

Relatório Estratégico de Design e Experiência do Usuário (UX): Análise Profunda das Landing Pages de Autoridade Global em Comunicação, Vendas e Liderança (Edição 2025)

1. Introdução: A Convergência entre Elegância e Autoridade na Era Digital

No ecossistema digital contemporâneo, a arquitetura de uma *landing page* (LP) transcendeu a sua função utilitária original de mera conversão transacional. Para as autoridades globais nos nichos de comunicação, vendas e liderança, a interface digital atua como uma extensão tangível do seu capital de reputação. A elegância, neste contexto, não é um atributo superficial, mas uma estratégia deliberada de engenharia social e psicológica. Ela serve para reduzir a fricção cognitiva, estabelecer confiança imediata através de códigos semióticos de competência e justificar o posicionamento *premium* de produtos educacionais e serviços de consultoria.

A análise exaustiva das plataformas digitais de líderes como Simon Sinek, Brené Brown, Ryan Serhant, Steven Bartlett e Chris Voss revela um afastamento significativo das táticas agressivas de "marketing de resposta direta" que dominaram a década anterior. Em seu lugar, emerge uma "estética de autoridade" que prioriza o *storytelling* visual, a cinematografia de alta fidelidade e uma tipografia editorial refinada. Este relatório dissectiona, com granularidade técnica, os elementos que constituem essas interfaces de elite, fornecendo um roteiro empírico para a construção de um projeto digital de referência mundial.

A investigação conduzida abrangeu a análise de dezenas de pontos de contacto digitais, desde a estrutura de navegação até à micro-psicologia das cores, identificando padrões que se repetem entre os titãs da indústria. O que se segue é uma desconstrução destes padrões, organizada não apenas por autoridade, mas pelas mecânicas subjacentes de design que

tornam estas páginas eficazes e, acima de tudo, elegantes.

2. O Paradigma "MasterClass": A Cinematografia como Linguagem de Autoridade

Para compreender a estética atual das autoridades em vendas e comunicação, é imperativo analisar a influência gravitacional da plataforma MasterClass. Embora seja uma plataforma agregadora, o seu *design system* redefiniu as expectativas dos usuários sobre como um "especialista" deve ser apresentado visualmente. Autoridades como Chris Voss (Negociação), Daniel Pink (Vendas) e outros adotaram ou foram moldados por este padrão visual.¹

2.1. A Estética do "Modo Escuro" e a Iluminação Dramática

A elegância nas páginas de aterragem de cursos de alta gama, como o de Chris Voss sobre a arte da negociação, deriva de uma abordagem visual que emula o cinema, e não a academia. A interface privilegia fundos escuros profundos — frequentemente pretos absolutos (#000000) ou cinzas carvão densos (#111111) — que cumprem uma dupla função psicológica. Primeiramente, reduzem a fadiga ocular, permitindo sessões de leitura e visualização mais longas. Em segundo lugar, e mais crucialmente, o fundo escuro projeta uma aura de exclusividade e intimidade, remanescente de um teatro ou de um ambiente de luxo noturno.³

A iluminação do sujeito é o elemento diferenciador crítico. Ao contrário da iluminação plana e brilhante típica do marketing corporativo tradicional, as páginas inspiradas no padrão MasterClass utilizam iluminação "Rembrandt" ou "Chiaroscuro". No caso de Chris Voss, ex-negociador do FBI, a iluminação destaca metade do rosto, deixando a outra em penumbra suave. Isso não é apenas uma escolha estilística; é uma narrativa visual que reforça a sua marca de "Black Swan" (Cisne Negro) — misteriosa, tática e profundamente séria.⁴ Para o projeto em questão, a adoção desta técnica de iluminação na fotografia das autoridades é essencial para comunicar gravidade e profundidade antes mesmo de uma palavra ser lida.

