

DOCUMENTO INTERNO DE MARCA



Histórias Assinatura

— Resumo · V1 · SET 2026 · Soulstory para Elements

O que a marca **viveu** e nunca contou.

História assinatura é narrativa real que carrega uma mensagem estratégica e vira ativo permanente, não peça de campanha. O documento garimpa dez anos da casa e entrega um banco pronto para uso.

10

HISTÓRIAS ESCRITAS

Cinco líderes e cinco ativas, com semente, versões e roteiro.

13

SEMENTES EM ESPERA

Prontas para fala, legenda e abertura de reunião.

6

FORA DA RUA

Histórias reais que não vão ao ar, com o motivo declarado.

AS QUATRO MENSAGENS ESTRATÉGICAS

Toda história do banco serve a um eixo.

A

VISÃO DE MARCA

A transformação vem do ambiente e da cena, não do discurso.

B

ORGANIZAÇÃO E VALORES

Quem entrega antes de ser pago acumula um crédito que dinheiro não compra.

C

RELAÇÃO COM O CLIENTE

Comprar da Elements nunca foi receber um objeto. Foi entrar em alguma coisa.

D

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

A curva de impacto anda ao lado da curva de faturamento, ou o bilhão não significa nada.

MENSAGEM MESTRA

A marca não pede coragem. Constrói a condição.

O filtro de pauta. Conteúdo que não serve a nenhum eixo é tático, e se resolve com as regras de copy, não com este banco.

Muitas histórias primeiro. A peneira depois.

24 CANDIDATAS

Dez tipos de herói varridos antes de qualquer filtro. Vinte têm Rafael ou Bruna como herói, e o conjunto precisa migrar para funcionário, programa e cliente.

QUATRO NOTAS, DE 0 A 10

Intrigante, autêntica, envolvente e mensagem estratégica. A nota é instrumento de conversa, não veredito.

A REGRA DE CORTE

Qualquer dimensão abaixo de 6 reprova. Nenhuma em 9 ou 10 é história correta e esquecível, e correta e esquecível não é ativo.

A ZONA VERMELHA

Seis histórias reais que não vão à rua.

O crivo do insumo no P&D	Corrigir a operação e reavaliar.
Terapias, frequência e o livro	Aposentar para uso de marca.
A máfia em Portugal	Aposentar.
O táxi aos dezessete anos	Só a versão da mureta, com parecer jurídico.
Vocabulário interno	Uso interno permanente, nunca peça.
Dutra Flow	Espera. É nota de arqueologia, não história.

Cinco histórias carregam o conjunto sozinhas.

História	Eixo	A semente, a história em uma linha
A cadeira de plástico	A	Ninguém mandou ele estudar. Ele passou o verão olhando o tio ler.
Deixa essa comigo	B	O contêiner foi recusado. Quinze minutos depois, estava vendido ao vizinho.
O pergaminho que faltou	C	Faltou o pergaminho na caixa. O cliente ligou cobrando o papel.
Em quanto tempo eu tenho de vida	D e A	O inimigo da marca cobrou a conta dentro de casa antes de virar bandeira. Só em vídeo, palco, imprensa, manifesto e recrutamento.
A cadeira, o computador e a mesa	D	O melhor aluno ganhou uma estação de trabalho. Os donos foram entregar.

Recebem o recurso. Vídeo produzido, assessoria e palco. Se o orçamento cair pela metade, estas cinco ficam intactas.

A semente. A história em seis a doze palavras. Se o enredo não sobrevive nesse tamanho, está frouxo.

Cinco histórias que dão profundidade à série.

História	Eixo	A semente, a história em uma linha
O Argen toca a campainha	C e B	O porteiro teve que abrir o portão para um herói de capa.
Beleza Fih	B	Oito anos ensinando de graça. Dez segundos para o sim.
Não me decepciona	B	No microfone, o chefe detonou todo mundo. Menos a que escutava.
Dez e quatro	A e D	Duas vezes por dia, cem pessoas param de trabalhar para respirar.
O canivete	B	Sempre vai ser um canivete. E é para ser assim mesmo. Uso interno.

O ELO DA FAMÍLIA

Toda história tem um objeto no centro da cena, e o objeto nunca é o herói: a cadeira de plástico, o pergaminho, o microfone, o canivete. Produto é prova, nunca diferencial.

O CONJUNTO EM DOZE MESES

A cada rodada muda o herói, não a trama.

MÊS 01 · A A cadeira de plástico	MÊS 02 · C O pergaminho que faltou	MÊS 03 · B Deixa essa comigo	MÊS 04 · D A cadeira, o computador e a mesa	MÊS 05 · A Dez e quatro	MÊS 06 · C O Argen toca a campainha
MÊS 07 · B Beleza Fih	MÊS 08 · D Em quanto tempo eu tenho de vida	MÊS 09 · B Não me decepçiona	MÊS 10 · C Primeira história de cliente	MÊS 11 · C Segunda história de cliente	MÊS 12 · B O canivete, uso interno

A VIRADA

Nos meses 10 e 11, o herói deixa de ser a marca e passa a ser quem compra. É a virada que o conjunto inteiro existe para preparar.

Gatilhos de sobrevida trazem a história de volta sem recontá-la: a cadeira de plástico exposta sem legenda, o capacete do Argen na parede, o canivete entregue no Monthly.

O QUE AINDA FALTA

Nenhuma história vai ao ar com lacuna aberta.

O BURACO MAIS CARO

Não existe uma história de cliente com nome, cena e desfecho.

Existem frases soltas e dado. Resolve-se indo a campo.

O PROTOCOLO DE GARIMPO

01 Sempre no fim da entrevista, nunca antes

02 Doze minutos, cronometrados

03 Consentimento separado, assinado na hora

04 Nota de potencial de 1 a 5, no mesmo dia

A regra de condução: sempre pedir cena. Sem cena, só resumo.

AS LACUNAS, POR NATUREZA

NÚMEROS

Valores que aparecem diferentes em duas fontes.

DATAS E IDADES

Anos e idades que as fontes contam de jeitos distintos.

AUTORIZAÇÕES

Terceiros nomeados, em todas as fichas.

ATIVOS FÍSICOS

Objetos, arquivos e fotos a localizar.

VOCABULÁRIO

O ritual das dez e das dezesseis ainda não tem nome.

Cada natureza tem um responsável diferente.

Obrigado.

Realize no seu flow.