

Rui Ferreira



Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

IPV - ESEV | 2019

Instituto Politécnico de Viseu
Escola Superior de Educação de Viseu

Rui Filipe Major Ferreira

Comunicação Digital na Organização de Grandes
(Mega) Eventos Desportivos

Maio de 2019

Rui Filipe Major Ferreira

Comunicação Digital na Organização de Grandes
(Mega) Eventos Desportivos

Tese de Mestrado

Comunicação e Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professora Doutora Luísa Augusto



“Comunicação é a arte de ser entendido.”
(Peter Ustinov, in CARAS, 2009¹)

¹In <https://caras.uol.com.br/>, 29 de abril de 2009 – EDIÇÃO 808

Resumo

O presente projeto tem como objetivo analisar a comunicação digital de grandes eventos desportivos a nível mundial, fazendo uma comparação com outros três eventos a nível nacional. Pretende-se sugerir um projeto de comunicação, com indicação de um conjunto de indicadores a serem trabalhados nos websites das organizações de eventos desportivos, bem como compreender de que forma a comunicação digital é utilizada e como contribui para o melhoramento e eficácia da organização dos mesmos.

Este projeto encontra-se dividido em cinco capítulos: introdução, revisão de literatura, metodologia, análise de resultados e conclusão. No primeiro capítulo, na introdução, é referida a pertinência do estudo, bem como o estado de arte do tema. O segundo capítulo incide na abordagem dos principais conceitos teóricos em estudo, a comunicação, a comunicação digital, os eventos desportivos e a organização dos eventos desportivos. No terceiro capítulo, é proposta uma grelha de análise de websites das organizações de eventos desportivos, construída com base no estado de arte e na revisão de literatura. Neste capítulo, é, também, descrita a metodologia utilizada no estudo empírico, os métodos de recolha e análise dos dados e a amostra utilizada. No quarto capítulo são apresentados os dados dos resultados da aplicação da grelha de análise proposta. O último capítulo visa apresentar as conclusões do estudo, discutindo os resultados e apresentando sugestões de pesquisas futuras.

A análise dos dados mostra que houve uma evolução na disseminação dos conteúdos nos websites das organizações de eventos desportivos. Os websites analisados privilegiam disseminação de conteúdos informativos sobre os eventos passados, presentes e futuros. Há, no entanto, conteúdos que faltam, designadamente no que se refere à organização do evento.

Este estudo traz um contributo para a academia e para a comunicação digital das entidades responsáveis pela organização de eventos desportivos.

Palavras-chave: Comunicação, Comunicação Digital, Desporto, Organização de Eventos e Eventos Desportivos.

Abstract

This project aims to analyze the digital communication of major sporting events and sports events worldwide, making a comparison with three other events at national level. It is intended to suggest a communication project, indicating a set of indicators to be worked on the websites of sports event organizations, as well as to understand how digital communication is used and how it contributes to the improvement and effectiveness of the organization of the same.

This project is divided into five chapters: introduction, literature review, methodology, results analysis and conclusion. In the first chapter, in the introduction, the pertinence of the study as well as the state of the art of the subject is mentioned. The second chapter focuses on the main theoretical concepts in study, communication, digital communication, sporting events and the organization of sporting events. In the third chapter, a web-based analysis grid of sports event organizations, based on state of the art and literature review, is proposed. In this chapter, it is also described the methodology used in the empirical study, the methods of data collection and analysis and the sample used. In the fourth chapter the data of the results of the application of the proposed analysis grid are presented. The last chapter aims to present the conclusions of the study, discussing the results and presenting suggestions for future research.

The data analysis shows that there has been an evolution in the dissemination of content on the websites of sports event organizations. The analyzed websites favor the dissemination of informative contents about past, present and future events. There are, however, missing contents, namely with regard to the organization of the event.

This study makes a contribution to the academy and to the digital communication of the entities responsible for the organization of sporting events.

Keywords: Communication, Digital Communication, Sport, Organization of Events and Sports Events.

Agradecimentos

Para vivermos numa sociedade, devemos relacionar-nos com tudo o que nos rodeia, fazendo com que os nossos dias se tornem aquilo que realmente desejamos.

Desta forma, a elaboração deste projeto, foi resultado de um conjunto de fatores e de pessoas, que me impulsionaram para que este fosse realizado, tornando o que estava planeado numa realidade e aos quais estarei eternamente grato.

À Professora Doutora Luísa Augusto, pela orientação na realização do projeto, demonstrando total apoio, disponibilidade e colaboração, fazendo com que muitas das dúvidas se dissipassem, tornando a minha tarefa mais facilitada pelas suas críticas e correções.

Ao Professor Doutor Luís Sousa, pela orientação no pré-projeto e por me dar conselhos e bases suficientes para a realização do projeto em si. Para além disso, um agradecimento especial por ser um dos impulsionadores da realização do mesmo, numa altura que o trabalho estava estagnado.

À Professora Doutora Ana Mafalda Matias, orientadora do curso de 2º ciclo Comunicação e Marketing, por todo o acompanhamento ao longo da caminhada até este momento e, por acreditar em mim dando forças necessárias para continuar.

A todos os restantes docentes, pela sua colaboração e participação nas diversas unidades curriculares, fazendo com a minha adaptação fosse facilitada, dadas as diferenças da minha área base.

A todos os docentes da minha área base, Desporto e Atividade Física, por tudo o que me ensinaram, principalmente ao Professor Doutor Antonino Pereira, orientador quando terminei o grau de licenciatura e, o Professor Doutor António Azevedo, por se demonstrarem sempre disponíveis para me ajudar, fazendo-o inclusive ao longo da elaboração deste trabalho.

A todos os responsáveis pelas atividades profissionais que tive, por nunca se oporem a nada, estando sempre disponíveis a possíveis adaptações para que conseguisse chegar a este momento.

Um enorme agradecimento à minha namorada Ana Miguel Rebelo por ser a verdadeira impulsionadora do término do curso, acompanhando-me dia após dia nesta longa caminhada, apoiando-me nas minhas decisões e dando aquele empurrão

necessário quando demonstrava abrandar na realização deste projeto. Um agradecimento especial por passar por isto sempre com um sorriso no rosto, mesmo quando eu não estava tão presente quanto devia, e ainda por ter passado pelos meus momentos de mau-humor causados pelo excesso de trabalho.

Por fim, um verdadeiro e enorme agradecimento aos meus pais, por tudo o que me deram ao longo destes anos. Pelo apoio, incentivo, paciência e pela superação dos obstáculos que ao longo da vida foram surgindo. Sei que é um dos principais sonhos e desejos deles e por isso, dedico-lhes a realização deste trabalho. Pais, obrigado por tudo!

Índice

Agradecimentos	7
Índice de Imagens	10
Índice de Gráficos	11
2. Enquadramento Teórica dos conceitos	17
2.1. Comunicação	17
2.2. Comunicação Digital.....	20
2.3. Desporto e Evento Desportivo	23
2.4. Organização de Eventos	25
3. Metodologia Utilizada	27
3.1. Método de Avaliação dos websites oficiais das organizações responsáveis pela realização dos Grandes e Megaeventos Desportivos	30
3.2. Caracterização da amostra.....	40
3.2.1. JOGOS OLÍMPICOS.....	40
3.2.2. CAMPEONATO DO MUNDO DE FUTEBOL	43
3.2.3. SUPER BOWL	47
3.2.4. VOLTA A PORTUGAL EM BICICLETA.....	48
3.2.5. SUPERTAÇA CÂNDIDO DE OLIVEIRA	49
3.2.6. EDP RUNNING WONDERS	50
4. Análise dos Resultados	52
5. Projeto de meio de avaliação de websites	64
6. Conclusão	68
7. Bibliografia	71
8. Webgrafia	75
9. Anexos	82
9.1 Informações adicionais acerca da amostra.....	82
9.1.1 Jogos Olímpicos	82
9.1.2 Campeonato do Mundo de Futebol	86
9.1.3 Super Bowl	89
9.1.4 Volta a Portugal em Bicicleta	91
9.1.5 Supertaça Cândido de Oliveira	93
9.2 Avaliação dos websites dos eventos desportivos analisados	93

Índice de Imagens

Imagem 1 - Bandeira Jogos Olímpicos.....	41
Imagem 2 - Organigrama Comité Olímpico Português	41
Imagem 3 - Logótipo FIFA.....	45
Imagem 4 - Organigrama FIFA e logótipos das organizações de futebol dos 5 continentes.....	86

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Indicadores referentes a cada um dos critérios avaliados	32
Tabela 2 - Critérios de avaliação dos diversos indicadores avaliados.....	38
Tabela 3 - Websites oficiais das Organizações Desportivas	39
Tabela 4 - Classificação Final Websites	61
Tabela 5 - Grelha de Avaliação dos Websites.....	67
Tabela 6 - Cronograma Jogos Olímpicos	86
Tabela 7 - Cronograma Campeonato do Mundo de Futebol	88
Tabela 8 - Cronograma Super Bowl	90
Tabela 9 - Vencedores Volta a Portugal em Bicicleta.....	92
Tabela 10 - Vencedores Supertaça Cândido de Oliveira	93
Tabela 11 - Grelha de Avaliação Jogos Olímpicos (atualidade).....	95
Tabela 12 - Grelha de Avaliação Jogos Olímpicos (origem)	98
Tabela 13 - Grelha de Avaliação Campeonato do Mundo (atualidade).....	101
Tabela 14 - Grelha de Avaliação Campeonato do Mundo (origem).....	104
Tabela 15 - Grelha de Avaliação Super Bowl (atualidade)	107
Tabela 16 - Grelha de Avaliação Super Bowl (origem)	110
Tabela 17 - Grelha de Avaliação Volta a Portugal em Bicicleta (atualidade)	113
Tabela 18 - Grelha de Avaliação Volta a Portugal em Bicicleta (origem).....	116
Tabela 19 - Grelha de Avaliação Supertaça Cândido de Oliveira (atualidade).....	119
Tabela 20 - Grelha de Avaliação Supertaça Cândido de Oliveira (origem)	122
Tabela 21 - Grelha de Avaliação EDP Running Wonders (atualidade)	125
Tabela 22 - Grelha de Avaliação EDP Running Wonders (origem)	128

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Somatório da Pontuação dos Indicadores.....	63
Gráfico 2 - Indicadores analisados Jogos Olímpicos (atualidade)	96
Gráfico 3 - Indicadores analisados Jogos Olímpicos (origem).....	99
Gráfico 4 - Indicadores analisados Campeonato do Mundo (atualidade)	102
Gráfico 5 - Indicadores analisados Campeonato do Mundo (origem).....	105
Gráfico 6 - Indicadores analisados Super Bowl (atualidade).....	108
Gráfico 7 - Indicadores analisados Super Bowl (origem)	111
Gráfico 8 - Indicadores analisados Volta a Portugal em Bicicleta (atualidade).....	114
Gráfico 9 - Indicadores analisados Volta a Portugal em Bicicleta (origem)	117
Gráfico 10 - Indicadores analisados Supertaça Cândido de Oliveira (atualidade)	120
Gráfico 11 - Indicadores analisados Supertaça Cândido de Oliveira (origem).....	123
Gráfico 12 - Indicadores analisados EDP Running Wonders (atualidade).....	126
Gráfico 13 - Indicadores analisados EDP Running Wonders (origem)	129
Gráfico 14 - Jogos Olímpicos (Dimensões Layout e Conteúdo)	131
Gráfico 15 - Jogos Olímpicos (Dimensões Acessibilidade/ Navegabilidade e Evento Desportivo)	132
Gráfico 16 - Campeonato do Mundo (Dimensões Layout e Conteúdo).....	134
Gráfico 17 - Campeonato do Mundo (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo).....	135
Gráfico 18 - SuperBowl (Dimensões Layout e Conteúdo).....	137
Gráfico 19 - SuperBowl (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo)...	138
Gráfico 20 - Volta a Portugal em Bicicleta (Dimensões Layout e Conteúdo)	140
Gráfico 21 - Volta a Portugal em Bicicleta (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo).....	141
Gráfico 22 - Supertaça Cândido de Oliveira (Dimensões Layout e Conteúdo).....	143
Gráfico 23 - Supertaça Cândido de Oliveira (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo).....	144
Gráfico 24 - EDP Running Wonders (Dimensões Layout e Conteúdo).....	146
Gráfico 25 - EDP Running Wonders (Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo) ..	147
Gráfico 26 - Dimensão Layout (Aspeto Visual Atraente, Título Adequado e Informações Disponíveis Adequadas à Instituição).....	148
Gráfico 27 - Dimensão Layout (Menu Colocado de modo a ser de fácil localização, Organização de Texto e Imagens e Texto Claro e Direto).....	149

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Gráfico 28 - Dimensão Layout (Título, Rodapés e Corpo do Texto com a mesma Formatação e Espectro de Cores Indicado)	149
Gráfico 29 - Dimensão Conteúdo (Descrição do Organismo: Missão, Serviços Prestados, Organigrama ou Estrutura de Funcionamento, Publicações e Atualização de Informação)	149
Gráfico 30 - Dimensão Conteúdo (Arquivo de Publicações, Linguagem Apropriada, Uso de Siglas/Símbolos Legendados)	149
Gráfico 31 - Dimensão Conteúdo (Datas das Publicações (Anteriores e Futuras) e Plano das diversas atividades organizadas pela instituição)	149
Gráfico 32 - Dimensão Conteúdo (Fórum de Questões e Tradução Multilingue).....	149
Gráfico 33 - Dimensão Acessibilidade / Navegabilidade (Funcionamento correto nos diversos browsers: Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla Firefox e Presença nos Principais Motores de Busca: Google, Yahoo, Bing, Sapo).....	149
Gráfico 34 - Dimensão Acessibilidade / Navegabilidade (Tempo de carregamento da página e Separador com ligações para os diversos serviços prestados)	149
Gráfico 35 - Dimensão Acessibilidade / Navegabilidade (Separador Pesquisa, Presença do Separador em todas as Páginas e Facilidade para cidadãos com necessidades especiais)	149
Gráfico 36 - Dimensão Evento Desportivo (Apresentação do Evento, Data e horário do evento e Localização do evento).....	149
Gráfico 37 - Dimensão Evento Desportivo (Atrativos do local do evento e Mapa do evento). 149	
Gráfico 38 - Dimensão Evento Desportivo (Contagem regressiva para o início do evento, Número de edições anteriores e Informação de Edições Anteriores).....	149
Gráfico 39 - Dimensão Evento Desportivo (Links para as Redes Sociais e Notícias).....	149
Gráfico 40 - Dimensão Evento Desportivo (Novidades, Patrocinadores e Venda de Bilhetes) 149	
Gráfico 41 - Dimensões Jogos Olímpicos e Campeonato do Mundo de Futebol.....	149
Gráfico 42 - Dimensões SuperBowl e Volta a Portugal em Bicicleta.....	149
Gráfico 43 - Dimensões Supertaça Cândido de Oliveira e EDP Running Wonders	149

1. Introdução

A comunicação é um termo tão abrangente, pelo que o processo de comunicar está envolto em alguma complexidade, na medida em que envolve uma série de fatores.

Quando se fala de comunicação, no sentido mais básico, pensa-se sempre num emissor, num recetor e na mensagem que é transmitida entre estes. Comunicar vai muito para além de um mero diálogo. Comunicar é a arte de partilhar e tornar comum uma série de informações e, é sem dúvida, um fator essencial para a existência da vida (animal) no Planeta Terra.

De forma mais abrangente, as pessoas nos dias de hoje, são influenciadas por aquilo que observam e, os media são preponderantes nisso, transmitindo exemplos positivos ou negativos, fazendo com que os espectadores façam as suas escolhas, consoante o que acham mais correto para as suas vidas. Para além disso, a era digital em que vivemos, veio trazer-nos mais-valias e mais informações, na medida em que temos ao nosso alcance uma enorme quantidade de informação a cada passo que damos ou a cada pesquisa que fazemos. A isto tudo que chega até nós, chama-se comunicação e, neste caso específico de comunicação digital.

Por outro lado, pretendemos fazer a ligação da comunicação com outra área de grande interesse a nível mundial, o Desporto. Este é uma atividade que envolve milhões de pessoas em todo o mundo e, tal como muitas as outras atividades, usa os meios digitais para chegar a mais pessoas, utilizando uma diversidade de canais existentes.

Para todos os que seguem ou praticam desporto, existe uma série de eventos de classe mundial a que todos aspiram chegar ou, ver os seus ídolos desportivos a ter sucesso. Para cada modalidade existe um evento/competição com maior importância. Por exemplo, no Ténis temos o prestigiado Torneio de Wimbledon, no Golfe, as World Golf Championship, tais como os Masters, no Ciclismo de Estrada, o Tour de France, e assim sucessivamente. Mas, em Portugal, o desporto com grande adesão é o Futebol e desta forma, o Campeonato do Mundo de Futebol (Seleções Nacionais). Para além disso, todos nós, enquanto portugueses, gostamos de obter sucesso, ultrapassando

todas as outras comunidades mundiais, daí que acompanhamos os Jogos Olímpicos, apoiando todos os atletas que representam o nosso país nesse evento, onde estão presentes dezenas de modalidades, sendo o expoente máximo do desporto.

A comunicação digital e os eventos desportivos, são duas áreas que têm evoluído muito ao longo dos últimos anos. Se a comunicação em si, é dos pontos principais responsáveis pela nossa existência, o contexto digital, veio fazer com que a “velocidade de transmissão da informação fosse maior” e, com que a “facilidade e dinamização da construção do processo de comunicação fosse mais eficaz”. (Corrêa, 2005, p.3)

A comunicação digital permite o acompanhamento, estando dum lado da competição/análise, como espectadores/observadores, existindo algo que nos passa completamente ao lado, quando falamos deste tipo de eventos, a organização dos mesmos, e de tudo o que está envolvido para que se possa desenvolver da forma como visualizamos.

Por sua vez, ao abordarmos o conceito de evento desportivo de forma mais específica, temos um enorme leque de exemplos. Por um lado, por existir uma grande diversidade de modalidades, nas quais se realizam, inúmeros eventos relacionados com as mesmas. Por outro lado, porque podemos classificá-los segundo várias tipologias e de acordo com a sua grandeza, tendo desta forma os “Megaeventos, Grandes Eventos e os Pequeno ou Micro Eventos”. (Fonseca, 2013 p.20)

O facto destes dois temas, os grandes eventos desportivos e a comunicação digital, envolverem tantos milhões de pessoas, suscitou a curiosidade de saber, se existe uma ligação entre os dois, de que forma essa ligação evoluiu, como se complementam e de que forma tiram partido um do outro. Neste estudo, pretende-se perceber como os eventos desportivos tiram partido da comunicação digital.

