

Um Modelo para
**Audience
Centred
Experience
Design**

Design de
Experiências
Centrado em
Públicos

.....
adeste*



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of European Union

.....

O modelo ACED foi desenvolvido pela **parceria adeste+ .**

O **ADESTE+** é um projecto de cooperação europeia em grande escala co-financiado pelo Programa Europa Criativa da União Europeia.

Este projecto foi financiado com o apoio da Comissão Europeia. Esta publicação reflecte apenas a opinião do autor, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito da informação nela contida.



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of European Union



o que é que isto significa?

CC BY: Esta licença permite aos reutilizadores distribuir, remixar, adaptar e construir sobre o material em qualquer meio ou formato, desde que a atribuição seja dada ao criador. A licença permite a sua utilização comercial.

CC BY é aplicada de acordo com os seguintes termos:

Atribuição – o devido crédito deve ser atribuído, fornecendo um link para a licença, e indicando se foram feitas alterações.

Sem restrições adicionais – não pode aplicar termos jurídicos ou medidas de carácter tecnológico que restrinjam legalmente outros de fazerem algo que a licença permita.

Este modelo ACED representa **o esforço comum da parceria Adeste após anos de cooperação**. Antes de entrar e de ver o que tem para si, gostaríamos que soubesse porque foi desenvolvido.

O seu objectivo é enfrentar o "fracasso da participação" nas artes e cultura, ajudando as organizações culturais a melhorar o seu trabalho neste campo.

Trabalhámos colectivamente na conceção deste instrumento porque todos acreditamos que **a participação cultural é central para qualquer sociedade democrática**. Não se trata "apenas" de garantir direitos culturais fundamentais. Queremos que todos os cidadãos se possam expressar no quadro de uma sociedade mais equitativa e sustentável. Esta visão implica uma mudança radical de perspectiva: **de públicos para pessoas**.

O que podem os agentes culturais fazer para contribuir para este objectivo? Do nosso ponto de vista, questionando e equipando-se para materializar a participação cultural, que em si mesma é uma questão de democracia: tornando-a possível, mais justa e equitativa.

Assim, encorajamo-lo a considerar este instrumento no contexto mais amplo das **iniciativas no ecossistema cultural que promovem o poder transformador da cultura, e que estão a tentar transformar as suas práticas perseguindo este fim**: se as pessoas não participam na cultura, é nossa a responsabilidade. De acordo com este princípio, o que deve ser "desenvolvido" é o sector cultural, não os públicos.

O Adeste+ é uma parceria internacional forte e diversificada que se tornou numa **comunidade, visando apoiar profissionais e organizações que trabalham para a mudança social de que necessitamos**. O percurso do Adeste tem envolvido activamente (através de formação, conferências, workshops e escolas de Verão) centenas de profissionais culturais de todo o mundo. Eles representam uma massa crítica de agentes de mudança, dispostos a sustentar **a transformação do sector cultural num agente empenhado e eficaz para a cidadania cultural**. Este modelo é por e para eles, e para todos aqueles que partilham desta ambição.

Conteúdo

5/ **Introdução ao modelo**

- 6/ Porquê ACED?
- 7/ A quem se dirige o ACED?
- 8/ Origens
- 9/ Base metodológica
- 11/ O processo ACED

12/ **ACED Passo a Passo**

- 12/ **Fase 1: Começar**
- 13/ O que é que precisa para o processo?
- 14/ Passo 1: Preparar
- 15/ Passo 2: Descongelar

17/ **Fase 2: Experimentar**

- 18/ Passo 3: Empatizar
- 20/ Passo 4: Definir
- 21/ Passo 5: Imaginar
- 23/ Passo 6: Prototipar

25/ **Fase 3: Continuar**

- 26/ Passo 7: Comprometer
- 28/ Passo 8: Incorporar

30/ **Conclusão**

- 31/ ACED finalizado - que repercursões?

32/ **Parceiros**

Introdução
**Audience
Centred
Experience
Design**



Porquê ACED (Audience Centred Experience Design) / Um modelo

Há muito que sabemos que as organizações culturais que se querem tornar mais inclusivas têm de trabalhar de forma diferente. Também sabemos como. Mas mudar é arriscado, exige muitos recursos e nem sempre é sustentável, pelo que quisemos criar um modelo para uma mudança positiva, centrada nas pessoas.

Alessandra Gariboldi, Fondazione Fitzcarraldo.

Porquê ACED?

_ PARA ENCONTRAR NOVAS FORMAS DE SE APROXIMAR DAS SUAS AUDIÊNCIAS E COMUNIDADES

_ PARA TIRAR O MELHOR PARTIDO POSSÍVEL DA CRIATIVIDADE E DAS IDEIAS DAS SUAS EQUIPAS

_ PARA APOIAR UMA MUDANÇA ORGANIZACIONAL DIRIGIDA A UM NOVO SENTIDO DE RELEVÂNCIA SOCIAL

O modelo ACED, ou **Audience Centred Experience Design** (Design de Experiências Centrado em Públicos) foi concebido pela parceria Adeste+ como parte de um projecto de grande escala do programa Europa Criativa.

O **website** do modelo **ACED** (→ aced.adeplus.eu) inclui mais detalhes, templates, exercícios, estudos de casos e outras referências que podem ser utilizadas neste processo. É também o lugar onde nos pode dar o seu próprio feedback, encontrar um facilitador, ou juntar-se à crescente comunidade Adeste+.

Porquê Aced?

O ACED ajuda as organizações culturais a criar experiências com e para os seus públicos, visitantes ou participantes, através de um processo criado para as **ajudar a implementar mudanças de longo prazo**.

Seguindo princípios de **human centred design**, adapta-se às formas de funcionamento das organizações culturais, tendo sido co-desenhado, experimentado e testado por organizações de toda a Europa, e reconhecendo que, para sermos eficazes, temos de estar dispostos a nos mudarmos a nós próprios e às nossas organizações.

O ACED é também uma resposta à nossa constatação de que, para promovermos uma mudança real e

positiva na diversidade dos públicos e na sua lealdade, confiança e apoio, é necessário trabalharmos com eles, escutando atentamente as suas necessidades e interesses, retirando inspiração de tudo o que com eles podemos aprender.

Esta mudança ocorre quando **toda a organização trabalha em conjunto**, tirando partido das ideias e da criatividade de um vasto leque de pessoas.

Ela pode sustentar o nosso sucesso como criativos, como agentes de mudança social ou como empreendedores sociais. E uma vez que muitos de nós no sector cultural aspiramos a ser os três, ela pode ainda ajudar-nos a resolver as tensões entre estes papéis.

A quem se dirige o ACED?

O ACED dirige-se a todas as organizações culturais interessadas num modelo de intervenção que as ajude a criar relações significativas com os seus públicos e comunidades. Pode ser usado em grandes ou pequenas instituições, das mais diferentes formas artísticas e culturais e nos mais diversos tipos de organização.

Adapta-se a diferentes contextos e missões, materializando-se em formas tão diversas quanto as organizações que o decidem usar.

ACED é dirigido a:

– organizações culturais dispostas a reforçar a relação com as suas comunidades

– líderes culturais e agentes de mudança dispostos a explorar novas abordagens

– formadores, consultores e investigadores em busca de novas ferramentas e conhecimentos

– decisores políticos empenhados em apoiar a democracia cultural

O ACED é aplicado com base nas necessidades das organizações culturais, mas **é relevante e útil em diferentes contextos:**

- Às equipas de instituições culturais oferece formas criativas de utilizar os seus talentos na criação de uma oferta orientada para as necessidades dos seus públicos.

