessoas somente seguem movimentos nos quais acreditam e se vêem. É mais fácil que consiga conquistar aqueles com os quais consegue alinhar o seu discurso e verdades, e, ao conseguir descobrir quais são elas, estruturar o seu discurso torna-se somente uma forma para fazer-se ouvir.



21 AUTORIDADE

(DIRECIONANDO A AUTORIDADE)

Outros valores associados:

DIREÇÃO

LIDERANÇA

ORIENTAÇÃO

Ser detentor de grande conhecimento e conseguir expressá-lo de maneira a se fazer entender faz com que se torne alguém a ser consultado quando algo precisa ser validado. Mas a posição que ocupa não pode ser definitiva em relação à parte da construção que elabora. Conceitos são plurais e, quando passam a ser impostos, ao invés de assimilados é criado um status de coerção e medo. Ao se sentirem acuados, é difícil que se permitam questionar e, quando a dinâmica é enrijecida, variáveis e mudanças deixam de ser consideradas como novos caminhos a serem trilhados.

COMPETÊNCIA 22

(LAPIDANDO A COMPETÊNCIA)

Outros valores associados:

LEGALIDADE

NOTORIEDADE

QUALIFICAÇÃO

Ao mostrar suas qualidades atreladas a determinado saber, é possível oferecer muito mais para aqueles que o cercam. Estar apto a fazer e partilhar aquilo que tem de melhor permite que descubra quais são as maiores necessidades e medos e consegue, assim, criar algo que possa auxiliar em processos coletivos e singulares. É preciso que suas ações sejam embasadas, para que a estrutura criada torne-se sólida e demonstre que há um propósito na tomada de cada decisão. Atos são a materialização das ideias que foram tidas, e esses podem criar sentimento de pertencimento a algo.



23 CONFIANÇA

(RESGUARDANDO A CONFIANÇA)

Outros valores associados:

CONVICÇÃO

FIRMEZA

SOLIDEZ

Para que estar ao seu lado pareça o caminho seguro, é preciso emanar o sentimento de que se sabe para onde vai e porque decide determinados caminhos. Cada sujeito é composto de suas próprias vulnerabilidades e a maturidade de reconhecê-las e saber como tirar o que há de melhor em cada uma delas é possibilitar uma visão otimista acerca daquilo que defende. Ao se acreditar em algo com afinco, é possível transmitir qual a importância daquilo e trazer pessoas para o seu movimento.

CONTROLE 24

(ENTREGANDO O CONTROLE)

Outros valores associados:

COMPREENSÃO

CONSERVAÇÃO

RIGOR

Mapear as variáveis e saber quais são os possíveis desdobramentos permite que seja possível estar minimamente preparado para as situações mais adversas. Exercer a coerência nas ações, ou fazer com que um grupo mantenha-se alinhado e com um objetivo em comum, é fundamental para conseguir administrar o que ocorre e ter a segurança de que o que está sendo construído tem uma base sólida e um propósito para que continue a existir. Perceber quando é necessário manter a calma e ter um ímpeto racional o bastante para conseguir ser analítico pode manter decisões com facilidade.

25 ORDEM

(COMPREENDENDO A ORDEM)

Outros valores associados:

SISTEMATIZAÇÃO

ORGANIZAÇÃO

REGULARIDADE

Organizar raciocínios e reconhecer os padrões que os interligam é fundamental para uma visão macro das coisas. Organismos, sociais ou não, são formados por um conjunto de sistemas e cada um deles é responsável pela manutenção de um dos pilares que o mantém forte e vigente. Quando é possível organizar e segmentar o que se deseja criar e como se deseja construir algo, o caminho passa a desenhar-se como uma sucessão de momentos e essa segmentação possibilita que cada um deles seja analisado e trabalhado de maneira singular e atenta.

PODER 26

(ENTREGANDO O PODER)

Outros valores associados:

CAPACIDADE

PRÁTICA

REGÊNCIA

Mudar aquilo que não o agrada é só uma questão de querer. Aquilo que indica é tomado como verdade por aqueles que o cercam e, quando se faz ouvir, pode coordenar forças para que se encaminhem a uma mesma direção comum. Ao se fazer ouvir, pode criar adaptações que revolucionam e guia, assim, para onde deseja que todos cheguem. Centralizador de decisões, sua troca de energia com o grupo é a maior fonte de força que pode alcançar e, percebendo o que precisa ser ajustado, consegue desenhar planos que os encaminham a novos e melhores hábitos futuros.



27 PRIVACIDADE

(LIDERANDO A PRIVACIDADE)

Outros valores associados:

CONFIDENCIALIDADE

INTIMIDADE

SIGILO

Em um mundo de exposição, nem toda visibilidade é desejada. Oferecer um espaço seguro permite que o outro sinta-se visto pelo que deseja e não pelo seu rastro criado. A vida, cada vez mais compartilhada, acaba por confundir os espaços para informações que deveriam ser mantidas em um escopo restrito e, ao se oferecer uma direção na qual as informações podem estar seguras, é fácil ganhar a confiança daqueles que lhe entregam o que têm de mais valioso: suas vontades, gostos, consumos e desejos. Quem se é não deve somente ser definido pelo que se consome.

PRUDÊNCIA 28

(RESSIGNIFICANDO A PRUDÊNCIA)

Outros valores associados:

CAUTELA

CUIDADO

ZELO

Ações criam reações e, para que possa saber como as ideias irão repercutir, toma decisões com cautela e se mantém constantemente atento às variáveis que podem causar desconforto. Passos curtos também levam ao local desejado e, em detrimento da velocidade de uma corrida, podem criar um ambiente final mais estruturado e seguro por onde se adentrar. Perigos são inevitáveis, mas, ao se saber deles antes de um momento de crise, é possível estar preparado para que seja encarado e solucionado da melhor maneira. A diferença entre o que é bom ou ruim é individual e deve ser analisada pontualmente.

29 RESULTADO

(PRESERVANDO O RESULTADO)

Outros valores associados:

LUCRO

RENDIMENTO

SOLUÇÃO

Quando o objetivo é traçado, fica fácil compreender se está ou não entregando aquilo que deseja. Ciente de que tudo aquilo o que conquista é a somatória das ações que toma, não se deixa intimidar pelos caminhos que devem ser percorridos, ou pelas decisões que precisam ser tomadas. A disposição em participar dos processos é sua maior performance e, para que todas as vitórias tenham o sabor da conquista que tanto almeja, entregar-se e deixa-se absorver pelo processo que se desenha. Várias direções culminam na mesma chegada, mas consegue, com experiência e cuidado, escolher qual será a melhor opção.

SEGURANÇA 30

(FORNECENDO A SEGURANÇA)

Outros valores associados:

AMPARO

GARANTIA

PROTEÇÃO

Consumir é confiar e, quando se apresenta de maneira transparente perante aqueles que deseja atingir, é possível criar tal reconhecimento. Somente se confia em alguém que parece alinhado aos nossos valores e, ao se mostrar de maneira direta e validar o sentimento de presença tão necessário para tal reconhecimento, cria a sua volta uma atmosfera de proximidade e suporte. É fundamental que saibam que estará presente nos momentos de pré e pós, assim como o de contato durante, e essa clareza acerca de todo o processo traz propriedade para o discurso que carrega consigo.



VALORES QUE ESTIMULAM A FELICIDADE



Encontrar maneiras de conseguir transmitir o sentimento de plenitude no momento presente é ter a habilidade de contagiar com seus valores.

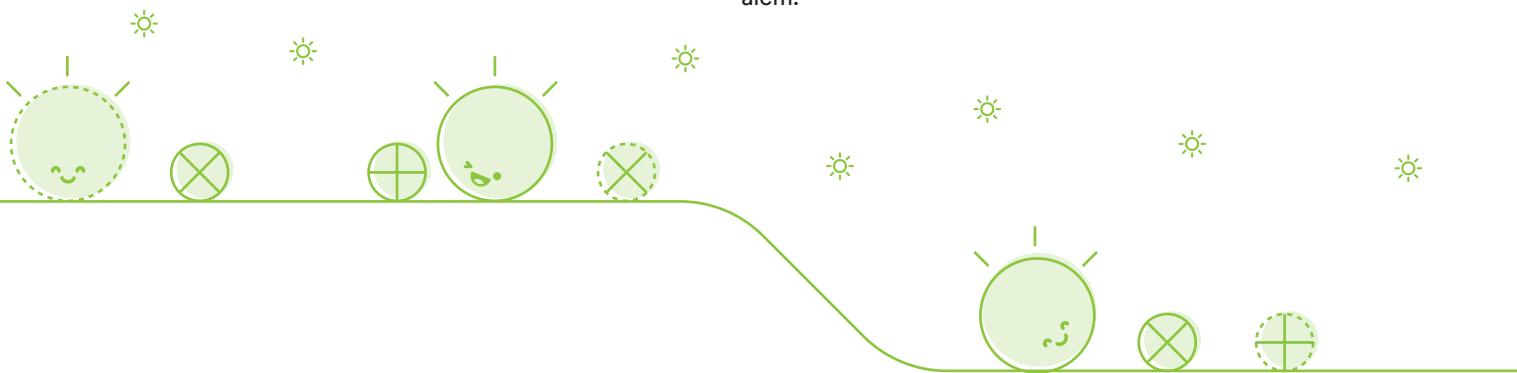
A satisfação e a certeza de que se está aproveitando a vida da maneira correta são sentimentos partilhados e desejados por todos, e, quando se apresenta como uma ferramenta que possibilita alcançar esse local, é fácil fazer com que o seu vínculo e valor tornem-se mais fortes. A conquista torna-se plena quando se possibilita que cada um dos envolvidos possa encontrar na comunhão um momento que deseja repetir, e, para tanto, é preciso saber o que é capaz de trazer tais sentimentos à tona.

O contentamento está diretamente ligado à vontade de estar presente nesse determinado movimento. Quando se observa algo e acredita que, partilhando aquilo, será possível sentir-se mais completo ou pleno, é natural que se deseje fazer parte, e, seguindo esse caminho, os vínculos criados acabam por se tornar mais fortes.

Ao se compartilhar algo assim, esse sentimento transborda para além do grupo criado, e torna-se possível fazer com que pessoas de fora o vejam e desejem.

O cuidado com os detalhes e a constante preocupação em fazer com que eles sejam fonte de inspiração para um posicionamento permite trazer alegria. Um mundo melhor pode ser construído em conjunto, e saber desse impacto, assim como apresentar o futuro desejado, são estratégias para alimentar o otimismo necessário, para que se possa fazer com que uma ideia ou momento crie junto consigo um movimento que se autoalimenta e permite crescer.

Satisfazer, apresentar e compartilhar fazem com que suas vontades tornem-se realidade, e a fantasia almejada seja também um humor partilhado durante toda a jornada. Mostrar-se como ponte para a alegria que se deseja alcançar, inebria e estimula para que se vá além.





MOSTRE COMO A ALEGRIA PODE SE TORNAR ALGO CONCRETO NAS MENORES AÇÕES E PASSE ASSIM A FAZER PARTE DE UM SENTIMENTO PARTILHADO E UM MOVIMENTO DESEJADO.

Estar satisfeito e contente com o que está vivendo é um sentimento desejado por todos e, ao se mostrar como um facilitador para que encontrem esse momento é comum que a mesma experiência seja sempre buscada. Quando se oferece algo que traz tranquilidade para a rotina liga-se diretamente com a sensação de compensação vivida e esse vínculo se cria assim com a mesma força e volatilidade. É preciso que se consiga fazer com que haja constância para que alimente aqueles com quem partilha sua visão.

Relações baseadas na passionalidade tendem a ser profundas, mas também apresentam uma maior cobrança quando consideramos uma busca pessoal.

Não há um crivo lógico que separe esses movimentos e, por isso, é preciso ter clareza acerca de qual o objetivo final que entrega e fazer o necessário para que sua entrega seja sempre semelhante ou maior. Para que se mantenha interessante e convidativo seu posicionamento deve estar sempre alinhado ao discurso de valor que defende.

Se um futuro melhor se aproxima e pode ser vivido em conjunto é preciso que mostre que este se faz cada vez mais próximo ou factível. Há um grande empenho para que isso seja conquistado e a clareza acerca dos passos que são dados, assim como a validação de que o esforço conjunto é fundamental para que isso se torne possível. O sentimento de pertencimento é o mesmo que cria a partilha do amanhã almejado.



31 ALEGRIA

(ESPALHANDO A ALEGRIA)

Outros valores associados:

ÂNIMO

ENTUSIASMO

EUFÓRIA

Uma presença que cria sorrisos assim que se apresenta. Conseguir fazer com que outras pessoas partilhem seu estado de quase êxtase é a prova de que o seu trabalho foi concluído e agora todos podem alinhar-se e aproveitar aquilo que foi construído em conjunto. A felicidade é algo que se desenha a várias mãos e, para que crie esse sentimento partilhado, precisa dialogar com o que há de mais interno em cada um: o sentimento de pertencer a algo e a certeza de que está inserido no seu exato local e momento. Sentir-se pleno perante algo é fruto de reconhecer-se naquilo que está a sua frente.

32 BELEZA

(CELEBRANDO A BELEZA)

Outros valores associados:

IMPONÊNCIA

PERFEIÇÃO

SENSIBILIDADE

A sua simetria está além daquilo que demonstra ser. Objeto de desejo, mostra-se com segurança e cria ao seu entorno uma vontade de também fazer parte desse determinado grupo. Como um estado que se manifesta mais pelo sentir do que pelo ser, para manter-se uma construção linear é preciso considerar que conceitos de belo são a somatória de uma construção social e da opinião singular de cada um. Não é possível que agrade a todos, mas, ao saber quem deseja encantar, pode preparar-se da melhor maneira para os gostos e valores que deseja enaltecer em seu posicionamento.



