

ÁREA DE FORMAÇÃO: Gestão de Marketing

UX & NEUROCOMUNICAÇÃO

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
08/12/2026	9h/13h – 14h/16h30	12 horas	Lisboa
09/12/2026	9h/13h – 14h/16h30		

OBJETIVO GERAL:

Dotar os participantes de competências baseadas em evidência científica que lhes permitam:

Compreender como o cérebro navega, decide e reage em ambientes digitais;

Identificar os fatores neurocognitivos que geram fricção ou engagement numa experiência digital;

Aplicar princípios neurocientíficos à otimização de usabilidade, jornada do utilizador e eficácia da comunicação;

Fundamentar decisões de UX e de comunicação digital em evidência, e não apenas em boas práticas convencionais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

No final da formação, os participantes serão capazes de:

- ✓ Explicar como funcionam a atenção, a perceção e a carga cognitiva em ambientes digitais;
 - ✓ Identificar os sinais de confiança e os gatilhos emocionais que influenciam a decisão online;
 - ✓ Diagnosticar pontos de fricção numa jornada digital com base em princípios neurocientíficos;
 - ✓ Construir mensagens, hierarquias de informação e calls-to-action mais eficazes;
 - ✓ Selecionar métodos de medição e teste adequados para validar decisões de UX e comunicação.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução às Neurociências na comunicação e ao cérebro digital	1h30	➤ O que são as neurociências na comunicação e como se liga ao UX. ➤ Como o cérebro processa informação em ambientes online. ➤ Evidência científica vs boas práticas convencionais.
Perceção, atenção e carga cognitiva	2h30	➤ Hierarquia visual, saliência e padrões de leitura. ➤ Tempo de resposta, escolha e esforço (Hick, Fitts). ➤ Carga cognitiva e fontes de fricção numa interface.
Emoção, confiança e decisão em ambientes digitais	2h30	➤ Sinais de confiança e credibilidade online. ➤ Valência emocional, microinterações e feedback. ➤ Vieses aplicados ao digital (default, ancoragem, prova social) e aplicação ética.
Jornada do utilizador e neurocomunicação	2h30	➤ Mapeamento neurocognitivo da jornada digital. ➤ Mensagens, claims e hierarquia de informação. ➤ Calls-to-action, formulários e storytelling em interfaces.
Medição e teste	1h30	➤ Eye-tracking, testes A/B e métricas de atenção e emoção. ➤ Como ler heatmaps e dados comportamentais. ➤ Como usar evidência para decidir.
Apresentação dos Projetos e Conclusão	1h30	➤ Apresentação das auditorias neuro-UX pelos grupos. ➤ Feedback coletivo (entre pares e do formador). ➤ Conclusões e aplicação ao contexto real dos participantes.

PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+IVA

FORMADOR: CATARINA ALVES RIBEIRO

Licenciada em Marketing, com especialização em Estratégia e Marketing Digital pela EDIT. – Disruptive Digital Education. Formou-se em Neuromarketing pela Copenhagen Business School e pelo ISAG – European Business School, e aprofundou a vertente científica com Medical Neuroscience pela Duke University. Mestre em Neurociências Cognitivas e Comportamentais na Universidade Católica Portuguesa e no ISPA – Instituto Universitário.

O seu percurso profissional integrou áreas como eventos, comunicação, hotelaria e imobiliário, tendo passado por agências e marcas como a Ativism, Monday Interactive Marketing, NAU Hotels & Resorts, Portugal Sotheby's International Realty e Coldwell Banker.

É fundadora da Brainding – Communication with Brain, consultora em neurociências aplicadas à comunicação, onde desenvolve projetos em diversas áreas, como imobiliário (The Agency RE), saúde (António Gaspar – Physiotherapy & Performance) e farmácia (FAHMA), entre outros.

É também fundadora da Associação Portuguesa de Neuromarketing (APN), organização que promove a aplicação ética e científica das neurociências ao marketing e à comunicação em Portugal.