- Aos líderes culturais, oferece as bases para uma mudança transformadora, orientadas para a sua missão e para a mobilização das suas equipas.

- A formadores, consultores e facilitadores, oferece um novo modelo, experimentado e testado, que permita ajudar uma organização a enfrentar os seus desafios.

- Aos decisores políticos, oferece a inspiração e as bases para a mudança mais profunda de que o sector cultural necessita

O ACED foi criado para promover mudanças fundamentais de longo prazo. Requer uma **perspectiva positiva e otimista**, focada nas experiências dos seus públicos, participantes ou utilizadores.



Após uma 'open call', o grupo Gulbenkian 15–25 Imagina, composto por 21 jovens, começou a pensar e a criar em conjunto. Reuniram-se entre os meses de Janeiro e Março de 2020. Deste processo resultou a criação de um programa cultural baseado na sua visão. ©Márcia Lessa

Audience Centred Experience Design

Design de Experiências Centrado em Públicos

Origens

O processo ACED foi desenvolvido pela **parceria Adeste+** a partir do nosso percurso de aprendizagem ao longo de projectos anteriores como o "Connecting Audiences" e o "Adeste" original. Estes projetos ensinaram-nos que uma mudança mais substancial exige uma atenção redobrada em torno dos temas da liderança e da mudança organizacional. Esta é a razão pela qual o Adeste+ é mais explícito nas suas ambições de mudança organizacional, envolvendo equipas intersectoriais dentro das organizações e partindo de uma abordagem Design Thinking, adaptando-a aos contextos específicos do sector cultural.

Como processo, o ACED suporta as organizações na conceção de experiências culturais centradas em públicos, desenvolvendo ao mesmo tempo novas formas de colaboração interna, promovendo a mudança através de pequenas etapas controláveis.

Ao longo do projecto Adeste+, a metodologia original foi testada e aperfeiçoada em colaboração com 'parceiros artísticos' num programa 'cascata', em conferências e escolas de Verão. Ou seja, **foi concebida para ser útil numa variedade de diferentes tipos e escalas de organizações culturais, dedicadas às mais variadas formas de expressão artística e cultural.**

Como processo, aplicar o modelo ACED é encetar uma viagem diferente para cada organização, resultado das suas prioridades, necessidades, contexto e motivações. Mas sobretudo, o modelo foi desenhado por forma a apoiar as organizações a tornarem-se "dispositivos relacionais", assumindo riscos, ouvindo as suas comunidades e respondendo de forma criativa às suas necessidades.

Leituras Adicionais

O projeto 'Adeste' original:

→ www.adesteproject.eu

O projeto 'Connect':

→ www.connectingaudiences.eu

Design Thinking – tal como é definido pela 'Interaction Design Foundation':

→ www.interaction-design.org



Base Metodológica

Modelos inspiradores

O Design de Experiências Centradas em Públicos inspira-se em vários sistemas conceptuais conhecidos e respeitados.

/ O Modelo de Mudança de Lewin

Por um lado, acolhe ideias de mudança organizacional, tais como o **Modelo da Mudança de Lewin** ou os **Oito Passos de Kotter**, centrando-se em como podemos estabelecer as **condições para o sucesso** de uma **mudança eficaz da organização, incorporando mais tarde os seus resultados.**



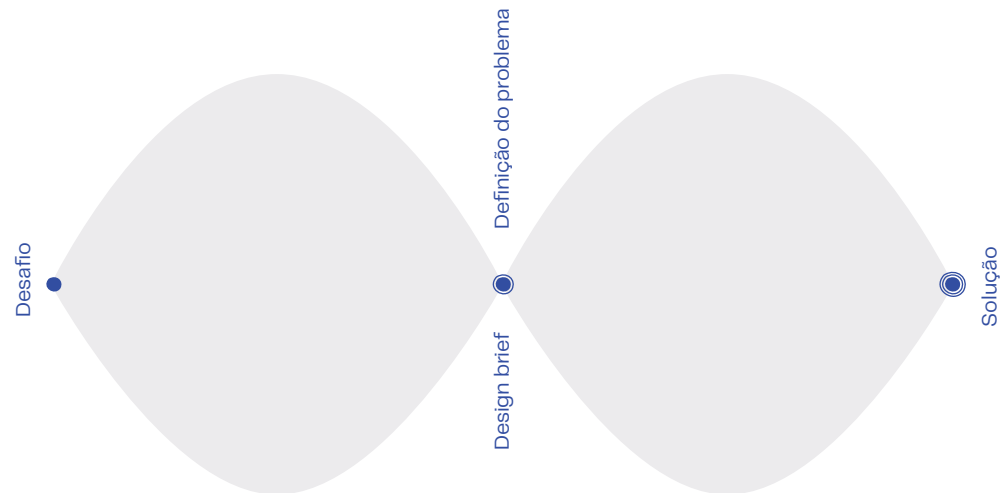
/ Design Thinking

O Human Centred Design

Thinking permite-nos focarmo-nos nas **necessidades dos públicos**, fazendo uso de um programa de trabalho em 'duplo diamante' para guiar uma equipa através de fases sucessivas de **pensamento divergente e convergente.**

Esta estrutura concebe conceitos vitais como **'empatizar'**, **'idealizar'**, **'definir'** e **'prototipar'** uma solução, permitindo o desenvolvimento criativo de experiências para as nossas audiências, participantes ou utilizadores.

Descobrir visões do problema **Definir** uma área de foco **Desenvolver** uma potencial solução **Entregar** uma solução funcional

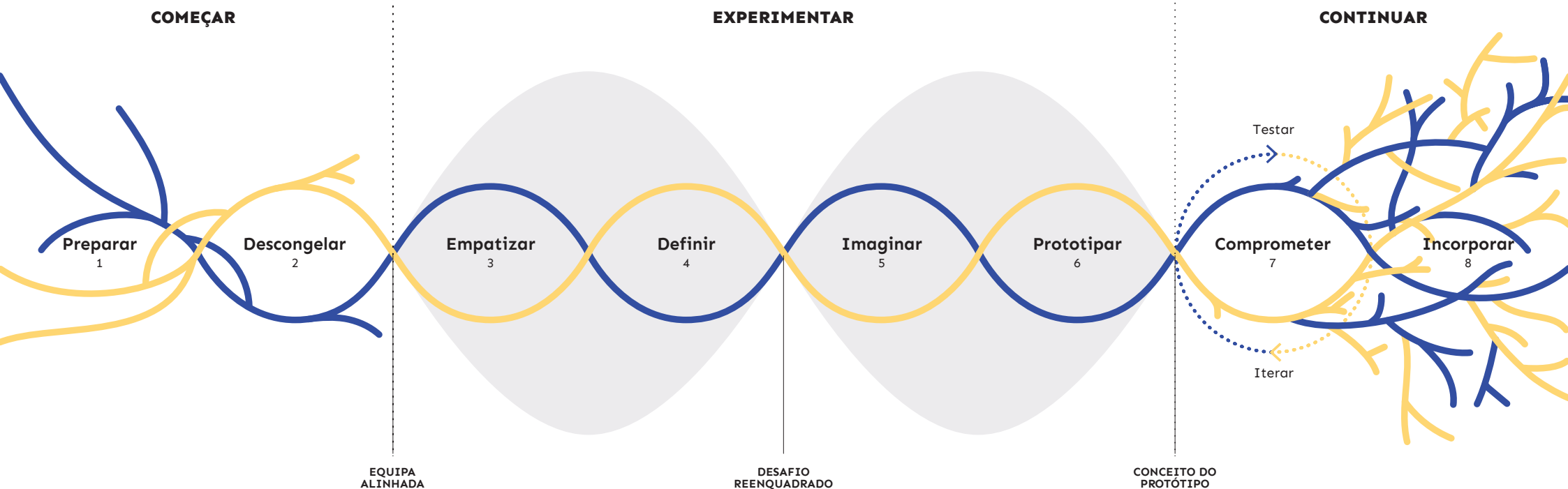


«Desenvolvimento de audiências é sobre o desenvolvimento das organizações culturais»

ACED

Audience Centred Experience Design

Design de Experiências Centrado em Públicos



● trabalho centrado na organização ● trabalho centrado nos públicos

O processo ACED

Como funciona

O ACED centra-se, ao mesmo tempo, numa investigação das necessidades dos públicos, e numa exploração criativa das mudanças que precisamos de operar na nossa organização para as podermos vir a satisfazer essas necessidades.