33 DIVERTIMENTO

(INCENTIVANDO O DIVERTIMENTO)

Outros valores associados:

CURTIÇÃO

DIVERSÃO

PAIXÃO

Nem que seja por um momento, tem o poder de elevar os ânimos e mostrar que a vida pode ser mais do que uma sucessão de dias. Ao oferecer instantes de descontração, traz consigo o sentimento de uma vida que valeu a pena ser vivida, e a certeza de que precisará repetir a experiência para que possa, novamente, vislumbrar o mundo daquela maneira. De presença leve e quase despretensiosa, o resultado de suas ações não se apresenta como algo elaborado, mas como a materialização de um instante que sempre esteve ali, só era preciso estar preparado para que pudesse vivê-lo.

34 EMPENHO

(ESTIMULANDO O EMPENHO)

Outros valores associados:

AFINCO

DEDICAÇÃO

INFLUÊNCIA

Dedicar sua atenção e as suas forças para vislumbrar aquilo que deseja construir é a sua maior fonte de prazer. Jornadas podem ser tortuosas, mas cada solavanco encontrado na estrada é um novo estímulo para que consiga ir mais longe. Permite-se tentar e almeja sempre ir mais longe para conquistar e descobrir o que se apresenta como meta. Não se permite desanimar, e estar prostrado é sinônimo de derrota quando se comprehende que é preciso manter a roda de decisões sempre ativa e, para isso, é fundamental que trabalhe de maneira dedicada e apaixonada.

35 ESPERANÇA

(ALCANÇANDO A ESPERANÇA)

Outros valores associados:

COMPLETUD

GRATIDÃO

IMPORTÂNCIA

Quando define o mundo onde se deseja inserir, nenhum trabalho parece pesado demais para que chegue naquele local. Há sempre uma saída possível, e manter o seu estímulo no processo é fundamental para estar no seu ponto desejado, por mais utópico e distante que possa parecer para aqueles que o observam de fora. Sua transparência perante aquilo que acredita faz com que cada vez mais pessoas partilhem da sua visão acerca do mundo e, com trabalho conjunto e decisões coerentes, consegue iniciar o movimento que direciona todos para um ponto melhor do que aquele em que estão inseridos.

36 FANTASIA

(IMAGINANDO A FANTASIA)

Outros valores associados:

CONTÉMPLAÇÃO

IMAGINAÇÃO

PLENITUDE

A vida pode ir além do que se está acostumado e olhar o mundo com a leveza de quem não se deixa limitar pelo que está instaurado é o sentimento que proporciona recriar universos. Viver o novo é somente questão de perceber aquilo que ainda não foi visto e, ao iluminar tais possibilidades, oferece ao outro a possibilidade de compartilhar da sua visão. Regras são somente algo que já foi instaurado, mas é possível subvertê-las para que se desvole o novo. O que há de maravilhoso nas situações cotidianas pode ser somente um novo ponto de vista perante o prisma de possibilidades que cada um constrói.



37 OTIMISMO

(INSPIRANDO O OTIMISMO)

Outros valores associados:

ESTIMA

ESPERANÇA

POSITIVIDADE

Há sempre algo bom que pode ser retirado de cada situação e guiar-se perante esse sentimento permite que se anime a cada percalço e consiga, assim, reunir forças para tentar uma nova abordagem. Buscando sempre encontrar o melhor ponto de vista, consegue valorizar pequenas vitórias e detalhes que passariam despercebidos para quem só se preocupa com o resultado final. O caminho trilhado é o que realmente importa e, quando se colhe vitórias a cada momento, o ânimo acaba sendo sua companhia mais constante. Irradia seu sentimento por onde passa e consegue, dessa forma, conquistar.

38 VIDA

(NUTRINDO A VIDA)

Outros valores associados:

ENERGIA

JOVIALIDADE

VITALIDADE

Dado posto e partilhado por todos, é preciso que o foco esteja em trazer desta o maior proveito possível. Manter a saúde e o bem-estar em seu foco é oferecer ao outro novas maneiras de conseguir usufruir aquilo que lhe é dado da melhor maneira possível. Quando se percebe o valor daquilo que acontece todos os dias, é possível validar o que há de mágico nas decisões tomadas diariamente e, assim, construir um ambiente que propicie o melhor aproveitamento. Diariamente, decisões são tomadas e pode então se apresentar como sujeito agente para caminhos mais frutíferos.

39 SATISFAÇÃO

(SEMEANDO A SATISFAÇÃO)

Outros valores associados:

ADMIRAÇÃO

BEM-ESTAR

VALORIZAÇÃO

A plenitude de uma conquista é o sentimento almejado por todos. Ciente do poder que é estar associado ao momento em que se alcança algo ou supre uma necessidade que estava se mostrando latente, apresenta-se de maneira incisiva para que traga ao outro as conquistas que deseja. Para participar do momento de alegria, trabalha constantemente para que sua imagem própria esteja sempre envolta em validações e percepções positivas. Somente entrega determinado status quem consegue mostrar ao todo que aqueles os quais atinge diretamente estão plenos com sua interação.

40 SERENIDADE

(CURTINDO A SERENIDADE)

Outros valores associados:

PAZ

PONDERAÇÃO

TRANQUILIDADE

Segurança é resultado de diagnósticos. Quando se tem certeza de onde deseja chegar, consegue transmitir ao outro a paz que se encontra na tomada de decisões pautadas e validadas. Seu sentimento perante as ações transborda e é capaz de envolver a todos que se sentem acolhidos pela tranquilidade de estar sendo guiado. Estar alinhado com o todo é criar para si um universo de calmaria perante algum tema e, ao se sentir seguro, é mais fácil que deseje aquilo que está mais adiante. Seu tom calmo, de quem sabe exatamente aquilo o que quer, traz paz para aquele que tem um objetivo em comum.



VALORES QUE ATIVAM O POTENCIAL



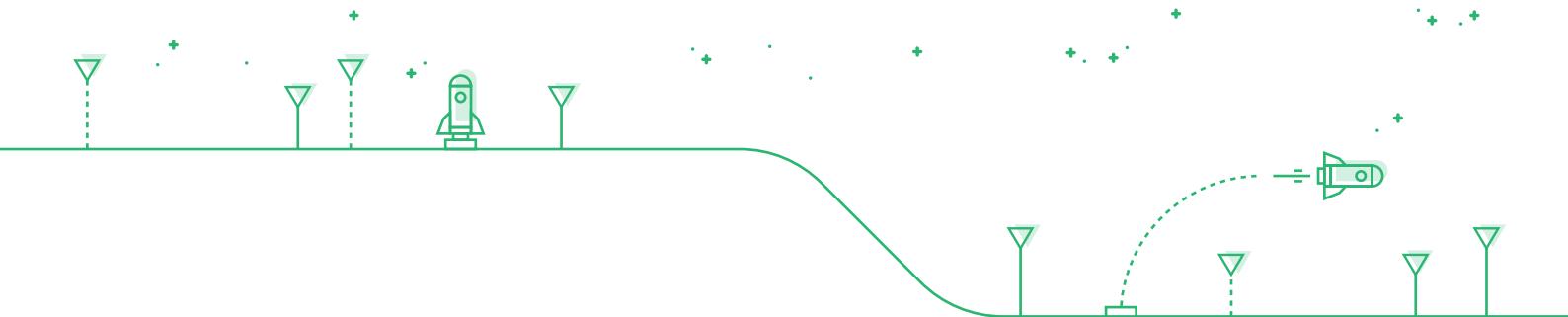
O ímpeto em fazer diferente e entregar o que há de melhor em seus pontos é a capacidade de criar caminhos que potencializam resultados e vontades.

O sentimento de fazer e sentir-se capaz de alcançar algum objetivo pessoal é algo que faz parte do desejo individual de cada um. O verdadeiro desafio está em encontrar maneiras de fazer com que esse mesmo ímpeto passe a ser partilhado e caminhe em conjunto para um objetivo em comum. Consciente de todas as possíveis limitações, assim como das oportunidades que nascem de cada decisão, é capaz de encontrar os pontos-chave que devem ser valorizados em cada um que partilha desse movimento.

Com raciocínio rápido e uma grande capacidade de se reinventar quando faz-se necessário, consegue perceber quais são os pontos fracos, e aprende, assim, a lidar com cada lacuna, e encontra a melhor maneira de suprir as demandas que aparecem.

Organizar suas ideias, assim como a coragem de tentar algo no qual acredita é um movimento capaz de estimular outros que estavam ainda presos na inércia por não se sentirem capazes de ir mais longe. O sentimento de grupo alinhado traz segurança e permite que se tente, sem o medo de errar. Mesmo os erros podem ser partilhados, e isso alivia o peso de um possível fracasso. Saber quais nuances devem ser estimuladas é resultado de um olhar demorado e da junção de pessoas que compartilham objetivos.

Apoiar, validar e gerir faz com que consiga manter a união e o apoio mútuo que são necessários para que se sintam pertencentes às conquistas almejadas por todos.





COM ORGANIZAÇÃO E VALORIZAÇÃO DO TRABALHO INDIVIDUAL, OS ESFORÇOS COLETIVOS GERAM RESULTADOS QUE PODEM IR ALÉM DAQUILO QUE SE ESPERAVA INICIALMENTE.

Oferecer a liberdade e segurança necessárias para que se sintam capazes de dar sempre um passo adiante é tão fundamental quanto o alinhamento para que todos os caminhos levem ao mesmo lugar. Valorizar os tempos e habilidades individuais é conseguir encontrar uma maneira de coordenar os movimentos para que alcancem aquilo que foi definido em um primeiro momento. Todos são capazes de contribuir, é preciso somente encontrar a maneira com que cada um se sente confortável em fazê-lo.

Estar disposto a insistir naquilo o que deseja é estar igualmente aberto a encarar as falhas e descobrir uma nova maneira de tentar.

Caminhos são tortuosos, mas, quando se permite ouvir o outro e encontrar um jeito de potencializar as habilidades individuais, encontra o caminho para somar forças e compartilhar a posição de guia.

Não há o medo de que as posições sejam trocadas ou que o controle saia de suas mãos, observar seu projeto de fora e manter-se confortável com outra pessoa conduzindo é a prova de que se acredita no objetivo inicial traçado, assim como a certeza de que o alinhamento foi claro, e, independente de quem encabece o projeto naquele instante, a meta segue sendo a mesma, pois o resultado é igualmente desejado por todos.

Reconhecer os problemas e discutir maneiras de solucioná-los é acreditar no potencial de cada um que está envolvido e faz com que, assim, todos se sintam participantes das vitórias.



41 AGILIDADE

(AUMENTANDO A AGILIDADE)

Outros valores associados:

ACELERAÇÃO

VELOCIDADE

VERSATILIDADE

O pensamento rápido, porém embasado, é característico de quem se preocupa em solucionar problemas de maneira coerente e assertiva. Propor novas ideias e descobrir maneiras diferentes de lidar com as situações é estar sempre aberto às mudanças que se manifestam constantemente e mostra-se preparado para que, ao ser posto em xeque, consiga traçar um bom plano de ação. Ser ágil, diferentemente de ser apressado, não caracteriza fazer por impulso e sim com destreza perante aquilo que lhe é apresentado. Um sistema assim regido consegue reinventar-se e posicionar-se com facilidade.

42 AUTOCRÍTICA

(APRIMORANDO A AUTOCRÍTICA)

Outros valores associados:

APRIMORAMENTO

CARÁTER

INDIVIDUALIDADE

Nem sempre as decisões tomadas são as melhores escolhas. Permitir o tempo de questionamento e de ponderar acerca daquilo que foi feito é como criar o seu próprio diagnóstico de erros e acertos. Ter clareza de que sempre é possível tomar o caminho errado é ter a maturidade de reconhecer falhas e se valer delas para que não repita comportamentos dos quais se arrepende. Não se posicionar como detentor da perfeição é um exercício de maturidade para quem pretende alcançar a maior quantidade de vitórias possível e, assumindo esse caminho, transparece maior segurança.



43 CONHECIMENTO

(TRANSFORMANDO O CONHECIMENTO)

Outros valores associados:

APERFEIÇOAMENTO INTELECTO INTELIGÊNCIA

Armazenar informações e conseguir consultá-las e aplicá-las de maneira satisfatória nos momentos certos é uma forma de encontrar as melhores soluções. Não é possível, nem desejável, que se absorva todo o conhecimento, mas estar preparado e embasado acerca de sua área permite que possa combinar e organizar suas informações coletadas e consiga, assim, validar a criação de novas ideias. Sua inteligência é resultado da aplicação de seus conhecimentos e ela é o que diferencia cada indivíduo. Quanto maior o conhecimento utilizável, maiores as conquistas possíveis.

44 CRENÇA

(CONSOLIDANDO A CRENÇA)

Outros valores associados:

CREDO FÉ OBSTINAÇÃO

Os valores que carrega consigo são ideias estabelecidas normalmente pelo grupo do qual faz parte. Ao se inserir em uma organização que defende determinados pontos, passa a reger a sua vida de acordo com tais normas e não as questiona. Acredita que esse alinhamento de valores é o que faz com que o grupo torne-se um sistema forte e, para que possa perpetuar as ideias nas quais acredita, não mede esforços ou argumentos para convencer o outro. Acreditar em algo é assumir para si a verdade, sem se prestar a questionamentos ou preocupar-se com a lógica que se constrói por detrás dela.

45 CRIATIVIDADE

(ASSUMINDO A CRIATIVIDADE)

Outros valores associados:

IDEIA MUTABILIDADE PRESTEZA

Fruto de um exercício constante de assimilação de referências e aplicação de conceitos, mantém sempre seus olhos atentos a novas possibilidades de encarar-se ou lidar com aquilo que lhe é apresentado. Quando se depara com uma ideia pronta, não somente a assimila e aplica, mas mescla-a com aquilo que carrega consigo e consegue, assim, entregar uma nova visão, alinhada com seu momento e necessidades tidas a cada desafio. Não se define por criar algo novo, mas sim pela capacidade de encontrar maneiras de transformar e reinventar algo conectando o seu repertório.

