

# El arquetipo del Héroe, ¡déjame que te rescate!

---

 [socialmediapymes.com/arquetipo-del-heroe](https://socialmediapymes.com/arquetipo-del-heroe)



El triunfo del coraje sobre la adversidad es la cualidad definitoria del arquetipo del Héroe. En busca de la satisfacción personal, el Héroe posee la tenacidad necesaria para lograr sus objetivos, con la actitud de no rendirse nunca.

Todos hemos nos hemos sentido inspirados por un héroe en algún momento de nuestra vida, porque ¿qué sería de nosotros sin ellos?

*Este artículo forma parte de una serie de 12 entradas relacionadas con los arquetipos que permiten construir marcas que atraigan a consumidores, utilizando técnicas de storytelling. Puedes encontrar una introducción al tema en el artículo **Personalidad de marca y arquetipos**.*

## Las características del arquetipo del Héroe

---

El arquetipo del Héroe comienza y termina con el reto, motivado siempre por proteger e inspirar a otros.

Se encuentre en el ambiente que se encuentre, el Héroe siente la necesidad de dejar su huella en el mundo, a menudo a costa de un gran sacrificio.

Es fácil pensar en los rasgos caricaturescos de los héroes representados en los cómics de nuestra infancia, pero sus valores están muy presentes en muchas personas de carne y hueso, lo que irremediablemente significa que también muchas marcas adoptan este papel para reflejar su personalidad.

El arquetipo del Héroe en acción

Sus profundos valores hacen del Héroe el favorito de **organizaciones filantrópicas** o empresas con responsabilidad social corporativa. Además, con frecuencia, el Héroe se asocia con facilidad a **marcas deportivas** e incluso a las **fuerzas de seguridad** o empresas de este sector.

En este arquetipo las marcas encuentran características muy valoradas por los clientes, como el servicio a los demás, además de la disciplina y la fuerza que se le suponen a un héroe auténtico.

¿Cómo representar desde el punto de **vista visual** esta identidad?

Las marcas que se apoyan en el arquetipo de Héroe normalmente utilizan imágenes poderosas con colores fuertes, que transmitan todo ese poder y energía.

Se suelen inspirar para ello en elementos de la naturaleza, que representen metafóricamente los retos a los que aspira el Héroe, como altas montañas o terrenos áridos.

Si recuerdas la entrada que dediqué al **arquetipo del Creador**, las líneas visuales puras eran su terreno favorito, mientras que el Héroe se sentirá más cómodo con las texturas rugosas y trabajadas.

## El lenguaje del Héroe

---

Merece especial atención el lenguaje que utiliza el Héroe en su discurso.

Es idealista, noble, siempre evocador, con una forma de expresarse basada en el reto y la conquista.

Para crear un discurso basado en este arquetipo ten en cuenta que debes **hablar el mismo lenguaje que el Héroe**, es decir, sentir sus miedos y buscar sus sueños.

Pero también debes prestar atención no solo a la personalidad del Héroe, sino a cómo se enfrenta a la vida.

El Héroe no escurre el bulto, sino que se enfrenta con valentía a los problemas.

Cuando tu marca hable por su boca, reflexiona sobre cómo el coraje, la disciplina y la determinación del Héroe transforman el lenguaje para hacerlo único.

La cultura organizativa en las empresas basadas en este arquetipo

Las organizaciones que adoptan la cultura del Héroe están orientadas al logro de objetivos, con altos estándares en las que se requiere gran dedicación de los empleados.

En aquellas organizaciones que no cuiden de sus trabajadores, este ambiente tan competitivo puede terminar en el conocido **síndrome de burnout** o trabajador quemado.

Por el contrario, en una organización o empresa sana, los empleados pueden sentirse espoleados por una competitividad que les anime a dar lo mejor de sí mismos, en entornos de trabajo que funcionen por objetivos o logros en proyectos.

### Los niveles del arquetipo del Héroe

Como recordamos en el primer post de esta entrada, al igual que las distintas personalidades humanas, los arquetipos pueden presentarse en diversos niveles, dependiendo de la intensidad o pureza del arquetipo.

**Nivel 1:** en el primer nivel del arquetipo, el Héroe desarrolla la habilidad de superarse a sí mismo.

**Nivel 2:** el Héroe demuestra la capacidad de servir a otros, poniendo en primer plano los valores del honor y el bien común.

**Nivel 3:** el arquetipo utiliza su fuerza y coraje para mejorar el mundo. Como no podía ser de otra manera, en este nivel el Héroe debe con frecuencia asumir gran capacidad de sacrificio.

