



ESCOLA SUPERIOR
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Federação Portuguesa de Atletismo:
Breves notas sobre a comunicação estratégica no
sector do atletismo em Portugal**

Bruno Cottard Vidal

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUBMETIDO COMO REQUISITO PARCIAL PARA
OBTENÇÃO DO GRAU DE
MESTRE EM GESTÃO ESTRATÉGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

**Orientadora:
Prof.^a Doutora Mafalda Eiró-Gomes
Co-orientador:
Mestre César Neto
Escola Superior de Comunicação Social – I.P.L**

Setembro, 2014

**Federação Portuguesa de Atletismo:
Breves notas sobre a comunicação estratégica no
sector do atletismo em Portugal**

Relatório de Estágio na Federação Portuguesa de Atletismo

Bruno Cottard Vidal

Escola Superior de Comunicação Social - I.P.L.

Declaração

Declaro ser a autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas, que constitui um trabalho original e inédito que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 8 de Setembro de 2014

Agradecimentos

A realização deste Mestrado foi sem dúvida um grande desafio. Ao longo destes anos, foram várias as pessoas que contribuíram decisivamente para a concretização deste projecto.

Em primeiro lugar gostaria de agradecer aos meus pais, Bruno Laborinho Vidal e Martine Sylvie Cottard por todo o apoio e afecto, sem eles nunca conseguiria ter alcançado esta etapa da minha vida.

Um agradecimento também aos meus avós, Bruno da Silva Vidal e Júlia Soares Salvador Laborinho, por toda a educação que me deram e por terem contribuído decisivamente para a pessoa que sou hoje.

Dedico igualmente este projecto a todo o meu grande grupo de amigos, nomeadamente ao Edgar Mota, ao Élio Salsinha, ao Jordan Santos, ao Rui Serrador, ao Tiago Batalha e ao Vasco Ensinas, não só pela amizade incondicional desde sempre, mas também pelo apoio e força que me deram ao longo destes últimos tempos.

Gostaria de agradecer profundamente ao Dr. António Costa pela oportunidade que me deu em estagiar na Federação Portuguesa de Atletismo, por toda a sua amizade, e a todos os restantes funcionários que fizeram com que esta experiência tivesse sido única.

Um obrigado muito especial à minha orientadora Prof^a Doutora Mafalda Eiró-Gomes, por todo o tempo dispendido e pela paciência que teve para comigo ao longo deste trabalho, mas principalmente pela motivação, pela força e pelos conhecimentos que me transmitiu não só ao longo deste projecto, mas também ao longo da realização deste Mestrado.

Agradeço também ao Professor César Neto, pelas inúmeras horas que despendeu comigo. Todos os seus conhecimentos não só ao nível das Relações Públicas, mas também ao nível desportivo foram essenciais para a concretização deste trabalho.

A todos o meu Muito Obrigado.

Resumo

Apresenta-se neste relatório de estágio – condição para a obtenção do grau de mestre em Gestão estratégica das Relações Públicas – o que entendemos dever ser um plano estratégico de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

O interesse deste trabalho centra-se essencialmente no aspecto inovador do papel das Relações Públicas no sector desportivo, questão ainda pouco trabalhada em Portugal.

Este trabalho é o corolário de estágio desenvolvido entre 10 de Março e 15 de Junho de 2014 no gabinete de Eventos, Comunicação e Marketing da Federação Portuguesa de Atletismo.

Palavras-chave: Relações Públicas; Sector Desportivo; Comunicação para o Desporto; Estratégia; Federação Portuguesa de Atletismo.

Abstract

In this internship report – one of the conditions for obtaining the master degree in Strategic Public Relations Management – we discuss and present what we believe should be a strategic communication plan for the Portuguese Athletics Federation.

The interest of this work focuses primarily on the innovative aspect of the role of Public Relations in the sports sector, issue still crafted in Portugal.

This work is the corollary of an internship developed between 10 and June 15, 2014 at the events, Communications and Marketing of the Portuguese Athletics Federation.

Key words: Public Relations; Sports; Sports Communication; Strategy; Portuguese Athletics Federation.

Índice

	Páginas
Agradecimentos.....	v
Resumo.....	vi
Abstract.....	vii
Introdução.....	1
Capítulo I – Relações Públicas no Sector Desportivo.....	7
1. Definição de Relações Públicas.....	7
2. Relações Públicas e as Organizações.....	10
3. As Relações Públicas no sector Desportivo.....	12
Capítulo II – O Atletismo e Portugal.....	20
1. Análise da situação.....	20
1.1 Tipos de Atletas.....	21
1.2 O Atletismo ao nível dos Clubes.....	22
1.3 Estado actual do Atletismo em Portugal.....	23
2. A Federação Portuguesa de Atletismo.....	25
2.1 Principais Objectivos.....	26
2.2 Acções.....	27
2.3 Organograma da Federação Portuguesa de Atletismo.....	31
2.4 A Federação a nível Internacional.....	32
Capítulo III – Plano de Comunicação.....	33
1. Análise da Situação.....	33
1.1 Análise SWOT.....	35
2. Planeamento.....	36
2.1 Meta.....	36

2.2 Objectivos Gerais do Projecto	36
2.3 Eixos Estratégicos	36
2.3.1 Aumentar Interesse	37
2.3.2 Envolver.....	37
2.4 Alinhamento Estratégico	38
2.5 <i>Stakeholders</i>	39
2.6 Caracterização dos Públicos-Alvo.....	39
2.6.1 Jovens	39
2.6.2 Atletas e Ex-Atletas	40
2.6.3 Adeptos	40
2.6.4 Estudantes de Desporto.....	40
2.6.5 Treinadores e Técnicos	41
2.6.6 Parceiros	41
2.6.7 Meios de Comunicação Social.....	43
2.7 Objectivos de Comunicação por Público-Alvo	44
2.7.1 Objectivos de Comunicação para Jovens	44
2.7.2 Objectivos de Comunicação para Atletas e Ex-atletas	45
2.7.3 Objectivos de Comunicação para Adeptos	45
2.7.4 Objectivos de Comunicação para Estudantes de Desporto.....	46
2.7.5 Objectivos de Comunicação para Treinadores e Técnicos	47
2.7.6 Objectivos de Comunicação para Clubes Desportivos.....	48
2.7.7 Objectivos de Comunicação para Associações Regionais.....	48
2.7.8 Objectivos de Comunicação para Associados Extraordinários	49
2.7.9 Objectivos de Comunicação para Escolas	49
2.7.10 Objectivos de Comunicação para Pais de Alunos	50
2.7.11 Objectivos de Comunicação para Faculdades de Desporto.....	50
2.7.12 Objectivos de Comunicação para Câmaras Municipais	51
2.7.13 Objectivos de Comunicação para Meios de Comunicação Social.....	51
3. Implementação e Monitorização da Estratégia de Relações Públicas.....	53
3.1 Artigos sobre Desporto, Atletismo, e Vida Saudável	53
3.2 Criação de <i>Newsletters</i> para Treinadores e Técnicos	54
3.3 Gestão de Redes Sociais	55
3.4 Actividades com Jornalistas no Centro de Alto Rendimento do Jamor	56

3.5 Actividades Físicas em Escolas Públicas e Privadas.....	57
3.6 Palestras em Faculdades de Desporto.....	59
3.7 Passatempo de Fotografia.....	60
3.8 Visitas de Estudo ao Centro de Alto Rendimento do Jamor	62
3.9 Estágios no Centro de Alto Rendimento do Jamor.....	63
Notas Conclusivas	65
Referências Bibliográficas	70
- Outros Documentos.....	72
Apêndice	74
- Diário de Estágio.....	74
Anexos	102
- Lista de Instituições de Ensino Superior que ministram cursos nas áreas de Desporto e Educação Física.....	102

Índice de Tabelas

	Páginas
Tabela 1 – Análise SWOT da situação do Atletismo e da FPA em Portugal.....	35
Tabela 2 – Lista de <i>stakeholders</i> da FPA	39
Tabela 3 – Objectivos de Comunicação para Jovens.....	44
Tabela 4 – Objectivos de Comunicação para Atletas e Ex-atletas	45
Tabela 5 – Objectivos de Comunicação para Adeptos	45
Tabela 6 – Objectivos de Comunicação para Estudantes de Desporto.....	46
Tabela 7 – Objectivos de Comunicação para Treinadores e Técnicos	47
Tabela 8 – Objectivos de Comunicação para Clubes Desportivos	48
Tabela 9 – Objectivos de Comunicação para Associações Regionais.....	48
Tabela 10 – Objectivos de Comunicação para Associados Extraordinários	49
Tabela 11 – Objectivos de Comunicação para Escolas	49
Tabela 12 – Objectivos de Comunicação para Pais de Alunos	50
Tabela 13 – Objectivos de Comunicação para Faculdades de Desporto	50
Tabela 14 – Objectivos de Comunicação para Câmaras Municipais	51
Tabela 15 – Objectivos de Comunicação para Meios de Comunicação Social.....	51
Tabela 16 – Artigos Desporto, Atletismo, e Vida Saudável.....	53
Tabela 17 – Criação de <i>Newsletters</i> para Treinadores e Técnicos	54
Tabela 18 – Gestão de Redes Sociais	55
Tabela 19 – Actividades com jornalistas no Centro de Alto Rendimento do Jamor.....	56
Tabela 20 – Actividades Físicas em Escolas Públicas e Privadas	57

Tabela 21 – Palestras em Faculdades de Desporto	59
Tabela 22 – Passatempo de Fotografia	60
Tabela 23 – Visitas de Estudo ao Centro de Alto Rendimento do Jamor.....	62
Tabela 24 – Estágios no Centro de Alto Rendimento do Jamor.....	63

Índice de Figuras

	Páginas
Figura 1 – Projectos a desenvolver pela FPA em 2014.....	30
Figura 2 – Organograma da FPA	31

Índice de Ilustrações

	Páginas
Ilustração 1 – Alinhamento Estratégico	43

Introdução

No âmbito do Mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas, realizei um estágio no gabinete de Eventos, Comunicação e Marketing da Federação Portuguesa de Atletismo. Este decorreu entre os dias 10 de Março e 15 de Junho de 2014. A escolha do presente local de estágio surgiu devido ao grande interesse pela modalidade do Atletismo. Assim sendo, sendo a FPA a organização máxima que rege a modalidade em Portugal, esta surgiu como a principal escolha para realizar o estágio referido.

A modalidade do atletismo tem vindo nos últimos anos a passar por várias dificuldades. O número de financiamentos na modalidade é cada vez menor, e como tal é cada vez mais difícil criar condições que permitam ao Atletismo voltar aos seus tempos áureos. Além do mais, também o número de espectadores nas provas realizadas é cada vez menor. No entanto, apesar destas contrariedades, a realidade é que o número de pessoas que pratica corrida tem vindo a crescer cada vez mais nos últimos tempos.

Fazendo uma iniciação ao tema, o atletismo é um conjunto de vários desportos, dividido em três modalidades, sendo elas as corridas, os saltos e os lançamentos. As corridas dividem-se nas de curta distância ou nas de velocidade, média distância ou de meio fundo, e nas de longa distância ou de fundo. As modalidades de lançamento e de arremesso englobam o lançamento do martelo, do disco, do dardo, e o arremesso do peso. Por fim, as provas de salto dividem-se em provas de salto vertical e de salto horizontal. As provas de salto vertical envolvem o salto em altura e o salto com vara, sendo que as provas de salto horizontal dizem respeito ao salto em comprimento e ao triplo-salto (Ribeiro, s.d.).

A origem do atletismo remonta às primeiras civilizações do Egipto e da Mesopotâmia, onde já existia a tradição de actividades atléticas. A primeira competição desportiva de que há registo é precisamente de atletismo, e remonta ao ano de 776 a.c. na cidade de Olímpia, na Grécia, durante os Jogos Olímpicos. O evento, que à partida seria dedicado aos deuses do Olimpo, tornou-se uma competição mais ampla, capaz de incluir a própria comunidade grega e de proporcionar manifestações culturais e intercâmbio social (Duarte, 2009).

O atletismo acaba por ser o desporto que melhor representa o lema dos Jogos Olímpicos, *Citius, Altius, Fortius*, traduzido do latim, o mais rápido, o mais alto, o mais forte (Rio 2016, s.d.). Actualmente o atletismo abrange quarenta e duas modalidades, sendo que vinte e oito delas são olímpicas, disputadas por homens e mulheres, seja ao ar livre ou em espaço fechado (Costa, 2012). O facto de a Maratona ser a prova dos jogos Olímpicos com mais prestígio, e ter sido criada de propósito para os Jogos Olímpicos modernos, demonstra bem a importância que este desporto tem (Pereira, s.d., citado em Bira Fitness, s.d.). Além do atletismo marcar presença nos Jogos Olímpicos, também são realizados campeonatos mundiais, regionais, e encontros de atletismo.

Historicamente, o atletismo surgiu em Portugal no ano de 1910, sob o título “Jogos Olímpicos Nacionais” (Zambujal, 2002). Desde o aparecimento da modalidade, que as provas com maior predominância são as de estrada. Desde sempre, Portugal teve tradição nestas provas, sendo as vitórias de Carlos Lopes e de Rosa Mota nas Maratonas dos Jogos Olímpicos de Los Angeles em 1984 e de Seul em 1988 respectivamente, e de Fernanda Ribeiro nos 10.000 metros dos Jogos Olímpicos de Atlanta em 1996, bons exemplos disso mesmo. Contudo, recentemente tem-se assistido a uma grande evolução em modalidades que anteriormente não tinham grande prestígio. A medalha de ouro conquistada por Nelson Évora nos Jogos Olímpicos de Pequim em 2008 no triplo-salto, e a conquista do campeonato mundial de atletismo no mesmo ano em Valência, no salto em comprimento por parte de Naide Gomes, são triunfos que demonstram bem a evolução que as outras modalidades têm registado recentemente (FPA, 2014). Das 23 medalhas conquistadas por Portugal nos Jogos Olímpicos, verifica-se que 10 advém do atletismo, sendo que este foi o único desporto que conseguiu dar a Portugal medalhas de ouro (Lusa, 2012).

Uma das tendências que se verifica em Portugal nos últimos anos é o crescimento das provas de estrada (Fonseca, s.d.). Apesar da actual crise, o número de organizações tem aumentado, o que permitiu que o número de participantes também crescesse, e que as chamadas “grandes provas” começassem a ser uma realidade no nosso país. Actualmente as corridas portuguesas com maior número de participantes ocorrem nas grandes metrópoles portuguesas, ou seja em Lisboa e no Porto. A Meia Maratona de Lisboa EDP é actualmente a corrida que consegue reunir maior número de participantes em Portugal, tendo alcançado resultados impressionantes na sua mais recente edição, com cerca de 40.000 participações (Martins, 2014). A Corrida do Tejo, a S. Silvestre do

Porto, a S. Silvestre de Lisboa e a Meia Maratona SportZone são outras das corridas com um número de participações bastante significativo. Por outro lado, têm surgido novas corridas de fundo como são os casos da BES Run Challenge e da MEO Urban Trail Lisboa, que apesar de recentes obtiveram um número elevado de participantes, colocando-as numa posição muito respeitável a nível nacional (Almeida, 2013).

Após verificarmos a importância do atletismo para Portugal, é pertinente abordar o facto de a modalidade atravessar actualmente várias dificuldades. Apesar de recentemente o atletismo nacional ter alcançado resultados interessantes, a realidade é que com a entrada no novo milénio instalou-se uma crise de valores no seio da modalidade. Isto deve-se em parte à incapacidade em obter receitas provenientes de patrocínios e de *merchandise* aquando da realização dos diversos eventos realizados nos últimos anos. A solução passa por inovarmos e procurarmos estratégias que nos permitam alcançar soluções viáveis. Segundo Nobre (2005), em vez de se organizarem competições apenas centradas nos resultados, deve-se também pensar nesta competição como um evento que dará um grande espectáculo, capaz de proporcionar às pessoas uma vivência e partilha de emoções. O ponto fulcral passa por se compreender porque é que as pessoas participam cada vez menos em eventos de atletismo. De acordo com Nobre (2005), o facto de não existirem entradas pagas nos melhores *meetings* ou campeonatos nacionais, demonstra que foram os próprios dirigentes os primeiros admitir que os eventos realizados não são um grande espectáculo. Se a qualidade estivesse presente, esta teria que ser paga.

Esta situação deve-se ao facto de se ter ignorado os sinais nítidos de uma recessão económica, e não se ter procedido a uma mudança. No entanto, o panorama actual poderia ser bastante pior, visto que apesar de o atletismo apresentar algum défice em termos de estrutura organizacional, esta continua a ser uma das modalidades mais praticadas (Nobre, 2005).

Assim sendo é necessário criar um novo paradigma, nomeadamente na corrida, aproveitando o facto das pessoas preocupam-se cada vez mais com a sua saúde e com outras motivações. O número de pessoas que corre por prazer ou que pratica *jogging* tem vindo a crescer, e como tal este factor deve ser explorado.

Estas mudanças acima mencionadas representam novos desafios para as entidades desportivas, como é o caso da Federação Portuguesa de Atletismo, sendo que a

comunicação pode desempenhar um papel fundamental na gestão das relações com os seus públicos. Muitos dos actuais públicos do sector do atletismo, não pertenciam aos seus públicos tradicionais, que até ainda há pouco tempo centrava-se nos clubes e nos atletas. Assim sendo, tem havido interesse em apostar em provas mais dinâmicas, com distâncias reduzidas, capazes de satisfazer todas as classes etárias. A organização da Night Run por parte da Federação Portuguesa de Atletismo em conjunto com a MAG BE é um bom exemplo, ilustrando como é possível tornar todo o clima de uma prova numa verdadeira festa, antes, durante e depois do evento (Run Portugal, s.d.).

As mudanças destes paradigmas, assim como das tecnologias da informação e dos paradigmas de comunicação permitem que se abram portas a novas oportunidades e desafios nas organizações desportivas. Apesar de as relações com os meios de comunicação social serem uma área muito importante para as organizações, a verdade é que se tem verificado ao longo dos anos, um desinteresse regular dos meios de comunicação social na modalidade. Deste modo, as relações com os meios de comunicação acabam por ser um desafio, pois como refere Nobre (2005), as modalidades em Portugal vivem asfixiadas em resultado da actual hegemonia do futebol. Ao invés de se valorizar possíveis conquistas, como por exemplo o estabelecimento de novos *records* nacionais, a comunicação social opta por destacar as derrotas, onde muitas vezes se criam expectativas que não correspondem às realidades concretas e objectivas. Os únicos momentos em que se dá ênfase ao atletismo é quando se realizam os Jogos Olímpicos, ou quando algum atleta consegue conquistar uma medalha (Pereira, 2003; citado em Ensino Magazine, 2003).

Tendo em conta os desafios enumerados, as organizações desportivas devem ter a capacidade de fazer frente a estes, mas também em trabalhar em novas áreas. Além das relações com os meios de comunicação social, as relações com a comunidade são a outra das duas funções das Relações Públicas que mais se destacam no ramo desportivo (Mullin et al., 2007; Stoldt et al., 2007). As Relações Públicas permitem às organizações desportivas identificar os seus públicos-alvo, avaliar as relações com os seus públicos, e promover as relações entre a própria organização e os seus públicos (Stoldt et al., 2007). O desenvolvimento de estratégias por parte dos profissionais de Relações Públicas é outra forma das organizações obterem receitas. A Internet foi portanto uma tecnologia que permitiu às organizações explorar novos horizontes, e que veio revolucionar o papel da actividade no sector desportivo. Segundo Migala (2000),

no mundo da Internet o conteúdo é essencial, quanto ao mundo da Internet no desporto, o conteúdo é imprescindível (Stoldt et al., 2007). A área das Relações Públicas deve ter também a capacidade de ajudar as organizações a evitar erros bastante dispendiosos, que poderiam afastar clientes ou outros públicos importantes. Segundo Grunig, Grunig e Dozier (2002), esta capacidade que os profissionais de Relações Públicas têm, ultrapassa em muito a capacidade de gerar receitas.