46 DIGITALIZAÇÃO

(IMPULSIONANDO A DIGITALIZAÇÃO)

Outros valores associados:

ASCENSÃO FUTURO IMPACTO

Não se define por uma adequação de formatos. Estar inserido em um mundo digital é conseguir alinhar o que há de mais valioso em suas ideias para uma linguagem e estruturas coerentes ao que é consumido. Dotado de um pensamento rápido e de uma otimização de tempo, é preciso entregar qualidade e conteúdos de relevância para uma base que pode acessar, literalmente, todo o conhecimento disponível na sociedade. Manter-se atrativo e consciente são os caminhos para entender como o mundo funciona e permitir-se, assim, vislumbrar como ocorrerá a organização com valores pós-digitais.



47 DISCIPLINA

(ARQUITETANDO A DISCIPLINA)

Outros valores associados:

DETERMINAÇÃO

FOCO

IMPASSIBILIDADE

Para que possa obter resultados e conseguir alinhar um grupo que caminhe na mesma direção e com uma meta compartilhada, acredita que seja necessário seguir um conjunto de regras preestabelecidas e fazer com que seus processos sejam parte da engrenagem que estrutura um pensamento coletivo. Ao seguir um método e conseguir direcionar processos criativos, é possível segmentar etapas e fazer com que todos estejam cientes, alinhados e caminhando para uma mesma direção. Não é preciso ser rígido para que seja seguido, é necessário somente ter clareza acerca do que deseja.

48 EMPODERAMENTO

(EMERGINDO O EMPODERAMENTO)

Outros valores associados:

CONSCIENTIZAÇÃO

EMANCIPAÇÃO

VISIBILIDADE

Encontrar seu lugar e ser ouvido ao ocupá-lo é o sentimento de pertencimento necessário quando falamos de minorias. Fazer-se ouvir e encontrar no grupo a validação de que precisa são fortes ferramentas para que possa construir o mundo que considera melhor e promover as mudanças que considera necessárias. O pensamento estabelecido nem sempre abarca a todos e, por meio do fortalecimento de ideais, é possível criar uma consciência coletiva. Vulnerabilidades devem ser reduzidas e a valorização das capacidades de cada um pode promover um crescimento harmônico e sustentável.

49 EMPREENDEDORISMO

(ABRINDO O EMPREENDEDORISMO)

Outros valores associados:

AFINCO

FIRMEZA

INTENÇÃO

Ideias devem ser postas em prática para que se tornem uma realidade. Depois de imaginar aquilo que deseja criar, é preciso encontrar maneiras de tornar as conquistas possíveis. Novos processos, mudanças e movimentos são resultados diretos das decisões tomadas diariamente. Ao se ver como dono e representante de uma ideia que poderá mudar a o que está instaurado, mantém-se preparado e atento à jornada trilhada para cada nova conquista. O mérito está em ver concretizado aquilo que acredita ser melhor e agente da mudança que deseja ver.

50 RESILIÊNCIA

(FORTALECENDO A RESILIÊNCIA)

Outros valores associados:

ADAPTAÇÃO

RESISTÊNCIA

SUPERAÇÃO

Quando se deseja conquistar algo, é preciso estar preparado para os atritos deste percurso, e manter-se ativo e motivado perante todos eles é o sentimento que faz com que continue atuante. Reinventar-se à medida que se faz necessário permite que tenha um pensamento livre e a capacidade de adaptação necessária para a criação daquilo que considera imprescindível. Evoluir é conseguir alinhar-se e pertencer a movimentos de mudança e mostrar-se sempre apto a reinventar aquilo que lhe define faz com que esteja à frente do que acredita. Para que possa viver o momento, é preciso compreendê-lo.



VALORES QUE PROMOVEM A PROSPERIDADE



Um cenário de abundância para novos crescimentos cria conforto e possibilita uma maior integração entre quem partilha valores.

Conseguir perceber o quanto se está satisfeito com as conquistas e conseguir, assim, perceber maneiras de potencializar esse sentimento faz com que seja possível encontrar plenitude, ao mesmo tempo que direciona seus esforços para conquistar aquilo que ainda lhe falta. Conseguir criar um cenário que promova a abundância é conseguir suprir as necessidades de todos os que lhe acompanham e trazer consigo um sentimento de tranquilidade para com o momento presente.

Como um crescimento contínuo que deve ser alimentado constantemente, é preciso que haja manutenção acerca das diretrizes que assume, pois, somente assim, conseguirá alinhar quais são as demandas que devem ser priorizadas a cada passo. Ter controle de tudo o que deve ser feito, assim como conseguir aproveitar ao máximo o que conquista, é saber levar a vida com a leveza de quem está cada vez mais próximo dos objetivos almejados.

Para que consiga se construir como uma presença confiável que seja capaz de oferecer aos outros o mesmo sentimento de plenitude, preocupa-se em manter uma cultura sólida e clara que deve ser seguida à risca. Conseguir compreender o tempo em que as coisas devem ocorrer e quais são as fases pelas quais deve passar faz com que consiga retirar o que há de melhor em cada situação, sem oportunismos, mas com um maior aproveitamento das chances que se mostram.

Aproveitar, viver e renovar são caminhos para que consiga fazer da sua necessidade de saciedade algo a ser compartilhado e passe, também, a estimular aqueles com os quais se depara.





NÃO BASTA TER COISAS, É PRECISO QUE ESSAS CONSIGAM TRAZER SATISFAÇÃO. O SENTIMENTO QUE SE RELACIONA A ELAS É MAIS IMPORTANTE DO QUE OS BENS EM SI.

As necessidades individuais são diferentes, e é preciso ter em foco o que deverá ser priorizado em cada momento. Somente se torna valiosa a abundância de algo que seja desejado, senão assume o papel de supérfluo ou descartável. Não é preciso que algo seja físico para que seja desejável. Aspectos como segurança ou saúde são bens imateriais, mas que assumem um papel de suma importância quando se considera melhorar ambientes ou a qualidade da vida daqueles que estão ao seu lado.

Encontrar uma maneira de entregar aquilo que há de mais valioso para seu grupo é criar um relacionamento de confiança e busca mútua. A partir do momento em que percebe

que nesse lugar encontrará aquilo que deseja, passa a retornar sempre que acha que aquilo se faz necessário.

Melhorar a experiência, assim como a qualidade de vida de quem está por perto, é algo que causa encantamento por onde passa, e isso é capaz de contagiar, assim como de fazer com que se torne desejado por mais gente. É natural buscar o conforto com o que se vive, e fazer parte dessa busca permite pertencer de maneira cada vez mais inseparável de momentos de escolha. Podendo ser associada a sorte ou providência, é comum que o seu reconhecimento ocorra de maneira indireta e passe a ser vista como uma ferramenta ou auxílio para se conquistar aquilo o que deseja.



51 ABUNDÂNCIA

(BUSCANDO A ABUNDÂNCIA)

Outros valores associados:

FARTURA

RIQUEZA

SUNTUOSIDADE

Compostos daquilo que acreditam e construíram para si, é sempre possível oferecer-se como um universo de possibilidades e conhecimentos para o outro. Aquilo que se tem em grande quantidade não é definido apenas pelos bens materiais e ter algo em larga escala é o primeiro passo para sentir-se pleno para compartilhar com o outro. Como bens inesgotáveis, é possível crescer e acumular muito mais quando se divide e permite trazer o outro para sua zona de saberes. Rompendo a ideia de que se perde ao se partilhar, é possível fazer com que movimentos cresçam ao se agrupar pensamentos.

52 CULTURA

(ESTIMULANDO A CULTURA)

Outros valores associados:

CONHECIMENTO

MORAL

ORIGEM

Ao se inserir em um grupo que partilha valores e verdades, pode criar uma estrutura forte e de sucesso. Grupos que se reúnem por dividir interesses e verdades são, também, aqueles que se organizam de maneira a fazer com que o movimento que acreditem ser o melhor cresça e destaque-se perante os demais. Com o cuidado para que narrativas pessoais e processos anteriores não sejam sobrepujados por novas maneiras de se pensar, é possível encontrar espaços para que novos movimentos sejam inseridos e pessoas que partilhem de um mesmo pensar possam se unir.



53 CURA

(ENCONTRANDO A CURA)

Outros valores associados:

CORREÇÃO

MELHORA

RECUPERAÇÃO

Quando se depara com um problema ou algo que causa desconforto, consegue, utilizando os conhecimentos e ferramentas que detém, promover o alívio para determinados grupos. Estar disposto a regenerar aqueles que dividem uma mesma necessidade é estar inserido em um processo de melhorias constantes e crescimentos conjuntos. Uma necessidade diagnosticada é, também, a possibilidade de novas dedicações e de inícios inesperados. Propor-se a trazer alívio é permitir que os conhecimentos que adquiriu sejam partilhados e revisitados sempre que deixem de funcionar plenamente.

54 DESACELERAÇÃO

(ASSUMINDO A DESACELERAÇÃO)

Outros valores associados:

ÓCIO

PAUSA

RELAXAMENTO

Respeitar o seu próprio tempo e permitir absorver e aproveitar o que há de melhor em cada instante vivido é parte do processo de valorização do movimento pelo qual se deseja passar. A profusão de informações, tarefas e interações não são o melhor caminho para que se possa absorver com profundidade e, ao se permitir assimilar e se demorar a cada novo conteúdo, é possível encontrar saberes que antes pareciam impossíveis de se assimilar. A cobrança individual é necessária para que se possa conquistar algo, mas saber fazer isso com parcimônia e dentro de cada limitação é fundamental.

55 DESENVOLVIMENTO

(POTENCIALIZANDO O DESENVOLVIMENTO)

Outros valores associados:

CRESCIMENTO

Evolução

PROGRESSO

Evoluir é o resultado de um processo gradativo e composto por etapas. Ver-se distanciado do ponto em que iniciou a jornada faz com que tenha noção do percurso percorrido e dos pequenos passos que foram dados, e debruça, assim, o mesmo olhar para as conquistas futuras. Há sempre um sem número de possibilidades a cada decisão tomada e o tempo para cada conquista, ou o trabalho implicado em cada um deles, será sempre diferente. Respeitar o processo é diagnosticar o que deve ser feito na esfera individual em alinhamento com as necessidades coletivas.

56 DIGNIDADE

(DESPINDO A DIGNIDADE)

Outros valores associados:

DECÊNCIA

HONRA

INTEGRIDADE

Respeitar os seus valores e agir de maneira íntegra perante situações são os comportamentos que serão reconhecidos quando sua reputação for desenhada. A imagem que constrói para o outro é a maneira como será lembrado e referenciado. Para que a sociedade funcione como um organismo composto de individualidades, acredita que seja necessário que cada um respeite seus valores e atue de maneira a pensar na integridade do outro. Uma postura assumida perante a adversidade será sempre lembrada e constitui uma das peças da imagem que deseja consolidar.



57 NUTRIÇÃO

(DEFENDENDO A NUTRIÇÃO)

Outros valores associados:

ALIMENTAÇÃO

ESTÍMULO

SUSTENTO

Fazer parte da alimentação de um grupo é preocupar-se diretamente com a saúde de cada indivíduo. Manter-se saudável é um esforço contínuo, e propiciar isso é acreditar que seja possível melhorar condições de vida e oferecer suprimentos para uma das mais fundamentais necessidades. A qualidade e o respeito ligados àquilo que se oferece demonstra a preocupação acerca do bem-estar individual e coletivo. Preço não é definição de qualidade e a consciência de que processos de preparo são valores fundamentais faz com que consiga levar seus princípios e verdades a uma parcela cada vez maior da sociedade.

RENOVAÇÃO 58

(RECRIANDO A RENOVAÇÃO)

Outros valores associados:

APERFEIÇOAMENTO

REUTILIZAÇÃO

RESTAURO

Descobrir o que pode ser feito com o resultado das ações e respostas obtidas durante o seu processo é ter a habilidade de entregar uma versão melhorada a cada passo. Processos são cíclicos, e conseguir diagnosticar o que pode ser reaproveitado no passo seguinte, ou o que deve ser descartado na decisão seguinte, é ter a maturidade necessária para melhorias constantes. Sempre se busca um resultado positivo ou a conquista daquilo que deseja, mas estar alinhado e consciente das falhas é o diferencial necessário para que erros não sejam repetidos e vitórias sejam renovadas.

59 SAÚDE

(SALVANDO A SAÚDE)

Outros valores associados:

DISPOSIÇÃO

VIVACIDADE

VONTADE

Estar integrado com o momento e espaço compartilhado com a sociedade. É fundamental compreender como se estrutura a somatória de aspectos físicos, mentais, emocionais e sociais e, para isso, constrói sua imagem como uma perspectiva horizontal e ampla, a fim de compor cada segmento de maneira singular, mas sempre associado a um pensar coletivo. Como o status de quem se permite cuidado e respeito próprio, oferecer tal segurança valida comportamentos que estejam associados a seus valores e é capaz de criar movimentos que propiciam um crescimento forte e conjunto.

SUSTENTABILIDADE 60

(AFIRMANDO A SUSTENTABILIDADE)

Outros valores associados:

HUMANIDADE

NATUREZA

SOCIEDADE

Estar em alinhamento com o que o meio ambiente pode oferecer e saber que somente mediante um pensamento conjunto, entre espaço e indivíduo, fundamente um crescimento que valide a possibilidade de um futuro melhor. Esse é o conceito primordial para um pensamento que sabe que cada ação tem consequências e é preciso pensar nelas com atenção, para que os impactos sejam diagnosticados. Quando as necessidades pessoais são colocadas em perspectiva perante aquilo que se pode, efetivamente, fazer, é mais simples tomar decisões que causem um impacto neutro ou positivo.