Após a análise dos estudos realizados na área, percebi que existia uma escassez de pesquisa que conjugasse os dois temas. É certo que, em vários estudos, estes temas foram abordados, mas relacionando-se sempre com algo para além destes, quer seja porque estavam mais direccionados para uma modalidade, quer para os gastos monetários ou para outros temas. Esta percepção resultou da análise dos seguintes estudos:

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Nogueira, A. (2012), no seu estudo, “visa caracterizar o perfil profissional dos responsáveis pela comunicação em organizações desportivas e verificar as suas necessidades de forma a sugerir um plano de formação para fazer face aos objetivos comunicacionais estratégicos das organizações desportivas”.

Martins, I. (2002), analisa de que forma a comunicação nas organizações desportivas é trabalhada, para além de como é que o processo de comunicação se desenvolve e quais os instrumentos utilizados. Analisa também, o papel do profissional responsável pela área em questão dentro das organizações. A autora teve como amostra, um único estado brasileiro e as organizações desportivas presentes neste.

No estudo de Nunes, D. (2017), o autor retrata a evolução na comunicação digital no interior das organizações desportivas, tendo por base e foco principal o comércio eletrónico, a venda de bens ou serviços das organizações.

No quarto trabalho analisado, Núbia Azevedo (2015), analisa a comunicação organizacional no contexto desportivo, no que concerne a uma claque de futebol. Inicialmente faz uma revisão da literatura dos conceitos de estudo, bem como uma evolução histórica da modalidade, para no fim analisar o website, páginas das redes sociais, jornal e rádio da claque estudada.

O estudo realizado por Resende (2004), remete-nos para “a implementação em websites de clubes de futebol da primeira liga Espanhola e Portuguesa de espaços de comunicação publicitária e pretende analisar a realidade existente no sentido de preparação para um futuro com realidades concomitantes com as envolventes tecnológicas presentes nas organizações desportivas.”

Na pesquisa de Corrêa, E. (2009), a autora explicita a importância do “uso e aplicações das TIC na comunicação organizacional”, sendo esta de cariz mais geral e nada associado ao desporto.

Em 2011, na Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, foi publicado um artigo de Sarmiento, J et al. e, neste, está presente o que as organizações tiveram que mudar, perante o aumento das dimensões dos eventos desportivos nos dias de hoje.

Dias (2006), na sua pesquisa, pretende dar a conhecer a “importância das vertentes políticas, económicas, sociais e organizacionais na realização dos eventos desportivos”, incidindo-se principalmente na rentabilidade de receber um grande evento desportivo para qualquer das partes envolvidas.

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Proni (2008), foca-se igualmente na parte económica da realização de um grande evento desportivo, “examinando a transformação dos Jogos Olímpicos da Era moderna”.

A escassez de estudos sobre a comunicação digital e os eventos desportivos, suscitou o interesse por esta temática, tornando-a pertinente e original. Assim, o presente projeto pretende propor uma grelha de avaliação de websites ideal para organizações de eventos desportivos e, de seguida, clarificar e analisar o papel da comunicação digital, na organização de Grandes Eventos Desportivos nacionais e internacionais, através da aplicação da grelha e, compreender de que forma, esta contribui para o melhoramento e eficácia dos mesmos.

2. Enquadramento Teórica dos conceitos

2.1. Comunicação

Quando se fala de comunicação e se tenta definir o que significa ao certo este termo e o ato de comunicar, cada autor tem a sua explicação.

A comunicação, é algo complexo e de extrema importância para a sobrevivência de qualquer espécie animal no nosso planeta. Desta forma e, uma vez que nós seres humanos vivemos em comunidade, precisamos comunicar em todas as ações, iniciativas, isto é, em tudo o que realizamos e, por isso, esta, muito provavelmente é das principais características que temos. “A comunicação é expressa por meio de gestos, sons, palavras, desenhos, escrita, sinais sonoros, etc, manifestando em si mesma a capacidade de constituir seus meios técnicos para ampliar a condição humana de transmitir a sua mensagem” refere Santos (2015, p.25).

No seio empresarial, a comunicação também deve “ser entendida como parte inerente à natureza das organizações” tal como refere Kunsch (2006, p.1). Esta autora refere ainda que, “as pessoas comunicam entre si, por meio de processos interativos para a sua sobrevivência e consecução dos objetivos, num contexto de diversidades e transações complexas” (2006, p.1). Basicamente, para vivermos rodeados de outras pessoas, precisamos comunicar, para que essa “organização” seja possível.

Da mesma forma, as organizações, quer sejam elas empresariais ou de qualquer outra tipologia tentam, a cada dia que passa melhorar a sua comunicação interna. Esta, “é constituída por processos comunicativos realizados no interior das organizações, cujo propósito básico é permitir que cada um dos seus membros cumpram as suas tarefas estabelecidas” (Scronferneker, 2007 p.84), de forma a obter melhores resultados nos seus objetivos principais.

Seguindo a mesma temática, Devesa (2016, p.15), “defende que a comunicação organizacional é uma componente fundamental para a eficiência e eficácia, sendo que a eficácia é considerada a capacidade de um indivíduo para produzir resultados

responsavelmente e a eficiência capacidade potencial que têm os sistemas, simples ou complexos, para produzir resultados”.

No seu trabalho, Kunsch (2009, p.63) coloca uma questão: “Existem teorias da comunicação?”, dando a resposta à mesma logo de seguida, “há a crença, afirma ela, por trás da ideia da existência de não se sabe quantas teorias da comunicação, de que elas existem a despeito de todo e qualquer obstáculo colocado à sua definição.” De seguida faz o seguinte reparo, “cremos na sua existência, e isso parece nos bastar” (Kunsch, 2009, p. 14). Mas o certo é que, todos sabemos que quando acreditamos em algo, não significa que isso é realmente verdadeiro e, enquanto não se consegue provar com algo científico, essa questão continua a pairar no ar, não sabendo a pertinência da mesma.

“Não é apresentada nenhuma definição de “teoria”. Há pouco cuidado ou ausência de definição do conceito de “comunicação”, o que demonstra de forma inequívoca a pouca exigência em matéria de critérios de pertinência das teorias em relação à área de comunicação”. (Kunsch, 2009 p. 21-22).

Os autores são unânimes ao dizer que face à complexidade da comunicação, não podemos considerar uma única teoria, mas sim, várias correntes teóricas que explicam o carácter multifacetado da comunicação e se centram em vários temas (Araújo, 1996, 2005).

Por sua vez, tendo em conta que ao abordarmos o tema da comunicação, teremos obrigatoriamente de mencionar a parte organizacional na qual este processo está inserido, é seguro dizer que “a comunicação organizacional é entendida como um processo de construção que contempla três dimensões”, sendo estas a “organização comunicada (fala autorizada), a organização comunicante (fala autorizada e demais processos comunicacionais que se atualizam sempre que alguém estabelece relação direta com a organização) e a organização falada (processos de comunicação que, não sendo a partir de relações diretas com a organização, referem-se a ela)”. (Baldisserra, 2009., p.116).

O mesmo autor refere ainda que esta, é um “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito de relações organizacionais” (Baldisserra, 2009, p.169), e que “sujeitos em interação comunicacional são forças em relação, portadores de redes

simbólicas de seus grupos” (Baldisserra, 2009, p.119). Para além disso, “em diálogo, reconstroem os sentidos em circulação nos processos comunicacionais”. (Baldisserra, 2009, p.119).

Cardoso (2006, p.1125), “salienta a importância da informação e comunicação como instrumentos e processos poderosos para a realização das potencialidades estratégicas e para a ampliação e integração das estruturas organizacionais”. Para além disso, diz ainda que, “é graças a esses instrumentos que as organizações desenvolvem funções, tomam decisões e estabelecem contatos com clientes, fornecedores e parceiros”.

O mesmo autor, refere ainda, acerca das organizações, que a comunicação deve, “servir de suporte para um modelo de gestão bem estruturado e com capacidade de levar a empresa a enfrentar os desafios cada vez mais competitivos de uma sociedade que se torna mais exigente.” (Cardoso, 2006, p.1134). Diz ainda que do ato de comunicar, “espera-se que cumpra o seu verdadeiro papel social: o de envolver emissor e recetor num diálogo aberto e democrático, em que a estratégia de gestão da empresa seja construída com base em princípios sociais e éticos. (Cardoso, 2006, p.1134).

Por fim, Cardoso (2006, p.1138) destaca que, “o ato de comunicar não é mais que a necessidade dos seres humanos de transmitirem informação, por meio de um diálogo argumentado, e que estas argumentações são formas de comunicação quase extraordinárias e pressupõem muito mais que os relacionamentos humanos”. Diz ainda que a “comunicação organizacional, sustenta-se na base do diálogo e, que o processo comunicativo deve permitir a qualquer dos participantes direitos iguais de questionar o outro sem recorrer à coação” (Cardoso 2006, p.1138).

Este diálogo ganha força quando pensamos na comunicação nos ambientes online, pois os media digitais vêm impulsionar a capacidade dialógica das organizações e o envolvimento dos públicos numa produção conjunta de conteúdos e mensagens. O meio de comunicação surge aqui como o elemento central na compreensão do fenómeno comunicativo dos eventos desportivos, pelo que das diferentes abordagens teóricas da comunicação, a teoria que está na base do presente estudo é a teoria do meio, desenvolvida a partir da década de 50, no século XX. Segundo McLuhan (1964b), um dos principais autores da teoria do meio, o meio de comunicação é dos principais

influenciadores da evolução e vida do homem, marcando a sua forma de interagir e comunicar. Os websites surgem assim, como o meio de comunicação condicionador das práticas de comunicação das organizações e dos seus públicos, importando agora, referir o conceito de comunicação digital e do website.

2.2. Comunicação Digital

Quando falamos em comunicação digital, podemos afirmar que é o ato de comunicarmos, ou seja, de transmitirmos o quer que seja, através dos meios tecnológicos que se enquadram nesta era digital. Desta forma e citando Corrêa (2005, p.3), este tema ficou popular graças “à comunicação empresarial e, claro, com o uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação”. Esta autora refere ainda a importância da comunicação digital na “velocidade de transmissão de informação e no facto de abrir horizontes no que diz respeito a inovações, criatividade, dinamismo, posicionamento, usos e escolhas” (Corrêa, 2005 p.3). Para além disso, a autora refere ainda e de forma mais direta que a comunicação digital consiste “no uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação e de todas as ferramentas dela decorrente, para facilitar e dinamizar a construção de qualquer processo de Comunicação Integrada nas Organizações” (Corrêa, 2005 p.3). Para Phillips e Young (2009) a rede de pessoas que usam internet, dispositivos móveis são cada vez maiores e, de facto, “os weblogs (blogs) e outras redes sociais permitem (ou têm o potencial de permitir) para as organizações um ambiente efetivo através do qual criam diálogos e podem comunicar-se diretamente com os públicos” (2009, p.7), permitindo uma comunicação livre com e entre os usuários sem intermediários, com transparência. Macnamara (2010, p. 332) refere que há “uma necessidade urgente para os Relações Públicas repensarem os seus métodos e práticas e o compromisso com a abertura, autenticidade, e conversação que levam a um diálogo verdadeiro” através da comunicação em ambientes online.

“A Internet é uma ferramenta para o diálogo e comunicação nos dois sentidos. Se as relações públicas são mutuamente benéficas entre organizações e públicos,

então a Internet melhora a comunicação que é uma parte essencial do desenvolvimento da mesma. (Kelleher, s.d. . P.172).

Finsher, (2009, p.1), refere que “a Internet tornou-se uma grande parte da indústria do desporto em geral”, dando o exemplo de uma organização desportiva, a NFL. Esta, “renovou e adicionou novos elementos no seu website, tais como, nova imagem, com elementos 3D, parte de interação e ainda uma área de assinatura de conteúdo que oferece repetições dos jogos online (Hur et al. 2007, p.1).

Segundo Hur et al. (2007, p.1), “os websites tornaram-se um veículo de marketing eficaz para as organizações desportivas” e para além disso, associando à parte desportiva, o mesmo autor refere que, “a Internet é a comunicação que mais cresce e fornece um importante veículo de marketing para a indústria do desporto” (Hur et al. 2007, p.1).

Por fim, Santomier (2008, p.15), refere que “a integração de novas tecnologias de comunicação mudou a maneira como o desporto é produzido, comercializado e “consumido””. Para além disso, “a proliferação de novas tecnologias comunicação, a revolução para as comunicações do consumidor e a necessidade das marcas obterem permissão para se envolverem com os consumidores também precipitaram uma transição lógica de marketing (Santomier, 2008, p.15). Os websites das organizações de eventos desportivos e a forma como são construídos assumem aqui particular destaque. Vários são os autores que têm referido como devem ser concebidos os websites e como devem ser trabalhados os seus conteúdos e recursos.

Segundo Scott (2008), para muitas empresas, os seus websites são estáticos, do ponto de vista da comunicação e das relações públicas, limitando-se à existência de uma área de press-release no site da empresa. Scott (2008, p. 63) acrescenta que “no novo mercado eletrónico de ideias as organizações destacam a sua especialidade de várias formas, como, por exemplo, bons sítios, podcasts, blogues, livros eletrónicos e notas noticiosas online que se concentram nas necessidades dos compradores. Todos estes suportes permitem que as organizações transmitam aos compradores as informações corretas e no preciso momento em que estão mais recetivos às informações.”

Assim, segundo Scott (2008), para a gestão estratégica de relações entre a organização e os vários públicos, há necessidade de orientar a comunicação do site

corporativo. Importa que as empresas concebam os seus sites de uma forma dinâmica, privilegiando uma riqueza de conteúdos, desde informações de valor para os públicos, até à existência de diferentes publicações, a posições da empresa sobre diversos assuntos e temas, sendo fundamental desenvolver conteúdos personalizados direcionados para cada um dos públicos. Na homepage podem estar os setores do website, os assuntos e as notícias mais relevantes, com hiperligações de fácil localização. O site deve facilmente encontrado nos motores de pesquisa, bem como deve ter um design atrativo, possibilitando uma fácil navegação, melhorando “o aspeto, as cores, o design, os logótipos, o tipo de letra”, usando tecnologias adequadas (Scott, 2008, p. 146).

No contexto da comunicação digital relacionada com o desporto, “os consumidores têm altos valores de diversão e entretenimento, em vez de valores utilitários quando comparados com outros contextos empresariais (Hur, Ko e Claussen, 2007, p.1).

Wilson (2012, p.9), exagera na forma como explica a evolução da comunicação e, neste caso a comunicação digital, nos eventos desportivos e, abordando Jack Collins (jornalista do Mail on Sunday) que cobriu os seus 10^o Jogos Olímpicos, “acho que chegou a um ponto em que as notícias são mais rápidas que a competição”, diz ainda que, “o elemento da velocidade é perdido quando tudo é tão rápido” (Wilson, 2012, p.9), remetendo para esta velocidade, o facto de os espectadores terem acesso a tudo que se passava naquele evento de forma rápida, mesmo não estando no local de sua realização. O mesmo autor citando Boyle (2010), refere que a “a evolução da comunicação irá moldar o desporto no futuro” (Wilson, 2012, p.10).

Direcionando o foco para os websites, falando em específico dos seus constituintes, os que possuem “separador “pesquisa” e que oferecem oportunidade de enviar perguntas às organizações são reconhecidos como um meio de facilidade de diálogo e, a presença de calendários de eventos, informações para download e notícias publicadas recentemente são usados como indicadores de que a organização está aberta à transmissão de informação, incentivando os visitantes voltar a visitar o website” (Kelleher, s.d. p.174)

Neste trabalho, importa revisitarmos os contributos dos estudos de Winckler e Pimenta (2002), de Vilella (2008), de Oliveira, Santos e Amaral (2003) e de Berti (2014).

O trabalho de Winckler e Pimenta (2002) descreveu o processo de usabilidade de interfaces de websites ou a qualidade de uso de interfaces. Vilella (2003) analisou três dimensões ao avaliar os portais estaduais brasileiros para prestação de serviços públicos e disseminação de informações na Web: o conteúdo, a usabilidade e a funcionalidade. A autora concluiu que todos os portais incluem um ou mais mecanismos de informação que visam prestar informações aos cidadãos, mas privilegiam a comunicação unidirecional. Oliveira, Santos e Amaral (2003) apresentaram 38 recomendações para boas práticas para a construção de websites. Berti (2014) analisou websites de eventos, listando um conjunto de itens de conteúdo que devem constar na concepção de websites de eventos.

2.3. Desporto e Evento Desportivo

Tal como o conceito de comunicação, quando abordamos o tema desporto, também emergem diferentes opiniões. Isto prende-se com o facto de se confundir o que é Desporto e o que é Atividade Física. Apesar de parecerem sinónimos, estes têm características diferentes e visam públicos diferentes.

É certo que quando falamos em desporto/atividade física, associamos sempre aquilo que vemos/praticamos (quase sempre tendo a competição como foco principal). De fato, o termo desporto está associado a isso mesmo, à competição pura e dura. Mas, e tudo o que acontece para além disso é considerado o quê? A verdade é que desporto vale muito mais para além disso e, onde qualquer pessoa, o pode praticar, não obrigatoriamente participando em competições das mais variadas modalidades, mas sim fazendo apenas por distração, lazer ou mesmo para benefícios da saúde física e mental e a isto podemos chamar atividade física.

Segundo a Carta Europeia do Desporto para Todos aprovada em maio de 1992 (p.3):

“Entende-se por Desporto todas as formas de atividade física que, através de uma participação organizada ou não, têm por

objetivo a expressão ou o melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações melhoramento da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais ou a obtenção de resultados na competição a todos os níveis”.

O desporto pode também ser definido “como um sistema institucionalizado de práticas competitivas, com dominante física, delimitadas, codificadas, regulamentadas convencionalmente, cujo objetivo é apurar o melhor concorrente, ou registar a melhor performance” (Marivoet, 1998, p.10), ou por outras palavras e tal como dito anteriormente, práticas competitivas, regulamentadas com o objetivo de superação. Ao falarmos de eventos desportivos, o conceito é simples. Uma vez que já sabemos de forma aprofundada o que é ao certo um evento e, que existem uma diversidade grande dos mesmos, quer sejam eles de diferentes tipologias ou temas. Neste caso, trata-se de uma atividade em que se aborda, de forma principal, um desses temas e, tal como o nome indica, é o desporto o foco.