Face às actuais dificuldades que as organizações desportivas enfrentam, quer em promover os seus serviços, quer em encontrar financiamentos, o relatório que se segue desenvolve estas questões, partindo de um estudo desenvolvido durante o estágio, na Federação Portuguesa de Atletismo. Este relatório tem o objectivo de analisar a comunicação na Federação Portuguesa de Atletismo, verificando se existe uma aposta em Relações Públicas, quais as abordagens utilizadas, e averiguar se a comunicação é vista como um activo estratégico ou apenas operacional. Assim sendo, será feita uma avaliação do modo como os diversos funcionários e departamentos interagem entre si, e verificar como a marca se relaciona com os seus diversos públicos, e se esta sempre é eficaz e se revela positiva para a organização. A pertinência deste tema recai no facto do atletismo necessitar cada vez mais do sector da comunicação para o seu desenvolvimento. O sector do atletismo em Portugal tem vindo aos poucos a perder o interesse, e as instâncias máximas do atletismo têm cada vez mais dificuldade ao nível dos financiamentos. Os gestores assim como os seus departamentos de *marketing* têm cada vez mais dificuldade em gerar lucro, não conseguindo muitas vezes obter as quantias monetárias necessárias que lhes permitam cobrir as despesas correntes. São também cada vez mais os clubes de atletismo no nosso país, que devido aos graves problemas financeiros da sociedade actual e conseqüentemente na modalidade, não vêem as vantagens de manter uma aposta na mesma, e optam por reduzir os seus orçamentos ou então por abandonar a modalidade.

Em seguida, será feita uma abordagem aos capítulos presentes neste Relatório de Estágio do Mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas. A estrutura do presente documento está dividida em quatro capítulos, onde estão presentes todos os processos desenvolvidos ao longo do mesmo. No primeiro capítulo fazemos uma introdução à área das Relações Públicas. Inicialmente será feita uma abordagem ao conceito e às origens da área. Em seguida será dado enfoque às funções que os profissionais de Relações Públicas desempenham. Além do mais, com o valor da área

das Relações Públicas a aumentar a cada dia que passa no seio das organizações, analisaremos neste capítulo a razão do porquê de tal estar a acontecer. Nesse capítulo abordaremos ainda o facto das Relações Públicas serem cada vez mais um elemento imprescindível para as entidades desportivas, na medida em que as ajudam na gestão das várias relações em que estão envolvidas. Deste modo, será demonstrado quais são as vantagens e as várias possibilidades que as Relações Públicas no sector desportivo podem trazer a estas organizações.

O segundo capítulo incidirá na importância que a área da comunicação tem actualmente nas organizações desportivas, e consequentemente nas organizações do sector do atletismo. Em primeiro lugar será feita, contudo, uma análise da modalidade em Portugal. Seguir-se-á uma análise da instituição onde o estágio foi realizado, a Federação Portuguesa de Atletismo. Será feita uma apresentação da organização, abordando a sua história, a sua identidade, e realçando os seus valores.

O terceiro capítulo dará enfoque às actividades desenvolvidas no local de estágio, mais concretamente na Área de Eventos, Comunicação e Marketing. Apresenta-se neste capítulo o trabalho que ocupou de forma transversal o nosso tempo: um Plano de Comunicação para a FPA para o ano de 2015. Este - na ausência de um trabalho planificado e estruturado por parte da FPA - tornou-se o grande desafio a que demos resposta.

Por fim apresenta-se sob a designação de Notas Conclusivas algumas reflexões e limitações ao trabalho realizado.

Em apêndice apresento um diário detalhado das diferentes actividades realizadas.

Capítulo I

Relações Públicas no sector desportivo

A área das Relações Públicas é uma área cada vez mais importante no seio das organizações. Estas conseguiram finalmente aperceber-se das possibilidades e das vantagens de que esta área lhes pode proporcionar. Através da utilização da comunicação, as Relações Públicas permitem às organizações alcançar com maior facilidade todos os seus públicos-alvo, e a manter uma relação estável e de confiança com os mesmos.

O presente capítulo pretende reflectir sobre o conceito de Relações Públicas. Assim sendo, será feita uma ligação entre a teoria e a prática no ramo das Relações Públicas. Será abordada a forma como os profissionais de Relações Públicas trabalham e porque é que esta actividade é efectivamente necessária. Serão ainda apresentadas as razões pela qual esta área é considerada cada vez mais como imprescindível para as organizações. Por fim, será feita uma análise das Relações Públicas no sector Desportivo, avaliando quais as vantagens que estas trazem para as organizações neste sector e quais as funções que os profissionais de Relações Públicas nela desempenham.

1. Definição de Relações Públicas

Actualmente continua a ser bastante complicado para os profissionais e para os académicos encontrar uma definição para a função das Relações Públicas (Grunig 1992; L'Etang 1996; White e Mazur 1996; Moloney 2000, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). A principal razão deve-se em parte ao facto da profissão ainda ser recente.

No entanto, segundo Grunig e Hunt (1984, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012), as Relações Públicas consistem na gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos. Para Grunig (1992), esta definição permite-nos não só ver as diferenças existentes aquando os praticantes de Relações Públicas passam à prática em diferentes contextos, mas inclui ainda elementos importantes, tais como a gestão da comunicação e o realçar das relações externas. Kitchen (1997, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) apresenta uma definição ainda mais breve, argumentando

que as Relações Públicas podem ser definidas como a comunicação protagonizada com os diversos públicos.

Por outro lado, White e Mazur (1996: 11, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) oferecem uma definição baseada nos objectivos das Relações Públicas, dizendo que esta pretende influenciar o comportamento de grupos de pessoas na relação uns aos outros. Estes afirmam ainda que esta influência deverá ser exercida através de diálogos e não de monólogos com todas as diferentes audiências da corporação, tornando-se assim as Relações Públicas como uma função respeitada por seu próprio direito, actuando como um recurso estratégico e ajudando a implementar uma estratégia corporativa.

De acordo com Gordon (1997, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold; 2012), todas as definições focam o facto de que as Relações Públicas passam pela gestão da comunicação, com o objectivo de criar boas relações e compreensão mútua entre uma organização e os seus públicos mais importantes.

Quanto à opinião dos praticantes de Relações Públicas, esta continua a ser muito baseada na realidade da profissão nos dias de hoje, alternando o termo com outros, tais como comunicação organizacional ou comunicação corporativa (Grunig 1992; Hutton 1999), incluindo por vezes os conceitos de persuasão e de influência.

As definições mais recentes acabam por ser mais detalhadas. O *Institute of Public Relations* (2005, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold; 2012) indica-nos que as Relações Públicas passam pela reputação, o resultado do que tu fazes, do que dizes, e do que os outros dizem sobre ti. As Relações Públicas são a disciplina que gere a reputação, com o objectivo de ganhar a compreensão e o apoio, e de influenciar a opinião e o comportamento. Consistem no esforço planeado e sustentado, de modo a estabelecer e a manter um bom relacionamento e compreensão mútua entre a organização e os seus públicos (*Institute of Public Relations*, 1987, citado em Harrison, 1995). A reputação é certamente um dos factores mais importantes nas Relações Públicas. Segundo Eisenhardt e Martin (2000), ela fornece uma vantagem competitiva pois é rara, valiosa, única e não é substituível. É indiscutível que a manutenção de padrões comportamentais que consigam minimizar e gerir conflitos é fundamental para o desenvolvimento da duração das relações e da manutenção de relacionamentos valiosos. Estes factores permitirão à organização enriquecer a sua reputação, e desenvolver a sua imagem perante todas as outras instituições.

James E. Grunig e Told Hunt foram responsáveis por procurar novas propostas teóricas relativamente às Relações Públicas. Grunig e Hunt (1984, p.22, citado em Harrison, 1995) decidiram então identificar quatro modelos que caracterizavam a prática das Relações Públicas ao longo da história. Estes modelos continuam actualmente a persistir, e através destes pode-se compreender melhor as percepções associadas à área das Relações Públicas.

Em primeiro lugar encontramos o modelo *Press agency/publicity* que se caracteriza pelo facto das organizações se darem a conhecer. Estas realizam o máximo de divulgação possível junto dos meios de comunicação social, acabando por vezes por ultrapassar os limites do que as pessoas consideram um comportamento aceitável. De seguida foi definido o modelo *Public information*, que passa pela difusão de informação junto dos meios de comunicação social que já estejam inclinados a cobrir a respectiva organização desportiva. O terceiro modelo de Relações Públicas descrito foi o *Two-way asymmetric*. Este inclui o uso da pesquisa e outros métodos de comunicação. Assim sendo, estes meios permitirão criar mensagens persuasivas de modo a manipular os seus públicos. As mudanças que se venham a realizar posteriormente beneficiarão apenas a organização e não os seus públicos. O *feedback* obtido permitirá à organização determinar quais as atitudes do público que são favoráveis e como poderão ser modificadas. Por fim encontramos o modelo *Two-way symmetric*. Destes quatro modelos, Harrison (1995) acredita que as organizações optam maioritariamente pelo uso do modelo *Public Information*. No entanto, o modelo *Two-way symmetric* representa a visão mais moderna das Relações Públicas, apesar de não ser fácil por parte das organizações praticarem este modelo no seu dia-a-dia. Existe um equilíbrio entre os interesses da organização e o dos seus públicos. São realizadas pesquisas e utiliza-se a comunicação para administrar conflitos. Este permite à organização melhorar os relacionamentos com os seus públicos estratégicos. Actualmente diversas empresas aproveitam os avanços tecnológicos, fazendo uso assíduo das redes sociais, visto que assim conseguem manter uma relação de proximidade com os seus públicos (Stoldt, Dittmore e Branvold; 2012). Isto permite que a comunicação se proceda nos dois sentidos, ou seja, que a organização além de poder informar os seus públicos de todos os mais variados assuntos, possa também ela receber *feedback* dos seus públicos.

2. Relações Públicas e as Organizações

A grande vantagem que a área das Relações Públicas pode oferecer às organizações, é o facto de poderem intervir nas decisões estratégicas das mesmas. Segundo Pearce e Robinson (2005, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) a gestão estratégica corresponde ao conjunto de decisões e acções que resultam na formulação e implementação de planos projectados para atingir os objectivos de uma organização.

Na realidade, vários modelos de gestão estratégica não referem a área das Relações Públicas nos seus processos, o que no entanto não significa que não exista ligação entre ambos. Pelo contrário, é possível referir que as Relações Públicas começam nas etapas iniciais do processo de planeamento estratégico. Elas estão presentes na preparação da missão organizacional, no desenvolvimento de sistemas e processos de comunicação, no estabelecimento de objectivos que serviram como base para avaliar a actividade das Relações Públicas, na identificação dos públicos-alvo, e na avaliação estratégica pró-activa da reputação ambicionada (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A missão de uma organização deve indicar a actividade que a instituição se propõe a desenvolver, quem são os seus públicos, e quais as suas responsabilidades para com esses públicos. Já a visão fornece muitas vezes uma ideia da direcção futura que uma organização vê para si. As plataformas de Relações Públicas da organização deverão ter um papel fundamental na delineação destas afirmações (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Outra das funções das Relações Públicas é assegurar que o processo de comunicação na organização fornece as informações adequadas às pessoas certas, no momento certo. Mullin, Hardy e Sutton (2007, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) dizem-nos que o estabelecimento, a compreensão e a monitorização das plataformas de comunicação com os vários públicos são funções chave das Relações Públicas. Apesar de a comunicação necessitar de ser adaptada aos vários *stakeholders*, deve também ser comunicada de uma forma consistente, tendo em conta a identidade e a missão da organização.

Uma actividade fundamental que estabelece a ligação entre o processo de gestão estratégica e as Relações Públicas é a identificação dos públicos de uma organização. Os públicos que interesse relevante para as organizações ou que podem ser

influenciados por acções das organizações é por vezes grande, até para pequenas organizações. A teoria situacional de Grunig (Grunig e Hunt, 1984) dá relevo à dinâmica das ligações com os públicos. Segundo Grunig e Hunt (1984, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) os públicos vêm e vão dependendo do que uma organização faz e como as pessoas ou organizações reagem a esse comportamento organizacional.

A reputação de uma organização está muitas vezes ligada ao momento seguinte a uma crise dentro de uma organização. No entanto, não é aceitável pensarmos que a única vez em que uma organização necessita de se preocupar com a sua reputação é após uma crise. Muitas decisões realizadas durante o processo de gestão estratégica têm grande influência na reputação da organização. A gestão da reputação estratégica necessita no entanto que as Relações Públicas sejam pró-activas, concentrando-se em criar e a sustentar a reputação ambicionada (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A reputação é um activo corporativo capaz de aumentar o sucesso da organização, assim como atenuar os danos causados pelas crises. A reputação reflecte a habilidade de uma organização conhecer as expectativas dos seus públicos, e os pontos fortes em relacionar-se com esses mesmos públicos. À medida que as organizações procuram desenvolver-se, melhorando ou preservando a sua reputação, elas devem ter públicos bem definidos e saber qual o valor dos relacionamentos com estes (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

O aumento da prática das Relações Públicas nas organizações por todo o mundo deve-se a diversos factores chave. Provavelmente o factor mais forte é a industrialização, com todas as suas implicações e consequências. A globalização é outro elemento muito importante. Segundo Porter (1980), as organizações inicialmente são bastante tímidas, procurando fazer negócios internacionalmente, seja de que maneira for, e quando dão por elas acabam por ser empresas internacionais, tornando-se então empresas globais. Outra das razões passa pelo rápido avanço que a comunicação e as tecnologias de transporte sofreram. A recente revolução na comunicação permitiu às Relações Públicas ganhar um novo ânimo. A maior facilidade das organizações em alcançar os seus públicos faz do mundo *online* uma ferramenta muito importante no que toca ao desenvolvimento organizacional. O Multiculturalismo resultante do imenso movimento das pessoas por todo o mundo é também considerado um factor muito importante. A

Democratização é um aspecto também a ter em conta, visto que os sistemas políticos influenciam as estruturas e os ambientes sociais. À medida que o tempo vai passando, o mundo vai sendo descrito como democrático, o que implica que as pessoas consigam expressar as suas visões e exercer influência sobre a forma como as elites dominantes actuam. Por fim, relacionado com o último factor de importância para as Relações Públicas encontramos a política. Nos últimos anos são muitos os países que sofreram grandes mudanças a nível político. As ideologias políticas predominantes têm impacto directo na economia, e vice-versa, sendo que ambos determinam e muito as características do país em questão e o seu nível de desenvolvimento.

3. As Relações Públicas no sector Desportivo

As Relações Públicas no sector Desportivo são uma função da gestão, essencial para o sucesso de uma organização desportiva, sendo que a sua prática neste sector é considerada cada vez mais importante. De modo a que as organizações retirem o máximo proveito das Relações Públicas no sector Desportivo, a prática deverá ser sistemática (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Inicialmente, a organização desportiva deverá identificar os seus públicos-alvo. De seguida, após estes grupos ou públicos de *stakeholders* terem sido identificados, a organização desportiva necessita de avaliar a natureza das suas relações com esses públicos, os pontos fortes dessas relações, e as questões que irão influenciar estas relações no futuro. Por fim, se as Relações Públicas no sector Desportivo forem bem aplicadas, resultarão em bons relacionamentos, sendo que a natureza destas relações irá variar consoante o público (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Apesar da prática das Relações Públicas no desporto ser variada, todos os seus praticantes necessitam de ter determinadas qualidades básicas. Segundo Mullin et al. e Stoldt et. al (2007, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012), as duas praticas mais habituais das Relações Públicas no desporto são as relações com os meios de comunicação social e as relações com a comunidade.

Os programas de Relações Públicas no sector Desportivo mais comuns acabam por ser as relações com os meios de comunicação social. Estas visam promover as relações desejadas com os meios de comunicação social. Os programas de Relações Públicas são

criados para obter divulgação favorável e minimizar a divulgação desfavorável. São uma forma extremamente credível de comunicar, pois a informação vem de um *mass media*, e não de uma organização desportiva (Ries e Ries, 2002, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). Quanto maior for o número de divulgações favoráveis recebidas por parte de uma organização, maior será a probabilidade desta e dos seus produtos e serviços serem tidos em consideração por parte dos consumidores e de outros públicos-alvo.

Existem dois modelos, que inclusive já os abordámos neste capítulo, que descrevem a prática das relações com os meios de comunicação social desportivos. O primeiro modelo é o “*press agency*”, modelo de divulgação de Grunig e Hunt (1984, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012), onde os seus praticantes têm o objectivo de divulgarem o máximo de informação acerca das suas organizações.

O segundo modelo é o “*public information*”, que passa pela preocupação em fornecer um serviço efectivo aos membros dos meios de comunicação social que já estejam dispostos a cobrir a organização desportiva (Grunig e Hunt, 1984; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). Os profissionais que utilizam este modelo não querem correr o risco que surja qualquer complicação para a sua organização.

De acordo com Grunig e Hunt (1984, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012), o desporto é uma das configurações mais comuns em que o modelo “*press agency*” está empregado. Os meios de comunicação social desportivos que trabalham com equipas de ligas inferiores, prestadores de serviços desportivos, e fabricantes de artigos desportivos estão entre aqueles que operam como “*press agents*”. Aqueles que trabalham ao mais alto nível profissional e universitário desportivo, é mais provável que funcionem através de um modelo de “*public information*”. Todas as organizações no sector Desportivo procuram obter divulgação favorável, mas a divulgação desfavorável é algo que elas não podem permitir (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Os profissionais de Relações Públicas que se relacionam com os meios de comunicação sociais desportivos lidam com várias equipas e ligas profissionais, programas de desportos universitários e os seus departamentos de comunicação, e com os órgãos do governo nacionais. Quando estes praticam a actividade a tempo inteiro, existem dois tipos de trabalho que são mais comuns, o desporto profissional e o desporto universitário. Estas duas vertentes apresentam um conjunto de responsabilidades

primárias similares. Entre estas responsabilidades encontramos o desenvolvimento da divulgação, a gestão de serviços estatísticos, a gestão dos meios de comunicação social em jogos e competições, a criação de publicações, e a produção de conteúdos *online* (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A divulgação é uma forte ferramenta para as organizações no sector Desportivo, e solicitá-la e desenvolvê-la é uma parte crítica para os profissionais de Relações Públicas que se relacionam com os meios de comunicação social (Favorito, 2007; Helitzer, 2000; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). São várias as técnicas que os seus praticantes utilizam para se darem a conhecer. Os profissionais de Relações Públicas são responsáveis por realizar conferências de imprensa, sendo que os *mass media* podem interagir pessoalmente com jornalistas importantes. São também responsáveis pela apresentação em dias dedicados aos meios de comunicação social, assim como de outros eventos especiais adaptados para os *mass media*. Além do mais, têm também a possibilidade de desenvolver campanhas publicitárias para jogadores e treinadores que estejam na disputa por determinados prémios individuais (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A gestão dos serviços estatísticos, tal como o rastreamento, a análise e o armazenamento de informação estatística é também para muitos profissionais de Relações Públicas que se relacionam com os meios de comunicação sociais desportivos uma responsabilidade maior. No entanto, estes são responsáveis por muito mais do que apenas rastrear estatísticas em jogos e em eventos. Fazer a gestão dos meios de comunicação social nestes eventos é um aspecto fundamental nas suas profissões (Favorito, 2007; Helitzer, 2000; Hall et al., 2007; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). Para tal, deverão ser responsáveis por desenvolver o aparecimento dos meios de comunicação social nas competições, administrar os seus pedidos de credenciais, fornecer espaço de trabalho aos mesmos e a outros serviços que sejam relevantes, e produzir para os seus membros as diversas formas de informação.

