

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).

No caso dos jogadores, quer sejam Portugueses ou estrangeiros passam pelo Departamento de Futebol, para um serviço de check-in, onde é lhes comunicado toda a informação sobre o Marítimo bem como sobre a nossa terra. São tiradas cópias de toda a documentação, ficha biográfica e fotografias. Posteriormente é entregue a cada atleta o regulamento interno do Marítimo. No caso dos contratados para outras áreas, Documentos como cartas de recomendação, especialização ou formação na área que se candidatou e a paixão ou simpatia pelo Club Sport Marítimo são situações que se tem em conta de forma obrigatória.

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

O email com conhecimento da hierarquia do Marítimo, dando conhecimentos aos vários intervenientes ou até mesmo interessados.

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

Hoje em dia com as tecnologias e programas informáticos o espaço físico não condiciona um bom e eficaz relacionamento de trabalho.

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

No organograma do Marítimo as relações públicas tratam de toda a comunicação externa do Marítimo. Por outro lado, o departamento de comunicação executa as tarefas dos órgãos sociais informativos do Marítimo: Marítimo TV, Facebook, Twitter, revista, site, e boletins informativos. Cabe ao departamento de comunicação ser o L de ligação com todos os órgão de comunicação social externo.

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

O departamento de comunicação e o dep. De relações públicas não estão só ligados à equipa principal, mas também a equipa B, futebol Jovem, modalidades amadoras, colégio, fundação, delegações, património e ventos.

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?

Email, Facebook e notas informativas de formato digital ou até mesmo manual. Sempre que necessário e tendo em conta o departamento ou o público alvo.

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

Sim para o Marítimo é importante a opinião ou sugestões de todos, só assim podemos fazer o Clube crescer todos os dias e a todos os níveis. Um dia por semana o Presidente da direção ouve os sócios e as sugestões poderão ser enviadas pelas nossas redes sociais.

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

Não existe um jornal interno. Todos os meios são únicos para o desenvolvimento comunicativo necessário a todo o universo Maritimista.

3. Comunicação Audiovisual

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

Filmes institucionais para o Marítimo e empresas externas associadas (Colégio do Marítimo, The Kid's Club, IPTL, etc); reportagens de informação de eventos associados ao Marítimo, incluindo resumos de jogos desportivos; entrevistas a indivíduos de relevo ao clube. O público-alvo são todos os adeptos e associados Maritimistas, incluindo, mas não limitado aos que não se encontram em Portugal.

3.2. Onde são produzidos?

Os vídeos são produzidos no complexo desportivo do Marítimo, Estádio do Marítimo e onde for necessário.

4. Novas Tecnologias

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

Os vídeos são emitidos no site maritimo.tv, no site oficial do Marítimo e no meu canal da Marítimo TV, e ocasionalmente são feitas emissões em direto para estas plataformas. São também utilizados o correio electrónico, o Skype, o Google Docs e o Facebook. Os vídeos são ainda produzidos com recurso a modernos programas de edição não-linear.

4.2. É utilizado com que frequência? Por quem?

As novas tecnologias são utilizadas diariamente pelos funcionários e espetadores da Marítimo TV.

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

O público-alvo comunica regularmente com a Marítimo TV através do e-mail e do Facebook, e é encorajado a fazê-lo obtendo resposta atempada.

5. Organização e construção de eventos

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

O Club Sport Marítimo vai muito além da sua natureza meramente desportiva. Deste modo, são várias as comemorações de âmbito social, cultura e religioso, sendo que estas decorrem um pouco por todo o ano.

O aniversário do Clube, a 20 de setembro, é uma das festas mais emblemáticas, uma vez que tem por base celebrar a vitalidade do Marítimo. O mês de dezembro também é repleto de festividades, sobretudo de âmbito religioso, com a realização da Festa de Nossa Senhora da Imaculada Conceição, Padroeira do Clube, e da Missa do Parto do Marítimo, cuja principal finalidade é juntar o Marítimo das suas gentes.

Outro grande momento e que, ano após ano, merece uma especial atenção do Clube, é a realização da Festa do 15 de maio, um dia de comemoração em que se festeja a histórica subida de Divisão do Marítimo ao primeiro escalão do Futebol Português, em 1977.

A juntar a estas celebrações de cariz anual, existe ainda a Festa de Apresentação do Plantel de Futebol Profissional do Marítimo, que se realiza anualmente em agosto.

Pelo meio, vários são os eventos solidários aos quais o Marítimo gosta de se associar, nomeadamente visitas a Escolas e Instituições de ensino, exposições, apresentações de projetos e outros eventos de âmbito social.

5.2. Qual a sua eficácia ou avaliação?

Com tudo isto, o objetivo é o de aproximar o Marítimo, um clube do Povo, das suas gentes, fazendo jus ao lema: “O Marítimo não e só pontapé na bola!”.

A Instituição verde-rubra também é, nas palavras do Presidente Carlos Pereira, sinónimo de cultura e educação. E estes mesmos eventos surgem também no seguimento dessa linha de orientação.

E em suma, podemos avaliá-los muito positivamente, pois a adesão é sempre muito significativa - importante salientar que tivemos cerca de 800 pessoas na Missa do Parto do Marítimo - e os maritimistas e madeirenses em geral comparecem sempre em peso a estas comemorações.

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?

Sim.

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

Sim.

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?