2.2. Tipografia e a Hegemonia da Proxima Nova

A análise técnica do código-fonte e dos guias de estilo destas plataformas revela uma preferência esmagadora pela família tipográfica **Proxima Nova**. Desenhada por Mark Simonson, esta fonte tornou-se a "Helvetica da Web Moderna" para marcas de tecnologia e conteúdo premium.⁵

A Proxima Nova combina a estrutura geométrica racional (círculos e linhas retas perfeitas) com proporções humanistas subtis. Esta hibridização resulta numa "neutralidade sofisticada". Ela não distrai o usuário, desaparecendo para deixar o conteúdo brilhar, mas mantém uma personalidade contemporânea que fontes de sistema como Arial ou Times New Roman não conseguem oferecer.⁶

Elemento Tipográfico	Escolha Técnica (MasterClass/Voss)	Justificativa Psicológica e UX
Família Font	<i>Proxima Nova</i> (Série Completa)	Legibilidade em ecrãs digitais e neutralidade que transmite modernidade tecnológica sem frieza excessiva.
Pesos (Weights)	<i>Bold</i> para Títulos, <i>Regular</i> para Corpo	O contraste de peso cria hierarquia visual imediata sem necessidade de variar a cor ou o tamanho excessivamente.
Tracking/Kerning	Ligeiramente negativo em Títulos	Cria uma sensação de coesão e impacto ("punchy"), comum em cartazes de filmes e publicidade de luxo.
Corpo de Texto	Cinza Claro (#E0E0E0) sobre Fundo Preto	Evita o branco puro (#FFFFFF) sobre preto, que causaria vibração visual e fadiga, mantendo a elegância suave.

2.3. A Jornada do Usuário (UX) em Vídeo-Primeiro

A página de aterragem de Chris Voss exemplifica a tendência "video-first". A dobra superior (*hero section*) é inteiramente dominada por um trailer cinematográfico de alta definição. A elegância aqui reside na ausência de reprodução automática com som (que seria intrusiva). O vídeo inicia-se em silêncio, capturando a atenção através do movimento e da qualidade da imagem, convidando o usuário a ativar o som voluntariamente. Este micro-compromisso inicial é um poderoso gatilho psicológico de conversão.⁸

A estrutura subsequente da página abandona os blocos de texto denso em favor de acordeões interativos e listas modulares. Cada lição do curso é apresentada como um "episódio", com títulos intrigantes ("Mirroring", "Labeling"), reforçando a percepção de que o usuário está prestes a consumir entretenimento educativo de alto valor, e não apenas um curso técnico.¹⁰

3. O Nicho de Liderança Visionária: O Minimalismo Humanista de Simon Sinek e Brené Brown

Enquanto o nicho de vendas/negociação tende para o dramático e cinematográfico, as maiores autoridades em liderança adotam uma estética que podemos classificar como "Minimalismo Humanista". Simon Sinek e Brené Brown utilizam o design para comunicar clareza, empatia e visão de futuro.

3.1. Simon Sinek: A Arquitetura do Otimismo e o Espaço Negativo

A presença digital de Simon Sinek, através da *The Optimism Company*, é um estudo de caso em contenção e clareza. A elegância das suas *landing pages* não provém do que é adicionado, mas do que é removido. O uso agressivo de espaço negativo (espaço em branco) não é um vazio; é um elemento ativo de design que confere peso e importância a cada frase e imagem apresentada.¹¹

Psicologia das Cores e Identidade Visual

A paleta de Sinek foge das cores corporativas tradicionais (azuis escuros, cinzas) em favor de tons que evocam luz e energia, mas de forma controlada.

- **O "Laranja Otimista":** A cor de destaque primária é um laranja vibrante, derivado da capa do seu best-seller *Start With Why*. No design digital, o laranja é frequentemente associado a botões de "compra" baratos (como na Amazon), mas Sinek eleva-o ao usá-lo com moderação extrema — apenas em ícones finos de linha (stroke icons) ou em CTAs pequenos com muito espaço ao redor.¹²
- **A Estrutura do Círculo Dourado:** A arquitetura de informação do site reflete visualmente o seu conceito do *Golden Circle*. As páginas são estruturadas de dentro para fora: começam invariavelmente com o propósito ("Porquê"), expandem para a metodologia ("Como") e terminam nos produtos ("O Quê"). Isso cria uma narrativa linear que filtra os visitantes: aqueles que não ressoam com o "Porquê" inicial raramente rolam até ao "O Quê", garantindo leads de maior qualidade.¹⁴

