



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Ana Rita Marques Pereira

Dezembro | 2013

Ficha de Identificação

Discente: Ana Rita Marques Pereira

Número: 5007299

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda

Grau: Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Professor Orientador: Mestre Handerson Webber Aguiar Engrácio

Instituição de Estágio: Sport Lisboa e Benfica

Supervisor na Organização: Dra. Ana Paula da Silva Godinho

Morada: Av. General Norton de Matos, 1500-313 Lisboa – Portugal

Telefone: (+351) 21 721 95 00

Fax: (+351) 21 721 95 46

Site: www.slbenfica.pt

E-mail: sec.geral@slbenfica.pt

Início do Estágio: 8 de julho de 2013

Conclusão do Estágio: 8 de outubro de 2013

Dedicatória

Aos meus pais.

Ao meu namorado.

A toda a minha família.

Agradecimentos

Ao Instituto Politécnico da Guarda, em particular à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, todas as suas estruturas e professores.

Ao meu orientador de estágio, Professor Handerson Engrácio, por toda a ajuda, acompanhamento e disponibilidade.

Ao Sport Lisboa e Benfica que me acolheu como sua estagiária e a todos os colaboradores que de alguma maneira facilitaram a minha aprendizagem nesta grandiosa organização, em especial à Dra. Ana Paula Godinho.

Um especial agradecimento aos meus pais, ninguém o merece mais do que eles, pelo esforço e pelo apoio incondicional.

Ao meu namorado e à sua família, foram sempre um grande apoio.

À minha família, em especial, à Tia Ilda, à Prima Joana, ao Avô Joaquim, ao Tio Zé e à Tia São, à Tia Fernanda e ao Tio Carlos, à Tia Sandra, ao Tio Mário, ao Primos, Rúben, Marcelo, Jéssica, Maurício e Tiago.

Às amigas que fiz na Guarda, Cátia e Palmira.

*"Ser benfiquista
é ter na alma
A chama imensa
Que nos conquista
E leva à palma
A luz intensa
Do Sol que lá no céu
Risonho vem beijar
Com orgulho muito seu
As camisolas berrantes
Que nos campos a vibrar
São papoilas saltitantes."¹*

¹ Paulino Gomes Júnior, 1954
Fonte: Sport Lisboa e Benfica

Resumo

Este relatório de estágio reflete o meu trabalho durante três meses de estágio curricular, na Direção de Eventos do Sport Lisboa e Benfica, incluído como elemento obrigatório para o término da Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas.

O relatório está dividido em dois capítulos, o primeiro que apresenta uma contextualização da organização, o Sport Lisboa e Benfica e o segundo onde se descreve o trabalho desenvolvido no estágio, dando a conhecer o departamento em que estive inserida – a Direção de Eventos e também descrevendo as actividades desenvolvidas ao longo do estágio.

Este relatório termina com uma reflexão final de todo o trabalho desenvolvido na organização e com algumas considerações sobre toda a aprendizagem.

Palavras-chave: Sport Lisboa e Benfica; Direção de Eventos; Visitas ao Estádio.

Índice Geral

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I: A ORGANIZAÇÃO – SPORT LISBOA E BENFICA	3
1.1. IDENTIFICAÇÃO	4
1.2. HISTÓRIA.....	7
1.3. MISSÃO E VALORES	9
1.4. ESTRUTURA FÍSICA.....	12
1.5. IDENTIDADE VISUAL.....	14
1.5.1. Nome.....	14
1.5.2. A identidade gráfica	15
1.5.3. Slogan.....	16
1.6. POLÍTICA COMUNICACIONAL.....	17
1.6.1. Comunicação Interna	18
1.6.2. Comunicação Externa	20
1.7. ANÁLISE SWOT.....	26
1.7.1. Pontos Fortes	27
1.7.2. Pontos Fracos.....	28
1.7.3. Oportunidades.....	28
1.7.4. Ameaças.....	29
CAPÍTULO II: O ESTÁGIO	30
2.1. PLANO DE ESTÁGIO	31
2.2. DIREÇÃO DE EVENTOS	32
2.3. CRONOGRAMAS.....	34
2.4. TAREFAS DESENVOLVIDAS.....	37
2.4.1. Acompanhamento de Jogos de Futebol.....	37
2.4.2. Atualização de Bases de Dados.....	37
2.4.3. Conhecer Áreas do Clube.....	38
2.4.4. Contactos Telefónicos	39
2.4.5. Elaboração de Actividades para Dias Temáticos	40
2.4.6. Organização de Eventos.....	40
2.4.7. Visitas Guiadas ao Estádio.....	41
REFLEXÃO FINAL	44
BIBLIOGRAFIA.....	46

Índice de Figuras

FIGURA 1: MAPA-MUNDO COM INDICAÇÃO DE LISBOA	4
FIGURA 2: MAPA DA ÁREA METROPOLITANA DE LISBOA.....	5
FIGURA 3: MAPA DO ESTÁDIO DO SLB	5
FIGURA 4: PALMARÉS DE FUTEBOL DO SLB	6
FIGURA 5: FUNDADORES DO SLB	7
FIGURA 6: MISSÃO DO SLB.....	10
FIGURA 7: LOGÓTIPO SLB.....	15
FIGURA 8: EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO IDENTIDADE GRÁFICA DO SLB.....	16
FIGURA 9: <i>SLOGAN</i> TEMPORÁRIO NUMA PAREDE DO ESTÁDIO DO SLB	17
FIGURA 10: REVISTA MÍSTICA	21
FIGURA 11: REVISTA MÍSTICA	21
FIGURA 12: <i>SITE</i> INSTITUCIONAL.....	22
FIGURA 13: FACEBOOK SLB	22
FIGURA 14: <i>EMAILING</i> SLB.....	23
FIGURA 15: <i>NEWSLETTER</i> SLB	23
FIGURA 16: LINHA DIGITAL NO ESTÁDIO DO SLB	24
FIGURA 17: <i>MEGASCREEN</i> DO ESTÁDIO DO SLB	24
FIGURA 18: IDENTIDADE GRÁFICA DO BENFICA <i>CORPORATE CLUB</i>	25
FIGURA 19: ORGANOGRAMA DA DIREÇÃO DE EVENTOS	33

Índice de Tabelas

TABELA 1: SERVIÇOS QUE CONSTITUEM O ESTÁDIO DO SLB.....	14
TABELA 2: ANÁLISE SWOT	26
TABELA 3: CRONOGRAMA DO MÊS DE JULHO	34
TABELA 4: CRONOGRAMA DO MÊS DE AGOSTO	35
TABELA 5: CRONOGRAMA DO MÊS DE SETEMBRO	36
TABELA 6: CRONOGRAMA DO MÊS DE OUTUBRO.....	36
TABELA 7: VISITAS AO ESTÁDIO EM NÚMEROS.....	42

Lista de Siglas e Acrónimos

ACIDI: Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural

CERS: Competição Europeia de Clubes de Hóquei em Patins

EDP: Energias de Portugal

FIFA: *Fédération Internationale de Football Association*

GESP: Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais

INATEL: Instituto Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres

SAD: Sociedade Anónima Desportiva

SGPS: Sociedade Gestora de Participações Sociais

SLB: Sport Lisboa e Benfica

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

UEFA: *Union of European Football Associations*

Glossário

Book: “Álbum onde são expostos desenhos, fotos, resumos de trabalhos de determinado profissional (manequim, modelo, desenhista, fotógrafo), para serem apresentados a pessoas ou empresas interessadas em contratá-lo.”²

Feedback: “O mesmo que comunicação de retorno. Transmissão da reacção do receptor comunicacional de volta ao emissor. Resultado ou resposta obtida após concluída a recepção da comunicação” (Fonseca, 1999: 88).

Newsletter: “Boletim informativo, contendo notícias ou mensagens de interesse especial para um público restrito. Carta-circular de uma empresa para informar (...) a respeito de novos serviços, produtos, tecnologias, segurança no trabalho, qualquer acontecimento importante, etc.” (Fonseca, 1999: 150).

² **Fonte:** <http://aulete.uol.com.br/book#ixzz2mhdXp4c1> - consultado em 15 de novembro de 2013



Introdução

A realização do relatório de estágio efetua-se no âmbito da conclusão da Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas decorrida na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

Este documento será uma descrição do meu estágio curricular na Direção de Eventos do Sport Lisboa e Benfica (SLB). A escolha deste departamento vem no seguimento da minha preferência pelas Relações Públicas e particularmente pela Organização de Eventos. Sendo eu uma adepta do Sport Lisboa e Benfica, a tarefa de realizar relações públicas e organização de eventos nesta organização adivinhava-se bastante aliciante.

O relatório de estágio está dividido em dois capítulos, o primeiro aborda a análise da organização – o Sport Lisboa e Benfica, e o segundo capítulo é uma descrição do estágio e das tarefas nele realizadas.

O primeiro capítulo faz inicialmente a identificação da organização e seguidamente mostra uma breve história. A missão e valores do clube são outro constituinte deste capítulo, assim como a estrutura física. Seguidamente é desenvolvida a identidade visual incluindo o nome, o *slogan* e o logótipo. De seguida, a política comunicacional em que se desenvolve a comunicação interna e externa. Por fim é apresentada a análise SWOT, onde são identificados os pontos fortes e fracos e as oportunidades e ameaças relativamente à organização.

O segundo capítulo é dedicado ao estágio. Apresenta-se o plano de estágio (Anexo I), a que se segue a Direção de Eventos, sendo este o departamento que me acolheu para o estágio curricular. São mostrados os vários cronogramas das tarefas desenvolvidas ao longo do estágio e por fim vem uma descrição pormenorizada de cada tarefa, sendo elas: acompanhamento de jogos de futebol, atualização de bases de dados, conhecer áreas do clube, contactos telefónicos, elaboração de atividades para dias temáticos, organização de eventos e visitas guiadas ao estádio.

No desenvolvimento do relatório pretendo aliar a teoria retida durante toda a licenciatura, à prática do dia-a-dia num departamento de eventos, sustentando a teoria

SPORT LISBOA E BENFICA



com diversas referências bibliográficas relacionadas com a área de Comunicação e Relações Públicas.

Por fim, é apresentada uma reflexão crítica de todo o trabalho desenvolvido por mim no culminar deste percurso académico que é o estágio curricular.

CAPÍTULO I:

A Organização - Sport Lisboa e Benfica





No presente capítulo é feita inicialmente a identificação do SLB, seguida da história do clube, e da missão e valores. É ainda apresentada a estrutura física, a identidade visual, a política comunicacional e por fim a análise SWOT.

1.1. Identificação

O SLB é um clube desportivo importante a nível nacional e internacional com sede em Lisboa, no Estádio do Sport Lisboa e Benfica, Avenida General Norton de Matos, freguesia de São Domingos de Benfica (Figura 1, 2 e 3).



Figura 1: Mapa-mundo com indicação de Lisboa

Fonte: www.maps.google.pt

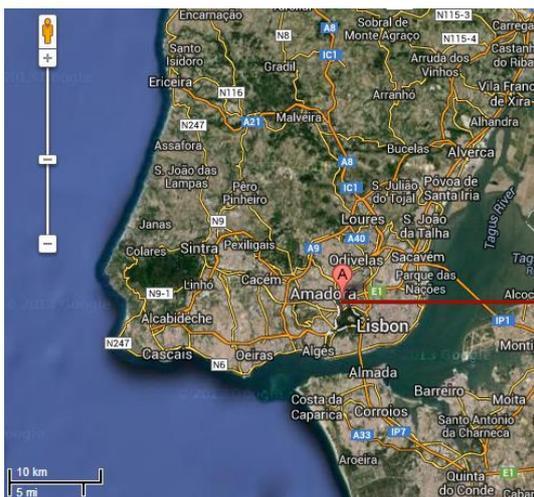


Figura 2: Mapa da área metropolitana de lisboa

Fonte: www.maps.google.pt

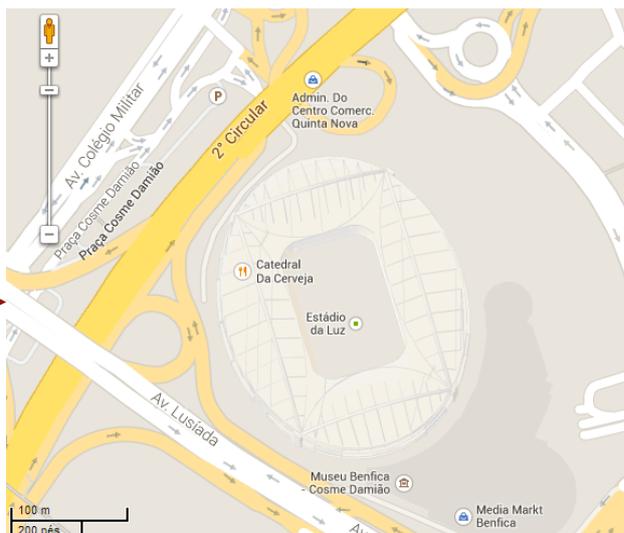


Figura 3: Mapa do Estádio do SLB

Fonte: www.maps.google.pt

As principais empresas do SLB são: a Benfica SAD, o Benfica Estádio, a Benfica TV, a Clínica SLB, o Sport Lisboa e Benfica – Mediação de Seguros, a Benfica SGPS e a Benfica Multimédia.

O grande alicerce deste clube são os adeptos e os seus sócios, tendo, inclusivamente entrado para o Livro de Recordes do Guinness com o estatuto de clube com mais associados do mundo ao ultrapassar a barreira de 160 mil sócios ativos a 10 de novembro de 2006³. Mais recentemente, à data de 30 de junho de 2013, os sócios ativos chegariam já aos 230.195 (Relatório e Contas do Sport Lisboa e Benfica, 2012/2013: 21).