Requer empatia, criatividade, uma verdadeira abordagem prática e a predisposição para testar, validar e adaptar um protótipo sempre que necessário.

Tal como podemos ver no diagrama das páginas anteriores, existem **oito passos, divididos em três fases globais:**

O ACED exige liderança e facilitação adequada, quer por alguém designado internamente, quer por um facilitador externo.

Para conduzir o processo, é necessário que pelo menos uma pessoa assuma a responsabilidade de 'change-maker', bem

como uma equipa ou 'task force' composta por pessoas provenientes de todas as partes e níveis da organização.

COMEÇAR/

preparação e pontos de partida

1. **Preparar**/investigar condições de partida e objetivos
2. **Descongela**r/desbloquear a organização e despoletar o processo

EXPERIMENTAR/

a fase de trabalho ativo, para pensar, considerar e testar

3. **Empatizar**/identificar e investigar o(s) seu(s) público(s) alvo
4. **Definir**/esclarecer o que se pretende alcançar
5. **Imaginar**/criar, pensar no que pode fazer para o conseguir
6. **Prototipar**/decidir sobre as melhores soluções e testá-las

CONTINUAR/

o momento de integração do trabalho em curso na organização.

7. **Comprometer**/avaliar o que funciona, refinar, tentar de novo, ou adoptar e amplificar
8. **Incorporar**/integrar a solução(ões) e as novas práticas de trabalho na organização.

O que é preciso

O ACED é um processo poderoso e inspirador mas, para o aplicar bem, são necessários alguns ingredientes.

Antes de mais, liderança e empenho. Na prática, o processo é atribuído a um grupo de trabalho – uma **Task Force** – e quanto maior for a organização, mais importante será a atenção a dar ao seu papel e à sua composição. Recomenda-se ainda a nomeação de um(s) responsável(eis) pela mudança – **Change-Maker(s)** – que possa(m) ser um ponto central de contacto do processo, ajudando a impulsioná-lo.

Alguns passos enfatizam o público, outros a própria organização, mas como o diagrama mostra, este trabalho interno e externo é sempre feito de uma forma integrada.

O processo segue **uma série de passos**, materializados em sessões de **workshop** (actividade de grupo), de preferência com um facilitador externo. Na prática, estes são etapas que podem ser encurtadas ou alongadas, dependendo das circunstâncias e da necessidade de, ocasionalmente, nos determos num determinado ponto, de regressarmos a uma fase anterior, ou de saltarmos em frente com o impulso alcançado.

A fase de experimentação é construída em 'duplo diamante', alternando, como veremos mais à frente, pensamento **divergente** e **convergente**. Isto significa que, por vezes, é importante ser expansivo e aberto, noutras, introspectivo e analítico.

Tiramos assim partido dos diferentes perfis, experiências e estilos presentes dentro da nossa Task Force.



ACED passo-a-passo
Fase 1
Começar

O que é que precisa para o processo?

preparação prática para dar início ao processo ACED com confiança

Liderança e envolvimento de toda a organização. Qualquer que seja a estrutura da organização, será necessário mobilizar decisores com algum poder e agência, capazes de conduzir o processo. Se não puder contar com quadros superiores no próprio grupo de trabalho, então deve ser organizado um processo de ligação e comunicação entre os responsáveis de topo da instituição e esta 'task force'.

Facilitador(es) para viabilizar e conduzir o processo. Esta pessoa será responsável por organizar o processo global das sessões ACED, liderando os workshops, adaptando-o às circunstâncias, apoiando o 'change maker', e estabelecendo a ligação com

o resto da organização. Estas tarefas são melhor empreendidas por alguém "exterior" e familiarizado com o processo, mas podem existir outras formas de o fazer internamente. No entanto, devem ser capazes de facilitar o processo sem participarem neste diretamente.

Change-Maker(s) que possam coordenar o trabalho da 'task force', representando-os dentro da organização e perante os seus líderes. Deverá, de preferência, ser alguém que possa cumprir um papel distinto mas de colaboração com o facilitador, mas se as circunstâncias o permitirem, poderá até ser um facilitador interno, seguindo o processo delineado pelo conjunto de ferramentas ACED. O que é importante é ser sempre claro onde

reside a responsabilidade pelo processo.

Task Force de entre 6 e 12 pessoas, que serão a força criativa central para todo o processo. Em organizações mais pequenas podem ser toda a equipa de pessoal, e em organizações maiores, representantes de toda a organização, com papéis diversificados dentro desta. Poderá até incluir voluntários, participantes regulares ou colaboradores.. É essencial que tenham o tempo e os recursos necessários para executar o programa.

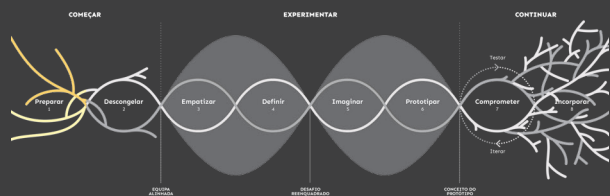
Recursos e um calendário têm de ser considerados com a devida antecedência. Pode ser possível executar o

programa sem mobilizar recursos extraordinários, mas os planos mais ambiciosos necessitarão de um orçamento dedicado. É igualmente importante que todos os envolvidos se comprometam com um calendário de trabalho. Este variará consoante a organização e a ambição, mas no projeto Adeste+ funcionou melhor quando aplicado ao longo de um período de 2 a 6 meses.

Plano de Comunicação Interna, devidamente negociado e aprovado pela organização, necessário para assegurar uma boa comunicação de todas as atividades, colocando todos a par do que está a acontecer e de como podem estar envolvidos.

Passo 1

Preparar



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:

→ aced.adeplus.eu

- 1 ESTÁ PRONTO? QUESTIONÁRIO
Use isto para... fazer um diagnóstico da sua organização, antes de "mergulhar" no processo e começar a reflectir sobre os seus objectivos.
- 2 REGRAS PARA TASK FORCE E CHANGE-MAKERS
Use isto para... definir e partilhar os papéis e as "regras do jogo" com todas as pessoas envolvidas.

Finalidade

Ao desenvolver o ACED, percebemos que certos aspectos da nossa prática eram importantes para o sucesso do programa.

O ACED é **um programa de experimentação** que encoraja novas abordagens à inovação e inclusão. Procura ajudar uma organização a ver o seu trabalho através de diferentes pontos de vista, literalmente através de 'outros olhos', e de ser capaz de mudar, adaptando-se à luz destas novas perspectivas.

As etapas preparatórias estão, por conseguinte, orientadas para a colaboração e para a mudança. Neste kit de ferramentas, as instruções dirigem-se ao facilitador, mas podem ser adaptadas à sua forma específica de adotar e por em prática todo o processo.