No que diz respeito aos eventos desportivos, Fonseca (2013, p. 20), caracteriza os diversos tipos tendo em conta a sua grandeza e desta forma, existem os “Mega Eventos (Jogos Olímpicos, Campeonato do Mundo), Grandes Eventos (Meia Maratona de Lisboa, Jogo de Futebol Nacional) e os Pequeno ou Micro Eventos (Desporto Escolar, Provas Regionais)”, mas Fonseca (Fonseca, 2013, p.21), caracteriza os eventos desportivos em apenas dois grupos, “Grandes Eventos e Pequenos Eventos”, sendo que os primeiros, são aqueles que “tem impacto mundial e que atrai a atenção de milhões de pessoas, empresas e patrocinadores” e, os outros, são os que “têm um impacto mais restrito, que atraem patrocinadores com o objetivo de atrair novos clientes e reforçar laços com os existentes”.

Tal como na generalidade de eventos, também dentro dos eventos desportivos, existem diversos tipos e segundo Fonseca, (Fonseca, 2013, p.20), estes podem ser, “campeonatos, torneio, jogos olímpicos, taças, festivais, circuitos desportivos ou ainda desafios”.

Por sua vez, os “megaeventos desportivos e a cultura desportiva global, são de extrema importância para as sociedades capitalistas modernas” e, “são elementos importantes na orientação das nações para a sociedade internacional”. (Horne et Manzenreiter, 2006, p.1).

Muito se pode especular acerca de como denominar um evento desportivo mas tendo em conta Roche (2000, p.1), “os megaeventos são mais bem entendidos como eventos culturais (incluindo comerciais e desportivos), de larga escala, que têm um caráter dramático, apelo popular em massa e significado internacional”. (Horne et Manzenreiter, 2006, p.1).

Para além disso, “o que define certos eventos como mega, é a forma como estes são descontínuos, fora do comum, internacionais e simplesmente grandes em composição e, tem a capacidade de transmitir mensagens promocionais a biliões de pessoas através da televisão e outros meios de comunicação”. (Horne et Manzenreiter, 2006, p.1).

2.4. Organização de Eventos

Desde o início das nossas vidas, sempre existiram atividades/cerimónias organizadas de forma a obterem um objetivo. Essas atividades baseavam-se em tudo o que possamos imaginar e onde eram abordados os mais variados assuntos. Partindo dos nossos antepassados, uma simples junção pessoas para uma ida à caça, uma cerimónia nos grupos indígenas ou mais presente nas nossas cabeças, um casamento ou uma atividade de cariz mundial, todas elas necessitavam de uma organização (mais ou menos elaborada) para que tudo se realizasse como planeado e da melhor forma. Assim sendo e, com o passar dos anos, a necessidade de ter mais capacidades relacionadas com a organização de eventos, fez com que este tema fosse explorado, estudado e desenvolvido. Mas o que é ao certo a organização de um evento? Basta sabermos o que é um evento e no que consiste uma organização e obtemos o conceito certo para descrever esta expressão. Para Manduca (2014) “evento é uma reunião de pessoas em atividades corporativas, desportivas, culturais, sociais e outras com impactos políticos económicos e sociais”, enquanto que “organização e planeamento, aliado ao profissionalismo, implica uma mudança de paradigma, ao oferecer melhores

condições e maior atratividade para o público, dentro dos objetivos dos organizadores dos eventos”. Resumidamente, uma organização de eventos não é mais que, algo devidamente organizado e planejado, realizado a pensar no benefício do público-alvo em relação aos mais variados assuntos, quer sejam eles desportivos, culturais, sociais, etc.

Para Coutinho (2010, p.11), “os eventos fazem parte do dia das pessoas, quer sejam elas através da TV ou rádio, existindo assim uma grande diversidade de eventos, desde a moda, científicos, negócios, culturais, desportivos, ecológicos, sociais, religiosos e gastronômicos”. Para além disso, a autora afirma que “é através dos eventos que o homem moderno aprende e reaprende a ter emoções, desenvolve o seu senso crítico, aprimora as suas visões, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade” (Coutinho, 2010, p. 11), dizendo que é graças aos eventos em si que o Homem cresce e se adapta para viver em sociedade na forma como ela está. No mesmo documento, a autora cita mais três autores que caracterizam eventos como “componente do mix da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo com o intuito de reunir pessoas numa ideia ou ação” (Coutinho, 2010, p.13), “acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, tendo por objetivo reunir pessoas em volta de uma ideia ou ação” (Coutinho, 2010, p.13), “concentração ou reunião formal e solene de pessoas/entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contato de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa, científica, entre outros.” (Coutinho, 2010, p.13). Por fim, Coutinho (2010, p.13) enumera os diferentes tipos de eventos existentes, sendo estes “congressos, seminários, simpósios, conferências, palestras, mesa-redonda, fórum, jornada, mostra, debate, feira, exposição, salão, workshop, oficina, lançamento de um produto ou ainda encontros de conveniência”.

3. Metodologia Utilizada

O presente projeto visa propor uma grelha de análise de websites de organizações de eventos desportivos e perceber o papel da comunicação digital nas organizações de eventos desportivos. Assim, a questão de partida do presente trabalho é: qual o papel da comunicação digital nos eventos desportivos?

Pretende-se perceber, mais especificamente, de que forma, as organizações usam a comunicação na organização destes eventos desportivos? Será esta fundamental para um evento de sucesso? A comunicação digital veio ajudar na realização dos mesmos? Estas são perguntas que podemos fazer quando abordamos estes dois temas, a comunicação digital e a organização de grandes eventos desportivos. Desta forma, a amostra consiste em 6 websites de eventos desportivos selecionados de forma aleatória, por conveniência, isto é, tratando-se de uma “amostragem probabilística aleatória estratificada, em que a população é dividida em estratos e em seguida é selecionada uma amostra aleatória de cada estrato. Esta estratégia geralmente é aplicada quando o evento estudado numa população tem características distintas para diferentes categorias que dividem esta população” (Marotti, et al, 2008), sendo a população associado a todos os eventos desportivos existentes e os estratos a divisão entre nacionais e internacionais. Para além disso, dentro desses estratos teria de abranger mais do que uma modalidade desportiva, sendo que os de grande magnitude e escolhidos para esmiuçar esta temática: os Jogos Olímpicos (expoente máximo do desporto com diversas modalidades), o Campeonato do Mundo de Futebol (futebol mundial), o Super Bowl (futebol americano, onde a comunicação tem o papel fundamental para o seu desenvolvimento), e os de cariz nacional, a Volta a Portugal em Bicicleta (ciclismo), a Supertaça Cândido de Oliveira (futebol português) e as corridas EDP Running Wonders (atletismo). Este estudo irá clarificar e responder a perguntas relacionadas com a temática em causa e, principalmente à questão de partida mencionada inicialmente. Na revisão da literatura, foram abordados os conceitos base importantes para a compreensão do tema, tais como comunicação, comunicação digital, desporto, organização de eventos, eventos desportivos. De seguida, neste capítulo 3, pretende-se apresentar os seis eventos desportivos de grande magnitude, mencionados anteriormente. No capítulo 4,

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

vamos ver de que forma é utilizada a comunicação digital nestes, analisando os websites das organizações responsáveis, verificando as diferenças existentes entre a atualidade e as primeiras publicações nos respetivos websites, classificando cada uma dessas análises após o preenchimento de uma grelha de avaliação.

Os objetivos específicos são:

- Compreender de que forma a comunicação digital contribui para o melhoramento da eficácia dos eventos desportivos;
- Perceber se a comunicação digital facilita a realização de eventos desportivos;
- Proceder a uma abordagem histórica dos websites de cada organização;
- Analisar conteúdos disseminados nos websites, num passado (relativamente) recente, comparando com a atualidade.
- Propor uma tabela capaz de avaliar os websites de organizações de eventos desportivos

A revisão da literatura permitiu equacionar as seguintes hipóteses de pesquisa:

De acordo com Corrêa (2005), formulamos a Hipótese 1:

H1: A comunicação digital facilita o desenvolvimento da comunicação integrada das entidades responsáveis pela organização dos eventos desportivos.

Segundo a abordagem de Coutinho (2010), definimos a segunda hipótese de pesquisa:

H2: Os websites dos eventos desportivos apelam à emoção e sensibilidade

Segundo a linha de pensamento de Pedro (cit in Fonseca, 2013), referimos a terceira hipótese:

H3: Os conteúdos dos websites são pensados para diferentes públicos.

Colocando em prática tudo aquilo que estava planeado na teoria, a metodologia utilizada para a realização deste projeto, consistiu na pesquisa bibliográfica dos dois grandes temas abordados, a comunicação digital e os eventos desportivos, através das bases de dados, Google Académico e RCAAP, com o intuito de

ter uma base sustentável e que me permitisse guiar o estudo em si. Para analisar o papel da comunicação digital nos eventos desportivos, o método de recolha de dados a usar será a análise de conteúdo dos websites das organizações responsáveis pelos mesmos (COI – Jogos Olímpicos, FIFA, Campeonato do Mundo e NFL – Super Bowl), no que diz respeito à estrutura e informações relevantes presentes nestes, de forma a dar resposta à questão de partida. Para tornar o projeto mais rico, para além da análise dos três websites das organizações responsáveis pelos 3 Grandes (Mega) Eventos Desportivos, irei fazer uma análise/comparação, com outros três eventos desportivos de cariz nacional (Volta a Portugal em Bicicleta, Supertaça Cândido de Oliveira e EDP Running Wonders), verificando as grandes diferenças entre ambos.

Por fim, irei fazer uma análise quantitativa dos websites em estudo, no que diz respeito à acessibilidade e divulgação de informação nos últimos anos, através da base de dados digital Wayback Machine de forma a preencher uma grelha de avaliação dos referidos websites e posterior verificação de resultados com o Microsoft Excel, tendo em vista obter as devidas conclusões. Esta plataforma irá ser utilizada num momento mais avançado do decorrer deste projeto, uma vez que, só será necessário, aquando da análise das primeiras publicações de cada website, para que seja possível fazer a comparação com a atualidade e respetiva evolução de cada um.

A análise de determinado conteúdo, “não se restringe ao domínio da análise textual, mas pode ser aplicado a outras áreas”. (Holsti, 1969, cit in Stemler, 2001, p.1). Para além disso, esta técnica “permite que os pesquisadores examinem grandes volumes de dados” (GAO, 1996, cit in Stemler, 2001, p.1). Por fim, conseguimos “descobrir e descrever o foco de atenção individual, grupal, institucional ou social” (Weber, 1990, cit in Stemler, 2001 p.1).

Desta forma, quando fazemos uma análise de conteúdo, devemos ter em conta 6 questões: “quais os dados analisados? Como são definidos? Como são vistos pelo seu público? Qual o contexto para os dados serem analisados? Qual o limite da análise? Qual o alvo pela realização da mesma?” (Krippendorff, 1980, cit in Stemler, 2001, p.2).

3.1. Método de Avaliação dos websites oficiais das organizações responsáveis pela realização dos Grandes e Megaeventos Desportivos

O método de recolha de dados, assenta na aplicação de uma grelha com um conjunto de indicadores que vão permitir analisar os websites das organizações estudadas e sua respetiva avaliação. A grelha proposta no presente projeto foi construída com base nas sugestões dos estudos apresentados no estado de arte e na revisão da literatura, que permitiu sugerir indicadores que não foram estudados por outros autores, permitindo adicionar indicadores novos aos já estudados pelos demais.

Tabela dos indicadores referentes a cada critério avaliado.

CRITÉRIOS	INDICADORES	FONTE
I – Layout	1 – Aspeto visual atraente	- Winckler M., et Pimenta M. 2002*
	2- Título apropriado	- Elaboração própria
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000*
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	- Vilella, R. 2003*
	5 – Texto claro e direto	- Winckler M., et Pimenta M. 2002*
	6 – Organização de texto e imagens	- Vilella, R. 2003*
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000 - Vilella, R. 2003*
	8 – Espectro de cores indicado	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000 - Vilella, R. 2003*
II – Conteúdo	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de	- Elaboração própria

	funcionamento	
	2 – Publicações	- Elaboração própria
	3 – Atualização de Informação	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003*
	4 – Arquivo de Publicações	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003*
	5 – Linguagem apropriada	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000*
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000*
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000*
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	- Elaboração própria
	9 – Fórum de Questões	- Elaboração própria
	10 – Tradução multilingue	- Berti C. 2014*
III – Acessibilidade e Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003*
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003*
	3 – Tempo de carregamento da página	- Elaboração própria
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	- Winckler M., et Pimenta M. 2002*
	5 – Separador “Pesquisa:”	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003 - Vilella, R. 2003*
	6 – Presença do separador	- Elaboração

	em todas as páginas	própria
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	- Winckler M., et Pimenta M. 2002*
IV – Evento Desportivo	1 – Apresentação do evento	- Berti C. 2014*
	2 – Data e horário do evento	- Berti C. 2014*
	2 – Localização do evento	- Berti C. 2014*
	3 – Atrativos do local do evento	- Berti C. 2014*
	4 – Mapa do evento	- Berti C. 2014*
	5 – Contagem regressiva para o início do evento	- Berti C. 2014*
	6 – Número de edições do evento	- Berti C. 2014*
	7 – Informação de edições anteriores	- Berti C. 2014*
	8 – Links para redes sociais	- Berti C. 2014*
	9 – Notícias	- Berti C. 2014*
	10 – Novidades	- Berti C. 2014*
	11 – Patrocinadores	- Berti C. 2014*
	12 – Tradução multilingue	- Berti C. 2014*
13 – Venda de bilhetes	- Berti C. 2014*	

Tabela 1 - Indicadores referentes a cada um dos critérios avaliados

* Fonte: Elaboração própria construída com base nos autores Berti (2014), Pereira et Capeto (2000), Oliveira et Amaral (2003), Vilella (2003) e Winckler et Pimenta (2002)

Neste estarão presentes diversos critérios essenciais para um website e que serão distribuídos em quatro grandes grupos, “Layout”, “Conteúdo”, “Navegabilidade e Acessibilidade” e “Evento Desportivo”. Para que possa analisar a evolução dos websites, inicialmente irei fazer o preenchimento da referida grelha com a verificação do passado dos mesmos e posteriormente efetuando o mesmo procedimento analisando estes na atualidade.

“A classificação utilizada para a avaliação de todos os critérios tem uma escala de 0 a 5 sendo que, 0 – Não tem, 1 – Insuficiente, 2 – Suficiente, 3 – Bom, 4 - Muito Bom e 5 – Excelente” (Método de avaliação de Websites, Presidência do Conselho de Ministros, Universidade do Minho).

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Para cada uma destas notas, os critérios terão de cumprir uma série de indicadores, sendo estes caracterizados da seguinte forma:

- * Não tem – O website não possui o critério analisado;
- * Insuficiente – Critério desatualizados limitados ou quase inexistentes;
- * Suficiente – Critério presente mas de forma muito básica;
- * Bom – Critério relativamente adequado
- * Muito bom – Partes principais do critério cumprido
- * Excelente – Cumpre na totalidade o critério.

Após esta avaliação e, somando a pontuação de toda a grelha, este valor será transformado numa percentagem que, por sua vez dará para chegar ao resultado final da avaliação e comparação históricas dos seis websites analisados. Desta forma, a classificação final e referida denominação dos websites consoante a percentagem obtida é a seguinte: De 0% a 19% - PÉSSIMO; De 20% a 49% - FRACO; De 50% a 69% - RAZOÁVEL; De 70% a 79% - ADEQUADO; De 80% a 89% - MUITO BOM; De 90% a 100% - EXCELENTE

Posto isto, a tabela que se segue, sugere-nos de que forma cada um dos indicadores foi avaliado tendo em conta o cumprimento ou não dos requisitos exigidos para cada um deles.

CRITÉRIOS	INDICADORES	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS INDICADORES
I – Layout	1 – Aspeto visual atraente	- Distribuição de texto e imagens; - Pouco texto; - Cores que não causem confusão durante a leitura e que sejam associadas ao evento em causa;
	2- Título apropriado	- Título alusivo à temática do evento desportivo ou com o mesmo nome do evento

		em causa.
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	- Texto claro e direto direcionado as funções desempenhadas pelas organizações na realização dos eventos desportivos em causa.
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	- Localização do menu perceptível logo após entrar no website.
	5 – Texto claro e direto	- Texto curto e direcionado ao evento desportivo, bem como nas atividades realizadas.
	6 – Organização de texto e imagens	- Distribuição de imagens e texto de forma a não haver sobreposição e confusão na leitura e associação dos mesmos elementos.
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	- Formatação do texto igual nos diversos componentes do website.
	8 – Espectro de cores indicado	- Cores do evento desportivo e de fácil leitura.
II – Conteúdo	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	- Presença de explicitação de qual a missão do evento, quais os serviços prestados pela organização e como esta está segmentada segundo a estrutura de funcionamento.
	2 – Publicações	- Presença de publicações acerca do evento em causa.
	3 – Atualização de Informação	- Cuidado por parte das organizações de transmitir de forma

		periódica aos seus utilizadores dos websites de informações novas acerca do evento.
	4 – Arquivo de Publicações	- Separador referente a publicações de edições anteriores (caso aplicável), ou publicações mais antigas da presente edição.
	5 – Linguagem apropriada	- Uso de linguagem que seja de fácil entendimento por parte dos utilizadores. - Explicação quando a utilização de determinados termos técnicos dos eventos em causa.
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	- Cuidado por explicar o significado de siglas referentes ao evento, presentes nos mais diversos textos do website.
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	- Presença da data em todas as publicações efetuadas nos websites.
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	- Presença de informação relativa a outras atividades realizadas pelas organizações dos eventos desportivos analisados.
	9 – Fórum de Questões	- Presença de um fórum para que os utilizadores possam efetuar possíveis dúvidas acerca do evento.
	10 – Tradução multilingue	- Presença de ícones referentes à tradução do

		website para outras línguas, para além do Inglês (eventos internacionais) e Português (eventos nacionais), nos diversos textos do conteúdo do website.
III – Acessibilidade e Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	- Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	- Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo.
	3 – Tempo de carregamento da página	- Tempo de carregamento da página, não superior a 3 segundos.
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	- Presença de um separador para os diversos serviços prestados pela organização.
	5 – Separador “Pesquisa:”	- Presença de um “motor de busca” para que os utilizadores possam fazer algum tipo de pesquisa acerca do evento
	6 – Presença do separador em todas as páginas	- Presença do separador em todas as páginas.
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	- Facilidade de execução para cidadãos com necessidades especiais, quer seja elas, relacionadas com a motricidade, visão, entre

		outros.
IV – Evento Desportivo	1 – Apresentação do evento	- Apresentação do evento: o que consiste, objetivos, características, entre outros.
	2 – Data e horário do evento	- Informação de quando se realizará o evento.
	2 – Localização do evento	- Informação acerca do local onde o evento se realizará.
	3 – Atrativos do local do evento	- Informações acerca da cidade da realização do evento, tais como atrativos turísticos, entre outros.
	4 – Mapa do evento	- Presença de um mapa capaz de descrever pormenorizadamente em que locais se realizará os eventos.
	5 – Contagem regressiva para o início do evento	- Presença de contador de tempo, para os utilizadores saberem, qual a distância temporal para a sua realização.
	6 – Número de edições do evento	- Presença de qual o número da edição do evento desportivo em causa.
	7 – Informação de edições anteriores	- Presença de informações referente a edições anteriores (caso aplicável)
	8 – Links para redes sociais	- Hiperligações, que levam os utilizadores para as páginas das redes sociais do evento/organização.
9 – Notícias	- Presença de Notícias ligadas ao evento e sua realização.	