Neste clube é de notar a existência de Casas do Benfica, criadas desde 1914, que demonstram a necessidade de proximidade dos adeptos e sócios ao clube. As Casas, Filiais e Delegações do SLB estão espalhadas por todo o país e até por todo o mundo, num total de 282⁴.

³ **Fonte:** <http://www.publico.pt/noticia/benfica-bate-recorde-de-socios-e-entra-no-guinness-1276161>

⁴ Informação retirada do Relatório e Contas do Sport Lisboa e Benfica 2012/2013



No futebol, o SLB é uma grande referência do desporto nacional, tendo ganho até agora 32 campeonatos nacionais, 24 taças de Portugal, duas taças dos campeões europeus, quatro taças da liga, uma taça latina e quatro supertaças (Figura 3).



Figura 4: Palmarés de futebol do SLB

Fonte: Autoria própria

O SLB é um clube que dá cartas não só no futebol como também em outras modalidades. Destacam-se o Futsal, o Hóquei, o Basquetebol, o Andebol, o Voleibol e ainda nos desportos olímpicos. No Futsal o SLB já ganhou uma UEFA Futsal Cup, seis campeonatos nacionais, cinco taças de Portugal e sete supertaças. Relativamente ao Hóquei, o SLB conta com 21 campeonatos nacionais, 13 taças de Portugal, sete supertaças, uma liga europeia, duas taças CERS, duas taças continentais e uma taça intercontinental. No que diz respeito ao Basquetebol, o SLB ganhou 24 campeonatos nacionais, 18 taças de Portugal, 11 supertaças, oito taças da liga, quatro troféus António Pratas e um torneio dos campeões. Em relação ao Andebol, o SLB conquistou sete campeonatos nacionais, quatro taças de Portugal, duas taças da liga e quatro supertaças. Ainda no Andebol mas feminino, o SLB venceu sete campeonatos nacionais femininos, seis taças femininas e duas supertaças femininas. No Voleibol, o SLB ganhou quatro campeonatos nacionais, 14 taças de Portugal e três supertaças. No Voleibol feminino, o SLB ganhou nove campeonatos nacionais femininos e duas taças femininas. Nos desportos Olímpicos, o SLB conquistou até hoje uma medalha de ouro, uma de prata e três de bronze.



1.2. História

A história do Sport Lisboa e Benfica teve as suas origens há mais de cem anos, altura em que o futebol começava a dar os primeiros passos em Portugal. Seguidamente faz-se uma resenha histórica adaptada da obra de Morais et al. (s./d.: 10-43).

Em 28 de fevereiro de 1904, no final de um treino matinal nuns terrenos de Belém, um grupo de amigos que jogavam futebol, no qual estava incluído Cosme Damião, decidiram formar um clube. Foi combinada uma reunião imediata na Farmácia Franco, em que estiveram presentes 24 elementos, dos quais dez do treino da manhã, que são considerados os fundadores do Clube (Figura 4).



Figura 5: Fundadores do SLB

Fonte: www.slbenfica.pt

Nesta primeira reunião ficou decidido:

1. Nomear José Rosa Rodrigues (o mais velho), presidente da Comissão Administrativa;
2. Adotar o nome de Grupo Sport Lisboa;
3. “Usar equipamento que traduza alegria, com colorido e vivacidade nas cores, como fonte de entusiasmo nas lutas desportivas e fora delas”;
4. Usar a águia “como símbolo de elevação de propósitos e de objetivos, largo espírito de iniciativa e ânsia de subir o mais alto possível”;



5. Adotar como divisa *e pluribus unum*, “como apologia de união na comunhão de sentimentos”;
6. Só admitir jogadores nacionais.

O sucesso deste clube era tal, que, em 1906, a imprensa considerou-o o melhor clube de jogadores portugueses da capital.

Paralelamente, em julho de 1906, foi fundado em Benfica, o Grupo Sport Benfica com apenas 15 sócios e as modalidades de Ciclismo e Pedestrianismo. Dois meses mais tarde foi criada a secção de futebol, que treinava em terrenos públicos na Luz e jogava na Quinta da Feiteira, alugada para o efeito.

O Grupo Sport Lisboa, ainda sem campo próprio, treinava também na Feiteira, tendo-se criado uma natural amizade entre os dois clubes, acontecendo até que, em 1907, Cosme Damião era simultaneamente sócio do Grupo Sport Lisboa e do Grupo Sport Benfica.

Em 1908 o Grupo de Sport Benfica mudou o seu nome para Sport Clube de Benfica, mas apesar de ter campo próprio, não possuía bons jogadores, enquanto o Grupo Sport Lisboa tinha bons jogadores mas não tinha campo. A 2 de setembro de 1908, em Assembleia Geral do Sport Clube de Benfica, Freire Sobral propôs a junção com o Grupo Sport Lisboa. Dois dias depois, Félix Bermudes sugeriu o nome de Sport Lisboa e Benfica para o novo clube. Finalmente, a 13 de setembro de 1908, em Assembleias Gerais simultâneas dos dois clubes, foi fundado o Sport Lisboa e Benfica.

Em 1913, a exigência de condições incomportáveis para a renovação do aluguer da Feiteira levaram o Benfica a procurar outro local, que foi o da Quinta Nova, da Casa Palmela, de que Cosme Damião era secretário.

Em 1917, questões de renda forçaram mais uma vez o Benfica a mudar-se, desta vez para a Quinta de Marrocos na Avenida Gomes Pereira, em Benfica. No entanto, em 1922, este campo viria a ser adquirido pelo Ministério da Educação, o que fez o Benfica recorrer ao campo da Palhavã do Império e ao Campo Grande, do Sporting, enquanto aguardava novo terreno de jogo.



Numa Assembleia-geral realizada a 4 de fevereiro de 1923, foi aprovada a construção do Estádio das Amoreiras, que foi inaugurado a 13 de dezembro de 1925 com uma capacidade de 15 mil lugares.

Em 1953, o Benfica começou a construir aquele que viria a ser apelidado de Estádio da Luz, que foi inaugurado a 1 de dezembro de 1954.

Aquando do Euro 2004, realizado em Portugal, o Benfica deparou-se com um dilema: remodelar o estádio cinquentenário ou construir um novo. A direção de Manuel Vilarinho optou pela segunda hipótese e o novo estádio viria a ser inaugurado a 25 de outubro de 2003, sendo até hoje o estádio do Sport Lisboa e Benfica (Adaptado de Morais et al., s./d.: 10-43).

Ainda de referir, a Fundação Benfica que foi criada a 27 de janeiro de 2009 e reconhecida como Instituição Particular de Solidariedade Social e como Pessoa Coletiva de Utilidade Pública pelo Governo Português em 14 de janeiro de 2010⁵. A Fundação desenvolve projetos integrados nos quais se destacam a intervenção precoce sobre fatores de exclusão. Os seus parceiros são: a Fundação EDP, o Montepio, a Adidas, a Eurest, a Fundação Portugal Telecom, a Hyundai, a ACIDI, o Centro Hospitalar de Lisboa Central, o Centro Hospitalar de Lisboa Norte, a Junta de Freguesia de Marvila – Lisboa, a Fundação INATEL e a Câmara Municipal de Ponte de Sor.

1.3. Missão e Valores

O SLB redefiniu a sua missão em 2010, ano em que venceu o campeonato nacional de futebol da 1ª Divisão. Segundo Certo e Peter (1993: 77), “*missão organizacional é a proposta para a qual ou a razão pela qual uma organização existe*”.

Os propósitos de uma missão são, segundo Lupetti (2003:14), “*(...) concentrar o esforço das pessoas para uma direcção comum.*”, definir a missão para numa organização “*(...) ajuda a assegurar que a organização não persiga propósitos conflitantes; serve de*

⁵ **Fonte:** <http://fundacao.slbenfica.pt/pt-pt/fundacao/historia.aspx>



base lógica geral para alocar recursos organizacionais; e estabelece áreas amplas de responsabilidade por tarefas dentro da organização”.

O SLB tem a sua missão muito bem delineada, aparecendo esta inscrita nas paredes do estádio da Luz (Figura 5): “*Nas próximas décadas, o Benfica será a organização desportiva de maior sucesso em Portugal, tanto no futebol, como nas modalidades, e tanto na perspectiva competitiva, como na vertente económica*”.



Figura 6: Missão do SLB

Fonte: Autoria própria

Prestando atenção ao panorama desportivo português, percebemos que a missão do SLB tem vindo a ser cumprida até agora.

Entendem-se por valores organizacionais os “*valores compartilhados pelos membros de uma organização, caracterizando a sua cultura como distinta das demais, e tornam-se importantes na própria construção da identidade organizacional. (...) Podem ser definidos como princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a estados de existência ou a modelos de comportamento desejáveis, que orientam a vida da empresa e estão ao serviço de interesses individuais, colectivos ou mistos*” (Teixeira, 2008: 319).

O SLB refere no Relatório Interno que a atuação de todos os profissionais do clube deve seguir o cumprimento de determinados valores, sendo eles:



*“**Orgulho** em pertencer à maior instituição portuguesa, pois não há no país outro organismo, de qualquer espécie, que consiga sequer aproximar-se da popularidade do Sport Lisboa e Benfica, quer em termos nacionais, quer internacionais.*

***Dedicação** de todos, acolhendo cada um as suas responsabilidades, em função do lugar e posição que ocupam.*

***Aplicação** extrema para conseguir os êxitos que permitam honrar e preservar a história ímpar do Sport Lisboa e Benfica.*

***Abnegação** contínua, nunca desanimando perante as dificuldades, mas tudo fazendo para transformar os problemas em êxitos para o Sport Lisboa e Benfica.*

***Responsabilidade** e motivação na busca incessante de melhores resultados e de excelência.*

***Respeito** pelos adversários, procurando em todos os desafios, desde o início até ao seu final, com categoria, trabalho e empenho, vencê-los no campo desportivo, acrescentando mais glória ao Sport Lisboa e Benfica.*

***Audácia** que significa iniciativa, empreendedorismo, espírito ganhador e determinação.*

***Honestidade**, que se traduz em verdade, verticalidade e recusa de “politiquices”.*

***Lealdade**, com responsabilidade. Que se traduz em independência para tomar a melhor decisão na salvaguarda dos interesses do Sport Lisboa e Benfica.*

***Modéstia**, que se manifesta em comportamentos discretos, francos, amáveis e tolerantes.*

***Confidencialidade** nos procedimentos, adoptando as atitudes correctas para proteger os interesses do Sport Lisboa e Benfica, face a terceiros, adversários ou não.*



Solidariedade a todos os níveis e entre todos os que servem o Sport Lisboa e Benfica.

Espírito de equipa, que se revela em amizade, cooperação, justiça e entreaajuda.

Mística que se traduz na capacidade de empenhamento, para em qualquer circunstância, dar sempre o máximo, no sentido de criar condições para vencer e ... vencer cada vez mais”⁶.

Este excerto mostra com bastante clareza a atitude que os funcionários do SLB devem ter perante a grande organização desportiva que é este clube.

1.4. Estrutura física

As instalações do SLB situam-se maioritariamente no complexo desportivo da Av. Norton de Matos em Lisboa, sendo que, apenas o Centro de Estágio e Formação Caixa Futebol Campus, inaugurado a 22 de Setembro de 2006, se situa no Seixal.

O Estádio do SLB, mais conhecido por estádio da Luz, foi inaugurado no dia 25 de outubro de 2003 e tem capacidade para 65 mil pessoas.

São constituintes do complexo desportivo, o estádio da Luz, dois pavilhões polivalentes, o complexo de piscinas, um campo com relva sintética para a prática de futebol e uma área comercial.

Distribuídos pelos diferentes pisos do estádio, encontram-se em funcionamento também, todos os serviços administrativos do clube, conforme se encontra descrito na tabela 1.

⁶ Informação retirada do Relatório Interno do Sport Lisboa e Benfica



PISOS	SERVIÇOS
<p>Piso 0 e Pisos Subterrâneos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recepção ▪ Direção de Eventos ▪ Departamento de Casas do Benfica ▪ Sala de Conferências de Imprensa ▪ Estúdio 2 da Benfica TV ▪ Balneários ▪ EcoCentro ▪ Reserva, Conservação e Restauro
<p>Piso 1</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Camarote Presidencial ▪ <i>Executive Seats</i> ▪ <i>Health Club</i> ▪ Restaurante Panorâmico ▪ Clínica Benfica ▪ Direção Comercial e <i>Marketing</i> ▪ Departamento de Futebol ▪ Departamento de Património ▪ Direção Financeira ▪ Gabinete Jurídico ▪ Direção de Recursos Humanos ▪ Direção de Sistemas de Informação ▪ Presidência ▪ Secretaria-Geral ▪ Fundação Benfica
<p>Piso 2</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Camarotes Empresa ▪ Camarotes de Sócios ▪ <i>Business Center e Corporate Center</i> ▪ <i>Health Club</i> ▪ Restaurante Panorâmico ▪ Benfica TV (estúdio 1) ▪ Jornal “O Benfica” ▪ Direção de Multimédia



Piso 3 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Health Club</i>
--	--

Tabela 1: Serviços que constituem o estádio do SLB

Fonte: Adaptado de SLB

1.5. Identidade Visual

A identidade visual é “*um dos elementos fundamentais da imagem da empresa, é o conjunto gráfico que a simboliza visualmente e merece um tratamento mais detalhado por ter o poder de reflectir a personalidade da empresa e de ser considerado um valor patrimonial*” (Beirão et al., 2008: 66).

