Copyrighted Material

VOO

MARIA BRASIL

marcas com alma

PORQUE O FUTURO DOS NEGÓCIOS É HUMANO.

Copyrighted Material

Copyrighted Material

VOO

marcas com alma

Copyrighted Material

Copyrighted Material

MARIA BRASIL

marcas com alma

PORQUE O FUTURO DOS NEGÓCIOS É HUMANO.

Copyrighted Material

Copyrighted Material

marcas com alma

PORQUE O FUTURO DOS NEGÓCIOS É HUMANO.

© 2024 Maria Brasil
Soulful Brands: Why the future of business is human

Autora | Maria Brasil

Tradutora | Maria Brasil

Coordenação editorial | Claudia Kubrusly e Fernanda Paraguassu

Revisão | Fernanda Paraguassu, Maurício Carneiro e Natalie Lima

Projeto gráfico e capa | Gabriela Sousa

Diagramação | Maurício Carneiro

Catalogação na Publicação (CIP)

Brasil, Maria
B823m Marcas com alma : porque o futuro dos negócios é humano / [autora e tradutora] Maria Brasil. - 1. ed. – Osasco (SP) : Voo, 2025.
168 p. : il. p&b.

Tradução de: "Soulful brands: why the future of business is human."
Inclui bibliografia.
ISBN 978-65-89686-85-9

1. Branding (Marketing) 2. Empresas – Aspectos humanos I. Título.

CDD: 658.827 (23ª ed.)

Bibliotecária responsável: Cleide A. Fernandes CRB6/2334

IMPRESSO NO BRASIL

CADEIA RESPONSÁVEL

UM POR UM: CADA LIVRO, UMA CONTRAPARTIDA SOCIAL

Reservados todos os direitos de publicação à:
Editora Voo Ltda.
Avenida das Comunicações, 265, Setor 1 MOD A-07,
Osasco/SP — CEP 06.276-190
www.editoravoo.com.br

Copyrighted Material

Copyrighted Material

dedicatória

A todas as pessoas que têm brilho nos olhos, deixam o coração guiá-las e acreditam nas belezas simples da vida.

Entre elas, gostaria de destacar com muito carinho as pessoas da minha família:

- tanto a família de onde eu vim, que me deu a base para chegar até hoje;

- quanto a família que estou construindo, que me dará a base para continuar avançando nos próximos dias.

EU AMO VOCÊS.

Copyrighted Material

Copyrighted Material

manifesto

UM CONVITE PARA PARTICIPAR DO MOVIMENTO.

No coração de toda marca autêntica está uma história — um grupo de pessoas, um propósito compartilhado e uma cultura que transcende o transacional. Uma marca não é construída apenas em salas de diretoria, reuniões de marketing ou campanhas publicitárias. Ela se nutre das interações cotidianas, nos valores vividos pelas equipes e na verdade que irradia da cultura interna de uma organização.

Em um momento em que a tecnologia se desenvolve exponencialmente, o principal desafio para as empresas não é a eficiência — é a conexão humana. Como podemos cultivar, gerenciar e repercutir os elementos humanos essenciais que tornam as marcas verdadeiramente autênticas?

A resposta está em seu interior.

Devemos mudar o foco da simples criação de marcas para a catalisação de emoções.

Copyrighted Material

Copyrighted Material

Este livro não é apenas a apresentação de uma estrutura — é um chamado à ação:

1

Para repensar a forma como criamos marcas e empresas;

2

Para valorizar as pessoas tanto quanto valorizamos os números;

3

Para criar marcas que não sejam apenas bem-sucedidas, mas que tenham alma.

Este é um movimento para aqueles que acreditam em algo mais profundo e significativo.

Para aqueles que desejam a verdadeira transformação e desejam tocar a vida das pessoas.

Para aqueles que acreditam em uma economia impulsionada por trocas significativas.

Afinal de contas, não criamos apenas marcas; contribuímos para a construção da sociedade.

É hora de repensarmos a maneira de desenvolver negócios — com autenticidade, empatia e propósito.

Você virá conosco?

Copyrighted Material

Copyrighted Material

01

Prefácio
por Richard Barrett
• PÁG. 11

02

Prefácio à edição brasileira
por Joaci Góes
• PÁG. 15

03

Pessoas em primeiro lugar
Uma abordagem centrada no ser humano para marcas e negócios • PÁG. 19

sum

07

Vozes de visão
Como CEOs e líderes do setor moldam e lideram marcas orientadas por propósito • PÁG. 51

08

O ciclo das marcas com alma
Indivíduo, líder, cultura, comunicação e sociedade • PÁG. 117

09

Prazer, anatomia da marca
O nascimento de uma nova estrutura • PÁG. 131

Copyrighted Material

Copyrighted Material

04

Unindo teoria e prática
Uma jornada pelas percepções de branding de especialistas do setor
• PÁG. 25

05

Marcas potentes, poderosas e perigosas
Autenticidade, ética e responsabilidade social em branding
• PÁG. 35

