

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
Departamento de Letras, Artes e Comunicação

**O papel das Redes Sociais no Futebol Distrital:
o caso do “Sport Clube Vianense”**

Relatório de Estágio de Mestrado em
Ciências da Comunicação

Flávia Gomes Maurício da Silva – 53903

Orientadora: Inês Aroso

Coorientador: Fábio Ribeiro



Vila Real, 2019

Entidade Acolhedora
Sport Clube Vianense

Orientadores de Estágio
Miguel Passos Silva

Orientador do Relatório de Estágio
Prof.^a Doutora Inês Aroso

Coorientador do Relatório de Estágio
Prof. Doutor Fábio Ribeiro

*You have brains in your head. You have feet in your shoes. You can steer
yourself any direction you choose.*

- Dr. Seuss

Agradecimentos

À minha **família**: pelo apoio, pela compreensão, pela disponibilidade, pela ajuda, mas principalmente pela paciência.

Aos **amigos** que nunca me deixaram desistir e os que fizeram parte deste estágio quando precisei: ao Carlos, ao Bruno, à Fabiana, à Nanda e à Cardoso.

Às minhas “**Quebecs**” que estiveram sempre disponíveis para trocas de horários malucas. Em especial à **Sónia**, pelo incentivo e pelo ombro amigo.

Ao **Miguel Passos Silva** pela oportunidade, pela confiança que sempre depositou em mim, por me ter dado liberdade para experimentar, errar, aprender e melhorar.

Ao **José Pequeno** pela disponibilidade, pela ajuda e por acreditar na importância do nosso trabalho.

A **todos os jogadores** que aceitaram fazer parte desta aventura, mesmo quando desconfortáveis perante as câmaras. Em especial ao **capitão Israel** pelo apoio e por me mostrar os valores Vianenses.

Ao **Luís e ao Gonçalo**, colegas estagiários, por quererem, tal como eu, ver o Sport Clube Vianense crescer

A **todas as pessoas ligadas ao clube** por me fazerem sentir em casa no Dr. José de Matos.

À **Professora Inês Aroso e ao Professor Fábio Ribeiro** pela compreensão, pela disponibilidade e pelas horas dedicadas a este trabalho.

Ao **Loyd**, um cliente especial cujas *words of wisdom* sempre me acompanharam e que iria ficar contente por esta tese estar finalmente acabada.

Resumo

A ligação entre o mundo do futebol e o mundo dos média é antiga e inegável. Atualmente, um apreciador do desporto rei consegue manter-se informado e acompanhar diariamente as novidades relativas aos seus clubes preferidos, dentro das principais Ligas mundiais. Conseguirá, contudo, seguir da mesma forma o clube da sua terra natal quando este milita nos Campeonatos Distritais?

Neste sentido, o objetivo deste estudo passou por perceber de que forma as redes sociais podem auxiliar a comunicação dos clubes que disputam os Campeonatos Distritais. A existência de plataformas em que os clubes podem partilhar o seu dia a dia com os sócios e simpatizantes é uma mais-valia, mas serão estas aproveitadas?

Tendo como ponto de partida o estágio realizado no Sport Clube Vianense que disputou, na temporada de 2017/2018, a 1ª Divisão do Campeonato Distrital da Associação de Futebol de Viana do Castelo, foram analisadas as redes sociais de todos os clubes em competição, de forma a obter respostas às questões levantadas.

Palavras-Chave: futebol; redes sociais; comunicação; clubes; média.

Abstract

The connection between football and media is not new and it is undeniable. Nowadays, someone who enjoys the sport can always be informed and follow the daily news related to their favorite clubs from all over the world. However, can they use the same methods to follow their hometown clubs when they do not play in a big League?

With this paperwork, my goal is to understand how a smaller club can improve its communication by using social media. Having different platforms to share with their fans what they do daily is important. However, are the clubs using these tools?

In order to answer these questions, all the social media of the clubs that in 2017/2018 played alongside Sport Clube Vianense, the club who received me for an internship, were analyzed and compared.

Keywords: football; communication; media; clubs; social media

Índice

Agradecimentos.....	III
Resumo.....	IV
Abstract	V
Introdução.....	9
Capítulo 1: Redes Sociais.....	11
1.1 Um contributo conceptual sobre redes sociais.....	11
1.2 As redes sociais em Portugal	14
1.3 Facebook e Instagram: funcionalidades.....	14
Capítulo 2: Apresentação da entidade.....	21
2.1 Um clube eclético desde 1898	21
2.2 A modalidade Rainha do Vianense.....	22
2.3 Academia: o futuro	23
2.4 “O renascer do clube para a região”	25
Capítulo 3: Atividades de Estágio	27
3.1. Atividades para as redes sociais	27
3.2 Atividades extra redes sociais.....	33
4. Apreciação crítica do estágio	36
Capítulo 4: Estudo de Caso	38
4.1 A época 2017/2018 nas redes sociais	38
4.2 As redes sociais do Sport Clube Vianense	43
Conclusão.....	49
Referências Bibliográficas	51
Apêndices.....	LIV

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Número de equipas participantes na Vianense Cup de 2017 a 2019	25
Gráfico 2 – Equipas com redes sociais na época 2017/2018	39
Gráfico 3 - Tipos de conteúdos publicados em 2017/2018	40
Gráfico 4 – Redes Sociais utilizadas para partilhar conteúdos	41
Gráfico 5 – Tipos de conteúdos publicados no Facebook do Sport Clube Vianense.....	44
Gráfico 6 – Tipos de conteúdos publicados no Instagram do SCV.....	47

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Diferenças entre Perfis e Páginas de Facebook.....	16
Tabela 2 - Plantel 2017/2018	23

Introdução

Olhando para um passado recente, ainda é possível recordar os tempos em que os jogos de futebol não tinham transmissões televisivas. Quem não ia ao estádio acompanhava a partida pela rádio e as análises do que se passava em campo eram feitas apenas nos jornais do dia seguinte. Hoje, ligar a televisão para ver um encontro é perfeitamente vulgar e, com as redes sociais, o ponto de vista do jornalista sobre o que acabou de ver é divulgado logo após o apito final. Contudo, esta atenção mediática não é uma realidade para todos os clubes, apenas para aqueles que competem nas principais Ligas, pois os campeonatos inferiores fazem-nos regressar às origens do futebol.

Como é que fazem, então, estes clubes para partilhar com os seus sócios e simpatizantes, muitas vezes espalhados pelo mundo e sem possibilidade de se deslocarem ao estádio, tudo o que fazem dentro e fora de campo? As redes sociais, para além de serem bastante utilizadas por órgãos de comunicação social, passaram a ser também plataformas a explorar pelos Clubes Desportivos, nomeadamente no que à proximidade com os adeptos diz respeito. Poderão, nestes casos, fazer parte da solução?

Neste sentido, esta investigação terá como principal objetivo perceber a importância das redes sociais para os clubes que competem nos Campeonatos Distritais. Para isso, será importante responder às seguintes questões: quais as plataformas utilizadas? que tipos de conteúdos são partilhados? de que forma é feita a partilha? O futebol pode ser considerado o desporto-rei em Portugal, muito graças à ligação que tem com os média, mas um clube desportivo é, na maioria das vezes, composto por mais do que uma modalidade. A televisão começa a dar cada vez mais importância a desportos como o Futsal, o Ciclismo e a Ginástica. Já na imprensa as manchetes continuam a ser quase exclusivamente feitas com temas futebolísticos. No entanto, os clubes das principais divisões do futebol têm aproveitado as redes sociais para dar visibilidade às suas modalidades. Serão estas também uma montra para as modalidades dos clubes dos Campeonatos Distritais? Ao contrário dos principais clubes, haverá um desporto com mais relevo do que o futebol?

Este relatório está dividido em três capítulos. No primeiro procuro definir o conceito de redes sociais e perceber quais as mais utilizadas em Portugal e quais as funcionalidades de duas das mais importantes: o Facebook e o Instagram. Segue-se um capítulo dedicado ao estágio realizado no Sport Clube Vianense, ponto de partida desta análise. Aqui apresento a instituição

e uma descrição de todas as atividades realizadas ao longo da época 2017/2018. Por fim, no último capítulo foco-me na parte prática deste trabalho: a análise e comparação das redes sociais do SC Vianense e de todos os clubes que competiram no mesmo campeonato, na época em que estagiei, com o objetivo de perceber se estes clubes tiram, ou não, proveito das redes sociais para melhorarem a sua comunicação.

Capítulo 1: Redes Sociais

1.1 Um contributo conceptual sobre redes sociais

O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação veio alterar a forma como comunicamos. Pierre Lévy (1999) defende que estas mudanças começaram com o aparecimento da rádio e da televisão, contudo foi o ciberespaço quem mais alterou o modo como acedemos, produzimos, difundimos e trocamos informações.

Apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários. (Lévy 1999 *apud* Araújo 2012: 4)

O pensamento de Manuel Castells vai ao encontro do de Lévy; para o sociólogo, a internet é “o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade que nós já vivemos” (Castells 2006 *apud* Freitas 2014).

Assim, as redes sociais, compostas pela partilha de informações, experiências, conhecimentos e interesses entre grupos, passaram a ter lugar também no online, sem impedimentos físicos ou temporais, tal como Lévy menciona:

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. (Lévy 1999 *apud* Araújo 2012: 5)

Boyd e Ellison definem estas redes sociais como:

Aplicações baseadas na internet que permitem três funções básicas: a criação de perfis públicos ou semipúblicos; apresentar uma lista de outros utilizadores aos quais um indivíduo está conectado; e ver e acompanhar estas listas e as listas de outros dentro do sistema. (Silva Filho 2014: 22)

Miguel Raposo (2017) defende uma perspetiva semelhante: “Numa rede social, tu constróis o teu perfil, podendo ser público ou semipúblico dentro de uma plataforma e vais construindo a tua rede de contactos e mantendo redes sociais, interagindo e trocando conteúdos (desde vídeo, imagens, música...)”. (Raposo 2017, p. 19)

Já para Laudon e Traver redes sociais são:

Uma área online, onde as pessoas partilham interesses comuns e interagem umas com as outras, que se podem ou não conhecer pessoalmente, e que trocam palavras e ideias através da mediação de um espaço de encontros sociais online. (Laudon e Traver 2013 *apud* Ferreira 2015:7)

De acordo com Treadaway e Smith, as redes sociais são também “infraestruturas que permitem que os utilizadores sejam editores de conteúdos que lhes interessam.” (Treadaway e Smith 2010 *apud* Ferreira 2015, p. 8). Miguel Raposo (2017) parece concordar: “Sendo «alimentadas» por conteúdos de diversos utilizadores, as redes sociais vão sempre depender de ti para fazeres parte delas e para as manteres vivas.”

Numa conferência promovida pelo Fronteiras Porto Alegre¹, em 2016, Castells ressaltou a importância que a internet e as redes sociais têm hoje na sociedade.

Sempre comparo a internet à eletricidade. Na história, houve momentos em que apenas algumas pessoas possuíam eletricidade, mas ela é fundamental para a sociedade industrial. Na nossa sociedade, as redes sociais são a forma de comunicar, de existir, de fazer qualquer coisa. (Castells 2016)

Para Raquel Recuero, contudo, é importante fazer a distinção entre as redes sociais e os sites de redes sociais:

As redes sociais também devem ser diferenciadas dos sites que as suportam. Enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. (Recuero 2009 *apud* Silva Filho 2014: 22)

Virgínia Coutinho concorda com esta separação:

Os *social media*, ou user generated content, são plataformas centradas no conteúdo, como blogues, wikis, fóruns, plataformas de social bookmarking. As redes sociais são também um tipo de *social media*, mas centram-se sobretudo nas relações. Para uma plataforma ser considerada uma rede social deverá ter perfis e ligações entre os mesmos. (Coutinho 2014: 26)

Sousa e Gomes (2010) seguem o mesmo raciocínio e defendem que os sites de redes sociais “são apenas uma plataforma através do qual a rede social se poderá expressar. Assim, as redes sociais não são sites de relacionamento. São conjuntos de pessoas a interagir e não ferramentas de publicação ou interação” (Cardoso 2013, p. 4)

Podemos então concluir que a Web 2.0 veio transformar a forma como comunicamos.

Este novo paradigma de comunicação permite a participação não só de um indivíduo para muitos indivíduos, mas de muitos indivíduos para muitos indivíduos. O surgimento deste novo paradigma alterou também novos hábitos e novos comportamentos, ou seja, o utilizador deixa de receber apenas a informação (recetor) e passa a imitar informações para todos os utilizadores da rede. (Mendes 2017: 3)

¹ Disponível em <https://www.frenteiras.com/>

Tal como refere Frederico Correia, com a possibilidade da livre publicação de pensamentos e informação surge uma nova maneira de comunicar e informar.

O recetor opta. O recetor selecciona. O recetor define quase tudo (se não mesmo tudo). Com a sua maneira de pensar, a sua maneira característica de ver o mundo, ele tem a última palavra quanto ao tipo de informação que quer receber e quando a pretende receber. (Correia 2008 *apud* Rosário 2014: 10).

No entanto, segundo Castells (2006), ao contrário do que se possa pensar, esta sociedade em rede não faz com que a interação cara a cara desapareça, mas com que esta seja também impulsionada pelas tecnologias digitais.

Sabemos, pelos estudos em diferentes sociedades, que a maior parte das vezes os utilizadores de Internet são mais sociáveis, têm mais amigos e contactos e são social e politicamente mais activos do que os não utilizadores. Além disso, quanto mais usam a Internet, mais se envolvem, simultaneamente, em interacções, face a face, em todos os domínios das suas vidas. (...) A sociedade em rede é uma sociedade hipersocial, não uma sociedade de isolamento.

Mas em que consiste, então, o conceito de Web 2.0? O autor, Tim O'Reilly (2005), define-o como “um conjunto de ferramentas e websites que possibilitam a colaboração e a participação” (Cardoso 2013, p. 5). Virgínia Coutinho afirma que o termo surgiu para “descrever a Internet dos *Social Media*, isto é, da partilha de conteúdo entre os seus utilizadores, da interação, da participação e da comunicação bilateral.” (Coutinho 2014, p. 25). O Facebook, o Instagram, o Twitter e o YouTube são alguns dos exemplos desta nova forma de produzir e partilhar conteúdos.

1.2 As redes sociais em Portugal

Os resultados do estudo “Os Portugueses e as Redes Sociais 2019”², realizado pelo grupo Marktest, revelaram que o Facebook continua a ser a rede social mais utilizada, apesar da liderança estar cada vez mais em risco, com o notável crescimento do WhatsApp e do Instagram.

Numa análise com dados recolhidos entre 2011 (2016 no caso do WhatsApp) e 2019, o Facebook é a rede social em que mais utilizadores têm conta (95.3%). Em segundo lugar, aparece o WhatsApp (74.2%) com um grande crescimento relativo aos últimos anos. A 3ª posição é ocupada pelo Messenger (70.8%), o que coloca o Instagram em 4º lugar (67.9%). O YouTube fecha o top 5 com 53.9%.

O estudo procurou também perceber qual a rede social (apenas uma) mais utilizada. Neste caso, os resultados foram diferentes: embora o Facebook se tenha mantido na primeira posição, o Instagram subiu ao 2º lugar, seguido pelo WhatsApp que ficou em 3º. Já o YouTube subiu uma posição passando o Messenger a fechar o top 5. Variam, contudo, muito entre faixas etárias. Os mais jovens (15/24 anos), por exemplo, têm preferido cada vez mais o Instagram.

Os entrevistados mostraram ainda dar muita importância à presença de empresas e marcas nas redes sociais: 54.1% já seguem uma ou mais, sendo que “o valor é mais elevado junto das mulheres, jovens dos 25 aos 34 anos, dos residentes no Litoral Norte e dos indivíduos das classes sociais mais elevadas”³. Enquanto os homens procuram principalmente empresas na área da tecnologia e do desporto, as mulheres dão preferência à moda e à restauração e culinária.

Este estudo é baseado nas respostas de 5 milhões e 100 mil utilizadores de redes sociais, residentes no Continente e com idades compreendidas entre os 15 e os 64 anos.

1.3 Facebook e Instagram: funcionalidades

Tal como vimos pelos resultados do estudo anteriormente apresentado, a presença das instituições, empresas ou mesmo dos clubes de futebol nas redes sociais é cada vez mais importante. Mas de que forma deve ser trabalhada esta presença?

² Estudo consultado em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~256d.aspx>

³ Estudo consultado em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~257a.aspx>

Miguel Raposo (2017) defende que cada rede social tem o seu propósito, apesar de terem todas o mesmo objetivo: a comunicação e a partilha. Para o autor, mais do que estar presente em várias redes sociais, é fundamental escolher a mais adequada aos nossos objetivos. “Muitas pessoas (e marcas) acham que é preciso estar em todo o lado, todo o tempo, para ter sucesso nas redes sociais. Não é bem assim. Tudo depende daquilo de que gostamos e do que procuramos.” (Raposo 2017, p. 34)

Para Vasco Marques (2015) estar apenas no Facebook não chega, apesar desta ser a rede social mais utilizada no mundo. O autor concorda, em parte, com Raposo. Na sua opinião, os conteúdos devem ser dinamizados num grande número de plataformas, embora concorde que a escolha deve recair sobre plataformas específicas para os nossos interesses. Por exemplo: utilizar o Behance para partilha de portefólios e o Scribd para publicar documentos e apresentações. “Esta abordagem é do ponto de vista da integração entre as diversas redes e o website e também pela correta diversificação, a fim de obter mais relevância web com as plataformas corretas.” (Marques 2015, p. 104)

Virgínia Coutinho (2014) concorda com Marques e defende que a aposta no Facebook pode, por vezes, não se justificar.

Se existem outras redes sociais de nicho e mais específicas para o seu público-alvo, é lá que tem de estar. Só assim conseguirá gerar maior retorno; se o seu público-alvo não usa o Facebook (o que é cada vez mais difícil de acontecer), poderá não fazer sentido apostar nesta rede social em particular. (Coutinho 2014: 56)

Assim, sendo o Facebook e o Instagram duas das redes sociais mais utilizadas em Portugal, é fundamental percebermos quais as suas funcionalidades e de que forma uma instituição pode tirar partido delas.

Facebook

O Facebook nasceu em 2004 na Universidade de Harvard pelas mãos de Mark Zuckerberg, estudante de Ciências da Computação, e dos colegas Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. Desenvolvido com o objetivo de manter os alunos de Harvard em contacto, rapidamente passou a ser utilizado por outras academias. Em 2006, este universo alargou-se ao

mundo sendo, atualmente, a rede social mais utilizada, com cerca de 2,41 bilhões de utilizadores ativos por mês⁴. O objetivo não se alterou:

O Facebook é uma plataforma mais informal que tem como objetivo reunir todas as pessoas que se conhecem entre si e partilhar com elas todo o tipo de coisas: imagens, vídeos, músicas e até a típica pergunta «Em que estás a pensar?». (Raposo 2017:61)

No entanto, a forma como uma pessoa e uma empresa podem estar nesta rede social é distinta. A primeira grande diferença prende-se com a utilização de uma página ao invés de um perfil. Raposo (2017) destaca o acesso às estatísticas como a grande diferença entre perfis e páginas, pois a análise mais detalhada dos dados pode beneficiar o crescimento de uma empresa.

Enquanto com um perfil podes medir o *engagement* que crias consoante o número de *likes* e comentários que geras, de uma maneira quase intuitiva, olhando para os números debaixo de cada *post*, nas páginas tens acesso a muito mais informação. Apenas acessível ao administrador da página. Essa informação é preciosa para gerires a tua página e obteres mais seguidores. (Raposo 2017: 82)

As estatísticas não são, contudo, o único elemento a destacar. Através da tabela 1, baseada na apresentada por Coutinho (2017) é possível perceber mais diferenças.

