

os 12 ARQUÉTIPOS

POR VALESKA BRUZZI



O CUIDADOR



O CUIDADOR



O Cuidador é um altruísta, movido pela paixão de ajudar os outros. A preocupação do cuidador é cuidar, proteger, nutrir, observar, educar, ajudar a desenvolver a autoestima, é garantir o acolhimento, é garantir a inclusão, saciar as demandas e as necessidades, é não deixar as pessoas se sentirem desconfortáveis. O cuidador quer sempre criar um ambiente de proteção.

É um arquétipo muito bonito, porém é necessário ter um certo cuidado para não virar um mártir, uma vítima. Quem tem muito forte esse aspecto dentro de si, vai sempre dar muito mais do que foi pedido, muito mais do que os outros darão.

As marcas usam este arquétipo quando querem passar a sensação de estarem cuidando das famílias dos outros, que usam no branding esse componente familiar.

A luz desse arquétipo é o prazer em cuidar, o prazer em ver o outro satisfeito, o prazer em ver o outro bem nutrido, bem cuidado.

Considerando o mundo que a gente vive, com as relações menos profundas, mais superficiais, mais comerciais, é bacana quando você encontra um profissional que vai além do cuidado, que realmente está preocupado com o bem-estar, preocupado em cuidar como ser humano, que se preocupa genuinamente, que está interessado na segurança e na felicidade do cliente.

Se você é uma pessoa que tem dentro de si esse desejo de cuidar, de se importar, de se preocupar, esse arquétipo é para você.



O cuidar está muito próximo da nossa percepção de ser mulher também.

A nossa cultura nos leva a criar o nosso modelo feminino, a identificar nossa feminilidade por meio do cuidado. A gente tende a transformar as nossas relações em relações de afeto e que são mediadas quase que por meio da maternidade.



Para que o arquétipo do cuidador possa verdadeiramente fazer parte da sua marca, ele precisa ser vivido,

não como um personagem, mas ser realmente levado a sério, trazendo o clima de maternidade para o seu dia-a-dia, para a maneira como você trata os seus funcionários, para a maneira como você conversa no WhatsApp, buscando tratar seus clientes quase que como filhos. Você manda mensagem preocupada com o cliente que desapareceu? Pergunta se ele está bem e precisando de alguma coisa? Promove uma recepção calorosa, serve bem e ouve o seu cliente? O cuidador não é simplesmente a mãe, mas está muito neste acolhimento que vem do feminino.



Para trazer este arquétipo como símbolo da sua marca e fazer com que as pessoas se sintam acolhidas como filhos,

precisa observar toda sua comunicação, a maneira como você se porta e a maneira como você se veste. Usar cabelos mais longos e ondulados, unhas em tons mais claros, evitar decotes, ter um tom de voz mais carinhoso ao falar, roupas com cores mais leves, com tons rosados, vestidos, saias, babados. Maquiagem delicada. No ambiente, use muitas flores, traga um tom de pureza. Abuse de tudo que leva ao feminino e maternal.



O maior desejo do cuidador é ajudar, ser útil, fazer com que a vida das pessoas seja mais simples, feliz e segura.

É válido você contar suas experiências pessoais para construir um maior relacionamento com o cliente. Isso tem a ver com o nosso processo de aprendizado, por meio do exemplo. Se você puder ser útil para as pessoas com base nas suas histórias de vida, use isso também para orientar e ajudar, sempre com muito carinho e ternura. Seja mãe para os seus clientes.



Desejo básico: proteger o mundo do mal;

Meta: ajudar os outros;

Maior medo: egoísmo, ingratidão;

Estratégia: fazer coisas pelos outros;

Armadilha: automartírio;

Sombra: a culpa;

Dom: compaixão, generosidade.

Esse arquétipo pode ser usado em todos os nichos.

Exemplos: Porto Seguro, Amazon, Nestlé.