A criação de publicações tais como guias para os meios de comunicação social, programas de jogos, posters, e agendas são apenas alguns exemplos de publicações que os profissionais de Relações Públicas desenvolvem junto dos meios de comunicação sociais desportivos (Favorito, 2007; Helitzer, 2000; Hall et al., 2007; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). Ainda para mais, algumas destas publicações estão cada

vez mais a tornar-se *online*, já que as organizações no sector Desportivo procuram reduzir cada vez mais os custos das impressões e conectarem-se com os públicos mais experientes da *Internet*. A produção de conteúdos *online* mudou bastante nos últimos anos, já que actualmente as oportunidades de chegar às pessoas vão muito mais além do que apenas através do *website* da organização. O aparecimento dos *blogs*, dos fóruns, e das redes sociais, nomeadamente do *Facebook* e do *Twitter*, vieram trazer novas oportunidades aos profissionais de Relações Públicas que lidam com os meios de comunicação sociais desportivos. As organizações hoje em dia colocam informações nas suas plataformas digitais sem recurso aos *mass media*. As pessoas têm acesso a estas informações quase instantaneamente, tanto nos seus telemóveis como noutros dispositivos móveis, sendo que esperam obter informações da organização, mal elas surjam (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A *Internet* pode ser um activo importante para as organizações no sector Desportivo, mas coloca alguns problemas às Relações Públicas. Coombs (2002, citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) verificou que o alcance e a velocidade da Internet são tanto uma bênção como uma maldição para os profissionais de Relações Públicas. Apesar de a *Internet* tornar a ligação com os *stakeholders* muito mais rápida e fácil, também tem a capacidade de criar problemas tais como informações erradas, rumores, ou falta de comunicação, que podem desencadear uma rápida reacção dos públicos. Isto por sua vez poderá ter um efeito negativo nas vendas de um produto ou serviço de uma organização. Assim sendo, os profissionais de Relações Públicas deverão estar ainda mais concentrados em não só corrigir as informações falsas, mas também em disseminar informação proactivamente (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012)

O objectivo para a maioria das organizações no sector Desportivo é atingir o auge desportivo, ou seja sagrarem-se vencedoras das competições onde estão inseridas. Quando este momento singular chega a organização encontra-se no topo do mundo desportivo, sendo que tem uma oportunidade única de Relações Públicas. Esta oportunidade necessita que o profissional de Relações Públicas actue rápido para ajudar a organização a atingir a maior exposição possível. No entanto, sem o apoio da administração da organização, torna-se complicado tentar ganhar o máximo de exposição possível (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Como exemplo, encontramos os Jogos Olímpicos. Nenhum evento desportivo no mundo recebe tanta exposição por parte dos meios de comunicação social como os Jogos Olímpicos. É difícil imaginar os Jogos Olímpicos sem natação, saltos para a água, ginástica, basquetebol, voleibol, ou outros desportos importantes. Estes desportos recebem da parte dos meios de comunicação social uma procura activa de histórias, já que os públicos estão interessados nestas modalidades. No entanto, existem muitas outras modalidades que não recebem da parte dos públicos grande atenção, tais como por exemplo a natação sincronizada ou o tiro com arco. Nestes casos, os profissionais de Relações Públicas têm que pensar inevitavelmente como um profissional de *marketing* (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A segunda forma mais comum de Relações Públicas no desporto são as relações com a comunidade (Mullin et al., 2007; Stoldt et al., 2007; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). As relações com a comunidade podem ser definidas como, a actividade das organizações que pretende criar boas relações entre a organização desportiva e as comunidades em que está inserida ou onde tem interesses estratégicos. Apesar de as relações com os meios de comunicação social publicarem habitualmente o que acontece no campo da competição, as relações com a comunidade comunicam o que acontece fora do campo (Shani Tate, comunicação pessoal, Fevereiro 13, 2002; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). Assim sendo, cada vez mais os dois programas actuam em simultâneo, de modo a facilitar a realização de vários objectivos importantes para as organizações no sector Desportivo.

As relações com a comunidade foram tradicionalmente descritas como um investimento a longo-prazo na boa vontade da comunidade (Mullin et al., 2007; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). É por esta razão, entre outras, que as organizações no sector Desportivo têm dado mais atenção às relações com os meios de comunicação social, já que oferecem um retorno mais rápido do investimento devido à divulgação que geram. No entanto, o valor das relações criadas com a comunidade não deve ser subestimado. Estas podem ser bastante valiosas para as organizações no sector Desportivo, que tenham dificuldades em receber atenção positiva da parte dos meios de comunicação social, de modo a serem bem-sucedidas noutras áreas (Irwin et al., 2008; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Entre as funções que encontramos para a profissão junto das comunidades está a criação de programas de contactos pessoais, ou seja fazer com que vários representantes de uma organização desportiva, como jogadores ou treinadores, se envolvam com as pessoas de modo aos fãs poderem criar uma identidade. A realização de programas de responsabilidade social também deverá ser uma das funções das organizações já que afecta a sua reputação. De acordo com o *Value Based Management. Net* (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012), as organizações devem apoiar boas causas, ter preocupações com o ambiente e tratar bem as pessoas.

Os empregados são um *stakeholder* crítico para as organizações, já que por vezes é fundamental conseguir aumentar a sua performance, ou a sua satisfação com o trabalho. De acordo com Pettinger (1999; e Sriramesh, Grunig, e Buffington (1992), citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012) as relações como os empregados também se traduzem na cultura organizacional. Ao se implementar uma prática de Relações Públicas junto dos empregados, uma organização poderá ver uma melhoria das suas relações junto de outros públicos tais como clientes, vizinhos, ou a comunidade em geral.

A relação com os investidores é algo a que os profissionais de Relações Públicas também deverão dar atenção, já que algumas organizações no sector Desportivo são de propriedade privada. As que se enquadram neste quadro deverão ter uma atenção especial aos seus investidores e aos públicos com que se relacionam, tais como analistas financeiros para mantê-los informados sobre a performance financeira da empresa e para convencê-los de que o investimento realizado na organização continua a enquadrar-se numa estratégia financeira (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

As Relações Públicas podem também contribuir para a melhoria das relações com os seus clientes. Estamos por exemplo a pensar em grandes eventos onde o *merchandise* é muito importante. Alguns profissionais de Relações Públicas comunicam frequentemente com os clientes da sua organização, comunicando com estes na distribuição dos lançamentos das notícias, publicações, ou outras formas de comunicação. Também os doadores deverão ser vistos como um *stakeholder* importante para as Relações Públicas no sector Desportivo, já que os indivíduos e as organizações que ajudam a financiar certos programas, devem ser reconhecidos e valorizados pela sua generosidade. Por fim, como as organizações no sector Desportivo operam

frequentemente junto de diversas instituições governamentais, e outras organizações reguladoras, as Relações Públicas no sector Desportivo deverão ajudar no desenvolvimento das relações junto destes (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

As Relações Públicas oferecem às organizações no sector Desportivo duas grandes vantagens. Em primeiro lugar, geram receitas ao suportar o *marketing* de produtos e de serviços que podem ser vendidos, e por aumentar a reputação da organização desportiva perante os seus públicos-alvo. Em segundo lugar, permitem às organizações no sector Desportivo poupar dinheiro, já que evitam erros que poderiam afastar vários públicos importantes (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

As Relações Públicas geram receitas para as organizações no sector Desportivo de diversas maneiras. Elas são responsáveis por promover os produtos e os serviços de uma organização. Segundo Hardy e Sutton (1999, citado Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012), a gestão das marcas tornou-se um elemento-chave para os gestores desportivos. Quando uma marca é criada, os seus públicos podem associá-la a aspectos positivos. Por exemplo, a marca Olímpica, habitualmente representada por cinco anéis unidos, é normalmente associada à competição desportiva de elite, e com a criação de uma só comunidade à escala global. O facto de as pessoas procurarem a emoção de observar atletas de elite a competir, e a inspiração que se verifica ao ver diversas pessoas a aderirem a uma causa comum, são susceptíveis de participar nos eventos Olímpicos ou pelo menos de ver as transmissões televisivas, pois elas sabem que a marca representa estas qualidades. Na verdade, as marcas com valor na mente das pessoas apresentam diversas vantagens num mercado que se verifica tão competitivo e desenfreado. As Relações Públicas acabam por ser uma ferramenta eficiente na criação de marcas devido à sua capacidade para criar divulgação positiva (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Outra forma em que as Relações Públicas podem gerar receitas nas organizações no sector Desportivo é ao produzirem catálogos para venda. São muitos os profissionais de Relações Públicas, tanto no desporto profissional como universitário, que produzem publicações como programas de jogos e guias para os meios de comunicação social. Os programas de jogo geram receitas através das vendas de publicidade, e ambas as formas de publicação são geralmente vendidas para membros do público (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

A informação que os profissionais de Relações Públicas produzem para os *websites* das suas organizações deve também ser considerada como um produtor de receitas. Quanto maior for o número de visitas ao seu *website*, mais valor terão os patrocinadores do mesmo, e mais oportunidades terá a organização de vender os seus produtos neste. O potencial de gerar receitas através de conteúdos *online* está a crescer à medida que as organizações no sector Desportivo vão aprendendo a trabalhar da melhor forma com os meios de comunicação sociais (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Também a reputação da organização perante os seus diversos públicos é outra das maneiras que os profissionais de Relações Públicas têm de gerar receitas. Quando os praticantes de Relações Públicas conseguem facilitar as relações existentes com a comunidade, eles aumentam a probabilidade das pessoas apoiarem a organização (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

No entanto, apesar das Relações Públicas poderem oferecer imenso às organizações no que toca a gerar receitas, a sua maior contribuição é ajudar a organização desportiva a evitar despesas. Especificamente, os profissionais de Relações Públicas devem ajudar as suas organizações a evitar erros dispendiosos. Aliás, alguns peritos em Relações Públicas referem que este benefício prevalece sobre o papel das Relações Públicas em gerar receitas (Grunig, Grunig, e Dozier, 2002; citado em Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012). Todas as organizações, no sector Desportivo ou de outra área, apresentam erros de Relações Públicas. O ponto fulcral, no entanto, é que ao utilizarem considerações de Relações Públicas, as organizações no sector Desportivo possam minimizar a frequência destes erros e reduzir os efeitos destes erros quando estes ocorrerem. (Stoldt, Dittmore e Branvold, 2012).

Capítulo II

O Atletismo e Portugal

Sendo que o estágio realizado decorreu na Federação Portuguesa de Atletismo é necessário fazer uma introdução sobre a modalidade em Portugal. Assim sendo, será feita uma abordagem ao panorama actual do atletismo no nosso país.

Faremos ainda neste capítulo uma caracterização do local de estágio. Apresentaremos todos os dados relevantes acerca da Federação Portuguesa de Atletismo, incluindo os diversos projectos que tenham desenvolvido ou que ambicionem desenvolver. Por fim, será apresentado um organograma referente à FPA, e as várias parcerias a nível internacional que a mesma possui.

1. Análise da situação

O atletismo Português tem ao longo da sua história, até ao final do ano de 2013, 265 medalhas conquistadas nas mais importantes competições internacionais. Acontece que a redução que se tem verificado nos últimos anos referente ao número de medalhas conquistadas tem despertado inevitavelmente sinais de alerta (FPA, 2013).

Desde há vários anos que Portugal vive sob várias dificuldades, e em vez de estas melhorarem, têm vindo a agravar-se sucessivamente ao longo do tempo. Consequentemente, são cada vez mais os cortes a nível de financiamentos que a modalidade sofre. À medida que os anos vão passando, as organizações que regem a modalidade em Portugal têm vindo a correr o risco de ver degradar-se as condições que nas últimas décadas guiaram Portugal aos mais altos patamares da elite internacional (FPA, 2013).

Quando o atletismo apresentava uma vantagem competitiva, não teve a arte e o saber que lhe permitisse tirar partido disso mesmo. Esta fase surgiu após a sequência de excelentes resultados alcançados entre os anos de 1993 e de 2000. Em 2000 e 2001 organizaram-se em Portugal dois Campeonatos do Mundo, e foi precisamente essa série de bons resultados apresentados nos anos anteriores, que foram determinantes para o

sucesso destas duas candidaturas lançadas pela Federação Portuguesa de Atletismo (Nobre, 2005).

Acontece que estes eventos, aparentemente bastante importantes para o atletismo português, trouxeram consigo vários problemas a nível financeiro à modalidade. Em resultado da realização destes eventos, a Federação Portuguesa de Atletismo passou por momentos de grande asfixia financeira. As receitas provenientes de patrocínios e de *merchande* foram praticamente nulas, pois não existiu um posicionamento estratégico que lhe permitisse construir uma relação de sustentabilidade financeira, como por exemplo no recurso a patrocínios (Nobre, 2005).

A ideia passava por explorar ao máximo o financiamento vindo da administração pública. No entanto, não houve a noção, ou não se quis ver, que Portugal assim como o Mundo, já caminhavam nesse preciso momento para uma nova recessão económica (Nobre, 2015).

Ainda de acordo com Nobre (2005), outra consequência destes acontecimentos foi o aumento do desinteresse das televisões e de outros órgãos de comunicação social, nomeadamente da televisão pública. O mais grave de tudo, é que parece ter surgido uma onda de conformismo com a situação, dando a ideia de total incapacidade para resolver e ultrapassar este problema (Nobre, 2005).

1.1 Tipos de Atletas

Ao enveredarmos pela modalidade em si, verificamos que no Atletismo podemos encontrar tanto atletas de classe profissional como de classe amadora. Os atletas profissionais são aqueles que fazem da modalidade a sua profissão. Estes recebem quantias monetárias pela prática da modalidade e por representar o seu clube, tendo ainda a possibilidade de vir a receber quantias monetárias derivadas de patrocínios. Existe também a possibilidade de receberem recompensas por parte da Federação Portuguesa de Atletismo devido a resultados obtidos nas competições. No entanto, dentro da classe profissional encontramos ainda atletas que não estão associados a clubes, mas sim a marcas. A portuguesa Jéssica Augusto é uma dessas atletas, sendo actualmente uma atleta NIKE (Atleta Digital, 2014). Isto permite que os atletas possam ter os seus próprios objectivos, tendo a possibilidade de realizar as provas que queiram,

e não tenham que seguir os objectivos idealizados pelos clubes. Já os atletas amadores são aqueles que se dedicam ao atletismo apenas por lazer, não recebendo quaisquer remunerações, excepto as que sejam derivadas das suas conquistas. As suas principais preocupações passam por melhorar a sua condição física, praticar exercício de forma regular, e tornarem-se pessoas mais saudáveis. Existem atletas amadores que conseguem contar com apoios mais elaborados da parte de clubes, de patrocínios ou da Federação Portuguesa de Atletismo, e acabam por ter objectivos equivalentes aos dos atletas profissionais. Em Portugal esta situação é habitual, pois a modalidade é vista como um desporto amador. Podemos ainda definir outra categoria, a dedicada aos atletas que praticam *jogging*. A corrida é muitas vezes vista pelas pessoas como uma forma de preocupação com a saúde ou outras motivações. A realização regular de actividade física apresenta inúmeros benefícios para o bem-estar e para a saúde das pessoas. Apesar de muitas pessoas não sofrerem de stress nem tenham o objectivo de competir, muitas procuram na corrida uma forma de se manterem saudáveis e jovens.

1.2 O Atletismo ao nível dos Clubes

A mudança, em alguns casos repentina e noutros casos progressiva, do modelo organizativo dos principais clubes, foi outro dos factores que não deve ser excluído do conjunto de razões que explicam esta regressão (FPA, 2013). Actualmente a tipologia utilizada pelos clubes é bastante diferente da praticada no início da década de 90. Ao longo dos anos foram surgindo os clubes-empresa que têm apostado na constituição de equipas de meio-fundo com o intuito de disputar os campeonatos, e as provas de estrada e de corta-mato. A criação dos clubes-empresa acabou no entanto por não atingir os resultados previstos, pois não houve a capacidade de colmatar a redução do investimento realizado por parte dos grandes clubes. Uma das principais razões deve-se à inexistência de regras bem definidas, que obriguem estes novos clubes a apostar seriamente na formação. Ao invés, tem sido permitido que estes utilizem o atletismo de acordo com os seus interesses, contribuindo muito pouco para o desenvolvimento da modalidade. Além do mais, ao nível de clubes nenhuma das modalidades no topo do sistema desportivo, incluindo o hóquei em patins, o andebol, o voleibol ou o basquetebol apresenta níveis de financiamento tão baixos como o atletismo (Nobre, 2005).

No entanto, a nível competitivo, os chamados “grandes clubes” têm dominado os Campeonatos em Portugal. O Sporting CP dominou durante vários anos a modalidade. Isto traduziu-se na conquista de nove Campeonatos Nacionais de Pista consecutivos, em Masculinos, entre os anos de 2002 e 2010 (Sporting Clube de Portugal, 2014). No entanto nos últimos tempos, o clube tem vindo a cortar cada vez mais nos orçamentos. Já o SL Benfica tem feito o caminho inverso, e tem apostado na modalidade, o que fez com que conquistasse os últimos quatro campeonatos nacionais de Pista, em Masculinos realizados (Sport Lisboa e Benfica, 2014). Já outro dos grandes clubes portugueses, o FC Porto, decidiu recentemente suspender a modalidade (Lusa, 2010).

1.3 Estado actual do Atletismo em Portugal

A solução passa inevitavelmente por procurar as melhores estratégias de actuação, tendo em vista um reforço seguro e sustentado do financiamento da Federação Portuguesa de Atletismo, o que requer uma maior imaginação (Nobre, 2005).

Não se pode organizar competições com o único propósito de obter resultados, mas também pensar nos mesmos como um grande espectáculo atlético, capaz de proporcionar aos espectadores a existência e partilha de emoções. É fundamental compreender porque é que o público não adere aos eventos de atletismo realizados. Deve-se questionar a qualidade dos espectáculos que se oferecem aos públicos. A realidade é que sem motivos atractivos, não se consegue cativar os vários públicos, o que resulta na obtenção de menos receitas, já que não existirá cobertura da parte dos meios de comunicação social, nem adesão por parte dos patrocinadores. O ponto fulcral é compreender se as organizações de Atletismo estão dispostas a apostar no espectáculo e no entretenimento, e a deixar de estarem apenas centradas nos aspectos técnicos e logísticos. O facto de não existirem entradas pagas nos eventos, nem mesmo nos eventos de atletismo mais importantes, demonstra inevitavelmente que a modalidade não apresenta grande espectáculo. Nunca se justificaria existirem entradas pagas, se nem com entradas livres para todos os eventos as pessoas aderem (Nobre, 2005).

Além do mais, muitas das infra-estruturas para a prática do atletismo, não reúnem actualmente condições de prática aceitáveis para treino e muito menos para competição, limitando bastante as opções e condicionando muito a realização de trabalho técnico.

Torna-se inclusive muito complicado encontrar mais de uma dezena de pistas que se possam considerar em bom estado (FPA, 2013).

Estes problemas verificam-se principalmente nos cinco distritos com maior densidade populacional, Lisboa, Porto, Setúbal, Braga e Aveiro. Em conjunto, a sua população equivale a 61% da população portuguesa total. No entanto, existem outros distritos onde a situação é igualmente preocupante (FPA, 2013).

Estes cinco distritos referidos reúnem 318.000 praticantes desportivos, dos 523.000 que o desporto português tem federados, mas segundo a Federação Portuguesa de Atletismo, nenhuma das restantes modalidades apresenta problemas a nível de instalações para a prática como o atletismo. O atletismo tem disciplinas muito diversas, o que significa que cada uma apresenta características próprias, e resulta na necessidade de instalações ou espaços específicos nas pistas de atletismo (FPA, 2013).

A diversidade das disciplinas e as características da competição de atletismo são também um factor condicionante da modalidade, já que resulta em custos operacionais avultados. Sendo que é cada vez mais difícil reunir financiamentos privados, e as verbas que as Associações de Atletismo têm ao seu dispor não são as melhores, o desenvolvimento do quadro competitivo da modalidade torna-se muito complicado. Apesar de tudo, entre 1 de Outubro de 2012 e 30 de Setembro de 2013, foram organizadas no nosso país, 662 competições oficiais de atletismo, onde não se contabilizam as competições de estrada e *trail*, pois têm outros organizadores, embora a maioria conte com as Associações de Atletismo como parceiros (FPA, 2013).

No entanto, apesar de a modalidade apresentar algumas fragilidades no que toca ao grau de penetração em determinadas zonas do país e à fraca presença junto dos meios de comunicação social, o atletismo apresenta um grau de notoriedade elevado no nosso país. Sendo uma modalidade popular e aberta a todas as pessoas, em que uma das suas variantes pode ser praticada nos meios urbanos, esta apresenta o potencial intrínseco mas pouco explorado de se associar ao movimento da promoção de hábitos de vida saudável e activa. Para tal, a solução passa por realizar programas adequados e bem organizados, direccionados tanto para o rendimento, como para o lazer e para a saúde (FPA, 2013).

A realidade é que o atletismo, mesmo em anos de sucesso e de êxitos a nível internacional, não foi capaz de se adaptar aos tempos modernos, e deixou-se cair numa crise de fundamentos, agravada ainda mais por uma mentalidade excessivamente fechada, e que tem tornado difícil fazer passar uma mensagem de modernidade dentro da modalidade. É fundamental encontrar novos processos de funcionamento, acelerando processos e potenciando a actual estrutura, de modo a que a realidade financeira que afecta a modalidade, desde a estrutura central da Federação Portuguesa de Atletismo, até à vida dos atletas, treinadores e clubes, não a limite ainda mais, piorando a actual situação (FPA, 2013).

O actual momento que a modalidade atravessa, tornou-se numa oportunidade de reflexão e de decisão. Os défices técnicos em diversas áreas da organização e do treino, assim como outros défices ao nível do desenvolvimento, reflectem-se bastante em diversas disciplinas do atletismo e em programas bastante frágeis na área do atletismo juvenil e júnior. É fundamental ser mais acutilante na tomada das decisões estratégicas no que toca ao desenvolvimento com vista ao rendimento, e efectuar os ajustes necessários a um maior grau qualitativo do atletismo nos vários projectos relacionados com o alto rendimento desportivo e a área do desenvolvimento da prática desportiva (FPA, 2013).