Ações

Antes de mais, é necessário avaliar se o ACED é adequado à sua organização – **consulte o questionário 'Are You Ready?' no website**. Depois:

- **Chegue a um acordo** com a liderança da organização: **que mudança** gostariam que o ACED os ajudasse a alcançar? Que recursos

podem ser disponibilizados? Como será monitorizado o progresso e geridas as propostas e sugestões do Change-Maker e da Task Force? Como será revisto o processo ACED e como poderá ele afectar estrategicamente a organização?

- Briefing dirigido a toda a equipa – dependendo do tamanho e do tipo de organização, este pode assumir diferentes formas, mas **é crucial que toda a organização saiba o que se está a passar** e se sinta, de alguma forma, parte do processo.

- Nomear a **Task Force**, composta por pessoas com origem em todos os departamentos, unidades e níveis hierárquicos da organização. Certifique-se de que têm o tempo e os recursos necessários para executar o programa ACED.

- Nomear o(s) **Change-Maker(s)**, que coordenarão o trabalho do Task Force e representa-ão perante toda a organização e as suas lideranças.

- Informar a Task Force e o Change-Maker dos **recursos, incluindo tempo, à sua disposição**, bem como do **processo de tomada de decisões e de elaboração de relatórios**.

Utilize estes recursos para introduzir os conceitos centrais, as técnicas e as ferramentas por detrás do ACED.

- Trabalhar com o Change-Maker na elaboração de **um cronograma de projecto** que seja o reflexo do processo ACED – incluir comunicações internas e check-ins com as lideranças. É provavelmente melhor pensar nisso como uma tarefa permanente, desenvolvida em sessões independentes, a executar em cada fase, desenvolvendo-o ao longo do tempo.

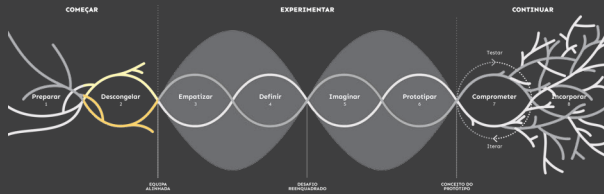
Também poderá querer explorar alguns dos antecedentes do programa ACED – na secção 'Why ACED?' do website.

Ao terminar este passo...

Estará finalmente pronto para iniciar o programa ACED!

Passo 2

Descongelo

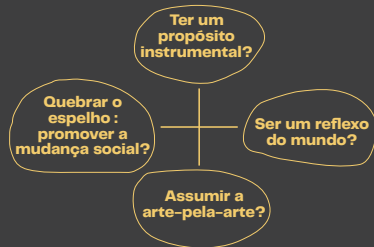


FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:

→ aced.adeptplus.eu

- 1 QUESTÕES PARA DESCONGELAR
Use isto para... refletir sobre a sua organização, os seus planos, e a sua relação com a sua comunidade e os seus públicos.
- 2 O EXERCÍCIO "VISÃO CULTURAL-CRIATIVA"
Use isto para... ajudá-lo a elucidar a missão e a traçar os objectivos da sua organização



- 3 "AUDIENCE JOURNEY MAPPING CANVAS"
Use isto para... traçar um "mapa" das experiências dos seus públicos – positivas e negativas, quer para o público em geral, quer para grupos-alvo específicos. Uma ferramenta de análise útil.
- 4 "MATRIZ DE PÚBLICOS" (ANSOFF ADAPTADO)
Use isto para... ajudá-lo a refletir sobre os seus objetivos com a utilização do ACED.

Finalidade

Antes de prosseguirmos a nossa viagem, devemos perguntar-nos: quem são os nossos públicos, e quem poderiam ser?

Tire um momento para se afastar, "descongelando" o seu pensamento, e assegurando-se de que, no final, existe um consenso em torno da direção que vai tomar.

Ações

Deve trabalhar com toda a organização (tanto quanto possível da) nesta fase. Tente incluir aqueles que não têm um contato direto com os públicos. Capture e escreva as suas ideias. Reveja a sua missão organizacional e o lugar dos públicos nela: existem muitas ferramentas que pode utilizar

Quais são os seus objectivos sociais, financeiros e criativos/de aprendizagem?

O que significam para audiências e participantes?

Como parte deste processo:

- Descreva os seus públicos, actuais e participantes. Reúna qualquer pesquisa que tenha, assim como as ideias das pessoas em toda a sua organização. Pergunte: **quem se envolve com a sua organização, e como?**
- Descreva a comunidade que serve. Utilize qualquer pesquisa que tenha, incluindo informação de base, bem como informações da sua equipa e das partes interessadas. Pergunte: **existimos para servir quem?** Quem queremos envolver, como e porquê? Com quem queremos colaborar?

- Descreva o que precisa de mudar. Pergunte-se: **que mudança queremos ver?**

Consegue apresentar esta mudança, enumerando alguns "objectivos" claros, específicos para os participantes, públicos ou membros da sua comunidade?

Existirão outras estratégias possíveis para os alcançar?

Passo 2

Descongelar

Aprendizagem organizacional

Esta etapa irá ajudar a sua organização a:

- Rever a sua estratégia, a sua missão e os seus objectivos, focando-se nos seus públicos.
- Construir uma visão comum dos seus públicos, partilhada de forma transversal a toda a organização

Públicos e Comunidade

Neste momento, é útil rever a investigação existente e convidar toda a organização a discutir questões como, por exemplo:


- Quem se envolve com a nossa organização, como, quando e porquê? Quem são estas pessoas?
- E quem não o faz?
- Serão os nos nossos públicos formados por grupos distintos e reconhecíveis? Como os poderíamos descrever?
- O que será que não sabemos sobre os nossos públicos e que seria fundamental descobrir?

Ao terminar este passo...

Pergunte-se: como gostariam que o ACED os ajudasses?

Com este passo, deverão saber:

- Que benefícios o ACED deve trazer à sua organização
 - Como um sucesso neste processo poderia ser definido
 - O que conhecem e o que desconhecem
 - O que gostariam de aprender
 - Como gostariam de desenvolver o vosso trabalho em equipa
- Terão assim finalizado a primeira das três fases descritas na visualização do modelo (pág.10).



ACED passo-a-passo
Fase 2
Experimental

Passo 3

Empatizar



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:
→ aced.adeptplus.eu

- 1 DESENVOLVIMENTO DE "PERSONAS"
Use isto para... criar uma personagem credível, "de carne e osso", representando o seu público-alvo.
- 2 EXERCÍCIO "EMPATIZAR COM OS ESTREANTES"
Use isto para... ajudar a equipa a empatizar com visitantes estreados e inexperientes.
- 3 UTILIZAR "LENTES" RELACIONAIS E EXTREMAS
Usar isto para... ponderar sobre a diversidade.
- 4 "AUDIENCE JOURNEY MAPPING CANVAS"
Use isto para... traçar um "mapa" de experiências dos públicos – positivas e negativas, para o público em geral, e para grupos-alvo específicos.

Finalidade

Este é o primeiro passo da "fase de concepção" do ACED, na qual iremos desenvolver um mecanismo de experimentação dirigido a um determinado público-alvo.

Trata-se de compreender a perspectiva deste grupo, do seu ponto de vista – daí a importância de "empatizar". Quem são estas pessoas? Onde vivem, o que fazem? Teremos algo a oferecer-lhes? São reais e acessíveis? Porque é que precisam de si?