Perfil	Página
Tem amigos e segue páginas. Consegue ver o conteúdo e informações dos perfis (seus amigos)	Tem seguidores e consegue seguir páginas. Só consegue ver as informações públicas dos perfis
Pode proactivamente adicionar outros perfis	Não consegue proactivamente adicionar seguidores. Apenas fazer convites.
Foi criado a pensar em pessoas, ou seja, é a forma como as pessoas deverão estar no Facebook	Foi criado a pensar nas empresas, organizações, personagens fictícias, entre outros
Tem um número limitado de ligações (5000)	Poderá ter milhões de seguidores
Não tem separadores personalizados	Permite-lhe adicionar separadores personalizados para melhorar a experiência dos seguidores
Não tem estatísticas	Tem estatísticas que lhe permitem analisar o desempenho da página
Ao nível de publicidade só consegue promover publicações	Consegue fazer vários tipos de publicidade
Consegue ter várias definições de privacidade	É público
O conteúdo do perfil é gerido apenas por uma pessoa	Permite que vários administradores façam a gestão da página, com diferentes níveis de acesso

Tabela 1 – Diferenças entre Perfis e Páginas de Facebook

⁴ Estatísticas recolhidas a 27/10/2019 em <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

Definido o perfil ideal, é necessário manter os seguidores informados e constantemente atualizados. De acordo com Raposo (2017) a regra básica para publicar conteúdos nas redes sociais é fugir de tudo o que não seja interessante. Deve-se procurar publicar algo útil e desejável. Coutinho partilha a mesma visão: “O mais importante em qualquer rede social é o conteúdo que nela é compartilhado. Procure que na sua página de Facebook este seja de qualidade e interesse para os seguidores.” (Coutinho 2014, p. 126)

As publicações não devem ser feitas sem antes ser realizada uma reflexão sobre que conteúdos partilhar. É fundamental, por isso, traçar objetivos e um plano de conteúdos. Coutinho (2014) aconselha à criação de um plano para, pelo menos, uma semana e, idealmente um mês. Apesar de não haver um tipo de conteúdo perfeito, pois varia de caso para caso, há características importantes que provocam uma maior interação (Coutinho 2014):

- **Utilização de imagens e vídeos** – Os conteúdos devem ser atrativos para fomentarem a curiosidade do público.
- **Publicações curtas** – Publicações simples e diretas obtêm, por norma, melhores resultados. Contudo, é necessário perceber o que resulta melhor em cada caso.
- **Publicações interativas** – Promover o envolvimento dos seguidores com a utilização de perguntas ou passatempos, quando usados moderadamente, podem criar maior interação.
- **Falar na primeira pessoa** – Humanizar a empresa/instituição cria uma maior proximidade com os seguidores. “No Facebook poderá falar de pessoa para pessoa. Faça-o. Sorria, admita erros, peça desculpa.” (Coutinho 2014, p. 63)
- **Imagens tiradas no momento** – Neste caso de estudo em específico, a partilha de fotografias ao longo de torneios de futebol, ou mesmo no início e final de jogos, é bem-recebida pelo público que acompanha a página.
- **Efemérides, festividades e “assuntos do momento”** – Aproveitar os “assuntos do momento”, como a transferência de um ex-jogador do clube para o estrangeiro e os dias festivos, como o dia da Mãe e o dia Mundial da Criança, são sempre ocasiões para comunicar e marcar pela originalidade.

Saber quando publicar e quantas vezes o fazer é igualmente importante, pois corremos o risco de cansar os seguidores do nosso trabalho. “O excesso de publicações diárias é uma das principais razões pelas quais as pessoas deixam de seguir uma página” (Coutinho 2014, p. 152). Embora a autora defenda que só testando se consegue perceber o número de publicações ideal para cada página, João Viegas (2012) refere que, para uma empresa/instituição, este número deverá variar entre uma a três por dia. Viegas aponta, contudo, uma exceção: o acompanhamento de jogos de futebol.

Aplicando a máxima para o futebol, existe um género de eventos que rompe com a lógica mais restritiva ou inclusive com a de três *posts* por hora. É o caso dos jogos. Uma ação cada vez mais comum (e recomendável) é a realização de “diretos” dos vários encontros da equipa em questão. (Viegas 2012:27)

Tal como referido anteriormente, aproveitar o momento é fundamental para criar mais interação e, por isso, o público abre uma exceção para este tipo de conteúdos mais imediatos.

Quanto aos horários ideais para que as publicações tenham maior sucesso, Coutinho (2014) indica o período pós-laboral como o mais indicado, mas deixa, mais uma vez, a indicação de que todos os públicos são diferentes e que é preciso experimentar, pois não existe uma hora que funcione igualmente bem para todos. Viegas (2012) ressalva ainda a importância de nos mantermos atentos aos resultados, de forma a alterar estratégias se necessário.

A presença de um clube no Facebook permite fortalecer a ligação que este mantém com os seus sócios e simpatizantes. Atualmente, é possível esclarecer dúvidas e fazer sugestões de forma direta e quase imediata, através da troca de mensagens. Da mesma forma, pelos comentários às publicações, ou mesmo através de mensagens, o clube consegue saber, em tempo real, o grau de satisfação/insatisfação dos seguidores, podendo atuar em conformidade. Assim, estes são também indicadores a ter em conta na análise que Viegas refere ser essencial para objetivos traçados.

Instagram

Criado pelo americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, o Instagram surgiu em outubro de 2010 com o objetivo de ser uma rede social para partilhar fotografias e vídeos curtos. Um ano após ter sido lançada, a aplicação que começou por ser exclusivamente para iOS⁵ contava já com mais de 10 milhões de inscritos. O crescimento do Instagram não

⁵ Sistema operacional dos dispositivos produzidos pela Apple (iPhone, iPad e derivados).

passou despercebido e, em 2012, já depois de ter sido disponibilizado para o sistema Android, foi comprado por Mark Zuckerberg, o dono do Facebook. Hoje, é uma das redes sociais mais utilizadas no mundo e continua a crescer.

Tal como acontece com o Facebook, o Instagram permite a criação de diferentes perfis: o perfil comum e o perfil profissional. Dedicado às empresas, o perfil profissional traz novas funcionalidades, como o acesso a estatísticas, fundamentais para perceber, por exemplo, as características dos seguidores: faixa etária, sexo, nacionalidade e conteúdos preferidos.

Assim, Raposo (2017) define alguns aspetos que as empresas devem ter em conta para aproveitarem ao máximo esta rede social:

- **Aposta na estética** – Publicar imagens bonitas, coloridas e apelativas pode fazer toda a diferença. O Instagram oferece inclusive vários filtros que podem ser utilizados para editar imagens e vídeos.
- **Otimiza o teu perfil** – É importante não deixar o perfil incompleto e mostrar ao público o que diferencia a empresa das outras.
- **Faz concursos** – Publicações interativas geram mais partilhas e permitem angariar mais seguidores.
- **Publica conteúdos dos teus seguidores** – Quando estes representam a empresa e têm boa qualidade, a sua partilha convida mais pessoas a interagirem com a empresa e a partilharem mais conteúdos.
- **Interage com os teus seguidores** – Sempre que fizer sentido, pode-se responder e agradecer as partilhas e menções.
- **Promove a tua conta** – Para que o Instagram cresça é preciso divulgá-lo, nomeadamente, através de outras redes sociais.
- **Sê criativo** – “O Instagram permite contar histórias através de imagens ou vídeos, histórias que envolvam a tua audiência e a façam sonhar. É o canal perfeito para as empresas mostrarem o seu lado mais humano e emotivo.” (Raposo 2017, p. 155)

A utilização de *hashtags* é também fundamental para que a empresa possa alcançar o público desejado e ter maior visibilidade (Demezio *et al.* 2016, p. 6). O que são, então, *hashtags*?

As *hashtags* são palavras chaves que são usadas seguidamente do símbolo # e que se transformam em links, ao clicar, o usuário será endereçado para todos os tipos de post (tema ou promoção de marcas) que contiver a *tag* aplicada. (Demezio *et al.* 2016: 6)

Miguel Raposo acrescenta: “Além das imagens, no *Instagram* são fundamentais as *hashtags*, etiquetas que permitem identificar e organizar os temas que publicas e assim ganhar reconhecimento” (Raposo 2017, p. 147). Raposo defende ainda a utilização de *hashtags* originais ao invés das mais comuns: “Não vale a pena espremeres o cérebro com *hashtags* que ninguém vai perceber, mas sê criativo e original!” (Raposo 2017, p. 156)

João Silva (2017) faz referência a mais ferramentas igualmente importantes para explorar a comunicação informal e humanizar a instituição:

- **Instagram Stories** - imagens e vídeos curtos que podem ser vistos por quem segue o utilizador e desaparecem após 24 horas.
- **Instagram Direct** - nos quais os utilizadores partilham imagens ou vídeos com outros utilizadores, individualmente ou em grupo, em privado desaparecendo após terem sido vistos;
- **Live Vídeos** - vídeos que o utilizador pode partilhar em direto e quem vê pode interagir através do envio de comentários e/ou envio de outros recursos simbólicos (como corações), e se o utilizador quiser, pode disponibilizá-lo durante 24 horas.

Sendo o Instagram uma rede social muito visual, é importante mantê-lo sempre apelativo. Para isso, Miguel Raposo (2017) sugere a utilização de um estilo simples, organizado e informal. A partilha de conteúdos deve ser diária, de forma a manter a rede social o mais ativa e diversificada possível.

Como em todas as redes sociais, é preciso testar o que funciona melhor e mantermo-nos sempre informados quanto às atualizações e novas funcionalidades que nos poderão ajudar a atingir os objetivos traçados.

Capítulo 2: Apresentação da entidade

A 13 de março 1898, um grupo de prestígio cavaleiros vianenses, responsável pela organização do carnaval da época e pela promoção do desporto velocipedico e náutico, fez nascer um “grémio” em Viana do Castelo. O aparecimento do então chamado de “Clube Vianense” foi recebido com muito entusiasmo, pois abria portas ao desenvolvimento de várias modalidades em voga na época, como o ciclismo, a esgrima, a náutica, o tiro, a velocipedia e a ginástica. Contudo, nem tudo girava à volta do desporto. Um dos objetivos iniciais destes impulsionadores passava também pelo convívio e pela aprendizagem através de encontros, festas públicas e conferências científicas e literárias. Assim, neste dia, no Teatro Sá de Miranda, pelas 13 horas, inscreveram-se 70 sócios que dariam início ao clube que completou, em 2019, 121 anos de história. Um dos mais antigos em Portugal e dos poucos a atingirem esta marca histórica a nível internacional.

2.1 Um clube eclético desde 1898

O Sport Clube Vianense afirmou-se, desde cedo, como um clube eclético, com apostas, ao longo dos anos, em modalidades como o Basquetebol, a Natação, o Ténis, a Esgrima, o Pólo Aquático, entre outras. Com o tempo, e por razões diversas, algumas terminaram e outras seguiram caminhos separados como clubes individuais. Atualmente, o SC Vianense tem como principais modalidades o Judo, as Danças de Salão e, introduzido mais recentemente, o Andebol.

Judo

Com início em 1998, o Judo do clube é hoje uma referência da modalidade no distrito de Viana do Castelo. Conta com escalões (femininos e masculinos) de infantis, iniciados, juvenis, cadetes, juniores e seniores, que representam o clube a nível nacional e, muitas vezes, internacional.

Danças de Salão

As Danças de Salão chegaram ao Vianense um pouco antes do Judo, em 1995, sob a responsabilidade do diretor do clube da altura, José Oliveira, e da Professora Samy Dias, de Braga. O desenvolvimento da modalidade trouxe os seus frutos sendo, em 2018, o único clube no Distrito com títulos de Campeão Nacional e detentor da Taça de Portugal.

Andebol

Em 2018, o Sport Clube Vianense abriu portas a uma nova modalidade: o Andebol. A ideia nasceu de um projeto da Federação Portuguesa de Andebol, cujo objetivo passa por aumentar o número de clubes e equipas a praticar a modalidade, quer no masculino, como no feminino, em Viana do Castelo. O plano foi inicialmente apresentado a João Pedro Oliveira, ex-jogador e técnico federado que, na impossibilidade de criar um clube, levou a proposta ao Vianense que viu com bons olhos a aposta na modalidade. Atualmente, são vários os atletas que competem com o emblema do “velhinho” ao peito.

2.2 A modalidade Rainha do Vianense

O futebol é, indiscutivelmente, a principal referência na longa vida do clube. Motivados pelo frenesim que esta modalidade cedo causou no país, o Sport Clube Vianense iniciou-se nesta prática em 1923, altura em que surgiu também a Associação de Futebol de Viana do Castelo (AFVC), cuja sede começou por ter lugar nas instalações do SCV.

Com um percurso de muitos altos e baixos, muitas alegrias, mas também dissabores, a equipa de seniores já militou no Campeonato de Portugal e na 2^a e 3^a divisão do futebol português. Luta agora pelo regresso ao Campeonato de Portugal, reflexo da descida ao Campeonato Distrital da Associação de Futebol de Viana do Castelo na época 2015/2016. Disputam, desde então, a Taça da AFVC e já conquistaram, por várias vezes, um lugar na Taça de Portugal.

De regresso ao Vianense, depois de ter orientado o clube em 2012, na temporada 2017/2018 José Pequeno assumiu o comando de uma equipa que era a junção perfeita da experiência dos que conhecem bem a modalidade, com a irreverência dos estreantes.

Plantel Época 2017/2018		
1	BETO	Guarda Redes
46	VÍTOR Correia	Guarda Redes
90	CARLOS Ferreira	Guarda Redes
3	JOÃO Silva	Defesa
4	RÚBEN Figueiro	Defesa
6	DIOGO Gonçalves	Defesa
18	ANDRÉ Brás	Defesa
22	TIAGO Salé	Defesa
26	DIOGO Brito	Defesa
33	HÉLDER Oliveira	Defesa
7	DUARTE Costa	Médio
10	RUCA Sobral	Médio
13	LEANDRO Vilas Boas	Médio
20	FÁBIO Sequeira	Médio
23	PEDRO Branco	Médio
42	ISRAEL Rodrigues	Médio
11	PAULO Novo	Avançado
17	BERTINHO	Avançado
21	CRISTIANO Carvalhosa	Avançado
25	ANDRÉ Góis	Avançado
77	LUCAS Lopes	Avançado
95	MARTINS Ogbodo	Avançado

Tabela 2 - Plantel 2017/2018

2.3 Academia: o futuro

A aposta no que ao futebol diz respeito, contudo, vai muito para além da equipa sénior. Atualmente, no futebol masculino, o Sport Clube Vianense está representado em todos os escalões desde os Petizes (sub-7), aos Juniores (sub-19). Já o futebol feminino é recente e a equipa de Sub-15/17 continua a crescer.

Na academia, o objetivo passa por criar desde cedo uma estrutura e um modelo de jogo que sejam transversais a todas as equipas, para que os atletas estejam preparados para progredir de escalão em escalão e não haja necessidade de estar constantemente a criar equipas de raiz. E para que os jogadores tenham uma melhor adaptação ao futebol de 11, o Vianense conta com equipas de futebol de 5, 7 e 9.

Todos os treinadores são certificados com o Curso de Treinador: Grau 1 e Grau 2, no caso dos treinadores que orientam as equipas que atuam no campeonato nacional, como os sub-15, 17 e 19 na época 2017/2018. Mesmo nos escalões onde não há competição, como é o caso dos Petizes e dos Traquinas (sub-9), a direção preocupou-se em manter um nível de exigência alto, dado ser uma fase muito importante no crescimento motor das crianças. Neste sentido,

houve o cuidado de escolher pessoas ligadas à área do desporto, sobretudo professores de educação física, preparados para trabalhar o desenvolvimento motor adequando à faixa etária.

Tanto em 2017, como atualmente, o plantel principal conta com jogadores que fizeram toda a formação na academia do Vianense e são hoje fundamentais para as aspirações do clube: Beto, de 23 anos, está na 17ª temporada com as cores dos azuis e brancos ao peito e Ruca Sobral, aos 22, tem já 15 anos ao serviço do clube da cidade.

Projeto Escolas

Em 2015, o Vianense foi convidado pela Associação de Pais da Escola da Meadela para dar a conhecer o clube aos alunos. De pavilhão cheio, vários atletas acederam a pedidos de fotografias e autógrafos depois de esclarecerem todas as questões colocadas pelos mais curiosos. Como o feedback foi positivo, o clube decidiu tornar este tipo de ações mais frequentes nascendo, assim, o Projeto Escolas.

O objetivo passa por dar a conhecer aos mais pequenos um clube com agora 121 anos, mas também por motivá-los a juntarem-se a alguns dos colegas que já levam ao peito o emblema centenário do Sport Clube Vianense.

Vianense CUP

Desde 1992 que o SC Vianense realiza, anualmente, o torneio Rodrigo Badana, destinado, inicialmente, a jovens atletas entre os 9 e os 13 anos. Este evento, que se realiza no mês de junho após o final da temporada, é considerado um dos mais antigos de futebol para jovens em Portugal. Com o nome de uma antiga glória do clube, reúne, no estádio Dr. José de Matos, equipas nacionais e internacionais.

Nos últimos anos, o torneio tem sido adaptado às exigências atuais do desporto rei. Neste sentido, a 26ª edição contou com mais um dia, dedicado ao futebol de 9 e aos infantis Sub-13. Em 2019, a mudança foi ainda maior: em vez de um fim de semana, a festa do futebol infantil realizou-se ao longo de três e alargou-se a competição a petizes, traquinas e futebol feminino (Sub-15/17).

A Vianense Cup vai ao encontro dos objetivos a que a direção se propôs: elevar o nome do SC Vianense e tentar aproximar as gentes da cidade ao clube. As dificuldades passam,

contudo, pelos escassos recursos físicos e humanos que complicam a tarefa, mas não são impedimento para que o projeto continue a crescer.

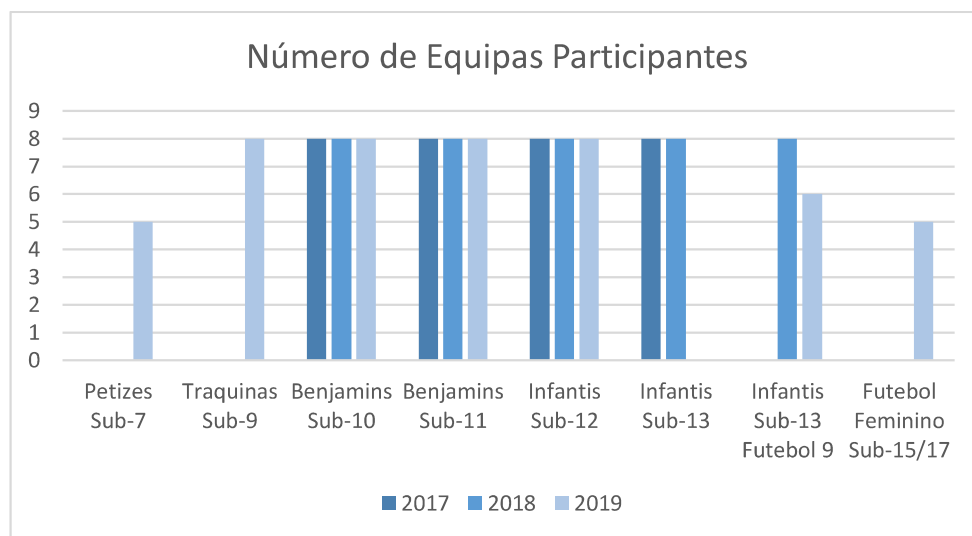


Gráfico 1 – Número de equipas participantes na Vianense Cup de 2017 a 2019

2.4 “O renascer do clube para a região”

Os 121 anos refletem várias conquistas em diferentes modalidades e muitos momentos de glória que fizeram do Sport Clube Vianense aquilo que é hoje. Mas desta história também fazem parte os momentos menos bons que, ao longo dos anos, acabaram por quebrar a importante ligação entre o clube e os Vianenses.

Em 2016, depois de um período conturbado, Rui Pedro Silva, que assumia pela primeira vez a presidência do SC Vianense, fazia um retrato dramático da situação do clube. O passivo era muito elevado, as instalações desportivas encontravam-se bastante degradadas e havia um grande distanciamento entre o clube e a cidade, o que dificultava a necessidade de angariar fundos. Desde então, a direção tem trabalhado para inverter a situação apostando no “Renascer do clube para a região”

Depois de confrontados com um pedido de insolvência, que teria como consequência a suspensão imediata da atividade do clube, o primeiro grande objetivo conquistado passou por manter as portas abertas. Para que tal fosse possível, foi necessário equilibrar as contas impedindo, desde logo, o aumento do passivo e aumentando, gradualmente, a angariação

de receitas. Houve, portanto, necessidade de melhorar a imagem do clube e trabalhar as relações com as entidades públicas e privadas, para juntos reerguerem um clube centenário.