VALORES QUE COMUNICAM A QUALIDADE



É fundamental que se compra aquilo que foi combinado e vendido, e a avaliação acerca dessa entrega permite fazer com que encontre destaque.

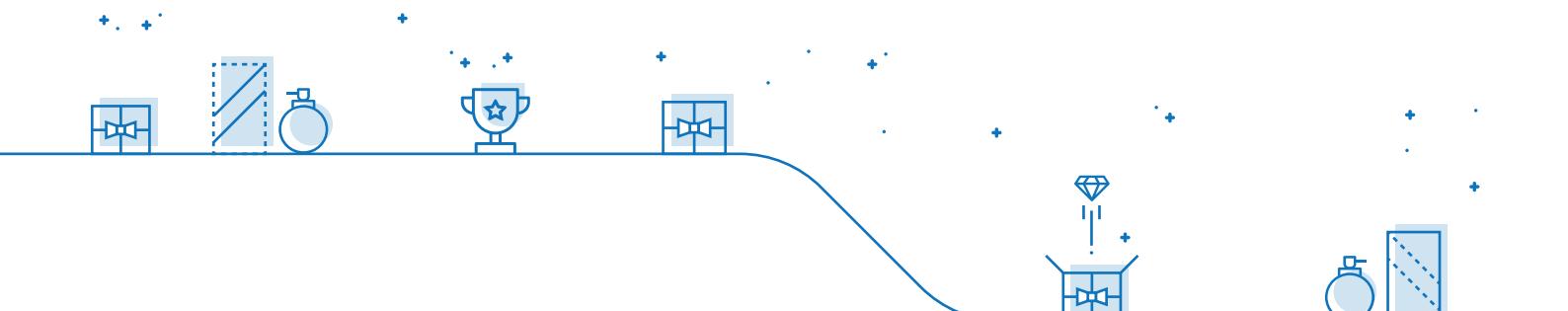
Uma relação que entregue durabilidade e destaque perante tudo o que é oferecido faz com que consiga se instaurar no mercado e possa, assim, fazer com que sua imagem seja propagada. Ao se estabelecer uma relação de confiança, o trato com quem é atingido torna-se algo natural, e é possível assegurar que os resultados desejados serão alcançados de maneira conjunta. O crescimento se divide entre aquele que entrega e quem consome o objeto final.

Conseguir se destacar entre uma grande quantidade de ofertas semelhantes é o objetivo partilhado por todos que se posicionam, e, para isso, é preciso encontrar quais são as entregas específicas que pode oferecer. Somente com algo específico e que o difere dos demais é possível causar curiosidade e interesse.

Investimentos em aprimoramento são constantes e devem ser levados de maneira séria, para que se possa chegar nos objetivos traçados.

A experiência não se define pelo passar do tempo, mas pela habilidade em conhecer o que faz e conseguir adaptar suas criações para novas necessidades ou tendências. Estar alinhado com o que é esperado ou desejado é conseguir moldar-se da melhor maneira possível para aquilo que está sendo esperado naquele momento. Quando a confiança é instaurada, facilmente será um nome retomado quando se deseja algo de seu segmento.

Melhorar, destacar e valorizar aquilo que faz é conseguir saber quais são seus pontos fortes e encontrar a melhor maneira de atualizar seus produtos, para que possam dialogar com o público de interesse.





QUANDO ALCANÇA UMA POSIÇÃO DE DESTAQUE, É FÁCIL QUE SE TORNE UMA FONTE CONFIÁVEL OU FONTE DE DESEJO PARA AQUELES QUE O BUSCAM OU SE IDENTIFICAM COM SUA ENTREGA.

Cada coisa apresenta uma avaliação diferente, e conseguir saber quais são os critérios que diferenciam sua entrega é demonstrar conhecimento sobre cada detalhe. Este somente é possível quando cada processo, diferencial e funcionalidade é sabido e reconhecível. Transparecer esse saber é trazer para o público final a oportunidade de partilhar as características fundamentais daquilo que entrega e criar, assim, um discurso de conexão e valor.

Quanto mais parecer diferente do que se encontra no mesmo segmento, maior será a curiosidade que poderá criar para aqueles que se interessam. É preciso somente saber

até que ponto é possível transitar nesse meio, para que a diferenciação não seja também uma maneira de diluir sua identidade e fazer com que não mais possa ser reconhecido por sua identidade.

Entregar algo que seja exclusivo é conseguir descobrir qual é o objeto de desejo antes mesmo de ser desejado. Quando aquilo que oferece está alinhado a suas características mais fundamentais, pode ser reconhecido com um simples olhar, e essa associação é o que mais deseja. O reconhecimento por um trabalho coeso e de destaque é seu maior objeto de desejo ao dedicar seu tempo para processos de criação.

Sua elegância está associada a conhecer com quem se comunica e parecer ter sempre sido criada justamente para suprir alguma necessidade específica daqueles com quem se identifica.



61 AUTENTICIDADE

(COMPARTILHANDO A AUTENTICIDADE)

Outros valores associados:

GENUINIDADE

LONGEVIDADE

LEGITIMIDADE

Ao se saber o que é importante, é mais simples transparecer para o grupo aquilo que gera valor para o todo. Mostrar-se de maneira plena faz com que outras pessoas consigam reconhecer-se naquilo que é dito e sintam-se, assim, validadas para atestar seus comportamentos ou mostrarem-se mais seguras em suas verdades. É importante que as ações sejam condizentes com o que acredita que seja certo e, quando isso é apresentado de maneira a gerar um movimento social, é possível ver em uma microescala a mudança que se deseja implementar num aspecto geral.

ELEGÂNCIA 62

(PRODUZINDO A ELEGÂNCIA)

Outros valores associados:

AFINAÇÃO

COERÊNCIA

LEVEZA

A harmonia entre os elementos e o reconhecimento de padrões coerentes em aspectos estéticos trazem consigo os conceitos de beleza. A definição do que é considerado belo está sempre diretamente ligada ao momento em que é produzida, pois representa somente um ideal socialmente construído e embasado em variáveis sociais, históricas e institucionais. Estar alinhado com o espírito desse tempo pode ser uma dinâmica assertiva para entregar valores estéticos, mas é, também, o campo o qual permite que se questione o que pode ser apresentado para além do que é esperado e posto como certo.



63 ESMERO

(PROTEGENDO O ESMERO)

Outros valores associados:

PRIMOR

PERFEIÇÃO

REFINAMENTO

O cuidado com o que se produz e o apego aos detalhes que o constituem, são os apreços necessários para que aquilo que foi produzido torne-se único e repleto de valor. O tempo que se debruça sobre algo é, também, o que permite que esse crie destaque em sua execução. Saber em que momento tal objeto será consumido e estar alinhado com o sentimento que deseja que ele cause no momento em que for consumido, são os nortes necessários para que a dedicação seja transfigurada no ímpeto criado no instante de contato com aquilo que oferece. A dedicação traz consigo o exercício da primazia.

ESPECIALIDADE 64

(APERFEIÇOANDO A ESPECIALIDADE)

Outros valores associados:

ESSÊNCIA

PROPRIEDADE

TREINAMENTO

Quando há uma grande dedicação a algo, o aprimoramento torna-se automático, e esse valor atribuído passa a consolidar-se como um diferencial no momento de escolha. Quando algo é feito com entendimento total de seu processo, esse se torna mais relevante perante um comparativo com execuções instrumentais. Ao apresentar conhecimento e segurança, é possível validar a escolha perante um maior número de opções e, ao se destacar dessa maneira, o valor simbólico que se associa a sua entrega cresce e valida o processo definido. Ter propriedade em sua área faz com que se torne referência em seu segmento.

65 EXCELENCIA

(DECRETANDO A EXCELENCIA)

Outros valores associados:

NOBREZA

PROFOUNDADE

TRABALHO

Para conseguir o destaque desejado e a qualidade que considera imprescindível para agradar o público ao qual se direciona, não se deixa amedrontar por repetições, falhas, novas maneiras ou caminhos para encontrar êxito. Trabalhar de maneira dedicada e focada é um dos princípios que o aproximam da evolução constante que considera necessária para estar sempre no destaque desejado. Seu processo e vitórias, assim como suas falhas, são motivos de orgulho, por considerar que cada etapa é fundamental para que esteja sempre no ápice de suas capacidades e habilidades de produção.

EXCLUSIVIDADE 66

(ENRIQUECENDO A EXCLUSIVIDADE)

Outros valores associados:

EFICIÊNCIA

RESTRIÇÃO

SINGULARIDADE

O reconhecimento que deseja vem atrelado diretamente ao grupo que considera valiosos. Sem se importar com uma larga escala de produção, apresenta criações que consigam somente suprir a base que deseja, trazendo consigo a impressão de destaque e particularidade no que foi obtido. Ao se mostrar de maneira destacada em suas entregas, consegue atingir o público com a segurança de quem sabe o que está fazendo e pode oferecer, assim, os sentimentos de pertencimento ao se consumir algo. Não estar disponível para todos é uma maneira de saber quem especificamente deseja atingir.



67 LUXO

(VIVENDO O LUXO)

Outros valores associados:

CLASSE

REQUINTE

SUNTUOSIDADE

O conforto e a qualidade norteiam suas decisões. Seu status e valor são conceitos intrínsecos àquilo que possui e define quem estará contigo mediante o alinhamento de posses. Não mede esforços para ter o que deseja e acostuma-se facilmente a sua posição elevada. As despesas não são uma preocupação quando encontra algo que deseja e abdica do conceito de supérfluo quando acredita que tudo aquilo que possui constitui parte de suas necessidades mais primárias. A grandiosidade e posição elevada são sentimentos que deseja transmitir com sua presença.

68 MESTRIA

(PRATICANDO A MESTRIA)

Outros valores associados:

OTIMIZAÇÃO

PERFORMANCE

TÉCNICA

O treino e a dedicação trazem como resultado um maior conhecimento acerca de algo e, ao ocupar um status de destaque, é possível, também, que encabece movimentos com os quais se alinha. A capacidade de ter entregas que se destacam é fundamental para que gere uma confiança tamanha a ponto de ser seguido em seus posicionamentos. Saber perceber quais são as falhas e encontrar a melhor maneira possível para resolvê-las é demonstrar maturidade e habilidade em momentos cruciais. A técnica que desenvolveu é fruto de seu trabalho e, com ela, consegue motivar outras mudanças.

69 SALUBRIDADE

(ENTENDENDO A SALUBRIDADE)

Outros valores associados:

LIMPEZA

HIGIENE

PRESERVAÇÃO

Preocupar-se com a limpeza e organização é fundamental para que se tenha condições saudáveis de trabalho. A segurança é parte imprescindível de qualquer processo ou trabalho e, para isso, é necessário que se compreenda cada etapa e perceba quais são as variáveis que podem vir a causar quaisquer problemas. Estar consciente e preparado para uma situação de crise é resultado de um planejamento prévio e antecipação do que poderia se caracterizar como um problema maior. Ao oferecer as condições ideais de trabalho, é mais simples que os movimentos e processos organizem-se organicamente.

70 SUCESSO

(ALCANÇANDO O SUCESSO)

Outros valores associados:

AVIDEZ

PATRIMÔNIO

SUPREMÁCIA

Conseguir alcançar os resultados que deseja e ver-se na posição que considera alinhada com seus esforços é o caminho para que alcance o contentamento mediante o esforço aplicado. O reconhecimento daquilo que é produzido e a construção de valor relacionando são fundamentais para que esteja, à sua maneira, no ponto mais alto que desejou alcançar. Ver o trabalho reconhecido traz a satisfação necessária para que continue sua produção, assim como a certeza de que se pode seguir pelo caminho que vem sendo trilhado. É fundamental que os percalços sejam reconhecidos e valorizados como parte imprescindível.



VALORES QUE EXPLORAM A SUBVERSÃO



O que está posto como certo é somente uma convenção na qual chegaram. Não é preciso que essas se mantenham, sempre é possível redescobrir.

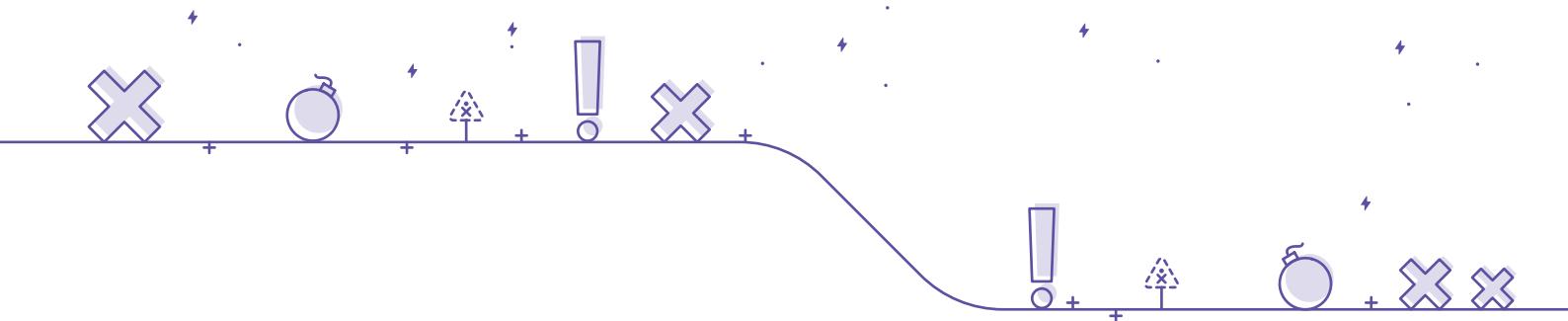
O medo de fazer algo diferente e encontrar seu lugar no desassossego nunca foram motivos para criar timidez ou desconforto. Algo incrível pode ser descoberto em meio ao caos, e é preciso se permitir levar e entregar para que se sinta seguro e confiável o suficiente para encará-lo e perceber o que ele está comunicando em uma frequência mais profunda. Ideias ressoam, mas é preciso estar aberto e preparado para que se consiga ouvir.

