

O Marketing Cultural Na Marinha Do Brasil

Ericson Castro De Santana

MBA em Gestão Cultural

Profº. Ivan Lee.

O presente estudo tem por objetivo compreender como o marketing cultural pode contribuir positivamente para a imagem da Marinha do Brasil. A motivação para a realização desta pesquisa partiu da observação de como o poder da comunicação voltado para a cultura é capaz de fortalecer a imagem de uma instituição, agregar valores nas organizações partindo do próprio comportamento humano. Este estudo se justifica na medida em que busca fomentar junto à população a importância da Marinha do Brasil através do Marketing Cultural, solidificando sua imagem. Nesse sentido a cultura, além de ser objeto de estima da sociedade possui atributos especiais de comunicação que lhes são inerentes, ou seja, o marketing cultural, que além de ser adequado para vincular imagens institucionais, devido ao prestígio de seu objeto de trabalho, permite, como nenhuma outra atitude de marca, veicular mensagem, por sua capacidade de quebrar as resistências às mensagens, revestindo-as de beleza. O marketing cultural apóia e integra as necessidades e estratégias de promoção (comunicação) empresarial aos eventos culturais, sensibilizando o público de forma positiva, a consumir o produto institucional, e suas ações visam atingir o público-alvo, tornando mais eficaz e eficiente a comunicação da empresa com a sociedade. A organização quando investe em um evento cultural, pode não somente fortalecer seu Marketing Institucional como também exercer de uma forma mais ampla o seu marketing. Para tal, este estudo propõe elucidar e contribuir com a Instituição e com futuros estudos voltados aos benefícios estendidos à sociedade, investigando Como o marketing cultural pode contribuir para a imagem da Marinha do Brasil? Para tratar dessa problemática, o trabalho foi desenvolvido em três capítulos, mais a introdução e a conclusão. No primeiro capítulo visou abordar as principais questões do Marketing ao Marketing Cultural, como o valor, a cultura e o marketing mix. Já no segundo buscou-se mostrar ao leitor o que é a Marinha do Brasil, sua importância e realizações principalmente em tempo de paz, através do histórico do mar e do poder naval foi contada a história da formação do Brasil, além da importante abordagem do conceito da Amazônia Azul como forma de valorar a importância do mar e da organização. E, no último capítulo foi ratificado o tema da monografia, procurando mostrar a Marinha do Brasil inserida no contexto cultural e sua “razão de ser” para a sociedade brasileira.

Palavras-chave: Marketing Cultural – Marinha do Brasil – Imagem Institucional

Convênio:

Associação Brasileira de Gestão Cultural

CNPJ 07 629 312 0001 – 08

www.abgc.org.br