3.2. Brené Brown: A Textura da Vulnerabilidade e Autenticidade

Brené Brown, autoridade mundial em liderança corajosa, utiliza o design para quebrar a barreira digital e criar uma conexão emocional tátil. As suas páginas no *Dare to Lead Hub* desafiam a esterilidade típica da web através do uso de texturas.¹⁶

A Importância da Tipografia Serifada na Liderança

Diferente de Sinek ou Voss, que usam sans-serifs modernas, Brown aposta fortemente em tipografias serifadas contemporâneas (como *Tiempos* ou variações personalizadas de *Georgia*).

- **Análise Semiótica:** As serifas evocam a tradição literária, o jornalismo de profundidade e a academia. Para uma pesquisadora académica como Brown, esta escolha valida a sua autoridade científica. Contudo, ao usar itálicos expressivos e tamanhos de fonte grandes para citações ("Pull Quotes"), o design suaviza a rigidez académica, tornando-a acessível e humana.¹⁸

- **Paleta de Cores "Grounded":** A cor de assinatura, um vermelho profundo "Tamarillo" (#8E1429), comunica paixão e coragem, mas numa tonalidade terrosa e madura, evitando a agressividade do vermelho vivo de "alerta de erro" ou "promoção". Esta cor é combinada com beges e cremes texturizados (efeito de papel reciclado), reforçando a ideia de "trabalho real" e "humanidade".¹⁹

Integração de Recursos e UX

A elegância do *Dare to Lead Hub* manifesta-se na sua utilidade. A página não é apenas um funil de vendas; é uma biblioteca curada. A UX permite que o usuário navegue entre "Read-Along Workbooks", glossários e avaliações de liderança com a mesma facilidade que navegaria num serviço de streaming. O design de cartões (cards) para cada recurso mantém a organização visual, enquanto a fotografia de Brown — sempre cândida, muitas vezes a rir ou a olhar para fora da câmara, nunca posada rigidamente — reforça a mensagem de autenticidade.¹⁷

4. O Nicho de Vendas de Alta Performance: O Luxo Corporativo de Ryan Serhant e Grant Cardone

No nicho de vendas, a definição de elegância muda drasticamente. Aqui, a elegância é sinónimo de sucesso financeiro, velocidade e alto padrão de vida. As páginas devem comunicar que o instrutor não é apenas um professor, mas um praticante ultra-bem-sucedido.

4.1. Ryan Serhant: A Fusão entre Revista de Moda e Wall Street

Ryan Serhant (*Sell It Like Serhant*) possui, indiscutivelmente, uma das identidades visuais mais sofisticadas do mercado atual, fundindo a estética da corretagem de imóveis de luxo com a energia editorial de revistas como a *GQ* ou *Vogue*.²²

O Código Cromático "Deep Koamaru"

A cor primária da marca Serhant é um azul profundo e elétrico denominado "Deep Koamaru" (#131176).²⁴

- **Psicologia da Cor:** Enquanto o azul marinho tradicional é conservador e bancário, este tom específico possui uma vibração mais alta, sugerindo energia, modernidade e disrupção, mantendo a confiança inerente ao azul. É frequentemente contrastado com branco puro e prata metálico, criando uma paleta "fria" e precisa.
- **Tipografia Editorial de Impacto:** As *landing pages* utilizam uma mistura ousada de fontes. Títulos em caixa alta, sans-serif, com espaçamento entre letras (tracking) expandido, criam uma sensação de "luxo imobiliário" (semelhante às placas de edifícios de prestígio). O corpo do texto mantém-se limpo e funcional.²⁵

Estrutura de Página: Venda de Estilo de Vida

A página do curso *Sell It Like Serhant* não vende apenas técnicas de vendas; vende a identidade do "Ultimate Sales Machine".