Ao se abrir para algo que não era esperado ou almejado, é possível que o resultado encontrado não seja claro ou completamente alinhado com a necessidade. É preciso aplicar, então, a habilidade para conseguir lapidar cada ponto, para que passe a encaixar-se naquilo que era necessário. Com conhecimento acerca do que deseja e abertura suficiente para se permitir novos olhares, é possível encontrar saídas que

pareceriam impensáveis para olhares despreparados.

Sem respostas certas ou erradas em absoluto, tudo se constrói em uma escala de cinzas que pode se adequar mais ou menos a cada um dos cenários, e essa pluralidade de respostas encaminha a todos para uma validação conjunta de ideias que permite fazer com que o que se conquista ao fim seja fruto do esforço e das referências de todos que participaram do processo. O guiar pode ser compartilhado, e, quando as frentes se multiplicam, as soluções acompanham essa segmentação.

Tentar, ousar e estimular para que sua postura questionadora seja partilhada por todos é uma força fundamental para quem deseja conquistar destaque entre a turba que insiste em fazer tudo da mesma maneira.





DESCOBRIR UMA NOVA MANEIRA DE OBSERVAR O QUE EXISTE E CONSEGUIR, ASSIM, ENCONTRAR JEITOS DIFERENTES DE SE MOSTRAR OU INCITAR MUDANÇAS É CRIAR UM PRISMA DE POSSIBILIDADES.

Quando todos seguem um mesmo caminho, a chegada ocorre no mesmo lugar. Dividir forças, trilhar jornadas individuais e se permitir perder entre as bifurcações é a prova de que se está seguro para lidar com os problemas e dilemas que podem se apresentar no caminho. Movidos pela vontade, estar onde se deseja é aceitar suas próprias quimeras e conseguir extraír o que há de melhor nelas.

Cada bagagem, valores e vivências são fonte para que se descubra onde chegou, mas também se apresentam como forças para que seja possível descobrir onde mais se pode estar. Provocar tanto quem está

ao seu lado quanto quem observa de fora a encontrar uma nova maneira de fazer aquilo no que acredita é conseguir descobrir maneiras diferentes de lidar com situações.

Com uma postura arrojada, pode causar desconforto em quem observa, mas os olhares assustados de quem não comprehende o seu movimento são, também, fonte de estímulo para que se consiga criar e fazer ainda melhor do que esperava. As chances de ganhar são sempre multiplicadas quando não se tem um único prêmio como objetivo final.

Estar aberto aos múltiplos pontos de vista, assim como estar preparado para as críticas que irão se apresentar durante o caminho é encontrar uma maneira de fazer com que as forças sejam retiradas daquilo que poderia ser visto como fraqueza por outras pessoas. O conceito de disforme é somente uma categorização para quem não entende qual é a real motivação daquilo que tem como objetivo.



71 ABSTRAÇÃO

(ELEVANDO A ABSTRAÇÃO)

Outros valores associados:

IMATERIAL

ISOLAMENTO

SUBJETIVIDADE

Conseguir observar de maneira isolada é separar a ideia e não permitir que o ambiente que o circunda possa influenciar em seu julgamento. Após absorver os contextos que melhor se encaixam, é capaz de assumir um foco grande o bastante para que suas energias estejam centralizadas em um único objeto de estudo. Destinar sua atenção para algo não tangível possibilita visões múltiplas e que não se prendem a limitações físicas. O mundo pode tornar-se muito mais interessante quando se estimula a capacidade de recriar suas próprias variáveis e construir algo partindo daí.

CAOS 72

(TRANSCENDENDO O CAOS)

Outros valores associados:

ANARQUIA

BAGUNÇA

DESORDEM

A profusão de informações não depende de uma organização para que possa ser compreendida. Quando se assume que as coisas não precisam unir-se por uma forma ou estrutura fixa, permite-se observar combinações que, em outros cenários, seriam inimagináveis. A desordem é uma matéria fértil para que novas coisas possam florescer, sem que tenham sido buscadas de maneira direta e, partindo desse processo, é possível chegar não somente a conclusões, mas também à descoberta de problemas que antes não se faziam visíveis. Encontrar-se em meio ao todo é parte de uma formação plural.



73 DESCENTRALIZAÇÃO

(EDUCANDO A DESCENTRALIZAÇÃO)

Outros valores associados:

ABRANGÊNCIA

DESLOCAMENTO

DISPERSÃO

Ao permitir que uma mesma ideia seja conduzida por múltiplos pontos, é aberta uma vasta gama de possibilidades e essa capilarização faz com que sistemas tornem-se organismos capazes de manter sua própria condução e fluxo. Quando afunilam os processos, acabamos por permitir que criações dependam de um único crivo e isso pode limitar as entregas possíveis. Fazer com que cada etapa tenha a autonomia necessária para que possa gerir suas próprias motivações entrega uma maior flexibilidade e, consequentemente, a segurança de que todos os envolvidos apresentam a capacidade e segurança necessária.

DUALIDADE 74

(ACOLHENDO A DUALIDADE)

Outros valores associados:

AMBIGUIDADE

HOMÔNIMO

POLISSEMIA

Perceber quais são os polos ativos a cada decisão é conseguir compreender que cada passo pode, dependendo da interpretação, direcionar para campos opostos em seus sentidos e permitir-se aproveitar dessa dicotomia é conseguir absorver o que há de melhor em cada um deles. Cada novo sentido construído somente pode ser compreendido devido à existência de seu conceito oposto e, nesse jogo de construções conjuntas, cada motivação apresentada traz consigo aquilo que ela também deseja negar. É preciso ter consciência desse processo e dos conceitos que podem mostrar-se de maneira subjetiva.

75 INFORMALIDADE

(COMPREENDENDO A INFORMALIDADE)

Outros valores associados:

AFASTAMENTO

BANAL

RENÚNCIA

Ao não se inserir da maneira convencional no sistema vigente, é possível que crie suas próprias regras e defina seus próprios limites, mas esse distanciamento faz, também, com que seja visto como pária. Não fazer parte de uma dinâmica permite que consiga observá-la partindo de outras perspectivas e, dessa maneira, é possível que se crie novos caminhos a serem percorridos. Somente um ponto de vista que carregue consigo múltiplas visões é capaz de trazer consigo soluções inimaginadas. A liberdade permite que seu tempo e suas prioridades sejam definidas a partir do alinhamento de valores pessoais.

76 INSATISFAÇÃO

(GERANDO A INSATISFAÇÃO)

Outros valores associados:

AGITAÇÃO

INCÔMODO

INQUIETAÇÃO

Não estar em harmonia com o ambiente ou momento presente valida o sentimento de necessidade de mudanças para que se possa construir algo no qual se reconheça. O desconforto traz consigo os questionamentos necessários para que o novo torne-se atraente e, partindo desse movimento, é possível gerar uma atmosfera fértil para o que está por vir. Ao ter os valores pessoais claros, a identificação do que causa incômodo constitui, em si, o primeiro passo para as alterações que se fazem necessárias. Definir-se como contrário é, também, uma maneira de se posicionar.



77 IRREGULARIDADE

(TOLERANDO A IRREGULARIDADE)

Outros valores associados:

DESVIO

FEROCIDADE

PERIGO

O linear é, também, uma maneira de exclusão para as variáveis possíveis e, quando se desacredita que há um maior número de respostas certas, acaba por limitar a capacidade de entrega. Estar disposto a seguir riscos e saber lidar com os momentos em que as coisas fogem do controle faz com que se permitir errar seja, também, uma ferramenta de validação possível. Estar disposto a novas aventuras e caminhos tortuosos aproxima-se muito mais da realidade do que aguardar que seja criado um ambiente ideal para qualquer posicionamento que se inicia. O preparo e a segurança mostram-se fundamentais.

PROVOCAÇÃO 78

(ESTIMULANDO A PROVOCAÇÃO)

Outros valores associados:

INSOLÊNCIA

PERTURBAÇÃO

REBeldia

Perguntas bem formuladas têm a capacidade de mudar o mundo. Quando se permite o questionamento correto e assertivo, é possível estar em alinhamento com o cerne da questão e, dessa maneira, encontrar quais são as variáveis que mais incomodam e os caminhos que trazem resultados melhor alinhados. O ponto de vista individual é fruto de bagagens adquiridas e, quando se permite oferecer ao mundo algo que seja propriamente seu, é possível encontrar mais pessoas que partilham dos seus anseios e necessidades. Apresentar pontos de vista para zonas de conforto permite que essas possam ser vistas de outras maneiras.

79 QUEBRA

(SELANDO A QUEBRA)

Outros valores associados:

DESTRUÇÃO

FRAGMENTAÇÃO

RUPTURA

Interromper um movimento que vem se mostrando como certo pode causar estranhamento, mas é também a única maneira possível para que se construa algo novo e melhor alinhado com o que deseja. Conhecer e reconhecer o que está instaurado é fundamental para que se saiba exatamente o que destruir e conseguir, a partir dos destroços adquiridos, sedimentar uma nova estrutura. Mais do que o movimento por si, romper com algo será sempre uma ação que pode ser utilizada como ferramenta para que o processo desejado seja validado e torne-se parte das necessidades de determinado grupo.

RETALIAÇÃO 80

(INICIANDO A RETALIAÇÃO)

Outros valores associados:

INTERMITÊNCIA

REJEIÇÃO

REVANCHE

Quando se permite a criação de algo diferente do habitual, é esperado que nem todas as respostas sejam positivas. Muitas vezes, o conceito de certo vem atrelado ao de imutável e, ao apresentar uma melhoria, é comum que essa quebra seja vista como pejorativa. A resposta que gerou a mudança constitui-se, também, como uma maneira de questionamento e, assim como o seu movimento iniciou-se nesse instante, outros poderão partir do que você iniciou. Ver-se como uma engrenagem de tal ação é fundamental para que entenda seu papel, seu valor e como usar as ferramentas que estão ao seu alcance.



VALORES QUE REDUZEM O ATRITO



Encontrar uma maneira de se mostrar sem que haja ruídos é apresentar-se com segurança e clareza acerca de seus objetivos e caminhos percorridos.

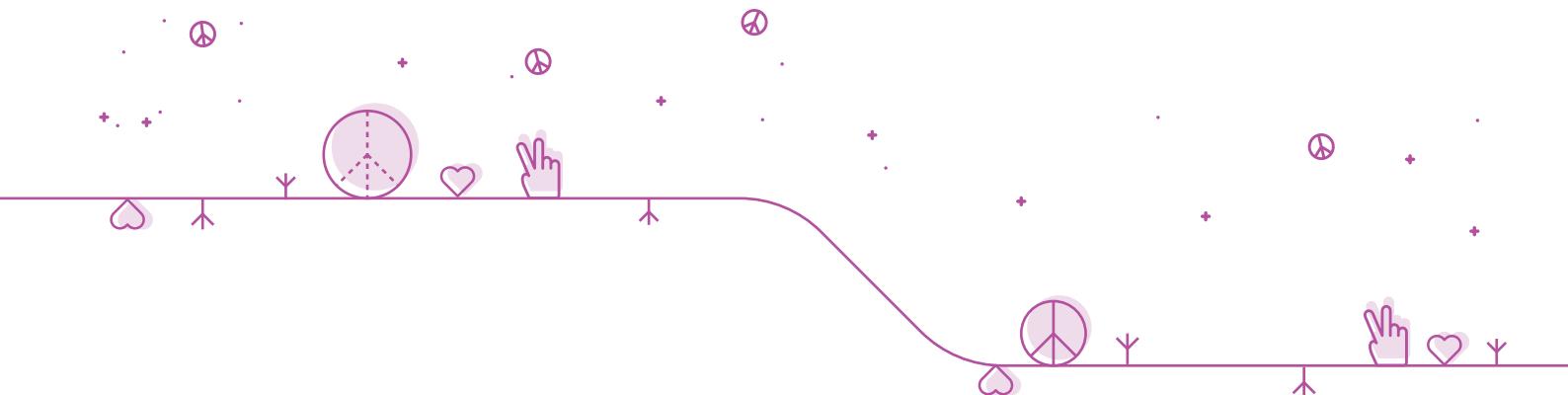
Fazer com que suas ideias possam ser acessadas por um maior número de pessoas é ter conhecimento o bastante para fazer com que sua comunicação se adeque, assim como aquilo que entrega. É preciso considerar quais são as necessidades gerais e descobrir a melhor maneira para que todos possam se sentir representados, independente de suas dores ou necessidades pontuais. Quanto maior for o seu conceito de universalidade, maiores as chances de fazer com que seja ouvido.

Estar alinhado com o público que almeja e fazer com que ele se sinta representado de maneira plena é o real significado de integração. As mesmas oportunidades, desafios e recompensas devem ser oferecidas ao grupo com o qual trabalha e esse

nivelamento possibilita que cada um cresça na medida de seu esforço. Somente igualando o ponto de partida é possível considerar que as vitórias foram efetivamente resultado de uma vontade e ímpeto individual.

Ao se permitir ouvir a todos e fazer com que os benefícios coletivos sejam sua maior fonte de contentamento, é possível criar uma atmosfera de compreensão e que faça com que um maior número de pessoas sinta-se contemplada pelo que oferece. A voz de um grupo tem mais força do que gritos individuais, e, para se fazer ouvir, é fundamental encontrar maneiras de potencializar esse som. Se fazer ouvir é mostrar para o mundo que há algo para além do que é visto.

Mover, ampliar e ressoar são habilidades fundamentais para que as oportunidades sejam descentralizadas e que a criação de algo novo possa se tornar um movimento constante e inclusivo.





SE FAZER OUVIR E OCUPAR O ESPAÇO QUE MERECE É MOSTRAR SUA EXISTÊNCIA, SUAS NECESSIDADES E TAMBÉM A SUA CAPACIDADE. RESSOAR IDEIAS ALIMENTA IMPACTOS.