Se possível, integre neste passo qualquer trabalho de pesquisa já realizado, para que esteja a trabalhar a partir daquilo que realmente sabe – ou não sabe. E tome em consideração quais os grupos de pessoas que são mais importantes para si – talvez aqueles com quem normalmente não se envolve muito.

É tentador trabalhar com ideias estereotipadas sobre quem são estas pessoas, mas reconheça que estas são apenas suposições que precisam de ser testadas.

Devemos tentar compreender estes públicos para lá dos números, como pessoas reais.

Como se sentem? O que pensam? O que tornaria as suas vidas mais interessantes? Como se distinguem de outros grupos?

O uso correto do design – e do desenvolvimento de públicos – baseia-se numa compreensão autêntica e empática das necessidades e dos interesses das pessoas reais. Isto é particularmente importante se quisermos atrair novos públicos e novas comunidades.

O objectivo é utilizar toda a informação disponível para dar vida ao seu grupo de interesse, encarando-o como um conjunto de pessoas reais que todos na sua organização poderão reconhecer.

É importante, portanto, interagir directamente com estas pessoas sobre as suas necessidades e interesses, sobre o que pensam da sua organização, e sobre o que esta poderá ter para lhes oferecer.

Ações

- Rever e resumir os dados existentes sobre os seus públicos
- Crie "persona(s)" de 'carne e osso' que represente(m) o(s) seu(s) público(s) de interesse usando a ferramenta 'Persona'.
- Olhe para a sua organização através da 'lente' destes personagens – o que vêem quando olham para si?
- Fale com pessoas reais sobre a sua organização e os seus interesses – e sobre a forma como estes podem coincidir.
- Trace uma "viagem de utilizador" para compreender a experiência do seu público, mapeando tudo quanto funciona ou não funciona de todo, utilizando um 'Audience Journey Mapping Canvas'
- Teste e valide – ou invalide – os seus pressupostos sobre a(s) sua(s) 'Persona(s)' conduzindo ainda mais investigação: utilize a ferramenta "Get to Know".

Passo 3 Empatizar

Aprendizagem organizacional

Este é um passo de "pensamento divergente" – e é também a primeira oportunidade para a Task Force aprender a gerir um processo de exploração.

Esta fase ajudará a melhorar o trabalho em colaboração, facilitando o pensamento divergente, através da consolidação e da partilha de competências de investigação.

Públicos e Comunidade

Esta é uma oportunidade para aprender mais sobre os seus públicos e para compreender a sua relação que estes estabelecem com a sua organização.

Isto implica considerar o que lhes interessa, quais as suas necessidades que a organização poderá vir a servir, e quais as barreiras à sua participação.

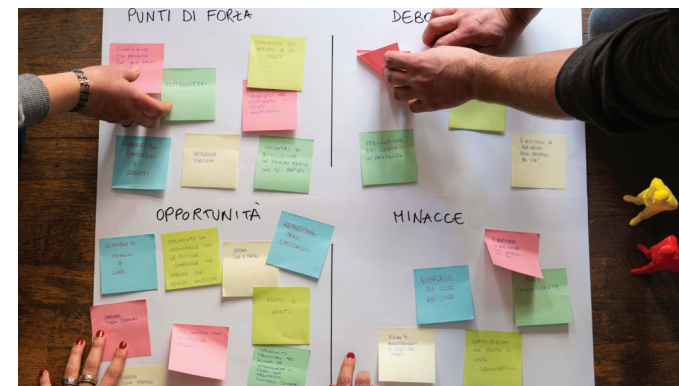
Ao terminar este passo...

Com este passo, deverão ter:

- Identificado o(s) grupo(s) para o(s) qual(is) irá(ão) trabalhar(s)
- Criado uma ou mais 'Personas', representando o(s) seu(s) público(s)-alvo.
- Identificado o "problema" ou "desafio", articulado como uma necessidade ou barreira à participação que deve ser abordada(s)?
- Testado a validade destas "Persona(s)" como representações de pessoas reais.



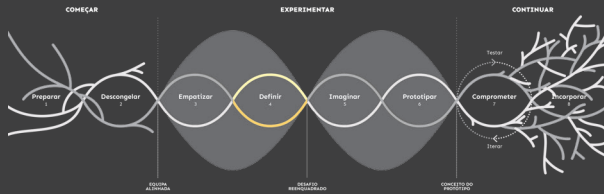
O hub nacional Dinamarquês a trabalhar no seu protótipo para acolher o público no Teatro Nørrebro. Créditos da foto: Nørrebro Theater



No exercício "Quebrar os silos", um grupo de trabalhadores do Teatro Stabile di Torino partilha pensamentos e ideias sobre um protótipo de acção para as suas audiências. Créditos da foto: : Lorenzo Romoli

Passo 4

Definir



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:
→ aced.adeplus.eu

- 1 "COMO PODEREMOS NÓS / HOW MIGHT WE"
Use isto para... investigar os desafios e necessidades que o seu público-alvo enfrenta.
- 2 "DECLARAÇÃO DE NECESSIDADES"
Use isto para... sintetizar os desafios e necessidades que o seu público-alvo enfrenta.
- 3 "MATRIZ DE NECESSIDADES"
Use isto para... criticar e alterar a declaração de necessidades, preparando-a tanto quanto possível para a próxima fase.

Finalidade

Tendo uma compreensão mais profunda do seu(s) público(s)-alvo, é agora necessário **definir o que realmente importa**, ou seja, **onde iremos concentrar a nossa investigação e recursos**.

É importante descrever o "problema" ou barreira-chave que este grupo enfrenta quando se envolve com a sua organização, ou mesmo investigar as oportunidades que este envolvimento poderá abrir. A partir de toda a informação recolhida, podemos agora tentar articular o que será necessário para abordar as próximas etapas da construção de experiências e relações significativas e duradouras.

Esta investigação poderá centrar-se numa experiência integral do contato do(s) públicos) com toda a organização, ou com experiências particulares, como a comunicação, a fruição artística, oportunidades de participação ativa, ou elementos específicos da experiência física dos seus públicos no seu espaço.

Quanto mais claros formos, mais significativos serão os resultados da nossa experimentação. Esta fase de **"pensamento convergente"** concentra-se no que é importante para os seus público e organização.

Ações

No grupo de trabalho, workshop as seguintes ações.

- Decida **qual a 'Persona' em que se vai concentrar**. Quais os critérios mais importantes? Escolha-os em função da sua organização, procurando corresponder às necessidades e interesses que investigou, dos públicos a quem possa chegar, e para quem possa criar experiências relevantes.
- **Reveja a 'Persona'** que representa o seu público-alvo. Acrescentar novos detalhes. Pense em como apresentá-los de formas interessantes para que todos na sua organização a possam (re)conhecer.
- **Decida quais os factores críticos para a sua 'Persona'**. Sempre que possível, identifique pessoas reais que lhe correspondam, envolvendo-as nesta conversa.
- Capture esta reflexão numa **'Declaração de Necessidades'** definindo o que é importante para a sua 'Persona'. Partindo desta 'Declaração', utilize um exercício de "Como Poderemos Nós" como ponto de partida para as suas ideias (ver ferramentas e recursos).

- **Refine a sua Declaração de Necessidades** para clarificar tudo o que precisa alcançar para a sua 'Persona', preparando o próximo passo de ideação.

Aprendizagem organizacional

Esta fase de "pensamento convergente" sintetiza aquilo que é mais importante para o futuro da sua organização e porquê. Esta cristalização do seus objetivos irá apelar especialmente aos membros da sua Task Force com pontos de vista mais analítico.