	10 – Novidades	- Cuidado por parte da organização de transmitir aos usuários dos seus websites de todas as novidades acerca do evento (alterações, mudanças, evoluções, entre outros)
	11 – Patrocinadores	- Presença no website de pessoas ou empresas que, de alguma forma, dão apoio para a realização do evento.
	12 – Tradução multilingue	- - Presença de ícones referentes à tradução do website para outras línguas, para além do Inglês (eventos internacionais) e Português (eventos nacionais), no textos referentes ao evento desportivo em si.
	13 – Venda de bilhetes	- Presença de separador para aquisição de bilhetes para estar presente no evento como espectador/interveniente (caso aplicável).

Tabela 2 - Critérios de avaliação dos diversos indicadores avaliados

Desta forma, os websites a analisar são os seguintes:

Competições Desportivas	Websites Oficiais
Jogos Olímpicos	https://www.olympic.org/the-ioc
Campeonato do Mundo de Futebol	http://www.fifa.com/worldcup/
Super Bowl	https://www.nfl.com/super-bowl
Volta a Portugal em Bicicleta	http://www.volta-portugal.com/
Supertaça Cândido Oliveira (Portugal)	http://www.fpf.pt/pt/competicoes/futebol/masculino/supertaca
EDP Running Wonders	https://www.runningwonders.com/

Tabela 3 - Websites oficiais das Organizações Desportivas

Fonte: Google

3.2. Caracterização da amostra

3.2.1. JOGOS OLÍMPICOS

Os Jogos Olímpicos são, sem margem para dúvidas, o expoente máximo do desporto mundial e, onde todos, ou quase todos, os praticantes desportivos de alta competição, aspiram chegar. De facto, podemos afirmar que é o “grande” evento desportivo, realizado no Mundo, tendo como principal objetivo estimular a competição saudável das mais diversas modalidades, por praticantes dos cinco continentes. Para além disso e, usando a terminologia correta, este Megaevento é capaz de mover milhões de pessoas, quer sejam elas para praticar, apoiar ou simplesmente assistir e admirar a grandiosidade do mundo desportivo.

Para além disso, quando falamos de Jogos Olímpicos, é importante voltar ao passado e, tentar perceber como este evento surgiu e, como se modificou ao longo do tempo para estar como o vemos nos dias de hoje. Lemos (Gold & Gold, 2008, cit in Lemos, 2014, p.35) refere uma explicação sucinta e de fácil entendimento acerca da história dos Jogos Olímpicos. “Os Jogos Olímpicos tiveram o seu início registado em Olímpia no ano 776 aC e funcionavam como provas de esforço dedicadas aos deuses Olímpicos”. De fato a origem deste evento é muito antiga e podíamos afirmar que, se não houvesse um intervalo de paragem na realização dos mesmos, no presente ano de 2018, os Jogos Olímpicos realizar-se-iam há 2794 anos (de 4 em 4 anos, tal como acontece hoje em dia). Mas uma vez que este evento era único e de uma grandiosidade inigualável por tudo o que estava envolvido, “nos anos de 1890, um grupo liderado por Barão Pierre de Coubertin procurou reavivar os ideais olímpicos da Grécia Antiga de uma forma moderna e competitiva. A partir de uma análise histórica o grupo concluiu que o festival olímpico reunia componentes religiosas, desportivas e artísticas. Com o objetivo de regular e administrar este festival desportivo moderno, Coubertin fundou o Comité Olímpico Internacional (COI) em 1894” (Gold & Gold, 2008, cit in Lemos, 2014, p.35). Esta organização dirigia o evento em si e a sua estrutura e regulamentação estavam presentes na Carta Olímpica.

De forma mais esclarecedora e, analisando o COI na atualidade, “o seu presidente é o alemão Thomas Bach”, desde a sua tomada de posse em 2013. “É uma organização não-governamental, financiada pela publicidade, comercialização dos seus

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

artigos e venda de direitos de transmissão. Tem a sua sede em Lausanne na Suíça e, para além de ser o órgão responsável pela regulamentação, administração e legislação dos Jogos Olímpicos são administradores dos mais variados símbolos do evento, tais como a bandeira olímpica, o lema e a tocha”. (COI, 2017²)

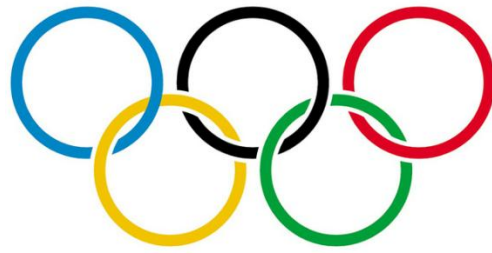


Imagem 1 - Bandeira Jogos Olímpicos Representando a união dos 5 continentes. Azul-Europa, Amarelo-Ásia, Preto-Africa, Verde-Oceânia e Vermelho-América
Fonte: Jogos Paralímpicos e Olímpicos do Rio - Blogspot

Os Comitês Olímpicos Nacionais juntamente com as Federações Desportivas Internacionais (que são controladas por este), “formam o Movimento Olímpico”. (COI, 2017³)

Para se ter uma noção como é a estrutura do Comité Olímpico Português, o gráfico em baixo explica de forma sucinta como este é organizado, tendo em conta todos os departamentos existentes neste.

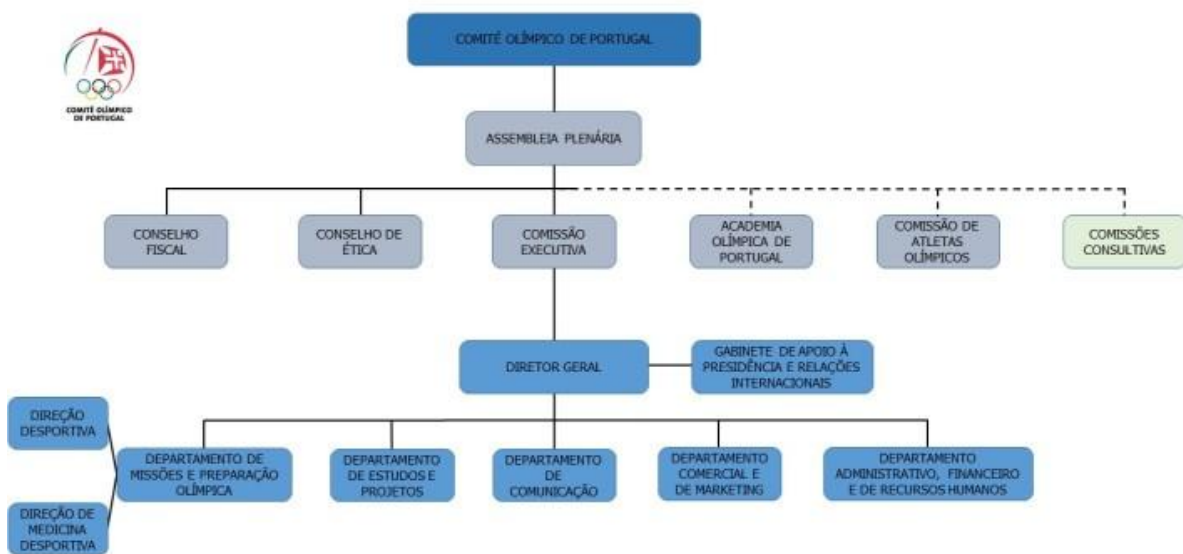


Imagem 2 - Organograma Comité Olímpico Português
Fonte: COP

Os Jogos Olímpicos evoluíram de tal forma que as diferenças para o ressurgimento deste evento são enormes. Tal como já referido anteriormente, os Jogos Olímpicos da atualidade são considerados um Megaevento, mas falando dos

² <https://www.olympic.org/>, 2017

³ <https://www.olympic.org/>, 2017

primeiros Jogos Olímpicos realizados nesta era moderna, “por serem pequenos festivais com instalações temporárias, não traziam impactos duradouros para as cidades anfitriãs” (Lemos, 2014, p.35). Aproximadamente 70 anos depois e, já na década de 60, década promissora no que diz respeito à evolução de outras áreas e setores, o surgimento da internet, a TV a cores, a exploração espacial por parte dos EUA e da antiga URSS, assim como, a visão industrial no que diz respeito aos Jogos Olímpicos e à realização dos mesmos. No evento realizado na cidade de Roma, “foi o primeiro onde se investiu numa área olímpica permanente e posteriormente utilizada para a comunidade, construção de estradas, modernização do aeroporto, melhoria do sistema radiofónico e expansão da hotelaria. Foi precisamente a partir deste momento que o evento passou a ser visto como um poderoso instrumento de transformação urbana” (Gold & Gold, 2008, cit in Lemos, 2014, p.35).

Ao longo dos anos, e tal como um dos princípios base do Desporto é o “Desporto para todos” (IPDJ, 2012⁴), também houve a necessidade de adaptar os Jogos Olímpicos e criar mais dois grandes eventos, os Jogos Olímpicos de Inverno, onde são praticadas as modalidades realizadas no inverno, quer sejam na neve ou outras, e os Jogos Paralímpicos, evento realizado com uma série de modalidades para cidadãos portadores de qualquer tipo de deficiência física ou intelectual. Desta forma, “todos estes eventos realizam-se de 4 em 4 anos, sendo que os Jogos Paralímpicos se desenvolvem consecutivamente no mesmo ano de realização dos Jogos Olímpicos” (CPI, 2018⁵). Estes iniciam quando os JO terminam, não havendo sobreposição dos eventos no que diz respeito ao espaço temporal, dado que iria dificultar a realização dos mesmos por serem desenvolvidos na mesma cidade anfitriã. “Por sua vez os Jogos Olímpicos de Inverno, realizam-se sempre 2 anos após a realização dos Jogos Olímpicos ditos normais, o que faz com que sejam realizados de 4 em 4 anos de igual forma”, tal como refere Rubio (2010, p.1).

⁴ <http://www.idesporto.pt/conteudo.aspx?id=3&idMenu=4>, 2012

⁵ <https://www.paralympic.org/>, 2018

3.2.2. CAMPEONATO DO MUNDO DE FUTEBOL

O futebol é o desporto rei no nosso país e todos (ou quase todos), desejamos que a equipa que apoiamos, tenha sucesso nas competições em que participa. No seio da população em geral, são muito mais aqueles que apoiam o seu clube de eleição, do que aqueles que não ligam nada a tal factor que move multidões e milhões de euros. Mas acima de qualquer clube, existe a Seleção Nacional e o facto desta representar o país ao qual pertencemos. A nível europeu, Portugal é o atual detentor do título, sobrepondo-se a todas as restantes seleções europeias no passado Campeonato da Europa de Futebol, realizado em 2016 em França, evento que já tivemos a oportunidade de organizar em 2004 no nosso país.

Tal como os Jogos Olímpicos, abordados no ponto anterior, o Campeonato do Mundo de Futebol também é um Megaevento (onde o foco é numa única modalidade, o futebol), que envolve todas as comunidades mundiais, sendo que existe sempre um pequeno grupo de países que se destacam dos demais com os resultados obtidos. Este Megaevento, “tem como principal objetivo unir os povos dos dois hemisférios em torno de uma única modalidade” (Santos, 2018, p.1). Desta forma e, por ser um troféu a que todos aspiram, é importante saber como o evento/competição surgiu, bem como a sua evolução histórica e os principais fatores envolvidos no mesmo.

Ao falarmos, no início deste evento, é necessário recuarmos até aos nossos antepassados e à origem da modalidade em si (mas que, de certo modo não se praticava da mesma forma como a vemos atualmente). “O futebol tem vindo a ser constantemente estudado por várias áreas, sociologia, antropologia, história, educação física, entre outras”, e estes estudos estão a fazer com que “contribua para o processo evolutivo da modalidade” (Ravagnani, 2009⁶). Mas analisando ao pormenor a origem da mesma, “há relatos de uma prática desportiva parecida com o futebol há mais de 2600 a.C. na China, chamada de “Kemari” e praticada com uma bola de cabelos e crinas de animais” (Duarte, 2005, cit in Ravagnani, 2009⁷).

⁶ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-Atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>, 2016 Universidade do Futebol

⁷ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-Atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

Na idade média, mais precisamente em Inglaterra, “o futebol era caracterizado por ser muito violento e, em que todos podiam participar, independentemente da cor, sexo ou condição social” (Ravagnani, 2009⁸). Nesta altura, “realizou-se um jogo com cerca de 1000 participantes, 500 para cada lado e em que o campo dessa partida era delimitado apenas pela entrada/saída da cidade” (Duarte , 2005, cit in Ravagnani, 2009⁹).

“Ainda nesta altura, em Itália, praticava-se uma outra modalidade, muito semelhante ao que vemos hoje no futebol, de seu nome Calcio (Duarte, 2005, cit in Ravagnani 2009¹⁰). Aliás, por curiosidade, ainda nos dias de hoje, tudo o que esta envolvido com o futebol italiano tem a palavra cálculo presente, quer seja a própria da liga de futebol italiana, quer seja o nome de diversos clubes de futebol daquele país.

Existem duas teorias acerca do país de origem do futebol. Para aqueles que analisam o futebol como um todo e não tentam saber ao pormenor do que se trata, defendem que esta modalidade se iniciou no Brasil, por tudo o que o país faz em torno desta e, por terem os apoiantes mais efusivos e entusiastas, quer sejam eles em competições oficiais, ou mesmo em jogos de futebol de amigos nas ruas daquele país. A outra teoria, mais próxima da realidade, diz que esta surgiu na Inglaterra. O futebol surgiu em Inglaterra, mas foi só com a “chegada do Cálcio a Inglaterra por volta do seculo XVII, que o futebol foi adaptado e exportado para todo o mundo, partindo daquele país e tornando-se na modalidade que hoje vemos. Inicialmente para vários países da Europa (inclusive de novo a Itália) e só em 1894 ao território brasileiro” (Duarte , 2005, cit in Ravagnani, 2009¹¹).

“Ao longo do tempo muitas foram as evoluções que a modalidade sofreu, desde o facto de cada equipa conter no máximo 11 jogadores, ao ponto em como

⁸ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

⁹ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

¹⁰ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

¹¹ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

estes se iam posicionar dentro do campo. Inicialmente num sistema (1x1x1x8), depois (1x1x2x7), de seguida (1x2x2x6), (1x2x3x5), até chegarmos aos sistemas de jogo mais usados na atualidade (1x4x4x2), (1x4x3x3) e (1x3x5x2)” (Ravagnani, 2009¹²). Para além disso, Ravagnani (2009), refere mais alguns pontos da evolução do mesmo, “o treino desportivo e a análise corporal dos jogadores, até mesmo à evolução da bola e chuteiras, para materiais sintéticos, mais leves e macias, bem como aos equipamentos mais frescos e confortáveis” (Ravagnani, 2009¹³).

O futebol cresceu de tal forma, que hoje em dia, para além de ser uma modalidade desportiva, é uma indústria e, onde os milhões de euros envolvidos são cada vez maiores. Ora vejamos, se “em 1960 Eusébio chega a Portugal por 250 contos” (Diário de Notícias, 2010), em 2017 foi batido o recorde de uma transferência de um jogador de futebol, com “Neymar a ser contratado por 222 000 000 €, sendo o maior negócio da história do futebol” (Record, 2017). Simplesmente uma diferença inigualável e, com a certeza que, com o passar do tempo, mais jogadores chegarão a esse ou valores ainda superiores.

Mas falando nas instituições que regulamentam o Futebol atualmente, “o primeiro passo da regulamentação do futebol como é praticado na atualidade foi a criação da Federation Internationale de Football Association (FIFA), em 21 de maio de 1904, na cidade de Paris. (Von Groll, 2010¹⁴)

“A FIFA é uma entidade privada, a que se filiam nações de todo o mundo com as suas federações e confederações de clubes de futebol. Pelo reconhecimento de seus estatutos e pela sua trajetória de décadas orientando e dirigindo o mais popular dos desportos, cabe à FIFA o poder total sobre o futebol no mundo”. (Castro 1998, cit in Viana Ferreira, 2015).



Imagem 3 - Logótipo FIFA
Fonte: Millenniumpost

¹² <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

¹³ <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>

2016 Universidade do Futebol

¹⁴ <http://travinha.com.br/2010/04/27/fifa-a-historia/>, 27 de Abril de 2010

“França, Bélgica, Dinamarca, Holanda, Suécia e Suíça foram os países criadores da FIFA, seguindo-se a Alemanha que foi convidada pelos mesmos e decidiu associar-se. Nos anos seguintes juntou-se, Inglaterra, África do Sul e ainda Chile e Argentina” (Viana Ferreira, 2015)

A FIFA rege e regulamenta todo o futebol mundial mas, dentro de cada continente, existe uma organização que regulamenta as competições dos respetivos continentes, desta forma na Europa temos a UEFA (União das Federações Europeias de Futebol), da qual a Federação Portuguesa de Futebol faz parte, em África a CAF (Confederação Africana de Futebol), na Ásia a AFC (Confederação Asiática de Futebol), na Oceânia a OFC (Confederação de Futebol da Oceânia), na América do Norte a CONCACAF (Confederação de Futebol da América do Norte, Central e Caribe) e na América do Sul a CONMEBOL (Confederação Sul-Americana de Futebol).

“A FIFA tem cerca de 208 associações a trabalhar com aquela instituição e o número de eventos realizados (Campeonato do Mundo de Futebol), são cerca de 20 edições” (ZEROZERO, 2018¹⁵)

Em relação ao Campeonato do Mundo de Futebol, apesar de ser um evento desta grandiosidade, está altamente ligado aos Jogos Olímpicos, não por pertencer a estes, mas sim porque, foi graças à exclusão do Futebol numa das edições dos referidos Jogos Olímpicos (1932) que a FIFA decidiu criar uma competição mundial (ZEROZERO, 2018¹⁶). Por ser uma competição nova, não teve a mesma estrutura daquela que vemos atualmente, ainda assim a primeira edição em 1930, no Uruguai, teve as suas dificuldades, desde logo por causa da mobilidade para a América do Sul, a competição “contou apenas com a presença de 13 seleções, 7 da América do Sul, 4 da Europa e 2 da América do Norte” (MAISFUTEBOL¹⁷) A partir desse momento e a cada 4 anos, tal como se verificava com os Jogos Olímpicos, disputava-se um novo Campeonato do Mundo de Futebol, colocando frente a frente as melhores seleções dos 5 continentes.