Hoje, o “velhinho” tem uma situação financeira equilibrada, mas ainda não respira sozinho: parte substancial da despesa é para o abatimento do passivo, relacionado com as dívidas que foram acumuladas no passado. Passo a passo, estão a ser criadas condições para que o Vianense possa inverter a situação e fazer um investimento cada vez maior no rendimento desportivo.

No dia 26 de janeiro de 2018, ano em que completou 120 anos, foi entregue ao Sport Clube Vianense o prémio de Clube do Ano, na gala de desporto de Viana do Castelo. Para o Presidente Rui Pedro, mais do que um presente de aniversário, esta atribuição foi o reconhecimento de todo o trabalho até então desenvolvido para reerguer o clube. Uma missão que ainda não está terminada, mas está bem encaminhada.

Capítulo 3: Atividades de Estágio

Para a obtenção do Grau de Mestre em Ciências da Comunicação, na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro existe a possibilidade de realizar um estágio curricular de 900 horas. Devido ao meu gosto pela área do desporto, e de forma a aliar a teoria à prática, optei por estagiar no Sport Clube Vianense, o clube da minha cidade natal.

Um dos objetivos da instituição quando aceitou a minha proposta de estágio passou pela criação de um Departamento de Comunicação e Imagem. A direção assumiu desde cedo a aposta na comunicação como fundamental para o reerguer do clube e, apesar de não começarmos do zero, a margem de crescimento era grande.

Na ausência de um espaço físico com material para trabalhar diariamente durante um período fixo de horas, tive oportunidade de trabalhar a partir de casa, conforme a minha disponibilidade. Apesar das dificuldades materiais e humanas que se fizeram sentir inicialmente, as soluções encontradas permitiram-me desenvolver as atividades a que me propus e aceitar novos desafios apresentados pela direção.

3.1. Atividades para as redes sociais

Mas o que é, afinal, isto de conteúdos? Basicamente, é tudo o que partilhamos nas redes sociais: textos, fotografias, vídeos, animações, podcasts...
(Raposo 2017: 40)

Animações⁶

Sem, até então, uma forte aposta no formato vídeo, foi necessário começar do zero. O primeiro passo foi criação de animações para colocar no início e no final dos vídeos.

Para o efeito, utilizei o programa *Adobe After Effects* e, uma vez que o clube não tinha nenhum profissional da área e a minha experiência com este formato era pouca, segui tutoriais através do YouTube para obter os resultados pretendidos.

⁶ Consultar Apêndice I

Os elementos que compuseram estas animações foram baseados nas cores do Sport Clube Vianense, sendo o emblema centenário a peça principal. Na época natalícia, houve a necessidade de adaptar as animações tendo, para isso, sido feita uma versão alternativa.

Quando conseguimos a colaboração da Pêra doce – Produções audiovisuais foram desenvolvidas por profissionais novas animações que substituíram as primeiras versões por mim criadas.

Antevisões⁷

Numa das reuniões com o Miguel Passos Silva, elemento da direção responsável pela comunicação, percebemos que a gravação de antevisões dos encontros era essencial para esta nova aposta em conteúdos multimédia.

Definimos um local, a sala da direção, que fomos adaptando às nossas necessidades: aumentou-se a luminosidade e colocou-se um painel com os patrocinadores para servir como fundo às gravações. Optamos também por dar protagonismo aos jogadores. Assim, todas as terças-feiras, um jogador era destacado para fazer a gravação, por norma, antes do início do treino marcado para as 20h00.

A preparação das questões implicou sempre uma análise do adversário, do momento da equipa, mas também do futebolista escolhido para a entrevista. As características do jogador, bem como o seu historial de clubes, são elementos fundamentais na hora de construir uma entrevista completa. Por exemplo, quando um atleta defronta o seu ex-clubes, é quase essencial haver uma pergunta sobre este tema. Na edição, contudo, de início optamos por incluir apenas as respostas, embora contextualizadas.

Todas as quintas-feiras, salvo raras exceções, publicamos então no Facebook, pelas 21h00, a antevisão do encontro marcado para domingo. Após a criação do Instagram, preferimos partilhar nesta Rede Social, à mesma hora, uma versão mais curta, composta apenas por uma resposta, fazendo referência na descrição à versão completa disponível no Facebook. O Miguel foi inicialmente o responsável pela aprovação e publicação dos vídeos, função que mais tarde assumi.

⁷ Consultar Apêndice II

Declarações pós-jogo⁸

Fazer o rescaldo dos encontros, foi a segunda prioridade na criação de conteúdos. Quisemos, ao contrário do que fizemos nas antevisões, dar voz ao treinador principal, mas não deixamos de ouvir, sempre que o destaque era necessário, os homens do jogo.

Tendo o Sport Clube Vianense jogos que exigiam uma maior deslocação, foi acordado com a direção que não seria necessário deslocar-me aos estádios adversários. Assim, as *Flash Interview* foram realizadas de duas formas, conforme as jornadas em casa e fora.

Nos jogos em casa, tinha de me deslocar ao Estádio Dr. José de Matos para assistir à partida. Após o apito final, o treinador recolhia ao balneário com os jogadores e restante equipa técnica e dirigiam-se depois para a tribuna onde primeiro fazia o rescaldo da partida junto da Comunicação Social presente. Seguidamente, acompanhava-nos à sala da direção para gravarmos a entrevista exclusiva.

Nas deslocações às casas dos adversários, os relatos da Rádio Geice FM, que acompanhou o clube ao longo da época, foram uma mais-valia para que pudesse, mesmo à distância, seguir o desenrolar das partidas. Nestes casos, dado não ser possível termos a entrevista em vídeo, as declarações eram recolhidas através de uma chamada telefónica, passadas para texto e publicadas no website do clube.

Em ambos os casos, após edição e aprovação, os conteúdos eram publicados nas redes sociais, ainda no dia de jogo, depois das 21h00: inicialmente pelo Miguel e, numa fase mais avançada, por mim. No caso do Instagram, criamos um modelo, composto por uma fotografia do treinador e uma citação da entrevista, que utilizamos para incentivar a visualização da versão completa no website oficial do Vianense.

Reportagens⁹

Considerada o género nobre do Jornalismo, por toda a amplitude de elementos que é capaz de agregar, a Reportagem relata histórias através de testemunhos diretos dos factos, podendo fazer-se valer de fontes secundárias, numa perspetiva noticiosa e atual.

(Moreira 2017: 22)

⁸ Consultar Apêndice III e IV

⁹ Consultar Apêndice V

Dar visibilidade ao que se faz no clube sempre foi o objetivo principal. Neste sentido, foram desenvolvidas várias reportagens de eventos organizados pelo Vianense, nomeadamente as idas às escolas básicas da cidade para dar a conhecer o clube e, ao mesmo tempo, incentivar mais crianças a inscreverem-se na academia.

A recolha de imagens, assim como a composição e gravação da voz off e a edição final foram realizadas de acordo com os conhecimentos que adquiri ao longo da Licenciatura em Ciências da Comunicação e da experiência que a UTAD TV me proporcionou. Foi-me dada autonomia para colocar à prova tudo o que aprendi e assim o fiz, com o apoio do Miguel Passos Silva, que sempre confiou nas minhas capacidades jornalísticas.

Mais uma vez, quando recebemos o apoio da Pêra doce – Produções Audiovisuais conseguimos alargar os nossos horizontes. Com material com mais qualidade foi possível filmar os encontros e utilizar as imagens para construirmos resumos das partidas e partilhar os golos com os nossos sócios e simpatizantes. Apesar dos objetivos serem diferentes, o plano de construção das reportagens foi igual.

Entrevistas¹⁰

A entrevista só tem sentido quando o entrevistado for alguém relevante e tiver algo novo a dizer, algo verdadeiramente novo ou uma visão diferente de um assunto já abordado.

(Simão 2017: 27)

A única entrevista em formato de vídeo que realizei ao longo do estágio teve como objetivo a apresentação do reforço nigeriano Martins Ogbodo.

Foi adotado um estilo casual e divertido. As perguntas foram feitas em off dando ao jogador a possibilidade de desenvolver as questões como se estivesse a apresentar-se ao público: falou dos jogadores profissionais que tem como exemplo, das suas características, da sua adaptação ao SC Vianense e, claro, dos objetivos traçados para a época.

À entrevista foram acrescentadas imagens do jogador com a bola, gravadas na mesma altura. E, uma vez que o Martins ainda não se sentia à vontade com a língua portuguesa, apesar de entender, falamos em inglês e no vídeo final foram colocadas legendas.

Para a preparação, gravação e edição desta entrevista, voltei a utilizar os conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura, especialmente na UTAD TV, bem como exemplos retirados de programas como o “MaisFutebol” da TVI.

¹⁰ Consultar Apêndice VI

Apelos¹¹

A pedido do treinador principal José Pequeno, antecipando os jogos mais importantes com os clubes que partilhavam a liderança com o Vianense, foram realizados apelos aos sócios e simpatizantes para que se deslocassem ao estádio para apoiarem a equipa.

No primeiro vídeo realizado, utilizei o site “RawShorts”¹² para criar uma animação à qual juntei uma mensagem gravada com o treinador. Da segunda vez, reunimos quatro jogadores na loja do clube, presente no estádio, que liderados pelo capitão Israel deixaram um pedido simples e direto. Dado o pouco à vontade dos jogadores perante a câmara, aproveitei os erros de gravação para dar um toque mais descontraído ao vídeo.

Mensagens de Aniversário¹³

Para celebrar os 120 anos do Sport Clube Vianense recolhemos mensagens de parabéns de todas as equipas que representam o Vianense, desde petizes a seniores. As palavras dos jogadores foram depois editadas pelo estagiário Luís e partilhadas no Facebook e Instagram do clube ao longo da semana em que se comemorou o aniversário, por mim e pelo Miguel.

Fizemos também um desvio até à Câmara Municipal de Viana do Castelo onde recolhemos as palavras do Presidente da Câmara Municipal (CMVC), José Maria Cunha Costa, que acedeu ao nosso pedido para celebrar esta marca histórica do principal emblema da cidade.

Recebemos, contudo, mais vídeos de pessoas que alinharam nesta iniciativa, mas gravaram com os seus próprios meios:

- Jorge Sárria – Presidente da Associação de Futebol de Viana do Castelo
- Tiago Brandão Rodrigues – Ministro da Educação
- Jorge Delgado – Presidente do Conselho de Administração do Metro do Porto
- Rui Sousa – Ex-Ciclista profissional
- Sons do Minho - Banda
- Pedro Neto – Atual jogador do Wolverhampton
- Jorge Mendes – Agente FIFA
- Augusto Canário – Artista
- Melânia Gomes – Atriz

¹¹ Consultar Apêndice XI

¹² Disponível em <https://www.rawshorts.com/>

¹³ Consultar Apêndice VIII

Acompanhamento de jogos

Os jogos do Campeonato Distrital de AFVC não têm transmissão televisiva. Alguns clubes aproveitam as Redes Sociais para transmitir os jogos em direto, como por exemplo o CD Cerveira. O Sport Clube Vianense, contudo, na época de 2017/2018 não tinha sequer essa possibilidade, devido à falta de equipamento apropriado. Assim, desde cedo utilizou o Facebook não para diretos, mas para fazer o acompanhamento dos encontros através de publicações.

Com o apoio da empresa de design e publicidade, Blisq Creative, patrocinadora do Vianense, foram criadas imagens ilustrativas para publicações referentes: ao início do jogo, aos golos, ao intervalo e, claro, ao final do encontro. Já no Instagram, optamos por tirar partido das *Insta Stories* e o estagiário Gonçalo criou imagens específicas para aquele formato.

Enquanto o Miguel se dedicou à atualização do Facebook, com a minha intervenção sempre que necessário, eu e o Gonçalo dividimos a responsabilidade de atualizar o Instagram: a mim tocaram-me as partidas em casa, ao Gonçalo os jogos fora utilizando, para isso, os relatos da Rádio Geice FM.

Documentários¹⁴

Para a gala do 120º aniversário do SCV, em março de 2018, foi-me pedido que realizasse um pequeno documentário em homenagem a uma das figuras incontornáveis da história do clube: Dr. José de Matos.

Baseando-me na informação biográfica que me transmitiram do homem que hoje dá nome à casa do Sport Clube Vianense, construí uma voz off que foi gravada pelo meu caro amigo Bruno Fernandes, e acompanhada por fotografias que me entregaram, e algumas que encontrei no livro que faz um apanhado de 100 anos de história do Vianense.

Uma vez que não existiam vídeos da época, a grande dificuldade foi tornar o vídeo dinâmico. Este objetivo foi alcançado através de jogos de cor e de pequenos efeitos de movimento atribuídos às fotografias.

Em agosto do mesmo ano, no âmbito do 9º Encontro de Antigos Atletas e Dirigentes do Sport Clube Vianense, foram-me solicitados mais três documentários para os quais utilizei o mesmo modelo:

- Ernesto de Oliveira (Carneiro), a título póstumo;
- Manuel Passos Lomba da Costa (Passinhos), a título póstumo;

¹⁴ Consultar Apêndice IX

- Dr. Henrique da Mata

Making of Anúncio de Natal¹⁵

Para incentivar os Vianenses a oferecerem equipamentos do Sport Clube Vianense no Natal de 2017, juntamente com a Pêra doce – Produções audiovisuais, foi realizado um anúncio para ser partilhado no Facebook do clube na época natalícia.

O anúncio focou-se numa família, constituída por um casal (os pais) e quatro filhas. A quando da entrega das prendas, o pai ofereceu um colar de Viana à esposa, camisolas dos três grandes (SL Benfica, FC Porto e Sporting CP) às filhas mais velhas e uma do SC Vianense à mais nova. Obviamente, só a mais nova ficou feliz. Para não as desiludir, o pai vai buscar as prendas que tinha para oferecer aos sobrinhos e todas acabam felizes com os equipamentos vestidos.

Acompanhei, assim, de perto a produção que ficou entregue à Pêra doce. No final, preparei um *making of* com imagens recolhidas ao longo do dia, de erros, brincadeiras e preparações. Realizei também duas entrevistas: ao produtor, Nuno Ribeiro e à atriz principal Rita Castro que falaram do desafio de gravar com crianças e da importância de ser uma equipa feminina.

3.2 Atividades extra redes sociais

Suplemento Jornal Alto Minho¹⁶

No seguimento das celebrações do 120º aniversário do Sport Clube Vianense, surgiu a oportunidade de publicar, juntamente com o Semanário Alto Minho, um suplemento dedicado ao clube. Após aceitar a tarefa, reuni com o Miguel e com o Fernando, diretor do jornal, para acertarmos pormenores e definirmos a data de publicação.

Com o objetivo de dar a conhecer a atualidade do clube aos Vianenses, ao longo de cerca de um mês, realizei entrevistas a elementos fundamentais do clube, abordando temas como a aposta na comunicação e nas modalidades e a situação financeira do SC Vianense. De forma a dar protagonismo a quem todos os dias veste as cores deste clube centenário, foram também incluídas fotografias de todas as equipas que representam o “velhinho”.

¹⁵ Consultar Apêndice VII

¹⁶ Consultar Apêndice XIII

Todo o conteúdo foi produzido de raiz por mim, revisto pelo Miguel e editado pelo Fernando. O suplemento saiu no dia 7 de março com o Semanário Alto Minho e foi distribuído no estádio, no jogo da equipa principal, no dia 11 do mesmo mês.

Vídeo motivacional¹⁷

Na última jornada da época 2017/2018, o SC Vianense discutia o título de Campeão Distrital e a consequente subida de divisão com à Associação Desportiva “Os Limianos”. Ao Vianense já não bastava ganhar, era necessário o adversário perder o respetivo encontro, o que acabou por ficar perto, mas não acontecer.

No entanto, dada a importância desta última jornada, o treinador pediu-me que recolhesse mensagens de apoio, junto de familiares dos jogadores, com o objetivo de lhes mostrar que apesar de difícil, não era impossível. Assim, durante uma semana, entrei em contacto com familiares e amigos de todos os elementos que compunham a equipa principal e pedi-lhes que gravassem um pequeno vídeo. Às mensagens que me fizeram chegar, juntei filmagens que recolhemos dos jogos ao longo da época e uma mensagem motivacional que gravei, inspirando-me num vídeo motivacional ¹⁸encontrado no YouTube. O produto final foi partilhado com todo o balneário antes do encontro.

Gestão do Website – Vianense Cup 2018

Todos os anos, o Sport Clube Vianense realiza, em junho, um torneio dedicado aos escalões mais jovens. A preparação é feita com meses de antecedência e envolve vários departamentos. Em 2018, fiquei responsável pela atualização da informação referente ao torneio no website oficial.

Comecei por reunir com os responsáveis pela criação do website, a Blisq Creative, de forma a entender qual o material que iria precisar de recolher e de que forma o teria de colocar no sistema. Tendo o site sido criado em Wordpress, CMS¹⁹ que trabalhei ao longo do mestrado, o upload dos conteúdos não foi um problema. Assim, atualizei a página de apresentação do torneio, o calendário de jogos, bem como informações úteis para quem visita a cidade pela primeira vez. Pedimos também a todas as equipas participantes uma fotografia de grupo, para colocar no website e dar a conhecer os participantes, de acordo com os escalões. Esta foi a

¹⁷ Consultar Apêndice X

¹⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=wxZNjXxr3lg>

¹⁹ Content Management Systems (Sistema de Gestão de Conteúdos)

grande dificuldade, uma vez que nem todas as fotografias nos foram enviadas a tempo, o que nos obrigou a procurar uma alternativa, e das que chegaram nem todas tinham boa qualidade.

Terminada mais uma edição, procedi à atualização dos resultados finais. As fotografias tiradas ao longo do torneio foram editadas na semana seguinte, disponibilizadas na galeria do website e partilhadas nas redes sociais. Nesta edição realizou-se ainda o TOP 7, competição que permeia os melhores jogadores em campo, por escalão. Para o anúncio foram utilizados modelos anteriores disponibilizados pela Blisq Creative e atualizados por mim.

Press Releases²⁰

Os press releases são, de facto, textos relativamente curtos, semelhantes às notícias e contendo o que é considerado pela entidade emissora como informação noticiosa. Procuram, como objectivo central, serem publicados integralmente como notícias reais.

(Ribeiro 2014 *apud* Fernandes 2017: 26).

Com a nova aposta no Departamento de Comunicação e Imagem decidimos reativar o e-mail dedicado à comunicação do clube, até então pouco utilizado.

De forma a partilharmos o que de melhor é feito no Sport Clube Vianense optamos por criar uma lista de contactos de órgãos de comunicação social regionais, nacionais e internacionais, para os quais passamos a enviar Press Releases.

A criação do modelo que utilizamos teve como base Press Releases que tive oportunidade de ler aquando da minha colaboração com o Blog “O Largo”.

Crónicas de jogo – Jornal A Aurora do Lima²¹

“Uma crónica pode ser, na sua essência, apenas um artigo de opinião, um artigo de análise ou até uma reportagem”

(Sousa 2001: 288)

Ao longo do estágio tive oportunidade de colaborar com o Jornal A Aurora do Lima. Apesar de ter sido uma oportunidade apresentada pelo SCV e com o interesse deles, o trabalho por mim desenvolvido foi diretamente com os responsáveis do jornal.

²⁰ Consultar Apêndice XII

²¹ Consultar Apêndice XIV

Todas as crónicas seguiam o mesmo esquema: uma análise da partida, com referência aos pontos altos e baixos e às figuras de maior destaque. Às segundas, até ao final da tarde, a crónica seguia por e-mail, juntamente com uma fotografia do encontro, para o diretor do jornal.

Às quartas-feiras o semanário estava nas bancas, contudo, houve alturas em que os textos que enviei não foram publicados, por uma questão de espaço e relevância.

4. Apreciação crítica do estágio

O Sport Clube Vianense abriu-me as portas em setembro de 2017 e, até hoje, faz parte do meu dia a dia. Quando cheguei, fui recebida pelo Miguel Silva, um vice-presidente cheio de vontade de elevar a comunicação do clube embora consciente das dificuldades que teríamos de enfrentar.

Ideias nunca faltaram, mas o material para produzir os conteúdos que queríamos sempre foi o grande contratempo. Dado não termos verba para investir num equipamento próprio, fomos dependendo da boa vontade das pessoas que, como nós, queriam ver o Vianense crescer.