06

Por trás das cortinas
Revelando os métodos de pesquisa que moldaram a jornada
• PÁG. 45

ário

10

Além do amanhã
Desafios e tendências que moldarão o futuro das marcas e da sociedade • PÁG. 147

11

Aprendizados essenciais
Principais descobertas e percepções para criar marcas com alma
• PÁG. 155

12

Referências
• PÁG. 163

Copyrighted Material

Copyrighted Material

prefácio

POR RICHARD BARRETT

Copyrighted Material

Copyrighted Material

01

Maria e eu compartilhamos duas paixões. Somos artistas ativos e somos apaixonados por criar empresas com alma. Nos conhecemos em Londres na primavera de 2024, quando Maria visitou meu estúdio de arte. Ela estava trabalhando na dissertação de mestrado e pintando nas horas vagas. Depois que Maria voltou ao Brasil, mantivemos contato e compartilhamos fotos de nossas pinturas. Alguns meses depois, ela transformou sua dissertação neste excelente e instigante livro.

Em uma era em que o valor das marcas muitas vezes parece atrelado à proeza tecnológica e a métricas de marketing, *Marcas com Alma* oferece uma mudança profunda de perspectiva. A exploração perspicaz de Maria Brasil desafia a noção predominante de que o coração do branding é meramente estratégia e comunicação. Em vez disso, ela posiciona a alma de uma marca como algo mais significativo e duradouro: um reflexo do espírito humano coletivo e da cultura cultivada dentro da própria organização.

Copyrighted Material

Copyrighted Material

O cenário do branding evoluiu além de logos elegantes e slogans chamativos. No mundo digitalmente saturado de hoje, os consumidores anseiam por autenticidade — uma verdadeira reflexão de valores, empatia e propósito. O trabalho de Maria aborda brilhantemente essa mudança, desafiando as empresas a olharem para dentro, a nutrirem suas culturas e a priorizarem suas pessoas como os verdadeiros embaixadores de suas marcas. É um chamado para os líderes transcenderem os métodos tradicionais e adotarem um novo paradigma, onde o sucesso nos negócios está intrinsecamente ligado ao bem-estar humano.

A partir de estudos de caso reais e entrevistas perspicazes com líderes do setor, *Soulful Brands* revela como algumas das organizações mais impactantes de hoje fomentam conexões autênticas de dentro para fora. Ao alinhar liderança, engajamento dos funcionários e práticas éticas, essas marcas cultivam um impacto duradouro que vai além dos resultados financeiros. Este livro não apenas defende uma abordagem centrada nas pessoas — ele fornece um guia para empresas que estão prontas para adotar esse *ethos*, unindo identidade de marca a valores sociais.

A experiência de Maria, que une rigor acadêmico a vivência prática no branding, traz uma perspectiva única que enriquece cada capítulo. Sua análise cuidadosa das marcas como forças culturais é inspiradora e profundamente enraizada em sua própria trajetória, um testemunho de seu compromisso em promover uma abordagem mais humana para os negócios.

Marcas com Alma não é apenas um livro — é um movimento. É um convite para todos que acreditam que marcas podem, de fato, ter uma alma, uma que reflita os valores que prezamos como indivíduos e como sociedade. Para qualquer pessoa envolvida em negócios, marketing ou liderança, esta obra é uma leitura essencial, oferecendo *insights* e orientações práticas sobre como construir marcas que prosperam não apenas no mercado, mas no coração das pessoas.

No cerne deste livro está o convite para reimaginar as marcas como entidades que podem inspirar e encarnar um propósito que vai além do transacional. Maria explora as nuances de como marcas autênticas nascem, são nutridas e sustentadas por pessoas — desde os CEOs até os

Copyrighted Material

Copyrighted Material

colaboradores de todos os níveis. Em um momento em que os consumidores buscam cada vez mais empresas que se alinhem com seus valores pessoais, Maria oferece um guia essencial para construir marcas que ressoam em um nível mais profundo e humano.

O que distingue *Marcas com Alma* é a abordagem holística de Maria. Ela não vê as marcas como identidades isoladas a serem projetadas nos consumidores. Em vez disso, ela revela a complexa interação entre a cultura interna e a percepção externa, instando as empresas a começarem com seu pessoal antes de buscarem influenciar o mundo. Essa filosofia centrada nas pessoas não é apenas uma tática de branding; é uma base sobre a qual confiança, lealdade e conexões genuínas a longo prazo são construídas.

RICHARD BARRETT

Escritor, coach e *thought leader* reconhecido internacionalmente sobre a evolução dos valores humanos nos negócios e na sociedade. Presidente da Academia Barrett para o Avanço dos Valores Humanos, fundador do Centro Barrett de Valores, criador do Modelo Barrett, membro da World Business Academy e ex-coordenador de valores do Banco Mundial. Dentre suas obras, destacam-se: *A nova psicologia do bem-estar humano* (2016*), Coaching evolutivo* (2014) e *A organização dirigida por valores: Liberando o potencial humano para a performance e a lucratividade* (2013).