Quando começa a se mostrar e ocupar espaços, é natural que comece a gerar incômodo por onde passa. Sempre que se rompe com o que estava instaurado, o desconforto passa a se mostrar, mas, para que seja possível oferecer oportunidades parecidas para todos, é preciso que lugares sejam criados e utilizados de maneira honesta e igualitária.

Mostrar seus objetivos de maneira clara e demonstrar sua transparência perante as ações tomadas faz com que a sua segurança e posicionamento consigam cativar grupos e fazer com que pessoas passem a se reconhecer em sua causa. O comprometimento com um discurso de verdade é o que pode fazer com que se diferencie de ondas

momentâneas que buscam somente se valer daquilo que parece estar em evidência.

Ao se saber onde deseja chegar, é possível descobrir quais são as melhores características a se valorizar, de maneira a fazer com que a força possa ser somada, ao invés de diluída entre aqueles que compartilham o movimento. A constante informação e o conhecimento que adquire durante o processo devem ser aplicados nos momentos em que se fazem necessários e permitir, assim, que a adequação possa se dar de acordo com o que é esperado.

Se cada pessoa que compartilha a sua visão tornar-se também uma frente de ativação, o movimento criado pode se ramificar, e sua área de atuação torna-se múltipla e ainda mais forte. Quando cada um sabe o que deve comunicar, a mesma ideia pode ser ouvida em diferentes locais.



81 ACESSO

(RESPEITANDO O ACESSO)

Outros valores associados:

ACESSIBILIDADE

ALCANCE

LIBERAÇÃO

Para que o que você oferece possa ser disseminado, é preciso que se preocupe com os meios e maneiras utilizados para essa entrega. Preocupar-se com uma abordagem democrática e organizações horizontais faz com que seja possível descobrir quais são as limitações de cada público e encontrar maneiras de superá-las. É importante que se leve aquilo que acredita para pessoas que poderiam não a conhecer em outros contextos. A proximidade pode ser trabalhada e exercitada quando passa a ser considerada como um valor importante e fundamental para qualquer posicionamento.

COMPROMETIMENTO 82

(ESTIMULANDO O COMPROMETIMENTO)

Outros valores associados:

COMPROMISSO

RESPONSABILIDADE

SOBRIEDADE

Ao se responsabilizar por suas ações e aceitar que cada possível erro é também uma oportunidade de crescimento, consegue ter clareza e segurança para assumir suas falhas e buscar a melhor maneira possível para solucionar o problema encontrado. Sem se preocupar com a culpabilização, consegue ter um maior foco na situação de atrito e compartilhar, posteriormente, os conhecimentos adquiridos no processo. O respeito pelo outro e por si mesmo são fatores que atestam a responsabilidade e a confiança em processos e faz com que seja mais simples desenvolver habilidades em conjunto.



83 DEMOCRACIA

(PROMOVENDO A DEMOCRACIA)

Outros valores associados:

ADIÇÃO

HABITUAL

GENERALIDADE

É fundamental que as vozes que partilham um movimento sejam ouvidas. Cada um é responsável por seus próprios olhares e consegue, assim, perceber pontos, por vezes, individuais. Ao se ouvir e chegar a uma conclusão que alinhe objetivos, é possível suprir aquilo que foi diagnosticado pela maioria e resolver, então, um conceito que venha causando discordância. O bem coletivo deve sobrepor-se às necessidades individuais para que, dessa forma, passo a passo, seja possível priorizar quais problemas devem receber atenção. Estar sempre alinhado às vontades do grupo é fundamental para que gere representatividade.

84 EMPATIA

(ALIMENTANDO A EMPATIA)

Outros valores associados:

COMPRAIXÃO

HUMILDADE

SOLIDARIEDADE

Ao se conseguir perceber quais são as necessidades e vontades do outro e encontrar uma maneira de amenizar suas angústias, ou suprir os seus desejos, é possível fazer com que o foco saia do que você julga necessário ou melhor para a outra pessoa. Exercitar o olhar que não foque no Eu e sim no outro é o caminho para que consiga criar vínculo com diferentes grupos. A conexão gerada por esse movimento não se deixa conduzir por julgamentos e faz com que as relações possam efetivamente assumir um caráter humano. É preciso conseguir ver aquilo que as pessoas demandam.

85 EQUILÍBRIO

(BUSCANDO O EQUILÍBRIO)

Outros valores associados:

FLEXIBILIDADE

HARMONIA

SIMETRIA

Ponderar entre o que é um desejo imediato e aquilo que realmente se necessita faz com que seja possível perceber e encontrar o que é efetivamente fundamental para aquele momento. É preciso que se consiga executar o exercício da moderação quando se avalia o que realmente parece atraente ou prazeroso. Quando todas as vontades são analisadas e recebem um peso semelhante para serem supridas, é possível fazer com que o eixo seja encontrado e as relações levadas com maior leveza e tranquilidade. Ao segmentar as aspirações em diferentes pilares, a estabilidade é encontrada.

86 INFORMAÇÃO

(REPASSANDO A INFORMAÇÃO)

Outros valores associados:

COMUNICAÇÃO

DIALOGO

EDUCAÇÃO

Quando conseguimos transmitir as informações que adquirimos, fazemos com que os conhecimentos possam ser alinhados. A partir do estudo e fontes seguras, é possível descobrir novas referências e maneiras de encarar situações. Educar é construir algo em conjunto e, ao se conquistar novas pessoas para esse processo, automaticamente ampliamos o impacto criado. Com uma comunicação clara e adequada ao público, é possível transmitir quaisquer saberes em níveis e intensidades diferentes e, à medida que se instaura esse processo, o crescimento torna-se conjunto e constante.



87 MERITOCRACIA

(ENCONTRANDO A MERITOCRACIA)

Outros valores associados:

DILIGÊNCIA

MERECEMENTO

MÉRITO

Ao oferecer as mesmas possibilidades e acessos, é possível mapear como cada um se faz valer daquilo que tem em mãos. As atitudes tomadas a partir de um ponto são capazes de criar destaque entre o grupo e esses vão validando, assim, suas habilidades e desejo de crescimento interno. Quando se premia alguém baseado em seu desempenho, cria-se, também, um sentimento de validação e reconhecimento perante o esforço feito, e essa valorização serve de incentivo para que mais pessoas inspirem-se a ter uma entrega melhor. É possível construir um sistema de gestão que ofereça tais possibilidades de crescimento.

MODERAÇÃO 88

(CRIANDO A MODERAÇÃO)

Outros valores associados:

ACEITAÇÃO

IMPARCIALIDADE

RESOLUÇÃO

Ao se deparar com qualquer situação polarizada, é preciso validar o diálogo e a troca de informações, para que se consiga observar os olhares com imparcialidade. Nem sempre o diálogo direto é uma realidade possível, principalmente quando consideramos valores que representam muito da vida de cada um dos envolvidos. Nesse momento, é preciso que haja uma postura neutra entre os lados, de maneira a fazer com que o pensamento consiga construir-se na mesma medida que balanceia argumentos e contra-argumentos. Atritos acabam levando grande parte da energia e podem ser evitados.

89 SIMPLICIDADE

(CONFIDENCIANDO A SIMPLICIDADE)

Outros valores associados:

CLAREZA

FACILIDADE

FUNCIONALIDADE

Ter a capacidade de perceber o que está para além do que é realmente necessário e conseguir focar as iniciativas em um processo claro, permite que complicações sejam evitadas e informações transitem de maneira mais limpa entre pontos. Não é necessário criar movimentos rebuscados para que se possa ser ouvido e, quanto mais simples for o entendimento das motivações, processos e consequências, maior será a recepção daqueles que se deparam com o que está acontecendo. Quando algo torna-se descomplicado, o reconhecimento e a aceitação tornam-se maiores.

TRANSPARÊNCIA 90

(REVELANDO A TRANSPARÊNCIA)

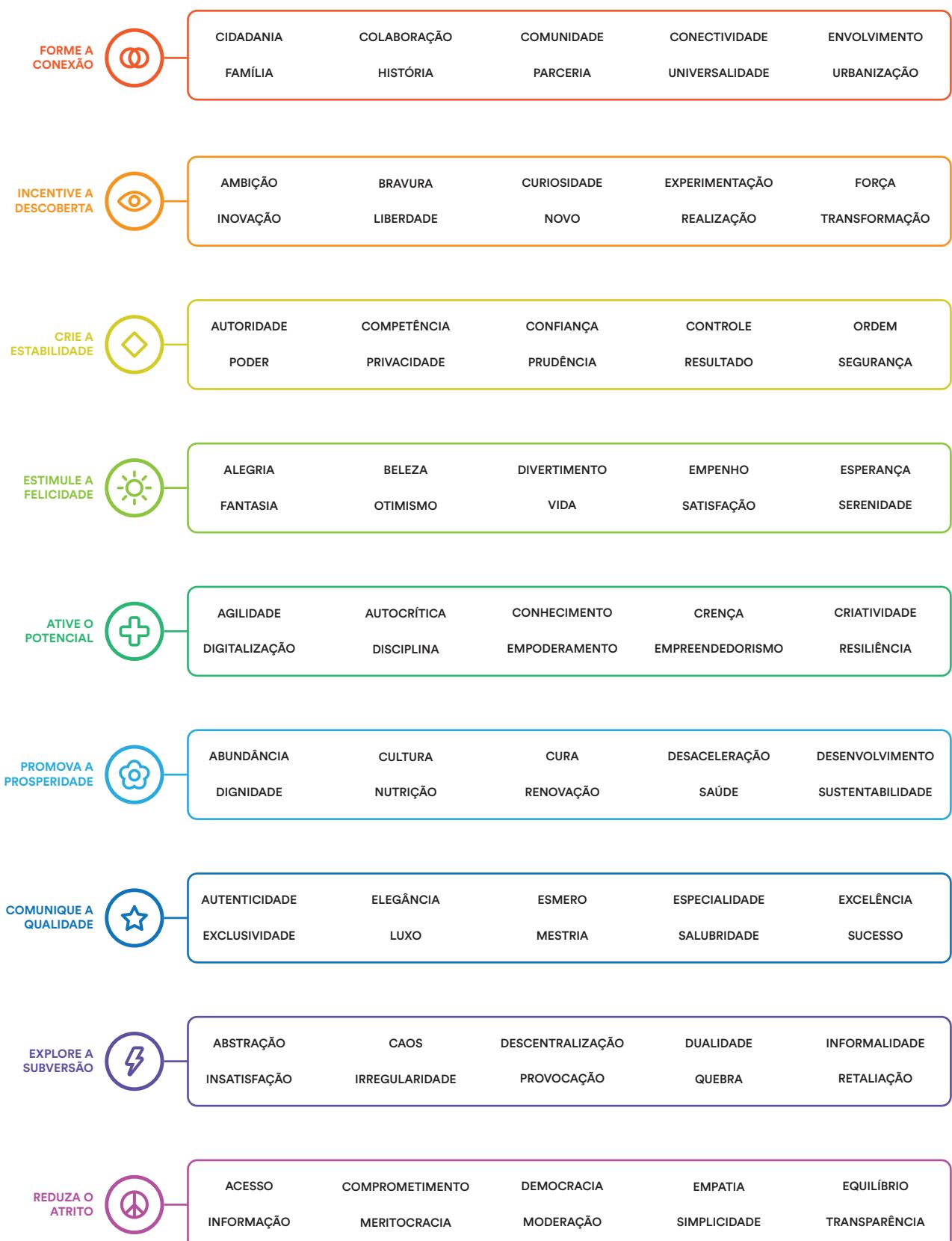
Outros valores associados:

HONESTIDADE

RESPEITO

VERACIDADE

Discursos e ações precisam estar em sintonia para que seja percebida a coerência perante o que se vê. Quando os valores mostram-se alinhados, é natural que haja uma boa validação de caráter e crie uma atmosfera de segurança perante o que se está vendo ou consumindo. Como base de qualquer relação de confiança, conseguir transmitir exatamente aquilo que se acredita é fazer com que mais pessoas possam sentir-se envolvidas e dispostas a trilhar caminhos em conjunto. A verdade é, também, a capacidade de apresentar com clareza e assertividade qualquer cenário possível.





AS 100 MARCAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO

MARCA É UMA IDEIA OU CONCEITO QUE AS PESSOAS TÊM SOBRE VOCÊ. ELA É A MAIS PURA HARMONIA DOS SENTIMENTOS, A UNIÃO DE CRENÇAS E VALORES, A FORÇA INTENSA QUE VIVE NA MENTE DAS PESSOAS.

Falar sobre as marcas mais valiosas do mundo é sempre uma grande dualidade para todo estrategista. Ao mesmo tempo que temos que entender como proporcionar valor aos clientes através da confiança, envolvimento tribal, satisfação e entregas funcionais e emocionais, também precisamos buscar compreender como proporcionar valor à organização através de ações de lealdade, precificação, extensões de portfólio, identificação de vantagens competitivas, alavancagem comercial e força nos programas mercadológicos. É uma troca mútua e intensa, que pode ser totalmente mensurada.

Essa mensuração abre portas para discutirmos sobre o uso de metodologias e definições de termos específicos que consultorias de Brand Valuation utilizam na prestação de seus serviços. Lembre-se, quando estamos falando dessas 100 marcas mais valiosas, não estamos enaltecendo apenas conceitos como **Top of Mind** (contribuição racional da marca), **Top of Heart** (contribuição emocional da marca), **Top of Hand** (contribuição conceitual da marca) ou até mesmo o

Top of Tongue (contribuição na comunicação da marca). Nem sempre uma marca valiosa é sinônimo de lembrança.