De câmara, tripé e micro nas mãos, fui, muitas vezes, sozinha fazer entrevistas e reportagens que, posteriormente, editei e enviei ao Miguel para aprovação. Como não tínhamos um espaço físico para trabalhar, utilizei sempre o meu computador e os programas da *Adobe Suite*, proporcionados pelos Audiovisuais da UTAD, para as edições. Já as redes sociais serviram para estarmos sempre em contacto um com o outro. Qualquer alteração que fosse necessária, era resolvida no momento.

Contudo, precisávamos de acrescentar mais elementos ao Departamento de Comunicação. Numa primeira fase, voltei a depender da ajuda de amigos que, sempre que tinham disponibilidade, se juntavam a mim. Mais tarde, contamos com a colaboração da Pêra Doce que, para além de nos emprestar material, destacou um estagiário apenas para ajudar o SC Vianense. Passei, então, a ter um cameramen, o Luís, que assumiu também parte das edições. Ainda via estágio, recebemos o Gonçalo que veio ajudar-nos na criação de conteúdos para as redes sociais.

Foi-me entregue uma grande responsabilidade e, apesar de muitas vezes a minha confiança ter falhado, nunca senti que a deles em mim tivesse falhado. Apesar das dificuldades, conseguimos criar conteúdos de forma regular e alimentar as redes sociais do clube com material que, na altura, mais ninguém estava a desenvolver. Aproveitei tudo o que a UTAD TV me ensinou, todos os conhecimentos que adquirir quer na Licenciatura, quer no Mestrado, e

procurei passar aos meus colegas um pouco daquilo que ficou comigo. Aprendi e conheci pessoas que me fizeram sentir em casa no Estádio Dr. José de Matos, pessoas que me transmitiram melhor do que ninguém, o orgulho que se sente ao vestir as cores do velhinho. Mas também me cruzei com pessoas que me acolheram no mundo do jornalismo, pessoas que me deixaram observar, aprender e me fizeram querer ser melhor.

Capítulo 4: Estudo de Caso

4.1 A época 2017/2018 nas redes sociais

A 1ª Divisão do Campeonato Distrital da Associação de Futebol de Viana do Castelo contou, na temporada de 2017/2018, com a participação de 16 clubes que disputaram, ao longo de trinta encontros, a subida de divisão e o título de campeões distritais. Enquanto a AD “Os Limianos” conquistou o primeiro lugar em campo, nas redes sociais as posições inverteram-se e o SC Vianense foi líder de um grupo com pouca concorrência.

Clubes em competição:

- AD “Os Limianos”
- Sport Clube Vianense
- Clube Desportivo de Cerveira
- Neves Futebol Clube
- Associação Desportiva de Campos
- Grupo Desportivo de Monção
- Associação Desportiva de Ponte da Barca
- União Desportiva de Lanheses
- Grupo Desportivo Vitorino de Piães
- Associação Desportiva e Cultural da Correlhã
- Sport Clube Courense
- Associação Desportiva de Chafê
- Grupo Desportivo de Moreira do Lima
- Sport Clube Valenciano
- Centro Recreativo e Cultural de Távora
- Futebol Clube de Vila Franca

Redes Sociais utilizadas

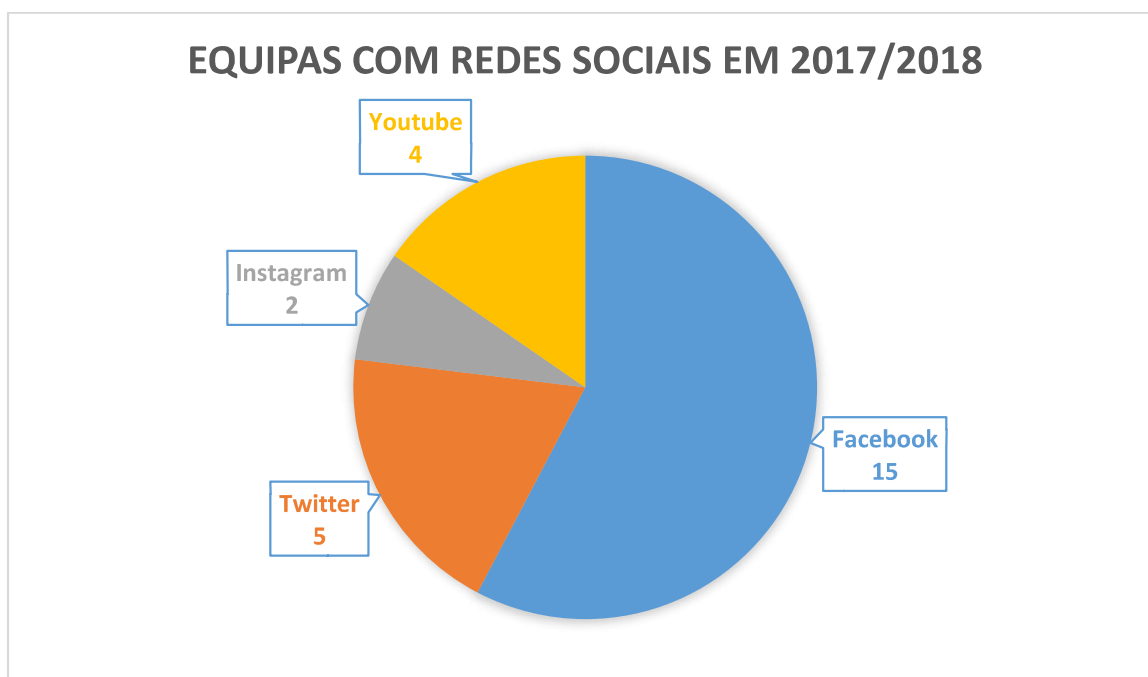


Gráfico 2 – Equipas com redes sociais na época 2017/2018

Entre os 16 clubes em competição (15) tinham ou criaram um Facebook na época 2017/2018. O Sport Clube Valenciano e o Grupo Desportivo de Monção foram os pioneiros na criação de um Facebook oficial, em 2010. Os últimos a embarcarem nesta aventura foram o União Desportiva de Lanheses e o Futebol Clube de Vila Franca, em 2017. Deste grupo de clubes em competição, apenas o Vitorino de Piães não tinha, nem criou, uma rede social até ao final da época de 2017/2018 (aderiram ao Facebook apenas em 2019).

O Twitter aparece como a segunda rede social mais utilizada (5). Neste caso, SC Vianense (2018), AD Limianos (2012), SC Courense (2011), SC Valenciano (2018) e GD Monção (2015) são os únicos presentes, embora façam usos diferentes das redes social.

Segue-se o YouTube (4) com quatro utilizadores: CD Cerveira (2014), SC Vianense (2018), GD Monção (2015) e Neves FC (2009). Apesar de ter sido o primeiro a utilizar esta rede social, o Neves acabou por não dar seguimento ao trabalho começado, não havendo atualizações desde há 8 anos. Tanto o Monção como o Cerveira dão um maior uso ao YouTube do que o Vianense que deixou de publicar em 2018.

Por fim, temos o Instagram (2) onde até ao final da época só encontrávamos o SC Vianense e o Desportivo de Monção. Ambos continuam ativos, mas com grande diferença a

nível de conteúdos e número de publicações. O Limianos começou em julho de 2018, após o final da época para a equipa principal e confirmada a subida de divisão.

Tipos de conteúdos



Gráfico 3 - Tipos de conteúdos publicados em 2017/2018

Nem todos os 16 clubes analisados têm a mesma presença e dão a mesma importância às redes sociais. Neste campo, o Sport Clube Vianense e a Associação Desportiva “Os Limianos” destacam-se, claramente, recorrendo a diferentes tipos de conteúdos que procuram, diariamente, dar a conhecer tudo o que se faz no clube e os seus protagonistas, seja através de imagens, vídeos ou apenas texto.

É possível concluir que os clubes têm grande preocupação em partilhar o calendário de jogos das equipas, bem como os resultados, apesar de apenas quatro fazerem o acompanhamento dos encontros nas redes sociais. As informações relativas à academia têm também um grande destaque o que se percebe, visto todos eles serem clubes que apostam na formação dos mais novos. Focam-se ainda em dar a conhecer os novos jogadores e aqueles que permanecem para mais uma época: as caras de quem vai vestir as cores do clube. Por fim, há uma grande partilha de eventos promovidos pelos clubes, nomeadamente torneios e competições que os próprios organizam ou em que participam e jantares, festas e convívios promovidos pelo clube para os seus sócios e simpatizantes.

Apesar das redes sociais serem um meio que permite fazer o acompanhamento dos encontros, quer seja através de publicações simples ou acompanhadas de imagens, na época em análise apenas quatro equipas fizeram uso desta ferramenta. Este acompanhamento baixa ainda mais quando falamos de transmissão direta dos encontros, em que apenas duas equipas o fazem e não de uma forma regular. Há ainda uma fraca aposta na partilha de fotografias dos encontros, outra ferramenta pouco aproveitada e que, no entanto, é bem-recebida pelos seguidores.

A importância da recolha de declarações no final dos encontros, bem como da partilha dos golos ou mesmo de resumos começa cada vez mais a ser percebida. Através de vídeos amadores ou mais profissionais ou clubes têm começado a apostar nestes materiais. No entanto, no que diz respeito às antevisões, só dois clubes marcaram a diferença (SC Vianense e OS Limianos).

Partilha de conteúdos

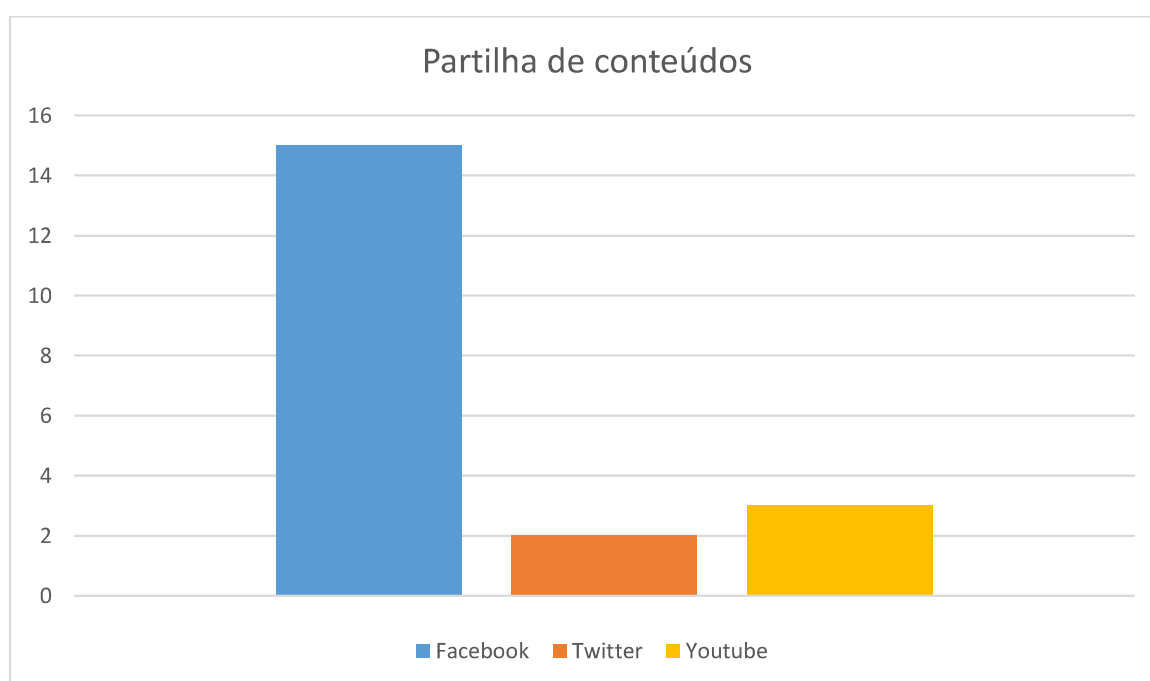


Gráfico 4 – Redes Sociais utilizadas para partilhar conteúdos

Com quinze dos dezasseis clubes em competição presentes no Facebook, esta é, sem margem para dúvidas, a rede social preferida para a partilha de conteúdos. Apesar de vários clubes terem mais do que uma rede social, nem todos fazem uso das mesmas, estando a grande maioria desatualizada.

Assim, ao longo da temporada 2017/2018, de forma mais ou menos regular, todos os clubes partilharam conteúdos através do Facebook. Só o Vianense e o Limianos fizeram uso do

Twitter, com maior destaque para o Limianos e a aposta nas modalidades; o YouTube foi utilizado pelo CD Cerveira, GD Monção e SC Vianense, sendo que apenas o Vianense não apostou na transmissão dos encontros.

De notar que o SC Vianense apesar de ter publicados os conteúdos produzidos no YouTube, nunca utilizou esta rede como principal método de partilha de vídeos. Estes conteúdos foram primeiramente colocados no Facebook e nunca partilhados através de uma ligação ao YouTube, o que não se verifica nos restantes casos. Por sua vez, tal como o Limianos, no Twitter apostaram na partilha de ligações para o Facebook e, no caso do SCV, para o Site Oficial do clube.

Aposta nas modalidades

Através das informações recolhidas, é possível perceber que são poucos os clubes que utilizam as redes sociais para promover as suas modalidades. Entre os 16 participantes na 1ª Divisão do Campeonato Distrital da AFVC em 2017/2018, apenas a AD “Os Limianos”, o AD Ponte da Barca, a AD Chafé, o SC Vianense e a ADC Correlhã fizeram referência às suas modalidades.

O Limianos utilizou tanto o Facebook, como o Twitter, para partilhar conteúdos referentes às modalidades de Futsal Masculino, Futsal Feminino e Hóquei em Patins. Procuraram dar a conhecer as equipas, bem como manter os adeptos informados quanto ao calendário de jogos e aos resultados. O Ponte da Barca apesar de fazer referência às captações para a equipa de futsal, não procura dar visibilidade à época da equipa, focando-se apenas no futebol. No seu Facebook oficial, a Correlhã foca-se no futebol, com uma grande aposta nas camadas jovens. Contudo, tem uma página separada dedicada ao atletismo, que promoveu na sua conta principal. No Facebook da AD Chafé, o Campeonato Nacional de Futebol de Praia tem algum destaque, nomeadamente através da partilha do calendário de jogos e de fotografias com os resultados. No entanto, esta é uma competição que se realiza no verão, altura em que os campeonatos portugueses de futebol estão em pausa. Já o SC Vianense conta com apenas uma pequena referência a uma prova de dança desportiva, não fazendo qualquer acompanhamento das épocas das suas modalidades, apenas publicações esporádicas quanto a provas especiais e feitos de destaque.

Podemos, assim, concluir que apenas a Associação Desportiva “Os Limianos” utiliza as suas redes sociais para promover as modalidades do clube com frequência e diversos conteúdos que permitem aos adeptos acompanhar as épocas desportivas. Segue-se a AD Chafé dá destaque

ao Futebol de Praia, apesar de ser apenas ao longo da época e através de fotografias. Nos restantes casos, apesar das modalidades serem mencionadas, não é o suficiente para manter os interessados informados. Verifica-se, contudo, que existem páginas separadas que, por vezes, trabalham a promoção das modalidades.

Todas as outras equipas, quer tenham, ou não, modalidades, não utilizam as redes sociais para lhes dar destaque. O futebol é, em todos os casos, o grande protagonista, não havendo nenhuma modalidade que se sobreponha. Apesar disso, há clubes que apostam numa divulgação maior das equipas de formação e não apenas da equipa principal, como o caso do Neves FC e da ADC Correlhã.

4.2 As redes sociais do Sport Clube Vianense

Temos de escolher os «conteúdos» e o tipo de vocabulário em função do ambiente (a rede social em que estamos a comunicar) e do nosso público-alvo (as pessoas a quem nos dirigimos).

(Raposo 2017:58)

Com o objetivo de partilhar com os seus sócios e simpatizantes, que se encontram espalhados pelo mundo, o dia a dia do clube o SC Vianense está presente em várias redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter e YouTube. No entanto, apenas as duas primeiras, as mais utilizadas em Portugal, se mantêm ativas com publicações diárias.

Ao longo do meu período de estágio, e desde que assumiu o cargo de Vice-Presidente, o Miguel Passos Silva tem sido o responsável pelo Departamento de Comunicação e Imagem e pela gestão das redes sociais do clube, nomeadamente do Facebook. Assim, o que publicar e quando publicar são decisões tomadas por ele. Contudo, estas decisões passaram a ser discutidas comigo, desde o início do estágio, até hoje.

No início de cada época procuramos traçar um plano de conteúdos tendo em consideração fases específicas da temporada e dias festivos. Apesar deste planeamento, a grande maioria dos conteúdos publicados nas redes sociais do clube não são planeados no início da época, mas sim semanalmente, conforme os eventos que vão surgindo.

Facebook

O Facebook do Sport Clube Vianense foi criado a 9 de junho de 2011, mas a aposta focada no desenvolvimento da comunicação do clube apenas deu os primeiros passos em 2014.

Entre outubro de 2017 e julho de 2018 o número de “Gostos” na página oficial do Sport Clube Vianense passou de 10 657 para 12 304 estando, atualmente, nos 14 484. Em dois anos, foi possível atingir quase metade do número de seguidores que o clube levou seis anos a conseguir. Sem apostar na promoção de publicações, o alcance médio por dia chegou a cerca de 3123 mil de forma orgânica.

Tipos de conteúdos e linguagem utilizada



Gráfico 5 – Tipos de conteúdos publicados no Facebook do Sport Clube Vianense

Ao longo da época 2017/2018 o Sport Clube Vianense fez mais de 480 publicações no Facebook. Através dos dados recolhidos é possível perceber os tipos de conteúdos mais vezes publicados.

O acompanhamento dos jogos destaca-se dos outros conteúdos (128), isto devido ao elevado número de publicações que exige: onze inicial, início de jogo, intervalo, início da segunda parte, final do encontro e, claro, os golos, quando existem. São também os conteúdos publicados com maior regularidade (todos os domingos de jogo). Uma ferramenta cada vez mais essencial na ausência de transmissões diretas via vídeo.

A academia (64) ocupa o segundo lugar neste pódio de conteúdos, o que vem reforçar a aposta do SC Vianense nas camadas jovens. Quer seja através de fotografias dos encontros, da partilha dos resultados e dos calendários de jogos, os conteúdos relacionados com a Academia são uma aposta do clube muito bem recebida pelos seguidores, onde na maioria das vezes estão incluídos os próprios jogadores e os seus familiares.

Seguem-se as datas festivas (47) onde estão incluídos: o dia dos namorados, o dia da mãe, o feriado de 25 de abril, o dia da criança, mas principalmente os conteúdos produzidos para a celebração do 120º aniversário do Sport Clube Vianense. Um marco importante que foi festejado com várias publicações não apenas no dia, mas ao longo da semana. Entre elas as mensagens de parabéns que várias personalidades fizeram questão de enviar. Destaque também para a produção de um anúncio de natal que foi acompanhado de um vídeo a mostrar os bastidores das gravações.

Em quarto e quinto lugar, surgem os eventos (39) e informações sobre o clube (38). No que aos eventos diz respeito, estão incluídos todos os torneios em que o Vianense participou, todas as galas em que esteve presente e formações em que participou. Obviamente, contam também todos os eventos em que foi organizador. A Vianense Cup está incluída nesta categoria. Não só os conteúdos ao longo do torneio, mas todos os criados antes e depois, como o anúncio dos clubes participantes e o anúncio dos resultados e partilhas das fotografias tiradas ao longo do torneio.

Por outro lado, através dos dados recolhidos é possível perceber que o clube aposta pouco na divulgação das modalidades (3) e dos principais patrocinadores (5). As modalidades existentes na época, Judo e Danças de Salão, têm páginas de Facebook próprias que são geridas por equipas diferentes, notando-se por isso, um grande afastamento da página oficial do Sport Clube Vianense. Um aspeto que pode, e deve ser melhorado, assim como a divulgação dos patrocinadores, algo que sempre foi um dos objetivos do clube, mas que ainda não foi possível fazer da forma ideal.