Públicos e Comunidade

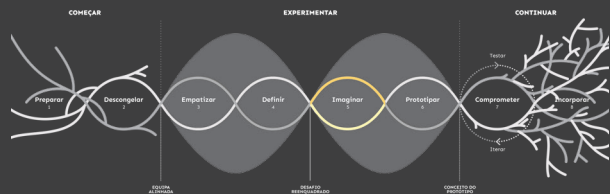
Poderá agora ter uma longa lista de questões importantes para o seu público-alvo – mesmo que não as possa abordar a todas, estas podem ser documentadas e mais tarde serem abordadas de novo.

Ao terminar este passo...

Terá atingido o segundo marco no processo, tendo definido uma Declaração de Necessidades e/ou uma pergunta de "Como Poderemos Nós", num resumo inspirador e motivador para a conceção de novas experiências.

Passo 5

Imaginar



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:

→ aced.adeplus.eu

1 AS REGRAS DE OURO DO "BRAINSTORMING"
Use isto para... obter dicas e dicas úteis sobre workshops de ideação.

2 "SCAMPER"
Use isto para... o ajudar a criar mais ideias, de diferentes formas, como parte da ideação.



3 "BRAIN WRITING"
Use isto para... construir e desenvolver ideias com a sua equipa.

4 SELECIONAR A SOLUÇÃO (MATRIZ DE PUGH)
Use isto para... seleccionar boas ideias, candidatas ao próximo passo - uma excelente ferramenta de "pensamento convergente".

Finalidade

A fase anterior centrou-se na identificação das necessidades de um grupo específico de pessoas, representado por uma 'Persona' realista e bem pesquisada, um trabalho que podemos encarar como um dossier de concepção.

Chega agora o momento de ser criativo, explorando as mais variadas respostas ao briefing.

Nesta etapa centramo-nos na aplicação da sua imaginação enquanto grupo, criando uma variedade de respostas às desafios colocados pelo(s) público(s)-alvo(s), e tendo em consideração as diferentes partes da organização.

Novas experiências podem abrir portas a relações duradouras, e podem ainda ser o momento em que se desenvolvem novas vertentes, programas originais ou novas formas de trabalho.

Ações

Trabalhando sempre em equipa, procure gerar o maior número e leque de ideias possível, a partir das quais se possa mais tarde seleccionar a melhor, para levar por diante. Quanto mais pessoas estiverem envolvidas, mais ideias interessantes serão geradas - e esta é a chave para o sucesso deste processo.

É a altura certa para envolver novos públicos e comunidades, mobilizando a criatividade e a proximidade conquistadas nos passos anteriores. É uma fase lúdica, em que a criatividade de toda a equipa pode ser ativada através dos mais variados exercícios e ferramentas:

- Planeie e organize sessões de ideação. Pode optar por realizar mais do que uma destas sessões de ideação, talvez com diferentes intervenientes ou focando-se em diferentes aspectos concretos que investigou quando mapeou a experiência do(s) seu(s) público(s).

- Existem muitas ferramentas, exercícios e técnicas por onde escolher. Trabalhar em equipa ajuda realmente a promover a criatividade. Vale a pena dedicar tempo e

esforço para conseguir criar o ambiente certo nestas sessões - confortável, não-hierárquico, lúdico.

Querem-se abordagens originais, genuinamente novas e interessantes, com as quais possa experimentar.

E não deixe de registar todas a gama de ideias sugeridas.

- Regressando ao briefing, podemos já começar por seleccionar as melhores ideias com as quais iremos trabalhar.

É importante escolher ideias que apontem ao cerne das questões do(s) seu(s) público(s)-alvo, ideias que sejam exequíveis, e com as quais possa continuar a aprender.

Passo 5

Imaginar

Aprendizagem organizacional

Irá aprender:

- Que todos os membros na sua organização têm o potencial de acrescentar valor aos seus processos criativos.
- Como gerar novas ideias em torno de novas experiências, envolvendo uma vasta gama de intervenientes.
- Alguns aspectos essenciais das práticas co-criativas.
- Como envolver as equipas criativamente, de forma equitativa.

Públicos e Comunidade

Irá gerar uma "longa lista" de potenciais ideias, que poderão ser negociadas, desenvolvidas e testadas pela Task Force no futuro.

Ao terminar este passo...

Terá conseguido:

- Selecionar uma lista restrita de ideias a desenvolver até à fase de "protótipo", o qual poderá ser testado e mais tarde escalado de formas sustentáveis e duradouras.
- Construir relações relevantes, mais intensas e duradouras com o(s) seu(s) público(s)-alvo.

Passo 6

Prototipar



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais ferramentas e recursos estão também em:
→ aced.adeplus.eu

- 1 "SCAMPER"
Use isto para... o ajudar a criar mais ideias, de diferentes formas, adaptando o seu protótipo.
- 2 "MATRIZ DE DECISÃO"
Use isto para... explorar uma forma alternativa de decidir sobre as melhores ideias.
- 3 "DECLARAÇÃO DE PROTÓTIPO"
Use isto para... definir o que quer testar e aprender – particularmente útil quando é necessário fazer um 'pitch' do projeto.
- 4 "LOVE IT, LEAVE IT"
Use isto para... para decidir o que deve manter, mudar ou descartar.

Finalidade

"Prototipagem" é uma forma poderosa e prática de materializar as suas ideias, passando à ação.

Trata-se de produzir uma **"Experiência Mínima Viável"** para que possa testar a essência da(s) sua(s) melhor(s) ideia(s) na prática, avaliando o seu funcionamento e adaptando-a ao contexto do seu trabalho no terreno, de modo a poder experimentá-la novamente ou a escalá-la até uma versão final completa. Este processo permite experimentar uma versão controlável, da sua ideias, como se estivesse a trabalhar num "laboratório", reduzindo os riscos globais e os recursos utilizados ao mesmo tempo que testa de forma eficaz componentes-chave.

Este passo estende-se, prolongando-se no passo seguinte, pois trata-se de produzir um protótipo que poderá em seguida ser testado, avaliado e refinado. Dependendo do tipo, características e contexto de cada protótipo, este poderá ser materializado como uma experiência única e irrepetível, ou até como um grupo de várias experiências, numa sequência que o conduza à forma final que esteja mais próxima dos seus objetivos.

Ações

Aqui, a ideia central é aprender o máximo possível a partir da sua experimentação com esta versão provisória – uma "Experiência Mínima Viável" que lhe permitirá recolher 'feedback' da sua equipa e do(s) seu(s) público(s)-alvo. Pode (continuar a) experimentar, aprender e a adaptar-se, com actividades reais, que não têm de ser discretas, ou "apenas para testar". Desta forma, pode continuar a melhorar as suas experiências.

- Desenvolver um protótipo – a sua "Experiência Mínima Viável", uma primeira amostra ou 'maquete'. Esta pode ser qualquer coisa, desde um modelo físico em tamanho real de uma exposição até a um evento completo – e pode ter a dimensão e o impacto que entender – desde o protótipo mais simples ao mais desenvolvido.
- Escreva uma "Declaração de Protótipo" (ver recursos) para o ajudar a clarificar o seu processo.
- Planeie a recolher de dados para 'feedback' (tais como inquéritos ou análises), certificando-se de que fala directamente com o(s) seu(s) público(s). Se o seu trabalho

for participativo e co-criativo, certifique-se de que todos estão envolvidos no desenvolvimento do protótipo, e de que o testam eles próprios e com outros.

