

---

# IMAGEM COM INTENÇÃO

Descubra seu arquétipo e construa uma presença que te representa

---

Baseado nos 12 Arquétipos de Carol S. Pearson — *The Hero and the Outlaw*

**Mac Weverton Frois**

Fotógrafo · Retrataista · Consultor de Imagem

[www.macfrois.com.br](http://www.macfrois.com.br) | [@froisretratista](https://www.instagram.com/froisretratista)

## O que é imagem com intenção?

---

Ao longo de mais de 10 anos como retratista e 20 anos como enfermeiro, aprendi algo que poucos fotógrafos ensinam: a imagem que você projeta ao mundo não é apenas estética — é identidade. É o que as pessoas sentem quando te veem antes mesmo de você falar.

Neste e-book, você vai conhecer os 12 arquétipos de marca descritos por Carol S. Pearson no livro *The Hero and the Outlaw*. Cada arquétipo representa uma força simbólica profunda que governa como nos comunicamos, como somos percebidos e como construímos conexão genuína com as pessoas.

Entender o seu arquétipo dominante é o primeiro passo do Método Frois — um processo completo de construção de identidade visual que une psicologia, fotografia e estratégia de marca para criar imagens que são autenticamente você.

*"A imagem mais poderosa não é a mais bonita. É a mais verdadeira."*

— Mac Weverton Frois

**Como usar este e-book:** Leia sobre todos os arquétipos, mas preste atenção especial àqueles em que você se reconhecer de imediato. No final, faça o Quiz dos Arquétipos em [macfrois.com.br](http://macfrois.com.br) para descobrir com precisão qual é o seu perfil dominante.

## Os 12 arquétipos de identidade visual

---

- 01 O Inocente**  
Pureza, confiança e otimismo genuíno.
- 02 O Explorador**  
Liberdade, autenticidade e novos horizontes.
- 03 O Sábio**  
Conhecimento, clareza e profundidade.
- 04 O Herói**  
Superação, determinação e impacto real.
- 05 O Fora da Lei**  
Ruptura, ousadia e liberdade radical.
- 06 O Mago**  
Transformação, visão e o extraordinário.
- 07 O Cara Comum**  
Pertencimento, acessibilidade e conexão real.
- 08 O Amante**  
Conexão profunda, beleza e experiência sensorial.
- 09 O Bobo da Corte**  
Leveza, humor e sabedoria pela alegria.
- 10 O Cuidador**  
Proteção, acolhimento e o outro em primeiro lugar.
- 11 O Criador**  
Originalidade, imaginação e visão única.
- 12 O Governante**  
Autoridade, estrutura e visão de longo prazo.

# 01

## O Inocente

*Pureza, confiança e otimismo genuíno.*

### QUEM VOCÊ É

O Inocente acredita no bem e irradia otimismo genuíno. Sua imagem comunica confiança, leveza e autenticidade — sem exageros. As pessoas se conectam a você porque sentem que podem confiar plenamente. Você não precisa convencer ninguém; sua presença já fala.

### DESEJO CENTRAL

Ser feliz e estar seguro(a).

### MAIOR MEDO

Fazer algo errado ou ser punido(a).

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Ambientes iluminados naturalmente, sorrisos abertos e roupas em tons claros e neutros. Composições simples e diretas — evite cenários elaborados. Sua beleza está na transparência.

**Confiança**

**Pureza**

**Otimismo**

**Leveza**

**Transparência**

MARCAS DE REFERÊNCIA

Dove · Natura · Johnson & Johnson

## 02

# O Explorador

*Liberdade, autenticidade e novos horizontes.*

### QUEM VOCÊ É

O Explorador não se encaixa em caixas — e sua maior força é exatamente isso. Inquieto, curioso e independente, você inspira pessoas que querem romper padrões. Sua imagem deve comunicar movimento e autenticidade. Você não segue tendências; você abre caminhos.

### DESEJO CENTRAL

Ser livre e encontrar seu próprio caminho.

### MAIOR MEDO

Ficar preso ou ser forçado a se conformar.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Locações externas, composições abertas e momentos espontâneos. Luz natural, movimento e expressões genuínas contam sua história melhor que qualquer pose estudada. Evite estúdio fechado e formalidade excessiva.

**Liberdade**

**Autenticidade**

**Aventura**

**Independência**

**Descoberta**

MARCAS DE REFERÊNCIA

The North Face · Jeep · Patagonia

## 03

# O Sábio

*Conhecimento, clareza e profundidade.*

### QUEM VOCÊ É

O Sábio é a referência que as pessoas buscam quando precisam de respostas verdadeiras. Seu diferencial é a profundidade e a capacidade de transformar complexidade em clareza. Sua imagem deve transmitir serenidade, domínio e credibilidade absoluta.

### DESEJO CENTRAL

Descobrir a verdade e compartilhar o que sabe.