Através da análise dos conteúdos publicados ao longo da época, podemos perceber que o Vianense apostou maioritariamente na partilha de informações relativas aos encontros da equipa de futebol sénior. O acompanhamento dos jogos não foi uma ferramenta utilizada pela primeira vez nesta época, mas as antevisões e a recolhas das declarações no final dos encontros foram novidade introduzidas e muito bem recebidas neste período analisado.

Houve, ainda, a preocupação de dar a conhecer o clube, a sua história, mas principalmente o seu presente. A apresentação de novos jogadores, as homenagens aos homens da casa, a celebração dos aniversários, as fotografias do público e dos encontros, o calendário de jogos semanal, todos estes conteúdos ajudaram a aproximar os sócios e simpatizantes, os seguidores, ao clube.

De notar que foi sempre utilizada uma linguagem informal, com termos específicos do mundo do futebol, juntamente com os *hashtags* próprios do clube: #academiascvofuturo, #rumoaonossolugar, #scvianense, #soudevianasoudovianense. Todas as notícias foram partilhadas através do Site Oficial²², no entanto, os vídeos criados foram publicados diretamente no Facebook e só depois colocados no YouTube. Foi feito uso de imagens e fotografias ilustrativas como forma de cativar os seguidores e poucas foram as publicações com apenas texto (informação dos golos dos adversários).

Perfil dos seguidores

Nesta rede social, os seguidores do Sport Clube Vianense são maioritariamente homens (71%) entre os 25 e os 34 anos (19%) e os 35 e os 44 anos (17%). Seguidoras são apenas 29% com idades compreendidas entre os 35 e os 44 anos (8%), mas também com presença nas faixas etárias entre os 25 e os 34 anos (6%) e os 45 e os 54 (6%).

De Viana do Castelo chega o maior número de “Gostos”, contudo, os seguidores do Vianense estão espalhados um pouco por todo o mundo: França, Brasil, Espanha, Angola, Suíça, Reino Unido, Alemanha, Colômbia e Canadá são alguns dos países de onde são oriundos.

Instagram

O Instagram, tal como o YouTube e o Twitter, foi criado durante o meu estágio, a 22 de janeiro de 2018. Mas ao contrário destas redes sociais, que nunca foram realmente aproveitadas,

²² Disponível em www.scvianense.pt

o Instagram foi criado com objetivos a longo prazo. O Sport Clube Vianense foi pioneiro nesta aposta e hoje conta com 3521 seguidores e quase mil publicações.

Tipos de conteúdos e linguagem utilizada



Gráfico 6 – Tipos de conteúdos publicados no Instagram do SCV

Através do levantamento de dados realizado, é possível perceber que, no período em análise, as publicações realizadas foram maioritariamente sobre eventos em que o SC Vianense participou, como a Vianense Cup 2018 e a Gala de celebração dos 120 anos; informações sobre o clube, como factos históricos, fotografias do estádio e atividades de cariz social; renovações e contratações tanto de jogadores contratados no mercado de inverno, como relativas à época 2018/2019; datas festivas, onde estão incluídos todos os conteúdos produzidos em relação ao 120^a aniversário do Vianense; e, por fim, também com grande destaque, a partilha dos calendários de jogos.

Contudo, os conteúdos com mais “Gostos” foram referentes à promoção de artigos da marca Sport Clube Vianense, como cachecóis e camisolas e fotografias dos jogos dos seniores e da academia, com números que ultrapassam a marca dos 100.

Salvo raras exceções, as publicações no Instagram não foram originais, mas sim adaptadas depois de publicadas no Facebook. No caso das antevistas e declarações pós jogo, foram utilizadas fotografias, e mais tarde citações e pequenos excertos dos vídeos, com um jogador/treinador e na descrição os seguidores foram encaminhados para o Site Oficial ou para o Facebook para poderem assistir às versões completas. Apenas as mensagens de parabéns ao clube e a homenagem ao Dr. José de Matos foram partilhadas na íntegra.

Com a criação do Instagram o Sport Clube Vianense apostou, embora pouco, na utilização de *Instastories*. Os temas predominantes foram o acompanhamento dos encontros, através da partilha do 11 inicial, dos golos, das substituições e do resultado final (100); a gala dos 120 anos (10), no Centro Cultural de Viana do Castelo; e o torneio Vianense Cup 2018 (3) organizado pelo clube.

Apesar de em menor quantidade, as *Instastories* relativas ao torneio tiveram um alcance maior do que as restantes, com uma média de visualizações de 938. Seguem-se as histórias relativas à gala com uma média de 450 visualizações e o acompanhamento dos encontros (cerca de 350 visualizações).

Mais uma vez, foi utilizada uma linguagem simples e direta, com termos futebolísticos, de forma a não dificultar a comunicação com os sócios e simpatizantes.

Perfil dos seguidores

A maioria dos seguidores da página de Instagram do Vianense são homens (79%) com idades compreendidas entre os 18 e os 34 anos. As mulheres estão em minoria (21%) e há um maior destaque na faixa etária entre os 18 e os 25 anos (28%) e os 35 e 44 anos (28%).

Estes números chegam de Portugal (74%), especialmente de Viana do Castelo, mas também de países como o Brasil, a Colômbia, a França e a Espanha, fruto das comunidades portuguesas, dos torneios internacionais e dos familiares e amigos dos jogadores que vêm de fora para representar o clube.

Conclusão

A presença dos clubes nas redes sociais é hoje fundamental para melhorar a relação com os adeptos. Aos clubes estas servem como mostra do trabalho desenvolvido diariamente. Já para os adeptos são fontes de informação a que de outra forma não teriam acesso, dada a pouca atenção dada ao futebol distrital pela comunicação social nacional.

Através deste relatório de estágio, foi possível concluir que as redes sociais ajudam os clubes da 1ª Divisão do Campeonato Distrital da AFVC a partilharem o que é desenvolvido dentro e fora de campo com os seus sócios e simpatizantes. Na maioria dos casos, o foco está nos eventos organizados e na partilha dos calendários e resultados de jogos, quer dos seniores, quer da academia. O acompanhamento dos encontros, através de diretos ou de publicações no Facebook, ainda é pouco praticado, mas é uma tendência cada vez maior. Por outro lado, há uma grande preocupação em anunciar renovações e contratações, para os adeptos conhecerem as caras que vão vestir a camisola.

Não há, contudo, grande aposta nas modalidades. A AD “Os Limianos” é a que se foca mais nas modalidades do clube, dando-lhes visibilidade tanto no Facebook, como no Twitter. Nos restantes, a promoção de outros desportos apenas acontece em épocas específicas, como é o caso da AD Chafé, que só no verão faz referência ao campeonato de futebol de praia, ou através de pequenas menções a destacar grandes feitos. No entanto, algumas modalidades têm redes sociais próprias, geridas por equipas diferentes, embora pertencentes ao clube, não existindo, na maioria dos casos, qualquer ligação com a página oficial. Foi ainda possível concluir que não há qualquer modalidade que se sobreponha ao futebol, nem mesmo no caso do Limianos. Há, contudo, uma forte aposta em conteúdos relacionados com a academia, que, no caso da Correlhã, ultrapassam mesmo os produzidos sobre os seniores.

Entre os 16 clubes analisados, apenas o Vitorino de Piães não marcava presença em qualquer rede social na época 2017/2018. Dos 15 participantes, todos tinham conta de Facebook, sendo o Twitter a segunda rede mais utilizada e o YouTube a terceira. O Instagram contou apenas com o Grupo Desportivo de Monção e o SC Vianense. O Facebook foi a principal fonte de partilha de conteúdos, sendo que, neste caso, o YouTube aparece em segundo lugar, dada a importância que tem no acompanhamento de jogos em direto.

Embora a presença dos clubes nas redes sociais seja positiva, a grande maioria apresentou páginas desatualizadas, nomeadamente no Twitter. O mesmo se verifica quanto aos

Site Oficiais: apenas o SC Vianense utiliza diariamente o Site Oficial, partilhando, inclusive, ligações diretas nas suas redes sociais. Para Coutinho (2014), o Facebook não deve ser um substituto do *website*, mas sim um complemento e mais um canal de comunicação. No entanto, não foi o que se verificou nesta análise.

Como podemos concluir, o desenvolvimento das redes sociais é essencial para melhorar a comunicação dos clubes. O acesso é gratuito, mas implica, acima de tudo, um investimento de tempo. Para obter os melhores resultados é, por isso, preciso investir em profissionais capazes de atingir os objetivos traçados. “Nas redes sociais, o conteúdo está na base de tudo. É crítico. É, no fundo, o pilar de qualquer estratégia de comunicação.” (Raposo 2017:182)

Referências Bibliográficas

- Amaral, Inês (2016): *Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes*. Covilhã: LabCom.IFP.
- Araujo, Beatriz (2012, maio e junho): *Redes sociais na Internet e novas formas de sociabilidade: Um estudo do Facebook*. Comunicação apresentada no XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Chapecó
- Brandão, Lucas (2018): “A sociedade da informação em rede aos olhos de Manuel Castells”. Internet. Disponível em <https://www.comunidadeculturaearte.com/a-sociedade-da-informacao-em-rede-aos-olhos-de-manuel-castells/> (consultado a 13 de agosto de 2020)
- Cardoso, Luís (2013): *Comunicação via Facebook nos clubes de futebol: estudo de caso*. Tese de Mestrado. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Castells, Manuel (2002): *A Sociedade em Redes Volume 1*. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A.
- Castells, Manuel e Cardoso, Gustavo (2005): *A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política*. Belém: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Coutinho, Virgínia (2014): *The Social Book. Tudo o que precisa de saber sobre o Facebook*. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
- Ferreira, Ângela (2015): *A importância das Redes Sociais Online nas relações B2C para as PME portuguesas*. Tese de Mestrado. Braga: Universidade do Minho.
- Fernandes, Adriana e Diniz, Lucy (2016): “CIBERCULTURA E REDES SOCIAIS: O acesso e a conexão definem as práticas das juventudes?”. In: *Revista Passagens* 7. Brasil: Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. 82-98.
- Fernandes, Ângela (2017): *Gabinete de comunicação e jornalismo: utilidade do press release na comunicação autárquica*. Tese de Mestrado. Porto: FLUP.
- Fernandes, Bruno (2017): *As redes socais e a comunicação social: as redes moldam os media?.* Tese de Mestrado. Vila Real: UTAD.
- Fidalgo, António e Serra, Joaquim (2003): *Informação e Comunicação Online (VOL.I): Jornalismo Online*. Covilhã: LabCom.IFP
- Fontes, Malu (2015): “Manuel Castells: "a comunicação em rede está revitalizando a democracia"”. Internet. Disponível em: <https://www.fronteiras.com/entrevistas/manuel-castells-a-comunicacao-em-rede-esta-revitalizando-a-democracia> (consultado a 13 de agosto de 2020).

Freitas, Rafael (2014): “Sociabilidade, tecnologia da internet e comunicação”. Internet. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorioacademico/_ed781_sociabilidade_tecnologia_da_internet_e_comunicacao/ (consultado a 20 de agosto de 2020)

Fronteiras (2016): “Fronteiras 10 anos: Manuel Castells”. Internet. Disponível em <https://www.frenteiras.com/artigos/fronteiras-10-anos-manuel-castells> (consultado a 20 de agosto de 2020)

Gomes, Marcelo (2011): “A Convergência das Mídias”. Internet. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-marcelo-a-convergencia-das-midias.pdf> (consultado a 22 de julho de 2019)

Heino, Ville (2015): *Marketing in amateur sports: how to market a floorball club with limited resources*. Tese de Mestrado. Satakunta: SAMK.

Ideal Marketing (2019): “Como criar uma fanpage de sucesso: descubra como administrá-la para atrair mais usuários”. Internet. Disponível em <https://www.idealmarketing.com.br/blog/como-criar-uma-fanpage/> (consultado a 17 de outubro de 2019).

Lopes, Luís (2010): *Ciberespaço, Cibercultura a utilização da web 2.0 na aprendizagem colaborativa através da ferramenta google docs*. Tese de Mestrado. São Paulo: PUC-SP.

Lopes, Rui (2016): *A utilização das redes sociais nos clubes desportivos da 2ª liga portuguesa: importância do facebook enquanto elemento de mix de comunicação e como reforço da notoriedade da marca*. Tese de Mestrado. Vila Nova de Famalicão: Universidade Lusíada.

Marques, Vasco (2015): *Marketing Digital 360*. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.

Markest (2019): “54% dos utilizadores de redes sociais seguem empresas ou marcas”. Grupo Marktest - Estudos de Mercado, Audiências, Marketing Research, Media. Internet. Disponível em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~257a.aspx> (consultado a 22 de outubro de 2019)

Markest (2019): “WhatsApp duplica em 3 anos e Instagram quadruplica em 6”. Grupo Marktest - Estudos de Mercado, Audiências, Marketing Research, Media. Internet. Disponível em <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~256d.aspx> (consultado a 22 de outubro de 2019)

Mello, Jaciara e Ribeiro, Rubia (2010): “Cibercultura e Redes Sociais – Twitter como Interação”. Internet. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/mello-jaciara-ribeiro-francine-cibercultura-e-redes-sociais.pdf> (consultado a 22 de julho de 2019) .

Moreira, Mara (2017): *A Reportagem Televisiva no panorama informativo da SIC*. Tese de Mestrado. Lisboa: ESCS.

Mokfianski, Karoline e Alvetti, Celina (2017, setembro): *O uso as redes sociais pelos clubes de futebol: o Facebook do Coritiba Foot ball Club*. Comunicação apresentada no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba

Noveli, Marcio e Costa, Carlos (2018): “O uso de mídias sociais pelo Sport Club Corinthians Paulista”. In: *ReFAE – Revista da Faculdade de Administração e Economia*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo. 214-234.

Oliveira, Patrick (2018): *O uso das redes sociais no futebol profissional português – um estudo exploratório*. Tese de Mestrado. Porto: Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

Raposo, Miguel (2017): *Torna-te um guru das redes sociais*. Lisboa: Editorial Presença.

Recuero, Raquel (2009): “Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão”. In: *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz: EdUniSC: 1-269.

Rosário, Cláudia (2014): *Jornalismo do cidadão: como os conteúdos gerados pelos utilizadores desafiam os media noticiosos*. Tese de Mestrado. Lisboa: FCSH – Universidade Nova de Lisboa.

Santos, Francisco e Cypriano, Cristina (2014): “Redes sociais, redes de sociabilidade”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 85. São Paulo: Scielo

Silva Filho, Francisco (2014): *O perfil social dos jornalistas: uma análise do uso do Facebook nos jornalistas portugueses*. Tese de Mestrado. Braga: Universidade do Minho.

Silva, João (2017): *Estratégias comunicacionais no Instagram. Um estudo de caso sobre práticas dos influencers portugueses*. Tese de Mestrado. Lisboa: ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa.

Simão, João (2007): *Manual de jornalismo Impresso – o informativo*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Simão, João e Fernandes, Nuno (2007): *Manual de jornalismo Televisivo – UTAD TV*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Sousa, Jorge (2001): “Elementos de jornalismo impresso”. Internet. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf> (consultado a 13 de outubro de 2019)

Viegas, João (2012): *Marketing no futebol: a comunicação dos clubes da Liga Zon Sagres com os adeptos*. Tese de Mestrado. Lisboa: FCSH – Universidade Nova de Lisboa.

Wang, Yuan e Zhou, Shuhua (2014): “How do Sports organizations use Social Media to build relationships? A content analysis of NBA clubs ‘Twitter use’”. In: *International Journal of Sports Communication*. EUA: Human Kinetics Journals. 133 -148.

Apêndices

Apêndice I – Animações

- Animação natalícia para introdução de vídeo



Disponível em <https://youtu.be/plMU6qBMnPI>

- Animação para introdução de vídeo



Disponível em <https://youtu.be/zTtI-HaZMSk>

Apêndice II – Antevistas

- Antevisão SC Vianense x Vila Franca



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1825316170816602/>

- Antevisão Lanheses x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1832440290104190/>

- Antevisão SC Vianense x Chafé



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1839558732725679>

- Antevisão Távora x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1846460455368840/>

- Antevisão SC Vianense x Correlhã



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1853890514625834/>

- Antevisão SC Vianense x Ponte da Barca



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1861360433878842/>

- Antevisão SC Vianense x Vila Franca



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1869066299774922/>

- Antevisão SC Vianense x Cerveira



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1884502108231341/>

- Antevisão SC Vianense x Courense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1914887478526137/>

- Antevisão Monção x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1938337069514511/>

- Antevisão SC Vianense x Limianos



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1946440172037534>

- Antevisão Moreira do Lima x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1954456151235936/>

- Antevisão SC Vianense x Campos



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1963682966979921/>

- Antevisão Vitorino de Piães x SC Vianense



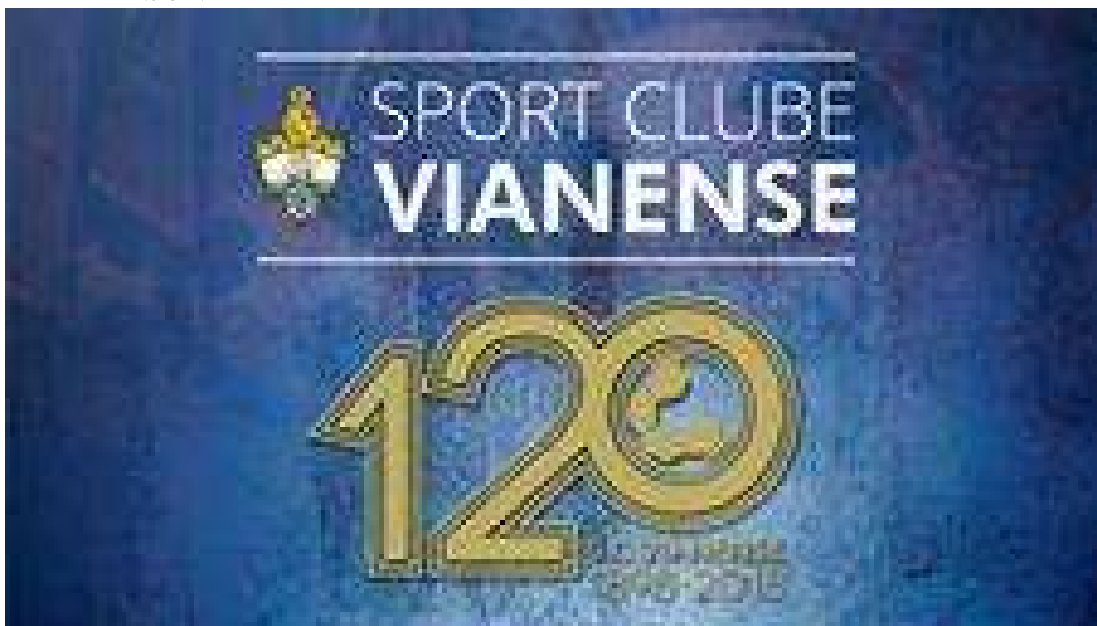
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1970550136293204/>

- Antevisão Vila Franca x SC Vianense



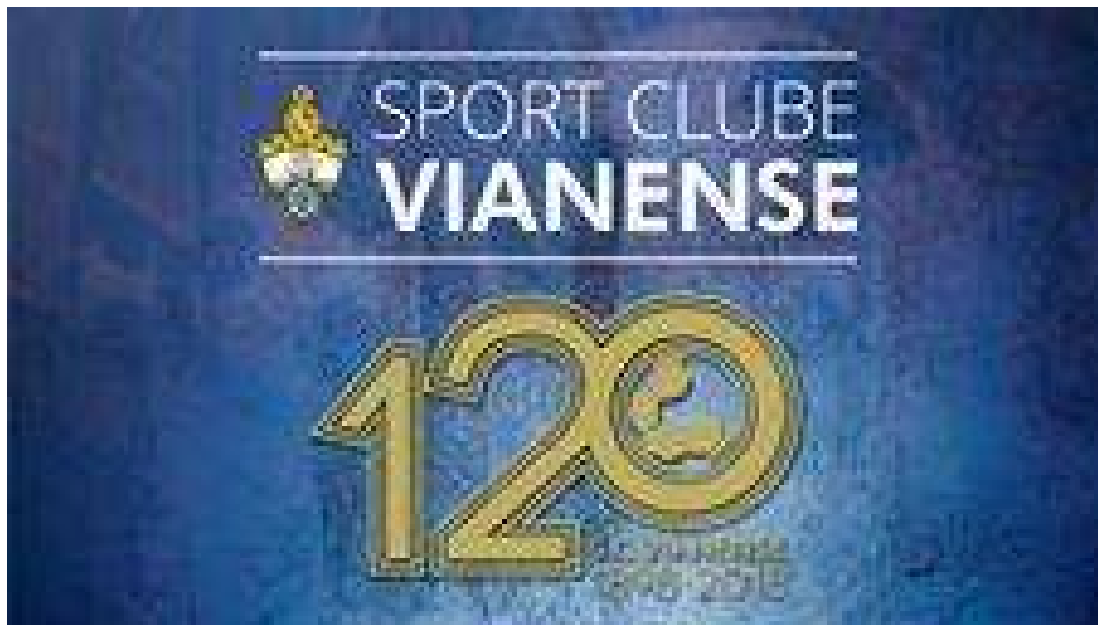
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1978843188797232/>

