

# JORNADA DO USUARIO

## A Distancia

O que ele sente. O que fazemos. Em cada momento. Do piloto automatico a transformacao - uma noite, onze momentos, uma marca que aparece uma unica vez.

### UMA NOITE

Toda a experiencia acontece no intervalo de uma unica aula.

### CINCO ESTACOES

A pessoa se move fisicamente pela narrativa dentro da sala.

### UMA REVELACAO

A marca aparece uma vez. Na saida. Como conclusao emocional.

# EMBRAER

CHALLENGE. CREATE. OUTPERFORM.

# PILOTO AUTOMATICO

Neutro. Cansado. E mais um intervalo depois de mais uma aula. Celular na mao. Pensando em comida. Nenhuma expectativa. Nenhum estado emocional ativado.

TENSAO EMOCIONAL



Zero - ponto de partida

## ESTADOS DO ALUNO

- Celular na mao
- Pensando na proxima aula
- Nenhuma expectativa
- Piloto automatico ativo



## NOSSA OPORTUNIDADE

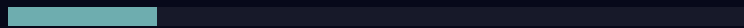
A inércia e o adversario. Nao competimos com o celular - interrompemos o piloto automatico com um elemento fisico antes que ele pense em abrir a tela.

# 0

## Envelope

Surpresa leve. Estranhamento. O que é isso? A curiosidade é automática - objeto fora de lugar ativa atenção imediata. Não é possível ignorar um envelope embaixo da própria cadeira.

TENSÃO EMOCIONAL



**BAIXA - curiosidade sem comprometimento**

ESTRATÉGICO

Criar o primeiro ponto de contato sem pedir nada. O aluno não foi abordado nem convidado. Ele encontrou. Encontrar tem peso diferente de receber.

ACAO

5 minutos antes do intervalo: envelope branco fechado colocado embaixo de cada cadeira. Sem remetente. Sem nome. Sem marca. A decisão de abrir e dele.

# 01

*"Sem remetente. Sem data. Sem empresa."*

# A

## Carta

Confusao inicial - quem escreveu isso? - que vira identificacao emocional. As frases falam de duvida, de medo, de decisao. A ultima linha cria um gancho que so se resolve na sala.

TENSAO EMOCIONAL



**MEDIA - identificacao + curiosidade ativa**

### ESTRATEGICO

A carta faz dois trabalhos simultaneos: ativa o territorio emocional da experiencia e cria um gancho narrativo que so se resolve dentro da sala. Incompleta sem ela.

### ACAO

Carta unica em papel kraft. Sem logo. Sem marca. Baseada nas historias reais de Ozires Silva, Michel Cury e Satoshi Yokota - adaptadas para nao revelar quem sao.

# 02

*"Se voce quiser saber de onde isso veio - a sala esta aberta."*

# 0

## Corredor

Duvida sobre entrar ou nao. E armadilha? E marketing? Mas a carta foi boa o suficiente para a curiosidade superar a desconfianca. A frase na parede confirma o territorio.

TENSAO EMOCIONAL



**MEDIA-ALTA - decisao ativa de entrar ou nao**

ESTRATEGICO

O corredor e a zona de conversao. O aluno esta aquecido emocionalmente. A porta entreaberta com luz azul cria atracao visual instintiva.

ACAO

Frase impressa em A4 na parede. Porta da sala entreaberta - nunca fechada, nunca escancarada. Luz azul visivel pela fresta. Se perguntado: Entra e descobre.

# 03

*"Alguem construiu algo que voce usa todo dia. Sem que voce soubesse."*

# Entrada na Sala

Desorientacao sensorial imediata. A luz mudou. O som mudou. O ambiente e outro. O corpo registra antes da mente processar. Depois: o objeto. Pequeno. Iluminado. Sozinho.

TENSAO EMOCIONAL



**ALTA - corpo ativado, mente sem contexto**

## ESTRATEGICO

Deslocar o aluno do piloto automatico para um estado de presenca real. O objeto fisico ancora a experiencia no corpo. Brand content que passa pelo corpo e lembrado de forma diferente.

## ACAO

Mesa simples a direita da entrada. Peca metalica em caixa acrilica. Luminaria pequena apontada para o objeto. Resto da sala em luz azul baixa. Nada mais - o vazio e intencional.

# 04

*"Alguem passou anos da vida construindo isso. Voce provavelmente ja usou. Sem saber."*

# Pico

## Emocional

Voz baixa, sem enfase, humana. As pausas longas - especialmente apos dez dias depois, ele morreu - criam espaco para a emocao assentar. A parede em frente esta escura. O vazio obriga a mente a criar suas proprias imagens.

TENSAO EMOCIONAL



**MUITO ALTA - pico da experiencia**

### ESTRATEGICO

Voz sem rosto, sem nome, sem contexto cria identificacao maxima. O aluno nao ouve sobre as tres pessoas - ouve sobre si mesmo no futuro. Sobre o que pode construir. Sobre o preco que pode pagar.

### ACAO

Cadeiras em fileira voltadas para parede escura. Caixa de som no centro. Audio de 2 minutos gravado por Gabriel - voz unica, tom regular, pausas longas. Som ambiente grave-industrial de fundo.

# 05

*"Dez dias depois, ele morreu. Fazendo o mesmo tipo de trabalho. Com a mesma coragem."*

# Contem- placao

Cinco fotografias em P&B na parede. Maos. So maos. Sem rostos. As primeiras sao velhas e calejadas. As ultimas sao jovens - parecidas com as dele. A frase abaixo fecha o arco sem palavras.