¹⁵ https://www.zerozero.pt/competition.php?id_comp=30, 2018

¹⁶ https://www.zerozero.pt/competition.php?id_comp=30, 2018

¹⁷ <http://www.maisfutebol.iol.pt/dossier/mundial2018/historico/a-historia-do-campeonato-do-mundo-1930-1970/5acc92f30cf29778fd1ed074>,

3.2.3. SUPER BOWL

O Super Bowl é também considerado um megaevento desportivo, embora diferente dos dois megaeventos desportivos anteriores. Enquanto os Jogos Olímpicos e o Campeonato do Mundo de Futebol se realizam de 4 em 4 anos, o Super Bowl realiza-se todos os anos. Este último tem presente apenas equipas norte-americanas, uma vez que o evento em si, se trata da final nacional do campeonato de futebol americano, apesar de prender a atenção de milhões de pessoas em todo o mundo.

Para Santos e Oliveira (Reuters 2012, cit in Santos e Oliveira, 2012, p.2), “o Super Bowl é um dos eventos desportivos mais relevantes de todo o mundo, conquistando mais de 111 milhões de telespectadores só nos Estados Unidos, país sede do evento e tornando-se o programa de televisão mais visto na história do país no presente ano”.

“Devido a toda essa visibilidade, existe uma grande competição entre as marcas para conseguirem ficar com um período de tempo no intervalo do jogo, uma vez que as publicidades exibidas durante esse tempo são vistas por um número muito grande de pessoas. Estas podem custar cerca de 3 milhões de dólares por períodos de apenas 30 segundos de duração, cabendo às marcas analisar a sua rentabilidade, bem como o retorno que irão ter, por fazerem parte daquele pequeno grupo de marcas vista naquele período de tempo” (Reuters 2012, cit in Santos e Oliveira, 2012, p.2).

A nível histórico, o Super Bowl “nasceu de uma fusão entre as duas maiores ligas de futebol americano, em 1966, a National Football League (NFL) e a American Football League (AFL), (atualmente ambas são consideradas confederações sendo NFC e AFC respetivamente), ou seja, teria como objetivo unir as duas ligas, num encontro com os respetivos vencedores de cada uma, para se encontrar o campeão da modalidade naquele país. Inicialmente iria denominar-se “The Big One”, mas posteriormente o presidente da AFL, Lamar Hunt sugeriu o nome “Super Bowl”, por duas razões, em primeiro lugar por causa de um brinquedo do filho chamado “Super Balle” e, porque os jogos universitários tinham o nome de “Bowl Game”” (Silva, 2012¹⁸). O mesmo autor, tenta explicar como se realiza a escolha das equipas que se defrontam na final mais esperada. Apesar da fusão das duas ligas principais de futebol

¹⁸ <http://www.futebolamericano.eu/superbowl/a-historia-do-super-bowl#.W6uYVIVKjIU>, 28 de Agosto de 2012

americano, cada uma delas continua a ter a sua própria competição, sendo que, “as equipas vencedoras de cada uma das ligas, jogam entre si, como uma super final, sendo essa final conhecida por Super Bowl” (Silva, 2012¹⁹).

Uma vez que se trata de um evento realizado em apenas um dia, quando comparado com eventos do mesmo género, só é “ultrapassado a nível de audiências pela transmissão da final da Liga dos Campeões de Futebol da UEFA”, (Silva, 2012²⁰).

3.2.4. VOLTA A PORTUGAL EM BICICLETA

A Volta a Portugal em Bicicleta ou atualmente “Volta a Portugal Santander Totta” (Volta a Portugal, 2017²¹) por ser o grande patrocinador da mesma, é a principal competição de ciclismo do nosso país. Para muitos dos amantes da modalidade, a volta a Portugal em bicicleta é o “maior acontecimento desportivo do verão português” (Volta a Portugal, 2017²²). E de facto, ano após ano, a competição, para além de ter aquela competição saudável de um praticante profissional de ciclismo, tem o simbolismo de levar até as pessoas o desporto em si, fazendo com que esta modalidade passe por novos locais do nosso país a cada ano que passa, mostrando a beleza do mesmo, para além das etapas “obrigatórias” e “históricas” deste evento.

O evento como o vemos nos dias de hoje, tem como principal objetivo “valorizar, modernizar e internacionalizar o ciclismo português” (Volta a Portugal, 2017²³), de forma a que se possa aproximar dos países que mais se destacam na modalidade

Ao longo dos anos, a Volta a Portugal sofreu uma série de mudanças, causadas principalmente pela evolução do mundo em geral e mais específico, da modalidade. Hoje em dia, o apoio dos patrocinadores e a evolução dos materiais usados “facilitam” a dureza da prova tornando-a mais acessível quando comparado com o início desta.

¹⁹ <http://www.futebolamericano.eu/superbowl/a-historia-do-super-bowl#.W6uYVIVKjIU>, 28 de Agosto de 2012

²⁰ <http://www.futebolamericano.eu/superbowl/a-historia-do-super-bowl#.W6uYVIVKjIU>, 28 de Agosto de 2012

²¹ <https://www.volta-portugal.com/>, 2018

²² <https://www.volta-portugal.com/>, 2018

3.2.5. SUPERTAÇA CÂNDIDO DE OLIVEIRA

A Supertaça Cândido de Oliveira, para todos aqueles que gostam de futebol no nosso país, é mais um troféu que todos desejam que o seu clube ganhe. Se o Campeonato Nacional tem a sua grandeza e importância, a Taça de Portugal tem a parte simbólica e histórica, a Supertaça Cândido de Oliveira tem a vantagem de ser o troféu disputado entre os vencedores das duas provas anteriores (se a mesma equipa ganhar as duas competições, este troféu será disputado entre este e o finalista vencido da Taça de Portugal), sendo este o principal objetivo da realização desta competição/evento.

Em relação ao nome da competição, este foi escolhido em “homenagem a Cândido de Oliveira, um antigo jogador, treinador e jornalista português e um dos fundadores do jornal “A Bola””. (Silveira, 2012²³)

Apesar da sua importância, a primeira edição da mesma é relativamente recente, sendo a mesma “realizada no ano de 1979, vencida pelo Boavista num jogo contra o FC Porto” (Silveira, 2012²⁴).

Antes desta data, existiu a disputa de dois troféus, tendo em conta que os intervenientes eram os vencedores do Campeonato e Taça de Portugal respetivamente. “Em 1944, quando foi inaugurado o Estádio Nacional, realizou-se a Taça Império (entre Sporting e Benfica) e o previsto era a realização da mesma de forma anual, ideia que foi cancelada por falta de interesse dos clubes” (Silveira, 2012²⁵) Mais recentemente, em 1964, a imprensa criou a “Taça de Ouro da Imprensa (não oficial), mais uma vez disputada entre os vencedores das duas provas oficiais existentes” e mencionadas anteriormente. Por coincidência as equipas que disputaram esta taça, foram Benfica e Sporting tal como no outro troféu. O desfecho desta taça foi o mesmo e “constou apenas com uma única edição” (Silveira, 2012²⁶).

²³ <https://www.volta-portugal.com/corrída/historial/>, 2012

²⁴ <https://www.volta-portugal.com/corrída/historial/>, 2012

²⁵ <https://www.volta-portugal.com/corrída/historial/>, 2012

²⁶ <https://www.volta-portugal.com/corrída/historial/>, 2012

3.2.6. EDP RUNNING WONDERS

Ao contrário dos anteriores, este evento tem uma particularidade diferente. Para além de qualquer pessoa poder participar, o simbolismo de onde se realizam as provas e o que está por trás dessas escolhas é de louvar. “O circuito EDP Running Wonders promove a organização de corridas de atletismo em territórios classificados pela UNESCO como Patrimónios Mundiais” (EDP Running Wonders, 2017²⁷). Para além disso, estas “pretendem a integração sustentável do homem com o meio ambiente e cultural que o envolve e define, na prática de um estilo de vida ativa e saudável” (EDP Running Wonders, 2017²⁸). Enriquecendo a corrida em si, cada evento promove “a partilha de experiências com/entre praticantes de atividade física, através de experiências gastronómicas, conferências sobre desporto e sustentabilidade, exposições, diversas manifestações culturais, práticas de saúde, rastreios médicos e a promoção de emprego” (EDP Running Wonders, 2017²⁹).



²⁷ <https://www.runningwonders.com/>, 2017

²⁸ <https://www.runningwonders.com/>, 2017

²⁹ <https://www.runningwonders.com/>, 2017

CIDADANIA

Promover o espírito comunitário global e mobilização social

SUPERAÇÃO

Motivar o Ser Humano a vencer um desafio

BELEZA NATURAL

Despertar a sociedade mundial para a importância da preservação dos lugares mais idílicos do planeta e partilhar sem danificar

“As cinco corridas existentes são:

- EDP Meia Maratona do Douro Vinhateiro → “A mais bela Corrida do Mundo”
- EDP Meia Maratona de Guimarães → “Corrida dos Conquistadores”
- EDP Meia Maratona do Dão → “Corrida da Emoção”
- EDP Meia Maratona de Coimbra → “Corrida do Conhecimento”
- EDP Meia Maratona de Évora → “Corrida Monumental”

No que diz respeito a distâncias, as corridas EDP Running Wonders englobam a Meia Maratona (21km), a Mini-Maratona (10km) e Caminhada (5km)”. (EDP Running Wonders, 2017³⁰)

³⁰ <https://www.runningwonders.com/>, 2017

4. Análise dos Resultados

Tal como referido anteriormente, o presente projeto consiste em analisar os websites das seis organizações responsáveis pelos Grandes (Mega) Eventos Desportivos, a nível internacional e nacional, comparando a atualidade de cada um deles com um passado relativamente recente (as suas primeiras publicações) de forma a perceber como evoluíram, dando resposta à questão de partida.

Assim, procedeu-se à avaliação de cada um deles. Inicialmente fazendo o preenchimento das grelhas de avaliação para cada website no que diz respeito à atualidade e, posteriormente realizando a mesma tarefa para a data da primeira publicação presente nos referidos websites analisados.

Assim sendo e, tendo em conta todos os gráficos e tabelas presentes em anexo neste projeto, chegamos as seguintes conclusões acerca da avaliação dos referidos websites dos eventos desportivos analisados:

Após a análise do website da organização (COI) responsável pela realização dos Jogos Olímpicos e atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **79.49%** num total de 155 pontos em 195 possíveis.

Numa análise mais detalhada, o Layout, Acessibilidade/Navegabilidade destacam-se positivamente quando comparados com os outros critérios avaliados, ficando estes aquém do esperado. Desta forma, estes obtiveram a percentagem de 92,50 e 85,71 respetivamente, contra os 74,29% da dimensão Evento Desportivo e os 72,00% da dimensão Conteúdo.

Para que se perceba melhor a distribuição de todos estes indicadores e, mais detalhadamente, podemos perceber a pontuação de cada um destes e quais se destacam perante os restantes. Desta forma, podemos dizer que a organização responsável pela realização dos Jogos Olímpicos foca-se muito numa série de indicadores, contrastando com outros que passam para segundo plano no que diz respeito a esta questão. O website em causa, não possui nenhum fórum de questões, para que os seus usuários possam colocar possíveis dúvidas acerca da instituição ou diversos eventos organizados por esta. Para além disso, apesar da organização ser responsável por um evento semelhante para pessoas portadoras de deficiência, não tem nenhum ponto no seu website para facilitar a navegação para os cidadãos com

necessidades especiais. Por fim, e mais direcionado ao megaevento em causa, este website tem um défice de informação acerca do local da sua realização. Este, não possui um mapa que permita perceber onde este se realiza (tendo em conta todas as provas praticadas), e ainda, não faz uma ligação com os principais atrativos da cidade/país que acolhe os Jogos Olímpicos. No que diz respeito ao indicador tradução multilingue, este encontra-se presente mas de forma muito básica. Todos os restantes estão a ser devidamente valorizados pelo COI.

Por fim, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente aos Jogos Olímpicos é considerado um website **ADEQUADO**.

Com a aplicação Wayback Machine, verificou-se que a primeira publicação no referido website possível de ser analisada é do dia 13 de Novembro de 1996, pouco tempo depois da realização do evento na cidade de Atlanta.

Desta forma, o referido website da organização, atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **30.26%** num total de apenas 59 pontos em 195 possíveis, muito inferior ao verificado na atualidade.

Tal como realizado anteriormente, analisando detalhadamente cada indicador, notamos que existe uma notória evolução em diversos indicadores.

Assim sendo, existe uma série de indicadores que, simplesmente, não eram dados como importantes no passado e não constavam do referido website. Desses indicadores destaca-se a ausência de “arquivo de publicações”, “datas das publicações”, “plano de atividades”, “fórum de questões”, “tradução multilingue”, “separador pesquisa”, “presença do separador em todas as páginas”, “facilidade para cidadãos com necessidades especiais”, “apresentação do evento”, “data e horário”, “localização”, “atrativos do local”, “mapa do evento”, “número de edições”, “informação de edições anteriores”, “ligação às redes sociais”, “patrocinadores” e a “venda de bilhetes”, contrastando com os indicadores “título, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação”, “funcionamento correto nos diversos browsers”, “presença nos diversos motores de busca”, “informações acerca da instituição”, “texto claro e direto”, “linguagem apropriada” e a contagem regressiva para o dia do evento que são os indicadores mais valorizados pela organização.

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Desta forma, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente ao Campeonato do Mundo de Futebol, na altura da primeira publicação disponível de análise, era considerado um website **FRACO**.

Passando para o segundo evento desportivo analisado, o Campeonato do Mundo de Futebol e, analisando o website da FIFA (organização responsável pela realização do mesmo) e, atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **83.08%** num total de 162 pontos em 195 possíveis. Numa análise mais detalhada, o Layout, Acessibilidade/Navegabilidade e as informações do Evento Desportivo propriamente dito destacam-se positivamente quando comparado com o outro critério avaliado (Conteúdo).

No que diz respeito aos indicadores analisados no website da organização responsável pela realização do Campeonato do Mundo de Futebol podemos afirmar que a sua grande maioria cumpre na totalidade o esperado, fazendo deste, o evento que possui um website contendo um maior número de indicadores com a nota máxima, sendo que dentro destes se destacam as publicações, atualização de informação, uso de linguagem apropriada, apresentação do evento, informações importantes acerca do mesmo, notícias e novidades. Ainda assim, os indicadores “uso de siglas/símbolos legendados”, “fórum de questões”, “facilidade para cidadãos com necessidades especiais”, “número de edições do evento” e “informações de edições anteriores” não se encontram presentes.

Por fim, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente ao Campeonato do Mundo de Futebol é considerado um website **MUITO BOM**.

Mais uma vez, utilizando a aplicação Wayback Machine, verificou-se que a primeira publicação no referido website é datada de Outubro de 1999. Desde esta data foram várias as publicações existentes mas, apenas no dia 15 de Julho de 2007 é que temos acesso ao referido website, não podendo ser analisadas as referidas publicações anteriores a esta data. Assim sendo, analisando nesta data, o referido website da organização, atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **58.46%** num total de 114 pontos em 195 possíveis, inferior ao verificado na atualidade, algo que já se estaria à espera.

Mais detalhadamente e, podemos verificar que todos os critérios registam pontuações inferiores. O critério “Evento Desportivo” é o que tem uma diferença mais elevada (pelo lado negativo), seguido do “Conteúdo”. Por sua vez o critério “Acessibilidade e Navegabilidade” foi o que menos evoluiu passado estes 11 anos, dado que já tinha uma pontuação alta em 2007 e assim continua, nos dias de hoje.

Mais uma vez, com especial foco no critério “Evento Desportivo”, tal como mencionado anteriormente, destaca-se pela negativa e, dentro do conjunto de indicadores o foco vai para a inexistência da “contagem regressiva para o evento”, “número de edições” e “informações de edições anteriores”, tal como acontece na atualidade, e ainda, a ligação às “redes sociais” e a “venda de bilhetes”. Por outro lado, os mais valorizados são: “menu colocado de forma a ser de fácil localização”, “título, rodapé e corpo de texto com a mesma formatação”, “publicações”, “atualização de informação”, “linguagem apropriada”, “datas das publicações”, “tradução multilingue”, “funcionamento nos diversos browsers”, “presença nos principais motores de busca”, “separador pesquisa”, “presença do separador em todas as páginas”, “data e horário do evento”, “localização”, “mapa do evento” e “patrocinadores”.

Desta forma, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente ao Campeonato do Mundo de Futebol, na altura da primeira publicação disponível de análise, era considerado um website **RAZOÁVEL**.

No terceiro evento desportivo analisado, o Super Bowl e, após a análise do website da organização (NFL), atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **69.23%** num total de 135 pontos em 195 possíveis. No que diz respeito aos critérios, podemos verificar que tal como já é normal e esperado, o “Layout” e “Acessibilidade/Navegabilidade” têm melhores pontuações que os outros dois, como se pode ver no gráfico referente aos indicadores analisados na atualidade do referido website.

De forma mais detalhada, realce para a ausência de alguns indicadores importantes, tais como, “fórum de questões”, “separador pesquisa”, “facilidade para cidadãos com necessidades especiais”, “atrativos do local”, “mapa”, “contagem regressiva” e ainda ligação às “redes sociais”. Para além disso, existem outros que ficam aquém do esperado, tais como, “título”, “arquivo”, “descrição do organismo” e a

“tradução multilingue”. Por sua vez, os indicadores “menu colocado de modo a ser de fácil localização”, “título, rodapé e corpo do texto com a mesma formatação”, “publicações”, “atualização de informação”, “data das publicações”, “plano das diversas atividades realizadas pela organização”, “funcionamento nos diversos browsers”, “presença nos principais motores de busca”, “tempo de carregamento da página”, “separador com ligações para os diversos serviços prestados”, “presença do separador em todas as páginas”, “apresentação do evento”, “data e horário do evento”, “localização do evento”, “número de edições do evento”, “informação de edições anteriores”, “notícias”, “novidades”, “patrocinadores” e “venda de bilhetes” são os que apresentam pontuações mais altas

Por fim, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente Super Bowl é considerado um website **RAZOÁVEL**.