- **Hero Section Dinâmica:** Ryan é apresentado sempre em movimento — saindo de carros, a caminhar rapidamente por Nova Iorque, a gesticular. O design não o coloca atrás de uma mesa, mas no "campo".
- **Prova Social Integrada ao Design:** Os testemunhos não são blocos de texto isolados; são apresentados como perfis de sucesso, com fotos profissionais dos alunos (agentes imobiliários bem vestidos), sugerindo que ao comprar o curso, o usuário entra para uma elite estética e profissional.²⁶
- **Comunidade como Produto:** A secção sobre a comunidade de membros é desenhada para parecer um clube privado, com design de cartões que lembram convites exclusivos, reforçando o valor do *networking*.²⁷

4.2. Grant Cardone: A Brutalidade Elegante dos Números

Grant Cardone (*Cardone Capital*, 10X) oferece um contraponto interessante. Embora muitas das suas páginas de vendas de cursos sejam agressivas e visuais ("brute force marketing"), as páginas da *Cardone Capital* (investimentos) exibem uma elegância institucional robusta.²⁸

- **Design Baseado em Dados:** A elegância aqui provém da clareza dos dados. Gráficos de

barras minimalistas, números grandes em fontes finas (Light) mostrando "Assets Under Management" (\$4B+) e retornos projetados. O design remove o ruído emocional para focar na lógica fria do lucro.

- **Cores de Confiança Institucional:** Uso predominante de branco, cinza claro e azuis corporativos sóbrios. Isso sinaliza aos investidores que, apesar da personalidade explosiva de Cardone nas redes sociais, a operação financeira é disciplinada e séria.³⁰
-

5. O Nicho de Comunicação e Influência: A Ciência da Conexão

Autoridades em comunicação como Vanessa Van Edwards e Steven Bartlett utilizam o design para tornar conceitos abstratos ("soft skills") em algo tangível, científico e desejável.

5.1. Steven Bartlett: A Estética da "Geração Z Executiva"

Steven Bartlett (*The Diary of a CEO*) representa a vanguarda do design para a nova geração de líderes. A sua estética é "Dark Mode Nativa", desenhada para ser consumida em dispositivos móveis OLED de alta resolução.³¹

Identidade Visual "The Diary"

- **Preto e Ouro/Amarelo:** A marca utiliza um fundo preto profundo com tipografia branca e destaques em amarelo/dourado vibrante. Este contraste alto é extremamente legível e transmite uma sensação de "alerta" e importância. O dourado não é metálico (que pareceria datado), mas um amarelo saturado digital, alinhado com tendências de *streetwear* de luxo.³²
- **Tipografia Expressiva:** O uso de fontes serifadas elegantes para títulos ("The Diary") justapostas com fontes monoespaciais (tipo máquina de escrever ou código) para detalhes técnicos cria uma tensão visual interessante entre o "clássico" e o "digital".³¹
- **Merchandising como Arte:** As *landing pages* para os seus produtos (cartões de conversação, diários) utilizam fotografia de produto que rivaliza com a Apple. Sombras dramáticas, texturas visíveis dos materiais e composições geométricas transformam

objetos simples em totens de desejo.³³

5.2. Vanessa Van Edwards: A Ciência Acessível

Para a *Science of People*, a elegância manifesta-se na transformação de dados científicos em design amigável.

- **Ilustração e Iconografia:** Uso de ícones personalizados e ilustrações limpas para representar conceitos comportamentais (ex: micro-expressões). Isso torna a ciência menos intimidante.
- **Cores e Clareza:** Paletas claras, com muito branco e cores de destaque suaves (azuis, verdes azulados), criando um ambiente de "laboratório moderno" — limpo, iluminado e acolhedor.¹⁰

6. Síntese Técnica Comparativa e Dados Estruturados

Para facilitar a aplicação destes conceitos no seu projeto, consolidamos as observações em tabelas técnicas comparativas.