Cada consultoria especializada possui uma metodologia de mensuração com diversas camadas interpretativas e de valorização. Priorizamos o estudo da Interbrand por possuir uma metodologia desenvolvida em 1988 em parceria com a London Business School, onde são analisadas a performance financeira, percepção e influência das marcas junto aos consumidores. Porém, o nosso conteúdo também elegeu a reunião de outras metodologias e dinâmicas para entender a narrativa institucional e discurso de cada marca ranqueada.

Vale ressaltar que, neste material, não levamos em consideração o ranking das Marcas Brasileiras Mais Valiosas de 2018 e 2019. (*TOP5: Itaú, Bradesco, Skol, Brahma e Banco do Brasil*). Optamos por uma visão global e atenta à entrada de marcas emergentes numa disputa internacional.

Recomendamos que você visite as páginas a seguir para conhecer um pouco mais sobre as empresas que usamos como fontes de dados e insights:

Interbrand: www.interbrand.com
FutureBrand: www.futurebrand.com
BrandFinance: www.brandfinance.com
Forbes: www.forbes.com
Glass Door: www.glassdoor.com
Trendwatching: www.trendwatching.com
PSFK: www.psfk.com
The Future Laboratory: www.thefuturelaboratory.com



NARRATIVA INSTITUCIONAL E DISCURSO DE MARCA

O "SENSO DE SI" MUDA
QUANDO VOCÊ ESTÁ NO TOPO
DA PIR MIDE, MAS, QUANDO HÁ
O EMPOBRECIMENTO DAS
NARRATIVAS NOS CENÁRIOS
COMPETITIVOS, O QUE
PODEMOS FAZER?

É através de uma boa estratégia de comunicação comercial, promocional e institucional que os públicos de interesse começam a absorver os valores e a real razão de ser das marcas. Durante grandes momentos, somos propensos a ter como ponto de partida a construção de uma narrativa mais emocional, justamente para criar laços mais profundos com cada uma das pessoas que entram em contato com a marca. Assim, começamos a acreditar nas coisas legais que as pessoas dizem sobre nós e nos tornamos muito mais confiantes em nossa própria comunicação. Porém, vivemos em um mundo de apropriações, onde muito do que é comentado no universo das marcas se distancia da realidade. Temos aí um grande discurso político visando apenas a vendas e retorno financeiro.

Esta etapa da Vallo - Valores de Marca tem o papel de apresentar a você o nosso diagnóstico de mapeamento do padrão de utilização dos termos e palavras na narrativa institucional e discurso das marcas mais valiosas do mundo. Felizmente, contamos com a utilização de algumas tecnologias emergentes

que nos ajudaram a acelerar o processo de coleta de dados.

Sabemos que, em períodos difíceis, a luta por um espaço na mente e no coração das pessoas torna-se muito mais difícil. Assim, muitas marcas acabam criando narrativas fantasiosas para que esse envolvimento dê algum tipo de retorno na criação de valor de marca. Uma recomendação nossa, que pode ser seguida por você ou não, é que há diversas formas de orientar o desenvolvimento da comunicação da marca, construindo altos níveis de confiança e harmonia. Uma estratégia interna clara, breve e precisa, alinhada ao tom de voz e personalidade, reverbera para a comunicação externa. É a transmissão das crenças e valores da cultura organizacional através de um canal direto: a transparência no diálogo.

Uma maneira inteligente de criar esse diálogo é unir regras, diretrizes e guias de como a organização precisa relacionar-se diariamente com os públicos de interesse, levando em consideração os momentos, hábitos de comportamento e nível de entendimento das mensagens (linguagem que tenha algum tipo de significado). A marca não pode se preocupar apenas com alguns caracteres, mas com todo o sistema integrado da comunicação.



As incríveis marcas a seguir são responsáveis por ampliar esse sistema integrado da comunicação, cada uma delas seguindo orientações específicas da gestão global. No entanto, o que chamou a nossa atenção foi a repetição de determinados termos em alguns segmentos, onde um grande número de marcas concorrentes utilizam a mesma essência e o mesmo discurso. O nosso primeiro questionamento foi: “Onde está o diferencial estratégico na comunicação de cada uma delas?”.

À medida que há uma repetição de narrativas, podemos declarar o empobrecimento das qualidades, originalidade e autenticidade expressiva da comunicação em determinados segmentos e cenários. Sabemos que, muitas vezes, essas organizações têm essa atitude com o intuito de agradar públicos de forma massiva ou tornar sua mensagem um pouco mais universal.

Independentemente desta pasteurização da comunicação, convidamos você a mergulhar um pouco mais em uma grande lista das palavras mais utilizadas e compartilhadas por essas marcas. A organização está por ordem alfabética e não por performance financeira. Não se esqueça de que cada uma dessas palavras é resultado de anos e anos de construção e adaptação mercadológica da gestão de cada uma dessas marcas. Leve em consideração o contexto político, econômico, religioso, cultural e social.

Utilize essa etapa do guia para impulsionar conversas sobre objetivos futuros, entendimento de segmentos e, finalmente, criar uma base de repertório na qual as mentes pensantes da organização possam inspirar novos caminhos estratégicos.

Obs: não deixe de utilizar outras ferramentas e métodos do The Ugly Lab e de outros laboratórios de inovação, a ideia é contribuir ao máximo para que você e sua equipe estejam fortemente munidos de informações.

3M



ACCENTURE



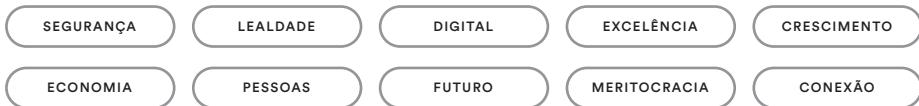
ADIDAS



ADOBE



ALLIANZ



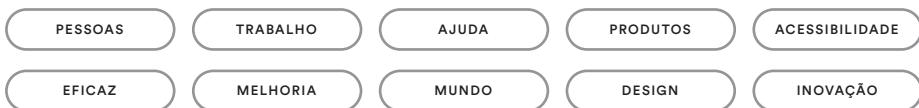
AMAZON



AMERICAN EXPRESS



APPLE



AUDI



AXA



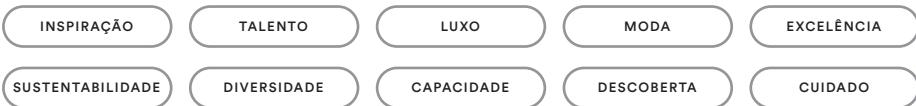
BMW



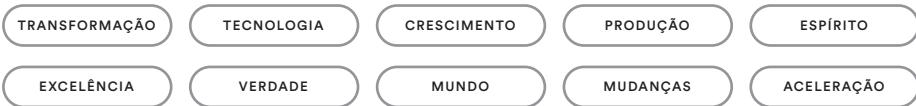
BUDWEISER



BURBERRY



CANON



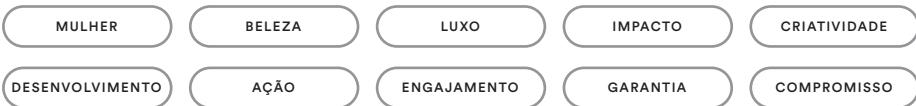
CARTIER



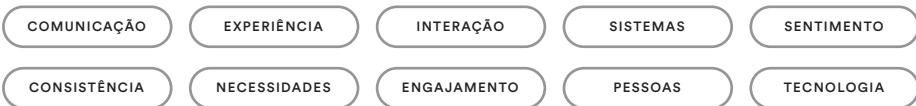
CATERPILLAR



CHANEL



CISCO



CITI



COCA-COLA



COLGATE



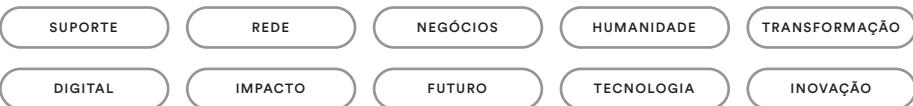
CORONA



DANONE



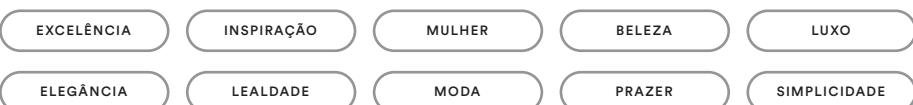
DELL



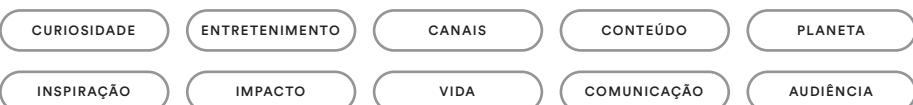
DHL



DIOR



DISCOVERY



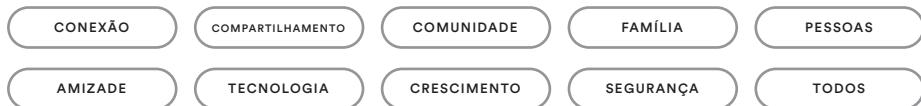
DISNEY



EBAY



FACEBOOK



FEDEX



FERRARI



FORD



GE



GILLETTE



GOLDMAN SACHS



GOOGLE



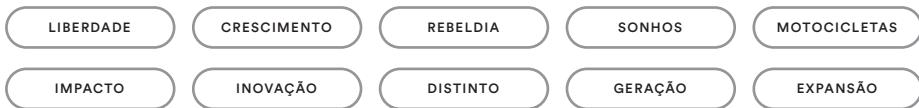
GUCCI



H&M



HARLEY DAVIDSON



HEINEKEN



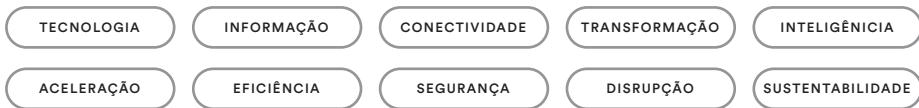
HENNESSY



HERMÈS



HEWLETT PACKARD



HONDA



HP



HSBC



HUAWEI



HYUNDAI



IBM



IKEA



INTEL

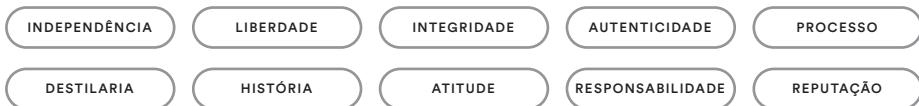


VALLO
NARRATIVA INSTITUCIONAL
E DISCURSO DE MARCA

J.P. MORGAN



JACK DANIEL'S



JOHN DEERE



JOHNSON & JOHNSON



KELLOGG'S



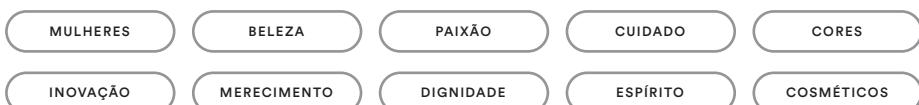
KFC



KIA



L'ORÉAL



LAND ROVER



LEGO



LINKEDIN



LOUIS VUITTON



MASTERCARD



MCDONALD'S



MERCEDES-BENZ



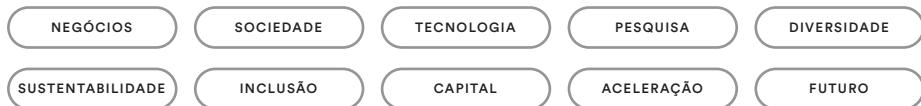
MICROSOFT



MINI



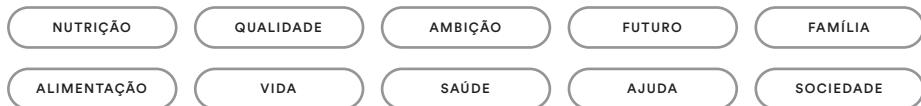
MORGAN STANLEY



NESCAFÉ



NESTLÉ



NETFLIX



NIKE



NINTENDO



NISSAN



VALLO
NARRATIVA INSTITUCIONAL
E DISCURSO DE MARCA

ORACLE



PAMPERS



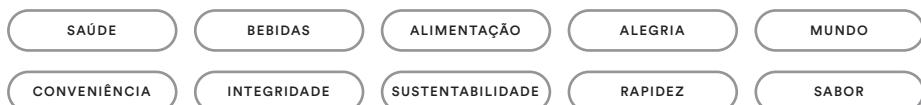
PANASONIC



PAYPAL



PEPSI



PHILIPS



PORSCHE



PRADA



SALESFORCE



SAMSUNG



SANTANDER



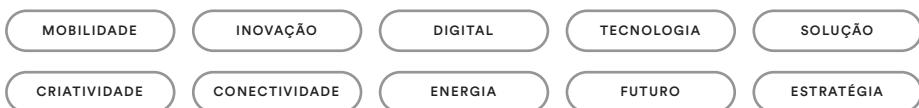
SAP



SHELL



SIEMENS



SONY



SPOTIFY



VALLO
NARRATIVA INSTITUCIONAL
E DISCURSO DE MARCA

STARBUCKS



TIFFANY & CO



TOYOTA



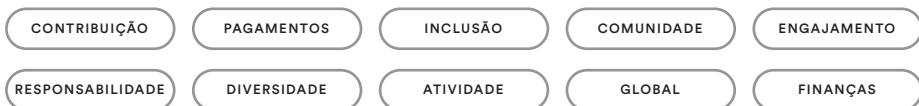
UBER



UPS



VISA



VOLKSWAGEN



ZARA



**“O FUTURO ESTÁ AÍ...
OLHANDO PARA NÓS.
TENTANDO ENTENDER A
FICÇÃO QUE NOS
TORNAMOS.”**

- WILLIAM GIBSON

Vamos falar um pouco sobre os futuros no discurso de marca? O nosso diagnóstico apresentou um padrão comportamental na comunicação e na construção das narrativas institucionais das marcas mais valiosas do mundo. Quando iniciamos o cruzamento de informações, a nossa primeira hipótese indicava o fortalecimento da utilização da palavra "Futuro". Isso se deu graças ao movimento de estudo de cenários futuros e o grande foco das atenções para as previsões de mudanças significativas visando o ano de 2020, assim como a utilização do termo "Sustentabilidade", que ganhou muita força a partir de 2006 com o documentário "Uma Verdade Inconveniente", dirigido por Davis Guggenheim e roteiro de Al Gore. O que enxergamos foi uma repetição de 10 termos um pouco mais genéricos:

INOVAÇÃO 1.

