



MÓDULO 4

COMUNICAÇÃO CULTURAL E DESENVOLVIMENTO DE PÚBLICOS

Descrição:

Este módulo visa capacitar profissionais do setor cultural que pretendem aprofundar os seus conhecimentos em práticas sustentáveis e em estratégias eficazes para a captação e o envolvimento de públicos. A formação baseia-se na metodologia Audience Centred Experience Design (ACED), desenvolvida pelo projeto europeu Adeste Plus, que visa ajudar as organizações culturais a tornarem-se mais sustentáveis, relevantes e inclusivas.

Objetivos:

- > Compreender os fundamentos da comunicação cultural
- > Desenvolver estratégias de captação e envolvimento de públicos
- > Aprimorar competências em comunicação segmentada e personalizada
- > Dominar estratégias digitais para divulgação e envolvimento
- > Aplicar princípios de marketing cultural sustentável
- > Implementar a metodologia Audience Centred Experience Design (ACED)

1. Comunicação Institucional:

- > Missão, Visão e Valores: Definição clara e coerente dos princípios que norteiam a organização cultural.
- > Branding e Posicionamento: Estratégias de construção e fortalecimento da identidade da marca, garantindo o alinhamento com os valores institucionais e o reconhecimento no setor cultural.

2. Estudo de Públicos e Estratégias de Captação e Envolvimento:

- > Motivações e Valores no Consumo Cultural: Compreensão dos fatores que influenciam o comportamento dos públicos na fruição das artes e cultura.
- > Barreiras ao Acesso e Fruição Cultural: Identificação e análise das barreiras que limitam o acesso à cultura e a participação ativa dos cidadãos.



MÓDULO 4

COMUNICAÇÃO CULTURAL E DESENVOLVIMENTO DE PÚBLICOS

- > Diversificação e Aprofundamento da Relação com o Público: Desenvolvimento de estratégias para ampliar e aprofundar a relação com diferentes segmentos de público, garantindo práticas mais inclusivas e participativas.
 - > Personalização da Comunicação: Transição de uma comunicação "one size fits all" para abordagens mais personalizadas e segmentadas.
 - > Storytelling: Técnicas para criar histórias e experiências imersivas que cativem e envolvam os públicos de forma significativa.
3. Estratégias de Divulgação e Envolvimento Digital:
- > Ferramentas e Plataformas: Utilização eficaz de blogs, e-mails, redes sociais, vídeos e outras plataformas digitais para promover a interação e o envolvimento do público.
 - > Search Engine Marketing (SEM): Estratégias para melhorar o posicionamento nos motores de busca (SEO) e para otimizar campanhas de publicidade digital (PPC).
 - > Mídia Display / Ad Networks: Utilização de banners e outras ferramentas de publicidade digital para maximizar a visibilidade das iniciativas culturais.
4. Marketing Cultural:
- > Conceitos Gerais de Marketing: Abordagem ao marketing tradicional (focado no produto) versus marketing relacional (centrado no consumidor e na fidelização).
 - > Marketing Mix: Análise das variáveis controláveis do marketing (os 4Ps: preço, local, produto/serviço e promoção) e sua evolução para os 4Cs (custo para o consumidor, conveniência, necessidades e desejos do consumidor, e comunicação).
 - > Especificidades do Marketing Cultural: Discussão das particularidades do setor cultural, com enfoque na democratização do acesso à cultura, e nas estratégias para atrair, cativar e fidelizar públicos.