Apesar de verificarmos que a publicação mais antiga deste website é de uma altura relativamente recente (menos de 2 anos), a aplicação Wayback Machine, revela-nos que este teve uma enorme evolução. Resumidamente, em 2016, o referido website da organização, atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **25.64%** num total de apenas 50 pontos em 195 possíveis. Apesar dos critérios “conteúdo” e “evento desportivo” serem os que apresentam pontuações mais baixas atualmente, foram a que mais evoluíram ao longo destes dois anos, sendo que passaram de 8% para 62% e de 17% para 65% respetivamente.

Analisando os indicadores aquando da 1ª publicação do website do SuperBowl, são poucos os que se destacam pela positiva, sendo estes, “título, rodapé e corpo de texto com a mesma formatação”, “funcionamento dos diversos browsers”, “presença nos diversos motores de busca”, “localização do evento” e o “número de edições anteriores”, tal como mostra o gráfico seguinte.

Mais detalhadamente, no critério “Layout”, destaque para a ausência de um menu de forma a facilitar a navegabilidade do mesmo, para além de quase todos os restantes indicadores deste critério, ficarem aquém do esperado. Já no critério “conteúdo” destaque para os únicos indicadores com pontuação suficiente, sendo estas “atualização de informação” e a “linguagem apropriada”. No último critério destaque ainda para a presença da “localização” e o “número de eventos” atualizado,

apresentado de forma correta enquanto que, a “apresentação do evento” estar presente de forma denominada “suficiente”.

Desta forma, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente ao SuperBowl, na altura da primeira publicação disponível de análise, era considerado um website **FRACO**.

Com a análise do website da organização responsável pela realização da Volta a Portugal em Bicicleta e, atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **70.26%** num total de 137 pontos em 195 possíveis.

De todos os critérios, o “Layout”, foi o que obteve uma pontuação superior e, por sua vez, o “Conteúdo” foi o que obteve pontuação mais baixa.

O website tem presente quase a totalidade dos indicadores avaliados, no entanto estes, não cumprem o estipulado. Por este facto é que o website obteve uma classificação relativamente baixa, algo que não era esperado dada a atualidade e o evento em si.

Quando analisamos os diversos indicadores presentes na avaliação dos referidos websites em estudo, este possui uma constante em praticamente todos os indicadores, isto é, a pontuação 4 ou 5. Ainda assim, existem 8 indicadores que deveriam ser melhorados, sendo estes “uso de siglas/símbolos legendados”, “fórum de questões”, “separador pesquisa”, “facilidade para cidadãos com necessidades especiais”, “atrativos do local do evento”, “contagem regressiva para o início do evento”, “novidades” e “venda de bilhetes” (este último, uma vez que não se trata de um evento aberto ao público e onde não é necessário comprar bilhete para assistir).

Por fim, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente à Volta a Portugal em Bicicleta é considerado um website **ADEQUADO**.

Recorrendo à aplicação Wayback Machine, verificou-se a primeira publicação no referido website e, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **47.69%** num total de apenas 93 pontos em 195 possíveis, inferior ao verificado na atualidade.

Com a exceção da dimensão “conteúdo” (que evoluiu de 24% para 66%), todas as outras apresentam uma evolução residual entre 2004 e 2018, podendo assim dizer que a organização não tem como foco principal o melhoramento da sua plataforma online. Ainda assim, realce pela positiva para os indicadores “Menu colocado de modo

a ser de fácil localização”(5), “Funcionamento correto nos diversos browsers”(5), “Presença nos principais motores de busca” (5), “Separador com ligações para os diversos serviços prestados” (5), “apresentação do evento” (5), “data e horário do evento” (5), “localização do evento” (5), “número de edições do evento” (5) e “patrocinadores” (5) que obtiveram a pontuação máxima.

Desta forma, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente à Volta a Portugal em Bicicleta, na altura da primeira publicação disponível de análise, era considerado um website **FRACO**.

De seguida, após a análise do website da organização (FPF) responsável pela realização da Supertaça Cândido de Oliveira e, atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **61.54%**.

A dimensão que mais se destaca é a “Acessibilidade/Navegabilidade”. Para contrastar, as mais importantes e que envolvem o “Conteúdo” e o “Evento Desportivo” em si, são as que ficam mais aquém, terminando com aproximadamente 50% do total máximo. Alguns dos indicadores a melhorar são o “aspeto visual”, a “organização de texto e imagens” e “arquivo”, para além de alguns que não se encontram presentes, tais como, “fórum de questões”, “tradução multilingue”, “facilidade para pessoas com necessidades especiais”, “apresentação do evento”, “atrativos do local” da realização e o “mapa”, a “contagem regressiva” e por fim as “novidades” referentes a evento em si. Desta forma, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente Supertaça Cândido de Oliveira é considerado um **RAZOÁVEL**.

Com a aplicação Wayback Machine, e atendendo a todos os critérios avaliados, chega-se à conclusão que este obteve a pontuação de **37.44%** num total de apenas 73 pontos em 195 possíveis. Desde 2016 até à atualidade, o critério “Layout”, foi o que menos evoluiu, uma vez que era o melhor na altura da primeira publicação do referido website, sendo que todos os outros melhoraram aproximadamente 30% cada um deles. De realçar ainda que, apesar de 2016 ser uma data muito próxima da atualidade, o website era extremamente básico e com pouca informação e falta de inúmeros indicadores essenciais a um website “excelente”. Ainda assim, destaque pela positiva para o “título”, “menu”, “formatação”, “cores”, “linguagem”, “datas de publicações”, “funcionamento dos diversos browsers e motores de pesquisa”, “redes

sociais” e ainda a “venda de bilhetes” e, que mais uma vez pode ser observado no gráfico que se segue: Desta forma, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website referente à Supertaça Cândido de Oliveira, na altura da primeira publicação disponível de análise, era considerado um website **FRACO**.

No último evento desportivo, após a análise do seu website chega-se à conclusão que o mesmo, referente à organização responsável pela realização do circuito de corridas EDP Running Wonders, obteve a pontuação de **66.67%** num total de 130 pontos. Mais detalhadamente e, analisando individualmente os eventos a nível dos indicadores avaliados nos seus websites, neste, podemos afirmar que, existe uma constante com diversos indicadores com a pontuação máxima mas, pelo contrário também existem vários que deveriam ser melhorados, tais como o aspeto visual, informações acerca da instituição, texto claro e direto, formatação dos diversos conteúdos textuais, publicações e o plano das diversas atividades realizadas pela organização, entre outras, sendo a sua maioria das duas primeiras dimensões. Ainda assim, todas as dimensões, obtiveram um valor razoável. Na dimensão “Layout”, o grande problema é o facto de divagarem muito no texto em vez de se focarem no que realmente interessa, sendo diretos e concisos na informação pertinente. No que diz respeito ao “Conteúdo”, os maiores problemas são o facto de se focarem muito no próximo evento realizado, deixando de parte todas as restantes provas organizadas no circuito e ainda as publicações que são escassas. Por outro lado, a dimensão “Evento Desportivo” é a que obteve a percentagem mais alta entre os quatro mas, ainda assim, deveria melhorar a ligação às redes sociais, e tal como referido anteriormente, as notícias e as novidades acerca do evento. Para além disso, destaque ainda para a inexistência dos indicadores “uso de siglas/símbolos legendados”, “separador pesquisa”, “facilidade para cidadãos com necessidades especiais” e ainda a “contagem regressiva para o evento”.

Por fim, e transformando esta pontuação na denominação correspondente, o website é considerado **RAZOÁVEL**.

Recorrendo à aplicação Wayback Machine, verificou-se a primeira publicação no referido website, sendo esta relativamente recente e datada de 2013. Ainda assim, os resultados obtidos são muito baixos. Se, atualmente, a dimensão “Evento Desportivo”, é a que mais se destaca, na sua primeira publicação, a mesma obteve

apenas 1 ponto em 70 possíveis, onde era apresentado o evento de forma muito ténue e sem a presença dos restantes indicadores avaliados. Destaque ainda pela negativa para a dimensão “Conteúdo”, em que não se verificava a grande maioria dos indicadores avaliados, tais como referido no critério anterior. Os restantes deviam ser melhorados e foi o que a organização desenvolveu neste 5 anos, não só fazendo no “Layout” e na “Acessibilidade/Navegabilidade”, mas com o principal foco no “Conteúdo” e “Evento Desportivo” em que passou de 6% para 60% e de 1.43% para 74.29% respetivamente. De forma mais detalhada, é ainda mais notória a diferença entre a origem do website e a atualidade do mesmo. Desta forma, 27 dos 39 indicadores avaliados, não se encontravam presentes e, outros 5 indicadores teriam de ser muito desenvolvidos e melhorados (Aspeto visual atraente, informações acerca da instituição, texto claro e direto, título, rodapé e corpo do texto com a mesma formatação e apresentação do evento). Contrastando com isso, os indicadores “título”, “espectro de cores indicado”, “funcionamento correto nos diversos browsers” e “presença nos principais motores de busca”, tiveram a nota máxima.

Dando a respetiva denominação para o website que obteve **17.95%** com 35 em 195 pontos possíveis, este era considerado **PÉSSIMO**.

Após esta análise, e, para se perceber ainda mais detalhadamente as avaliações/evoluções de cada uma das dimensões, ou mesmo, de cada um dos indicadores, de cada website analisado, chega-se às conclusões presentes em anexo.

De forma mais resumida, a seguinte tabela, dá para perceber de forma mais resumida e direta, as classificações e evolução dos websites das organizações dos eventos desportivos em análise.

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

EVENTO DESPORTIVO	WEBSITE	CLASSIFICAÇÃO 1ª PUBLICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO ATUAL	EVOLUÇÃO
JOGOS OLÍMPICOS	www.olympic.org	FRACO (30.26%) (1996)	ADEQUADO (79.49%) (2018)	<u>49.23%</u> (22 Anos)
CAMPEONATO DO MUNDO DE FUTEBOL	www.fifa.com/worldcup	RAZOAVEL (58.46%) (2007)	MUITO BOM (83.08%) (2018)	<u>24.62%</u> (11 Anos)
SUPERBOWL	www.nfl.com/super-bowl	FRACO (25.64%) (2016)	RAZOAVEL (69.23%) (2018)	<u>43.59%</u> (2 Anos)
VOLTA A PORTUGAL EM BICICLETA	www.volta-portugal.com	FRACO (47.69%) (2004)	ADEQUADO (70.26%) (2018)	<u>22.57%</u> (14 Anos)
SUPERTAÇA CANDIDO DE OLIVEIRA	www.fpf.pt/pt/competicoes/futebol/masculino/supertaca	FRACO (37.44%) (2016)	RAZOAVEL (61.54%) (2018)	<u>24.10%</u> (2 Anos)
EDP RUNNING WONDERS	www.runningwonders.com	PÉSSIMO (17.95%) (2013)	RAZOAVEL (66.67%) (2018)	<u>48.72%</u> (5 Anos)

Tabela 4 - Classificação Final Websites

Após a análise dos resultados obtidos e, comparando os valores/classificações de cada um dos websites em estudo, desde a sua primeira publicação até à atualidade, permite-nos retirar algumas conclusões. Em primeiro lugar e, se observarmos única e exclusivamente para a classificação de cada um deles, nos dias de hoje, podemos afirmar que o website mais completo é o da organização FIFA (Campeonato do Mundo de Futebol) sendo este classificado com “Muito Bom”, seguido do COI (Jogos Olímpicos) com a classificação de “Adequado” e após este, todos os restantes com a classificação de “Razoável”, sendo que dentro deste patamar, o destaque pela negativa vai para o website da FPF (Supertaça Cândido de Oliveira) uma vez que foi o que teve percentagem mais baixa, cerca de 61,54%.

Da mesma forma, se analisarmos cada um deles na data da sua primeira publicação, as conclusões que tiramos tens algumas semelhanças e diferenças. A grande semelhança prende-se pelo facto do website que se destaca pela positiva ser o mesmo do que vimos anteriormente, ou seja, a FIFA (Campeonato do Mundo) obtendo a classificação de “Razoável”, contrastando com a classificação do EDP Running Wonders, dado que este obteve a classificação de “Péssimo”, com apenas 17,95%. Todos os restantes foram classificados no intervalo “Fraco”.

Por fim, se analisarmos a evolução de cada um deles, direcionando o foco para as percentagens em vez de observarmos apenas para o patamar de classificação que se posicionam, concluímos que o website que mais evoluiu desde a primeira publicação até à atualidade foi o do COI (Jogos Olímpicos), cerca de 49,23%, o que já era de esperar porque o período de tempo entre essas duas datas era o mais longo (cerca de 22 anos), entre os 6 websites analisados, seguido do website das EDP Running Wonders que aumentou a percentagem em 48,72%, com a diferença que apenas passaram 5 anos entre essas duas datas analisadas. Também podemos destacar pela positiva o Superbowl que aumentou 43,59% em apenas 2 anos. Por outro lado, o destaque pela negativa vai para o website da Volta a Portugal em Bicicleta, uma vez que foi o que menos evoluiu, apesar de período de tempo passado ser o segundo maior dos 6 websites analisados, o que se esperaria uma evolução maior também.

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

De forma mais esclarecedora e somando todos os indicadores avaliados chegamos ao seguinte gráfico:

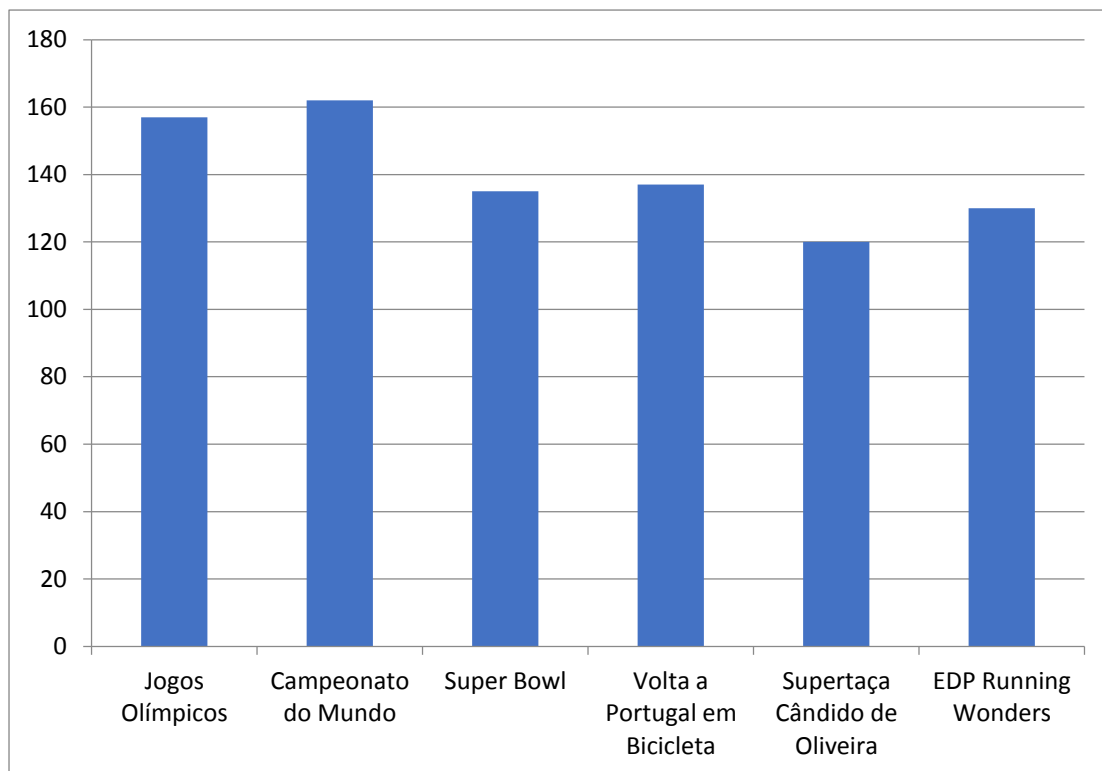


Gráfico 1 - Somatório da Pontuação dos Indicadores

Desta forma e, tal como visto anteriormente, chegamos à conclusão que o website do Campeonato do Mundo é o mais completo. Por sua vez, apesar de se tratar da mesma modalidade, o website da Supertaça Cândido de Oliveira é o que precisa ser mais desenvolvido, dado que apresenta o valor mais baixo quando comparado com as restantes.

Com este gráfico, podemos ainda dizer que os websites a nível intercontinental (com eventos realizados em diversificados países) são os que apresentam melhores resultados, sendo que o website do SuperBowl, apesar de ter uma grande visibilidade a nível mundial, é o que apresenta um valor mais baixo entre os 3 internacionais. Para além disso, podemos ainda constatar que os websites dos eventos desportivos nacionais ficam um pouco aquém do esperado.

Por fim, de realçar que o website da Volta a Portugal em Bicicleta apresenta um resultado superior aos restantes nacionais e que, para além disso, ainda se sobrepõe ao do SuperBowl, apresentando um valor ligeiramente mais alto.

5. Projeto de meio de avaliação de websites

A revisão de literatura e a pesquisa empírica desenvolvida permitiram conceber um meio de avaliação de websites de organizações de eventos desportivos, propondo um conjunto de indicadores que os websites das organizações de eventos desportivos devem trabalhar nos seus websites. Assim, a grelha de indicadores que se segue, apresenta os diversos critérios essenciais para conceber e trabalhar um bom website, distribuídos em quatro grandes grupos:

- Layout;
- Conteúdo;
- Acessibilidade e Navegabilidade;
- Evento Desportivo

Desta forma, apresenta-se de seguida o meio de avaliação:

CRITÉRIOS	INDICADORES	FONTE
I – Layout	1 – Aspeto visual atraente	- Winckler M., et Pimenta M. 2002
	2- Título apropriado	- Elaboração própria
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	- Vilella, R. 2003
	5 – Texto claro e direto	- Winckler M., et Pimenta M. 2002
	6 – Organização de texto e imagens	- Vilella, R. 2003
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000 - Vilella, R. 2003
	8 – Espectro de cores indicado	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000 - Vilella, R. 2003
II – Conteúdo	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	- Elaboração própria
	2 – Publicações	- Elaboração própria
	3 – Atualização de Informação	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003
	4 – Arquivo de Publicações	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003
	5 – Linguagem apropriada	- Pereira Jr. C. et Capeto R.