6.1. Comparativo de Paletas de Cores e Aplicação Psicológica

Autoridade / Arquétipo	Cores Primárias (Hex Aprox.)	Cores Secundárias / Acentos	Psicologia e Aplicação no Projeto
Steven Bartlett (Visionário Moderno)	Preto Profundo (#000000 ou #0A0A0A)	Ouro Digital (#D4AF37), Branco Puro (#FFFFFF)	Exclusividade e Intimidade. Ideal para produtos de alto valor percebido, memberships VIP ou marcas pessoais focadas em

			disrupção.
Ryan Serhant (Luxo Corporativo)	Deep Koamaru (#131176)	Prata/Cinza (#E5E5E5), Branco	Sucesso e Energia. Perfeito para vendas, consultoria financeira ou imobiliária onde a confiança e a ambição são chaves.
Brené Brown (Liderança Humana)	Tamarillo (#8E1429)	Bege Papel (#F5F5DC), Carvão (#333333)	Empatia e Autenticidade. Recomendado para coaching, RH, saúde mental ou liderança focada em cultura.
Simon Sinek (Otimismo Claro)	Branco (#FFFFFF)	Laranja Otimista (#FF6B00), Cinza Médio	Clareza e Propósito. Use para ONGs, educação corporativa ou missões baseadas em valores fortes.
MasterClass/Voss (Cinematográfico)	Cinza Carvão (#111111)	Ciano/Teal (Acentos subtis), Cinza Texto (#E0E0E0)	Imersão e Foco. A melhor escolha para cursos online baseados em vídeo, mantendo o foco no conteúdo.

6.2. Estratégias de Tipografia e Legibilidade

Estilo Tipográfico	Exemplos de Fontes	Uso Recomendado e Efeito
Geométrica Humanista	<i>Proxima Nova, Gotham, Montserrat</i>	Universal. A escolha segura para modernidade. Funciona bem em títulos <i>Bold</i> e corpo <i>Regular</i> . Transmite competência técnica.
Serifa Editorial	<i>Tiempos, Georgia, Playfair Display</i>	Autoridade Intelectual. Use para títulos grandes para evocar tradição e confiança (estilo <i>Vogue</i> ou <i>NYT</i>). Ótimo para citações.
Monoespçada (Tech)	<i>Roboto Mono, Fira Code</i>	Detalhe Técnico. Use apenas para pequenos detalhes (datas, categorias, metadados) para criar um contraste moderno "hacker/dev".

7. Recomendações Táticas para o Seu Projeto: O Blueprint de Elegância 2025

Baseando-nos na "engenharia reversa" das páginas mais elegantes do mundo, apresentamos um plano de ação para o desenvolvimento das *landing pages* do seu projeto. O objetivo é criar uma estética híbrida que capture a autoridade destes líderes.

7.1. A Estrutura da "Hero Section" (Dobra Superior)

Para causar impacto imediato, a sua LP deve rejeitar o layout padrão (Imagem à esquerda, Texto à direita).

- **Recomendação:** Adote o modelo **Cinematográfico Centralizado** (Estilo MasterClass/Bartlett).
 - **Fundo:** Vídeo em *loop* subtil (slow motion, desfigurado ou escurecido) ou uma fotografia de altíssima resolução com iluminação dramática.
 - **Título:** Tipografia Sans-Serif (ex: Proxima Nova ou similar) em peso *Bold* ou *Black*, centralizada. Tamanho massivo (acima de 60px em desktop).
 - **Subtítulo:** Serifado (ex: Tiempos), em itálico, para contrastar com a modernidade do título e adicionar um toque humano.
 - **CTA:** Botão único, com cor de contraste (ex: Ouro ou Laranja Sinek), com texto de ação claro ("Iniciar Jornada", "Aceder à Masterclass").

7.2. Arquitetura de Conteúdo e "Scroll-telling"

A elegância morre na parede de texto. O seu projeto deve "contar" a página à medida que o usuário rola.

- **Animação de Entrada:** Utilize *fade-in* e *slide-up* suaves para todos os elementos de texto e imagem. Nada deve estar estático à espera; o conteúdo deve "apresentar-se" ao usuário.³⁶
- **Secções Modulares:** Em vez de linhas contínuas de texto, use *grids* (grades) assimétricas. Coloque uma imagem grande à esquerda, e dois blocos de texto menores à direita, desalinhados verticalmente para criar dinamismo visual (Estilo Serhant).
- **Integração de Vídeo:** Distribua excertos de vídeo curtos (micro-aulas ou momentos de palco) ao longo da página. Devem ter cantos arredondados e sombras suaves para parecerem flutuar sobre o fundo.