Segundo Lindon et al. (2004: 176), “*a marca designa-se sob um conjunto (que deve ser coerente) de signos, formas, cores e mesmo sons, em alguns casos. Todos os sentidos físicos dos consumidores podem ser aproveitados para centrar a atenção na marca, para facilitar a sua identificação e atribuição, para transmitir as promessas feitas ao consumidor.*”

A identidade visual é tudo o que se refere à imagem da marca que é “*a sua personalidade. Ao desenvolver uma imagem própria, a marca humaniza-se, suscita a simpatia de um certo grupo de pessoas e torna-se, portanto, mais atraente para elas*” (Castro, 2007: 154).

O SLB tem, desde sempre, a sua imagem bem definida ainda que com algumas alterações.

1.5.1. Nome

O nome do SLB era no seu começo, tal como já foi referido no ponto 1.2, Sport Lisboa, passando a Sport Lisboa e Benfica aquando da fusão com o Grupo Sport Benfica.



Como afirma Lampreia (1982: 49), “os nomes também podem, por razões diversas, mudar ao longo da vida de uma empresa. É uma situação pouco corrente, pois trata-se de uma decisão de extrema responsabilidade, para além de muito dispendiosa. Pode acontecer no caso de uma fusão ou aquisição, ou simplesmente por uma política ou actividade da empresa se alterarem profundamente (...)”.

A categoria de nome em que o Sport Lisboa e Benfica se insere é no nome descritivo, no qual “a actividade da empresa é de imediato deduzida” (Lampreia, 1998: 49).

O nome do Sport Lisboa e Benfica é também, frequentemente tratado como um nome por iniciais (SLB), igualmente conhecido por todos.

1.5.2. A identidade gráfica

A identidade gráfica do SLB, ou emblema representa as características que desde cedo identificam o clube: o tom, a vivacidade e a alegria da cor das suas camisolas, a águia como símbolo da sua independência, autoridade e nobreza, uma roda de bicicleta que representa o ciclismo como uma das primeiras modalidades do clube, a bola de futebol e a legenda – *E Pluribus Unum* (de todos um) (Figura 6).



Figura 7: Logótipo SLB

Fonte: www.slbenfica.pt



“Designa-se por logótipo o nome da instituição desenhado e colorido de forma única e específica, de modo a tornar-se um sinal de reconhecimento imediato” (Lampreia, 1998: 49).

Ainda de acordo com este autor, os constituintes base de um logótipo são: o nome, o código gráfico, ou seja, o tipo de letra usada, as cores e um símbolo sendo este um emblema gráfico que possibilita o reconhecimento imediato da organização (1998: 50).

A identidade gráfica do SLB é reconhecido por todos, podendo perceber por aqui que o mesmo “funciona (...) como o seu bilhete de identidade visual, onde mediante um símbolo e uma forma apresenta a personalidade e faz prova de existência da empresa” (Lampreia, 1998: 50).

Ao longo da história do clube, a identidade gráfica foi sendo alterado. Inicialmente, em 1904, quando o clube foi fundado como Sport Lisboa, a identidade gráfica apresentava a águia, a cor vermelha, a legenda – E Pluribus Unum, a bola de futebol e as iniciais S e L. Depois com a junção ao Grupo Sport Benfica, além da alteração do nome para Sport Lisboa e Benfica, o que deu origem à alteração das iniciais no logótipo para SLB, foi também acrescentado ao símbolo, a roda de bicicleta (Figura 7).



Figura 8: Evolução histórica do identidade gráfica do SLB

Fonte: www.slbenfica.pt

1.5.3. Slogan

Apesar de não ser um elemento forte do seu posicionamento, o *slogan* do SLB é desde a sua fundação, *E Pluribus Unum*, que significa, “de todos um”, estando também presente na identidade gráfica, como já havia referido. Este *slogan* apela à união e à força conjunta.



O slogan tem a “finalidade de reforçar a mensagem do logótipo, exprimindo a filosofia da empresa. Aplicando a lei da simplificação, um slogan deve conseguir dizer muito em poucas palavras, de forma clara e sugestiva” (Lampreia, 1998: 53).

O SLB, dependendo do contexto, vai utilizando também diferentes *slogans* para se promover, mantendo sempre o seu *slogan* original. Atualmente utiliza: “O Benfica és tu!”; este *slogan* está espalhado por todo o estádio, nas paredes (Figura 8) e inscrito em produtos de *merchandising*⁷, disponíveis na *Megastore* do SLB.



Figura 9: Slogan temporário numa parede do Estádio do SLB

Fonte: Autoria própria

1.6. Política Comunicacional

O SLB, como organização mostra uma grande preocupação em tratar todos os seus públicos com grande respeito e atenção.

Segundo Beirão et al. (2008: 24), numa organização, vários factores internos e externos, podem promover a excelência e diferenciação no mercado. Os colaboradores devem ser encarados como fator mais importante porque as organizações só existem enquanto

⁷ Apesar de o SLB se referir aos produtos promocionais como *merchandising*, tais como camisolas, bolas, cachecóis, entre outros, a designação correta de *merchandising* é: “Uma parte do marketing que engloba técnicas comerciais, as quais permitem apresentar o produto ao potencial comprador nas melhores condições materiais e psicológicas” (Caetano e Rasquilha, 2007: 107).



agrupamentos de indivíduos com um objetivo comum. Uma cultura empresarial consistente e estruturante é fundamental para o sucesso e a aliada que promove a diferenciação.

Para o êxito do SLB, a comunicação eficaz tem sido fundamental, pois como afirma Rego (1986: 119), *“para sobreviver, a empresa precisa comunicar-se com o seu ambiente, precisa conhecer as regras do jogo competitivo e precisa organizar as suas estruturas internas, visando o trabalho ordenado, do qual resultará o sucesso da sua política”*.

O cuidado do SLB com os seus colaboradores e com todo o seu público está bem patente em todos os seus serviços administrativos e em todas as formas de comunicação utilizadas para chegar até aos seus públicos.

1.6.1. Comunicação Interna

A cordialidade e a disponibilidade são valores bastante perceptíveis em todos os departamentos e colaboradores que fazem do SLB o que ele é, uma organização de sucesso.

Segundo Beirão et al. (2008: 84), o principal objectivo da comunicação interna é conseguir conceber uma imagem positiva e um clima apropriado para que a filosofia da organização, os produtos, os serviços, assim como os objetivos a atingir, não sejam encarados como algo da responsabilidade exclusiva da administração.

O mesmo autor afirma ainda que *“o envolvimento em objectivos comuns só se consegue com um bom conhecimento dos colaboradores e está intimamente ligado à gestão das suas expectativas, ambições e interesses. É necessário que a comunicação seja efectuada de modo a adaptar os conteúdos e formas das mensagens, assim como os instrumentos a utilizar, aos públicos a que se destinam”* (Beirão et al., 2008: 84).

Os departamentos do SLB estão sempre em constante comunicação, fazendo com que, apesar destes serem independentes relativamente ao espaço físico de trabalho, estejam sempre interligados pelas atividades e tarefas que são desenvolvidas um pouco por



todos os serviços administrativos. Esta comunicação é feita através de **correio electrónico** e **telefone** mas também através das frequentes **reuniões** para discutir as atividades a desenvolver, reuniões estas que privilegiam o cara-a-cara.

O SLB possui **intranet**, definida por Sistema de Informação de Gestão (SIG), onde estão presentes todas as informações sobre os colaboradores e os diferentes departamentos.

Sobre o público interno da organização *“devem incidir os primeiros programas, pois, para se poder projectar uma imagem favorável para o exterior, é necessário que esta imagem seja boa internamente. Por outras palavras, não é possível fazerem-se relações públicas externas eficientes se não existirem primeiro boas relações internas”* (Lampreia, 1996: 97).

O SLB dá vantagens aos seus colaboradores como a **oferta de bilhetes** em determinados jogos em que esta oferta é possível e os descontos no ginásio.

A preocupação e atenção com os colaboradores é marcada também pelas felicitações a todos eles aquando do aniversário de cada um e em caso de falecimento de algum colaborador, familiar de um colaborador, jogador, familiar de jogador ou de algum antigo jogador, o SLB envia flores para a família com um cartão de pêsames.

Morais (1986: 111) refere que *“a promoção de acontecimentos que facilitem a relação entre as pessoas que trabalham na instituição, facilitando a sua integração nesta, assume importância cada vez maior”*.

Todos os anos, aquando do aniversário do clube (28 de fevereiro), é feita uma **gala de comemoração** com toda a família benfiquista na qual está inserida a entrega das “Águias de Ouro” e a distinção de sócios, jogadores e dirigentes pela dedicação à instituição.

A **Festa de Natal** é mais um evento anual que junta todos os que contribuem para o sucesso do SLB, num momento de lazer e descontração.

Já referidos anteriormente no ponto 1.1, os sócios são o grande suporte deste clube sendo também considerados público interno uma vez que têm uma voz ativa no clube



como é o exemplo da eleição do presidente do SLB. Ainda que sendo público interno, a linha que os separa do público externo é flexível uma vez que existe um grande número de sócios (230.195) como já foi referido. As vantagens atribuídas aos sócios são: desconto no valor dos bilhetes para jogos que se realizam no estádio da luz, acesso à compra de bilhetes para jogos restritos a sócios, prioridade na compra de bilhetes para jogos fora, possibilidade de aquisição de *Red Pass*⁸ (exclusivo para sócios), desconto no valor dos bilhetes para jogos das modalidades que se realizem nos pavilhões da Luz, oferta da Revista Mística enviada para sócios maiores de 14 anos, participação em assembleias, desconto na inscrição em modalidades e actividades do clube, descontos em parceiros do SLB, desconto de 10% na *Megastore* SLB, oferta de visitas ao estádio e desconto em visitas ao Museu Cosme Damião.

As Casas do Benfica são outro constituinte do SLB já falado no ponto 1.1, onde é possível comprar bilhetes para jogos (em algumas Casas, não em todas) e que são como uma extensão do SLB por todo o país e até por todo o mundo.

Todas estas ações são de relações públicas uma vez que têm como objectivo “*o estabelecimento de relações de confiança entre uma empresa e os seus públicos, baseados num conhecimento e compreensão recíprocas*” (Lindon et al., 2004: 348).

1.6.2. Comunicação Externa

A ideia que o público externo de uma organização cria acerca da mesma, deve-se em grande parte à sua comunicação externa e “*nenhuma organização pode viver num vácuo ou ser a sua própria lei. O que os outros pensam e dizem sobre a organização influencia grandemente a sua situação actual e o seu futuro*” (Harlow e Compton, 1980: 176). Assim, toda a comunicação difundida pela organização deve ter em atenção os públicos que pretende alcançar e os meios adequados para o fazer, como confirma Caetano e Rasquilha (2007: 92) “*no seu programa de relações exteriores, as diversas*

⁸ *Red Pass* designa o privilégio de possuir um lugar anual no Estádio do Sport Lisboa e Benfica entre outras vantagens como: lugar marcado para a presente época; acesso a 15 jogos da liga portuguesa; acesso aos jogos da equipa B; direito de aquisição de bilhetes para as competições europeias até 5 dias antes do dia do jogo; possibilidade de troca de lugar em qualquer jogo e transmissibilidade (possibilidade de emprestar o *Red Pass* a outras pessoas).



organizações podem utilizar vários instrumentos de comunicação, devendo seleccionar aquele que melhor se adapte à mensagem que pretende difundir e ao tipo de públicos a que se dirigem”.

O SLB comunica com o seu público externo de várias formas. Através da **Benfica TV**, canal do SLB que está neste momento, presente em mais de um milhão de lares, nacionais e internacionais.

Como nos diz Rego (1986: 119) *“as publicações organizacionais propõem-se a combater o desconhecimento a respeito da empresa e promover a integração entre os públicos ligados a ela, ao mesmo tempo que pretendem projetar a empresa para (...) externamente conseguir aumentar as vendas e, conseqüentemente, os lucros”.*

O SLB tem atualmente duas publicações periódicas, a **Revista Mística** (Figura 10) com uma periodicidade bimensal, que é enviada para os sócios gratuitamente e tem uma tiragem de 115.000 exemplares; e o **Jornal “O Benfica”** (Figura 11) de periodicidade semanal e com uma tiragem de 15.000 exemplares.



Figura 10: Revista Mística
Fonte: www.slbenfica.pt



Figura 11: Revista Mística
Fonte: www.slbenfica.pt



O *site institucional* – www.slbenfica.pt – é outra forma de comunicação com o público e tem uma média de 800.000 visitantes por mês (Figura 11).



Figura 12: Site institucional

Fonte: www.slbenfica.pt

A presença nas redes sociais, é marcada principalmente pelo **Facebook** (Figura 13) com mais de um milhão de fãs, que desenvolve ações conjuntas, passatempos e campanhas. Como afirma Figueiredo (2009: 27) sobre as redes sociais, “*a empresa vem desempenhando um interessante papel nesse novo ponto de contacto com os seus clientes, que através dos seus perfis presentes em redes sociais como o (...) Facebook (...) consegue proporcionar aos seus seguidores ações de relacionamento como promoções, ofertas especiais e anúncios de novos produtos (...)*”.



Figura 13: Facebook SLB

Fonte: www.slbenfica.pt



Outro meio de comunicação é o *Emailing* (Figura 14) e ainda a *Newsletter* (Figura 15), enviados semanalmente para mais de 250.000 contactos ativos.