2. A Federação Portuguesa de Atletismo

A Federação Portuguesa de Atletismo (FPA), inicialmente designada como Federação Portuguesa de Sports Atléticos, foi fundada a 5 de Novembro de 1921, e está actualmente sediada em Linda-a-Velha, concelho de Oeiras. A FPA é uma entidade uni desportiva, pessoa colectiva de direito privado, de utilidade pública desportiva, prosseguindo fins não lucrativos. A FPA rege-se pelos presentes estatutos, pelos regulamentos complementares e pela legislação nacional e internacional aplicável (FPA, 2013).

A Federação Portuguesa de Atletismo é a entidade responsável por coordenar a modalidade do atletismo a nível nacional. Como seus objectivos, pretende promover e dirigir a prática do atletismo, masculino e feminino, em articulação com os órgãos do Estado responsáveis pela tutela do desporto nacional; e estimular a constituição e apoiar

o funcionamento de associações distritais e regionais de atletismo, definindo os princípios fundamentais da sua actuação nas respectivas áreas de jurisdição. Além do mais, pretende ainda estabelecer e manter boas relações de cooperação com todas as federações e associações internacionais e nacionais de atletismo tendo em vista o fomento do intercâmbio internacional; representar perante a Administração Pública os interesses dos seus associados; e cooperar com as demais entidades representativas do desporto nacional (FPA, 2013).

2.1 Principais Objectivos

No que toca à garantia da continuidade dos seus objectivos, a FPA procura coordenar a actuação das associações distritais e regionais e dos clubes de atletismo que nelas se integram; e difundir e fazer observar as regras de atletismo oficialmente estabelecidas. É responsável também por regulamentar, superintender e representar nas instâncias internacionais todas as formas de manifestação da modalidade, nomeadamente as reconhecidas pela IAAF, incentivando a segurança e a adequação ao nível da maturação do praticante, bem como a aplicação dos regulamentos internacionais e o respeito pela natureza cultural e desportiva da modalidade. O estabelecimento de regras, de acordo com as normas internacionalmente definidas, do uso de publicidade por parte dos atletas que participam em provas oficiais; orientar e apoiar a preparação dos atletas seleccionados para representar o País em provas de calendário internacional e nos Jogos Olímpicos; e colaborar nas acções promovidas pela Administração Pública destinadas a promover o desenvolvimento do desporto são outras das suas funções. Por fim, procura a gestão dos recursos humanos, técnicos e financeiros postos à sua disposição; celebrar acordos e contractos com entidades públicas e privadas, em ordem à satisfação dos seus objectivos; e zelar pelo cumprimento dos seus estatutos e das demais normas regulamentares (FPA, 2013).

A falta de conhecimento continua a ser um grande obstáculo para o desenvolvimento da modalidade. Apesar de recentemente terem existido vários esforços, com a participação do IPDJ, continua a existir muito trabalho pela frente. A Federação Portuguesa de Atletismo tem o objectivo de preservar tudo o que de valor a modalidade possui, mas ao mesmo tempo ser capaz de promover uma mudança que consiga ter um impacto positivo na mesma (FPA, 2013).

A situação sócio económica do nosso país acaba por ser um entrave à Federação Portuguesa de Atletismo, uma vez que dificulta a angariação de verbas que possibilitem financiar os projectos que se pretendem implementar. Assim sendo, é fundamental ter consciência das prioridades e do que é tecnicamente importante e necessário no atletismo (FPA, 2013).

Como ambições da Federação Portuguesa de Atletismo destaca-se a necessidade de garantir que os vários treinadores nacionais cumprem os princípios e os objectivos estabelecidos pela FPA, mas que também tenham um papel de intervenção dentro da própria organização, gerindo ideias críticas e necessidades relevantes tanto de atletas como de treinadores (FPA, 2014).

A afirmação de jovens atletas tanto masculinos como femininos de escalões de sub-23, juniores e juvenis, que tenham realizado um “percurso interessante” ou que se “tenham mostrado” no último ano é também outra das prioridades. Esta renovação é essencial, num momento em que muitos dos melhores atletas seniores já apresentam carreiras muito longas, e “teimam” em continuar e a sonhar em melhorar as suas prestações e as suas marcas. Além do mais, deve existir também capacidade não só para inovar nos apoios dados ao processo de treino, mas também para aumentar a proximidade junto dos treinadores e dos atletas, continuando a apostar na procura de novos potenciais valores (FPA, 2013).

2.2 Acções

Para o presente ano, a Federação Portuguesa de Atletismo pretende desenvolver cinco programas. Eles são o Programa de Apoio ao Desenvolvimento, o Programa Quadro Competitivo, o Programa Alto Rendimento e Selecções, o Programa Promoção Do Atletismo e o Programa Atletismo Juvenil. Cada um dos programas referidos, apresenta uma série de projectos que se pretende desenvolver, cada um com uma finalidade objectiva. Tendo em conta que todos eles procuram gerar uma determinada mudança e procurar alcançar um impacto positivo na modalidade, os projectos identificados foram perspectivados para um determinado espaço de tempo, neste caso para o ano de 2014, e cada um deles afectado por um responsável, que se responsabilizará por todas as fases essenciais ao seu desenvolvimento (FPA, 2013).

Como base de suporte aos vários projectos, encontram-se diversos factores de desenvolvimento que serão encarados em cada projecto, que foi necessário ter em consideração aquando todos estes projectos foram delineados: recursos humanos, estratégia e *marketing*, formação de quadros, documentação, apetrechamento, instalações, calendarização das acções, orgânica da operacionalização, financiamento e actividades (FPA, 2013).

Além de alguns factores de desenvolvimento já identificados, de modo a tornar a modalidade do atletismo mais sustentável, mais reconhecida, mais racional nas opções de desenvolvimento e na procura de obter melhores resultados a curto e longo prazo, existem outros pontos que deverão ser tidos como base na gestão de cada um dos projectos (FPA, 2013).

- O “treinador nacional” de atletismo, afecto à FPA deverá assumir, de forma consequente a missão de “treinador dos treinadores”. Isto significa que deverá colaborar sempre com os treinadores dos atletas do seu sector, de modo a garantir uma melhor condução do processo de treino de todos eles, e para que os treinadores sejam cada vez mais autónomos através do aumento da sua qualidade e da sua competência técnica.
- Todos os apoios prestados aos atletas de selecção nacional e aos jovens atletas que apresentam potencial devem ter carácter regular e sistemático.
- Todos os projectos são um compromisso que visa definir um sistema de apoio viável e coerente.
- Os técnicos regionais deverão passar a integrar-se em muitos dos projectos, tornando-se parte importante no processo de programação, coordenação, acompanhamento e avaliação de muitas das actividades que os integram.
- A avaliação da eficiência dos projectos de desenvolvimento de cada área do atletismo terá de incidir no processo de evolução condicional e técnica do atleta

jovem, ou seja até ao fim do escalão juvenil, e inclusive no progresso dos resultados a partir do escalão júnior.

- Os projectos desta área do desenvolvimento do atletismo visam a programação, o enquadramento, a coordenação, o acompanhamento e a avaliação de todas as actividades relacionadas com o processo de preparação dos atletas seleccionados para apoio especial, procurando tornar todos estes desportistas em atletas de elite.
- Os projectos terão de apresentar condições de articulação permanentes entre si, definindo os mesmos critérios de selecção dos atletas, definindo critérios técnicos idênticos, avaliando em condições similares e de forma permanente o estado de preparação dos atletas, tanto pelos treinadores pessoais, como pelos técnicos de apoio complementar, fazendo “ponto de honra” o desenvolvimento dos atletas a longo prazo.

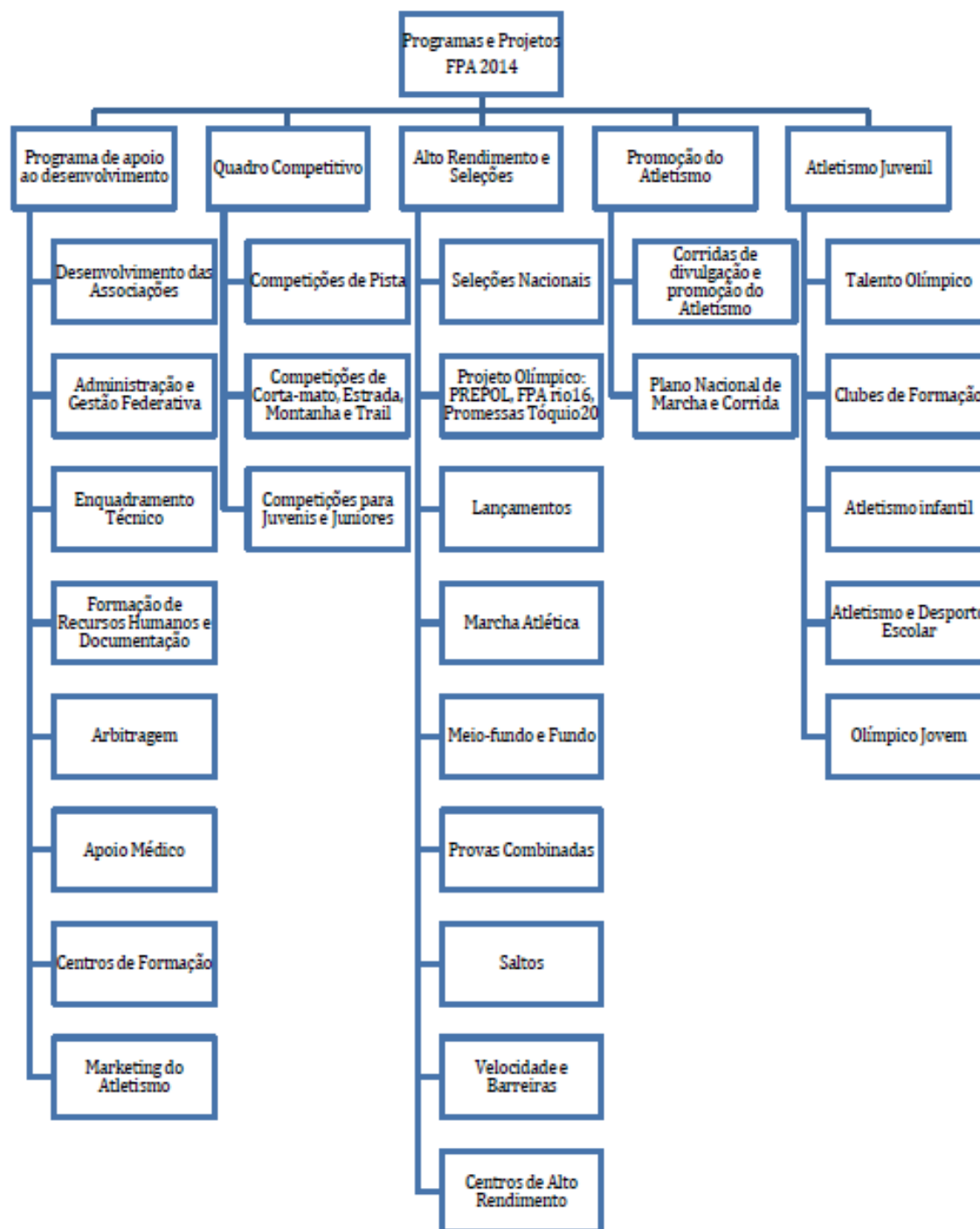


Figura 1 – Projectos a desenvolver pela FPA em 2014

2.3 Organograma da Federação Portuguesa de Atletismo



Figura 2 – Organograma da FPA

Relativamente aos órgãos sociais constituintes da FPA, encontramos a Assembleia Geral, o Presidente, a Direcção, o Conselho de Justiça, o Conselho Fiscal, Conselho de Disciplina e o Conselho de Arbitragem (FPA, 2013).

2.4 A Federação a nível Internacional

A Federação Portuguesa de Atletismo encontra-se vinculada a diversas associações internacionais, de onde constam:

- Associação Internacional das Federações de Atletismo (IAAF);
- Associação Europeia de Atletismo (EA);
- Associação Ibero-Americana de Atletismo (AIA);
- União de Atletismo do Mediterrâneo (MAU).

Apesar de a lista englobar não só a Associação Internacional das Federações de Atletismo (IAAF) e a Associação Europeia de Atletismo (EA), estas são as principais vinculações da FPA.

No entanto, a Federação Portuguesa de Atletismo destaca-se principalmente pela vinculação à IAAF, visto ser o órgão encarregue de gerir a modalidade a nível mundial. A Federação deverá realizar controlos de antidopagem nas competições pertencentes ao calendário oficial, bem como fora destas, na qual posteriormente deverão ser entregues relatórios anuais à IAAF. Além do mais, qualquer litígio que surja, entre a IAAF e a FPA, assim como entre a FPA e outro organismo membro da IAAF, deverá ser sujeito à apreciação do conselho da IAAF (FPA, 2013).

Capítulo III

Plano de Comunicação

O presente Plano de Comunicação surge devido ao facto da Federação Portuguesa de Atletismo não possuir nenhum documento que apresente uma lista de acções que possibilitem o tão ambicionado desenvolvimento da modalidade. Apesar de a FPA realizar anualmente um Plano de Actividades e Orçamento, a verdade é que este apenas refere os problemas com que a modalidade se depara, não apresentando acções que solucionem estes mesmos problemas. Assim sendo, esta estratégia de Relações Públicas, além de definir diversos objectivos de comunicação para a FPA, pretende também dar a conhecer os seus públicos estratégicos fundamentais, e os objectivos de comunicação traçados para cada um destes.

1. Análise da Situação

De acordo com o Plano de Actividades e Orçamento mais recente da própria FPA, o atletismo goza actualmente de um grau elevado de notoriedade no nosso país. No entanto, apesar de o atletismo ser a modalidade que mais medalhas deu ao desporto português, e de ser uma modalidade popular e aberta a todos, como se verifica pelo crescente aumento da moda do *Running* em Portugal e no Mundo, verifica-se que estes factos ainda não foram explorados da melhor forma possível.

Assim sendo, sendo a Federação Portuguesa de Atletismo a entidade nacional responsável pela coordenação da modalidade, e tendo em conta as oportunidades existentes, cabe-lhe encontrar soluções que se adaptem ao contexto actual. É fundamental tirar partido do actual número de pessoas que pratica *Running* por lazer ou por culto ao corpo, levando estilos de vida saudáveis. O facto de em crise se dar maior destaque ao que de bom é feito em Portugal, pode ser também uma oportunidade para explorar, divulgar e garantir maior atenção mediática para os feitos dos portugueses no Atletismo, como tem sido feito noutras modalidades. Como tal, será realizado um importante trabalho ao nível de comunicação, que permita aumentar não só ainda mais o grau de notoriedade da modalidade e da FPA, mas também o nível de envolvimento das pessoas com a modalidade e com a própria FPA. Deste modo, o presente plano de

comunicação pretende ser capaz de encontrar estratégias que permitam à Federação Portuguesa de Atletismo responder a estes desafios e a aproveitar as oportunidades existentes.

Os recursos actuais são escassos, e como tal a Federação Portuguesa de Atletismo para fazer face à actual falta de apoios, tem vindo inevitavelmente a apostar numa comunicação com baixos custos e que permita ainda contribuir para novas formas de gerar financiamentos. Assim sendo, é necessário inovar, e sermos capazes de alcançar novos públicos. A criação recente de provas como a Night Run, a BES Run Challenge ou a Lisbon Urban Night Trail são uma demonstração disto mesmo. Estas provas são actualmente um sucesso, contando com milhares de participações.

A afirmação de vários atletas de escalões sub-23, assim como de juniores e de juvenis, que tenham tido um “percurso interessante”, ou que tenham obtido bons resultados no ano transacto é outra das prioridades para a Federação Portuguesa de Atletismo. A renovação dos atletas em actividade é fundamental, já que muitos destes apresentam carreiras já bastantes longas, e insistem em continuar a sonhar com melhores marcas e desempenhos.

O número escasso de treinadores e de juizes actualmente presentes no atletismo surge também como um factor de importante relevância. Como tal, devemos ser capazes de informar sobre todas as vantagens em enveredar pela profissionalização desta modalidade, inculcando nestes o sentimento de realização profissional.

Os meios de comunicação social não apresentam também os níveis de interesse desejados. Isto é visível aquando da pouca importância dada a grandes resultados obtidos por parte dos atletas portugueses. No entanto, a modalidade é alvo de transmissão ocasionalmente no canal generalista RTP 2, mais concretamente no programa Desporto 2. Além do mais, a Meia Maratona de Lisboa é também anualmente transmitida pelo canal generalista RTP 1.

Para fazer face a todas estas situações anteriormente referidas, é necessária a colaboração de outras entidades além da FPA. Como tal, as diversas associações de atletismo, os vários parceiros, assim como outros públicos importantes para a FPA deverão contribuir para o sucesso deste plano estratégico. Este está idealizado para um período extensível de um ano, podendo porventura alguns dos objectivos de

comunicação atingir os dois anos, visto a actual direcção da FPA estar em funções até ao ano de 2016.

1.1 Análise SWOT

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Vasto leque de provas dentro do atletismo (Corrida, Salto, Lançamento) • Única modalidade que deu medalhas de ouro a Portugal nos Jogos Olímpicos • Baixos Custos para a prática desportiva • Pode ser praticado em qualquer lugar • Provas dadas pela actual Direcção 	<ul style="list-style-type: none"> • Escassez de pessoas federadas • Recursos financeiros limitados
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do número de pessoas que faz <i>Running</i> regularmente • Pode ser praticado por todas as classes etárias • Número elevado de licenciados em Desporto • Várias provas a nível nacional • Uma das modalidades com maior número de praticantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Recessão económica actual • Fraca afluência de pessoas nos eventos realizados • Redução em geral dos investimentos realizados pelos clubes

Tabela 1 – Análise SWOT da situação do Atletismo e da FPA em Portugal

2. Planeamento

2.1 Meta

Divulgar a modalidade do atletismo em Portugal, proporcionando assim um aumento no número de praticantes e de associados à Federação Portuguesa de Atletismo, tal como o número de espectadores e de participantes nas diversas provas realizadas.

2.2 Objectivos Gerais do Projecto

- Aumentar a notoriedade da FPA;
- Aumentar o número de praticantes;
- Aumentar o número de técnicos;
- Aumentar o número de juizes;
- Aumentar o número de patrocinadores;
- Aumentar o número de pessoas nos eventos realizados;
- Potencializar a relação da FPA com Associações Regionais e clubes;

2.3 Eixos Estratégicos

Aumentar Interesse	Envolver
--------------------	----------

Tendo em conta os objectivos gerais estabelecidos pela Federação Portuguesa de Atletismo, “Aumentar Interesse” e “Envolver” serão os dois grandes eixos estratégicos deste plano de comunicação.

A Federação Portuguesa de Atletismo pretende envolver as pessoas a dois grandes níveis. Em primeiro lugar pretende-se aumentar o número de interessados na modalidade e de seguida melhorar a relação da FPA com alguns públicos estratégicos, aumentando, por exemplo, o número de jovens atletas assim como o número de espectadores.

2.3.1 Aumentar Interesse

O número de pessoas que pratica *Running* tem vindo a aumentar cada vez mais, devido ao facto de estas verem na modalidade uma forma de manter hábitos de vida saudáveis. Como tal, é necessário aproveitar este *boom* registado nos últimos anos, para aumentar não só a atenção das pessoas pelo atletismo, mas também o número de atletas amadores. Além do mais, esta será também uma oportunidade para a Federação Portuguesa de Atletismo aproximar as pessoas das provas menos conhecidas, já que a maioria destas apenas tem conhecimento da corrida.

Será necessário um maior investimento em comunicação sobre a modalidade, de modo a despertarmos o interesse essencial dos públicos estratégicos em relação ao atletismo, à prática da modalidade, aos eventos realizados, aos atletas e a todo o trabalho desenvolvido pela FPA.

Assim sendo, será feita uma grande aposta numa comunicação mais mediática, e para tal é essencial realizar um trabalho conjunto com os meios de comunicação social, apostando em relações estreitas e coesas com os mesmos e dando enfoque à comunicação digital junto de *bloguers*, meios de comunicação social digitais e através de uma estratégia de comunicação via redes sociais. Nesta primeira fase, a Federação Portuguesa de Atletismo teria que realizar estas acções utilizando um tipo de comunicação mais mediática.

2.3.2 Envolver

O eixo “Envolver” procura da parte dos públicos-alvo, um comportamento que lhes permita criar um envolvimento com a Federação Portuguesa de Atletismo. Deste modo, após conseguirmos no primeiro eixo captar o interesse de determinados públicos estratégicos, como as pessoas que praticam *Running* ou por lazer ou por culto ao corpo, neste momento pretende-se aumentar o envolvimento destes com a modalidade e com a Federação. Pretende por exemplo, aumentar o envolvimento e o número de praticantes amadores e federados, de treinadores, de sócios, de espectadores, assim como criar uma relação de proximidade com as associações regionais.