## La familia del Héroe

---

Cada arquetipo está formado por valores y atributos que ayudan a dibujar una personalidad completa y llena de matices.

De igual manera que en la personalidad de cada uno de nosotros se presentan multitud de aspectos que conforman una identidad completa y compleja, los arquetipos están formados por múltiples matices.

Así, el arquetipo del Héroe da lugar a una serie de sub arquetipos donde se destacan unas u otras características de su personalidad.

### 1/ El Héroe

---

Representa el sacrificio, el coraje, la fe y la fuerza. Vive por y para el triunfo de la adversidad, que logrará a golpe de esfuerzo. Su **debilidad** es perder la humildad que le caracteriza para otorgarse demasiada importancia.

### 2/ El Guerrero

---

En una sola palabra: **sin miedo**. Su gran sentido del honor va de la mano de grandes dosis de valentía.

Añade además una imparable capacidad técnica, y el Guerrero se convierte en fuerte y estratégico.

¿Su talón de Aquiles? Querer lograr la victoria a toda costa, perdiendo de vista los valores que le hacen humano, como la empatía o el servicio a los demás.

### 3/ El Atleta

---

Sabemos que la fuerza de titanes como Indurain o Rafa Nadal parte sobre todo de su mente, lo que les permite ser disciplinados y estar centrados las 24 horas del día.

Su deseo de ser mejor, más fuerte y más rápido es natural en este sub arquetipo, pero debe tener cuidado de no utilizar ese poder mental para aislarse de sus objetivos o perder la perspectiva.

### 4/ El Salvador

---

Representa el sub arquetipo más orientado a los demás de toda la familia del Héroe. De gran intuición y rápidos reflejos, el Salvador es la cara amable en las peores circunstancias.

Por eso lo verás como el protagonista de muchas marcas de seguridad personal o gubernamental, donde se resalta su vocación de servicio.

¿Sus amenazas? Olvidarse de que no trabaja por sus logros sino por los demás y caer en la tentación de salvar a alguien solo para demostrar su capacidad.

### 5/ El libertador

---

Campeón de los derechos humanos, la justicia y la igualdad, el Libertador es el defensor de aquellos que no tienen voz para defenderse de injusticias o abusos.

Posee grandes convicciones, y un alma resoluta, capaz de juzgar en décimas de segundo una situación como justa o injusta y actuar en consecuencia.

Su tentación es la de dejar el que fin justifique los medios, perdiendo de vista que incluso cuando estamos hablando de los más débiles, hay principios y barreras morales que no se deben derribar.

## Ejemplos del arquetipo del Héroe, Nike

---

No podía hablar de una marca que encarne los valores del Héroe sin poner de relieve el gran trabajo de esta marca.

Enmarcada bajo el sub arquetipo del Atleta, **Nike nos enfrenta a nuestros propios miedos**, no solo representando estos valores a las mil maravillas sino también haciendo de cada uno de nosotros un Héroe en zapatillas.

Me detengo por unos instantes en este aspecto, aparentemente vanal de la marca de ropa deportiva.

Hay muchas marcas ahí fuera que se apropian de terrenos creativos. Las hay creativas, fuertes, libertarias y corrientes.

Todas ellas representan aspectos de la personalidad humana para atraer nuevos consumidores.

Nike va más allá. No solo toma los **valores del Atleta** para conectar con nuevos consumidores de la marca, sino que reta a sus clientes, empujándolos cada día a derribar sus límites.

Me gustaría destacar una campaña que consiguió materializar este aspecto. Si recuerdas el anuncio que puedes ver debajo de estas líneas, la marca se esforzó por crear una potente comunidad conectada bajo un reto: **hombres vs. mujeres.**

Incluso yo, que solo corro en las rebajas (con un poco de suerte), me calcé unas zapatillas y di un par de vueltas a la manzana con el objetivo de apoyar a mi pabellón, aunque fuera de forma simbólica. ?

Pues bien, unos años más tarde y conscientes de que cada vez es más difícil emocionar a las masas digitalmente, la marca, una vez más, **nos reta a desvirtualizarnos.**

Cruz Roja Internacional, allí donde se necesita

Otra de las marcas que mejor ha sabido interpretar los valores del arquetipo del Héroe es **Cruz Roja Internacional.**

Evidentemente, toma el **sub arquetipo del Salvador** como base para desarrollar el **storytelling de su marca.**

Su labor desde su fundación en 1863 ha sido la de prestar ayuda humanitaria a las personas afectadas por los conflictos y la violencia armada, promoviendo leyes que protejan a las víctimas de la guerra.