- Antevisão SC Vianense x Lanheses



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1987423574605860/>

- Antevisão Chafé x SC Vianense



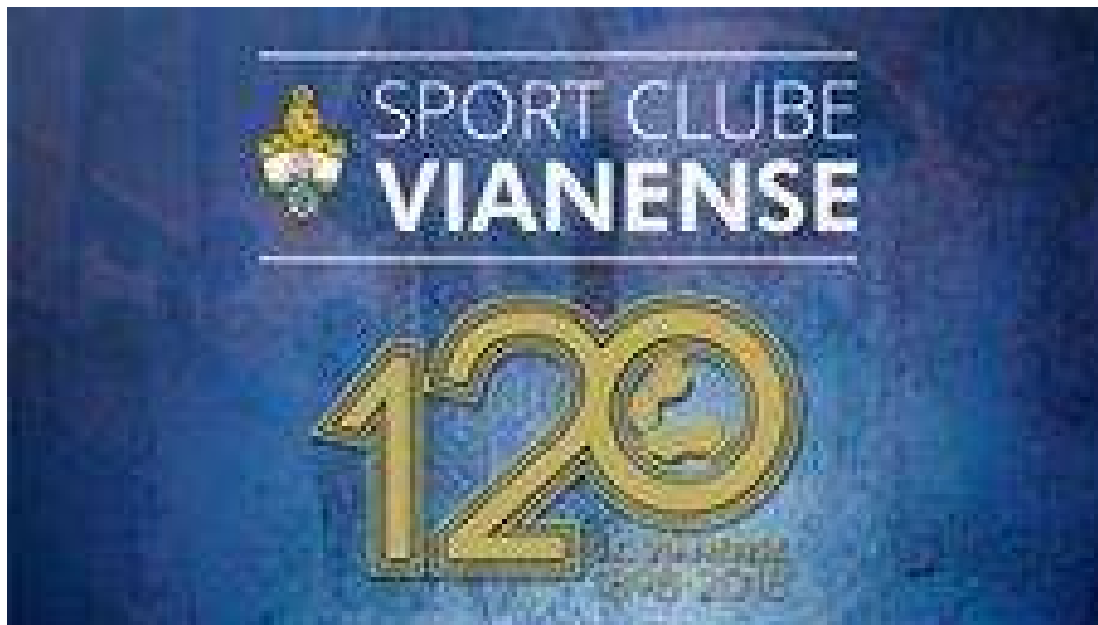
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1995623170452567/>

- Antevisão Âncora Praia x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2002574673090750/>

- Antevisão SC Vianense x Távora



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2011663005515250/>

- Antevisão Correlhã x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2019746558040228/>

- Antevisão SC Vianense x Ponte da Barca



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2027489640599253>

- Antevisão Cerveira x SC Vianense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2034980283183522/>

-

Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2043541415660742/>

- SPORT CLUBE
VIA
120
ANOS
1906-2026

Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2050366054978278/>

Apêndice III – Declarações Pós-jogo: Publicações no Facebook

- Flash interview SC Vianense x Vila Franca



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1828337823847770/>

- Flash interview SC Vianense x Chafé



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1842539109094308>

- Flash interview SC Vianense x Vila Franca



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1872446139436938/>

- Flash interview SC Vianense x Courense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1918001074881444/>

- Flash interview SC Vianense x Neves



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1925658780782340/>

- Flash interview SC Vianense x Limianos



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1949896031691948>

- Flash interview SC Vianense x Campos



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1966182480063303/>

- Flash interview SC Vianense x Lanheses



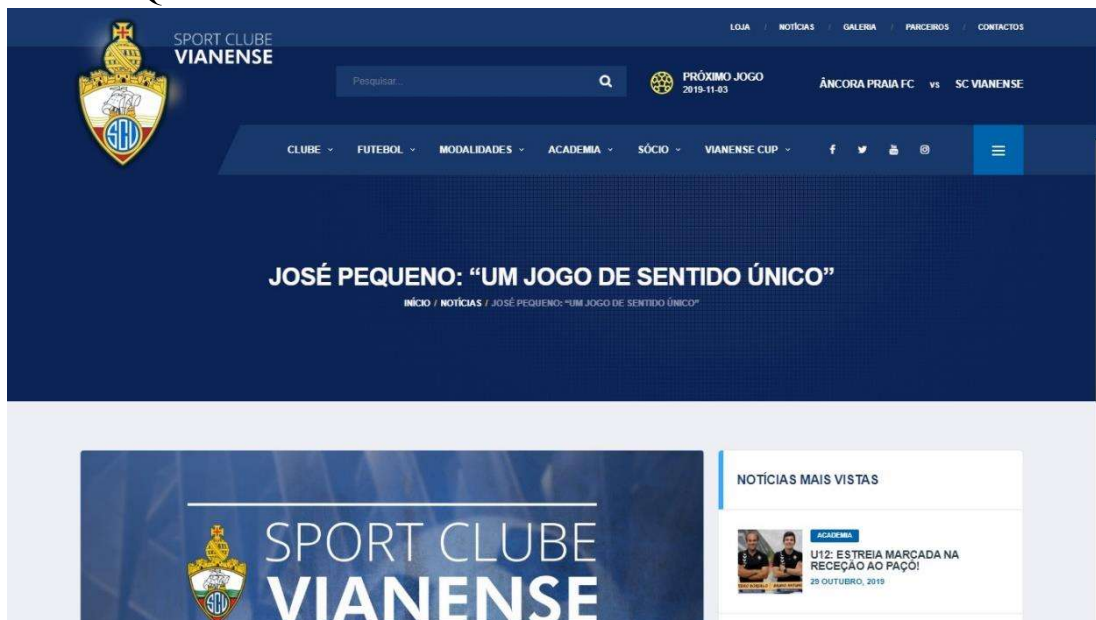
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1991162074232010/>

- 

LXXVI

Apêndice IV – Declarações Pós-jogo: Publicações no site do SC Vianense

- “JOSÉ PEQUENO: “UM JOGO DE SENTIDO ÚNICO”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-um-jogo-de-sentido-unico/>

- “JOSÉ PEQUENO: FIZEMOS UMA PRIMEIRA PARTE ESPETACULAR”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-fizemos-uma-primeira-parte-espetacular/>

- “JOSÉ PEQUENO: ESTOU MUITO SATISFEITO COM AQUILO QUE A EQUIPA TRANSMITIU”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-estou-muito-satisfeito-com-aquilo-que-a-equipa-transmitiu/>

- “JOSÉ PEQUENO: NA PRIMEIRA PARTE A EXIBIÇÃO ROÇOU A PERFEIÇÃO”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-na-primeira-parte-a-exibicao-rocou-a-perfeicao/>

- “JOSÉ PEQUENO: FOI UM JOGO DIFÍCIL, MUITO TÁTICO, ONDE SE LUTOU MUITO”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-foi-um-jogo-dificil-muito-tatico-onde-se-lutou-muito/>

- “JOSÉ PEQUENO: É UMA VITÓRIA DO QUERER, DA RAÇA E DA DETERMINAÇÃO DESTE PLANTEL”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-e-uma-vitoria-do-querer-da-raca-e-da-determinacao-deste-plantel/>

- “JOSÉ PEQUENO: “CONSEGUIMOS O NOSSO OBJETIVO QUE ERA SOMAR OS TRÊS PONTOS”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-conseguimos-o-nosso-objetivo-que-era-somar-os-tres-pontos/>

- “JOSÉ PEQUENO: É UM JOGO QUE ACABA POR SER BASTANTE CRUEL PARA A NOSSA EQUIPA”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-e-um-jogo-que-acaba-por-ser-bastante-cruel-para-a-nossa-equipa/>

- “JOSÉ PEQUENO: “OS JOGADORES PERCEBERAM QUE SÓ HÁ UM CAMINHO E É ESTE””



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-os-jogadores-perceberam-so-ha-um-caminho/>

- “JOSÉ PEQUENO: “FOMOS SUPERIORES, CONFORME OS NÚMEROS TRADUZEM””



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-fomos-superiores-conforme-os-numeros-traduzem/>

- “JOSÉ PEQUENO: “FOI UM JOGO ONDE PODÍAMOS E DEVÍAMOS TER SAÍDO COM A VITÓRIA””



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-foi-um-jogo-onde-podiamos-e-deviamos-ter-saído-com-a-vitoria/>

- “JOSÉ PEQUENO: “RESTAM-NOS AGORA SEIS JOGOS NO CAMPEONATO E TEMOS DE FAZER O NOSSO MELHOR””



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-restam-nos-agora-seis-jogos-no-campeonato-e-temos-de-fazer-o-nosso-melhor/>

- “JOSÉ PEQUENO: “VAMOS ACREDITAR ATÉ AO FIM E COLOCAR PRESSÃO AO NOSSO ADVERSÁRIO”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-vamos-acreditar-ate-ao-fim-e-colocar-pressao-ao-nosso-adversario/>

- “JOSÉ PEQUENO: “FOI UMA BOA VITÓRIA, PENSO QUE SOMOS UNS JUSTOS VENCEDORES”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-foi-uma-boa-vitoria-penso-que-somos-uns-justos-vencedores/>

- “JOSÉ PEQUENO: “VER ESTA MASSA HUMANA FOI O PRÉMIO QUE LEVAMOS HOJE DAQUI.”



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-ver-esta-massa-humana-foi-o-premio-que-levamos-hoje-daqui/>

- “JOSÉ PEQUENO: “O SPORT CLUBE VIANENSE NÃO FOI CAMPEÃO, MAS OS MEUS JOGADORES SÃO VERDADEIROS CAMPEÕES.””



Disponível em <https://scvianense.pt/jose-pequeno-o-sport-clube-vianense-nao-foi-campeao-mas-os-meus-jogadores-sao-verdadeiros-campeoes/>

Apêndice V – Reportagens

- Reportagem “Jogos da Academia”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1850792834935602/>

- Reportagem “Golos do jogo SC Vianense x Ponte da Barca”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1866837536664465/>

- Reportagem “Golos do jogo SC Vianense x Vila Franca”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1874746679206884/>

- Reportagem “Projeto Escolas – EB Avenida”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1888960427785509/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Cerveira”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1889981751016710/>

- Reportagem “Golos Valenciano x SC Vianense”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1912836425397909>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Courense”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1919984558016429/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Neves”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1928092313872320/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Limianos”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1952149304799954/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Campos”



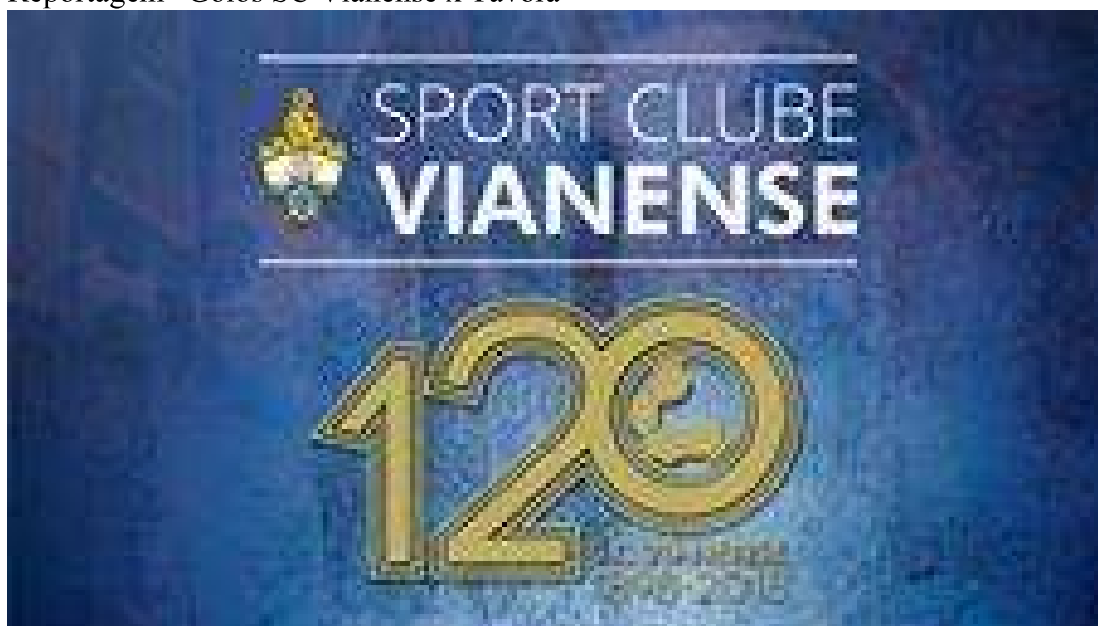
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1968370196511198/>

- Reportagem “Solinca e os 120 anos do Vianense”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2009452369069647/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Távora”



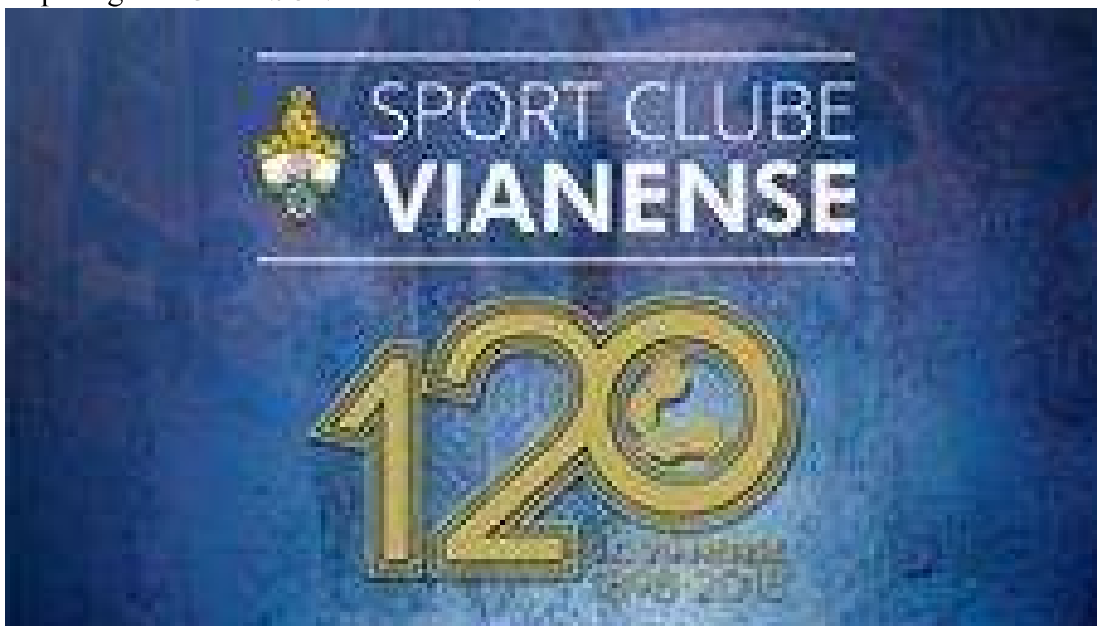
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2017519288262955/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Ponte da Barca”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2033233306691553/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Valenciano”



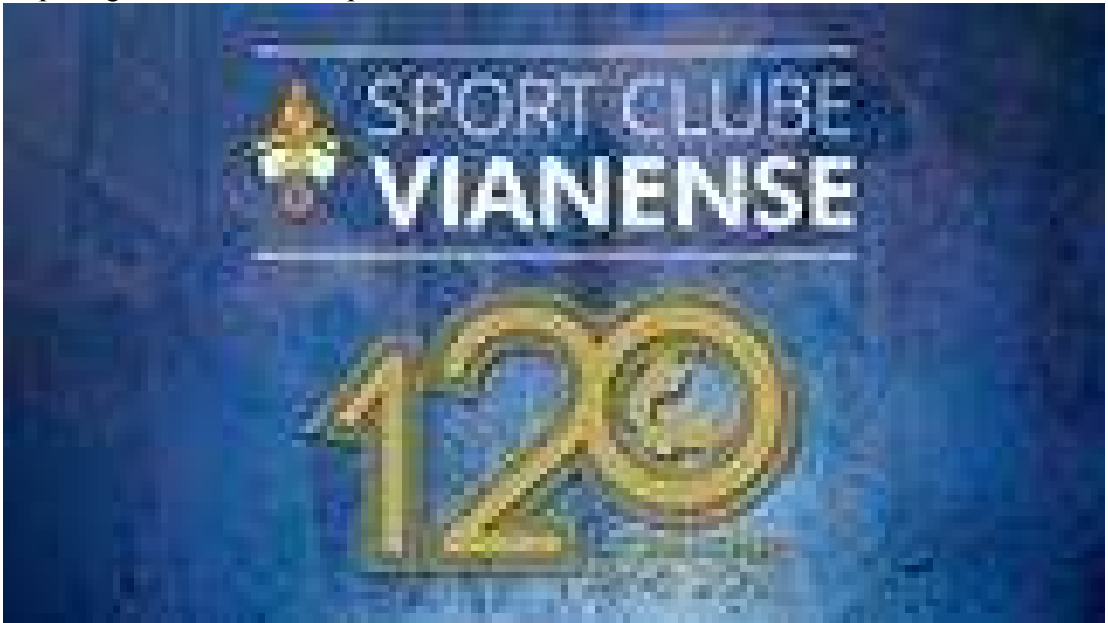
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2048239595190924/>

- Reportagem “Golos SC Vianense x Courense



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2056800697668147/>

- Reportagem “Vianense Cup 2018”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2130992620248954/>

Apêndice VI – Entrevistas

- Rubrica “Na nossa casa” com Martins Ogbodo



Preciso de experimentar outros sítios, como este.
Porque o futebol não é apenas num sítio.

Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1843484245666461>

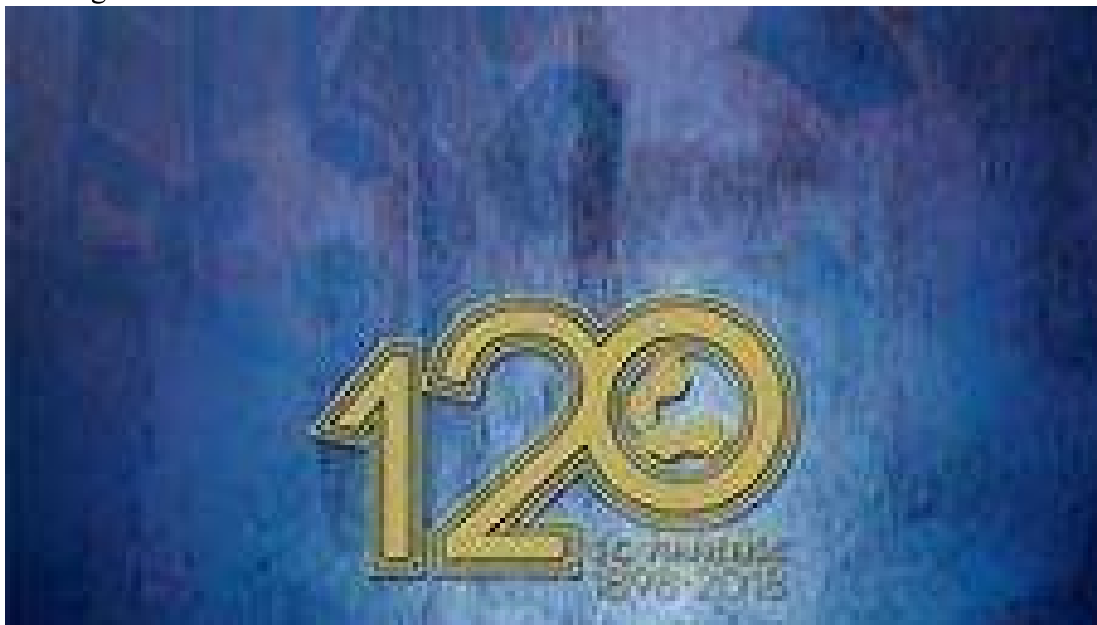
Apêndice VII – *Making of* Anúncio de Natal



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1898191860195699/>

Apêndice VIII – Mensagens de Aniversário

- Mensagem do Presidente da C.M. Viana do Castelo



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1985668648114686/>

- Mensagem dos Petizes



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1986106264737591/>

- Mensagem dos Traquinas



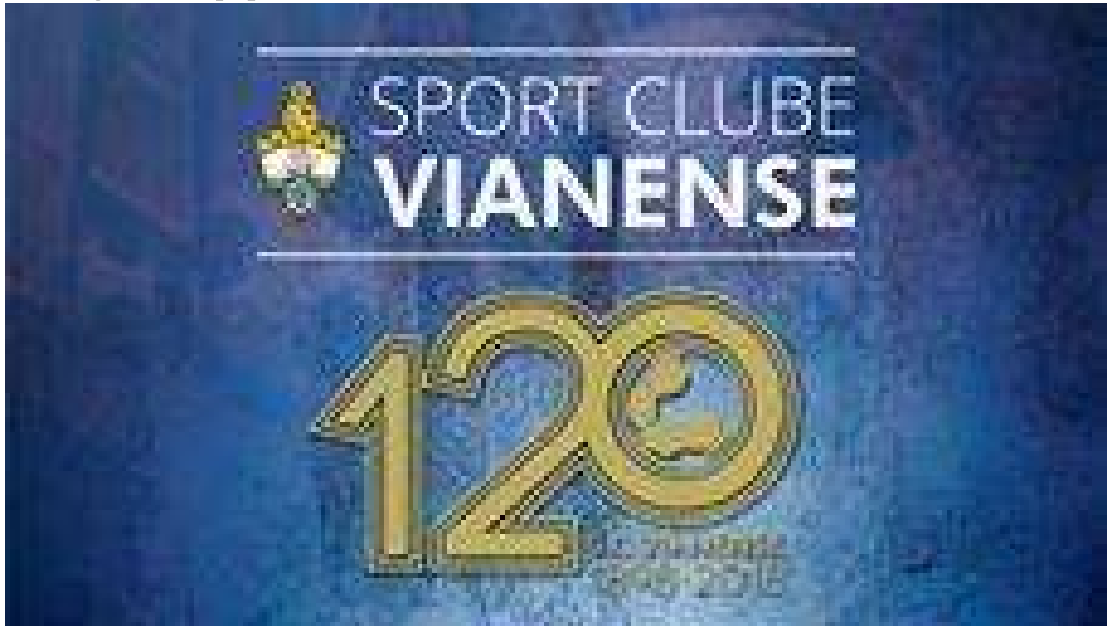
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1987020801312804/>

- Mensagem do presidente AFVC



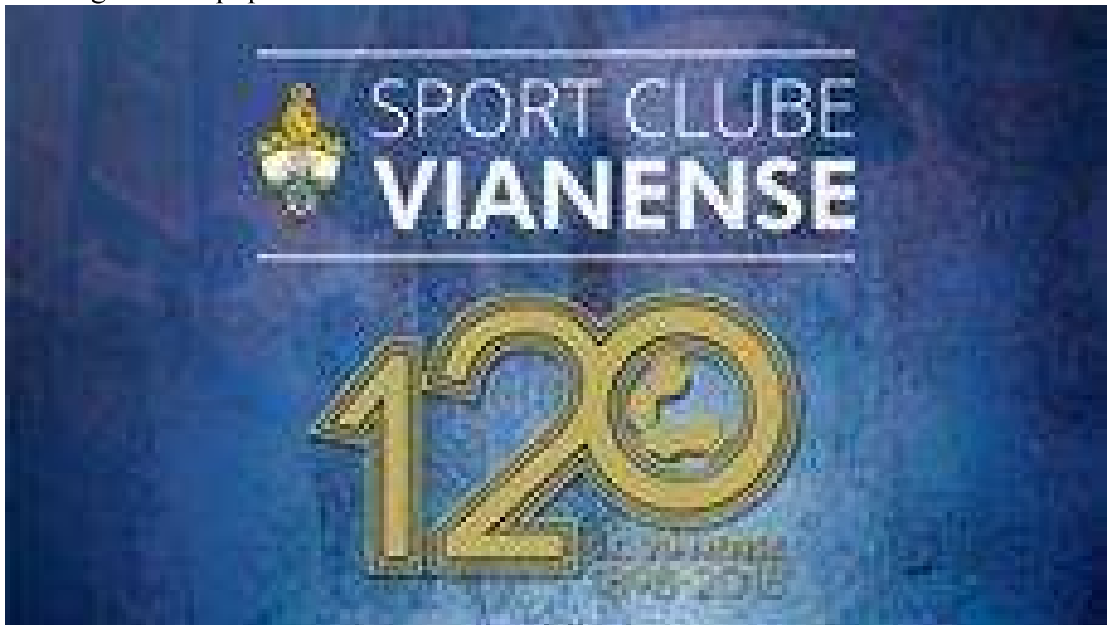
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1988080827873468/>

- Mensagem da equipa Sub-10



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1988704544477763/>

- Mensagem da equipa Sub-11



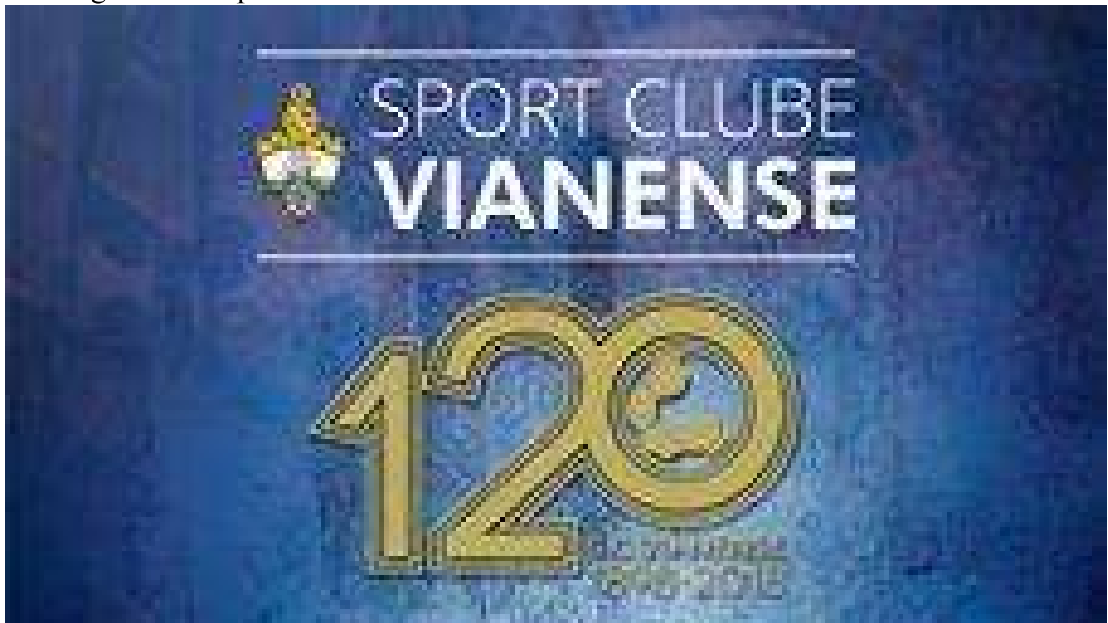
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1989437967737754/>

- Mensagem do Ministro da Educação



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1989860317695519/>

- Mensagem do Bispo da Diocese de Viana de Castelo



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1991700747511476/>

- Mensagem dos Infantis



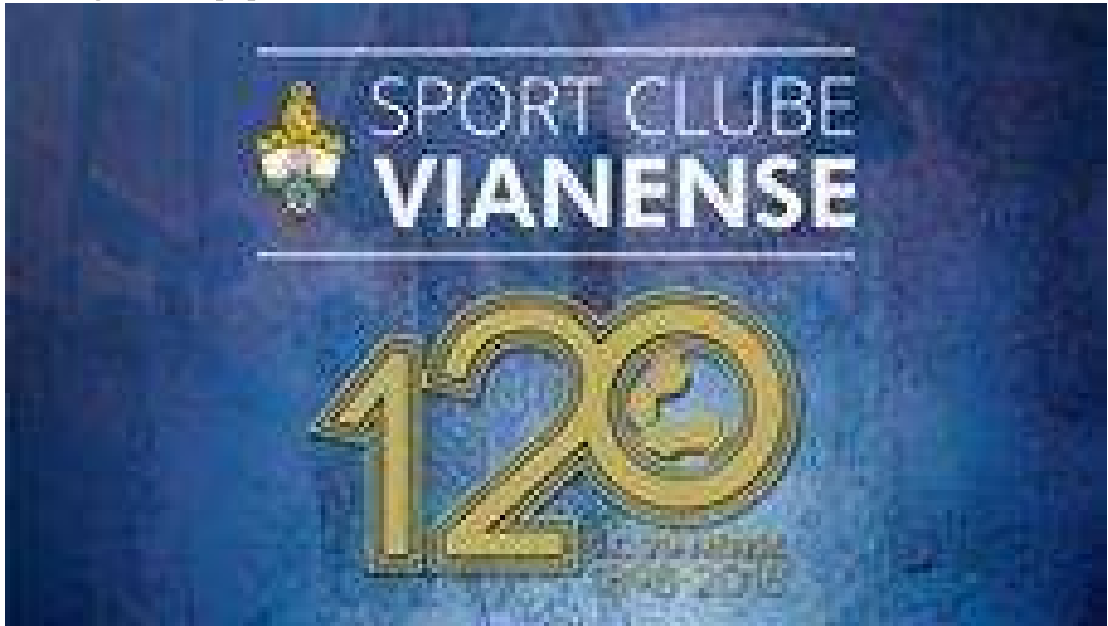
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1991704620844422/>

- Mensagem de Jorge Delgado



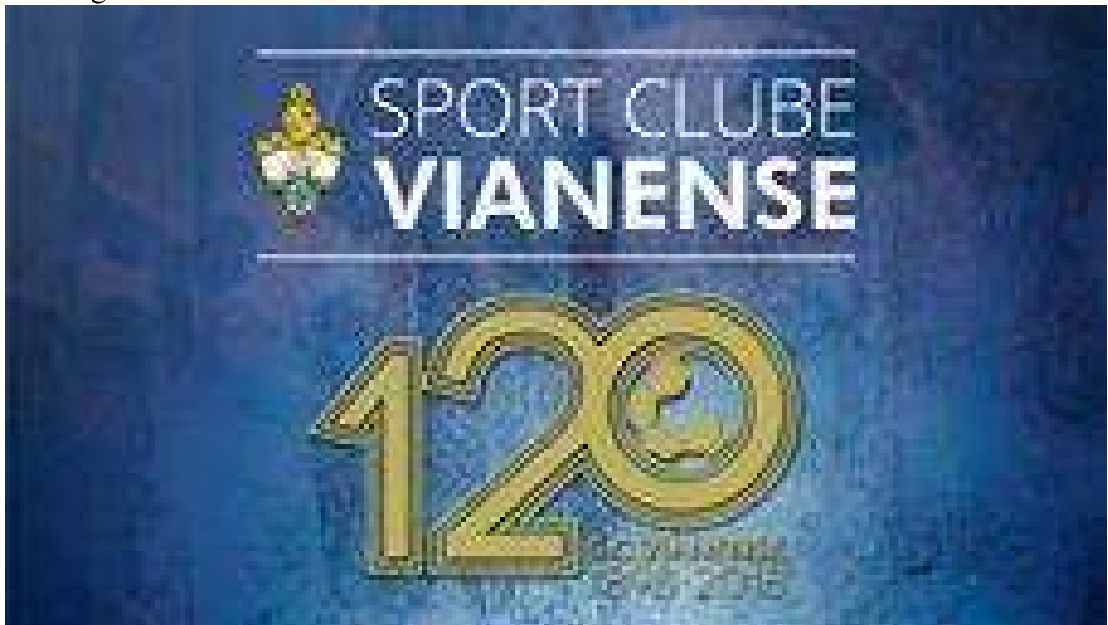
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1992835704064647/>

- Mensagem da equipa Sub-14



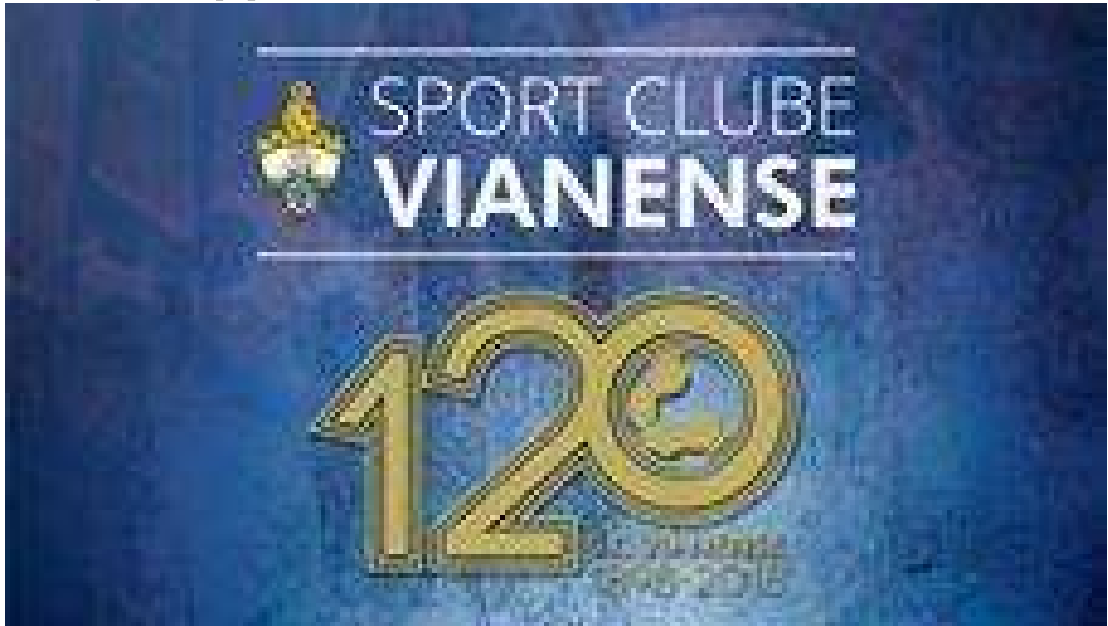
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1993382967343254/>

- Mensagem de Rui Sousa



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1994042583943959/>

- Mensagem da equipa Sub-15



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1994541317227419/>

- Mensagem da equipa Sub-16



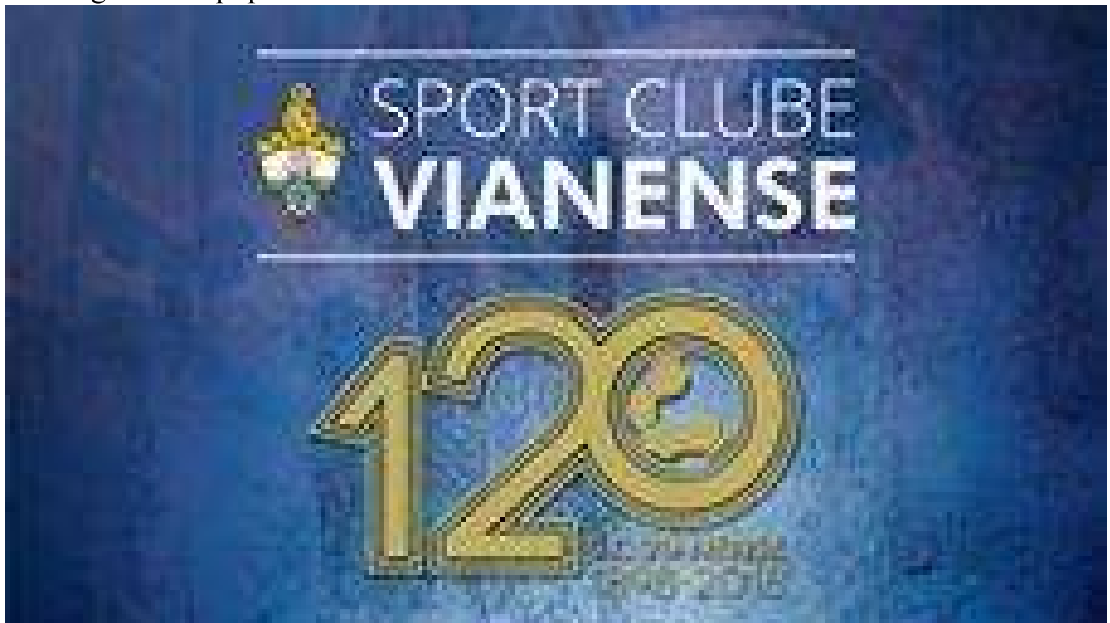
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1995128143835403/>

- Mensagem do grupo Sons do Minho



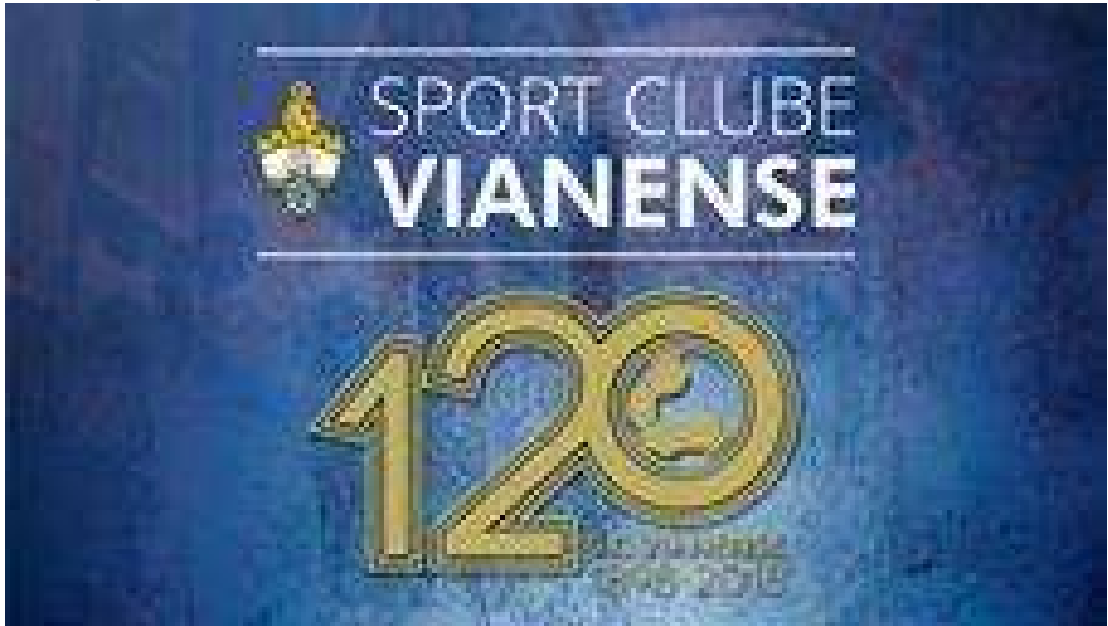
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1995568003791417/>