Este aumento de interesse e envolvimento nomeadamente no aumento de atletas, de espectadores e de praticantes, permitirão que a Federação Portuguesa de Atletismo tenha maior potencial negocial e possa assim aumentar a sua sustentabilidade financeira, através da obtenção de patrocínios mais vantajosos.

Neste caso, a aposta será em acções estrategicamente direccionadas para públicos específicos, acções específicas e de proximidade com o objectivo de aumentar o envolvimento e o reconhecimento da importância do atletismo e do trabalho desenvolvido por parte da Federação Portuguesa de Atletismo.

É necessário ter a noção de que o sucesso da presente campanha estará sempre dependente da colaboração de todas as entidades envolvidas.

2.4 Alinhamento Estratégico

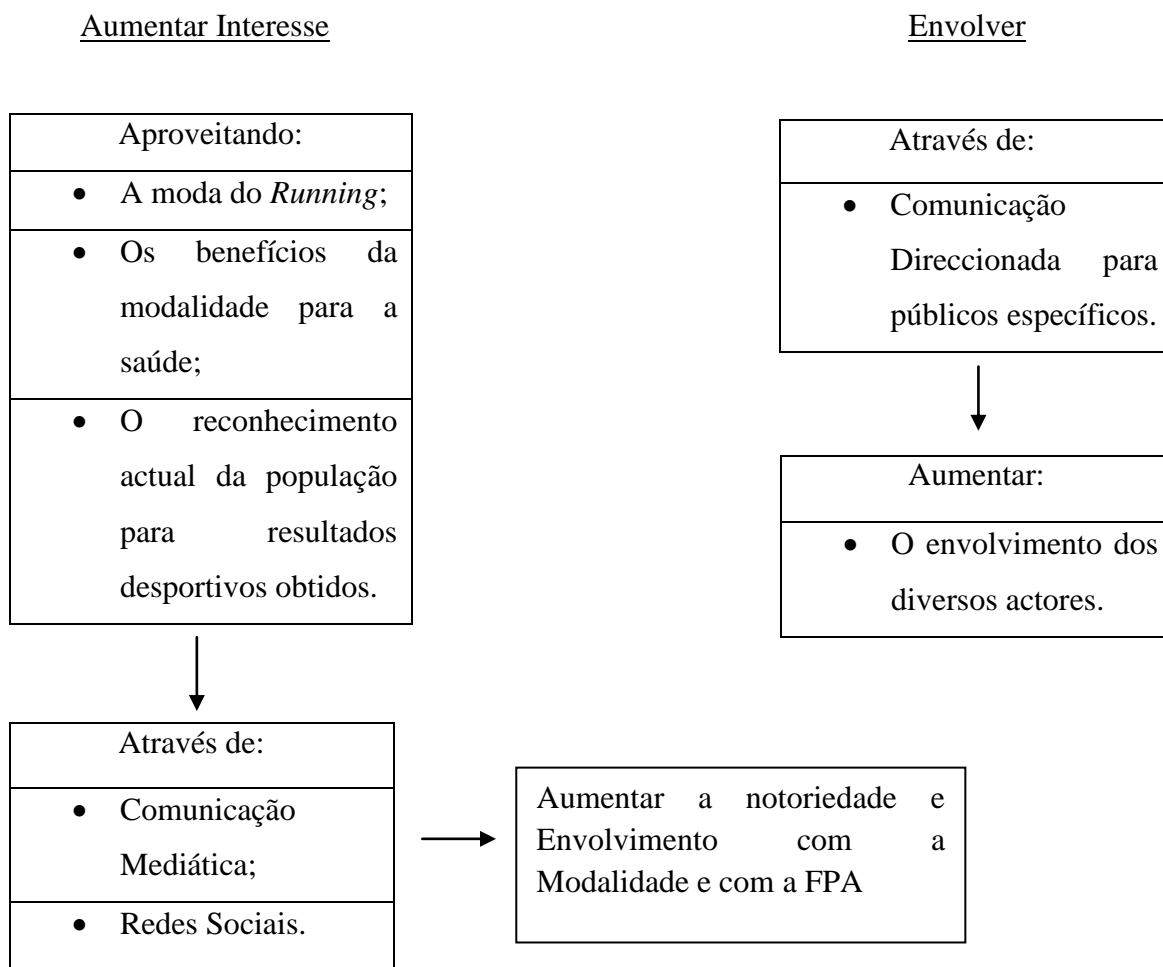


Ilustração 1 – Alinhamento Estratégico

2.5 Stakeholders

Lista de <i>Stakeholders</i>				
Comunidade	Adeptos da Modalidade	Associações de Atletismo	Clubes	Atletas e Ex-atletas
Praticantes Amadores	Treinadores	Alunos de Escolas Básicas e Secundárias	Pais dos alunos de Escolas Básicas e Secundárias	Escolas Básicas e Secundárias
Faculdades de Desporto	Licenciados em Desporto	Câmaras Municipais	Empresas (actuais e potenciais patrocinadores)	Meios de Comunicação Social

Tabela 2 – Lista de *stakeholders* da FPA

2.6 Caracterização dos Públicos-Alvo

Para o presente plano estratégico de Relações Públicas, definem-se sete públicos finais da comunicação: os jovens, atletas e ex-atletas, adeptos, estudantes de desporto, treinadores e técnicos, parceiros e meios de comunicação social.

Na caracterização de cada um destes, serão apresentadas as razões pelas quais os consideramos um público estratégico, e o papel que estes têm neste plano estratégico, para a estratégia definida.

2.6.1 Jovens

Este público diz respeito a todos os jovens residentes em Portugal, desde o Ensino Básico até ao Ensino Superior, e que tenham algum interesse por desporto. Sendo que a Federação Portuguesa de Atletismo procura cativar cada vez mais os jovens a enveredarem pela modalidade, este torna-se um público prioritário, uma vez que é necessária uma renovação de atletas. Além do mais, também é fundamental aumentar o envolvimento com o atletismo, pois todos estes jovens podem ser potenciais actuais ou futuros adeptos da modalidade, praticantes amadores ou federados, ou até inclusive

virem a desempenhar outras funções na área do atletismo. Assim sendo, é fundamental começar a envolver estes jovens com a modalidade e despertar a paixão existente nestes.

2.6.2 Atletas e Ex-atletas

Os atletas correspondem aqueles que estão filiados à Federação Portuguesa de Atletismo. Quanto aos ex-atletas são aqueles que praticaram a modalidade no passado. Tanto os atletas como os ex-atletas têm uma relação muito próxima com a modalidade, tendo um interesse acentuado em assuntos que estejam relacionados com a modalidade. É importante conseguir que estes desempenhem um papel mais activo no seu desenvolvimento, tornando-se por exemplo treinadores, que participem nas actividades da FPA ou então que contribuam na comunicação da modalidade, que actuem como um público intermediário para chegar a outros públicos. As pessoas poderão ver estes atletas e ex-atletas como exemplos a seguir. É fundamental que reconheçam a importância e o valor da Federação Portuguesa de Atletismo.

2.6.3 Adeptos

São o conjunto de pessoas que praticam a modalidade habitualmente, quer por lazer como por culto ao corpo. Podem ser denominados também como atletas amadores. Neste público estão ainda incluídas as pessoas que gostam de assistir a provas, e as que se interessam por desporto. Pretende-se que os adeptos sejam capazes de tornar o seu envolvimento com a Federação Portuguesa de Atletismo muito mais activo, nomeadamente no aumento de presenças em eventos realizados por esta.

2.6.4 Estudantes de Desporto

São todos os estudantes que tenham formação na área desportiva. Muitos destes estudantes são inclusive praticantes da modalidade. Todos eles são potenciais futuros treinadores/dirigentes para a modalidade. Como tal, sendo que já conhecem o mundo da modalidade, pretende-se que estes considerem a Federação Portuguesa de Atletismo

como um organismo de referência no atletismo, e que se possam envolver de alguma maneira com a mesma.

2.6.5 Treinadores e Técnicos

São o conjunto de todos os treinadores e de técnicos com as mais diferentes funções dentro da modalidade. Actualmente existe uma escassez dos mesmos no nosso país. Para fazer face à necessidade de formar novos talentos, é fundamental existirem treinadores capazes de potenciar estes jovens. Além do mais, também a formação de técnicos é fundamental para a evolução do atletismo segundo a FPA. Assim sendo, é necessário envolver estes públicos com a Federação Portuguesa de Atletismo para assistirmos a um desenvolvimento da modalidade.

2.6.6 Parceiros

São as entidades que têm algum tipo de influência no desenvolvimento da Federação Portuguesa de Atletismo. Todos os Parceiros têm a responsabilidade de cooperar com a Federação Portuguesa de Atletismo, de modo a aumentarem o interesse da comunidade pela modalidade. Entre os seus parceiros encontramos, os Clubes Desportivos, as Associações Regionais, os Associados Extraordinários, as Escolas, os Pais de Alunos, as Faculdades de Desporto, as Câmaras Municipais e as Empresas (Patrocinadores/Fornecedores).

Clubes Desportivos

São todas as associações desportivas que disponibilizam aos atletas instalações e condições para a prática da actividade desportiva do atletismo. Além do mais, competes também que os seus atletas possam participar em provas e eventos de atletismo. Sendo estes em parte responsáveis pelo crescimento dos jovens atletas, e tendo em conta a urgente necessidade da renovação dos atletas portugueses, é fundamental que estes lhes garantam uma boa formação.

Associações Regionais

São todas as associações regionais presentes no nosso país, incluindo as existentes nos Açores e na Madeira. Caracterizam-se por promover e dirigir a prática da modalidade dentro de uma determinada área geográfica a nível nacional. Estas deverão ser capazes de promover actividades que contribuam para o crescimento da modalidade, assim como auxiliar a FPA nas acções que esta considerar importantes para o desenvolvimento pretendido.

Associados Extraordinários

São as associações que se propõem a apoiar o desenvolvimento das actividades da Federação Portuguesa de Atletismo. Estando a FPA dependente da colaboração de todas as entidades que estejam consigo envolvidas, são indispensáveis para a concretização deste plano de comunicação. Entre eles encontramos a Associação Nacional de Juizes de Atletismo; a Associação de Atletas de Alta Competição de Atletismo; a Associação de Treinadores de Atletismo de Portugal; a Associação Portuguesa de Organizadores de Provas de Atletismo; e a Associação Nacional de Atletismo Veterano.

Escolas

É o conjunto de todas as escolas básicas e secundárias, quer públicas como privadas, presentes no nosso país. Todas elas poderão cooperar com a Federação Portuguesa de Atletismo, promovendo actividades para os seus estudantes relacionadas com a modalidade. Estas actividades poderão despertar o interesse ou o gosto pela modalidade nos jovens, e porventura estes poderão vir a praticá-la no futuro próximo.

Pais de Alunos

São os pais de todos os estudantes do ensino básico e secundário. Sendo que eles são as pessoas com mais influência na vida dos jovens, incluindo a desportiva, devemos informá-los de que a prática do atletismo contribui para a saúde, assim como para o

desenvolvimento dos seus filhos. Como tal, os pais têm como ninguém a capacidade de poder envolver os seus filhos com o atletismo.

Faculdades de Desporto

São o conjunto de todas as instituições de ensino superior, público e privado, que ministram cursos nas áreas de Desporto e Educação Física, em regime laboral ou pós-laboral¹. Estas têm a possibilidade de divulgar informações relacionadas com a modalidade. Além do mais, estando o atletismo com escassez de técnicos, é necessário criar acções junto destas de modo a atrair treinadores, juízes ou pessoas com outro tipo de funções para a modalidade.

Câmaras Municipais

São os órgãos executivos responsáveis pelos departamentos e serviços de administração municipal. Assim sendo, são eles os responsáveis pela gestão dos recintos desportivos do município, e como tal deverão trabalhar em conjunto com a Federação Portuguesa de Atletismo, disponibilizando estes espaços para a prática da modalidade, seja para atletas locais, como para possíveis eventos ou actividades. Poderão ainda ajudar na promoção destes eventos ou destas actividades.

2.6.7 Meios de Comunicação Social

Os meios de comunicação social são hoje em dia imprescindíveis para a divulgação de informação junto dos seus públicos. Cada vez mais as organizações desportivas dão grande prioridade a este público, seja de televisão, de rádio, de imprensa ou mesmo de *Internet*. Como tal, a Federação Portuguesa de Atletismo não deve ficar alheia a este factor, e deverá procurar construir relações com este público, capazes de proporcionar uma maior divulgação da modalidade.

¹ Anexos: Lista de Instituições de Ensino Superior que ministram cursos nas áreas de Desporto e Educação Física

2.7 Objectivos da Comunicação por Público-Alvo

Um plano de comunicação envolve que apresentemos quais os objectivos específicos para cada um dos públicos-alvo. Como tal, apresentamos para cada um destes a intenção de tal objectivo, e o prazo estimado para a realização destes objectivos. Apresentamos ainda os seus eixos estratégicos, que podem ser “Aumentar Interesse” e “Envolver”, dependendo em qual estejam envolvidos.

2.7.1 Objectivos de Comunicação para Jovens

JOVENS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Promover	O conhecimento da modalidade	1 Ano	Aumentar Interesse
		2 Anos	
Conseguir que	A curiosidade em relação à modalidade aumente	1 Ano	Aumentar Interesse
Esclarecer que	A prática da modalidade traz benefícios ao nível da saúde	1 Ano	Aumentar Interesse
Aumentar	O número de praticantes	1 Ano	Envolver
Incentivar que	As pessoas participem em mais provas nacionais de atletismo	1 Ano	Envolver
		2 Anos	

Tabela 3 – Objectivos de Comunicação para Jovens

2.7.2 Objectivos de Comunicação para Atletas e Ex-atletas

ATLETAS E EX-ATLETAS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Conseguir que	Comuniquem informações sobre a modalidade	1 Ano	Envolver
Aumentar	O apoio dado às actividades desenvolvidas pela FPA	1 Ano	Envolver
Aumentar	O número de participantes nas provas nacionais de atletismo	1 Ano	Envolver

Tabela 4 – Objectivos de Comunicação para Atletas e Ex-atletas

2.7.3 Objectivos de Comunicação para Adeptos

ADEPTOS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Conseguir que	Partilhem informação sobre Atletismo	1 Ano	Aumentar Interesse
Conseguir que	Compareçam nos eventos desportivos	1 Ano	Envolver
Conseguir que	Levem amigos a comparecer	1 Ano	Envolver

	nos eventos desportivos	2 Anos	
Conseguir que	Leve um amigo a praticar a modalidade	1 Ano	Envolver
		2 Anos	

Tabela 5 – Objectivos de Comunicação para Adeptos

2.7.4 Objectivos de Comunicação para Estudantes de Desporto

ESTUDANTES DE DESPORTO	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Informar	Sobre a modalidade do atletismo	1 Ano	Aumentar Interesse
Conseguir que	Marquem presença nos eventos desportivos	1 Ano	Aumentar Interesse
Conseguir que	Participem em conferências e palestras de atletismo existentes	1 Ano	Aumentar Interesse
Conseguir que	Participem em passatempos relacionados com a modalidade	1 Ano	Envolver
Conseguir que	Sejam informados dos	1 Ano	Envolver

	cursos de Atletismo existentes	2 Anos	
Dar a conhecer	As oportunidades de carreira que a modalidade oferece	1 Ano	Envolver
Conseguir que	Frequentem os cursos de formação existentes	1 Ano	Envolver
		2 Anos	
Conseguir que	Enveredem por uma carreira na modalidade do Atletismo	1 Ano	Envolver
		2 Anos	

Tabela 6 – Objectivos de Comunicação para Estudantes de Desporto

2.7.5 Objectivos de Comunicação para Treinadores e Técnicos

TREINADORES E TÉCNICOS	Intenção	Prazo	Eixo estratégico
Conseguir que	O número de treinadores aumente	1 Ano	Envolver
Conseguir que	O número de técnicos aumente	1 Ano	Envolver
		2 Anos	
Conseguir que	Reconheçam a importância da FPA	1 Ano	Aumentar Interesse

Conseguir que	Aumentem o nível de envolvimento com a FPA	1 Ano	Envolver
		2 Anos	

Tabela 7 – Objectivos de Comunicação para Treinadores e Técnicos

2.7.6 Objectivos de Comunicação para Clubes Desportivos

CLUBES DESPORTIVOS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Informar	Sobre a modalidade	1 Ano	Aumentar Interesse
Dar a conhecer	As provas de atletismo existentes	1 Ano	Aumentar Interesse
Aumentar	O número de jovens que pratica atletismo	1 Ano	Envolver
Aumentar	O apoio dado às actividades realizadas pela FPA	1 Ano	Envolver

Tabela 8 – Objectivos de Comunicação para Clubes Desportivos

2.7.7 Objectivos de Comunicação para Associações Regionais

ASSOCIAÇÕES REGIONAIS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Aumentar	O número de espectadores nos eventos	1 Ano	Ganhar Interesse

	locais e regionais		
Aumentar	O apoio dado às actividades realizadas pela FPA	1 Ano	Envolver

Tabela 9 – Objectivos de Comunicação para Associações Regionais

2.7.8 Objectivos de Comunicação para Associados Extraordinários

ASSOCIADOS EXTRAORDINÁRIOS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Aumentar	O apoio dado às actividades realizadas pela FPA	1 Ano	Envolver

Tabela 10 – Objectivos de Comunicação para Associados Extraordinários

2.7.9 Objectivos de Comunicação para Escolas

ESCOLAS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Aumentar	O número de actividades relacionadas com Atletismo	1 Ano	Aumentar Interesse
Conseguir que	O número de atletas no Desporto Escolar aumente	1 Ano	Envolver

Tabela 11 – Objectivos de Comunicação para Escolas

2.7.10 Objectivos de Comunicação para Pais de Alunos

PAIS DE ALUNOS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Conseguir que	Compreendam a importância que o Atletismo pode ter para a saúde dos seus filhos	1 Ano	Envolver
Aumentar	O número de atletas jovens	1 Ano	Envolver

Tabela 12 – Objectivos de Comunicação para Pais de Alunos

2.7.11 Objectivos de Comunicação para Faculdades de Desporto

FACULDADES DE DESPORTO	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Aumentar	O número de palestras relacionadas com o Atletismo	1 Ano	Aumentar Interesse
Dar a conhecer	Os cursos de formação existentes	1 Ano	Envolver
Reduzir	O número de estudantes universitários que deixam a modalidade	1 Ano	Envolver
		2 Anos	

Aumentar	O número de treinadores e técnicos	1 Ano	Envolver
Aumentar	O apoio dado às actividades realizadas pela FPA	1 Ano	Envolver

Tabela 13 – Objectivos de Comunicação para Faculdades de Desporto

2.7.12 Objectivos de Comunicação para Câmaras Municipais

CÂMARAS MUNICIPAIS	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Aumentar	A divulgação dos eventos de atletismo locais e regionais	1 Ano	Envolver

Tabela 14 – Objectivos de Comunicação para Câmaras Municipais

2.7.13 Objectivos de Comunicação para Meios de Comunicação Social

MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	Intenção	Prazo	Eixo Estratégico
Dar a conhecer	Informações relacionadas com a modalidade do atletismo	1 Ano	Aumentar Interesse
Despertar	O interesse das pessoas pela modalidade.	1 Ano	Aumentar Interesse

Conseguir que	Se tenha conhecimento das demais provas do calendário nacional	1 Ano	Aumentar Interesse
Despertar	O interesse das pessoas pelos eventos realizados	1 Ano	Aumentar Interesse
Conseguir que	O número de participações nos eventos nacionais aumente	1 Ano	Envolver
Aumentar	A cobertura junto dos meios de comunicação social televisivos, de rádio, e na imprensa escrita	1 Ano	Aumentar Interesse
		2 Anos	

