

os 12 ARQUÉTIPOS

POR VALESKA BRUZZI



O HERÓI

O HERÓI



O herói tem a característica de querer ser o primeiro, o campeão, tem o desejo, a loucura de vencer, de estar certo, de ter razão. Por isso, é necessário fazer um autoexame aprofundado para investigar de onde vem essa vontade de vencer, que desejos que quer satisfazer, se são desejos próprios ou desejos de terceiros, por qual motivo quer vencer, para onde está indo, pois essas vontades podem ser construtivas ou destruidoras.

O arquétipo do herói é ligado ao fogo, ele não leva desaforo para casa, não foge de briga, quer ter razão em tudo, não consegue simplesmente ignorar uma mensagem de um hater. O herói tem muita energia, é quase como um trem desgovernado e se você não souber para onde está indo e aonde quer chegar, pode virar de fato um trem desgovernado. O herói tem dificuldade de analisar a situação, de entender, de medir as atitudes.

Quando você tem uma marca muito forte, um trabalho de branding bem estruturado e o arquétipo faz parte de verdade da sua organização, ele precisa estar presente nas relações de trabalho, na estrutura da organização, na maneira como os processos dentro da empresa são criados, nos tipos de diálogos, nas decisões.

O arquétipo de herói surge muito em situações de dificuldade. Cada vez que nos deparamos com grandes dificuldades na vida, somos chamadas a entrar em contato com a parte do herói que existe em nós para resolvermos os problemas, buscarmos soluções e sermos transformadas. O problema é quando você acha que tem que performar esse arquétipo para sempre e deixa de entrar em contato com os outros arquétipos e cumprir outros papéis na vida. Não é porque você tem muito forte o papel de herói que não possa viver outros arquétipos. Entenda que não vivemos

um personagem. A ideia é ser mais uma ferramenta de autoconhecimento que vai ajudar a potencializar as suas características, não só como pessoa, mas também como profissional, que vai te ajudar a colocar para fora o que você tem de melhor e liderar a sua equipe com base naquilo que você é. A ideia é buscar dentro de você quais são os elementos que fazem com que quando você entre em contato e performe esse arquétipo, você saia fortalecida.

O arquétipo do herói tem uma dimensão masculina muito forte. No geral, as roupas que buscam reforçar características masculinas tendem a ampliar os ombros, ignorar um pouco a cintura, tem linhas retas, cores mais sóbrias, tons mais escuros, fechados e frios. Existem determinados elementos, que juntos a estes detalhes mais masculinos, acabam nos ajudando a revelar muito mais a energia do herói.



Maneiras de trazer o arquétipo do herói para sua imagem pessoal:

Camisa de botão, peça de alfaiataria, blazer, terninho, cabelo com linhas mais retas, cabelos mais curtos, roupas lisas, sem estampa, tecidos mais planos, mangas bufantes.



Referências do arquétipo do herói para o ambiente de trabalho:

Mostre suas vitórias, suas conquistas, elementos que tragam dinamismo, vontade de crescer, de se movimentar, de expandir, elementos que te lembrem de onde você é, de onde você veio, para onde você vai, diplomas, fotos, mapa dos sonhos, suas medalhas, troféus.



Tenha sempre em mente aonde você quer chegar e quais os seus objetivos. Isso precisa estar sempre muito claro para você. Pergunte-se: Por que você está desesperada para alcançar esta conquista? Por que você quer tanto? Será que é um desejo seu? Ou acha que é para agradar outra pessoa? Por isso, a importância do autoexame, pois a vontade de vencer, às vezes ultrapassa o bom senso, o autocuidado e abre-se mão da energia, da saúde, só pelo prazer de falar que ganhou, que conseguiu.

CARACTERÍSTICAS GERAIS DO ARQUÉTIPO DO HERÓI.



O arquétipo do herói é interessante quando seu **produto/serviço**: ajuda as pessoas a performar mais; lida com um importante problema social; tem um oponente específico.

Aspecto guerreiro: guerra contra as drogas, guerra contra a pobreza, etc. Quando está ativo nos indivíduos, eles podem ser ambiciosos e buscarem desafios. Nos ajuda a desenvolver a energia, a disciplina, o foco e a determinação.

Desejo básico: provar o próprio valor por meio de uma ação corajosa e difícil;

Meta: exercer a maestria de modo a melhorar o mundo;

Maior medo: fraqueza, vulnerabilidade;

Estratégia: tornar-se tão forte e competente quanto lhe for possível ser;

Armadilha: arrogância;

Sombra: necessidade obsessiva de vencer;

Dom: competência e coragem;

Exemplos: Nike (Just do it – quebre as regras, seja o melhor), FedEx (confie em mim, eu garanto). Hummer, Tag Heuer, Olimpíadas, Cruz Vermelha.



Obs: Não deixe de assistir a aula introdutória.



Indicação de livro: CAMPBELL, Joseph. Jornada do Herói: Vida e obra. 1ª edição. SP: Ágora, 2004.