Figura 14: *Emailing* SLB

Fonte: www.slbenfica.pt



Figura 15: *Newsletter* SLB

Fonte: www.slbenfica.pt

Ainda importante de considerar, o **Outdoor**⁹ de três faces, estando a principal virada para a 2ª circular com tráfego diário de aproximadamente 200.000 veículos, a **linha digital** (linha led) presente à volta do relvado do Estádio da Luz (Figura 16) e percorrendo três bancadas com garantia de transmissão televisiva da sua marca, e os dois **megascreens** (Figura 17) colocados nos topos do estádio com visibilidade total para os adeptos.

⁹ O *outdoor* pertence ao SLB, mas também a um dos seus patrocinadores, a Sagres.



Figura 16: Linha digital no Estádio do SLB

Fonte: www.slbenfica.pt



Figura 17: Megascreen do Estádio do SLB

Fonte: www.slbenfica.pt

Outra forma de comunicação que aproxima o público externo ao clube é a eleição da *miss* Benfica que decorre no site do SLB e escolhe mensalmente uma vencedora que ganha um *Book*. De referir ainda o Casting – Modelo Benfica a decorrer no *site* do SLB com o objectivo de seleccionar vários modelos, de diferentes idades e sexos para serem parte de eventuais campanhas de comunicação de *Merchandising* do clube.

O *Merchandising* do clube é igualmente uma estratégia de comunicação uma vez que os compradores dos produtos passam a estar identificados com o nome, logótipo ou *slogan* do SLB através dos produtos.

As visitas guiadas ao estádio são também um produto de comunicação externa muito importante que dá a conhecer, de forma mais profunda do que a ida a um jogo de futebol, o Estádio do SLB.

O SLB disponibiliza ainda, todos os anos, no verão, campos de férias para jovens dos seis aos 16 anos com o objetivo de melhorar os seus conhecimentos de futebol.



Este ano, o aniversário do estádio (25/10) constituiu uma ação de comunicação externa uma vez que o clube abriu as portas do estádio ao público para que pudessem assistir a um treino da equipa de futebol e ao voo da águia.

O SLB é uma organização com grandes preocupações de responsabilidade social assinaladas principalmente pela Fundação Benfca, já referida no ponto 1.1, mas também pelo Ecocentro no qual é reciclado 70% de todo o lixo produzido no estádio e ainda através dos painéis solares num total de 404 painéis espalhados pelas instalações do clube.

De referir ainda o Benfica Corporate Club¹⁰ (Figura 17) que, mediante um custo anual, disponibiliza camarotes a empresas que se façam membro, para as mais variadas utilidades como reuniões ou jantares de empresa.



Figura 18: Identidade gráfica do *Benfica Corporate Club*

Fonte: www.slbenfica.pt

Como grande organização, o SLB tem vários patrocínios que projetam tanto o SLB como as marcas. Como patrocinador principal, a Portugal Telecom; como patrocinador oficial, a Sagres; como patrocinador técnico, a Adidas; como patrocinador da Caixa Futebol Campus, a Caixa Geral de Depósitos; como parceiro oficial de celebração, a Coca-Cola; como parceiros oficiais, a Repsol, a LeasePlan e a Sicasal; como patrocinadores oficiais de vestuário, a Affari, a Dassenta e a Fátima Lopes e por fim, como fornecedor oficial, a Multipower – Sportsfood.

¹⁰ *Benfica Corporate Club*: Área do SLB que gere as parcerias do Benfica responsável pelos camarotes empresa.



1.7. Análise SWOT

A análise SWOT (acrónimo de: *strenghts, weaknesses, opportunities and threats*) tem em conta os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças que têm influência numa organização.

“O diagnóstico acrescenta valor suplementar à análise, preparando-nos para as decisões operacionais e estratégicas, e consiste em elaborar uma síntese das análises interna e externa. De um lado, apresentam-se os principais aspectos que a diferenciam dos seus concorrentes no mercado considerado, identificando os pontos fortes e os pontos fracos da empresa. Do outro lado, identificam-se as perspectivas de evolução no mercado, as principais ameaças e as principais oportunidades” (Lindon et al., 2004: 451).

No quadro que se segue, a análise SWOT será aplicada à organização em causa, o SLB.

<i>Pontos Fortes</i>	<i>Pontos Fracos</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vasto número de adeptos e sócios ▪ História do clube ▪ Instalações modernas ▪ Grande diversidade de produtos e serviços ▪ Boas acessibilidades e localização do estádio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dependência dos resultados desportivos ▪ Preço elevado dos artigos do clube ▪ Preço elevado dos bilhetes
<i>Oportunidades</i>	<i>Ameaças</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Novo Museu ▪ Visitas ao estádio ▪ Recente projecto da praça dos heróis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forte concorrência de clubes nacionais e internacionais ▪ Crise económica do País ▪ Pressão mediática

Tabela 2: Análise SWOT

Autoria própria



Seguidamente serão desenvolvidos todos os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças.

1.7.1. Pontos Fortes

O primeiro ponto forte a referir é a quantidade de adeptos e sócios, uma vez que “*o Benfica é o clube mais popular em Portugal, com mais de 2.2 milhões de adeptos (...)*”¹¹ e é o clube com mais sócios no mundo (como já referido no ponto 1.1) com 230.195 mil sócios ativos. Estes factos mostram que o SLB tem um grande apoio por parte da sua “comunidade”, o que se traduz no maior fator de sucesso do clube.

A vasta história do SLB, onde se inclui o grande espólio de conquistas é um ponto forte na análise da organização sendo que conta com mais de um século de existência, tendo sobrevivido a diversas crises e contratempos ao longo dos anos.

As excelentes instalações do SLB são comprovadas pelo facto do estádio da luz ser considerado um estádio de cinco estrelas pela UEFA. O estádio do SLB, o maior de Portugal, foi erguido de acordo com os princípios e técnicas mais inovadoras para a construção de estádios modernos e vai ao encontro das mais exigentes normas de segurança e recomendações da FIFA e da UEFA.

A grande diversidade de produtos e serviços, além de se referir à vasta linha de *merchandising* disponível na *Megastore* do SLB, diz respeito também aos serviços, nomeadamente as escolas das diversas modalidades e o complexo de piscinas, o ginásio *Health Club*, as visitas ao estádio e museu e os eventos que podem ser realizados no estádio da luz de cariz desportivo, cultural, empresarial, comercial e particular. Outros serviços são, o cartão de crédito do Benfica, a agência de viagens e seguros do Benfica, a escultura do Benfica¹², a Benfica Saúde, a Benfica Telecom, a linha Benfica que

¹¹ **Fonte:** http://www.jn.pt/PaginaInicial/Desporto/Interior.aspx?content_id=1144309

¹² **Escultura do Benfica:** Obra de arte do Escultor Alberto Trindade designada de “Original Sport Lisboa e Benfica – Bicampeão Europeu de 1961/1962” (em forma de águia), que será executada em bronze com acabamento envelhecido avermelhado. Terá a altura mínima de 2,80 metros e a altura máxima de 6 metros, fator que dependerá do número de participações aderentes à campanha.



permite a adeptos e sócios realizar um vasto leque de serviços, o campo de férias para crianças dos seis aos 16 anos de idade e o Bingo do Benfica.

O Estádio da Luz localiza-se perto das principais vias rodoviárias da cidade de Lisboa, entre elas a 2ª circular, a IC19, a Avenida Lusíada e o Eixo Norte-Sul, tendo ainda duas estações de metro próximas e um terminal rodoviário. A localização é assim um ponto forte sendo que facilita o acesso ao estádio, tanto para quem vem da cidade de Lisboa como para quem vem de outros pontos do país.

1.7.2. Pontos Fracos

O primeiro ponto fraco a salientar é a dependência dos resultados desportivos, uma vez que é um clube desportivo e não apenas uma organização, o sucesso do SLB depende muito do sucesso no futebol principalmente.

O preço elevado dos artigos do clube faz com que estes não sejam alcançáveis por todos o que pode causar algum descontentamento e desinteresse por parte dos simpatizantes.

O preço elevado dos bilhetes é outro fator que não favorece o clube, uma vez que, sendo um clube maioritariamente de futebol, o valor dos bilhetes não é acessível a todos, o que pode fazer, mais uma vez, com que os simpatizantes do clube fiquem descontentes.

1.7.3. Oportunidades

A abertura do Museu Cosme Damião¹³ é uma grande fonte de curiosidade por parte dos simpatizantes do SLB e até pelos que não o são. O Museu trouxe muitos visitantes ao estádio e continuará a trazer, uma vez que não é apenas um museu do SLB, contém também história da cidade que acolhe o clube, Lisboa, e também história do nosso país.

As visitas ao estádio são outra grande oportunidade para o clube, sendo que trazem muitas pessoas, não só simpatizantes do clube mas também simpatizantes de outros clubes, e principalmente muitos turistas. Uma vez dentro do estádio, as pessoas acabam por ficar com mais vontade de assistir a jogos e também de adquirir produtos do clube.

¹³ Inaugurado dia 26 de julho de 2013.



A Praça dos Heróis¹⁴, como recente projeto, é outra grande oportunidade, uma vez que aproxima os adeptos do clube, dando a possibilidade a quem quiser, de adquirir uma pedra de granito e personalizá-la, fazendo assim parte, de certa forma, da história do SLB.

1.7.4. Ameaças

O SLB, sendo um clube de futebol, está dependente dos resultados desportivos, como já foi referido, e tem naturalmente a concorrência dos clubes nacionais e internacionais. A concorrência tanto a nível desportivo como financeiro, coloca o clube numa posição de fragilidade.

A crise económica do País faz com que as pessoas se contenham relativamente aos gastos mais supérfluos, incluindo nestes gastos os jogos de futebol, o *merchandising* futebolístico e tudo o que tem a ver com o desporto. De salientar que a falta de recursos financeiros do SLB poderá impedir o clube de contratar atletas, principalmente das modalidades, e pode também impedir a contratação de profissionais para os diversos serviços administrativos do SLB.

A pressão mediática é mais um fator ameaçador do clube, sendo que qualquer crise se torna muito maior com a divulgação dos meios de comunicação, exigindo assim um funcionamento exemplar do clube a todos os níveis.

¹⁴ Conjunto de pedras de granito, incluindo cada uma nomes de jogadores que mais marcaram a história do Benfica.

CAPÍTULO II:

O Estágio





No presente capítulo abordo o plano de estágio, a Direção de Eventos, os cronogramas mensais das tarefas desenvolvidas ao longo do estágio e por fim faço uma descrição de cada tarefa apresentada nos cronogramas.

2.1. Plano de estágio

A realização de um estágio curricular de três meses vem no seguimento da conclusão da Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas. A opção pelo SLB não foi a primeira, mas tornou-se a ideal assim que me foi sugerida. Depois desta minha escolha, o GESP contactou a organização que marcou uma entrevista para o dia 1 de julho. A entrevista foi feita pela Dra. Ana Paula Godinho, que viria a ser minha supervisora. Assim que a entrevista foi concluída e que me foi dito que tinha sido aceite, ficaram definidas as datas para o desenvolvimento do estágio.

O meu estágio tinha como objectivo a elaboração de atividades relacionadas com a gestão de eventos, protocolo e receção e acompanhamento dos diferentes públicos na área da Direção de Eventos. De forma a diversificar e dinamizar o estágio curricular, passaria também pelo Departamento de Comunicação e Marketing de forma a desenvolver atividades como a conceção de conteúdos de imprensa, assessoria de imprensa e comunicação de crise.

O meu estágio tinha como condições trabalhar cinco dias por semana, com folgas ao fim de semana, oito horas por dia com horário de entrada às 9h e horário de saída às 18h, sendo a hora de almoço das 13h às 14h. Visto que se tratava de um clube de futebol, e que os jogos não são dentro do horário de trabalho, sendo até, muitas vezes, ao fim de semana, a Dra. Ana Paula Godinho questionou-me inicialmente sobre a minha disponibilidade para acompanhar jogos ao que eu respondi, de imediato, afirmativamente.



2.2. Direção de Eventos

A Direcção de Eventos localiza-se no piso 0, porta 18, que é considerada a porta principal do estádio.

A função deste departamento é gerir e realizar as visitas ao estádio e ao museu Cosme Damião, e organizar eventos quer ao nível desportivo quer social.

Na direcção de eventos o recurso à comunicação via telefone é regular uma vez que esta proporciona um *feedback* mais rápido e eficaz comparativamente a outros meios, como o correio eletrónico e o *fax*.

Neste departamento, que funciona em paralelo com as visitas ao estádio, estão seis colaboradoras: a Responsável de Protocolo, Ana Paula Godinho, a Assistente de Protocolo, Cristina Dias, as Técnicas de Eventos Patrícia Santos e Carina Santos e as Assistentes de Eventos, Bruna Silva e Inês Sousa. A figura 19 é parte integrante do Organograma da Direcção Comercial e Marketing do SLB, esta que está subordinada directamente ao Presidente da Comissão Executiva, no qual se incluem as profissionais presentes na Direcção e Eventos. “*O organograma representa graficamente a divisão do trabalho na organização, tanto no sentido horizontal, definindo áreas de atuação, quanto no sentido vertical, estabelecendo níveis hierárquicos ou de decisão*” (Tenório, 2005: 58).

Apesar das funções destacadas no organograma que se segue, todos os colaboradores são bastante flexíveis nas tarefas que desempenham no dia-a-dia.