Tabela 15 – Objectivos de Comunicação para Meios de Comunicação Social

3. Implementação e Monitorização da Estratégia de Relações Públicas

Acções a realizar

3.1 Artigos sobre Desporto, Atletismo, e Vida Saudável

Eixo Estratégico	“Ganhar Interesse”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none">• Adeptos• Treinadores e Técnicos• Estudantes de Desporto
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none">• Dar a conhecer exercícios e guias de alimentação que possam melhorar a saúde das pessoas
Descrição	<p>Pretende-se dar a conhecer aos vários adeptos da modalidade, vários exercícios que possam melhorar a actividade física das pessoas. Além do mais, serão também disponibilizados guias de alimentação específicos para manter uma boa forma física e ao mesmo tempo saudável. Este último ponto poderá interessar bastante a treinadores e técnicos que poderão ver nestes guias, inúmeras dicas que poderão utilizar junto dos seus atletas. Mesmo os actuais estudantes de desporto poderão tirar bastantes informações que lhes podem ser úteis tanto no presente como futuramente. Assim sendo, iremos tentar formar parcerias com diversas redacções de revistas, com intuito de colocar estes artigos nas suas publicações. A base da negociação será que fazer entender às redacções que estas informações são do interesse dos públicos das revistas. A FPA permitirá também que estas tenham a</p>

	possibilidade de marcar presença nos eventos de maior relevo. As revistas a contactar serão não só revistas relacionadas com o exercício físico, mas também revistas generalistas. Assim sendo, ao início contactaremos as revistas de exercício físico/saúde Men's Health; Sport Life e Activa, e as generalistas Visão, Nova Gente e Sábado.
Timing	<ul style="list-style-type: none"> • Todos os meses, transversal a toda a campanha
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar via telefone ou e-mail as instituições
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de artigos publicados

Tabela 16 – Artigos Desporto, Atletismo, e Vida Saudável

3.2 Criação de *Newsletters* para Treinadores e Técnicos

Eixo Estratégico	“Ganhar Interesse”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Treinadores e Técnicos
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar o interesse pela FPA
Descrição	Pretende-se criar <i>Newsletters</i> que contenham informação relevante tanto para Treinadores como para Técnicos de Atletismo. A Federação Portuguesa de Atletismo deverá ser capaz de reunir informações que sejam do maior interesse para o trabalho desenvolvido pelos treinadores e para os técnicos. Apenas estes terão acesso a estes conteúdos. A informação contida dentro das <i>Newsletters</i> terá como conteúdo notícias relativas a actividades desenvolvidas pela FPA;

	resultados desportivos alcançados pelos atletas; um calendário das provas dessa semana; assim como conferências, seminários ou palestras existentes. Num momento em que muitos associados à FPA não reconhecem a importância da organização para a modalidade, esta iniciativa poderia aproximar as duas partes.
Timing	<ul style="list-style-type: none"> • Todas as Semanas
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i>
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Subscritores das <i>Newsletters</i> • <i>Feedback</i> dado pelos Subscritores • Envolvimento registado nas actividades da FPA

Tabela 17 – Criação de *Newsletters* para Treinadores e Técnicos

3.3 Gestão de Redes Sociais

Eixo Estratégico	“Ganhar Interesse”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Adeptos • Jovens
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conhecer os feitos alcançados pelos atletas portugueses • Aumentar o grau de inovação da Rede Social
Descrição	A história do Atletismo nacional está recheada de grandes feitos, e como tal é necessário recordar estes momentos, e partilhá-los com toda a comunidade do

	<p>atletismo. Assim sendo, a FPA irá disponibilizar no seu <i>Facebook</i> em todos dias que se justifique, uma referência a algum momento que possa ter marcado o Atletismo Português. Por exemplo, no dia 23 de Setembro, iremos referir a vitória de Rosa Mota nos Jogos Olímpicos em 1988, em Seul, acompanhando a referência com uma foto e possivelmente um vídeo. Esta iniciativa permitirá que muitas pessoas que se consideram adeptas da modalidade fiquem a conhecer um pouco mais da história da modalidade. Isto possibilitará ainda maior interacção na Rede Social, e que possivelmente diversos jovens se interessem ainda mais pela modalidade e venham a envolver-se com a mesma.</p>
Timing	<ul style="list-style-type: none"> • Transversal a toda a campanha
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Facebook</i>
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Comentários • Número de “Gostos” na Rede Social • Número de Partilhas

Tabela 18 – Gestão de Redes Sociais

3.4 Actividades com Jornalistas no Centro de Alto Rendimento do Jamor

Eixo Estratégico	“Ganhar Interesse” e “Envolver”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Meios de Comunicação Social
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar o interesse dos jornalistas na modalidade • Aumentar o seu envolvimento com

	a FPA
Descrição	É fundamental mantermos uma boa relação com os jornalistas do nosso país. Assim sendo a Federação Portuguesa de Atletismo irá realizar um dia aberto a diversos jornalistas no Centro de Alto Rendimento do Jamor, onde estes terão a possibilidade de experimentar diversas modalidades relacionadas com o Atletismo. O evento ocorrerá no dia anterior à partida da comitiva nacional para os Campeonatos do Mundo de Atletismo em 2015, a realizarem-se em Beijing. Os atletas seleccionados para esta prova marcarão presença nas actividades realizadas, convivendo com os jornalistas ao longo do evento. Este evento pretende aproximar a comunidade jornalística da FPA, além de querer despertar nestes um maior interesse pela modalidade.
Timing	<ul style="list-style-type: none"> • Agosto de 2015
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar via telefone entidades jornalísticas
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Jornalistas presentes

Tabela 19 – Actividades com jornalistas no Centro de Alto Rendimento do Jamor

3.5 Actividades Físicas em Escolas Públicas e Privadas

Eixo Estratégico	“Ganhar interesse” e “Envolver”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Jovens
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conhecer a FPA

	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conhecer a modalidade e os seus benefícios
Descrição	<p>A realização de actividades físicas em escolas poderá levar os jovens alunos a conhecer a modalidade ou a interessarem-se mais pela mesma, e possivelmente virem a frequentar o Desporto Escolar. As actividades realizadas tentarão abranger ao máximo todas as modalidades que o atletismo possui. Com esta variedade, mais probabilidades existem de algum jovem se interessar por uma modalidade. Estarão presentes nesta acção, vários atletas de renome, para cativar ainda mais o interesse das crianças. Estas poderão ver estes atletas ou ex-atletas como ídolos, e como exemplos a seguir, o que aumentará ainda mais o interesse das crianças pela modalidade. Terão ainda a possibilidade de conviver com os atletas, e de requisitar autógrafos ou tirar fotografias.</p>
Timing	Transversal a toda a campanha
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • Envio de propostas a escolas públicas e privadas
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de escolas que aceitarem a iniciativa • Interesse demonstrado pelas crianças nas actividades desenvolvidas.

Tabela 20 – Actividades Físicas em Escolas Públicas e Privadas

3.6 Palestras em Faculdades de Desporto

Eixo Estratégico	“Ganhar interesse” e “Envolver”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none">• Jovens• Estudantes de Desporto• Atletas• Treinadores e Técnicos
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none">• Dar a conhecer a FPA;• Dar a conhecer a modalidade e os seus benefícios• Demonstrar as oportunidades de carreira que a modalidade pode oferecer
Descrição	<p>A realização de palestras nas faculdades de desporto, irá ter como objectivo dar a conhecer um pouco mais a modalidade. Serão partilhados com estes estudantes de desporto os objectivos da FPA enquanto instituição, assim como projectos em que estejam envolvidos no presente e outros que ambicionem realizar no futuro. Além disso serão também discutidas estes alunos as oportunidades de carreira que uma modalidade como esta lhes poderá proporcionar. Todas estas palestras terão a presença de diversos atletas de renome, de modo a que o interesse de todos estes jovens possa aumentar. Estes serão responsáveis por dar a conhecer as suas experiências, e todas as vantagens em prosseguir uma carreira no atletismo. Além do mais, todos estes alunos terão a possibilidade de requisitar autógrafos aos</p>

	ex-atletas que estejam presentes.
Timing	Transversal a toda a campanha
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar via telefone as faculdades de desporto • Partilha com informações acerca das palestras nas Redes Sociais <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i> • Distribuição de <i>flyers</i> nas faculdades seleccionadas
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de faculdades que aceitarem a iniciativa • Quantidade e tipo de questões realizadas pelos alunos durante as palestras.

Tabela 21 – Palestras em Faculdades de Desporto

3.7 Passatempo de Fotografia

Eixo Estratégico	“Ganhar Interesse” e “Envolver”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Jovens • Adeptos • Escolas de Ensino Básico • Escolas de Ensino Secundário • Faculdades de Desporto • Escolas de Fotografia • Faculdades de Comunicação • Faculdades de Artes
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conhecer a marca FPA • Aumentar o interesse pela modalidade
Descrição	A realização deste passatempo consiste em que os adeptos da modalidade tirem

	<p>fotografias relacionadas com a modalidade, e que conseqüentemente as divulguem no <i>Facebook</i> identificando a Federação Portuguesa de Atletismo nas suas publicações. Conseqüentemente a FPA partilhá-las-á no seu <i>Facebook</i>. O júri será composto por 3 membros pertencentes à Federação Portuguesa de Atletismo. O passatempo terá a duração de três meses, e as três pessoas que os membros do júri considerarem ter a melhor foto serão as vencedoras. O prémio consistirá numa máquina fotográfica e na possibilidade de realizar uma sessão fotográfica com a presença dos atletas portugueses. Além do mais, terão ainda a possibilidade de conviver com estes nos seus centros de treino, e ganham entradas livre para todos os eventos realizados pela FPA.</p>
Timing	<ul style="list-style-type: none"> • Abril, Maio e Junho de 2015
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> da FPA • <i>Facebook</i> da FPA • <i>Twitter</i> da FPA • Escolas de Ensino Básico • Escolas de Ensino Secundário • Faculdades de Desporto • Escolas de Fotografia • Faculdades de Comunicação • Faculdades de Artes
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de fotografias recebidas • Qualidade das fotografias

Tabela 22 – Passatempo de Fotografia

3.8 Visitas de Estudo ao Centro de Alto Rendimento do Jamor

Eixo Estratégico	“Ganhar Interesse” e “Envolver”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Jovens
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Aproximar estes públicos da modalidade, dando a conhecê-la e mostrando o papel determinante que a FPA tem no seu desenvolvimento
Descrição	<p>A FPA necessita de dar a conhecer a modalidade a FPA aos jovens, já que a sua maioria apresenta um conhecimento pouco aprofundado da mesma. Assim sendo, abriremos as “portas” às escolas, dando a conhecer aos seus alunos o funcionamento do Centro de Alto-Rendimento do Jamor. Estes terão a possibilidade de conviver com os atletas, incluindo sessões de autógrafos, e ter acesso às instalações que estes frequentam.</p>
Timing	Transversal a toda a campanha
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • Criar espaço no website da FPA para promover esta iniciativa; • Informações da iniciativa ocasionais nas Redes Sociais <i>Facebook e Twitter</i>; • Envio de Convites para escolas públicas e privadas;
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de escolas que participem na iniciativa; • Realização de questionários sobre a FPA e a modalidade;

Tabela 23 – Visitas de Estudo ao Centro de Alto Rendimento do Jamor

3.9 Estágios no Centro de Alto Rendimento do Jamor

Eixo Estratégico	“Envolver”
Públicos-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Jovens Atletas
Objectivos Gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Potencializar ainda mais o interesse dos jovens pela modalidade
Descrição	<p>O objectivo desta iniciativa é possibilitar aos “melhores” atletas jovens, tanto masculinos como femininos das várias associações existentes no nosso país, a possibilidade de usufruírem do CAR durante uma semana. Assim sendo poderiam treinar com os atletas portugueses de alta-competição, visualizar os seus treinos assim como o seu dia-a-dia nas instalações. Seriam escolhidos os dois melhores atletas masculinos e as duas melhores atletas femininas, ou que apresentem maior potencial de cada associação. Cada semana seriam convidadas duas associações, ou seja seriam convidados 8 jovens atletas.</p>
Timing	<ul style="list-style-type: none"> • Semanalmente durante 4 meses
Divulgação	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar via telefone as associações • Partilha de informações junto das Redes Sociais <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i>
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> • Número de associações que aderirem à medida • Número de atletas que marquem presença

Tabela 24 – Estágios no Centro de Alto Rendimento do Jamor

O projecto aqui apresentado resultou da necessidade da Federação Portuguesa de Atletismo iniciar o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação planeada e coerente. Acontece que a FPA pretende realizar uma estratégia de comunicação ainda durante o presente ano. Assim sendo, após uma conversa com o meu coordenador de estágio na FPA, surgiu a hipótese de eu realizar um Plano de Comunicação para a organização.

Durante a realização do estágio, foram vários os dias em que tive a possibilidade de trabalhar no desenvolvimento deste Plano de Comunicação (ver apêndice). Toda a estratégia de comunicação foi delineada tendo em conta a realidade actual da Federação Portuguesa de Atletismo e todas as suas necessidades. Pretende-se com este plano que a FPA veja neste algumas ideias inovadoras, e que possa adoptar algumas destas acções, de modo a aumentar tanto o interesse, como o envolvimento das pessoas na modalidade.

Esta proposta de plano estratégico não é mais que isso mesmo: uma proposta. Estou consciente que para um desenvolvimento adequado desta proposta ainda seria necessária uma forte investigação. A falta de dados disponíveis e a falta de recursos financeiros para o fazer, não me facilitaram, por exemplo, definiu os objectivos de forma cabal.

A grande dificuldade prendeu-se com o não saber exactamente que “resultados” poderia exigir a este plano, visto não ter dados sobre o real conhecimento/envolvimento dos públicos com a modalidade.

Notas Conclusivas

Uma vez que a minha ambição pessoal passa por enveredar pela área desportiva, sinto que o Estágio na Federação Portuguesa de Atletismo foi uma excelente experiência a nível pessoal. Além do mais, sempre considerei o atletismo como um dos meus desportos de eleição, e como tal tendo tido a oportunidade de estagiar na principal organização a nível da modalidade em Portugal não poderia estar mais satisfeito.

Desde o início do estágio que todas as pessoas integrantes da FPA se dispuseram a integrar-me o mais rápido possível dentro da organização. Isto fez com que desde cedo me relacionasse bastante bem com todas as pessoas que trabalhavam dentro da FPA, e que a minha adaptação ao local de trabalho fosse rápida. A presença de várias pessoas jovens a trabalhar na Federação, quer a estágio profissional como curricular também acabou por ajudar na minha integração. Por fim, o facto de as pessoas serem bastante acessíveis, como por exemplo em relação ao esclarecimento de dúvidas foi outro factor que contribuiu para a minha rápida integração no grupo.

Quanto ao trabalho desenvolvido junto da Federação Portuguesa de Atletismo, considero que dei o máximo em cada tarefa que me foi proposta. Penso que a grande maioria das vezes realizei as actividades que me foram propostas com sucesso. Muitas das tarefas que me foram pedidas estavam relacionadas com Microsoft Office, e tendo eu no meu entender bons conhecimentos a nível informático, realizei estas tarefas de forma rápida e eficiente.

A maior parte das tarefas que me eram propostas ao nível do Microsoft Office passavam sobretudo por tratamento de dados no Excel. Consistia na maioria dos casos em registar dados relativos a atletas, tais como dados pessoais ou profissionais. O único senão destas tarefas era por vezes a quantidade de informação a tratar ser tão elevada que a tarefa levava vários dias a ser concretizada. Para mais, tendo em conta que englobava o registo de várias marcas de atletas, não poderia ocorrer erros, já que apenas um algoritmo errado poderia fazer toda a diferença na realização do documento. Assim sendo, era necessária bastante concentração na realização destas tarefas.

Como é normal encontrei também algumas dificuldades no que à realização de algumas tarefas, nomeadamente ao nível da criação de orçamentos. Devido ao facto de nunca

anteriormente ter efectuado qualquer um, senti certas dificuldades em realizar orçamentos cronológicos para eventos e de custos para certos produtos. Apesar de tudo, acredito que não me foram dadas todas as informações que me poderiam ter ajudado na concretização da tarefa. O facto de não ter tido por vezes acesso a informações básicas, tais como um valor de orçamento estimado, ou os produtos ou serviços que seriam necessários atrapalhou-me um pouco a tarefa. Além do mais, apesar de ter noção de vários produtos que são essenciais na criação de um evento, ao não estar completamente envolvido na modalidade e na realidade da FPA, por vezes não tive a noção exacta de todo o material necessário. No entanto, todas estas tarefas acabaram no fundo por permitir que pudesse evoluir um pouco mais neste tipo de tarefa que muito provavelmente as Relações Públicas me proporcionarão no futuro.

Um ponto que considerei bastante positivo para mim, foi o facto de poder tido a possibilidade de participar na organização de vários eventos criados pela FPA. Tive oportunidade de poder estar com a Federação Portuguesa de Atletismo em eventos importantes tais como a Futurália, o Olímpico Jovem ou inclusive em outros eventos não tão reconhecidos mas de valor, como actividades destinadas a crianças no Centro de Alto Rendimento do Jamor. O facto de ter estado presente nomeadamente nos dois primeiros eventos em cima referidos permitiu-me ter uma realidade de como decorrem e funcionam os eventos, nomeadamente os desportivos, e todo o trabalho e colaboração que é necessária para levar o evento avante.

Também achei bastante proveitoso o facto de ter desempenhado várias actividades em conjunto com outras pessoas. Apesar de nunca ter tido dificuldades em trabalhar em grupo, apreciei o facto de as pessoas considerarem que o meu trabalho poderia ser útil, mesmo sendo “apenas” um estagiário. Para mais, em várias tarefas, era bastante proveitoso ter mais do que uma pessoa a trabalhar, o que facilitou por vezes o meu desempenho em algumas delas.

A minha presença assídua desde o início do estágio nas reuniões realizadas na FPA, mostrou também que a organização confiava em mim, e estaria disposta a ouvir qualquer informação que eu considerasse relevante para a melhoria de algum projecto ou actividade que a Federação tencionasse realizar. Permitiu-me ainda estar sempre ao corrente de tudo o que se passava dentro da organização, o que me fez sentir sempre como parte da organização.

No fundo, acredito que a experiência foi bastante positiva. Tendo em conta que não sabia o que esperar, este estágio superou as minhas expectativas. Aliás, o facto de ter prolongado o meu tempo de estágio na Federação Portuguesa de Atletismo demonstra isso mesmo. No entanto, acredito que tinha capacidade para realizar outro tipo de tarefas, que não somente aquelas que acabei por desempenhar. Algumas vezes tive necessidade de utilizar o meu tempo pesquisando informações relevantes acerca da organização, que me pudessem ser úteis para a concretização de outras tarefas, tal como o Plano de Comunicação que realizei.

No que toca à minha visão acerca da comunicação protagonizada pela Federação Portuguesa de Atletismo, acredito que embora exista um esforço em aumentar o nível de interesse pela modalidade, ainda não são desenvolvidos os esforços necessários à mudança de mentalidade nas pessoas. Em parte, o principal problema continua a ser os baixos níveis de financiamentos que a FPA apresenta. Apesar de surgirem ideias por parte dos mais diversos funcionários, a realidade é que a falta de verbas inviabiliza muitas destas acções, e impossibilita que sejam criadas condições que tornem a modalidade do atletismo um verdadeiro espectáculo, capaz de atrair multidões de pessoas.

Os níveis de divulgação como é normal, são também eles escassos, o que torna a comunicação dos eventos realizados bastante limitada. A comunicação para com a comunidade baseia-se nomeadamente na divulgação ocasional através das redes sociais, e na impressão de *flyers*. Como já foi falado ao longo deste trabalho, as redes sociais são uma óptima ferramenta de divulgação, no entanto o uso dado pela FPA a estas poderia ser muito mais explorado.

De modo a tentar encontrar novas formas de comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo, surgiu então a ideia de criar uma estratégia de Comunicação, capaz de fazer face a estes problemas, e de colocar a modalidade num outro patamar ao nível de interesse e de envolvimento.

Não há dúvida de que o desporto tem ganho cada vez mais importância nos tempos modernos. A fusão do desporto com os meios de comunicação social, e da televisão em particular, ajudou a transformar os grandes eventos desportivos que todos nós conhecemos, como os Campeonatos do Mundo de Futebol ou os Jogos Olímpicos (Boyle, 2006).

Apesar de o desporto ser uma actividade cada vez mais rentável, apresenta outras dimensões. Segundo L'Étang (2005, citado em Duarte, 2009), os regulamentos do governo e o financiamento das actividades, e o desenvolvimento tanto de infra-estruturas que permitam aumentar a prática desportiva em escolas ou espaços públicos, como das práticas desportivas amadoras tornando-as equiparadas às profissionais, são temas que permitem compreender a importância do desporto nas sociedades modernas.

Acontece que as organizações devem dar mais atenção, não só às suas necessidades, mas também às dos seus mais diversos públicos. Actualmente, o desporto surge cada vez mais como um sinónimo de vida saudável para as pessoas. Ora, apesar de o atletismo em concreto apresentar bastantes pessoas a nível amador a praticar a modalidade, nomeadamente a corrida, a verdade é que são poucas que até as que têm conhecimento dela. A comunicação surge então como uma ferramenta preponderante para dar a promover o atletismo em Portugal. Pretende-se então com este projecto dar outra dimensão à modalidade no nosso país, promovendo tanto o envolvimento das pessoas com esta, podendo tornar-se atletas, treinadores ou técnicos, mas também com a FPA, a organização responsável por gerir a modalidade em Portugal.

