

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).

A todos os novos colaboradores é fornecido um manual de acolhimento com todas as informações relativas à FPF. Os jogadores recebem um documento com as boas vindas, a descrição das expectativas que a FPF tem ao chamá-los a uma seleção e um conjunto de regras a seguir quando ao serviço das seleções.

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

É enviado um email para todos os colaboradores informando da chegada de um novo elemento.

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

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

Não.

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

O departamento de Pessoas e Meia (nome da divisão que engloba a comunicação e relações públicas) trabalha com todas as seleções da FPF.

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?

Devido à política de sustentabilidade, o número de impressões é limitado ao estritamente necessário. Assim sendo toda a comunicação é realizada através de email e através da plataforma da intranet.

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

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

A revista FPF360 é uma publicação da nossa responsabilidade, publicada bimestralmente. Nela são abordados todos os temas da vida da FPF, nomeadamente a publicação do novo organograma. Publicamos regularmente programas de jogo da Seleção A, para distribuição nos

estádios e junto dos nossos principais stakeholders, e algumas peças específicas sobre finais de competições organizadas por nós.

3. Comunicação Audiovisual

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

São apresentados filmes institucionais em eventos internos e externos.

3.2. Onde são produzidos?

São produzidos internamente no departamento de Pessoas e Media, com a nossa equipa de vídeo (que inclui repórteres, camaras e editores de vídeo).

4. Novas Tecnologias

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

Sim, a intranet é utilizada diariamente, onde constam por exemplo os aniversários dos colaboradores e onde é publicada a ementa diária do restaurante. O correio eletrónico é utilizado para envio de informações relevantes como alterações à circulação, ou testes de incêndio.

4.2. É utilizado com que frequência? Por quem?

É utilizado com uma frequência diária, pela direção de recursos humanos, e pela direção do complexo desportivo onde está instalada a sede da FPF, a Cidade do Futebol.

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

São o principal veiculo de comunicação interna.

5. Organização e construção de eventos

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

A FPF organiza todos os jogos das seleções de futebol nacional realizados em território português.

Para além dos eventos puramente desportivos, a FPF organiza congressos e workshops sobre a temática do Futebol. Semanalmente são realizados os sorteios das 32 competições que a FPF organiza.

Ao nível dos eventos internos é organizado o jantar de natal, a assembleia geral.

5.2. Qual a sua eficácia ou avaliação?

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?

A assessoria de imprensa é realizada pela equipa interna da divisão de Pessoas e Media.

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

Sim, com bastante frequência.

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

Sim, temos uma base de dados de contactos da imprensa nacional (todas as áreas) e internacional.

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

São organizadas por nós, com os intervenientes julgados adequados para cada momento específico.

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

Sim, existe um plano de crise delineado para cada uma das iniciativas.

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

A Seleção A participa nos eventos de maior audiência mundial (Campeonatos de Europa e Campeonatos do Mundo). A vitória no Euro 2016 intensificou o olhar do mundo sobre a nossa atividade. A um nível interno, a FPF organiza duas das maiores competições - Taça de Portugal e Supertaça -, além da Liga Sportzone, em futsal. Todos estes eventos têm elevado perfil mediático.

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

Existe um acompanhamento contínuo de todas as seleções, na comunicação com os órgãos de comunicação social.

6.8. Existe um seguimento da forma como a comunicação é tratado pelos departamentos de comunicação dos clubes na federação?

Sim.

C. Gestão e realização de eventos

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

D. Relações com a comunidade

8.1. Como desenvolvem o programa de patrocínios?

Desenvolvemos algumas ações de aproximação à comunidade. Na mudança de sede para a zona de Oeiras foi doado um conjunto significativo de material desportivo a todos os clubes do conselho.

9. Estratégias de responsabilidade social

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

A Federação Portuguesa de Futebol, dentro da sua política de responsabilidade, tem uma intervenção na sociedade nomeadamente ao proporcionar a possibilidade de assistir de forma gratuita a jogos de futebol e futsal das nossas seleções.

9.2. Preocupam-se em envolver os públicos internos?

Sim, sempre que possível.

E. Gestão da Identidade Visual

10.1. Há quanto tempo têm a mesma identidade visual?

Na nossa atividade desenvolvemos várias identidades visuais, para cada uma das competições, eventos, etc. A identidade visual da FPF tem vindo a ser desenvolvida nos últimos de 3 anos.

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

A identidade que foi desenvolvida está assente na missão e valores da FPF, transmitindo uma ideia de modernidade e portugalidade.

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

A identidade é replicada nos diferentes suportes de comunicação.