### MAIOR MEDO

Ser enganado ou passar informações erradas.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Poses reflexivas, olhar atento e ambientes ligados à sua área de expertise. Paleta sóbria, iluminação direcional clara e enquadramentos equilibrados. Cada detalhe deve reforçar: esta pessoa sabe do que está falando.

Sabedoria

Clareza

Credibilidade

Profundidade

Verdade

MARCAS DE REFERÊNCIA

Google · TED · The Economist

# 04

## O Herói

*Superação, determinação e impacto real.*

### QUEM VOCÊ É

O Herói é movido por propósito e determinação. Sua história de superação é o que conecta profundamente as pessoas a você. A imagem do Herói comunica que os obstáculos existem para ser vencidos — e você já provou isso várias vezes.

### DESEJO CENTRAL

Provar seu valor através de atos corajosos.

### MAIOR MEDO

Fraqueza, covardia ou não fazer diferença.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Poses que transmitam ação, energia e propósito. Expressões intensas e cenários que remetam à sua jornada. Iluminação de alto contraste, enquadramentos dinâmicos e ângulos que transmitam força são seus aliados naturais.

**Coragem**

**Conquista**

**Propósito**

**Força**

**Transformação**

MARCAS DE REFERÊNCIA

Nike · Adidas · FedEx

# 05

## O Fora da Lei

*Ruptura, ousadia e liberdade radical.*

### QUEM VOCÊ É

O Fora da Lei existe para questionar o estabelecido. Sua imagem deve comunicar ousadia, independência e a coragem de ser diferente quando todos seguem o mesmo caminho. Você diz o que os outros não têm coragem de dizer — e isso é sua maior força.

### DESEJO CENTRAL

Revolucionar e destruir o que não funciona.

### MAIOR MEDO

Ser irrelevante ou se tornar parte do sistema.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Composições assimétricas, ângulos inusitados e cenários que fogem do convencional. Iluminação de alto contraste, sombras dramáticas. Sua imagem deve incomodar levemente — e é exatamente isso que a torna inesquecível.

**Ruptura**

**Ousadia**

**Rebeldia**

**Autenticidade**

**Provocação**

MARCAS DE REFERÊNCIA

Harley-Davidson · Diesel · Apple anos 80

# 06

## O Mago

*Transformação, visão e o extraordinário.*

### QUEM VOCÊ É

O Mago tem a habilidade de ver o que os outros não veem e transformar perspectivas. Sua presença parece quase mágica — as pessoas saem de uma conversa com você sentindo que algo fundamental mudou. Você não apenas resolve problemas; você transforma realidades.

### DESEJO CENTRAL

Fazer seus sonhos e os dos outros se realizarem.

### MAIOR MEDO

Ter consequências não-intencionais negativas.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Iluminação dramática e criativa, enquadramentos que criem profundidade e mistério. Poses que transmitam visão e transformação. Elementos visuais que sugiram processo de mudança são muito poderosos.

**Transformação**

**Visão**

**Mistério**

**Inovação**

**Possibilidade**

MARCAS DE REFERÊNCIA

Disney · Apple · Dyson

# 07

## O Cara Comum

*Pertencimento, acessibilidade e conexão real.*

### QUEM VOCÊ É

O Cara Comum tem o dom de fazer qualquer pessoa se sentir bem-vinda e igual. Sua imagem deve comunicar acessibilidade, calor humano e autenticidade sem pedantismo. As pessoas confiam em você porque você é genuíno — sem filtros, sem performance.

### DESEJO CENTRAL

Conectar-se com os outros e ser aceito(a).

### MAIOR MEDO

Se destacar demais ou ser excluído(a).

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Ambientes cotidianos, expressões descontraídas e roupas que não criam barreiras. Evite produções excessivamente elaboradas — elas criam distância. Luz natural ou artificial suave e composições abertas funcionam muito bem.

**Pertencimento**

**Acessibilidade**

**Empatia**

**Simplicidade**

**Conexão**

MARCAS DE REFERÊNCIA

IKEA · eBay · Levi's

## 08

# O Amante

*Conexão profunda, beleza e experiência sensorial.*

### QUEM VOCÊ É

O Amante vive para criar relações significativas e experiências que elevem os sentidos. Sua imagem deve comunicar sensibilidade, presença plena e a capacidade de fazer as pessoas se sentirem especiais. Você não vende produtos — você vende como as pessoas vão se sentir.

### DESEJO CENTRAL

Criar relações significativas e intensas.

### MAIOR MEDO

Ser rejeitado(a) ou estar sozinho(a).

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Iluminação suave e envolvente, paletas quentes e texturas ricas. Expressões de conexão genuína e poses que transmitam presença e escuta. Detalhes que remetam à sensorialidade e ao cuidado com cada elemento.