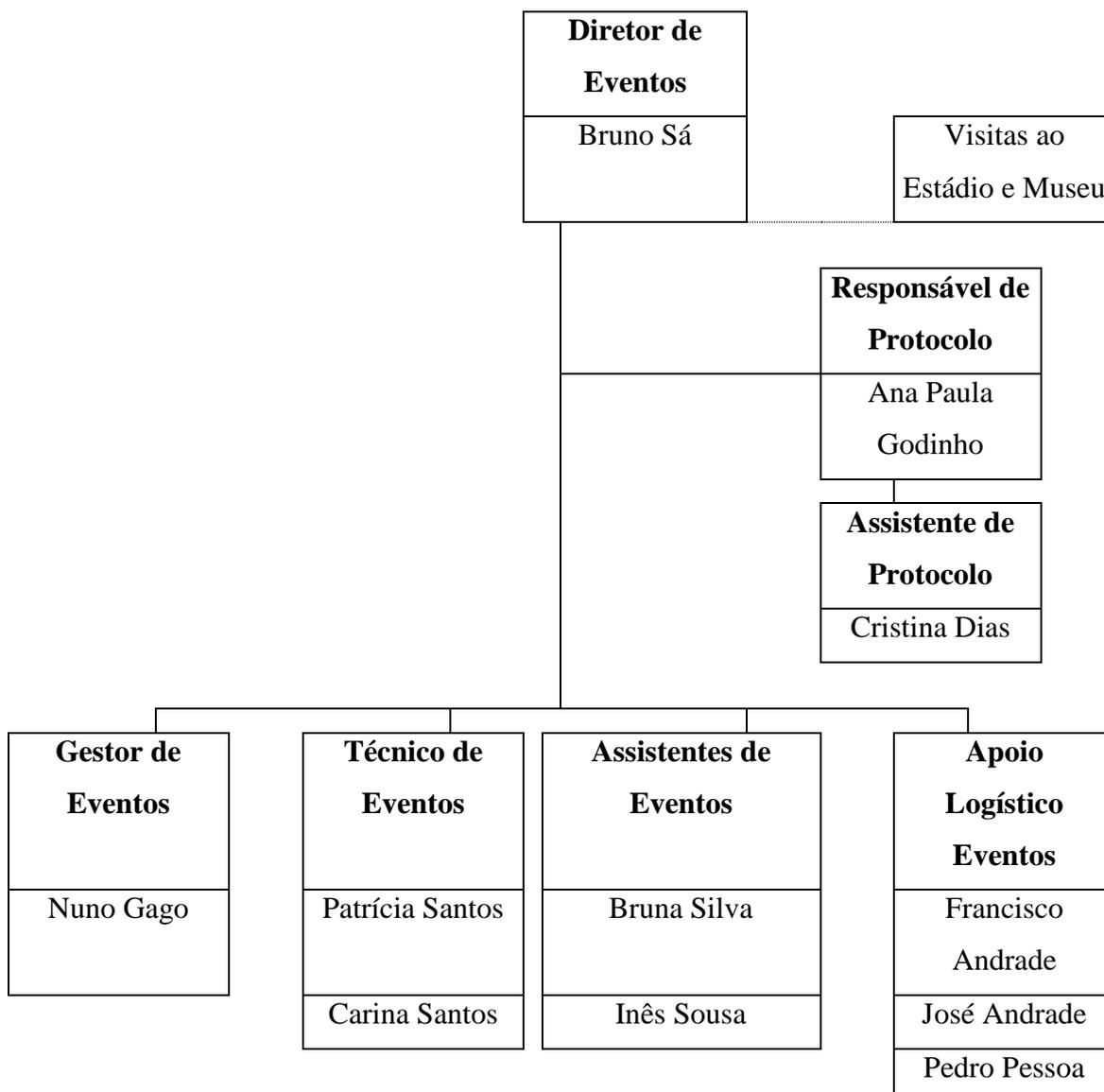


Figura 19: Organograma da Direção de Eventos

Fonte: Adaptado de SLB

A minha supervisora, como já referi anteriormente, era a Dra. Ana Paula Godinho, Responsável de Protocolo, com quem eu trabalhava mais diretamente, ainda que, no tempo em que realizei visitas ao estádio, tenha trabalhado mais diretamente com Patrícia Santos e Carina Santos, que além de serem Técnicas de Eventos, são as responsáveis pelas visitas ao estádio e Museu Cosme Damião.



2.3. Cronogramas

Os cronogramas que se seguem apresentam as tarefas que realizei nos três meses de estágio na Direção de Eventos. Os cronogramas estão divididos em quatro, cada um representa os dias do mês a que corresponde o tempo de estágio. Como nota Dornelles (2012: 52), os “*cronogramas são uma boa maneira de acompanhar o que vem sendo feito, também porque demonstram a capacidade da organização cumprir o que foi definido no planeamento da operação (...)*”.

Dias	Tarefas						
	Acompanhamento de Jogos de Futebol	Atualização de Bases de Dados	Conhecer Areas do Clube	Contactos Telefónicos	Elaboração de Atividades para Dias Temáticos	Organização de Eventos	Visitas Guiadas ao Estádio
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							

Tabela 3: Cronograma do mês de julho

Autoria própria

No organograma anterior, respeitante ao mês de julho percebe-se que este foi um mês equilibrado no que toca a tarefas. Foi também neste primeiro mês que comecei a desempenhar a tarefa de guia das visitas ao estádio.



		<i>Tarefas</i>					
<i>Dias</i>	<i>Acompanhamento de Jogos de Futebol</i>	<i>Atualização de Bases de Dados</i>	<i>Conhecer Areas do Clube</i>	<i>Contactos Telefónicos</i>	<i>Elaboração de Atividades para Dias Temáticos</i>	<i>Organização de Eventos</i>	<i>Visitas Guiadas ao Estádio</i>
	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
	7						
	8						
	9						
	10						
	11						
	12						
<i>Agosto</i>	13						
	14						
	15						
	16						
	17						
	18						
	19						
	20						
	21						
	22						
	23						
	24						
	25						
	26						
	27						
	28						
	29						
	30						
	31						

Tabela 4: Cronograma do mês de agosto

Autoria própria

No organograma do mês de agosto pode perceber-se que durante todo o mês me ocupei da tarefa de guia das visitas ao estádio.



		<i>Tarefas</i>					
<i>Dias</i>	<i>Acompanhamento de Jogos de Futebol</i>	<i>Atualização de Bases de Dados</i>	<i>Conhecer Areas do Clube</i>	<i>Contactos Telefónicos</i>	<i>Elaboração de Atividades para Dias Temáticos</i>	<i>Organização de Eventos</i>	<i>Visitas Guiadas ao Estádio</i>
<i>Setembro</i>	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
	7						
	8						
	9						
	10						
	11						
	12						
	13						
	14						
	15						
	16						
	17						
	18						
	19						
	20						
	21						
	22						
	23						
	24						
	25						
	26						
	27						
	28						
	29						
	30						

Tabela 5: Cronograma do mês de setembro

Autoria própria

O mês de setembro foi um mês contrabalançado nas tarefas que desempenhei, como se pode perceber através do organograma anterior.

		<i>Tarefas</i>					
<i>Dias</i>	<i>Acompanhamento de Jogos de Futebol</i>	<i>Atualização de Bases de Dados</i>	<i>Conhecer Areas do Clube</i>	<i>Contactos Telefónicos</i>	<i>Elaboração de Atividades para Dias Temáticos</i>	<i>Organização de Eventos</i>	<i>Visitas Guiadas ao Estádio</i>
<i>Outubro</i>	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
	7						
	8						

Tabela 6: Cronograma do mês de outubro

Autoria própria

O último mês, o de outubro foi principalmente dedicado aos contactos telefónicos, à elaboração de atividades para dias temáticos e à organização de eventos.



2.4. Tarefas desenvolvidas

Seguidamente, descrevo cada tarefa sucintamente, para que fique perceptível o meu papel no SLB ao longo destes três meses.

2.4.1. Acompanhamento de Jogos de Futebol

Em dias de jogos de futebol, a função dos elementos da Direção de Eventos é acolher e acompanhar os convidados até ao camarote presidencial e área VIP, sendo que esta foi também a minha função. Esta tarefa foi pouco desenvolvida uma vez que acompanhei apenas um jogo de futebol (SLB x Underlecht para a liga dos campeões), pelo que, a minha supervisora, Dra. Ana Paula Godinho, me encaminhou para as diversas áreas de receção de convidados.

Em todos os pontos de receção pelos quais passei, fiz a receção e entrega de convites para o camarote presidencial (Anexo II) a pessoas que até à data não os tinham levantado juntamente com os outros elementos da Direção de Eventos desde a abertura das portas até alguns minutos após o início do jogo. Além da entrega dos convites, era também entregue uma folha com o alinhamento das equipas. Amaral (2008: 90) afirma que *“a recepção de visitantes é uma das formas mais correntes de relações públicas. É um contacto importante, pois, segundo a maneira como for recebido, assim o visitante formará uma opinião favorável ou não a respeito da empresa”*. Por fim, o último ponto de receção foi o Camarote Presidencial no qual a minha função era acompanhar o trabalho das hospedeiras¹⁵ que tinham a lista de convidados.

2.4.2. Atualização de Bases de Dados

Em alguns casos, *“as consultorias fornecem a sustentação aos trabalhos de Relações Públicas do cliente com as actividades que, entre outras, incluem (...) actualização de*

¹⁵ Hospedeiras: As hospedeiras são contratadas apenas para dias de jogo e em momentos em que são necessárias para fazer o acompanhamento dos convidados.



bases de dados (...)” (Andrade, 2003: 51). No caso do SLB, esta tarefa é desenvolvida pela Direção de Eventos.

A atualização de bases de dados foi uma das tarefas pelas quais estive responsável durante o estágio e consistia em preencher e atualizar bases de dados com informações de jogadores, antigos jogadores, órgãos sociais, parceiros, entre outros, do SLB. A informação contida nestas bases de dados é principalmente destinada ao envio de convites para eventos.

Para a realização desta tarefa era necessário recorrer aos contactos telefónicos que normalmente já estariam disponibilizados na própria base de dados. Quando não estavam disponibilizados os contactos telefónicos, recorria à internet ou a outras áreas administrativas do SLB de forma a obtê-los.

As informações contidas nas bases de dados eram: título académico, nome, função, empresa, morada, código postal, localidade, país, telefone, fax, telemóvel e *e-mail*.

Tendo já o número de telefone, ligava para a pessoa em questão, apresentava-me da seguinte forma, pedindo também as informações necessárias para completar a base de dados: “Bom dia/Boa tarde, estou a ligar da direção de eventos do Sport Lisboa e Benfica. Estamos a atualizar a nossa base de dados e gostaria de lhe pedir a sua morada e *e-mail*.”

2.4.3. Conhecer Áreas do Clube

Esta tarefa foi fulcral para compreender melhor o SLB e o trabalho que aí se desenvolve. Durante o decorrer do estágio, tive diversas vezes a oportunidade de conhecer várias áreas do clube, entre elas: o Departamento de Comunicação, o Departamento de Casas do Benfica, a Direção Comercial e Marketing, a Direção de Recursos Humanos, a Fundação Benfica, os dois estúdios da Benfica TV, a Redação do Jornal “O Benfica”, o Restaurante Catedral da Cerveja, o Restaurante *Museum* e o Camarote Presidencial. Ligado à minha função como guia das visitas ao estádio,



conheci ainda a Sala de Conferências de Imprensa, o Ecocentro, a Reserva, Conservação e Restauro e os Balneários da equipa adversária.

A interação com estas áreas foi importante, tendo em conta a relação direta que algumas têm com a minha formação académica e por outro lado, o conhecimento aprofundado da organização que me proporcionaram.

2.4.4. Contactos Telefónicos

A realização de contactos telefónicos, foi uma tarefa que me deu bastante gosto a desenvolver devido à sua ligação à comunicação com o público.

Como já referi no ponto 2.2., na Direção de Eventos, o recurso ao contacto telefónico é bastante frequente uma vez que através dele se obtém um *feedback* mais rápido e eficaz comparativamente com outros meios como o correio eletrónico e fax. Relativamente a esta preferência Sousa (2004: 107) refere “*que o telefone e o telemóvel são os meios a que os profissionais de relações públicas mais recorrem depois da comunicação interpessoal, dada a facilidade de utilização, possibilidade de estar sempre em contacto, manuseabilidade, etc.*”.

Desenvolvi esta tarefa em paralelo com atualização de bases de dados uma vez que para confirmar os dados era necessário contatar as pessoas via telefone como já tinha referido anteriormente.

O recurso aos contactos telefónicos foi utilizado em muitas outras situações como a necessidade de entrar em contacto com outros clubes ou com convidados no sentido de confirmar a presença em jogos de futebol, o contacto com embaixadas com o fim de convidar o embaixador para jogos no caso de jogos com equipas de outros países e em muitas outras situações. Esta forma de contacto era utilizada tendo em conta a necessidade de respostas rápidas para o desenvolver de trabalho de forma eficiente pela Direção de Eventos.



2.4.5. Elaboração de Actividades para Dias Temáticos

Esta tarefa foi-me proposta pela minha supervisora, Dra. Ana Paula Godinho, logo no segundo dia de estágio. Os dias temáticos são dias em que se festeja algo em todo mundo, o que acontece várias vezes em cada mês. O objetivo é elaborar ideias de atividades para realizar nesses dias no SLB, principalmente com o público interno mas também com o público externo (Anexo III).