- Mensagem da equipa Sub-17



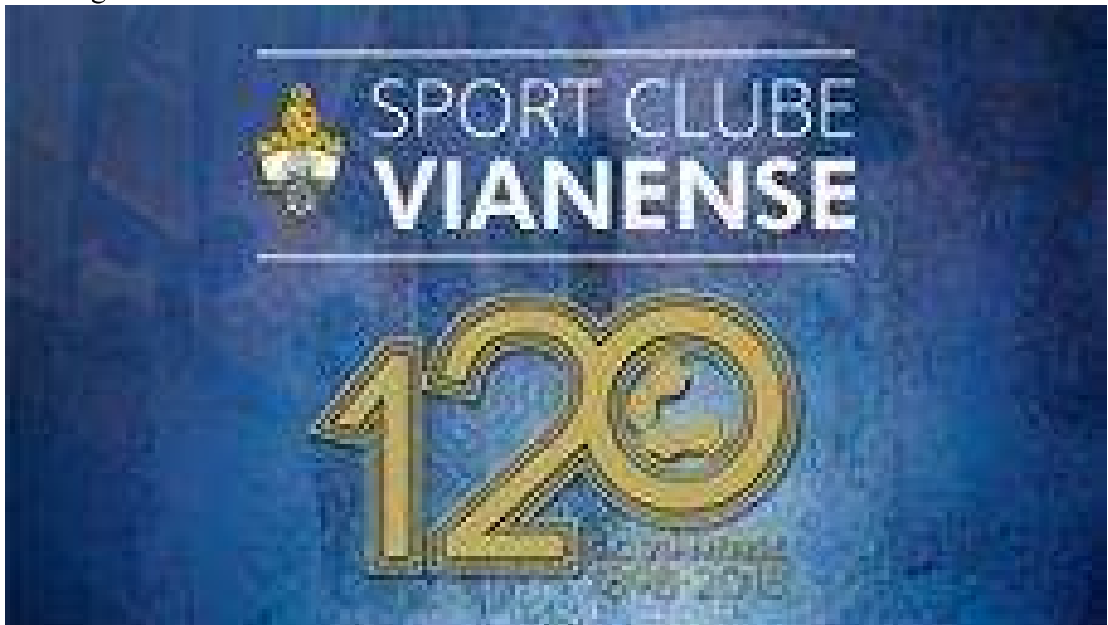
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1996393707042180/>

- Mensagem de Pedro Neto



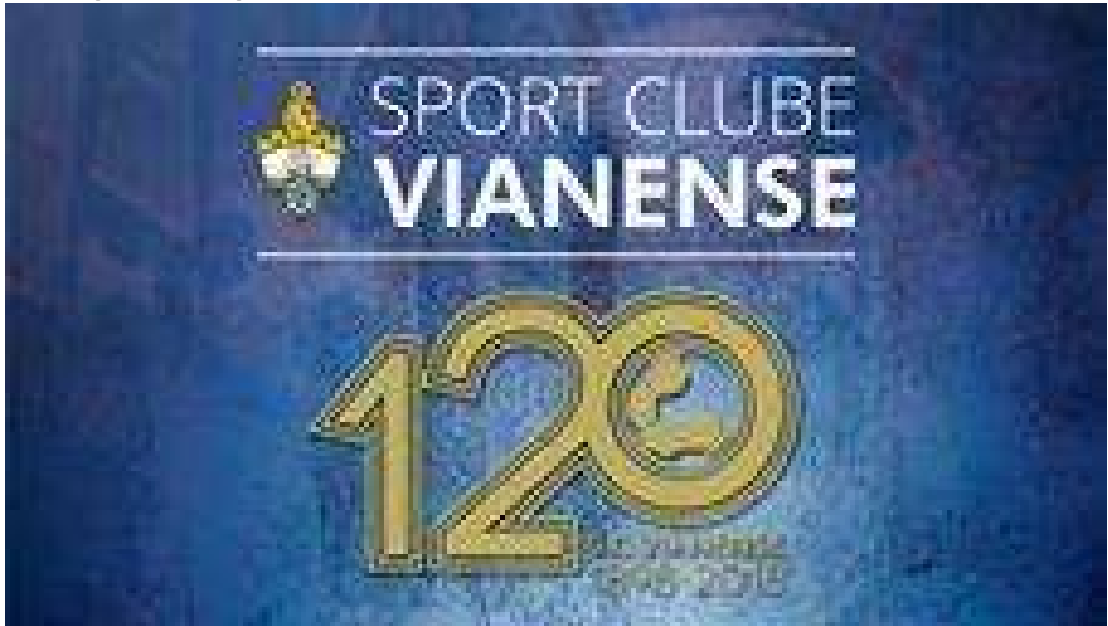
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1996849413663276/>

- Mensagem dos Juniores



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1997516620263222/>

- Mensagem de Jorge Mendes



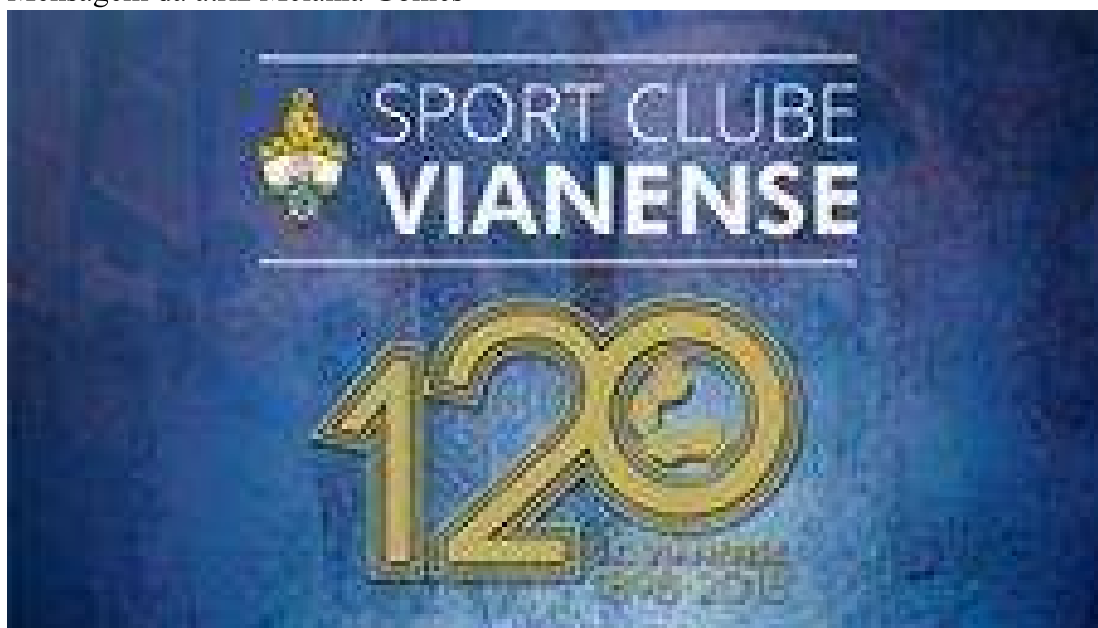
Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1998016966879854/>

- Mensagem do cantor Augusto Canário



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2000241223324095/>

- Mensagem da atriz Melânia Gomes



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2029583147056569/>

Apêndice IX – Documentários

- Vídeo de homenagem ao Dr. José de Matos



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/2063499733664910/>

Apêndice X – Vídeo motivacional

Disponível no CD

Apêndice XI – Apelos

- “Apelo de José Pequeno aos adeptos”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1886816757999876/>

- “Apelo dos jogadores aos adeptos”



Disponível em <https://www.facebook.com/SCVianense/videos/1922192111129007/>

Apêndice XII – Press releases

- “Sport Clube Vianense e Instituto Politécnico de Viana do Castelo organizam Colóquio REPENSAR O CLUBE DO SEC. XXI: POLÍTICAS, REALIDADES E PERSPETIVAS”



SPORT CLUBE
VIANENSE



Sport Clube Vianense e Instituto Politécnico de Viana do Castelo organizam Colóquio REPENSAR O CLUBE DO SEC. XXI: POLÍTICAS, REALIDADES E PERSPETIVAS

No âmbito das comemorações do 120º aniversário do Sport Clube Vianense, o Clube em conjunto com a Escola Superior de Desporto e Lazer do IPVC, organizam o Colóquio “REPENSAR O CLUBE DO SEC. XXI: POLÍTICAS, REALIDADES E PERSPETIVAS”, que ocorrerá no **Auditório dos Serviços Centrais do IPVC**, e será dividido em duas sessões, com 2 painéis de intervenientes distintos.

Assim, na próxima 2ª feira, dia 16 de Abril, pelas 21h00, os palestrantes serão:

- **José Maria Costa**, Presidente da Câmara Municipal de Viana do Castelo
- **Álvaro Braga Júnior**, Presidente do Conselho de Administração da Boavista Futebol Clube - Futebol SAD
- **João Paulo Vieito**, Diretor da Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Viana do Castelo
- **Joana Carvalho**, Gestora de Comunidade Dinamo10

Na sessão do dia 23 de Abril, no mesmo horário e local, o painel será constituído por:

- **João Carlos Costa**, Treinador Assistente da Seleção A da Federação Portuguesa de Futebol
- **André Seabra**, Diretor da Federação Portuguesa de Futebol
- **Fernando Parente**, Assessor do Comité Executivo da Federação Internacional do Desporto Universitário
- **Vítor Pataco**, Vice-Presidente do Conselho Diretivo do Instituto Português do Desporto e Juventude, I.P

A entrada é livre e, para os interessados, tem creditação de 1,2 créditos na componente geral.

Viana do Castelo, 10 de Abril de 2018

Departamento de Comunicação e Imagem

Sport Clube Vianense

www.scvianense.pt



- “Sport Clube Vianense organiza Gala dos 120 anos no Centro Cultural de Viana do Castelo”



SPORT CLUBE
VIANENSE



Sport Clube Vianense organiza Gala dos 120 anos no Centro Cultural de Viana do Castelo

No âmbito das comemorações do 120º aniversário do Sport Clube Vianense, o Clube vai comemorar a efeméride no Centro Cultural de Viana do Castelo, no próximo dia 12 de maio, a partir das 19h30.

Num espetáculo em que se prevê a presença de muitos Vianenses, o **jantar** será acompanhado pelas atuações da **Escola de Música de Perre**, que apresentará e interpretará um novo arranjo musical do hino do Clube, da **Secção de Danças de Salão do SC Vianense**, do Grupo de **Cantadeiras do Vale do Neiva** e, ainda, da fadista **Elsa Gomes**.

Para além destes momentos musicais, os Sócios do Clube com **25 e 50 anos de filiação**, serão agraciados com emblemas de prata e ouro, respetivamente. Será ainda prestada homenagem a uma figura incontornável da história do Sport Clube Vianense: o **Dr. José de Matos**.

As inscrições são limitadas e os bilhetes já se encontram à venda na Sede e Loja do Clube, com o custo de 25€ e 12,50€ para crianças até aos 10 anos.

Com a organização desta Gala, o Sport Clube Vianense pretende assinalar os 120 anos de história do Clube da Cidade, proporcionando um espetáculo cultural que, dado o seu conteúdo, ficará certamente na memória de todos aqueles que estiverem presentes no evento.

Viana do Castelo, 23 de abril de 2018

Departamento de Comunicação e Imagem

Sport Clube Vianense

www.scvianense.pt



- “SC Vianense oferece cartão de sócio a recém-nascidos”



SC Vianense oferece cartão de sócio a recém-nascidos

O Sport Clube Vianense completa 120 anos de história já no próximo dia 13 de março e, para celebrar, o clube centenário vai receber da melhor forma os bebés que nascerem entre os dias 12 e 16 de março.

Associando-se à Maternidade do Hospital de Viana do Castelo, que comemora 50 anos de existência, o SC Vianense vai oferecer um cartão de sócio e uma lembrança a todos os recém-nascidos que partilhem a semana de aniversário com o Vianense. Uma oferta simbólica, que tem como objetivo aproximar os vianenses do clube. A primeira entrega será realizada no dia 13, pelas 18 horas, e contará com a presença do presidente Rui Pedro Silva e do vice-presidente Miguel Passos Silva.

Esta é apenas uma das várias atividades planeadas para o mês de março, com o objetivo de festejar aquela que é uma marca importante para um dos clubes mais antigos tanto a nível nacional, como internacional.

Viana do Castelo, 08 de março de 2018

Departamento de Comunicação e Imagem

Sport Clube Vianense

www.scvianense.pt



- “Equipas SC Vianense desfilam em dia de jogo “



Equipas do SC Vianense desfilam em dia de jogo

Durante o mês de março, o Sport Clube Vianense, que completou 120 anos no passado dia 13, vai celebrar este feito histórico com várias atividades e homenagear algumas das figuras que marcaram o clube.

Neste sentido, no próximo domingo, dia 18, pelas 10 horas, será feita uma deslocação ao cemitério de Viana do Castelo para prestar homenagem aos atletas, dirigentes e sócios falecidos.

É também no domingo, às 15 horas, que a equipa sénior regressa ao Estádio Dr. José de Matos, para defrontar o U.D. Lanheses, em jogo a contar para a 23ª jornada do Campeonato Distrital da AFVC. Este será um encontro especial pois vão ser mais do que três as equipas a entrar em campo. Ao intervalo, todos os atletas do SC Vianense irão desfilarem num Flash Mob preparado em conjunto com o Solinca de Viana do Castelo. Uma atividade habitual que este ano fica marcada pela originalidade.

Estas são mais duas das atividades programadas para o mês de março e o Vianense convida todos os sócios e simpatizantes do clube a participarem nestas celebrações de uma marca histórica para o clube da cidade.

Viana do Castelo, 16 de março de 2018

Departamento de Comunicação e Imagem

Sport Clube Vianense

- “SC Vianense e Methamorphys celebram parceria”



SC Vianense e Methamorphys celebram parceria

Ciente das suas responsabilidades sociais, o Sport Clube Vianense celebrou um acordo de parceria com a Methamorphys – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Humano, de Viana do Castelo, com o objetivo de contribuir para a inserção social e solidificação do novo projeto de vida dos utentes do Casulo Abrigo.

Fundada em 2008, a Methamorphys tem como um dos principais focos “abrigar, acompanhar e reintegrar social e profissionalmente aqueles que por razões diversas se encontram “sem abrigo””. Até à data, contribuíram para que mais de 100 pessoas conseguissem ter um teto, fator que demonstra o trabalho exemplar que tem vindo a ser desenvolvido e a importância da associação na comunidade.

Com este protocolo, o SC Vianense permitirá a locação de utentes no Clube em regime de voluntariado, proporcionando-lhes novas realidades e experiências, quer através de eventuais oportunidades de trabalho, quer com a presença em eventos, desportivos ou não, organizados pelo Clube.

Com 120 anos de forte componente social, o Sport Clube Vianense consolida, desta forma, a sua presença na sociedade, com uma participação efetiva num projeto que tem como finalidade melhorar a vida daqueles que nada têm.

Viana do Castelo, 05 de junho de 2018

Departamento de Comunicação e Imagem

Sport Clube Vianense

Apêndice XIII – Suplemento Jornal Alto Minho

Disponível no CD

Apêndice XIV – Crónicas de jogo – Jornal A Aurora do Lima

- Jogo SC Vianense x Távora

Chuva de golos na vitória do Vianense sobre o Távora

Equipa de José Pequeno mantém-se a um ponto do líder Limianos

O Sport Clube Vianense recebeu o CRC Távora, no passado domingo, no Dr. José de Matos, em jogo a contar para a 25ª Jornada da 1ª divisão do Campeonato Distrital da AFVC. O mau tempo não foi impedimento para a equipa da casa, que venceu o encontro por 6-0.

Os vianenses entraram mais fortes na partida e, logo aos 4 minutos, Leandro inaugurou o marcador, após passe de calcanhar de Cristiano. A primeira oportunidade de golo para o Távora surgiu apenas à meia hora de jogo. Os visitantes tentaram a sorte, de livre direto, mas sem sucesso. Com o encontro mais equilibrado, acabou por ser Brás a fazer o 2-0 que permitiu à equipa ir para intervalo com um resultado mais confortável.

No início da segunda parte, o Távora fez alterações na equipa, contudo foi o Vianense quem voltou a entrar mais forte. Aos 56 minutos, num remate de longa distância, que acabou por surpreender o guarda-redes adversário, Ruca aumentou o marcador. Dois minutos depois, voltou a fazer o gosto ao pé e concretizou o 4-0 bisando na partida. O 5-0 chegou aos 65 minutos quando, após marcação de um canto, Diogo Brito finalizou de cabeça.

Aproveitando o resultado já alargado, o treinador fez descansar alguns dos habituais titulares e deu oportunidade a Salé, Martins e Angel de somarem mais minutos de jogo. O nigeriano acabou mesmo por marcar e fixar, a 20 minutos dos 90, o resultado final.

O SC Vianense soma, assim, mais três pontos e mantém-se na luta pelo primeiro lugar, ocupado actualmente pelo Limianos. No próximo jogo desloca-se à Correlhã, naquela que será mais uma final para a equipa de José Pequeno, cujo objetivo principal passa pela subida ao Campeonato de Portugal.

Flávia Silva

- Jogo Correlhã x SC Vianense

Vianense vence Correlhã e mantém pressão no líder

A quatro jogos do final do campeonato o Sport Clube Vianense está a um ponto do primeiro classificado

Na visita ao terreno da Correlhã o SC Vianense não desperdiçou a oportunidade de se manter na luta pelo primeiro lugar e venceu, por 2-0, a equipa da casa, na 26ª jornada da 1ª divisão do Campeonato Distrital da AFVC.

Os golos surgiram na primeira parte, ambos de bola parada. Diogo Brito inaugurou o marcador, já depois da meia hora de jogo, e o capitão Israel, aos 38 minutos, fez o resultado final, que permitiu à equipa ir para intervalo mais confortável.

Na segunda metade do encontro a Correlhã obrigou o Vianense a defender o resultado, controlando o jogo, mas sem conseguir chegar ao golo.

A equipa de José Pequeno continua, assim, a um ponto do líder Limianos. Já no próximo domingo, recebe, no Dr. José de Matos, o Ponte da Barca, naquela que será mais uma final importante para os objetivos da equipa.

Flávia Silva

- Jogo Cerveira x SC Vianense

SC Vianense vence Cerveira e adia decisão do título

Num domingo de grandes confrontos, o Sport Clube Vianense visitou o Cerveira e venceu o encontro da 28ª Jornada da 1ª divisão do Campeonato Distrital da AFVC, por duas bolas a zero somando três pontos importantes na luta pelo primeiro lugar.

Num jogo bastante equilibrado, a ansiedade começou por tomar conta dos visitantes que até entraram melhor no encontro, mas as constantes perdas de bola permitiram ao Cerveira criar perigo para a baliza de Vítor. Contudo, a equipa de José Pequeno organizou-se e, aos 35 minutos de jogo Hélder, de cabeça, fez o 1-0, após livre cobrado por Fábio. A vantagem deixou o grupo mais tranquilo, que acabou por ir para intervalo a vencer pela margem mínima.

Motivados pelo resultado, os azuis e brancos entraram mais pressionantes na segunda metade da partida e, à passagem do minuto 60, Leandro fixou o resultado final. As oportunidades continuaram a surgir para ambos os lados, mas o SC Vianense controlou as investidas do adversário e segurou os três pontos.

Com a vitória do Vianense e do Limianos, que venceu o Neves por 3-1, as duas equipas mantêm-se separadas por um ponto e o primeiro lugar está ainda em aberto, a duas jornadas do final do campeonato. Na próxima jornada, o Dr. José de Matos será palco de mais um encontro importante, desta vez com o Valenciano.

Flávia Silva

- Jogo SC Vianense x Valenciano

SC Vianense vence e leva decisão do título para a última jornada

Na penúltima Jornada da 1ª divisão do Campeonato Distrital da AFVC o Sport Clube Vianense somou mais três pontos frente ao Valenciano (1-0), no Dr. José de Matos. A consagração do campeão 2017/2018 fica, assim, adiada para a última jornada, uma vez que o Limianos também venceu, e as duas equipas mantêm-se separadas por apenas um ponto.

Sem nenhuma surpresa no onze inicial, a equipa de José Pequeno entrou nervosa, mas acabou por criar mais oportunidades de golo, numa primeira parte equilibrada. A vantagem chegou em cima do minuto 45: Martins cruzou para Cristiano que entregou, de cabeça, a Leandro. Sem dificuldades, o médio rodou e rematou concretizando o único golo da partida.

No segundo tempo, o Valenciano, que lutava para fugir à zona de despromoção, criou mais perigo para a baliza de Vítor, obrigando o Vianense a recuar as linhas para defender o resultado. A equipa da casa ainda teve várias oportunidades para aumentar o marcador, mas foram os visitantes quem mais vezes se aproximaram da igualdade.

Na 30ª e última jornada, o SC Vianense precisa de ganhar em Paredes de Coura e esperar que o Limianos perca pontos em casa do Vitorino de Piães, para conseguir sagra-se campeão e subir de divisão.

Flávia Silva