De acordo com a equipa técnica.

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

Sim. De caso a caso.

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

Final da Taça da Liga 2014/2015.

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

Sim.

C. Gestão e realização de eventos

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

Os nossos eventos são, maioritariamente, de âmbito social, sendo que não são também descurada as componentes pedagógicas, - com visitas a Escolas/Instituições de Ensino, em que levamos sempre alguns dos nossos principais atletas - religiosas - exemplo da Missa do Parto do Marítimo - cultural - exposições e apresentações culturais - e outros eventos que vão muito além da natureza meramente desportiva.

No que concerne aos públicos, são muito amplos. Temos por hábito dirigimo-nos, não só aos sócios e adeptos do Marítimo, como também aos madeirenses em geral, por sermos a mais representativa instituição desportiva madeirense.

Quanto aos objetivos, são o de aproximar o Clube da comunidade. O Marítimo é um clube do povo, com uma expressão muito forte por toda a Ilha e, assim, é muito importante 'alimentar' esta forte ligação.

Deste modo, é fundamental trabalhar neste género de eventos, que vão muito além do âmbito desportivo, com vista a honrar as pessoas e os madeirenses que, geração após geração, continuam a fazer do Clube o maior das Ilhas.

D. Relações com a comunidade

8.1. Como desenvolvem o programa de patrocínios?

No Marítimo, estruturamos as nossas propostas de patrocínio mediante algumas variáveis essenciais. Em primeiro lugar, temos por hábito ajustar as propostas de patrocínio evento a evento, ou seja, mediante as necessidades que temos para cada evento específico.

Por outro lado, também realizamos contratos de patrocínio através de permuta. Ou seja, nem sempre pedimos necessariamente um valor financeiro. Em muitos dos casos, pedimos produtos/serviços com vista a fazer face às necessidades da organização do evento.

Damos agora um exemplo prático daquilo que é a nossa forma de trabalhar. Se uma empresa estiver interessada em patrocinar os equipamentos oficiais do Clube, no caso, da Equipa Profissional de Futebol, pedimos que subsidiem na totalidade os custos de produção dos mesmos, sem que tenham de enviar um valor em separado.

No fundo, aqui no Marítimo, ajustamos os patrocínios mediante aquilo que necessitamos caso a caso. E com isto, temos já uma ótima relação com alguns dos nossos parceiros/patrocinadores, que conseguem sempre excelentes resultados ao nível da divulgação da sua imagem.

9. Estratégias de responsabilidade social

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

Relativamente a esta questão, não existe melhor forma de a abordar do que ao mencionar o Programa “Marítimo + Solidário”. Este foi um programa que ocorreu entre 2014 e 2015, num total de 52 semanas, em que todas as semanas o Marítimo, em colaboração com os seus Parceiros, ajudou três crianças carenciadas, com produtos/serviços das marcas que se associaram.

Este foi um programa idealizado pelo Marítimo, pela Pessoa Coletiva da Fundação Marítimo Centenário, e que permitiu ajudar imensos jovens em dificuldades. De resto, cabe-nos também deixar um enorme agradecimento a todos os nossos Parceiros que se quiseram associar, pois sem eles estas ações não teriam sido possíveis.

Além desta ação específica, o Marítimo tem usado igualmente muito dos seus recursos para apoiar e realizar outras iniciativas de cidadania e solidariedade social. Por exemplo, em 2009, na Corrida de São Silvestre, no Funchal, por alturas do Natal, foram entregues verbas de patrocínio da participação da equipa de futebol do Clube nesta corrida, entregues a 50 crianças do Patronato de Nossa Senhora das Dores e do Abrigo de Nossa Senhora da Conceição.

Mais recentemente, este mês de março, o plantel de Futebol Profissional autografou duas telas para serem leiloadas numa exposição solidária que apoia pessoas com Cancro, uma patologia

que, infelizmente, tanto afeta a nossa Sociedade mas que, no Marítimo, tudo fazemos para apoiar a luta destes guerreiros.

9.2. Preocupam-se em envolver os públicos internos?

Os públicos internos também assumem uma importância vital e, no Club Sport Marítimo, fazemos questão que estejam sempre presentes nos principais momentos da vida do Clube.

Ao fazê-lo, também estamos a contribuir para que estas pessoas se sintam envolvidas no seio da empresa, aumentando os níveis de compromisso para com o Clube.

Mas não estamos só a falar de funcionários. Todos os nossos Sponsors/Patrocinadores/Parceiros/Apoios são convidados para os principais eventos que realizamos, pois temos a perfeita noção de que sem eles não seria possível elevar o nome do Marítimo aos patamares de qualidade que hoje temos.

Acreditamos firmemente que este envolvimento dos nossos públicos internos é uma tarefa essencial. Ao fazê-lo, estamos ao mesmo tempo a promover o envolvimento destas pessoas no processo de comunicação e torna-las também embaixadores do Clube e, conseqüentemente, dos seus eventos.

E. Gestão da Identidade Visual

10.1. Há quanto tempo têm a mesma identidade visual?

A identidade do Marítimo: Emblema, cores e Nome são intocáveis por força estatutária de novembro de 1911.

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

Foi definida nos estatutos do Clube, pelos seus fundadores e representam os pontos mais importantes da definição do Marítimo.

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

A coerência é sempre a mesma porque caracterizam e identificam o Marítimo.