Esta necessidade de desenvolver atividades com o público interno mostra que existe já um entendimento de que *“os funcionários de uma empresa (...) querem sentir-se como parte integrante de uma verdadeira sociedade de capital e trabalho, tendo uma função essencial e tangível na organização. É a satisfação da necessidade de integração”* (Andrade, 2003: 97).

A minha supervisora sugeriu-me que, sempre que tivesse menos trabalho, desenvolvesse as ideias para os dias temáticos, assim, propus uma série de atividades para os diferentes dias do ano com destaque para o dia mundial do animal em que sugeri que o SLB contribuísse para uma determinada associação animal ou até que apadrinhasse uma águia no Jardim Zoológico.

2.4.6. Organização de Eventos

Segundo Caetano e Rasquilha (2007: 175) eventos são *“acontecimentos de carácter cultural e de entretenimento, que cumprem um objectivo específico de apresentação, demonstração ou partilha de informação, dirigidos a um público-alvo específico (...)”*.

No primeiro dia do estágio, foi-me informado que os principais eventos que iriam decorrer dentro de pouco tempo e que estavam a ser nesse momento trabalhados pela Direção de Eventos eram a abertura do Museu Cosme Damião e a Eusébio Cup que é um jogo de futebol profissional que visa homenagear Eusébio da Silva Ferreira, considerado a maior Glória do SLB até aos dias de hoje. Além do jogo, é normalmente feito um almoço oficial com a equipa que defrontará o SLB.



Uma vez que o meu estágio se iniciou a dia 8 de julho, e a abertura do Museu Cosme Damião seria a 26 desse mês, a organização desse evento estava já avançada e a minha tarefa para este evento prendeu-se principalmente com a atualização das bases de dados que serviria para elaborar os convites para os convidados.

Relativamente à Eusébio Cup as minhas tarefas foram a elaboração de um convite para o evento (Anexo IV) e também a atualização de bases de dados que iriam servir também para a elaboração de convites para este evento.

A minha participação na organização destes eventos ficou por aqui devido ao facto de que, com a abertura do Museu, e como os guias das visitas guiadas ao estádio iriam passar para o museu, tornou-se necessário e urgente colmatar a falta que esses guias fariam às visitas ao estádio. Assim, foi-me solicitado pela minha supervisora que passasse para as visitas guiadas ao estádio, tarefa que aceitei prontamente.

Ainda na primeira semana participei na organização de um evento da fundação “Para ti se não faltares!” realizado nos pavilhões do Estádio da Luz, que premeia alunos de algumas escolas básicas e secundárias pela sua assiduidade. A minha função foi receber e acompanhar aos seus lugares os representantes dos parceiros do evento.

Já referido no ponto 2.4.1. (acompanhamento de jogos de futebol), os jogos de futebol exigem também bastante preparação. As minhas funções na organização do jogo que tive oportunidade de organizar, para além das descritas no ponto 2.4.1., foram o envio de um *e-mail* para convidar o embaixador da Bélgica¹⁶ a comparecer ao jogo (Anexo V), a colocação de marcadores de lugar no camarote presidencial, a verificação dos procedimentos algumas horas antes do jogo, principalmente de tudo o que está ligado ao camarote presidencial onde não pode haver nenhum erro.

2.4.7. Visitas Guiadas ao Estádio

Esta tarefa acabou por ser a que mais desenvolvi durante o estágio, uma vez que, como já referido no ponto 2.4.6., me foi solicitado que passasse para as visitas ao estádio

¹⁶ Jogo Benfica x Underlecht (equipa belga) para a liga dos campeões.



devido à falta de guias originada pela abertura do Museu Cosme Damião onde iriam necessitar de todos os guias das visitas guiadas ao estádio.

As visitas guiadas ao estádio é um dos principais serviços do Estádio da Luz e consiste em guiar um grupo de pessoas por diversos pontos do estádio, dando informações sobre esses pontos em português e inglês quando essa segunda língua é necessária. García (1999: 23) recorda uma grande vantagem das visitas guiadas e dá uma recomendação sobre as mesmas: *“provavelmente, ninguém poderá demonstrar que uma imagem vale mais do que mil palavras, mas o certo é que a presença física no cenário dos acontecimentos pode trazer muita luz sobre o conceito que temos dessa entidade ou organismo. (...) Convém sempre que os grupos de visitantes sejam pequenos e que a visita em si esteja, à partida, perfeitamente planificada”*.

Os dois primeiros dias nas Visitas ao Estádio foram para formação, foi-me entregue um guião (Anexo VI) para ir estudando e acompanhei várias visitas para aprender os procedimentos. Nesta altura, a bilhética era feita no gabinete das visitas ao estádio, assim, sempre que não estava a acompanhar visitas, aprendi também esta parte e comecei também eu a vender bilhetes para visitas ao estádio. As visitas eram realizadas de hora em hora das 9h às 12h e das 14h às 16h.

Com a abertura do Museu Cosme Damião, o funcionamento das visitas ao estádio foi alterado, a visita guiada ao estádio foi diminuída, assim como o preço, uma vez que passaram a existir visitas ao Museu, a bilhética deixou de ser feita pelos guias e passou a ser feita na *Megastore* do SLB. Também os horários foram alterados, passou a haver visitas guiadas de meia em meia hora desde as 9h até às 19h (Tabela 7).

Número de dias	38
Número de visitas por dia	3 a 4
Número de pessoas no total	3335

Tabela 7: Visitas ao estádio em números

Autoria Própria

O procedimento das visitas guiadas ao estádio é o seguinte: as pessoas esperam na porta 18 (onde se situava o gabinete das visitas ao estádio), um guia vai ter com os visitantes,



solicita os bilhetes (Anexo VII) para serem “picados” e pede para que todos o acompanhem até ao andar de cima. Já no andar de cima, junto às maquetas do antigo e novo estádio da Luz, o guia questiona sobre quem fala português e quem falava inglês para poder perceber se será necessário falar as duas línguas, apresenta-se e começa a sua explicação. A visita guiada passa pelos seguintes pontos do estádio: maquetas do novo e antigo estádio da luz, zona *corporate*, balneários da equipa adversária, sala de conferências de imprensa, túnel de acesso ao relvado, relvado e zona das águias. A visita demora cerca de 30/45 minutos e no fim o guia questiona os visitantes sobre quem adquiriu também bilhete para o Museu Cosme Damião para poder encaminhar os visitantes para lá e de seguida despede-se de todos.



Reflexão Final

De entre os vários momentos de aprendizagem, o estágio curricular revelou-se de extrema importância em vários sentidos. Além de tudo o que aprendi, sem esta experiência, com certeza seria muito mais difícil do que será, o início da minha vida profissional.

A avaliação global do estágio é bastante positiva. Desde o início desta experiência no SLB que todos me receberam da melhor forma e me deram todo o apoio necessário ao desenvolvimento das minhas tarefas.

As condições do estágio foram sem dúvida as melhores e contribuíram de forma inestimável para o meu desenvolvimento pessoal e profissional, mas é claro, como todas as organizações, também o SLB tem pontos menos positivos na minha opinião, nomeadamente, a grande quantidade de departamentos, o que acaba por fazer com que muitas das atividades passem pelos diversos departamentos e acabem por não se realizar.

De referir que o plano de estágio que ficou definido inicialmente, não foi completamente cumprido devido à necessidade de passar para as visitas guiadas ao estádio.

Ainda devido à quantidade de departamentos existente no SLB, isto faz com que muitas das funções que pensava vir a desempenhar, ligadas à área de Comunicação e Relações Públicas, não fossem da responsabilidade do departamento em que estagiei, nomeadamente comunicação interna, assessoria, *lobby*, responsabilidade social, comunicação de crise e relações com os *media*.

Apesar desta diferença entre a teoria e a prática e de todas as tarefas que pensei vir a desempenhar e não desempenhei, tudo o que pude desenvolver e observar deu-me uma aprendizagem que superou em muito as minhas expectativas.

Esta experiência que foi o estágio curricular no SLB aliado a todos os conteúdos adquiridos através da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas prepararam-



me de forma muito completa para poder integrar qualquer departamento de Relações Públicas e desempenhar qualquer tarefa atribuída a um profissional dessa área.

Ainda de referir a grande importância social do SLB que é alvo de grande dedicação por parte do povo português, prova disso foi a consternação de todos com o falecimento a 5 de janeiro de 2014 de Eusébio da Silva Ferreira, a grande referência do SLB e do futebol nacional.

Por último, quero salientar que estagiar numa organização como o SLB foi uma honra e uma oportunidade única. Considero que o meu desempenho na organização foi bem-sucedido, na medida em que desempenhei todas as tarefas que me propuseram com empenho e dedicação.



Bibliografia

- AMARAL, Isabel (2008). *Imagem e Sucesso: Guia de Protocolo para Empresas* (8ª Edição). Lisboa: Verbo Editora.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza (2003). *Curso de Relações Públicas: Relações com os Diferentes Públicos* (6ª Edição). São Paulo: Thomson Learning.
- BEIRÃO, Inácio; VASCONCELOS, Paulo; RASQUILHA, Luís; VASCONCELOS, Maria de; FERNANDES, Anabela; NUNES, Maria Inês; CAETANO, Joaquim; MATOS, Luís de (2008). *Manual de Comunicação Empresarial* (1ª Edição). Porto: Plátano Editora.
- CAETANO, Joaquim; Rasquilha, Luís (2007). *Gestão e Planeamento de Comunicação*. Lisboa: Quimera Editores.
- CASTRO, João Pinto e (2007). *Comunicação de Marketing* (2ª Edição). Lisboa: Edições Sílabo.
- CERTO, Samuel. PETER, Jean Paul (1993). *Administração Estratégica: Planeamento e Implementação da Estratégia*. São Paulo: Makron Books.
- DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.) (2012). *Relações Públicas: Planeamento e Comunicação*. Porto Alegre: Edipucrs.
- FONSECA, Abílio da (1999). *Dicionário para Relações Públicas* (Série "Dicionários"). Maia: Instituto Superior da Maia.
- FIGUEIREDO, Giovanna Santos (2009). *As Redes Sociais na Era da Comunicação Interativa*. Universidade Católica de Pernambuco. Recife, Brasil.
- GARCÍA, Manuel M. (1999). *As Relações Públicas: A Diplomacia e a Imagem nas Relações Públicas* (1ª Edição). Lisboa: Editorial Estampa.
- HARLOW, Eric; COMPTON, Henry (1980). *Comunicação: Processo, Técnicas e Práticas*. São Paulo: Editora Atlas.
- LAMPREIA, J. Martins (1982). *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas* (2ª Edição). Mem Martins: Publicações Europa-América.
- LAMPREIA, J. Martins (1998). *Comunicação Empresarial: As Relações Públicas na Gestão*. Alfragide: Texto Editora.



- LAMPREIA, J. Martins (1996). *Técnicas de comunicação: Publicidade, Propaganda, Relações Públicas* (7ª Edição). Mem Martins: Publicações Europa-América.
- LINDON, Denis; LENDREVIE, Jacques; RODRIGUES, Joaquim Vicente; LÉVI, Julien; DIONÍSIO, Pedro (2004). *Mercator XXI, Teoria e Prática do Marketing* (11ª Edição). Lisboa: Editora Dom Quixote.
- LUPETTI, Marcélia (2003). *Administração em Publicidade: A Verdadeira Alma do Negócio*. São Paulo: Editora Thomson Learning.
- MORAIS, António Manuel; PERDIGÃO, Carlos; LOUREIRO, João; SANTOS, José de Oliveira (s./d.). *Benfica: 90 Anos de Glória*. Lisboa: Edição dos Autores.
- MORAIS, Carlos Branco (1986). *Relações Públicas, Economia e Empresa* (9º Edição). s./l.: Editora Figueirinhas.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do (1986). *Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional, Conceitos, Estratégias, Sistemas, Estrutura, Planeamento e Técnicas*. São Paulo: Summus Editorial.
- SOUSA, Jorge Pedro (2004). *Planificando a Comunicação em Relações Públicas*. Florianópolis: Editora Secca.
- TEIXEIRA, Maria Luísa Mendes (2008). *Valores Humanos e Gestão: Novas Perspetivas*. São Paulo: Editora Senac.
- TENÓRIO, Fernando G. (2005). *Gestão de ONGs – Principais Funções Gerenciais* (9ª Edição). Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas.

Outras Fontes:

Webgrafia:

- Dicionário online Caldas Aulete – consultado em 15/nov, 2013 em <http://aulete.uol.com.br/book#ixzz2mhdXp4c1>
- Fundação Benfica – consultado em 20/nov, 2013 em <http://fundacao.slbenfica.pt/pt-pt/fundacao/historia.aspx>
- Jornal de Notícias – consultado em 10/nov, 2013 em http://www.jn.pt/PaginaInicial/Desporto/Interior.aspx?content_id=1144309



- Público – consultado em 18/nov, 2013 em <http://www.publico.pt/noticia/benfica-bate-recorde-de-socios-e-entra-no-guinness-1276161>
- Sport Lisboa e Benfica – consultado de 20/out a 15/dez, 2013 em <http://www.slbenfica.pt>

Documentação Interna:

- Relatório e Contas do Sport Lisboa e Benfica 2012/2013
- Relatório Interno do Sport Lisboa e Benfica

Lista de Anexos

Anexo I: Plano de Estágio

Anexo II: Carta e Convite para o Camarote Presidencial

Anexo III: Ideias para Dias Temáticos

Anexo IV: Texto de Convite para a Eusébio CUP

Anexo V: Texto de Convite para a Embaixada da Bélgica

Anexo VI: Guião para Visitas ao Estádio da Luz

Anexo VII: Bilhetes para Visitas ao Estádio da Luz

ANEXO I

Plano de Estágio

IPGPolitécnico
da Guarda
Politechnic
of Guarda**PLANO DE ESTÁGIO**Cursos de Especialização Tecnológica (CET)
Licenciaturas
Mestrados

MODELO

GESP.004.02

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.

