

A. Comunicação Interna

1. Comunicação interpessoal e espaço de trabalho

1.1. Quais os modos/suportes informativos utilizados no acolhimento de recém recrutados? (Quer de jogadores, quer de outras áreas inerentes ao clube).

Não existem modos estabelecidos. Tudo acontece com reuniões, informais.

1.2. Qual é o tipo de comunicação mais utilizado? Comunicação informal/formal? Qual o motivo?

Comunicação informal, por se tratar de um Clube que, ainda tem um longo caminho a percorrer em termos de organização e estruturação interna.

1.3. De que forma a (in)existência de um espaço físico condiciona a comunicação interpessoal?

A existência de um espaço físico é importante, uma vez que proporciona o contacto presencial entre os trabalhadores da empresa e contribui para o relacionamento das pessoas e para a qualidade do ambiente e da produtividade.

1.4. O Departamento de Comunicação/Relações Públicas intervém ou tem alguma influência na contratação de jogadores?

Na realidade do Varzim SC, este departamento não tem qualquer influência, nem intervém nas contratações de jogadores.

1.5. O Departamento de Comunicação/Relações Públicas está apenas ligado à equipa principal ou também está ligado às camadas jovens?

A nossa prioridade é a equipa principal, mas tentamos abranger as camadas jovens, da melhor forma possível.

2. Material Impresso

2.1. Quais os suportes impressos mais utilizados para comunicar com o público interno? Com que frequência são utilizados estes suportes? Em que ocasiões?

No que diz respeito a material impresso, os suportes utilizados prendem-se mais com mapas de jogos e de treinos, microciclos, convocatórias e fichas de jogo. Documentos de logística.

2.2. Utilizam suportes de comunicação que incentivem o feedback? (ex.: inquéritos, caixas de sugestões). De que forma são tratados os dados obtidos?

Muito raramente isso acontece.

2.3. Existe um jornal interno? Quais os objetivos subjacentes à sua publicação? Qual o conteúdo editorial? Qual a periodicidade e a tiragem?

Existe o jornal “O Varzim”, que tem funciona como um “arquivo histórico” para os associados e adeptos. Por se tratar de uma edição que atualmente não tem uma periodicidade rigorosa, quando sai, o conteúdo prende-se com o percurso da equipa principal e das camadas jovens, reportagens de acontecimentos relevantes na vida do clube que tenham ocorrido no espaço temporal entre a ultima publicação e a atual e com entrevistas a individualidades do clube. O jornal é distribuído gratuitamente.

3. Comunicação Audiovisual

3.1. Que suportes utilizam? (ex.: filmes institucionais). Em que ocasiões e para que públicos específicos?

Vídeos institucionais para os jogadores.

3.2. Onde são produzidos?

São produzidos internamente, no Clube, pelo funcionário que trabalha diretamente com a equipa técnica na área de vídeo/observação ou pelo departamento de comunicação.

4. Novas Tecnologias

4.1. Recorrem às novas tecnologias como a intranet, correio eletrónico, redes sociais?

Recorremos ao correio eletrónico e redes sociais.

4.2. É utilizado com que frequência? Por quem?

O email é usado diariamente por todos os profissionais ao serviço do Clube. As redes sociais são unicamente geridas pela Diretora de Comunicação do Clube.

4.3. Estes suportes de comunicação interativos são um incentivo à comunicação bidirecional?

Inquestionavelmente.

5. Organização e construção de eventos

5.1. Quais os eventos que organizam habitualmente? Com que objetivos e periodicidade?

Os jogos ao fim de semana. As assembleias- Gerais do Clube. Torneios de Futebol. Cerimónias do Aniversário do Clube. E já numa vertente mais cultural e social, o Clube organiza um grande evento no Verão, de 3 dias, intitulado “Convívio Varzinista” (sardinhada/churrasco com música ao vivo).

5.2. Qual a sua eficácia ou avaliação?

Tem sido eventos muito bem-sucedidos.

B. Assessoria de media

6. Gabinete de Imprensa

6.1. Existe um gabinete de assessoria de imprensa no clube (ou recorrem a outsourcing)? Quem tem essas funções?

Existe apenas uma pessoa a exercer essa função.

6.2. Existe contacto interpessoal entre um representante da organização e os media?

Sim, contacto diário.

6.3. Têm uma base de dados sobre a imprensa local e/ou nacional atualizada?

Sim.

6.4. De que forma as conferências de imprensa são organizadas? Como escolhem os intervenientes?

As conferências de Imprensa são organizadas pela Diretora de Comunicação em conjunto com o Departamento de Futebol ou com a Direção do Clube, sempre em moldes simples. Primamos por um equilíbrio entre as formalidades básicas e um ambiente acessível para os profissionais da Comunicação.

A escolha dos intervenientes é feita pelo Clube (Dep. de comunicação, sempre em sintonia com o Dep. Futebol e a Direção).

6.5. Estão preparados para gerir a informação em caso de crise? De que forma?

Nas situações mais complicadas, por norma, recorremos à publicação de Comunicados da Direção, no site oficial do Clube que depois são partilhados nas redes sociais.

6.6. Qual foi a situação mais mediática que já enfrentaram?

6.7. Existe um aconselhamento prévio aos intervenientes (jogadores) nas conferências de imprensa? (ex.: não falar de algum assunto específico)

Sim, existe esse cuidado quando o contexto ou o momento assim o exige.

C. Gestão e realização de eventos

7.1. De que tipo? Quais os públicos (internos, externos ou mistos)? Quais os objetivos?

Tal como referimos no ponto 5.1, organizamos eventos de carácter desportivo e social. Por norma todos os eventos destinam-se aos três tipos de público.

D. Relações com a comunidade

8.1. Como desenvolvem o programa de patrocínios?

9. Estratégias de responsabilidade social

9.1. Desenvolvem campanhas de cariz comunitário em alguma área social? Qual é o objetivo?

Anualmente levamos a efeito Campanha de Angariação de Bens Alimentícios para as instituições sociais do Concelho.

9.2. Preocupam-se em envolver os públicos internos?

Dirigimos as iniciativas ao publico externo, mas sempre envolvendo o publico interno.

E. Gestão da Identidade Visual

10.1. Há quanto tempo têm a mesma identidade visual?

A identidade visual cinge-se sobretudo ao Emblema do Clube. Não sofreu nenhuma alteração desde a sua criação. Portanto, usamos o Emblema desde a fundação do Clube, que conta com 101 anos.

10.2. Como foi definida essa identidade? O que representa?

10.3. Qual a coerência dessa mesma identidade nos diferentes suportes comunicacionais?

O emblema do Clube é o ícone de excelência para os adeptos e está presente em todos os suportes comunicacionais.