TECNOLOGIA 2.

PESSOAS 3.

CRIATIVIDADE 4.

SUSTENTABILIDADE 5.

EXPERIÊNCIA 6.

DIVERSIDADE 7.

FUTURO 8.

QUALIDADE 9.

RESPEITO 10.

Não importa quão profundas sejam as estratégias, esses 10 termos são usados massivamente pela maioria das marcas no mundo. O importante, neste caso, é contextualizar cada uma delas:

A **Inovação** não está mais atrelada apenas em como a organização pode proporcionar credibilidade quanto a novos produtos, serviços e experiências, mas sim o quanto essas ações causam impacto e transformam para sempre a vida das pessoas. São novos modelos de negócios, redes, estruturas, processos, desempenho de produto, canais, marcas, envolvimento do cliente e inovação tecnológica.

Falando um pouco sobre **Tecnologia**, ela é a base da sobrevivência, e anda, na maioria das vezes, de mãos dadas com a **Inovação** citada anteriormente. Hoje, é o grande foco da maioria das empresas no mundo. Grandes laboratórios testam tecnologias emergentes e exponenciais em busca da singularidade tecnológica. Como Amnon H. Eden diz, "A singularidade tecnológica é a hipótese que relaciona o crescimento tecnológico desenfreado da super inteligência artificial a mudanças irreversíveis na civilização humana."

Abordar a civilização humana e/ou humanidade só faz sentido quando entendemos que **Pessoas** são seres adaptativos. Progressivamente, as empresas têm comunicado muito a ideia de unidade e união de grupos diversos, encontrando soluções para os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) apresentados na Conferência das Nações Unidas em 2012 para transformar o nosso mundo:

Erradicação da pobreza, Fome zero e agricultura sustentável, Saúde e bem-estar, Educação de qualidade, Igualdade de gênero, Água potável e saneamento, Energia limpa e acessível, Trabalho decente e crescimento econômico, Inovação e infraestrutura, Redução das desigualdades, Cidades e comunidades sustentáveis, Consumo e produção responsáveis, Ação contra a mudança global do clima, Vida na água, Vida terrestre, Paz, justiça e instituições eficazes e Parcerias e meios de implementação.



A **Criatividade** é a mentalidade que muitas empresas buscam. Um misto e hibridismo da visão estratégica com a visão criativa. Essa ideia ganhou mais força por ser amplamente compartilhada na bolha de startups pelo mundo, tanto que, muitas empresas (grande parte dessas listadas aqui) criaram núcleos de incubação e aceleração de novos negócios. É uma forma de apresentar para a sociedade que elas estão caminhando sempre em um solo fértil.

Falando em solo fértil, a **Sustentabilidade** já pode ser considerada uma buzzword com mais de 10 anos de idade. Infelizmente, o que encontramos é a apropriação desse termo para se autointitular "Protetora do Ambiente e Sociedade". Você já deve ter lido o termo "Greenwashing" em outros estudos, basicamente são ações que ajudam a criar uma imagem positiva diante da sociedade, mas, por trás dessa maquiagem, ocultam e desviam dados dos impactos negativos criados por elas. É importante estar atento e investigar profundamente caso a caso.

Quando falamos de **Experiência** de marca, logo imaginamos uma profunda imersão no universo sensorial de cada uma delas, mas é importante salientar que todos os produtos, serviços e sistemas possuem experiências desenhadas estrategicamente para criação de valor, como a própria categoria de luxo, que passa por uma ressignificação, anulando a posse e fortificando a vivência. Nesse caso, é fundamental que todo estrategista também faça uma análise de experiências alinhadas à universalidade.

Diversidade é o termo que ganhou força e espaço em praticamente todos os segmentos. Algumas marcas estão agindo de forma mais justa com relação às diferenças, abraçando e liderando lutas contra o machismo, homofobia, transfobia, racismo, gordofobia, discriminação de pessoas com deficiência, pessoas mais velhas ou mais jovens, fiéis religiosos e pessoas de origens e culturas diferentes.

A maneira mais clara de entender se a diversidade é apenas um discurso para essas organizações é mapeando a estrutura de recrutamento, cultura organizacional e as diretrizes de diversidade.

No The Ugly Lab gostamos de utilizar o termo "**Futuros**", ao invés de Futuro, porque toda marca tem a possibilidade de pensar estrategicamente para cada cenário futuro alternativo que pode ser antecipado. Identificamos que grande parte das marcas que defendem essa narrativa estão antecipando tendências e se preparando para um mundo pós-digital, pós-propósito e até mesmo pós-pandemia.

A reputação do termo **Qualidade** aumenta cada vez mais, porém, espera-se que todas as organizações forneçam produtos, serviços e experiências com extrema qualidade. Há uma presença maior desse conceito em marcas emergentes da Ásia Oriental, por se tratar de uma premissa para qualquer tipo de modelo de negócio presente na região.

Por último, temos o **Respeito**. Para nós, o principal termo, porém, assume a décima posição no ranking de palavras mais utilizadas mapeadas por este estudo. Esse direcionamento pode ser desdobrado em alguns pontos essenciais, pois está diretamente associado a outras palavras, como ética, reputação ilibada e integridade.

Em seu sentido mais simples, esses 10 padrões reconhecidos e aqui apresentados são forças, direções e vetores de marcas que são grandes agentes de mudanças nos mercados e segmentos de atuação. Essas forças podem inspirar novos produtos, serviços, processos, modelos de negócios, gerar novos movimentos sociais e tribos de consumidores.

Quais padrões irão deixar de existir, fundir-se ou transformar o mundo nos próximos meses e anos? Não cabe neste material todas as respostas ou nuances possíveis, mas vale ressaltar que a sua marca tem um papel claro de transformação, por isso, deixamos duas perguntas finais que poderão guiar a utilização da Vallo: Qual é o legado e impacto que você quer ajudar a construir no mundo? Como a sua marca pode liderar um movimento de transformação?





PARA REALIZAR E TRANSFORMAR SUAS DINÂMICAS

A partir desta página, você encontrará os quatro principais métodos de utilização que recomendamos para todas as nossas ferramentas. Verifique com antecedência como cada formato atenderá suas necessidades e aproveite para projetos futuros.

Para realizar dinâmicas remotamente com a sua equipe ou clientes, recomendamos as seguintes plataformas: www.miro.com e www.mural.co

Boas dinâmicas!



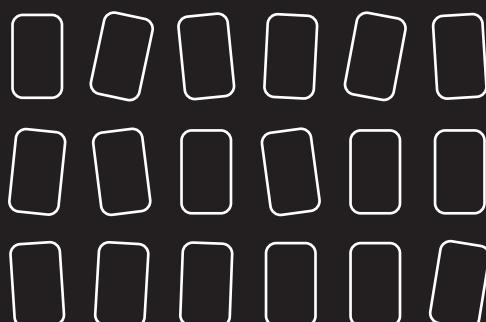


MÉTODO: DISCUSSÃO

Descrição:

Conhecimentos criados e desenvolvidos em conjunto sempre possibilitam um olhar que vai além da bagagem inicial, para que seja possível encontrar outros pontos de vista, ou mesmo diferenciais, e diagnosticar atritos que poderiam vir a ocorrer. É interessante alinhar um grupo que esteja inteirado do assunto e propor uma discussão para seleção. Nesse momento, poderá ter ocorrido uma escolha anterior, ou não. Ambos os caminhos podem ser lucrativos para o desenvolvimento do projeto.

O que é fundamental aqui é ter clareza acerca de qual seja o desafio que se apresenta. O que desejamos construir, quais os resultados esperados, ou mesmo como deveremos proceder mediante quaisquer adversidades. Cada integrante do grupo é responsável por uma visão única e singular e esta deverá ser considerada no momento de escolha. Nenhuma ideia é ruim e nenhum questionamento deve ser ignorado.



1 Enquadre um desafio para a dinâmica.

2 Selecione os cards para a discussão.

3 Comece a debater e levantar hipóteses.



The Ugly Lab
@theuglylab

1-10 60min

Uma dica: O enquadramento adequado do seu desafio é fundamental para o seu sucesso. Veja como fazer isso da maneira certa no site da IDEO.org [DesignKit]:
<https://www.designkit.org/methods/frame-your-design-challenge>

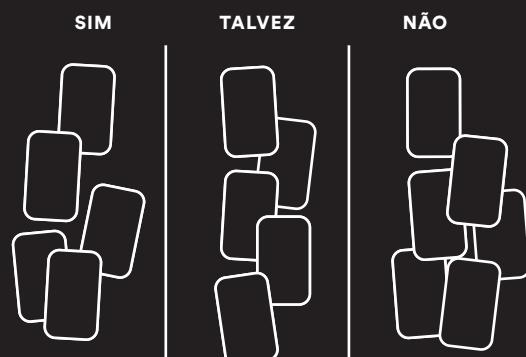


MÉTODO: STN - SIM, TALVEZ OU NÃO

Descrição:

O processo de escolha é também um movimento de graduação. Quando pensamos na apresentação de algo novo, ou na análise de algo que nos apresentaram, podemos diagnosticar quais seriam as características fundamentais para defini-la.

Aqui trabalhamos com três conceitos fundamentais: o SIM absoluto representa algo que não poderia deixar de ser associado, uma característica que se apresenta de maneira intrínseca e latente; o NÃO absoluto é fundamental para que saibamos com o que não podemos ser associados, algo que, em alguma instância, poderia manchar a imagem do projeto, indo contra seus valores; e o TALVEZ se apresenta como a zona cinzenta que pode ou não ser associada com o objeto, de acordo com a necessidade daquele momento em específico.



1 Seleccione os cards mais apropriados.

2 Discuta e classifique em 3 colunas [STN].

3 Faça triagens e colete justificativas.



The Ugly Lab
@theuglylab

1-10 45min

Uma dica: Você pode buscar outros formatos de métodos inspirados em Card Sorting / Priorização. Há inúmeras referências por aí, o SDT é um exemplo:
<https://servicedesigntools.org/tools/card-sorting>



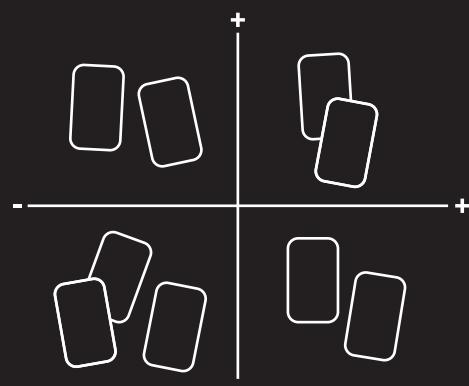
MÉTODO: GRID [2X2]

Descrição:

Definir polos do que seria mais ou menos importante, assim como o que estaria mais ou menos alinhado com onde desejamos chegar é uma estratégia para observar variáveis.

Para auxiliar na execução, você pode desenhar um eixo com quatro quadrantes e separar entre importância e assertividade. Dessa maneira, conseguirá diagnosticar quais seriam as características mais importantes e assertivas; mais assertivas, porém irrelevantes; mais importantes, mas que caminham para longe daquilo o que acreditamos, ou tantos outros desdobramentos.

Ter clareza acerca da fonte de importância auxilia o processo criativo de maneira ordenada e clara para estudos futuros.



1 Selezione os cards mais apropriados.

2 Estruture o grid adequado para o projeto.

3 Discuta e organize os cards nos quadrantes.

4 Faça triagens e colete justificativas.

 The Ugly Lab
@theuglylab

 1-10  60min

Uma dica: O Grid 2x2 é muito utilizado para desenhar cenários em projetos de construção de marca. Separamos um link da ProductPlan para te ajudar:
<https://www.productplan.com/glossary/2x2-prioritization-matrix>



MÉTODO: LINHA DO TEMPO

Descrição:

O passar do tempo é fundamental para que consigamos observar processos evolutivos, assim como tentar prever onde estaremos, de acordo com as necessidades que poderão ser criadas. Para termos uma visão acerca do uso de atributos no decorrer do tempo, podemos construir uma linha datada. É indiferente para a estruturação da dinâmica se iremos nos referir ao tempo passado ou futuro, o importante é diagnosticar pontos cruciais na linha e alocá-los de maneira correta nela.

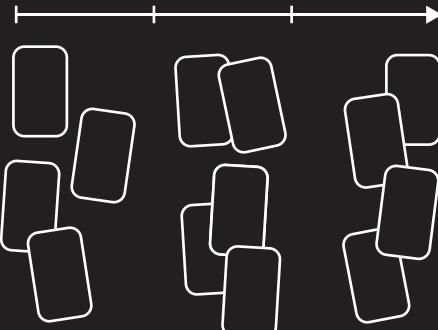
Cada ponto de importância provavelmente poderá se associar a uma ou mais cartas e, à medida que o tempo passa, elas vão se alterando mediante a necessidade. Se tomarmos marcas como exemplo, podemos utilizar campanhas importantes para diagnosticar momentos de virada do posicionamento, imagem ou interação com o público com o qual se relaciona. Podemos aqui ter cases de sucesso ou não como material analisado.



The Ugly Lab
@theuglylab



Uma dica: Definir o que é passado, presente e futuro antes da utilização deste método é fundamental. Leve em consideração o contexto do projeto para desenhar a linha do tempo. Você também poderá usar outros termos: Residual, Dominante e Emergente.



1 Selezione os cards mais apropriados.

2 Estruture uma linha do tempo contextual.

3 Discuta e organize cronologicamente.

4 Faça triagens e colete justificativas.