

PAIDEIA

UMA NOVA APRESENTAÇÃO

# É conversando que se aprende.

Marca, experiência e crescimento — uma evolução construída a partir da essência e dos primeiros relatos.

*A prática abre perguntas. O PAIDEIA abre  
espaço para o diálogo.*



# A essência permanece. A experiência evolui.

Preservar o reconhecimento, melhorar a jornada e testar o valor comercial.

01

## Preservar

Slogan oficial, marca original,  
terracota e diálogo como princípio.

02

## Aprimorar

Leitura, navegação móvel e conexão  
entre site, produto e comunicação.

03

## Comprovar

Uso recorrente, compra e renovação  
antes de ampliar investimento.

# Um espaço para aprender com as perguntas da prática.

|                                |                                                                                            |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Propósito</b>               | Ampliar o espaço de reflexão e aprendizagem contínua do profissional.                      |
| <b>Posicionamento proposto</b> | PAIDEIA: Inteligência Dialógica para conectar abordagem, reflexão e percurso profissional. |
| <b>Promessa de comunicação</b> | Um convite para investigar perspectivas e construir o próprio raciocínio.                  |
| <b>Princípio</b>               | A tecnologia apoia; o profissional conduz sua prática e suas decisões.                     |

# Uma marca. Uma conversa coerente.

## Instituto PAIDEIA

Institucional: propósito, fundamentos, formação e legitimidade da proposta. Linguagem clara e fundamentada.

## PAIDEIA · produto

Experiência: percurso de reflexão, organização e continuidade. Linguagem acolhedora, objetiva e orientada à ação.

Slogan oficial: "É conversando que se aprende". Campanha: "A prática abre perguntas". Não substituir a assinatura da marca pelo conceito temporário.

# Convidar à reflexão. Explicar com clareza.

|                   |                                                                                         |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Usar</b>       | "Explore outra perspectiva", "Retome sua reflexão", "Conheça o percurso".               |
| <b>Evitar</b>     | "A resposta certa", "Sem alucinações", "Substitui a supervisão", "Eficácia comprovada". |
| <b>Em dúvidas</b> | Apresentar os limites do produto e o próximo passo disponível.                          |
| <b>Em erros</b>   | Explicar o que aconteceu e como continuar, sem culpar a pessoa.                         |

Reconhecível desde  
o primeiro encontro.

PAIDEIA

Versões: terracota em fundo claro; porcelana em fundo escuro; carvão para uso monocromático.

Preservar o desenho original, sem condensar, inclinar, aplicar sombras ou reconstruir com uma fonte.

Área de proteção proposta: um quarto da altura da letra I ao redor. Mínimo digital sugerido: 120 px de largura; validar no contexto de uso.

# Terracota, matéria e espaço para respirar.

**Carvão**

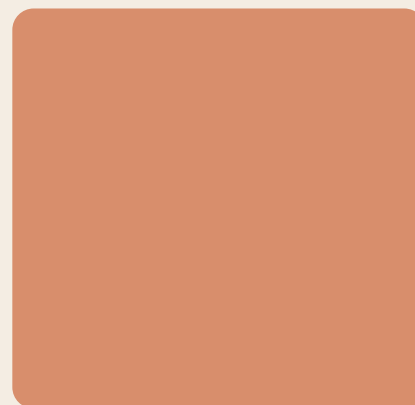
#211D1A

**Papel**

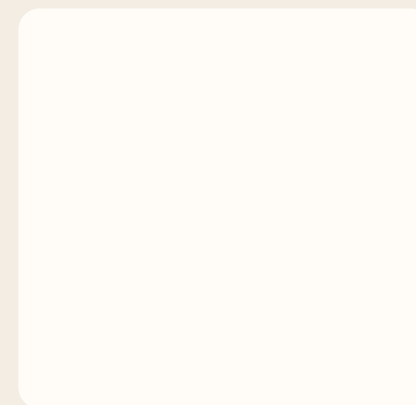
#F4EDE3

**Terracota**

#A4482E

**Cobre**

#D88E6C

**Porcelana**

#FFFCF7

Terracota para ações principais; cobre para detalhes em superfícies escuras. Evitar texto pequeno em cobre sobre papel. Estados e links precisam de sinal além da cor.

Uma voz editorial.  
Uma interface objetiva.

Lora

Títulos e frases de marca. Ritmo amplo;  
itálico como ênfase pontual.

Inter

Navegação, formulários e conteúdo.  
Hierarquia consistente e leitura confortável.