TENSAO EMOCIONAL

**ALTA COM ABERTURA - reflexao pessoal**

ESTRATEGICO

As fotos fazem a transicao do emocional para o pessoal. A ultima foto - maos jovens do proprio grupo - cria uma ponte silenciosa entre as historias ouvidas e a vida de quem esta ali.

ACAO

5 fotos P&B 20x28cm coladas sem moldura com espacamento respirado. Frase centralizada abaixo. Iluminacao azul geral. As fotos existem no mesmo ambiente, nao em destaque separado.

*"Toda construcao comeca com maos que ainda nao sabem o que vao construir."*

# Intimi- dade

Ler uma carta a luz de uma luminária pequena numa sala escura e um ato íntimo. Saber que alguém vai ler depois cria um pertencimento silencioso – ele faz parte de uma corrente que não conhece.

TENSAO EMOCIONAL



**MEDIA-ALTA COM INTIMIDADE - elaboracao**

ESTRATEGICO

As cartas aprofundam as histórias que a voz contou. Agora o aluno tem silêncio para ler o que antes ouviu em movimento emocional. A instrução deixe para o próximo cria comunidade.

ACAO

3 mesas no fundo. Envelope sobre cada mesa com luminária LED apontada para ele. Cadeiras disponíveis. Nada mais sobre as mesas.

07

*"Leia. Deixe para o próximo."*

# Con- fronto

O espelho e o unico momento em que a experiencia vira para ele. Nao para as historias - para ele. Ele se ve. Le a pergunta sobre a propria imagem. Nao tem resposta certa. Mas a pergunta fica.

TENSAO EMOCIONAL



**PROFUNDA E PESSOAL - confronto interno**

ESTRATEGICO

O espelho e a virada da experiencia - de contemplacao para acao. A pergunta e a mesma que as tres pessoas responderam com a vida. O aluno nao e espectador. E personagem.

ACAO

Espelho de corpo inteiro com papel vegetal sobreposto e texto impresso. Prateleira abaixo com post-its e canetas. Sem instrucao verbal. Sem facilitador pedindo participacao.

08

*"O que voce esta construindo que vai durar?"*

# A Marca

## Uma Vez

Ao sair da sala ele está num estado emocional diferente. A luz do corredor parece mais forte. E então ele vê o painel. Tudo que sentiu dentro se conecta a marca num único segundo.

TENSAO EMOCIONAL

**CATARSE - resolucao + conexao com a marca**

### ESTRATEGICO

A revelação só funciona porque a marca ficou ausente em todos os momentos anteriores. Aparecendo só na saída, depois do trabalho emocional, ela é a assinatura de uma experiência que ele viveu.

### ACAO

Painel fundo azul Embraer. Texto branco. Trail diagonal. Logo oficial no canto inferior direito. Tagline. Fixado na parede do corredor imediatamente após a porta de saída.

09

*"Você acabou de sentir o que pessoas comuns constroem o extraordinário. Feito por brasileiros. Começou numa sala de aula."*

# A Pergunta Continua

A experiencia terminou. A pergunta nao. O que voce esta construindo que vai durar? vai aparecer de novo - no onibus, antes de dormir. A Embraer vai aparecer junto. Nao como marca de aviao. Como a marca que fez ele pensar sobre a propria vida.

TENSAO EMOCIONAL



**PERMANENTE - associacao emocional criada**

ESTRATEGICO

A associacao emocional foi criada. O aluno vai associar Embraer a uma sensacao - nao a um produto, nao a um aviao. A uma noite em que ele parou, ouviu, se viu no espelho e se perguntou algo importante.

ACAO

Documentacao fotografica e em video de toda a experiencia. Post-its com respostas como evidencia de engajamento real para o pitch. Mini documentario montado a partir das imagens capturadas.

# 10

*"Publicidade termina quando o anuncio acaba. Brand content continua dentro da pessoa."*

# VOCE ACABOU DE SENTIR O QUE PESSOAS COMUNS CONSTROEM O EXTRAORDINARIO.

Feito por brasileiros.

Começou numa sala de aula.

## POR QUE FUNCIONA

- A marca ficou ausente em todos os momentos anteriores
- O aluno viveu a experiencia antes de ver a marca
- A conexao acontece num segundo - sem esforco, sem argumentacao
- Embraer nao interrompeu - ela foi a resposta de uma pergunta que ele nao sabia que fazia
- Brand content de verdade: a marca como conclusao, nao como argumento

**EMBRAER**

CHALLENGE. CREATE. OUTPERFORM.

# MAPA COMPLETO DA JORNADA

MOMENTO	ESTADO EMOCIONAL	AÇÃO	TENSÃO
<b>Estado inicial</b>	Neutro / piloto automático	Envelope embaixo da cadeira	0%
<b>O envelope</b>	Surpresa / curiosidade	Objeto fora de lugar	20%
<b>A carta</b>	Identificação / gancho	Narrativa real sem revelar	42%
<b>O corredor</b>	Decisão / hesitação	Frase na parede + porta	55%
<b>Estação 1</b>	Desorientação / presença	Objeto + luz + silêncio	68%
<b>Estação 2</b>	Pico emocional	Voz humana + pausa + escuridão	90%
<b>Estação 3</b>	Reflexão / transição	Fotografias de mãos	72%
<b>Estação 4</b>	Intimidade / pertencimento	Cartas para ler e deixar	58%
<b>Estação 5</b>	Confronto pessoal	Espelho + pergunta	95%
<b>A revelação</b>	Resolução / conexão	Marca aparece pela 1ª vez	100%
<b>Depois</b>	Transformado / questionando	A pergunta continua	Perm.

"A marca só aparece uma vez. Na saída. Como conclusão de uma experiência que a pessoa já viveu."