- Desenvolva um plano de teste ou "pitch", estabelecendo qual é o(s) protótipo(s), como o irá testar, e como será feita a recolha e análise do 'feedback'. Inclua a sua 'Declaração de Protótipo' e articule o que está a investigar, quem estará envolvido, que recursos necessita e qual o calendário destas ações.
- Apresente o seu plano à(s) liderança(s) e/ou colegas relevantes, garantindo o seu apoio e mobilização, bem como qualquer permissão ou recursos necessários. Mantenha todos a par deste ciclo de aprendizagem.
- Execute a sessão de workshop de desenvolvimento do protótipo – o mais importante é o feedback.
- Reveja o protótipo com a Task Force e os participantes, utilizando a ferramenta "Love it, Leave it".
- Pergunte: a sua experiência está pronta para implementação, ou terá de ser adaptada numa nova iteração?

Passo 6 Prototipar

Aprendizagem organizacional

Irá aprender a:

- Prototipar, um processo ágil de desenvolvimento e experimentação, pensado para minimizar riscos e otimizar recursos sempre que a sua organização tenta criar e testar novos projetos ou experiências.

Públicos e Comunidade

Irá gerar um volume considerável de informação de 'feedback' com origem nas reações, em primeira mão, às suas novas ideias, orientando a sua ação, e dando-lhe dados concretos sobre a adequação dos cenários e desafios utilizados no seu processo à realidade do(s) seu(s) público(s).

Esta avaliação, investigando ações concretas, dar-lhe-á uma visão tangível das relações que a sua organização está a construir com pessoas reais.


Ao terminar este passo...

Terá conseguido:

- Atingir o terceiro marco no processo ACED.
- Desenvolver um protótipo ou "experiência mínima viável", que poderá ser testado e avaliado.
- Criar uma nova experiência para lançamento ou desenvolvimento iterativo contínuo posterior.



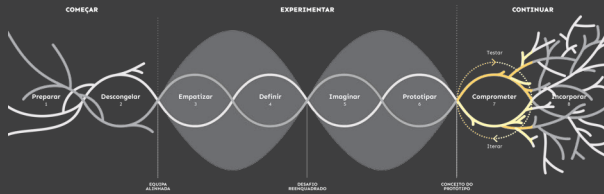
Visita Guiada durante a Cerimónia de Abertura da Galeria do Teatro "Zajc", Novembro de 2021.
Créditos da foto: Drazen Sokcevic



ACED passo-a-passo
Fase 3
Continuar

Passo 7

Comprometer



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:

→ aced.adeplus.eu

- 1 "LOVE IT, LEAVE IT"
Use isto para... para decidir o que deve manter, mudar ou descartar.
- 2 "JOURNEY MAPPING CANVAS"
Use isto para... traçar um 'mapa' da experiência que deseja oferecer e/ou desenvolver.
- 3 "AUDIENCE DEVELOPMENT CYCLE"
Use isto para... incorporar as suas experiências no seu planeamento estratégico.
- 4 "MATRIZ DE PÚBLICOS" (ANSOFF ADAPTADO)
Use isto para... o ajudar a formar um plano de desenvolvimento de público(s), e para ajudá-lo a decidir como, quando e em que circunstâncias poderá utilizar o ACED de novo.
- 5 QUADRO "KANBAN"
Use isto para... seguir o seu progresso.

Finalidade

Neste passo irá decidir o que fazer à luz da experiência de prototipagem que fez. O que será mantido, o que é para descartar, o que será 'escalado', o que deverá ser refinado? O que foi que aprendeu e como vai continuar este trabalho? Assim que tiver desenvolvido uma experiência que funcione para o(s) seu(s) público(s)-alvo, é altura de considerar como pode continuar a desenvolver estas novas relações, e que implicações elas terão para o futuro da sua organização.

Como irá utilizar o processo ACED numa base contínua?

Ações

Depois de ter desenvolvido e testado um protótipo, estará em condições de decidir o que adoptar, comprometendo-se com o(s) seu(s) público(s)-alvo. Usando o 'feedback' que recolheu e as aprendizagens acumuladas, pode repetir ou mesmo ampliar o protótipo, pode refiná-lo, ou mesmo regressar ao início e criar um novo protótipo, caso esta experiência se revele inadequada.

E depois, pode pensar no futuro.

- Com a Task Force, analise o que funcionou: do processo de concepção à materialização do(s) protótipo(s), o que aprendeu sobre o(s) seu(s) público(s)-alvo, e como funcionou o trabalho da Task Force.
- Reflita sobre que ideias e que formas de trabalho a organização deve levar por diante. Será útil desenvolver um "Plano de Desenvolvimento de Públicos" com recomendações que abranjam estas áreas:
 - Como pode a organização adoptar a nova experiência que desenvolveu:
 - Quem precisa de ser envolvido,
 - Que recursos são necessários,
 - Como irá avaliá-la e adaptá-la?

- Desenvolva a sua "Persona" – o que aprendeu sobre os seus interesses e preocupações?
- Qual deve ser a relação com o grupo de interesse dentro de um ou cinco anos? Descreva os objectivos de curto e longo prazo.
- Nomeie um campeão para o(s) seu(s) público(s)-alvo, alguém que possa liderar a entrega do "Plano de Desenvolvimento de Públicos". Ele irá defender os interesses do(s) seu(s) público(s), construir relações, realizar pesquisas, e co-desenhar novas experiências. Poderá ser uma pessoa, uma nova equipa, ou a mesma Task Force.
- Que actividades serão incluídas no seu "Plano" e que recursos serão necessários?
- Assim que exista um projecto de "Plano", este pode ser partilhado com o resto da organização e assumido 'oficialmente' da forma mais apropriada.

Passo 7

Comprometer

Aprendizagem organizacional

Este passo dá uma especial atenção ao que a sua organização aprendeu através de todo o processo, centrando-se no que será necessário fazer no futuro para construir e manter estas novas relações com o(s) seu(s) público(s). Esta é também uma oportunidade para partilhar os seus conhecimentos e resultados com os seus colegas, envolvendo-os em fases posteriores, refletindo sobre as implicações das novas direções que o processo tenha tomado.

Públicos e Comunidade

Para além de conhecer o seu público-alvo original, terá também adquirido conhecimentos sobre outros grupos particulares dentro do universo do(s) seu(s) público(s), compreendendo quem são e o que pensam de si, gerando ideias e novas possibilidades.

Ao terminar esta fase...

Terá conseguido:

- Elaborar o seu protótipo numa versão mais completa, talvez até incorporando-o num programa já em curso na sua organização.
- Negociado formas de adequar a sua estratégia de longo prazo ao seu(s) público(s)-alvo.