		2000
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	- Pereira Jr. C. et Capeto R. 2000
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	- Elaboração própria
	9 – Fórum de Questões	- Elaboração própria
	10 – Tradução multilingue	- Berti C. 2014
III – Acessibilidade e Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003
	3 – Tempo de carregamento da página	- Elaboração própria
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	- Winckler M., et Pimenta M. 2002
	5 – Separador “Pesquisa:”	- Oliveira, J.N., L. Santos e L. Amaral 2003 - Vilella, R. 2003
	6 – Presença do separador em todas as páginas	- Elaboração própria
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	- Winckler M., et Pimenta M. 2002
IV – Evento Desportivo	1 – Apresentação do evento	- Berti C. 2014
	2 – Data e horário do evento	- Berti C. 2014
	2 – Localização do evento	- Berti C. 2014
	3 – Atrativos do local do evento	- Berti C. 2014

	4 – Mapa do evento	- Berti C. 2014
	5 – Contagem regressiva para o início do evento	- Berti C. 2014
	6 – Número de edições do evento	- Berti C. 2014
	7 – Informação de edições anteriores	- Berti C. 2014
	8 – Links para redes sociais	- Berti C. 2014
	9 – Notícias	- Berti C. 2014
	10 – Novidades	- Berti C. 2014
	11 – Patrocinadores	- Berti C. 2014
	12 – Tradução multilingue	- Berti C. 2014
	13 – Venda de bilhetes	- Berti C. 2014

Tabela 5 - Grelha de Avaliação dos Websites

Tendo em conta os diversos indicadores, de elaboração própria, que achei por bem acrescentar à grelha de avaliação de websites, para tornar esta mais completa e direcionada ao tema do projeto, após a análise dos resultados, podemos afirmar que os mesmos vieram corroborar a utilização dos referidos indicadores. Desta forma, em relação ao indicador “Título Adequado”, chegamos à conclusão que apesar de não haver uma evolução nos websites, este apresenta classificações superiores a 3, quer seja na atualidade, quer seja no passado.

De seguida, os indicadores, “Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento”, “Publicações”, “Plano das diversas atividades organizadas pela instituição” e “Presença do separador em todas as páginas”, revelam ter um papel importante nesta grelha de avaliação, uma vez que, as organizações, na sua generalidade foram capazes de desenvolver os mesmos, nos respetivos websites, tendo alguns deles passado da inexistência do indicador, para a presença do mesmo e de forma totalmente completa.

No que diz respeito ao indicador, “Fórum de questões”, apesar de achar uma parte essencial na constituição de um website, os resultados demonstraram o contrário, uma vez que apenas a organização das EDP Running Wonders desenvolveu esse indicador na atualidade do seu website. Em todos os restantes, este indicador não está presente.

Por fim, no indicador “Tempo de carregamento da página”, chegamos à conclusão que todos eles melhoraram, tendo em conta a comparação com o passado. Apesar disso, este indicador é um pouco subjetivo, uma vez que o avanço das tecnologias, da velocidade da internet e de todos os aparelhos, é difícil fazer uma comparação com os meios de transmissão de informação online do passado.

6. Conclusão

O objetivo principal para uma determinada organização ter um website, prende-se pelo facto de aproximar todo o seu público-alvo de tudo o que é realizado, aumentando o interesse, divulgando informações e dando oportunidade aos seus usuários de acompanharem de perto, mesmo apesar da distância que os separam. Com a oferta de websites pelas organizações, devemos perceber existe um canal de comunicação entre o seu público e a organização propriamente dita, proporcionando, um contato mais próximo entre ambos e sendo este realizado num menor tempo.

Detalhadamente e, tendo em conta tudo o que foi avaliado, apesar das organizações portuguesas obterem classificações mais baixas, não se torna preocupante porque a diferença não é assim tão grande para os demais. Ainda assim, todos deviam seguir o exemplo da FIFA, dado que o seu website do Campeonato do Mundo de Futebol é o mais completo.

Esmiuçando ainda mais, os websites precisam ser interativos e atualizados em tempo real. As novas tecnologias, bem como a facilidade e velocidade de acesso nos dias de hoje ajudam neste que é um dos pontos principais de qualquer website. Desta forma, alguns precisariam evoluir certos pontos, para que a sua classificação fosse superior à atingida nos dias de hoje. Tal como referenciado anteriormente, o grande problema dos websites, é mesmo no conteúdo do evento e é este o “tendão daquiles” que impede essa classificação superior. Existe um foco grande na parte do “Layout” e na sua “Acessibilidade”, mas existem outros pontos, tão ou mais importantes que estes.

Podemos ainda retirar algumas conclusões no que diz respeito à constituição das organizações pela análise dos websites, podendo ver a sua elaboração desde a

primeira publicação do mesmo até aos dias de hoje, ainda para mais, dado que as primeiras publicações dos referidos websites podem ter mais de 20 anos ou apenas 2/3 anos, conseguindo assim ver a diferença existente nas equipas de trabalho, responsáveis pela parte informática. Desta forma, notamos uma grande evolução no COI (49.23%), mas já era espectável uma vez que passaram muitos anos desde a primeira publicação até hoje. Destaque ainda para a organização das corridas EDP RUNNING WONDERS uma vez que em apenas 5 anos evoluíram o seu website cerca de 48,72% e ainda a do SUPERBOWL que em 2 anos aumentaram a nota em cerca de 43,59%. Em sentido oposto, a equipa da Volta a Portugal em Bicicleta, foca-se muito na transmissão de informação ao seu público, sensivelmente no verão e através dos meios de comunicação social, deixando o seu website um pouco de parte, dado que pouco evoluíram nestes últimos 14 anos, pouco mais de 22%.

Resumidamente, grande parte dos websites que foram analisados no decorrer deste projeto, são meramente informativos, transmitindo notícias do passado, presente e futuro dos eventos em questão. Para além disso, por mais completos que os websites sejam, há sempre um ponto em que todos “falham”, que é a parte da organização do evento em si. Com isso, os responsáveis pela parte informática das organizações, podiam transmitir ao seu público, não só o que é, ou ainda, porque se realiza, mas também como tudo se processa, não desvendando todos os pormenores, mas fazendo com que todos nós ficássemos ainda mais envolvidos com aquela grandiosidade que é a organização de um Grande (Mega) Evento Desportivo.

Tendo em conta as hipóteses colocadas na realização deste trabalho, é seguro dizer que, no caso da primeira, “a comunicação digital facilita o desenvolvimento da comunicação integrada das entidades responsáveis pela organização dos eventos desportivos”, esta se confirma, uma vez que, ao analisarmos a evolução existente entre a origem e a atualidade de cada website, é notória a diferença na sua generalidade, por dimensão ou mesmo por indicador. Desta forma, uma vez que, as organizações desenvolveram tanto os seus websites, é a confirmação que a parte digital facilita a comunicação integrada por parte dos seus organizadores.

Já no que diz respeito à segunda hipótese, “os websites dos eventos desportivos apelam à emoção e sensibilidade”, isto é notório, uma vez que, em primeiro lugar, estes tendem a chamar a atenção do seu público-alvo, prendendo-os

através do seu Layout organizado, chamativo e atrativo e, para além disso, porque a sua grande maioria, se foca em ter as notícias, novidades, atrativos do local, entre outros indicadores bem desenvolvidos de forma a apelar a emoção e sensibilidade por parte dos seus “internautas”. Para além disso, esta hipótese é ainda mais notória no caso do EDP Running Wonders, quando a sua organização transmite a emoção de realizar as suas provas, sempre em locais património mundial e, com toda a parte sentimental e simbólica que isso significa.

Por fim, todas as organizações estudadas, têm em mente qual é o seu público e, direciona o seu website para que este se enquadre mais com este. Desta forma podemos dizer que “os conteúdos dos websites são pensados para diferentes públicos”, tal como foi dado como hipótese no início deste estudo. Ainda assim há que destacar pontos essenciais que as organizações devem melhorar no que diz respeito a esta teoria. Em primeiro lugar e, tendo em conta a diversidade mundial de interessados nos diversos conteúdos destas organizações, a maioria dos websites deveria melhorar na parte da tradução multilingue, de forma a conseguir chegar a um número ainda maior de pessoas. De seguida e, estando numa era de redes sociais, é um dos pontos que deveria ser ainda mais valorizado por todos, focando as suas publicações, novidades e informações relativas ao evento, nas diversas redes sociais existente. Por fim, um dos indicadores que peca em todas as organizações, é o facto de não terem em atenção os cidadãos com necessidades especiais. No caso do EDP Running Wonders em que estes, podem participar nessas etapas do evento e, para além disso nos Jogos Olímpicos, em que existe um evento do mesmo género, mas direccionado para pessoas com esse tipo de necessidade, este ponto é ainda mais fundamental de ser desenvolvido.

7. Bibliografia

Azevedo, N. (2015). *Comunicação Organizacional e Futebol: Análise das estratégias comunicativas do Grêmio Gaviões da Fiel*. Universidade Federal de Ouro Preto. Ouro Preto, Minas Gerais.

Baldissiera, R. (2009). *Comunicação Organizacional na Perspectiva da Complexidade*. In *Organicom*, Ano 6, Edição Especial, N.10/11.

Berti, C. (2014), *Estudo Comparativo de Websites de Eventos: uma abordagem comparativa dos websites dos 10 maiores eventos de negócios do Brasil e a percepção de usuários da rede social Facebook*. Monografia de Bacharelato em Administração da disciplina de Trabalho de Curso II. Centro Universitário Univates. Lajeado. Rio Grande do Sul. Brasil.

Cardoso, O. (2006), *Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos*. Em: *RAP*. n.40(6), p.1123-44, nov./dez.2006. Rio de Janeiro, Brasil.

Corrêa, E. (2007). *Reflexões para a epistemologia da Comunicação Digital*. Em: 5ºSOPCOM – Comunicação e Cidadania. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. ISBN 978-989-95500-1-8. Universidade do Minho. Braga

Devesa, L. (2016). *A importância da comunicação no contexto organizacional*. Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais (ramo: Gestão de PME). Instituto Politécnico de Setúbal, Setúbal.

Dias, P. (2006). *Os Grandes Eventos Desportivos: análise das vertentes políticas, económicas, sociais e organizacionais* (Monografia do Seminário da licenciatura em Desporto e Educação Física na área de Gestão Desportiva). Faculdade de Desporto da Universidade do Porto. Porto.

Fonseca, R. (2013). *Gestão e Organização de Eventos Desportivos: Estudo de caso – Jogos Desportivos de Viseu*. Dissertação de Mestrado em Gestão do Desporto. Faculdade de Motricidade Humana. Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa

FPF (Federação Portuguesa de Futebol). (2018). *Regulamento Supertaça “Cândido de Oliveira”*, p 5-40.

Horne, J. et Manzenreiter, W. (2006), *An introduction to the sociology of sports mega-events*. The Editorial Board of de Sociology Review. Publishing by Blackwell Publishing Ltd. Oxford.

Hur, Y. et all. (2011). A structural model of the relationships between sport website quality, e-satisfaction, and e-loyalty. Em: *Journal of sport management*. n.25. p.458-473.

Kelleher, T. (s.d.). *Conversational voice, communicated commitment, and public relations outcomes in interactive online communication*. Em: *Hournal of Communication* ISSN 0021-9916. School of communication, University of Hawai’l, Honolulu, HI.

Kunsch, D. (2009). *Aquém, em e além do conceito: comunicação, epistemologia e compreensão*. Em: *Revista FAMECOS*, v.16, n.39, ago 2009. Porto Alegre

Kunsch, M. (2006). *Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas*. Em: MARCHIORI, Marlene, *Faces da cultura e da comunicação organizacional*, Difusão Editora. São Caetano do Sul

Lemos, A. (2014). *Relações Públicas com a Comunidade na preparação de Megaevento. Análise da Cobertura Mediática sobre os Jogos Olímpicos Rio 2016*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – Universidade de Lisboa. Lisboa

Macnamara, J. (2010). *The 21st century media (r) evolution: Emergent communication practices*. Peter Lang

Marotti, J. et all (2008). Amostragem em pesquisa clínica: tamanho da amostra. *Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo*, mai-ago; 20(2): p.186-194. São Paulo, Brasil

Martins, I. (2002). *Comunicação nas Organizações Desportivas*. Universidade Metodista de São Paulo. São Paulo

Nogueira, A. (2012). *Comunicação e desporto: perfis profissionais e modelos de formação* (Dissertação de Mestrado em Gestão do Desporto). Universidade Técnica de Lisboa. Faculdade de Motricidade Humana. Lisboa

Nunes, D. (2017). *Características do E-Commerce nas organizações do desporto: uma revisão sistemática da literatura*. (Dissertação de Mestrado em Gestão do Desporto). Universidade de Lisboa, Faculdade de Motricidade Humana. Lisboa

Oliveira, J.N., L. Santos et L. Amaral, (2003), *Guias de Boas Praticas na Construção de Web Sites da Administração Direta e Indireta do Estado.*, Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação, Universidade do Minho, Guimarães, Portugal.

Oliveira, S. (2011). *Relatório de Estágio, Departamento de Comunicação Futebol Clube do Porto* (Mestrado em Comunicação e Desporto). Faculdade de Desporto e Faculdade de Letras. Universidade do Porto. Porto.

Pereira, S. (s.d.). *Educar para os media a pretexto do Mundial de Futebol*. Universidade do Minho. Braga

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Pereira Jr., C. et. Capeto, R. (s.d.). *Indicadores para a avaliação de websites*. Em: Rede Nacional de Pesquisa. Rio de Janeiro.

Phillips, D. & Young, P. (2009). *Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. Kogan Page Publishers

PRESIDENCIA DO CONSELHO DE MINISTROS (2002). *Método de Avaliação dos Websites*. Em: Método de Avaliação dos Web Sites dos Organismos da Administração Direta e Indireta do estado. Univ. Minho. Braga. Portugal

Proni, M. (2008). *A Reinvenção dos Jogos Olímpicos: um projeto de marketing*. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo.

Reflections on communication and sport on journalism and digital culture. Em: Communication and sport. n.1(1-2), p.88-99. ISSN 2167-4795

Resende, M. (2004). *Publicidade Interativa: Estudo de caso em Websites de Clubes de Futebol da Primeira Liga Espanhola e Portuguesa* (Dissertação de Mestrado em Ciências do Desporto na área de Gestão Desportiva). Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física. Universidade do Porto. Porto.

Santomier, J. (2008). *New Media, branding and global sports sponsorships*. Sacred Heart University. Fairfield, EUA

Santos, F. & Oliveira, J (s.d.). *Mais que um jogo: um estudo sobre marketing em mídias sociais durante o SuperBowl XLVI* (Pós-Graduação em Informática). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro

Sarmiento, J. et all. (2011). Evento Desportivo, Etapas, Fases, Operações. In Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, Vol. 1, Nº2.

Scott, D.M., Pereira, V.M., Borges, A. (2008). *As novas regras de marketing e relações públicas: como usar os blogs, o podcasting, os media online e as notas informativas para chegar diretamente aos consumidores*. Ideias de Ler

Scroferneker, C. et all. (2007). *Relações Públicas: Quem Sabe, faz e explica*. Coleção RP. Vol. 1, Porto Alegre, Brasil

Vilella, R. (2003), *Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade: três dimensões para a avaliação de portais estaduais de Governo Eletrónico na Web*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Informação. Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. Brasil

Winckler, M. (2002), et Pimenta, M., *Avaliação de Usabilidade de Sites Web*. Em: LIHS-IRIT (Institut de Recherche en Informatique de Toulouse). Toulouse. França et., Instituto de Informática – UFRGS. Porto Alegre. Brasil

8. Webgrafia

AFC (Asian Football Confederation). Disponível em: <<http://www.the-afc.com/>>. Acesso em 05 Fev 2018.

Análise da Situação Desportiva do Concelho de Vouzela. 9-20. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/2307/9/5.%20Revisao%20da%20literatura.pdf>>. Acesso em 30 Jan. 2018

Caetano, E. (2018). *Philadelphia derrotam os Patriots de Tom Brady e vencem Super Bowl pela primeira vez*. Em: Observador. Disponível em: <<http://observador.pt/2018/02/05/philadelphia-derrotam-os-patriots-de-tom-brady-e-vencem-super-bowl-pela-primeira-vez/>>. Acesso em 06 Fev.2018

CAF (Confederation African of Football). Disponível em: <<http://www.cafonline.com/>>.

Acesso em: 05 Fev 2018.

Calil, L. (2015). *Super Bowl, a final do futebol americano, rende 300 mil postagens no Brasil*. Em DAPP (Diretoria de Análise de Políticas Públicas). Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13292/superbowl.pdf?sequence=3&isAllowed=y>>. Acesso em: 02 Fev. 2018

CAMPEONATO DO MUNDO, (s.d.). Em zerozero. Disponível em: <https://www.zerozero.pt/competition.php?id_comp=30>. Acesso em: 04 Fev. 2018

CARTA EUROPEIA DO DESPORTO. Disponível em: <<http://www.idesporto.pt/DATA/DOCS/LEGISLACAO/Doc120.pdf>>. Acesso em: 08 Fev. 2018

CONCACAF (Confederation of North, Central American and Caribbean Association Football). Disponível em: < <http://www.concacaf.com/>>. Acesso em: 05 Fev. 2018

CONMEBOL (Confederación Sudamericana de Fútbol). Disponível em: <<http://www.conmebol.com/>>. Acesso em: 05 Fev. 2018

COP (Comité Olímpico Português). Disponível em: <<http://comiteolimpicoportugal.pt/>>. Acesso em: 05 Fev 2014

COPA DO MUNDO – HISTÓRIA DE TODAS AS COPAS DO MUNDO (s.d.). Em Copacabana Runners de 1999-2017. Disponível em: <<https://www.copacabanarunners.net/copa-do-mundo.html>>. Acesso em: 06 Fev. 2014

Corrêa, E. (2005). *Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos*. Em: **Revista Organicom**, (S.l.), v.2, n.3, p.94-111, fev.2011. ISSN 2238-2593. Disponível em:

<<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/42/175>>.

Acesso em: 29 jan. 2018

Corrêa, E. (2009). *A Comunicação Digital nas organizações: tendências e transformações*. Em: Revista Organicom (S.l.), v.6, n.10/11, p. 161-167, fev. 2011. ISSN 2238-2593. Disponível em:

<<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/201>

>. Acesso em 06 Fev. 2018

Coutinho, H., *Organização de Eventos. Escola Técnica Aberta do Brasil, Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, Manaus-AM (2010)*. Disponível em: <http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_org_evento_s.pdf>. Acesso em 29 Jan. 2018

DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Há 50 anos o futebol português mudou. Disponível em: <<https://www.dn.pt/desporto/benfica/interior/ha-50-anos-o-futebol-portugues-mudou-1735146.html>> Acesso em: 25 Fev. 2019

EDP RUNNING WONDERS. Disponível em: <<https://www.runningwonders.com/>>. Acesso em 07 Fev. 2018

Estudo de caso dos escalões de formação da AAC-OAF. *O Ideal do Perfil de Treinador de Jovens*. (2005) 1-79. Disponível em: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/17146/3/O%20IDEAL%20DE%20PERFIL%20DE%20TREINADOR%20DE%20JOVENS.pdf>>. Acesso em 30 Jan. 2018

FIFA (Federation International Futebol Association). Disponível em: <www.fifa.com/>. Acesso em 06 Fev.2018

FIFA (Federation International Futebol Association). *2018 FIFA World Cup Russia*. Disponível em: <<http://www.fifa.com/worldcup/teams/index.html>>. Acesso em 06 Fev.2018

FPF (Federação Portuguesa de Futebol). Disponível em: <<http://www.fpf.pt/pt/>>.