Escola: ESECD ESS ESTG ESTH

Tipologia do Estágio:
 Curricular Extracurricular Outro: _____

Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? Sim. Qual? _____

1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO

Estudante: Ana Rita Marques Pereira N.º 5007299

Docente orientador: Henderson Webber Engraçoso

Supervisor: Ana Paula Godinho

2. PLANO DE ESTÁGIO

Este estágio irá incidir principalmente sobre a gestão de eventos, protocolo, recepção e acompanhamento dos diferentes públicos na área do acesso de eventos de forma a diversificar e dinamizar o estágio curricular, a estágio a parará também por temas de comunicação e marketing com o objetivo de desenvolver atividades como a conceção de conteúdos de imprensa, assessoria de imprensa e comunicação de crise.

3. ASSINATURAS

O Estudante

09/07/2013

Data

Ana Rita Marques Pereira
(assinatura)

O Docente Orientador

24/07/2013

Data

Henderson Webber Engraçoso
(assinatura)

O Supervisor

10/07/2013

Data

Ana Paula Godinho
(assinatura e carimbo da Entidade)

CISBO

ANEXO II

Carta e Convite para o Camarote
Presidencial



O Presidente e os restantes elementos do Conselho de Administração do Sport Lisboa e Benfica - S.A.D., têm a honra de convidar

[Redacted]

a assistir ao encontro

Sport Lisboa e Benfica - [Redacted]

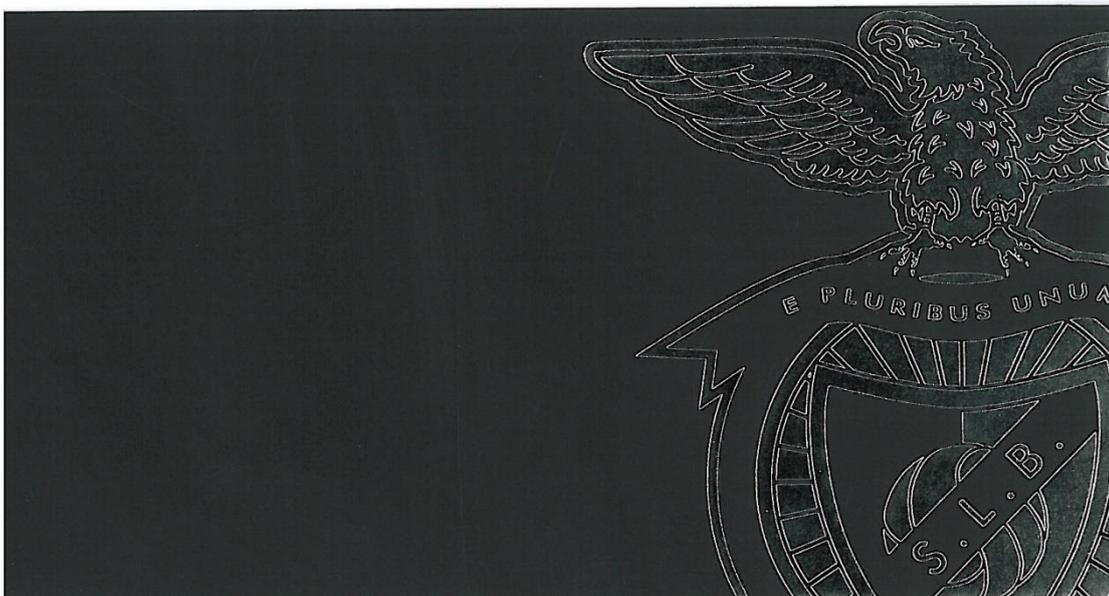
a realizar no dia [Redacted] pelas [Redacted]

no Estádio do Sport Lisboa e Benfica (Porta 1,2 e 3).

Fila [Redacted] Nº [Redacted]

O Presidente do Conselho de Administração

Não é permitido o acesso a menores de 15 anos de idade
Este convite é pessoal e intransmissível
Obrigatório uso de traje formal



ANEXO III

Ideias para Dias Temáticos

JANEIRO

1-DIA MUNDIAL DA PAZ: Alguma decoração particular privilegiando o branco.

2-DIA MUNDIAL DO BRAILE

6-DIA DOS REIS MAGOS: Cantar as Janeiras na Catedral (Órgãos Sociais + Comissão Executiva + Orfeão).

8-DIA MUNDIAL DA ALFABETIZAÇÃO: Doar livros a uma instituição que acolha crianças órfãs.

23-DIA MUNDIAL DA LIBERDADE

FEVEREIRO

2-DIA MUNDIAL DAS ZONAS HÚMIDAS

4-DIA MUNDIAL DA LUTA CONTRA O CANCRO: Ver com a Fundação – Coleta interna que revertesse para o IPO – sistema de rifas (algumas com um prémio simbólico).

11-DIA MUNDIAL DO DOENTE

14-DIA DOS NAMORADOS: Concurso interno – quem durante uma semana concorrer com uma carta dedicada à esposa/ mulher/ namorada...após apreciação por um júri x.

20-DIA DA RESISTÊNCIA NÃO VIOLENTA

21- DIA INTERNACIONAL DA LÍNGUA MATERNA: Exposição ou distribuição de alguns poemas de autores portugueses.

22- DIA EUROPEU DA VÍTIMA

MARÇO

8-DIA INTERNACIONAL DA MULHER: Oferta de uma flor, do Presidente para todas as senhoras.

15-DIA INTERNACIONAL DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

19-DIA DO PAI: Fazer uma actividade entre pai e filho (visita ao estádio ou museu + lanche por exemplo).

20-DIA DA AGRICULTURA

21-DIA INTERNACIONAL CONTRA A DISCRIMINAÇÃO RACIAL; DIA MUNDIAL DA POESIA; DIA MUNDIAL DA FLORESTA E DA ÁRVORE:

Exposição ou distribuição de alguns poemas de autores portugueses envolvendo papel reciclado. Colaboradores do SLB plantarem uma árvore.

22-DIA MUNDIAL DA ÁGUA: Uma vez que é um sábado, fazer alguma actividade na piscina do estádio envolvendo STAFF, família e convidados especiais.

23-DIA MUNDIAL DA METEOROLOGIA

24-DIA DO ESTUDANTE: Promover actividades com as escolas no museu (visita e palestra didáctica)

26-DIA DO LIVRO PORTUGUÊS: Data de lançamento de um livro sobre o Museu Cosme Damião e a história que retrata.

27-DIA NACIONAL DO DADOR DE SANGUE; DIA NACIONAL DE CENTROS HISTÓRICOS; DIA MUNDIAL DO TEATRO Promover uma doação de sangue no estádio.

28-DIA MUNDIAL DA JUVENTUDE: Promover actividades com as escolas- talvez visita ao Museu.

ABRIL

1-DIA DAS MENTIRAS: Lançar um comunicado engraçado dirigido aos funcionários e ao final do dia revelar que não é verdadeiro.

2-DIA INTERNACIONAL DO LIVRO INFANTIL: Temática para o Museu.

7-DIA MUNDIAL DA SAÚDE: Acção com a Clínica Benfica; DIA NACIONAL DO JORNALISTA

8-DIA MUNDIAL DA LUTA CONTRA O CANCRO; DIA MUNDIAL DA ASTROLOGIA

13-DIA MUNDIAL DA IMPRENSA

16-DIA MUNDIAL DA VOZ Fazer um *karaoke* para os colaboradores e público

22-DIA MUNDIAL DA TERRA

23-DIA MUNDIAL DO LIVRO: Acção com a *Megastore*; DIA MUNDIAL DO ESCUTEIRO

25-DIA DA LIBERDADE

26-DIA DA PRODUÇÃO NACIONAL: Comercialização de produtos típicos Portugueses adaptados ao mundo Benfica. Lançar um produto do Benfica na loja que seja de produção nacional.

29-DIA MUNDIAL DA DANÇA: Ação com a Ginástica. Animação do estádio para público e colaboradores por parte da claqué do Benfica.

MAIO

1ºDOMINGO-DIA DA MÃE: Fazer descontos na loja do Benfica de produtos para criança; Oferecer uma rosa branca às colaboradoras mães.

1-DIA DO TRABALHADOR: Convívio entre Staff ao final do dia (café + bolo).

3-DIA MUNDIAL DA ASMA; DIA INTERNACIONAL DA LIBERDADE DE IMPRENSA

5-DIA MUNDIAL DO TRÂNSITO E DA CORTESIA AO VOLANTE; DIA EUROPEU DA MÚSICA: Espectáculos neste dia (Gulbenkian, CCB, entre outros).

8-DIA DA CRUZ VERMELHA

9-DIA DA EUROPA

12-DIA MUNDIAL DO ENFERMEIRO

13-DIA EUROPEU DO MELANOMA

14-DIA DAS VOCAÇÕES: Temática para o Museu: Falar acerca do mundo do futebol e profissões envolventes.

15-DIA INTERNACIONAL DA FAMÍLIAS: Fazer neste dia um desconto na compra de bilhetes para famílias; colaboradores saírem uma hora mais cedo para poderem estar com a família.

17-DIA MUNDIAL DAS TELECOMUNICAÇÕES

18-DIA INTERNACIONAL DOS MUSEUS: Descontos ao público para entrada no Museu.

20-DIA DA MADRINHA

21-DIA MUNDIAL DA DIVERSIDADE CULTURAL PARA O DIÁLOGO

22-DIA DO AUTOR PORTUGUÊS: Valorizar as personalidades portuguesas.

25-DIA DA ÁFRICA

27-DIA EUROPEU DOS VIZINHOS

29-DIA INTERNACIONAL DA ENERGIA; DIA INTERNACIONAL DOS SOLDADOS DA PAZ DAS NAÇÕES UNIDAS

31-DIA MUNDIAL DO NÃO FUMADOR: Os colaboradores que forem “apanhados” a fumar pagarão uma coima de 25€ (por cada vez), que reverte para a fundação Benfica.

JUNHO

1-DIA MUNDIAL DA CRIANÇA: Dinamização MEO *kids*. Promover jogos para as crianças no estádio e oferecer um chupa-chupa no fim deste.

2-DIA DA UNIÃO EUROPEIA

4-DIA INTERNACIONAL DAS CRIANÇAS VÍTIMAS INOCENTES DE AGRESSÃO

5-DIA INTERNACIONAL DO CIGANO; DIA MUNDIAL DO AMBIENTE

8-DIA MUNDIAL DOS OCEANOS

10-DIA DE PORTUGAL- Temática para o Museu.

12-DIA MUNDIAL CONTRA O TRABALHO INFANTIL

13-DIA DE DANTO ANTÓNIO: Os nossos restaurantes poderão promover uma sardinhada.

20-DIA MUNDIAL DOS REFUGIADOS: Evento para a Fundação

23-DIA OLÍMPICO: Promover um jogo de futebol entre os colaboradores.

26-DIA NACIONAL DA MULTIMÉDIA: Dinamização Benfica TV bem como meios de comunicação do SLB.

JULHO

1-DIA DAS BIBLIOTECAS

6-DIA MUNDIAL DAS COOPERAÇÕES: Congresso das Casas do Benfica.

11-DIA MUNDIAL DA POPULAÇÃO

20-DIA INTERNACIONAL DA AMIZADE: Oferta de prendas entre departamentos.

26-DIA INTERNACIONAL DOS AVÓS: Fazer descontos nas visitas guiadas para avós e netos.

28-DIA NACIONAL DA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA

AGOSTO

12-DIA INTERNACIONAL DA JUVENTUDE

19-DIA MUNDIAL DA FOTOGRAFIA: Passatempo SLB x DRH x Benfica TV x Multimédia (The best of Benfica). Oferecer uma fotografia do plantel do Benfica às pessoas que visitarem o estádio.

31-DIA INTERNACIONAL DA SOLIDARIEDADE

SETEMBRO

7-DIA INTERNACIONAL DA EDUCAÇÃO

8-DIA MUNDIAL DA ALFABETIZAÇÃO

21-DIA INTERNACIONAL DA PAZ; DIA MUNDIAL DA DOENÇA DE ALZHEIMER

22-DIA EUROPEU SEM CARROS: Incentivar o Staff a deslocar-se de transportes. Fazer uma volta de bicicleta no fim do dia para os colaboradores.

24-DIA INTERNACIONAL DA IMPRENSA: Edição especial jornal “O Benfica”.

26-DIA MUNDIAL DO CORAÇÃO E DIA EUROPEU DAS LÍNGUAS

27-DIA MUNDIAL DO TURISMO: Convidar parceiros como agências de viagem e empresas turísticas a visitar o estádio/museu.

29-DIA MUNDIAL DO CORAÇÃO

OUTUBRO

1-DIA INTERNACIONAL DA MÚSICA; DIA INTERNACIONAL DO IDOSO; DIA MUNDIAL DA ÁGUA: Contratar um músico de rua para tocar durante algumas horas.

3-DIA DA INFÂNCIA E DIA MUNDIAL DA ARQUITETURA

4-DIA MUNDIAL DO ANIMAL: Contribuição do SLB para uma determinada associação animal. Contribuição SLB para apadrinhar as águias do ZOO.