Deste modo, esta estratégia de comunicação procura fundamentalmente que todos os públicos que a Federação Portuguesa de Atletismo considerada como importantes, se envolvam de algum modo com a modalidade.

O estágio realizado na FPA permitiu-me ter uma visão mais alargada da organização, e permitiu-me tirar conclusões, que porventura não obteria sem o mesmo. Apesar de existir uma opinião quase generalizada de que o atletismo atravessa uma “crise”, esta experiência permitiu-me viver de perto a realidade do atletismo português.

As acções propostas neste Plano de Comunicação foram entregues à Federação Portuguesa de Atletismo, que por sua vez decidirá se estas serão implementadas. Elas estão idealizadas para um espaço temporal de um ano, no entanto visto que a actual direcção da FPA se manterá em funções até ao ano de 2016, algumas das acções terão a capacidade para se estenderem por mais um ano do que o traçado. A implementação destas acções terão a possibilidade de dar outra vida à modalidade, uma vez que as ideias criadas foram pensadas tendo em conta o conjunto de situações que afectam a modalidade e todos públicos estratégicos da FPA. Consequentemente, aumentarão

também as possibilidades de a organização angariar patrocínios através da adopção destas acções.

Assim sendo, estou convicto de que se a presente estratégia for implementada por parte da Federação Portuguesa de Atletismo, conseguirá fazer frente aos vários desafios que a modalidade atravessa actualmente, e tornar o atletismo uma modalidade de referência em Portugal aos olhos da sua comunidade.

Referências Bibliográficas

Baleizão, A. (2013). *Comunicação no Desporto: Estratégia de Relações Públicas para a divulgação da Natação Sincronizada em Portugal*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa

Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. Londres, Sage Publications

Brønn, P. (2005) “When it comes to Corporate Image It’s Identity that counts”. Disponível em: <http://www.magma.no/when-it-comes-to-corporate-image-its-identity-that-counts> [Consultado em 23 de Junho de 2014]

Costa, P. (2012) “História do atletismo nas Olimpíadas”. Disponível em: <http://www.centauro.com.br/running/2012/historia-do-atletismo-nas-olimpiadas/> [Consultado em 10 de Janeiro de 2014]

Duarte, J. (2009). “Public Relations in Sporting and Leisure Events as Promoters of social change: A view from Portugal”. Tripodos, nr. 24, Barcelona, 2009

Harrison, S. (1995). *Public Relations: An Introduction*. Londres, Routhledge, 1995

Nobre, A. (2005). *Atletismo Português: Gestão de Crise de Valores*. Lisboa, Editorial Caminho

Nunes, T. (2011). *Terceiro Sector: Relações Públicas como Negociação e Compromisso*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa

Pereira, G. [s.d.] “História das Olimpíadas”. Disponível em: <http://www.birafitness.com/histdasolimpiadas.htm> [Consultado em 10 de Janeiro de 2014]

Pereira, M. (2003) “O País está futebolizado”. Disponível em: <http://historico.ensino.eu/2003/dez2003/entrevista.html> [Consultado em 14 de Janeiro de 2014]

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Nova Iorque, Free Press

Stoldt, G., Dittmore, S., Branvold, E. (2012). *Sport Public Relations: Managing Stakeholder Communication*. Human Kinetics

Tench, R., Yeomans, L. (2006). *Exploring Public Relations*. Harlow: FT Prentice Hall, Pearson Education Limited

Zambujal, M. (2002) “Atletismo: o mais belo e antigo dos desportos”. Disponível em: <http://www.audacia.org/cgi-bin/quickregister/scripts/redirect.cgi?redirect=EEuVVFFpZpXyUkqiDC> [Consultado em 12 de Janeiro de 2014]

Outros documentos

Federação Portuguesa de Atletismo (2013) *Estatutos da Federação Portuguesa de Atletismo*. Disponível em: http://www.fpatletismo.pt/Cache/Estatutos_FPA_2013final-9760.pdf [Consultado em 12 de Março de 2014]

Federação Portuguesa de Atletismo (2013) *Plano de Actividades e Orçamento 2014*. Disponível em: http://www.fpatletismo.pt/Cache/plano_de_atividades_2014_versao_Final-9791.pdf [Consultado em 12 de Março de 2014]

Federação Portuguesa de Atletismo (2014) *Medalhas do Atletismo Português*. Disponível em: www.fpatletismo.pt/Cache/Medalhas_do_Atletismo_Português-17198.pdf [Consultado em 13 de Março de 2014]

Federação Portuguesa de Atletismo (2014) *Organograma da Federação Portuguesa de Atletismo*. Disponível em: http://www.fpatletismo.pt/Cache/ORGANOGRAMA_2014-4852.pdf [Consultado em 12 de Março de 2014]

Fonseca, C. [s.d.] *Calendário de Provas de Atletismo Estrada e Montanha – 2014*. Disponível em: <http://www.atletismo.carlos-fonseca.com/calendario.htm> [Consultado em 11 de Janeiro de 2014]

Lusa (2010) *FC Porto suspende secção de Atletismo*. Disponível em: http://www.dn.pt/desporto/outrasmodalidades/Interior.aspx?content_id=1668351 [Consultado em 30 de Junho de 2014]

Lusa (2012) *Média de medalhas de Portugal nos Jogos mantém-se: uma*. Disponível em: <http://desporto.publico.pt/Londres2012/noticia/media-de-medalhas-de-portugal-nos-jogos-mantemse-uma-1558803> [Consultado em 15 de Janeiro de 2014]

Martins, P. (2014) *Meia-maratona de Lisboa reuniu 40.000 participantes*. Disponível em: <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=723928&tm=3&layout=122&visual=61> [Consultado em 30 de Março de 2014]

Ribeiro, T. [s.d.] *Atletismo*. Disponível em: <http://www.mundoeducacao.com/educacao-fisica/atletismo.htm> [Consultado em 5 de Janeiro de 2014]

Rio 2016 [s.d.] *Os Jogos Olímpicos*. Disponível em: <http://www.rio2016.com.br/os-jogos/olimpicos/esportes/atletismo> [Consultado em 8 de Janeiro de 2014]

Run Portugal [s.d.] *Night Run em Portugal a 19 de Outubro*. Disponível em: <http://www.runportugal.com/noticias/night-run-em-portugal-a-19-de-outubro> [Consultado em 12 de Janeiro de 2014]

Sporting Clube de Portugal [s.d.] *Palmarés Nacional*. Disponível em: http://www.sporting.pt/Modalidades/Atletismo/atl_palmaresnacional.asp [Consultado em 30 de Junho de 2014]

Sport Lisboa e Benfica [s.d.] *Palmarés de Atletismo*. Disponível em: <http://www.slbenfica.pt/pt-pt/mais/atletismo/palmares.aspx> [Consultado em 30 de Junho de 2014]

Apêndice

Diário de Estágio

10 de Março de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Realização de uma base de dados no *Excel*, com informações relativas ao 15º Campeonato Nacional de Corta-Mato a realizar-se no próximo dia 15 de Março em Portalegre. O trabalho passava principalmente por indicar todos os vencedores assim como as equipas destes do Campeonato Nacional de Corta-Mato (Curto), desde o ano de 2000 até 2013, quer em Masculinos como em Femininos.

- Realização de um texto no *Word*, com informações relativas ao mesmo evento. Visto que me foi dado um modelo do texto realizado para o Campeonato do ano transacto, não tive muita dificuldade em realizar o texto, já que foi apenas necessário alterar algumas alterações no corpo do texto. No entanto, acredito que poderia ter realizado o texto pedido, sem recurso a um texto modelo. A realização do texto sobre o 15º Campeonato Nacional de Corta-Mato, permitia que as pessoas que não tivessem conhecimento da realização da prova, obtivessem informações como a data ou local do evento onde este se irá realizar.

- Tendo em base um website que apresentava vários dados pessoais de diversos atletas, procedeu-se à criação de um documento *Word*, com o objectivo de indicar determinadas informações dos 19 atletas seleccionados para a Taça da Europa de Lançamentos, tais como o nome, data de nascimento, disciplina, clube, treinador, assim como as suas melhores marcas pessoais e anuais, e se possível o seus Top 10 de sempre. Este documento será bastante útil à Federação de Atletismo durante a Taça da Europa de Lançamentos.

11 de Março de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Manutenção de diversos placares publicitários a utilizar no 15º Campeonato Nacional de Corta-Mato Curto. A sua manutenção faz com que não exista o risco de a FPA apresentar estes materiais sujos na próxima prova de Corta-Mato, o que não daria boa imagem à Federação Portuguesa de Atletismo, e possivelmente não agradaria aos seus patrocinadores.

12 de Março de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Após conversa com o meu Coordenador de estágio, o Sr. António Costa solicitou-me que fizesse uma avaliação do *website* da FPA. Assim sendo tive hipótese de ficar a conhecer melhor a Federação Portuguesa de Atletismo, além de ter tido oportunidade de fazer uma pequena avaliação pessoal do modo como o seu *website* estava disposto. Isto poderia permitir que fossem apresentadas algumas recomendações sobre o mesmo, se eu considerasse que algo poderia estar apresentado nas melhores condições ou que poderia ser melhorado. A realidade é que apesar de o website da FPA ter sido modificado há relativamente pouco tempo, continua bastante confuso.

- Tive também a necessidade de cortar diversos diplomas que serão entregues às várias pessoas que decidam realizar as várias actividades designadas pela FPA para marcarem presença na Futurália, que decorrerá na FIL durante os próximos dias 26 e 29 de Março.

13 de Março de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da avaliação do *website* da Federação Portuguesa de Atletismo.

14 de Março de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Início de uma pesquisa com o objectivo de registar dados relativos à Evolução dos Recordes Mundiais da Milha. Assim sendo procedeu-se à criação de um documento Excel, onde constavam os nomes e a nacionalidade dos atletas que obtiveram esses resultados, a marca alcançada no evento que permitiu bater o recorde mundial, assim como o ano e o local onde este foi batido. A tarefa era fundamental, pois estes resultados seriam indispensáveis aquando da criação de um evento a realizar futuramente pela FPA. A verdade é que a *Internet* não apresentava muitas referências aos recordes da milha, e por vezes as marcas não coincidiam de um *website* para outro, o que dificultou bastante a obtenção das verdadeiras marcas.

17 de Março de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Revisão e conclusão do trabalho iniciado no passado dia 14 de Março acerca da Evolução do Recorde Mundial da Milha. Foi necessário rever este capítulo pois é fundamental que a lista com os respectivos recordes não apresente quaisquer equívocos. Esta lista não pode conter quaisquer erros, pois não se pretende que as pessoas após alguma pesquisa cheguem à conclusão que afinal as marcas indicadas nos seus diplomas, afinal não correspondem às marcas reais.

- À semelhança do que foi realizado no dia de estágio anterior, foi realizada uma tarefa idêntica, mas neste caso destinava-se à Evolução do Recorde Mundial do Salto em Comprimento em Pista Ar Livre. Estes dados serão possivelmente, também eles utilizados durante evento futuro a realizar pela Federação Portuguesa de Atletismo.

- Reunião acerca de um projecto futuro que a Federação Portuguesa de Atletismo pretende criar, e que à partida será realizado no próximo dia 3 de Maio. Esta reunião foi fundamental para que os diversos funcionários da organização ganhassem conhecimento acerca do projecto, e consequentemente pudessem apresentar ideias na idealização do mesmo. Um dos objectivos da corrida passa por as pessoas saberem quais seriam as suas marcas numa prova com a distância de uma milha, e consequentemente saberem se o seu tempo seria capaz de bater algum dos inúmeros recordes mundiais alcançados ao longo da história da corrida da milha. A minha presença nesta reunião mostrou que a FPA tinha confiança em mim e que considerava-me ser um elemento útil na realização deste projecto.

18 de Março de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Realização de um orçamento cronológico, juntamente com outro funcionário, relativo ao projecto que tenho vindo a participar relacionado com a corrida da milha. Entre os diversos custos necessários à criação deste evento encontramos a divulgação nas redes sociais, e junto dos meios de comunicação social, a criação de *flyers*, os promotores, fotógrafo, produção de imagem e a compra de lona. A criação deste orçamento iria permitir à FPA ter uma noção mais ampla de quais seriam os custos para a criação de um evento deste tipo. Acontece que a criação do orçamento cronológico tornou-se um pouco complicada visto que eu e o outro funcionário nunca tínhamos realizado um orçamento cronológico de um evento.

- Visita aos armazéns da Federação Portuguesa de Atletismo, com o objectivo de ajudar outros funcionários na descarga de materiais utilizados pela Federação portuguesa de Atletismo durante os Campeonatos Nacionais de Corta-Mato, Corta-Mato do Desporto

Escolar, Corta-Mato Universitário e Corta-Mato Veterano realizados no passado dia 15 de Março em Elvas, Portalegre. Esta tarefa permitiu-me conhecer o espaço onde a Federação Portuguesa de Atletismo guarda todo o seu material, indispensável na criação dos demais eventos.

19 de Março de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do orçamento cronológico relativo ao projecto em que tenho vindo a trabalhar relacionado com a corrida da milha.

20 de Março de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do orçamento cronológico relativo ao projecto em que tenho vindo a trabalhar relacionado com a corrida da milha.

- Pesquisa na *Internet* de diversos orçamentos para a impressão de *flyers* que serão utilizados durante a promoção do mesmo evento. Assim sendo, foi criado um documento *Word* onde estão indicados vários orçamentos que se considerem adequados à realidade da actual situação financeira da Federação Portuguesa de Atletismo. A procura destes orçamentos levou à necessidade de proceder ao envio de bastantes e-mails e à realização de alguns telefonemas, de modo a obter os preços estipulados pelas várias gráficas. O facto de também não nos ter sido indicado o tamanho, as cores, as unidades necessárias, a gramatura ou tipo de papel dificultou um pouco a tarefa.

21 de Março de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Continuação da pesquisa na *Internet* de diversos orçamentos para a impressão de *flyers* que serão utilizados durante a promoção da corrida da milha. O facto de não me ter sido indicado qualquer tecto salarial para o orçamento da impressão dos *flyers* dificultou um pouco a tarefa.

24 de Março de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Revisão do orçamento cronológico anteriormente desenvolvido para o evento acerca da corrida da milha. Tive algumas dificuldades em progredir no mesmo, uma vez que me foram dadas poucas informações relativamente à dimensão do evento, como por exemplo, o número de pessoas que a FPA estimava que o evento pudesse ter.

- Ida ao Centro de Alto Rendimento do Jamor, assim como ao Comité Olímpico, com o propósito de recolher materiais que serão utilizados pela Federação Portuguesa de Atletismo na criação do seu espaço na Futurália, na FIL entre os próximos dias 26 e 29 de Março. A presença nas instalações do CAR deu-me a possibilidade de ver o espaço onde treinam os melhores atletas portugueses e ter uma noção maior da realidade de como decorrem os planos de treino dos atletas portugueses.

25 de Março de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Ida aos armazéns da SportZone na Azambuja, Carregado, com o objectivo de recolher várias embalagens de t-shirts que serão utilizadas durante o evento “Mega Nestlé” a

realizar nos próximos dias 28 e 29 de Março. Em seguida, foi necessário ir a Loures fazer estampagens nas respectivas t-shirts. A criação das t-shirts era indispensável para o evento “Mega Nestlé”, já que todos os participantes na prova teriam direito à obtenção de uma.

- Ida à FIL, com o propósito de montar o espaço da Federação Portuguesa de Atletismo no evento. Assim sendo, juntamente com outros dois funcionários, realizámos toda a concepção do espaço, onde se colocaram todos os materiais destinados ao evento. Existiram algumas dificuldades na concepção do espaço, de modo a que todas as actividades decorressem da melhor forma possível, o que resultou em que a tarefa apenas pudesse ficar concluída no dia seguinte. Sendo a área da organização de eventos uma área de relativo interesse para mim, gostei bastante de poder ter tido a possibilidade de participar na concepção do espaço da Federação Portuguesa de Atletismo na Futurália.

26 de Março de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Presença na FIL, entre as 10h e as 19h, no espaço destinado à Federação Portuguesa de Atletismo.

27 de Março de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Presença na FIL, entre as 10h e as 19h, no espaço destinado à Federação Portuguesa de Atletismo.

28 de Março de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Presença na FIL, entre as 10h e as 19h, no espaço destinado à Federação Portuguesa de Atletismo.

29 de Março de 2014

Sábado

Sumário:

- Presença na FIL, entre as 11h e as 20h, no espaço destinado à Federação Portuguesa de Atletismo. Entre os dias 26 e 29 de Abril a Federação Portuguesa de Atletismo a pedido do Instituto Português do Desporto e da Juventude, marcou presença na Futurália, evento realizado na Feira Internacional de Lisboa. O objectivo da nossa presença passou claro por divulgar a nossa organização, mas principalmente por tentar atrair mais jovens para a modalidade.

O local que nos foi dedicado funcionou como um espaço onde realizávamos uma série de actividades, com o intuito de vir possivelmente a descobrir novos talentos. As provas à disposição dos jovens eram a corrida de 15m, o salto sem balanço e o lançamento do canhão, onde todos tinham à sua disposição duas tentativas em cada prova. A primeira delas realizava-se numa pista improvisada de tartan com cerca de 25m, onde os jovens tinham a possibilidade de verificar qual seria a sua marca numa prova com a distância de 15m. A segunda prova consistia num salto sem balanço, com os pés juntos ou ligeiramente afastados, para um colchão, onde se pretendia ver a capacidade dos jovens para saltar o mais longe possível. Por fim, a terceira prova passava pelo lançamento de uma bola medicinal, de 1kg a 5kg consoante o sexo e a idade do participante, onde se verificava a força e a técnica dos jovens no arremesso da bola. Os jovens tinham a possibilidade realizar apenas uma das provas, duas ou então todas elas. Se os jovens decidissem realizar a inscrição nas três provas ser-lhes-ia entregue um diploma onde constavam os seus resultados obtidos nas demais provas. Além do mais, tínhamos um

quadro à disposição destes onde se encontravam os recordes alcançados nas três provas, tanto do género masculino como feminino. Tivemos também à nossa disposição na Futurália a nossa mascote que passeava pelo recinto da e que animava as pessoas, e era capaz de atrair ainda mais pessoas para o nosso espaço. Também houve preocupação em realizar várias filmagens, assim como tirar inúmeras fotografias, para sermos capazes de realizar a reportagem do que foi a participação da Federação Portuguesa de Atletismo no evento e conseguirmos fazer chegar mais pessoas às nossas plataformas virtuais, e deste modo divulgar ainda mais a organização.

O meu objectivo juntamente com os demais participantes no evento era garantir que as actividades decorriam da melhor forma possível. Aquando da realização das provas, tínhamos a necessidade de verificar se o material destinado à realização da actividade se encontrava apto, assim como inquirir às pessoas o seu nome, ano de nascimento e idade. A iniciativa foi de tal forma um sucesso que não participavam apenas jovens nas actividades, mas também outras pessoas de classes etárias mais elevadas. O nosso espaço foi ainda alvo de um directo no programa Praça da Alegria da RTP, onde foi-nos possível dar a conhecer o objectivo da nossa presença na Futurália. Baseando-nos nas inscrições feitas nas nossas actividades, e de acordo com outros *feedbacks* de que tivemos conhecimento.

O nosso espaço foi de longe o que mais pessoas conseguiu atrair, conseguindo ultrapassar a barreira de 1000 visitantes. Entre as dificuldades posso referir as inúmeras pessoas que aderiram ao nosso espaço, que por vezes dificultava o nosso trabalho, como por exemplo conseguir conciliar o apontamento das marcas, com a entrega de diplomas, e com a inscrição de novos participantes. No entanto, apesar de a quantidade de pessoas ter dificultado um pouco o nosso trabalho, este facto foi muito bom para a Federação Portuguesa de Atletismo. Além do mais, todas as actividades, tirando um pequeno contratempo numa delas, decorreram da melhor forma possível. O facto de ter existido um pequeno contratempo durante a actividade da corrida dos 15m, fazendo com que no segundo dia a actividade estivesse parada durante cerca de 2 horas.

A experiência foi muito boa, e gostei bastante de ter tido a possibilidade de marcar presença num evento tão importante como é a Futurália, ainda para mais quando o nosso espaço teve o sucesso que teve. Além do mais, acredito que o constante contacto

com o público durante os vários dias foi também muito importante, visto ser uma das principais funções das relações públicas.

31 de Março de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Ida ao pavilhão da FIL com o objectivo de recolher todos os materiais que foram utilizados pela Federação Portuguesa de Atletismo durante a Futurália. A tarefa acabou por estar facilitada, pois todas as actividades foram desmontadas no dia anterior.