Base: 16 px de texto, entrelinha 1,5; espaçamento 4 / 8 / 12 / 16 / 24 / 32 / 48 / 64; foco visível, alvos de toque confortáveis e respeito a movimento reduzido.

# O diálogo ganha forma.

Duas formas de cerâmica em torno de um espaço comum. Uma metáfora de encontro, não de respostas automáticas.



# Continuidade entre promessa e uso.

01

## Entrada

Escolher um exemplo e entender o papel do PAIDEIA antes de informar dados.

02

## Reflexão

Percorrer perguntas contextualizadas com ações curtas e legíveis no celular.

03

## Continuidade

Retomar histórico e organizar um próximo passo de estudo.

O protótipo entregue é roteirizado. A proposta de painel preserva a estrutura real; não implementa recursos nem altera o aplicativo.

# Boa percepção. Adoção em construção.

Pesquisa exportada em 23/09/2026. Respostas de 11 a 19/08/2026.

| INDICADOR                | TOTAL · N=8 | SEM IDEALIZADORA · N=7 |
|--------------------------|-------------|------------------------|
| Reflexão sobre a prática | 9,50 / 10   | 9,43 / 10              |
| Teoria e prática         | 9,38 / 10   | 9,29 / 10              |
| Continuidade declarada   | 9,13 / 10   | 9,00 / 10              |
| NPS                      | 75          | 71,4                   |
| Assinaria agora          | 1 de 8      | 0 de 7                 |

Fonte: Respostas, linhas 2–9; excluída a linha 4 no recorte n=7. NPS: notas 9–10 menos notas 0–6. Amostra exploratória; demais vínculos com o projeto não foram verificados. Não demonstra eficácia clínica nem conversão.

# Mais experiência antes de mais aquisição.

4/7

## Querem usar mais

Provavelmente assinariam, mas gostariam de experimentar mais antes.

5/7

## Usaram 2–3 vezes

A maioria ainda teve pouco contato com o produto.

4/7

## Preço adequado

Avaliaram R\$147/mês por abordagem como adequado. Ainda não é compra.

No recorte sem a idealizadora: dois continuariam apenas gratuitamente e um depende do preço. Os dados sugerem testar acompanhamento do uso, não presumir demanda validada.

# Uma abordagem. Um piloto acompanhado.

**Entrada sugerida**

Terapeutas em atividade com abordagem definida, acesso por rede de confiança e necessidade de reflexão e organização.

**Hipótese secundária**

Psicólogos iniciantes. O recorte externo contém dois psicólogos; apenas um declara até um ano de atuação.

**Oferta a aprovar**

Acesso acompanhado com uma abordagem, demonstração inicial, limites e suporte claros. Duração e condições dependem do produto e do custo.

**Preço a unificar**

A pesquisa avalia R\$147/mês; a página comercial consultada exibia R\$97. Confirmar a oferta vigente antes de anunciar.

# Da primeira pergunta ao segundo encontro.

## Atrair

Conteúdo por abordagem e indicação de parceiros → demonstração com exemplo fictício.

## Ativar

Primeiro percurso concluído → acompanhamento consentido de dificuldades → segundo uso em outro dia.

## Converter

Oferta clara e unificada → assinatura paga ou registro do motivo de saída.

## Reter

Histórico útil → retorno ao percurso → renovação e análise do custo de servir.

Eventos agregados por canal e abordagem. Não incluir conteúdo clínico na análise de marketing. Ampliar investimento depois de observar compra, retorno e viabilidade.

# A prática abre perguntas.

Conceito de campanha subordinado ao slogan oficial. Seis telas de carrossel, dois stories, capa de vídeo e capa de apresentação.

## 01

### Reconhecer

Uma pergunta aparece entre o estudo e a prática.

## 02

### Apresentar

Um espaço para refletir e ampliar perspectivas.

## 03

### Convidar

Conheça o PAIDEIA. É conversando que se aprende.

Arquivos PNG prontos para revisão e SVG editáveis. Aprovar texto, oferta e destino antes de veiculação.

# O próximo passo se constrói em conjunto.

Uma proposta concreta para a conversa entre idealizadores, marketing e desenvolvimento.

- 01 Aprovar identidade, linguagem e slogan oficial.
- 02 Escolher abordagem e público do primeiro piloto.
- 03 Unificar preço, limites e condições comerciais.
- 04 Priorizar uso móvel, ficha e continuidade no produto.
- 05 Definir escopo, orçamento e responsabilidades.

Enoque e Amanda: marca, comunicação e jornada comercial conforme contratação. Elimárcia e Cacá: método, produto e condições. Remuneração e eventual participação serão acordadas separadamente.