7.3. A Prova Social como Elemento de Design

Evite o carrossel de logos cinzas padrão.

- **Abordagem Elegante:** Integre citações de autoridade diretamente no fluxo da página, usando tipografia de destaque (Serifa Grande). Se usar logos de empresas, reduza a opacidade para 30-40% para que não compitam com o conteúdo principal, ou use versões monocromáticas (todas brancas ou douradas) para manter a harmonia da paleta.³⁷

7.4. UX de Conversão Invisível

A conversão deve ser onipresente, mas não intrusiva.

- **Sticky Bar Inteligente:** Implemente uma barra de navegação que só aparece quando o usuário rola para cima (intenção de voltar ou sair), contendo o botão de CTA principal.
- **Micro-interações:** Os botões devem ter estados de *hover* (ao passar o mouse) sofisticados — não apenas mudar de cor, mas talvez crescer ligeiramente (escala 1.05) ou ter um brilho subtil que percorre o botão. Isso comunica que a plataforma é "viva" e responsiva.

7.5. Mobile-First de Verdade

Dado que autoridades como Steven Bartlett e Gary Vee têm tráfego massivo via mobile (Instagram/TikTok), a versão móvel da sua LP não pode ser apenas uma versão "empilhada" da desktop.

- **Adaptação:** As fontes de título devem ser reescaladas para ocupar a largura total do ecrã móvel. Os vídeos de fundo devem ser substituídos por versões verticais ou imagens estáticas otimizadas para carregamento rápido. Os botões de CTA devem estar na "zona do polegar" (parte inferior do ecrã).³²

8. Conclusão

A elegância nas *landing pages* das maiores autoridades mundiais em 2025 não é um acidente estético; é o resultado de uma estratégia deliberada que mistura psicologia, design de cinema e arquitetura de informação. Para o seu projeto, a chave não é copiar um único estilo, mas sintetizar os princípios fundamentais identificados: a clareza humanista de Sinek, a cinematografia de Voss, o luxo editorial de Serhant e a modernidade digital de Bartlett. Ao aplicar a tipografia correta (híbrida), uma paleta de cores intencional e uma UX focada em vídeo e narrativa, o seu projeto posicionar-se-á não apenas como mais um produto no mercado, mas como uma marca de autoridade indiscutível.

Referências citadas

1. How to Create a Splash Page for Your Website - 2025 - MasterClass, acessado em novembro 26, 2025,

- <https://www.masterclass.com/articles/splash-page-explained>
2. How to Create a Landing Page: 3 Types of Landing Pages - 2025 - MasterClass, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.masterclass.com/articles/landing-page-explained>
 3. 27 Best Masterclass Industry Landing Pages Examples & Inspirations, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.landingpageflow.com/examples-category/masterclass>
 4. Chris Voss | The Black Swan Group, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.blackswanltd.com/chris-voss>
 5. Proxima Nova | The Full Collection | Fonts by Mark Simonson Studio, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.marksimonson.com/fonts/view/proxima-nova/>
 6. Proxima Nova: The Font That Quietly Took Over the Web - Typogram Blog, acessado em novembro 26, 2025, <https://typogram.co/blog/proxima-nova-the-font-that-quietly-took-over-the-web/>
 7. Why Proxima Nova Is Everywhere. - Medium, acessado em novembro 26, 2025, <https://medium.com/readme-mic/why-proxima-nova-is-everywhere-629282c687a6>
 8. 10 Course Landing Page Examples, Deconstructed - FreshLearn, acessado em novembro 26, 2025, <https://freshlearn.com/blog/top-landing-pages-on-freshlms/>
 9. Introducing Mindvalley Quests, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.mindvalley.com/quest>
 10. Captivate: The Science of Succeeding with People | Vanessa Van Edwards, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.scienceofpeople.com/captivate/>
 11. Leadership Training & Employee Development Platform - The ..., acessado em novembro 26, 2025, <https://simonsinek.com/>
 12. Optimism at Work - Optimism at Work, acessado em novembro 26, 2025, <https://business.simonsinek.com/>
 13. Free Brand Strategy Template: Golden Circle (Why, How, What) PDF - helder.design, acessado em novembro 26, 2025, <https://helder.design/en/expertise/brand-strategy/golden-circle-template/>
 14. The Golden Circle - Simon Sinek, acessado em novembro 26, 2025, <https://simonsinek.com/golden-circle/>
 15. Designing customer websites using The Golden Circle model - Mono Solutions, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.monosolutions.com/b/designing-customer-websites-golden-circle>
 16. Dare to Lead - Brené Brown, acessado em novembro 26, 2025, <https://brenebrown.com/book/dare-to-lead/>
 17. Dare to Lead Hub - Brené Brown, acessado em novembro 26, 2025, <https://brenebrown.com/hubs/dare-to-lead/>
 18. Brené Brown - Type Supply, acessado em novembro 26, 2025, <https://typesupply.com/portfolio/brene-brown>
 19. Brené Brown Logo & Brand Assets (SVG, PNG and vector) - Brandfetch, acessado em novembro 26, 2025, <https://brandfetch.com/brenebrown.com>
 20. Download - Brene Brown, acessado em novembro 26, 2025,