1 de Abril de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Numeração e ordenação de Chips a utilizar por parte dos atletas que estejam presentes no evento “Troféu Ibérico”. Esta tarefa era imprescindível para que se tenha conhecimento do número exacto de chips, de modo a saber se falta algum número ou se algum se repete. Isto evita que possam ocorrer conflitos no que toca às marcas alcançadas pelos atletas na prova.

- Realização de uma base de dados no *Excel* sobre o evento realizado pela Federação Portuguesa de Atletismo, “*Mega Sprinter*”. Baseado em diversas bases de dados já anteriormente feitas, pretendeu-se juntar todos estes dados numa só base de dados. Esta estaria ordenada desde o primeiro ano de existência do evento “*Mega Sprinter*” até à última edição, ou seja desde o ano de 2006 até ao ano presente. Estes dados consistiam em diversas informações sobre as várias provas realizadas no evento, e consequentemente as marcas obtidas pelos participantes nas mesmas, acompanhado do seu nome, data de nascimento, local de residência, instituição escolar, escalão, género e o ano a que a marca obtida correspondia. A tarefa realizava-se clicando no botão Copiar, em seguida fazendo Colar Especial, e por fim marcando por Valores.

2 de Abril de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da base de dados no *Excel* sobre o evento realizado pela Federação Portuguesa de Atletismo, “*Mega Sprinter*”.

3 de Abril de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da base de dados no *Excel* sobre o evento realizado pela Federação Portuguesa de Atletismo, “*Mega Sprinter*”.

4 de Abril de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Continuação da base de dados no *Excel* sobre o evento realizado pela Federação Portuguesa de Atletismo, “*Mega Sprinter*”.

7 de Abril de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Finalização da base de dados no *Excel* sobre o evento realizado pela Federação Portuguesa de Atletismo, “*Mega Sprinter*”. Devido à tabela reunir milhares de valores, o trabalho só ficou concluído em vários dias. Apesar de ser uma tabela extremamente confusa e exigir bastante tempo para a sua realização, apenas impunha conhecimentos

básicos de *Excel*. A tarefa desempenhada permitirá que se filtrem dados que se consideram importantes para a Federação Portuguesa de Atletismo, muito mais facilmente. No entanto, o facto de serem inúmeros dados com imensos valores tornou impossível fazer uma revisão.

8 de Abril de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Após a conclusão do trabalho vindo a desenvolver durante os últimos dias, foi necessário voltar a filtrar os dados nela contidos. Assim sendo acrescentaram-se diversas folhas no mesmo ficheiro *Excel*, sendo que cada folha podia apenas corresponder a uma determinada prova, num determinado escalão e num determinado género. As provas poderiam ser 40m, estafeta mista, salto em comprimento ou então 1000m, enquanto o escalão poderia ser Infantil A, Infantil B, Iniciado ou Juvenil, de género Masculino e Feminino. Por fim, após estes dados estarem todos colocados nas diversas folhas, procedeu-se a uma ordenação de todos valores nelas contidos. Os valores seriam primeiramente ordenados face às marcas obtidas da menor para a maior, e em segundo lugar pelo ano em que esta foi obtida. Assim sendo o funcionamento da tarefa passava por ir ao separador referente aos Dados, em seguida escolher o botão Ordenar, e por fim seleccionar em primeiro lugar por Marcas, e em seguida por Ano. Através desta nova tabela, a Federação Portuguesa de Atletismo tem hipótese de visualizar as marcas obtidas ao longo dos anos nas demais provas muito mais facilmente.

9 de Abril de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Transferência da *Internet* de vários ficheiros relacionados com resultados dos campeonatos nacionais de escalão juvenil. O processo foi realizado através de uma

conta existente no website “*bo.webuild.pt*”. Recentemente a Federação Portuguesa de Atletismo optou por otimizar por completo o seu website. Assim sendo, é fundamental fazer a transferência de todos os ficheiros presentes no anterior website, antes que estes desapareçam por completo.

10 de Abril de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da tarefa iniciada no dia anterior relativa à transferência de ficheiros relacionados com resultados dos campeonatos nacionais de escalão juvenil.

11 de Abril de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Neste dia marquei presença juntamente com outros funcionários no Centro de Alto Rendimento do Jamor, com o propósito de ajudar a Federação Portuguesa de Atletismo no desenvolvimento de actividades físicas destinadas a crianças provenientes de escolas da zona de Oeiras. Após a montagem do espaço, a actividade física começou com um pequeno aquecimento dado às crianças pelo ainda recordista nacional no Decatlo Mário Aníbal. De seguida então, os jovens tinham a possibilidade de experimentar uma série de actividades, sendo elas a velocidade, o lançamento do vortex, o lançamento do canhão e o salto em comprimento. O grupo com 47 crianças dividiu-se em quatro equipas, e disputaram estas provas com o intuito de verificar qual a equipa que conseguia fazer uma melhor prestação ao fim de todas as provas.

O facto de serem crianças, faz com que seja normal existir uma certa dificuldade em obter atenção por parte dos mesmos, o que levava muitas das vezes à necessidade de voltar a explicar novamente no que consistia e como se realizava a actividade. Esta actividade foi importante, pois além de permitir ensinar às crianças algumas bases de

atletismo, permitiu também que estas pudessem demonstrar um maior interesse pela actividade, e porventura poderem também vir a praticá-la.

O facto de a actividade ter sido atrasada em cerca de 1h do inicialmente previsto foi um pequeno percalço. A actividade no geral acabou por correr como inicialmente planeada, já que foi bem visível que as crianças gostaram imenso de realizar as diversas actividades, promovendo entre si um espírito de competição saudável.

14 de Abril de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Tarefa em conjunto com outro funcionário de angariar o maior número de contactos de colaboradores de desporto, que trabalhem em jornais locais ou regionais. Assim sendo, através de uma tabela realizada no *Excel*, iremos apontar tanto o nome dos editores, qual o nome do jornal para qual ele trabalha, e qual o seu contacto telefónico ou de e-mail, para que a FPA o possa contactar no futuro se assim o entender. Esta tarefa é importante, pois permitirá à FPA poder contactar estas redacções se necessitar de informações acerca de algum evento a acontecer no local ou alguma informação relacionada com o atletismo local.

15 de Abril de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Continuação da tarefa realizada no dia anterior relativamente à recolha de contactos de colaboradores de desporto, que trabalhem em jornais locais ou regionais.

16 de Abril de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da tarefa realizada no dia anterior relativamente à recolha de contactos de colaboradores de desporto, que trabalhem em jornais locais ou regionais.

17 de Abril de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da tarefa realizada no dia anterior relativamente à recolha de contactos de colaboradores de desporto, que trabalhem em jornais locais ou regionais.

18 de Abril de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Baseado num ficheiro existente no *website* da Federação Portuguesa de Atletismo relativamente ao número total de medalhas conquistadas por Portugal ao longo dos anos, verificou-se que o total de todas as marcas alcançadas que deram medalhas aos atletas portugueses não coincidia com o total exibido de medalhas conquistadas. Assim sendo foi necessária fazer uma revisão de todas estes resultados, dividindo pelos vários escalões o número de medalhas alcançadas.

21 de Abril de 2014

Segunda-Feira

- Realizei uma pequena análise de como ocorre a comunicação da FPA nas Redes Sociais. Assim sendo, verifiquei se o número de notícias publicadas são regulares, se

existem muitos comentários à informação disponibilizadas, e se existe muita interacção da parte da FPA para com os seus públicos e vice-versa.

22 de Abril de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Trabalho em conjunto com outro funcionário, com o intuito de recolher diversas fotos da *Internet*, que estejam de algum modo relacionadas com a modalidade do Atletismo. Este trabalho será útil à FPA, pois estas fotos poderão ser utilizadas num futuro projecto, que consistirá na elaboração de um catálogo.

23 de Abril de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação do trabalho com o intuito de recolher diversas fotos da *Internet*, que estejam de algum modo relacionadas com a modalidade do Atletismo.

24 de Abril de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Houve a necessidade de fazer a digitalização de inúmeros documentos, que seriam em seguida enviados para os e-mails de alguns funcionários. Estes documentos diziam respeito à realização de um projecto que seria entregue para aprovação dentro de alguns dias. Sendo a tarefa realizada na impressora da organização, e visto ainda não ter realizado qualquer tarefa com a mesma, não me sentia perfeitamente à vontade para

funcionar com a mesma. No entanto, estes mesmos funcionários fizeram a respectiva programação da mesma, facilitando a tarefa.

28 de Abril de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Ida ao Centro de Alto Rendimento do Jamor com o intuito de recolher vários materiais.

29 de Abril de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- A Federação contém no seu *website*, no separador de estatística, uma lista com os recordes nacionais de todas as modalidades, masculinos e femininos, para os diversos escalões existentes, quer em pista ar livre como em pista coberta. Acontece que os dados presentes na *Internet* estão divididos por diversas tabelas, e a realidade é que a Federação necessita de ter todos estes recordes numa tabela só. Acompanhado do recorde, encontravam-se também presentes o nome do atleta, o seu clube, o local onde este foi alcançado, assim como a data. Aquando de uma prova, o responsável por uma ou mais modalidades imprime estas folhas para que tenham conhecimento dos actuais recordes. Acontece que a actual tabela de *Excel* com estes recordes está desde há vários anos desactualizada, e é necessário actualizá-la o quanto antes. Assim sendo, foi necessário criar uma tabela no *Excel* actualizada, onde constassem todos estes dados. Acontece que qualquer erro de formatação poderia ser comprometedor, devido à tabela ter um modelo base, e ao facto das modalidades estarem em constante mudança, variando consoante o escalão.

Apesar de a tabela ser em *Excel* e eu não ter grandes dificuldades em trabalhar com esta ferramenta, detectei alguns erros durante a realização a mesma. Alguns recordes

existentes na tabela desactualizada não coincidiam com os possíveis recordes mais recentes obtidos, ou seja por vezes apesar de o recorde ter sido batido, a marca era inferior à anteriormente obtida. Na minha opinião, estes documentos deveriam estar muito mais actualizados do que actualmente estão, visto estarem com 7/8 anos de desactualização.

30 de Abril de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da criação da tabela no *Excel* acerca da lista com os recordes nacionais de todas as modalidades, masculinos e femininos, para os diversos escalões existentes, quer em pista ar livre como em pista coberta.

5 de Maio de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Finalização da criação da tabela no *Excel* acerca da lista com os recordes nacionais de todas as modalidades, masculinos e femininos, para os diversos escalões existentes, quer em pista ar livre como em pista coberta.

- No passado dia 3 de Maio, foi aprovada a taxa de filiação para todos os integrantes do Atletismo, ou seja atletas, treinadores, etc. Como tal, houve uma reunião com o intuito de informar diversos funcionários deste acontecimento. Assim sendo, a Federação Portuguesa de Atletismo necessita de preparar um conjunto de benefícios para as pessoas que se fidelizem. É necessário criar um plano de comunicação para conseguir fidelizar as pessoas. Desde logo nesta reunião surgiram algumas ideias por parte do Sr. António Costa, assim como de outras pessoas presentes. Este acontecimento é muito importante para a Federação de Atletismo pois permitir-lhe-á obter quantias monetárias que serão posteriormente aplicadas na compra de softwares de gestão, e na captação de

filiados. A estratégia de comunicação deverá iniciar-se o mais rapidamente possível, sendo que a taxa de filiação será implementada no dia 15 de Setembro.

6 de Maio de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Visto no dia anterior ter sido dito na reunião, que seria necessário elaborar uma estratégia de comunicação para a FPA, decidi que iria realizar um Plano de Comunicação para a mesma. Após falar com o Sr. António Costa, acerca desta proposta, acabou então por ficar decidido que iria trabalhar neste Plano de Comunicação durante a realização do meu estágio na FPA.

7 de Maio de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

8 de Maio de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

9 de Maio de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

12 de Maio de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

13 de Maio de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

14 de Maio de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

15 de Maio de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

16 de Maio de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

19 de Maio de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Tarefa conjunta juntamente com outra funcionária, de modo a criar uma base de dados, tendo em base inúmeros *websites* que nos foram facultados, com o objectivo de fazer uma listagem de todas as provas de atletismo existentes tanto a nível nacional, mas também em alguns países estrangeiros.

20 de Maio de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Continuação da base de dados criada com o intuito de fazer uma listagem de todas as provas de atletismo existentes tanto a nível nacional, mas também em alguns países estrangeiros.

21 de Maio de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Reunião acerca do Olímpico Jovem Nacional a realizar-se nos próximos dias 14 e 15 de Junho, em Lisboa. A reunião teve o propósito de dar a conhecer o evento aos diversos funcionários que irão participar na promoção do mesmo. Após esta apresentação, realizou-se uma discussão de ideias, com o objectivo de encontrar novas soluções que contribuíssem para um evento ainda mais vistoso. Assim sendo, após este *brainstorming*, foram adicionadas algumas ideias às inicialmente pensadas.

22 de Maio de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Ida aos armazéns da FPA, com o objectivo de recolher materiais que serão utilizados durante o Campeonato Nacional de Clubes – Final da I e II Divisões, a realizar-se em Fátima, nos próximos dias 31 de Maio e 1 de Junho.

23 de Maio de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

26 de Maio de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

27 de Maio de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

28 de Maio de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

- Ida aos armazéns da FPA, com o objectivo de recolher vários materiais.

- Teste dos carros telecomandados que serão utilizados durante o Campeonato Nacional de Clubes – Final da I e II Divisões, a realizar-se em Fátima. Estes carros têm o objectivo de transportar os martelos, assim como outros objectos, de modo a facilitar o transporte dos mesmos. Assim sendo, fez-se um teste a estes carros telecomandados, verificando se os mesmos estavam operacionais, assim como as suas baterias e os seus comandos.

- Ida à sede da TAP, no Aeroporto de Lisboa, com o objectivo de recolher materiais publicitários que serão necessários durante a realização da prova do Campeonato Nacional de Clubes – Final da I e II Divisões, a realizar-se em Fátima.

30 de Maio de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

2 de Junho de 2014

Segunda-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

3 de Junho de 2014

Terça-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

4 de Junho de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

5 de Junho de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Continuação da realização do Plano de Comunicação para a Federação Portuguesa de Atletismo.

6 de Junho de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Reunião acerca do Olímpico Jovem a decorrer nos próximos dias 14 e 15 de Junho. Foi feito o actual ponto da situação, debatendo quais os assuntos que já foram tratados, os que estão em desenvolvimento, e os que ainda serão necessários realizar. Além do mais, foram também debatidas possíveis novas ideias a desenvolver. Foi também feita uma distribuição das tarefas, que cada funcionário ficará responsável por realizar durante os dias do evento. Ainda para mais, fez-se um pequeno planeamento das várias tarefas que serão necessárias realizar, relativamente à estadia dos inúmeros jovens que irão pernoitar nos pavilhões.

- Contagem das inúmeras t-shirts que serão utilizadas durante o evento do Olímpico Jovem.

11 de Junho de 2014

Quarta-Feira

Sumário:

- Ida a Sacavém, com o propósito de recolher *Flybanners*, que serão utilizados durante o Olímpico Jovem, a realizar-se nos próximos dias 14 e 15 de Junho.

12 de Junho de 2014

Quinta-Feira

Sumário:

- Descarga de materiais no Estádio Universitário fundamentais para a realização do Olímpico Jovem, nos próximos dias 14 e 15 de Junho.

13 de Junho de 2014

Sexta-Feira

Sumário:

- Uma vez que bastantes associações regionais presentes no Olímpico Jovem irão pernoitar dentro de algumas escolas, é necessário equipar várias salas com vários tapetes gimnodesportivos que já tinham sido anteriormente recolhidos. Assim sendo, foi necessário transportar todos estes para várias salas, para de certo modo, aumentar o conforto a todos os atletas e técnicos das associações regionais.

14 de Junho de 2014

Sábado

Sumário:

- Com a Federação Portuguesa de Atletismo no Olímpico Jovem, a realizar-se no Estádio Universitário de Lisboa.

15 de Junho de 2014

Domingo

Sumário:

- O Olímpico Jovem é um evento de atletismo onde participam os melhores atletas de todas as associações regionais de atletismo portuguesas. Muitas das futuras estrelas participam neste evento. Ao longo dos anos, das várias iniciativas realizadas entre a FPA e as associações, o Olímpico jovem foi o que mais sucesso teve.

Após conversa com o Sr. António Costa tinha ficado decidido que ficaria no sector ligado aos Patrocinadores. No entanto, as tarefas que me foram incumbidas durante a realização do Olímpico Jovem foram muito mais do que apenas estas. Sendo o Olímpico Jovem muito provavelmente o evento nacional de atletismo mais importante para a FPA ao longo do ano, este engloba inúmeras tarefas ao longo do evento. Além dos muitos dos vários funcionários a trabalhar no Olímpico Jovem, houve ainda bastantes voluntários nos dois dias de evento.

Foi necessário então montar antes do inicio do evento certas áreas fundamentais à realização do evento. Houve a necessidade de preencher certos espaços com vários *flybanners* referentes à FPA, diversos placares de patrocinadores, assim como montar todo o material de som fundamental ao bom funcionamento do evento. A preparação e a entrega de todos os almoços a todas as associações, tendo em conta o número de atletas e de delegados técnicos que as comitivas apresentavam foi outra das funções.

Após o início da cerimónia de abertura, onde Marco Fortes e Patrícia Mamona foram os escolhidos para realizar uma volta à pista com a tocha olímpica, como é já tradição,

estava preparada uma coreografia onde seria necessária a colaboração de todos os atletas presentes no Olímpico Jovem. O objectivo passava por conseguir fazer com que visto de cima, todo este conjunto de atletas se assemelhasse à bandeira portuguesa. Após um discurso realizado não só pelos atletas escolhidos deste ano para representarem o evento, mas também do presidente da FPA Jorge Vieira, procedeu-se então ao início do evento.

Ao longo do evento fui sempre alternando entre a presença junto dos patrocinadores com outras tarefas que se tornavam necessárias no momento, como transporte de vários materiais ou de bens de consumo. Era também nossa função informar todos os atletas e técnicos de quaisquer informações acerca do evento. Após o final do primeiro dia, foi necessário fazer uma recolha de vários materiais considerados de valor avultado. O dia terminou com a ida para as escolas, onde uma grande parte de integrantes da FPA incluindo eu acabou por pernoitar, juntando-se assim a todos os atletas e técnicos que nelas iriam também permanecer.

No segundo dia de evento, as tarefas eram bastante semelhantes às que tinham sido realizadas no dia anterior. Após a realização de várias finais, procedeu-se então à cerimónia destas. Concluída a entrega dos prémios, foi necessário realizar a recolha de todo o material que a FPA utilizou durante o evento.

Na minha opinião, o Olímpico Jovem foi um evento muito bem-sucedido. Todos os intervenientes da FPA presentes no evento, assim como os vários funcionários tiveram à altura do evento. Foi uma experiência fantástica, que além de ter contado com pessoas bastante profissionais dentro da organização do evento, contou ainda com os grandes talentos do atletismo nacional.

Anexos

Lista de Instituições de Ensino Superior que ministram cursos nas áreas de Desporto e Educação Física

Escola Superior de Educação de Fafe
Escola Superior de Educação de Torres Novas
Escola Superior de Educação Jean Piaget – Nordeste
Escola Superior de Educação Jean Piaget de Arcozelo
Instituto Politécnico da Guarda - Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico de Beja - Escola Superior de Educação
Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior de Educação de Bragança
Instituto Politécnico de Castelo Branco - Escola Superior de Educação de Castelo Branco
Instituto Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação de Coimbra
Instituto Politécnico de Leiria - Escola Superior de Educação e Ciências Sociais
Instituto Politécnico de Santarém - Escola Superior de Desporto de Rio Maior
Instituto Politécnico de Setúbal - Escola Superior de Educação
Instituto Politécnico de Viana do Castelo - Escola Superior de Desporto e Lazer de Melgaço
Instituto Politécnico de Viseu - Escola Superior de Educação de Viseu
Instituto Politécnico do Porto - Escola Superior de Educação
Instituto Superior D. Afonso III
Instituto Superior da Maia
Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes
Universidade da Beira Interior
Universidade da Madeira
Universidade de Coimbra – Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física
Universidade de Évora – Escola de Ciências e Tecnologia
Universidade de Lisboa - Faculdade de Motricidade Humana
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – Escola de Ciências da Vida e do

Ambiente
Universidade do Algarve – Escola Superior de Educação e Comunicação
Universidade do Porto – Faculdade de Desporto
Universidade Europeia
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Universidade Lusófona do Porto