OS 12 ARQUÉTIPOS

POR VALESKA BRUZZI

INTRODUÇÃO

O nosso cliente não quer, necessariamente, o conteúdo mais profundo, o conteúdo mais atualizado, o conteúdo mais denso. Os nossos clientes esperam soluções. A solução que quero trazer para o seu negócio, com este curso, é que identifique dentro de você quais são os arquétipos que você quer trazer para a superfície, que ressoam dentro de sua história particular, pois todos temos os arquétipos dentro de nós.

De acordo com Sigmund Freud, pai da psicanálise, nossa mente se divide em **consciente** e **inconsciente.**

Consciente: é onde estão as informações que o indivíduo percebe na realidade.

Inconsciente: é algo que fica escondido e se manifesta, sem sabermos, nos comportamentos. É nele que estão as nossas pulsões de vida e morte, nossas lembranças, nossos medos reprimidos, nossos desejos, nossos recalques e a formação da nossa personalidade.

Enquanto Freud acreditava que nosso inconsciente era formado por situações que não admitimos para nós mesmos olharmos, ou seja, tudo aquilo que ficou recalcado, traumas, desejos que não são aceitos nem pelo indivíduo e nem pela sociedade, Carl Gustav Jung quando começa a ter contato com outros pensamentos, ampliou o conceito de inconsciente, desenvolvendo a Psicologia Analítica, em que existe não só o inconsciente pessoal, mas também o inconsciente coletivo.

Jung começa a perceber que pessoas de lugares, épocas e tribos diferentes, compartilham dentro do inconsciente coletivo algumas imagens em comum. Daí surgiu a ideia dos arquétipos.

Jung também fala de Anima e Animus. Anima é o arquétipo que constitui o lado feminino da psique masculina e Animus é o arquétipo que compõe o lado masculino da psique feminina, ou seja, toda pessoa, independente da sexualidade, possui qualidades que pertencem ao sexo oposto, tanto no sentido biológico, como também no sentido psicológico.

A depender da forma que a gente vive e da maneira como fomos ensinados e sociabilizados, podemos trazer o arquétipo para a superfície ou não. As experiências que você vive na vida não são determinantes, mas tudo aquilo que você vive te levará para um caminho que te fará tomar decisões e manifestar um arquétipo ou outro. Ainda que você não saiba nomear, você consegue identificar características de determinado arquétipo nas pessoas.

Os arquétipos têm tudo a ver com marketing. Se o marketing é uma ferramenta de divulgação, de ampliação de conhecimento, de ampliação de público, de atração de clientes, por que não se utilizar de maneira consciente daquilo que as pessoas já estão identificando e lendo o tempo inteiro? Por que não se apropriar da linguagem dos arquétipos para emergir as características que a gente quer que o cliente bata o olho e veja na gente?

Quando seu inconsciente não te mostra as coisas é porque você não está pronta para ver. Seu inconsciente sempre busca te proteger. Como o inconsciente mostra as coisas? Freud fala que existem três maneiras de acessar o nosso inconsciente: por meio dos nossos sonhos, por meio da hipnose e por livre associação (terapia). Jung também faz uma interpretação de sonhos, mas ele busca também as matrizes arquetípicas para acessar o inconsciente.

Quando você tem consciência de quem você é e das experiências que você já viveu, você fica mais alerta e mais atenta para de que maneira você pode se posicionar na sua vida pessoal, afetiva e nos negócios também.

Existem inúmeros arquétipos, porém são 12 que encontramos com maior frequência. O arquétipo quando é trazido para a superfície de maneira consciente e sólida, pensando no longo prazo, pensando como empresária, precisa estar presente na sua relação com os seus funcionários, na relação com seus clientes, na maneira como você se coloca, na maneira como você se posiciona frente a conflitos.

Encontrar o seu arquétipo não significa que sua vida estará resolvida, inclusive, talvez os seus problemas só comecem. Cada arquétipo tem a sua luz e a sua sombra. Luz e sombra também é um conceito Junguiano. A nossa sombra é tudo aquilo que a gente sabe que tem de mesquinho, de ruim, de podre, de lodo dentro da gente e a gente não quer entrar em contato. Mas, só amadurecemos a nossa personalidade quando entramos em contato com a sombra. E quando você entra em contato com a sua sombra você tem a chance de se examinar.

Não há problema ser quem você é. Eu quero que esse curso promova uma revolução interna aí dentro, de modo que você reconheça o seus pontos fracos e aprenda a lidar com eles e não a combater. Perdemos muita energia e tempo tentando lutar contra o que a gente é. E quando sabemos quem somos, a nossa potência aumenta, pois conseguimos jogar luz para nossa sombra.

Não olhe os arquétipos apenas como um trampolim para se promover, eles são ótimos para isso também, mas você verá como é potente quando você consegue alinhar a sua comunicação pessoal, sua postura e a sua entonação de voz ao seu arquétipo. Isso vai trazer um poder imenso de leitura das pessoas, uma capacidade de análise do outro, de análise dos seus clientes, de análise da persona e a análise de si mesmo.

Que esse seja um espaço para você fazer um autoexame, não ver a fraqueza como algo que você queira manter debaixo do tapete, mas entender as suas sombras também como espaço de crescimento.

Não existe uma imagem arquetípica, a maneira como uma pessoa pode colocar para fora um determinado arquétipo é totalmente diferente de outra. Se permita olhar o arquétipo não só como uma estratégia de posicionamento de imagem, visual e geral da sua marca, mas também como uma ferramenta de transformação pessoal e aprofundamento do seu processo de amadurecimento e da sua personalidade.

Livros indicados:

ESTÉS, Clarissa Pinkola. **Mulheres que correm com os lobos.** RJ: Rocco, 1994.

FREUD, Sigmund. **Totem e Tabu.** In: FREUD, S. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. RJ: Imago, 1990.

GUTMAN, Laura. **O Poder do Discurso Materno.** Introdução à Metodologia de Construção da Biografia Humana. SP: Ágora, 2013.

MARK, Margareth; PEARSON, Carol S. **O Herói e o fora da lei.** Como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. SP: Cultrix, 2012.

Série: Bates Motel.

Entrevista Carl Gustav Jung:
https://www.youtube.com/watch?v=c6VpU5FfqT0

OS 12
ARQUÉTIPOS
POR VALESKA BRUZZI