

Formação online

Comunicação Cultural

A Secretaria Regional de Turismo e Cultura através da Direção Regional da Cultura proporciona uma formação gratuita destinada aos Agentes e Associações Culturais da Região Autónoma da Madeira.

Como comunicar um espetáculo, uma exposição, um festival de cinema ou outros eventos culturais?



Neste curso de 25h orientado por Inês Lampreia, diretora de comunicação da Materiais Diversos, irás aprender sobre os vários aspetos da comunicação cultural, desde a estratégia até à prática. Como despoletar o interesse das pessoas pelos eventos culturais que desenvolvemos? Que estratégias e que ferramentas melhor se adaptam a diferentes dimensões e formatos de eventos culturais? Como chegar a públicos específicos? Como desenhar uma estratégia de comunicação? Estas e outras questões serão problematizadas e analisadas ao longo do curso, assim como conceitos, estratégias e técnicas de comunicação adaptadas ao meio cultural, quer numa vertente teórica, quer numa vertente prática.

Quais são os objetivos deste curso?

- Compreender a importância de uma estratégia de comunicação aplicada
- Estabelecer Plano de Meios, de produção e distribuição
- Desenvolver um plano de marketing digital
- Como desenvolver uma estratégia de assessoria de imprensa
- Como estabelecer parcerias de media e de apoio à divulgação
- Como executar um plano estratégico de comunicação

Qual é o mapa das aulas?

Aula 1 | Apresentação

Breve apresentação do curso e da formadora. Apresentação de cada aluno para melhor adaptação dos conteúdos do curso. Abordagens à importância da estratégia de comunicação.

Aula 2 | Mapeamento para estratégia e comunicação

Avaliação de público-alvo e seus comportamentos, posicionamento artístico e objetivos do evento a comunicar, caracterização da identidade do evento e linguagem a utilizar. Comunicação e acessibilidade.

Aula 3 | Plano estratégico de comunicação

Estabelecimento de uma estratégia combinada para um evento cultural. Exploração de ferramentas de planeamento.

Aula 4 | Identidade visual

A criação da identidade visual na estratégia de comunicação de um evento cultural articulada com as ações de comunicação que se pretendem efetuar. Como pensar desenvolver e gerir a identidade visual de um evento. Benchmarking.

Aula 5 | Parceiros media e de apoio à divulgação

Que parcerias estabelecer para garantir maior visibilidade ao evento cultural. Negociação e planeamento de parcerias.

Aula 6 | Plano de meios e campanha outdoor

Definição de meios e respetivo planeamento; definição de campanha outdoor e objetivos a atingir.

Aula 7 | Assessoria de imprensa

Planeamento de assessoria de imprensa; Exploração de ferramentas de assessoria de imprensa.

Aula 8 | Estratégia digital

Definição da presença digital e planeamento de acordo com a estratégia do definida para o evento. Definição de linguagem adaptada, estabelecimento de campanhas e redes sociais.

Aula 9 | Casos práticos

Apresentação de exemplos de campanhas de comunicação cultural por parte dos alunos e da formadora. Discussão e análise dos exemplos apresentados.

Aula 10 | Apresentação dos projetos

Apresentação do breve plano estratégico de comunicação para um evento cultural desenvolvido individualmente. Discussão dos projetos e apreciação crítica.

Quais as datas das aulas?

As aulas decorrem das 09h00 às 11h00 nos dias:

01, 03, 08, 10, 15, 17, 22, 24 e 29 de novembro (segundas-feiras e quartas-feiras)
2 de dezembro

Como é feita a avaliação?

Cada curso tem um conjunto de 4 critérios claramente definidos. Dois desses critérios existem em todos os cursos da Academia Gerador e outros dois são da responsabilidade de cada Prof.

Critérios Academia Gerador

Participação | Capacidade do estudante intervir de forma positiva, valorizando-se a proatividade. Vale 20% da nota final.

Criatividade | Capacidade de encontrar soluções originais para os desafios colocados. Vale 20% da nota final.

Critérios escolhidos pelo Prof

Exercícios Propostos | Capacidade de criação de um comunicado de imprensa adequado ao evento previsto. Vale 30% da nota final.

Projeto final | Capacidade de desenhar brevemente um plano estratégico de comunicação para um evento cultural. Vale 30% da nota final.



Inês Lampreia

Inês Lampreia é diretora de comunicação da Materiais Diversos, desde Março de 2019, e coordena a comunicação da Agência 25. Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação (ISCTE), dirigiu em 2020 a comunicação da exposição Festa. Fúria. Femina. - Obras da Coleção FLAD. Entre 2016 e 2019 foi a responsável de comunicação da estrutura dedicada às artes performativas Alcantara e, em 2018, do programa Hospitalidade. Colabora ainda com a Compahia Maior, a produtora de exposições Terra Esplêndida e trabalhou também com o Centro Cultural de Cascais/ Fundação D. Luís.

Na área do jornalismo, foi editora da revista VEGA (2004-2008) e colaboradora da National Geographic, Diário de Notícias e Fotomagazine. Enquanto autora, foi premiada pela Casa do Alentejo na categoria de conto, em 2012, foi

publicada pela Edições Pasárgada, Centro de Estudos Mário Cláudio, pela Kultivera Editions (SE), e em revistas de literatura internacionais. Escreve regularmente as Crónicas da Pós-Normalidade, publicadas na plataforma cultural Coffeepaste.

Está também ligada à área da formação, conceptualizando e desenvolvendo metodologias pedagógicas não formais nas áreas da escrita criativa, poesia visual, códigos de linguagem e educação para os média. Desenvolve e integra o projecto Young Writers Lab - An international Collaborative Laboratory for Writers&Students, desde 2016 (Suécia).

Em produção cultural foi diretora executiva do MONSTRA – Festival de Animação de Lisboa (2009-2011), coordenadora executiva da APORDOC – Associação para o Documentário (2013), produtora no Festival Alcantara (2012-2016) e no CITEN – Centro de Imagem e Técnicas Narrativas, da Fundação Calouste Gulbenkian.