5-DIA MUNDIAL DOS PROFESSORES E DIA DA IMPLANTAÇÃO DA REPÚBLICA

9-DIA MUNDIAL DOS CORREIOS

10-DIA MUNDIAL DA SAÚDE MENTAL

16-DIA MUNDIAL DA ALIMENTAÇÃO

17-DIA INTERNACIONAL PARA A ERRADICAÇÃO DA POBREZA

24-DIA DAS NAÇÕES UNIDAS

31-DIA MUNDIAL DA POUPANÇA

NOVEMBRO

1-DIA DA LUTA CONTRA O CANCRO: Ida de atletas ao IPO.

11-DIA DE SÃO MARTINHO: Castanhada e água-pé num espaço.

14-DIA MUNDIAL DA DIABETES: Fazer um teste de diabetes para os colaboradores.

15-DIA NACIONAL DA LÍNGUA GESTUAL: Ensinar às pessoas como dizer Sport Lisboa e Benfica em linguagem gestual.

16-DIA DO MAR

19-DIA MUNDIAL DO HOMEM: Oferta de lembrança simbólica aos trabalhadores Homens. Oferecer uma flor branca aos homens.

21-DIA MUNDIAL DA TELEVISÃO: Benfica TV

24-DIA MUNDIAL DA CIÊNCIA

DEZEMBRO

1-RESTAURAÇÃO DA INDEPENDÊNCIA; DIA MUNDIAL DA LUTA CONTRA A SIDA

3-DIA INTERNACIONAL DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

5-DIA MUNDIAL DO VOLUNTÁRIO

10-DIA INTERNACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS

25-DIA DE NATAL SLB: Programa de Natal.

ANEXO IV

Texto de Convite para a Eusébio Cup

Convite Almoço + Jogo:

O Eusébio e a Direcção do Sport Lisboa e Benfica
têm a honra de o (a) convidar para o Almoço Oficial a realizar no Museum –
Restaurante Panorâmico,
bem como para o jogo da Eusébio Cup
que terão lugar no próximo dia 2 pelas xh00 e pelas xh00, **respectivamente**.
Teremos um enorme gosto em tê-lo connosco.

(CROQUI para o Jantar)

(CROQUI para o jogo)

Entrada a pé, entrada pelo parque de estacionamento.

Convite Jogo:

O Eusébio e a Direcção do Sport Lisboa e Benfica
têm a honra de o (a) convidar para o jogo da Eusébio Cup
que terá lugar no próximo dia 3 de Agosto pelas xh00.

(CROQUI para o jogo)

ANEXO V

Texto de Convite para a Embaixada da
Bélgica

Bom dia Exma Sra D. Adélia Tavares,

Por incumbência do Sr. Presidente do Sport Lisboa e Benfica, Sr. Luís Filipe Vieira e em razão da comparência do Sport Lisboa e Benfica nas competições europeias, tenho o prazer de convidar o Exmo. Sr. Embaixador do Reino da Bélgica, Mr. Bernard Pierre para o almoço oficial que terá lugar dia 17 de setembro no Hotel Altis às 13h, bem como para o jogo Benfica-Anderlecht que se disputará no mesmo dia pelas 19h45.

A presença do Sr. Embaixador será para nós um enorme gosto,

Agradecemos resposta para os contactos abaixo,

Direção de Eventos

Email: protocolo@slbenfica.pt

Morada: Av. General Norton de Matos, 1500-313 Lisboa-Portugal

Telefone: (+351) 21 721 95 00

Fax: (+351) 21 721 95 21

Com os melhores cumprimentos,

ANEXO VI

Guião Visitas ao Estádio



SPORT LISBOA E
BENFICA

Visitas ao Estádio do Sport Lisboa e Benfica

Itinerário da Visita

1. Recepção porta nº 18
2. Executive Seats (sector nº43) – Lateral ao Camarote Presidencial;
3. Balneário de Visitantes e Sala de Aquecimento da equipa visitante;
4. Sala de Conferência de Imprensa;
5. Banco de Suplentes/ Relvado;
6. Ecocentro;
7. Reserva, Conservação e Restauro (**Excepto aos fins de semana e feriados**);
8. *Megastore* Benfica.

*O percurso da visita poderá sofrer alterações no dia, mediante necessidades impostas pelo clube.

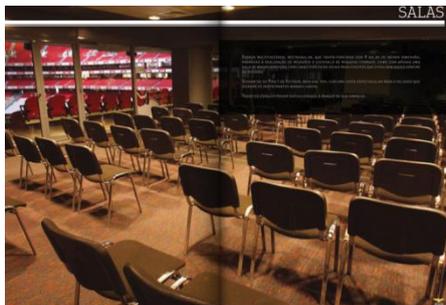
Porta nº 18



Nota de Boas vindas aos visitantes e esclarecimento do percurso a visitar

Ex: “Sejam bem vindos ao Estádio do Sport Lisboa e Benfica, a grande Catedral da Luz.
O meu nome é e tenho o prazer de vos acompanhar na Visita ao Estádio da Luz.
Iremos Visitar

Sector nº43 - Camarote Presidencial



Referências importantes sobre o Estádio, a abordar:

1. O Estádio da Luz é considerado um Estádio de 5 estrelas pela UEFA
2. Identificar as 4 Bancadas: TMN e MEO (bancadas centrais)
COCA-COLA E SAGRES (bancadas topos)
3. Lotação de 65.012 lugares cobertos
4. 156 Camarotes de Empresas e sócios
5. 45 Bares
6. 1 Health Club
7. 2 Restaurantes Panorâmicos (Catedral da Cerveja e Museum)
8. 1958 Lugares de estacionamento Subterrâneo e 281 lugares de estacionamento exterior

Referências do Camarote Presidencial:

1. O Camarote Presidencial tem capacidade para 184 lugares, destinados aos Dirigentes do SL Benfica, e respectivos convidados do Sr Presidente Luis Filipe Vieira
2. O Sr Presidente do SL Benfica senta-se na cadeira nº 12, fila A (1ª fila central)
Na cadeira nº 13, fila A, é nosso convidado o Presidente da Equipa Visitante.
O Glorioso ex jogador - Eusébio da Silva Ferreira – assiste aos jogos na cadeira 9 da Fila A
Na Fila G, os lugares nº 16 ao nº 23 são os lugares destinados à Direcção da Equipa Visitante.

Sala de Aquecimento



Referências:

1. Funcionam 2 salas de aquecimento no Estádio, sendo que 1 encontra-se na área da Equipa Visitante, e a 2ª na área dos atletas do Benfica
2. O objectivo da sala de aquecimento é acelerar o aquecimento dos atletas, reduzindo o tempo de 15 minutos (no estádio) para 5 minutos (na sala de aquecimento)
3. Evita a pressão do público
4. Utilizada para descompressão, após viagens efectuadas pelas equipas
5. Testar jogadores em caso de dúvida por lesão.

Balneário de Visitantes



Referências a saber :

1. Existem 3 balneários, disponíveis para Equipas Visitantes
2. O balneário do SL Benfica dispõe: sala de lazer, jacuzzi, banho turco, enfermaria, gabinete médico, ginásio, gabinete para o treinador e Director técnico, vestuários e duches.

Sala de Conferência de Imprensa



Referências a saber:

1. A sala de Conferência de Imprensa têm capacidade para aproximadamente 100 jornalistas
2. A disposição da Sala é a seguinte: Zona das cadeiras para a Imprensa Escrita, Zona das Mesas para a Rádio (existem ligações próprias). No final da Sala ficam as Câmaras de Televisão. Por norma os fotógrafos têm livre acesso de circulação por toda a Sala

Túnel de Acesso e Relvado



Referências a saber:

1. Do lado direito do túnel está localizado o Banco de Suplentes do SL Benfica
2. Do lado esquerdo do túnel está localizado o Banco de Suplentes da Equipa Visitante
3. As 2 cadeiras do lado esquerdo do túnel estão destinadas ao 4º Árbitro e ao Delegado da Liga

Ecocentro



1. Inaugurado em Outubro de 2010;
2. Serve para separar e reciclar todo o lixo proveniente do Estádio, Pavilhões e área comercial;
3. 80% de todo o lixo é reciclado;
4. Num ano foram recicladas 80 toneladas de lixo;
5. Em cada jogo são recicladas 12 toneladas de lixo;
6. Trabalham 2 pessoas neste espaço.

Reserva, Conservação e Restauro



Ao entrar na 1ª sala de espera deve ser feita uma apresentação sobre o RCR.

1. Inaugurado a 2 de Novembro de 2010, com 18 pessoas a trabalhar diariamente incluindo estagiários oriundos de Universidades Nacionais e Estrangeiras;
2. É um projecto pioneiro num Estádio de Futebol, e que se equipara a um Centro de Conservação de um qualquer Museu sendo que a única diferença é que os troféus são desportivos;
3. Existem 22 mil troféus, sendo que 1000 irão para o Futuro Museu;
4. Neste espaço temos 4 salas de restauro e o laboratório ;
5. Este é um espaço quase clinico, em que a higiene e a temperatura são fundamentais para a conservação de todo o espólio.

Notas:

- Neste espaço não é permitida a captação de imagens ;
- Ter o cuidado para a última pessoa de cada grupo **fechar a porta de acesso ao departamento.**
- Não é permitido que ninguém mexa no material.
- Havendo alguma dúvida, os colegas do RCR estarão ao vosso inteiro dispor.

Notas Importantes:

- O Sport Lisboa e Benfica foi fundado no Escritório da Farmácia Franco em Belém no dia 28 de Fevereiro de 1904 por 24 Fundadores (O nome de Cosme Damião não consta na acta da fundação, pois foi este que a escreveu);
- O significado da Fundação e Símbolo é: Em 1904 existia o **Sport Lisboa** cujo símbolo era uma Águia e o desporto praticado era Futebol. Em 1906 o **Grupo Sport Benfica** cujo Desporto principal era o ciclismo e atletismo. A **16 de Outubro de 1908** houve uma junção entre os 2 clubes que ficou com o nome **Sport Lisboa e Benfica**, daí o símbolo ser a Águia e a roda da bicicleta, tendo também as cores da bandeira Nacional, a bola de Futebol e a Frase em Latim “E pluribus Unum”, que significa Todos Por Um.
- O Espólio tem 22.000 mil peças;
- A autoria do projecto do novo Estádio é da Empresa Australiana **Populous** que projectou também o Estádio Olímpico de Sydney e o Estádio do Algarve. O Arquitecto do Estádio foi **Damon Lavelle**;
- O Estádio custou 125 Milhões de Euros;
- A área do Complexo Desportivo é de 200 mil metros quadrados;
- A altura do Estádio do piso 0 até ao topo é de 57 metros;
- Quando o antigo Estádio foi demolido, o Benfica montou uma Fábrica de reciclagem de cimento, onde reciclou o cimento do antigo Estádio e foi aplicado no novo;
- Até ao presente o Benfica já teve 33 Presidentes;
- O Benfica já teve 7 Estádios (incluindo o actual);
- A construção da Nova Luz levou 2 anos e 25 dias;
- O 1º Golo na Nova Luz foi marcado pelo Nuno Gomes;

- O Complexo Desportivo tem 2 Pavilhões e 1 complexo de piscinas EDP, sendo que o **Pavilhão Império Bonança** tem uma capacidade de **2400** espectadores (este pavilhão é utilizado para o Futsal, Hóquei em patins e Basquetebol); o **Pavilhão N° 2** tem uma capacidade para **1800** pessoas, este pavilhão é utilizado para o Andebol e Voleibol). O **Complexo de piscinas EDP** está à disposição dos Sócios e utentes com um variado leque de actividades de saúde e lazer, bem como de aprendizagem. Preparar-se-á com três piscinas, uma de 25 metros com 10 pistas e 1,5 m de profundidade, outra de 16 metros com 6 pistas e 50cm e 1 m de profundidade, e uma última de descontração apoiadas por dois balneários luxuosos para adultos e dois para crianças. O Complexo Desportivo tem ainda um conjunto de infra estruturas de apoio, tais como, Ginásio de Musculação, Centro Clínico, Bar e 80 lugares para assistentes;
- O 1º Troféu Oficial do Clube foi ganho em 1910 (Campeonato de Lisboa 1ª, 2ª e 3ª Categoria, e A Taça dos jogos Olímpicos Nacionais);
- Existem 156 Camarotes Empresariais, sendo que 50 são de sócios, 2 são Estúdios da Benfica TV, e 104 são para Empresas.
- Os Camarotes Gold situam-se nas Bancadas Centrais (Meo e Tmn) tendo a capacidade de 15 ou 21 lugares.
- Os Camarotes Silver situam-se na Bancada Coca-Cola tendo capacidade para 12 ou 18 lugares.
- Os Camarotes podem ser comprados por 1,3 ou 5 anos, sendo que os preços época vão desde 45.000€ até 210.000€.
- Na aquisição de um camarote Empresa terá também direito a Estacionamento diário e Catering nos dias de jogo. É também possível utilizar o Camarote diariamente, para funcionamento de escritório e/ou reuniões sendo que dispõe de um Office Center de Apoio.

Benfica TV

Referências:

- Estúdio inaugurado no dia 10 de Dezembro 2008;
- Projecto pioneiro em Portugal
- Neste momento colaboram 80 funcionários + colaboradores externos
- Funciona 24 horas por dia

- O canal é composto por um estúdio panorâmico, uma redacção de informação, uma régie de continuidade, uma régie vídeo e áudio de estúdio, duas salas de pós-produção vídeo e uma de áudio, uma sala de arquivo e de planeamento e grelha.

ANEXO VII

Bilhetes para Visitas ao Estádio da Luz