Copyrighted Material

Copyrighted Material

prefácio à edição brasileira

POR JOACI GÓES

Copyrighted Material

Copyrighted Material

02

Para dizer o mínimo, foi tão intenso quanto raro o sentimento de alegria com que saí da leitura deste pequeno-grande livro *Marcas com Alma: Porque o futuro dos negócios é humano*, da jovem pintora e consultora de negócios Maria Brasil, resultado do seu mestrado na Inglaterra. Não tenho memória de um trabalho que diga tanto e de modo tão convincente de um tema de gritante atualidade e decisivo para o desempenho das organizações, predominantemente das privadas, em face da rigidez atrófica do poder público, tão intensa e caprichosamente dependente do mando dos senhores de plantão. Registre-se, entretanto, que até o setor público terá muito a ganhar na medida em que os seus funcionários tenham acesso ao rico manancial de conceitos tão bem expostos nesta obra seminal.

Em linguagem elegante, didática e elaborada com exemplar rigor acadêmico, Maria Brasil aborda tema da mais gritante atualidade para o êxito das organizações que é o conjunto dos valores que formam sua personalidade cultural, resumida na expressão "Marcas com Alma", de um modo

Copyrighted Material

Copyrighted Material

que satisfaz, plenamente, o universo dos seus colaboradores, do Presidente ao mais modesto funcionário. Não sei, também, de quem tenha alcançado propósito tão caro a quantos sabem do valor de um mecanismo apto a transferir para as organizações o espírito associativo, sinérgico e orquestral das equipes esportivas que tanto fascinam os seus apaixonados seguidores, Brasil e mundo afora. Reside, precisamente nesse notável diferencial, a distância que separa as pesquisas científicas, exigentes, em grande, mas não exclusiva medida, de intenso trabalho individual que culmina com o Prêmio Nobel e o trabalho coletivo que assegura o êxito das marcas perenizadas por coletividades que operam como se orientadas por uma regência invisível.

Se tivesse que resumir numa frase a qualidade que assegura a longevidade do impacto desta grande obra na vida das organizações, diria que ela é a que mais se aproxima da ambição que mobiliza os autores do gênero em todo o mundo: produzir um texto que opere como sucedâneo de consultores no campo da administração empresarial. Se essa impressão vier a ser cumprida, sua repercussão será medida pelo impacto que produzir na formação do número de organizações que passarão de pequenas a médias; de médias a grandes, e de grandes a multinacionais.

Por isso, doá-la-ei a cada um dos integrantes de nossas organizações, bem como a todos os meus amigos empresários, certo de que terão motivos para crer que ela foi, à posteriori, fonte de inspiração do poeta Castro Alves, ao escrever no poema o "Livro e a América":

Por isso na impaciência
Desta sede de saber
Como as aves do deserto
As almas buscam beber...
Oh! Bendito o que semeia
Livros... livros à mão cheia...
E manda o povo pensar!
O livro caindo n'alma
É germe que faz a palma,
É chuva que faz o mar.

Copyrighted Material

Copyrighted Material

JOACI GÓES

Escritor, advogado, empresário e ex-deputado federal pela Bahia, quando relatou o Código de Defesa do Consumidor. Com uma carreira marcada pela defesa da educação e da cultura, foi presidente da Academia de Letras da Bahia e, atualmente, preside o IGHB - Instituto Geográfico e Histórico da Bahia. É autor, entre outras obras, de *A inveja nossa de cada dia: como lidar com ela*; *Anatomia do ódio*; *(As) 51 personalidades (mais) marcantes do Brasil*; e o tratado político *Esquerdas e Direitas, a superioridade das sociedades abertas*. Além de sua trajetória literária e política, destaca-se como um intelectual comprometido com a educação, como o grande fator do desenvolvimento dos povos, na sociedade do conhecimento em que todos estamos imersos.

Copyrighted Material

VOO

Continue sua leitura do livro!

CLIQUE AQUI para comprar seu exemplar ou acesse pelo QR Code abaixo.

Copyrighted Material

Marcas com Alma é mais que um livro sobre branding. É um convite transformador para líderes, empreendedores e profissionais que desejam construir marcas autênticas em um mundo onde o verdadeiro diferencial é a conexão humana. Neste livro, Maria Brasil entrevista líderes de grandes empresas e desvenda os segredos por trás de marcas que conseguem alinhar autenticidade, estratégia e impacto.

Combinando teoria, prática e histórias reais, a autora apresenta *insights* valiosos para empresários e profissionais que buscam transformar suas marcas em ativos estratégicos. O livro explora, por meio do inovador *framework* Brand Anatomy, os pilares essenciais para pequenos e grandes negócios unirem propósito, valores e resultados para revolucionar empresas, comunidades e mercados.

Como líderes de grandes empresas alinham autenticidade, estratégia e impacto para construir marcas poderosas.

ISBN: 978-65-89686-85-9
CBL
9 786589 686859

essence
MARCAS COM ALMA

Copyrighted Material