Paixão

Beleza

Sensibilidade

Intimidade

Desejo

MARCAS DE REFERÊNCIA

Chanel · Häagen-Dazs · Victoria's Secret

**09**

## O Bobo da Corte

*Leveza, humor e sabedoria pela alegria.*

### QUEM VOCÊ É

O Bobo da Corte tem o poder de descompressão — de fazer as pessoas rirem de si mesmas e do mundo. Sua imagem deve comunicar espontaneidade, humor inteligente e a coragem de não se levar tão a sério. Leveza é sua forma de sabedoria.

### DESEJO CENTRAL

Viver o momento e trazer alegria ao mundo.

### MAIOR MEDO

Ser entediante ou chato(a).

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Momentos descontraídos, expressões genuínas de alegria e enquadramentos dinâmicos. Evite rigidez e formalidade. Cores vivas, composições inesperadas e cenários que convidem ao sorriso são seus aliados.

**Alegria****Espontaneidade****Humor****Leveza****Energia****MARCAS DE REFERÊNCIA**

Old Spice · Skittles · Ben &amp; Jerry's

# 10

## O Cuidador

*Proteção, acolhimento e o outro em primeiro lugar.*

### QUEM VOCÊ É

O Cuidador é a âncora emocional que as pessoas procuram. Seu diferencial é a capacidade de fazer qualquer pessoa se sentir vista, ouvida e cuidada. Sua imagem deve transmitir calor, segurança e presença genuína — você é onde as pessoas encontram conforto.

### DESEJO CENTRAL

Proteger e cuidar das pessoas ao seu redor.

### MAIOR MEDO

Egoísmo ou ingratidão dos outros.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Expressões abertas, postura acolhedora e ambientes que transmitam conforto. Iluminação suave e tons quentes. Composições que mostrem conexão com o outro são muito mais poderosas do que poses individuais formais.

Cuidado

Proteção

Empatia

Generosidade

Presença

MARCAS DE REFERÊNCIA

Pampers · Volvo · Cruz Vermelha

# 11

## O Criador

*Originalidade, imaginação e visão única.*

### QUEM VOCÊ É

O Criador não segue tendências — ele as cria. Sua imagem deve ter personalidade, textura e autenticidade, mostrando alguém que pensa fora da caixa. A imperfeição intencional é mais poderosa que a perfeição genérica. Seu processo criativo é parte da sua marca.

### DESEJO CENTRAL

Criar algo com valor e significado duradouros.

### MAIOR MEDO

Ter uma visão medíocre ou não ser original.

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Ângulos inusitados, expressões genuínas e cenários ligados ao seu processo criativo. Cores e texturas que fujam do convencional. Seu espaço de trabalho conta muito sobre quem você é — use-o como cenário.

**Originalidade**

**Criatividade**

**Imaginação**

**Inovação**

**Expressão**

MARCAS DE REFERÊNCIA

Lego · Adobe · Dyson

# 12

## O Governante

*Autoridade, estrutura e visão de longo prazo.*

### QUEM VOCÊ É

O Governante define o padrão que os outros seguem. Sua presença é magnética e sua imagem deve transmitir poder com elegância. Cada decisão sua tem peso — e as pessoas sabem disso. Você não apenas lidera; você constrói estruturas que duram gerações.

### DESEJO CENTRAL

Criar ordem, prosperidade e legado.

### MAIOR MEDO

Caos, perda de controle ou ser deposto(a).

### SUA SESSÃO FOTOGRÁFICA IDEAL

Poses de poder, olhares diretos e composições simétricas que transmitam ordem. Paleta sóbria, trajes impecáveis e iluminação que crie profundidade e autoridade. Cada detalhe visual deve reforçar que você é quem define as regras.

**Poder**

**Autoridade**

**Legado**

**Estrutura**

**Elegância**

MARCAS DE REFERÊNCIA

Rolex · Mercedes-Benz · Microsoft

## Você descobriu seu arquétipo.

---

Conhecer o seu arquétipo é apenas o começo. O verdadeiro poder está em traduzir essa identidade em imagens que trabalham por você — em cada foto de perfil, cada sessão corporativa, cada conteúdo que você compartilha.

O Método Frois une arquétipos, dinâmicas de autoconhecimento e fotografia profissional para criar uma presença visual autêntica, estratégica e inesquecível.

**01**

### Faça o quiz completo

Descubra seu arquétipo dominante com precisão em [macfrois.com.br](http://macfrois.com.br). O quiz aprofunda o que você leu aqui e revela nuances do seu perfil que a leitura linear não captura.

**02**

### Agende uma conversa gratuita

Uma sessão de descoberta de 30 minutos para entender seu perfil, seus objetivos e o que a fotografia pode fazer pela sua marca pessoal ou corporativa.

**03**

### Sua sessão com o Método Frois

Fotografia corporativa e retrato alinhados à sua identidade real — uma experiência criada especificamente para o seu arquétipo, do planejamento à entrega.

Pronto para construir sua imagem com intenção?

[www.macfrois.com.br](http://www.macfrois.com.br)

@froisretratista · Studio Frois — Estreito, Florianópolis