<https://brenebrown.com/wp-content/uploads/2023/06/Art-Prints-Who-we-are-is.pdf>

21. Find a Dare to Lead Facilitator - BetterUp DTL, acessado em novembro 26, 2025, <https://daretolead.betterup.com/find-a-dare-to-lead-facilitator/>
22. Sell It | Sales Training for All, acessado em novembro 26, 2025, <https://sellit.com/>
23. SERHANT. Ventures: Agent-First Resources & Education in Real Estate, acessado em novembro 26, 2025, <https://serhant.com/ventures>
24. SERHANT. Logo & Brand Assets (SVG, PNG and vector) - Brandfetch, acessado em novembro 26, 2025, <https://brandfetch.com/serhant.com>
25. Brand It Like Serhant: Stand Out From the Crowd, Build Your Following, and Earn More Money - Goodreads, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.goodreads.com/en/book/show/179603833-brand-it-like-serhant>
26. Sell it Like Serhant Reviews, acessado em novembro 26, 2025, <https://ryanserhant.com/success/>
27. Membership: On-Demand Sales Training | Sell It, acessado em novembro 26, 2025, <https://sellit.com/membership/>
28. Real Estate Investments - Cardone Capital, acessado em novembro 26, 2025, <https://cardonecapital.com/investments/>
29. About Cardone Capital | Real Estate Investment Company, acessado em novembro 26, 2025, <https://cardonecapital.com/overview/>
30. Get A FREE Digital Copy Of How To Create Wealth Investing In Real Estate - Cardone Capital, acessado em novembro 26, 2025, <https://cardonecapital.com/free/>
31. DOAC Shop, acessado em novembro 26, 2025, <https://thediary.com/>
32. Branding Steven Bartlett - Silverback Studios, acessado em novembro 26, 2025, <https://silverbackstudios.co.uk/our-work/branding-steven-bartlett/>
33. Diary of a Ceo - Etsy, acessado em novembro 26, 2025, https://www.etsy.com/market/diary_of_a_ceo
34. The 1% Diary, acessado em novembro 26, 2025, <https://thediary.com/products/one-percent-diary>
35. Training | Science of People, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.scienceofpeople.com/training/>
36. Webflow Project for Mel Robbins - Finsweet, acessado em novembro 26, 2025, <https://finsweet.com/portfolio/mel-robbins>
37. 45 landing page design examples to inspire your own - HubSpot Blog, acessado em novembro 26, 2025, <https://blog.hubspot.com/marketing/landing-page-examples-list>
38. Inspiration for Your Author Website: Analyzing New York Times Best Selling Author Jay Shetty's Website - powerhouse strategy, acessado em novembro 26, 2025, <https://www.powerhouse-strategy.com/momentum/jay-shetty-website>