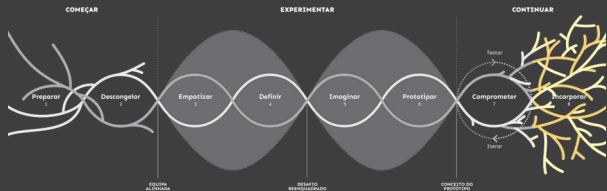


Tireteio "Casaco Preto". Curta-metragem de thriller escrita e realizada por cinco jovens de 15 anos. Créditos da foto: Harinera ZGZ



"Cocktail Cabaret", onde 'Drag Queens' se encontram com o público. Créditos da foto: Mercury Theatre

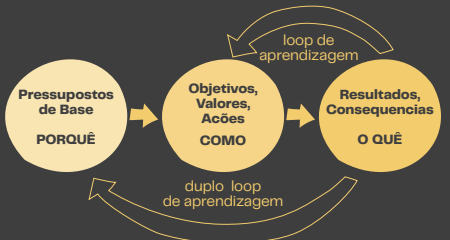
Passo 8 Incorporar



FERRAMENTAS E RECURSOS ACED

As principais instrumentos e recursos estão também em:
→ aced.adesteplus.eu

- 1 "CÍRCULO DE CONSIDERAÇÕES"
Use isto para... adoptar o que aprendeu para uso posterior
- 2 "LOVE IT, LEAVE IT"
Use isto para... para decidir o que deve guardar, mudar ou descartar
- 3 "AUDIENCE DEVELOPMENT CYCLE"
Use isto para... Incorporar as suas experiências no seu planeamento estratégico
- 4 "AUDIENCE CANVAS"
Use isto para... manter a organização focada no(s) seu(s) público(s)
- 5 APRENDIZAGEM EM "DUPLO LOOP"
Use isto para... ajudá-lo a ver o que o processo lhe ensinou sobre as ideias e objectivos originais - e como eles devem ser adaptados



Finalidade

Este último passo consiste em reflectir sobre a experiência da ACED de uma perspectiva organizacional. O que é que aprendeu? O que precisa de mudar? Que aspectos da abordagem funcionaram bem e o que se deve tornar parte da prática quotidiana?

Para sentir todos os benefícios do processo ACED, é vital que a organização considere as suas implicações para o trabalho futuro. E a potencial repetição do processo para outros objectivos de audiência organizacional.

Ações

Tal como na fase anterior, poderá ser útil realizar uma sessão de trabalho juntando a Task Force e outros membros da organização. Nesta fase, é importante capturar ideias e desenvolvê-las até ser possível articular num plano, conjunto de intenções ou manifesto, enquadrando o trabalho em curso.

As lideranças da sua organização devem agora refletir como podem estas ideias ser levadas por diante. Outro instrumento útil a considerar poderá ser um "Plano de Desenvolvimento de Públicos", com recomendações que abranjam estas áreas:

- Peça à Task Force para avaliar a totalidade da sua experiência.
- Que aprendizagem gostariam eles de partilhar e como?
- Que recomendações fariam a toda a organização - tanto sobre o(s) público(s) como sobre a ACED?
- Pode envolver o público ou as partes interessadas neste processo?

- Peça às lideranças que avaliem a experiência a partir da sua perspectiva, acrescente as suas recomendações e depois decida:
 - Que práticas e abordagens poderia levar por diante como organização?
 - O que esperaria ganhar e como avaliaria o seu funcionamento?
 - O que irá mudar?
 - Quem tem de ser envolvido?
 - Quem irá liderar, facilitar ou promover mudanças e novas práticas?
 - Que recursos serão necessários?
- Estas ideias podem então ser utilizadas como um ensaio - ou protótipo - revendo-as e adaptando-as numa base contínua.
- Utilizando uma ferramenta como a "Audience Canvas" ou o "Círculo de Considerações", poderá aplicar o ACED a novas estratégias, projetos, iniciativas ou programas..
- Reveja continuamente o sucesso da utilização do ACED como parte de ciclos regulares de monitorização, avaliação e revisão.

Passo 8

Incorporar

Aprendizagem organizacional

No final de todo o processo, a sua organização terá acumulado um conjunto particularmente rico e diversificado de aprendizagens organizacionais. Saberá muito mais sobre as capacidades e as oportunidades à disposição das suas equipas. Para além de adoptar novas formas de fazer e potenciais novas práticas "diárias", terá também articulado e desenvolvido uma (nova) estratégia de desenvolvimento de públicos.

Públicos e Comunidade

Com um novo conhecimento do seu público actual e potencial, poderá produzir trabalho e criar novas abordagens adequadas às suas necessidades, decidindo como progredir a partir das suas estratégias de desenvolvimento de públicos audiência nas próximas etapas do seu trabalho.

Chegou ao fim! e agora...

Terá conseguido:

- Captar ensinamentos chave do ACED, identificando formas de tornar os princípios, os instrumentos, as técnicas e as estratégias na base do ACED em alavancas para a transformação da sua organização, utilizadas de forma consistente ao longo do tempo.
- Levar a cabo processos de experimentação tangíveis, materializadas no terreno, desenhadas para públicos reais.

Estas aprendizagens serão integradas nas suas práticas regulares, e todos poderão beneficiar com esta aprendizagem.



Conclusão

ACED Finalizado que repercursões?

O modelo ACED

pode ser aplicado por todo o tipo de organizações, nos mais variados contextos do sector cultural.

Desenvolvido para promover uma participação ampla e profunda do(s) público(s) na vida das instituições culturais, ele mobiliza toda a organização. Para o ACED, o desenvolvimento de públicos é um processo criativo, em que os públicos, mais do que números ou estatísticas, são pessoas reais.

Pela sua natureza, o ACED adapta-se a diferentes tipos de "missão" ou orientações estratégicas, tenham estas um carácter empresarial, artístico ou social.

Ele dirige-se a todas as organizações que valorizem na sua atividade a importância das experiências do(s) seu(s) público(s).

Mudar, desenvolver, adaptar

O ACED foi desenvolvido durante o projecto Adeste+, mas baseia-se em vários anos de experimentação e testes realizados pelos parceiros Adeste e por uma rede vasta de organizações, académicos, profissionais, investigadores e formadores de todo o mundo. Não é uma fórmula mágica. A sua força tem origem no reconhecimento de que só uma abordagem holística garante o sucesso – uma abordagem que reconheça que a mobilização do(s) público(s) apenas acontece quando todos assumimos a responsabilidade pelo eu envolvimento, qualquer que seja o nosso título profissional. A metodologia ACED é a última iteração de um intenso trabalho de pesquisa. Baseia-se na

investigação, testagem e avaliação de ações concretas, e continuará a ser melhorada na medida em que for sendo utilizada de forma mais ampla. Por esta razão, encorajamo-lo a contar-nos a sua experiência de utilização do ACED.

Fale-nos sobre a sua experiência! (→ aced.adeplus.eu)

Pode deixar-nos o seu feedback sobre a sua experiência de utilização do ACED no nosso website:

- O que tem funcionado para si?
- O que poderia ser adaptado?
- O que poderia ser acrescentado?

Com a sua ajuda, o ACED poderá continuar a evoluir, aperfeiçoando um modelo à disposição de todos.

/Parceiros



Fondazione Fitzcarraldo
Italy
www.fitzcarraldo.it



MeltingPro
Italy
www.meltingpro.org



The Audience Agency
United Kingdom
www.theaudienceagency.org



Center for Kunst & Interkultur

The Danish Center
for Arts and Interculture
Denmark
www.cki.dk



MAPA
DAS IDEIAS

Mapa Das Ideias
Portugal
www.mapadasideias.pt



Kultura Nova Foundation
Croatia
www.kulturanova.hr



Instituto de Estudios de Ocio
Aisiasko Ikaskuntzen Institutua
Leisure Studies Institute

University of Deusto
Spain
www.deusto.es



Teatro Stabile di Torino
Italy
www.teatrostabiletorino.it



Mercury Theatre Clochester
United Kingdom
www.mercurytheatre.co.uk



ZARAGOZA
ES CULTURA

Zaragoza Cultural
Spain
www.zaragozacultura.es



Gulbenkian Foundation
Portugal
www.gulbenkian.pt



Norrebro Theatre
Denmark
www.nbt.dk



City of Warsaw
Poland
www.um.warszawa.pl



Fondazione Compagnia
di San Paolo
Italy
www.compagniadisanpaolo.it



Croatian National Theatre
Ivan pl. Zajc Rijeka
Croatia
www.hnk-zajc.hr



Adesteplus
www.adeplus.eu



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of European Union