Acesso em: 06 Fev 2018

FPF (Federação Portuguesa de Futebol). (2018). *Supertaça Cândido de Oliveira*.

Disponível em:

<<http://www.fpf.pt/pt/competicoes/futebol/masculino/supertaca/Vencedores~>>.

Acesso em 06 Fev. 2018

Gil, H. (2015). *A contratação de Eusébio* (mensagem de blog). Disponível em:

<<http://hugogil.pt/a-contratacao-de-eusebio/>> Acesso em 04 Fev. 2018

GOOGLE ACADÉMICO. Disponível em: <<https://scholar.google.pt/>>

HINO OLÍMPICO. Disponível em:

<https://www.suapesquisa.com/olimpiadas/hino_olimpico.htm>. Acesso em. 02

Fev.2018

HISTÓRIA DOS JOGOS OLÍMPICOS: DA ANTIGUIDADE A BERLIM-1936 (2016). Em: O

Globo. Disponível em: <[https://oglobo.globo.com/esportes/historia-dos-jogos-](https://oglobo.globo.com/esportes/historia-dos-jogos-olimpicos-da-antiguidade-berlim-1936-19376961)

[olimpicos-da-antiguidade-berlim-1936-19376961](https://oglobo.globo.com/esportes/historia-dos-jogos-olimpicos-da-antiguidade-berlim-1936-19376961)>. Acesso em: 04 Fev. 2018

IOC (International Olympic Committee). Disponível em:

<<https://www.olympic.org/the-ioc>>. Acesso em: 05 Fev. 2018

IPDJ, (Instituto Português do Desporto e da Juventude). Dica de Leitura. Disponível em:

<<http://www.idesporto.pt/conteudo.aspx?id=173>>. Acesso em: 02 Fev. 2018

JOGOS OLÍMPICOS. (s.d.). Em: zerozero. Disponível em:

<https://www.zerozero.pt/competicao.php?id_comp=55>. Acesso em: 02. Fev. 2018

MAISFUTEBOL (s.d.). A história do Campeonato do Mundo (1930-1970). Disponível em: <http://www.maisfutebol.iol.pt/dossier/mundial2018/historico/a-historia-do-campeonato-do-mundo-1930-1970/5acc92f30cf29778fd1ed074>. Acesso em 26 Set. 2018

Manduca, A. (2014). *Organização de eventos*. Em: REGIT Revista de Estudos de Gestão, Informação e Tecnologia, v.1, n.1 . ISSN 2359-1145. Disponível em: <http://www.fatecitaqua.edu.br/revista/index.php/regit/article/view/REGIT-R1> . Acesso em: 29 Jan. 2018

NFL (National Football League). Disponível em: <https://www.nfl.com/super-bowl>>. Acesso em: 07 Fev. 2018

OFC (Oceania Football Confedatation). Disponível em: <https://www.oceaniafootball.com/>>. Acesso em: 05 Fev. 2018

PARALYMPIC, (Official website of the Paralympic Movement). Dica de Leitura. Disponível em: <https://www.paralympic.org/>>. Acesso em: 02 Fev. 2018

Ravagnani, F. (2009). *Origem, evolução e atualidade do futebol no cenário mundial*. Em: Universidade do Futebol. Disponível em: <https://universidadedofutebol.com.br/origem-evolucao-e-atualidade-do-futebol-no-cenario-mundial/>>. Acesso em 02 Fev. 2018.

RCAAP (Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal). Disponível em: <https://www.rcaap.pt/>>

RECORD. *Neymar: A maior transferência da história do futebol em perguntas e respostas*. Disponível em <https://www.record.pt/internacional/detalhe/neymar-a-maior-transferencia-da-historia-do-futebol-em-perguntas-e-respostas>>. Acesso em 25 Fev. 2019

REVISÃO DA LITERATURA. *CONCEITO DE DESPORTO*. Dica de Leitura. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/30799945-2-revisao-da-literatura-2-1-conceito-de-desporto.html>>. Acesso em 30 Jan. 2018

REVISÃO DA LITERATURA. *SIGNIFICADO DE COMUNICAÇÃO*. Dica de Leitura. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 29 de jan. 2018

Rubio, K. (2010). *Jogos olímpicos da era moderna: uma proposta de periodização*. Em: Revista Brasileira de Educação Física e Esporte v.24, n.1, 55-68. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-55092010000100006>. Acesso em 01 Fev. 2018

RUSSIA 2018. (s.d). Em: zerozero. Disponível em: <https://www.zerozero.pt/edicao.php?id_edicao=80007>. Acesso em: 06 Fev. 2018

Silva, L. (2011). *Historial do campeonato do mundo de futebol. Futebol (Descrição e Origem)* (mensagem de blog). Disponível em: <<http://historialdocampeonatodomundodefutebol.blogspot.pt/p/futebol-descricao-e-origem.html>>. Acesso em: 02 Fev 2018

Silva, P. (2012), *A História do Super Bowl*. Em: Futebol Americano. Disponível em: <<http://www.futebolamericano.eu/superbowl/a-historia-do-super-bowl#.WnyRe0x2scC>>. Acesso em 06 Fev. 2018

Silveira, J. (2012) *História. Supertaça Cândido de Oliveira*. Em zerozero. Disponível em: <<http://www.zerozero.pt/text.php?id=5230>>. Acesso em: 07 Fev 2018

Silveira, J. (2011) *Uruguai 1930*. Em zerozero. Disponível em: <https://www.zerozero.pt/text.php?id=114&theme=99&caderno=0&theme_pai=1499>. Acesso em: 04. Fev. 2018

Stemler, S. (2001). *An Overview of Content Analysis*. Em Practical Assessment, Research & Evaluation. v.7, n.17 Dez.2014. Em: <<http://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17>>. Acesso em: 09 Fev. 2018

Santos, T. (2018), *Jules Rimet e a primeira Copa do Mundo*, em História do Mundo. Disponível em: <<https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/jules-rimet-e-a-primeira-copa-do-mundo.htm>>. Acesso em: 22 Fev. 2019

THE INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. Disponível em: <<https://www.olympic.org/the-ioc>>. Acesso em: 06 Fev 2018

UEFA (Union of European Football Association). Disponível em: <<https://www.uefa.com/>>. Acesso em: 05 Fev. 2018

Ustinov, P. in *Caras*. Dica de Leitura. Disponível em: <<https://caras.uol.com.br/arguivo/124282-cita%C3%A7%C3%B5es.phtml>> Acesso em: 29 de jan. 2018

VOLTA A PORTUGAL. Disponível em: <<http://www.volta-portugal.com/>> Acesso em: 06 Fev. 2018

VOLTA A PORTUGAL. (2017). *Volta a Portugal Santander Totta*. Disponível em: <<http://www.volta-portugal.com/historial.php>>. Acesso em: 06 Fev. 2018

VOLTA A PORTUGAL (2018). *Volta a Portugal Santander*. Disponível em: <<https://www.volta-portugal.com/corrida/historial/>>. Acesso em 26 Set. 2018

Von Groll (2010). *Origem e História da FIFA*. Disponível em: <<http://travinha.com.br/2010/04/27/fifa-a-historia/>>. Acesso em 26 Set. 2018

WAYBACKMACHINE, *Internet Archive*. Disponível em: <<https://web.archive.org/>>. Acesso em: 08 Fev. 2018

9. Anexos

9.1 Informações adicionais acerca da amostra

9.1.1 Jogos Olímpicos

Em relação às cidades que acolheram o evento (Jogos Olímpicos de Verão), sempre foram escolhidas grandes cidades do mundo, dada a grandiosidade do evento em si. Para além disso, podemos ver a evolução histórica de todas as edições comparando o número de países participantes e número de atletas envolvidos (nesta Era moderna dos JO). Desta forma, chegamos à seguinte tabela:

ANO	CIDADE	PAÍSES ENVOLVIDOS	ATLETAS ENVOLVIDOS	CURIOSIDADES
1896	Atenas	14	241	Primeira vez que se realizou a prova mais emblemática dos Jogos Olímpicos – Maratona.
1900	Paris	24	997	Primeira vez que o género feminino participou numa prova dos Jogos Olímpicos.
1904	Saint Louis	12	651	“Piores Jogos Olímpicos de sempre” pela desorganização. Primeira vez atletas africanos.
1908	Londres	22	2008	“Melhores Jogos Olímpicos da história”. Primeira vez desfile de países na abertura
1912	Estocolmo	28	2407	Atletas dos 5 continentes. Cronometragem, sistema de

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

				som e imagens estreados.
1916	I Guerra Mundial - Realização dos Jogos Olímpicos interrompida. O previsto era se realizar em Berlim.			
1920	Antuérpia	29	2626	“Harmonia e confraternização”. Hastear da bandeira e juramento dos atletas.
1924	Paris	44	3089	Sessão de encerramento. Lema – “Mais rápido, mais alto e mais forte”, perdura no tempo.
1928	Amesterdão	46	2883	Regresso da Alemanha às olimpíadas. Ingresso do género feminino no atletismo.
1932	Los Angeles	37	1332	EUA muito superior aos outros países, ganhando quase o triplo das medalhas do 2º classificado.
1936	Berlim	49	3963	Aparições de Hitler mostrando o magnetismo exercido na Alemanha pelo regime nazista.
1940	II Guerra Mundial – Realização dos Jogos Olímpicos Interrompida. O previsto era se realizar em Tóquio, que posteriormente iam ser transferidos para Helsínquia por causa nas invasões chinesas.			
1944	II Guerra Mundial – Realização dos Jogos Olímpicos Interrompida. O previsto era se realizar em Londres			
1948	Londres	59	4104	Situação económica obrigou atletas a ficar em “barracas”. Transmissão televisiva.
1952	Helsínquia	69	4955	Regresso da Alemanha às

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

				olimpíadas, mas apenas a Alemanha ocidental.
1956	Melbourne	72	3314	Primeiras olimpíadas no hemisfério sul. Encerramento com atletas misturados.
1960	Roma	83	5338	1ª morte de um atleta em competição – Knut Jensen (ciclismo)
1964	Tóquio	93	5151	Primeira vez realizados na Ásia. Primeira vez da pista de atletismo sintética.
1968	Cidade do México	112	5530	Tocha olímpica fez o percurso de Cristóvão Colombo, desde Espanha até ao México
1972	Munique	121	7170	Atentado terrorista com a morte de 11 elementos da equipa israelita.
1976	Montreal	92	6028	Gerou enormes dívidas e cidade precisou de 40 anos para se refazer financeiramente.
1980	Moscovo	80	5179	Misha, o ursinho mascote, tornou-se a mascote mais popular da história dos JO.
1984	Los Angeles	140	6829	Lucro de 200 milhões de dólares. Estreia da Maratona feminina. 1º Ouro Portugal – Carlos Lopes.
1988	Seul	159	8391	Escândalos de doping.

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

				227 Recordes olímpicos. 2º Ouro Portugal – Rosa Mota
1992	Barcelona	169	9356	Aparecimento do 1º jogo informático relacionado com os JO – <i>Barcelona 92</i>
1996	Atlanta	197	10318	Centenário JO Era Moderna. Atentado próximo da vila olímpica faz 2 mortos.
2000	Sidnei	199	10651	Esposa do Presidente do COI morre durante o 1º dia de competições.
2004	Atenas	201	10625	Voltaram a interpretar atividades e locais que ficaram conhecidos na história dos JO.
2008	Pequim	204	11990	Phelps - Maior atleta dos JO. Aparecimento de Usain Bolt, o homem mais rápido da história.
2012	Londres	204	10500	Todos os países tinham mulheres. Primeira cidade a realizar os JO pela terceira vez.
2016	Rio de Janeiro	206	11303	1ª vez de uma atleta independente a ganhar medalhas – Fehaaid Al-Deehani
2020	Tóquio	206 (estimado)	12700 (estimado)	-
2024	Paris	-	-	-

2028	Los Angeles	-	-	-
------	-------------	---	---	---

Tabela 6 - Cronograma Jogos Olímpicos
Fonte: COI

De fato são muitas as evoluções ocorridas ao longo destes 120 anos e, de certeza essas evoluções não vão ficar por aqui. No que diz respeito à adesão por parte dos países, os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, tem o maior número de participantes, cerca de 206 e a nível de atletas, são os Jogos Olímpicos de Pequim que detêm o recorde, cerca de 11990. A cada 4 anos e, com a realização de um novo evento desta magnitude, surgirão novas curiosidades, quer sejam elas positivas, quer sejam elas negativas, uma vez que o desporto e a atualidade mundial estão sempre em constante transformação.

9.1.2 Campeonato do Mundo de Futebol

Eis o organigrama de como está dividida a FIFA e quais as secções que regulamentam o futebol existentes em todo o mundo.

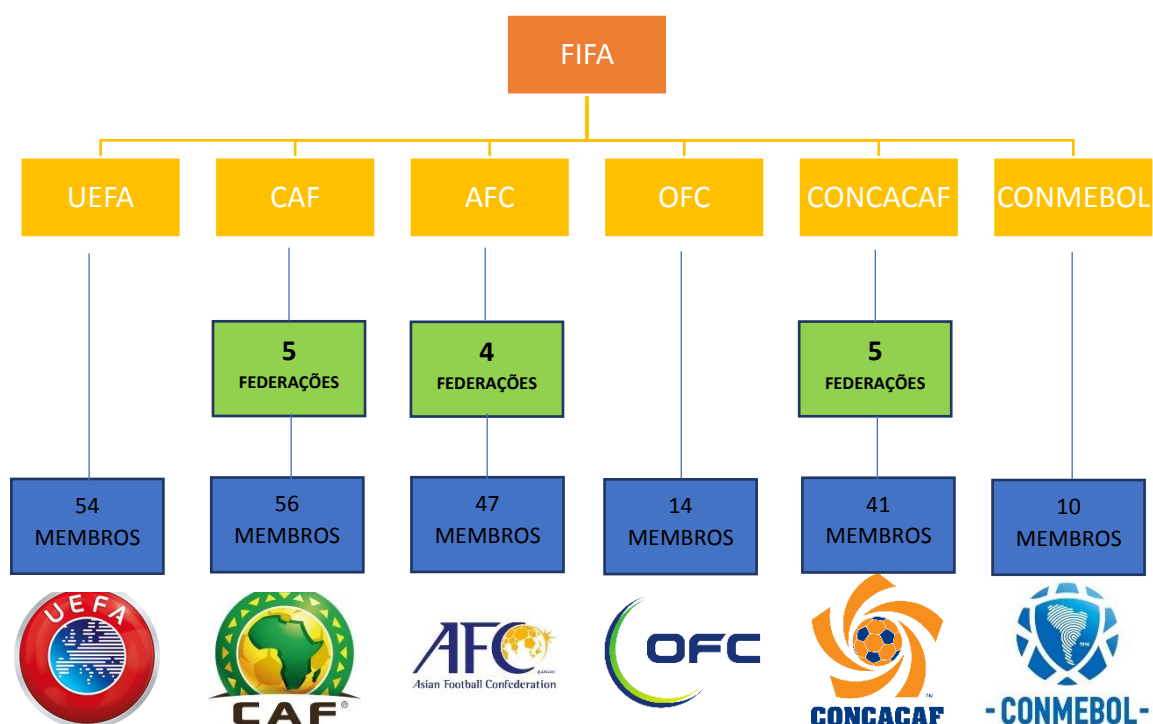


Imagem 4 - Organigrama FIFA e logótipos das organizações de futebol dos 5 continentes
Fonte: Websites oficiais

Com 88 anos de história, e 20 edições realizadas, o campeonato do mundo de futebol, teve apenas 8 países a celebrar a vitória na final da mesma. Brasil com 5 troféus, Itália e Alemanha com 4, Uruguai e Argentina com 2 e França, Inglaterra e Espanha com 1 troféu preenchem o leque de vencedores da maior competição de futebol mundial (ZEROZERO, 2018³¹).

Ano	Sede	Vencedor	Resultado
1930	Uruguai	Uruguai	Uruguai 4 - 2 Argentina
1934	Itália	Itália	Itália 2 – 1 Checoslováquia (Prolongamento)
1938	França	Itália	Itália 4 – 2 Hungria
1942	Interrupção por causa da II Guerra Mundial		
1946	Interrupção por causa da II Guerra Mundial		
1950	Brasil	Uruguai	Uruguai 2 – 1 Brasil *
1954	Suíça	Alemanha	Alemanha 3 – 2 Hungria
1958	Suécia	Brasil	Brasil 5 – 2 Suécia
1962	Chile	Brasil	Brasil 3 – 1 Checoslováquia
1966	Inglaterra	Inglaterra	Inglaterra 4 – 2 Alemanha (Prolongamento)**
1970	México	Brasil	Brasil 4 – 1 Itália
1974	Alemanha	Alemanha	Alemanha 2 – 1 Holanda
1978	Argentina	Argentina	Argentina 3 – 1 Holanda (Prolongamento)
1982	Espanha	Itália	Itália 3 – 1 Alemanha
1986	México	Argentina	Argentina 3 – 2 Alemanha
1990	Itália	Alemanha	Alemanha 1 – 0 Argentina
1994	EUA	Brasil	Brasil 0 – 0 Itália (3-2 Penaltis)
1998	França	França	França 3 – 0 Brasil
2002	Coreia do Sul/Japão	Brasil	Brasil 2 – 0 Alemanha

³¹ https://www.zerozero.pt/competition.php?id_comp=30, 2018

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

2006	Alemanha	Itália	Itália 1 – 1 França (5-3 Penaltis) ***
2010	África do Sul	Espanha	Espanha 1 – 0 Holanda (Prolongamento)
2014	Brasil	Alemanha	Alemanha 1 – 0 Argentina (Prolongamento)
2018	Rússia	França	França 4 – 2 Croácia

*Tabela 7 - Cronograma Campeonato do Mundo de Futebol
Fonte: FIFA*

*Final Four juntamente com Suécia e Espanha, numa disputa de todos contra todos. Este foi o resultado do jogo entre as duas melhores seleções daí ser contabilizado como o resultado da “final”.

** Melhor resultado de Portugal (3º lugar), vencendo a União Soviética por 2-1 no jogo para eleger o 3º e 4º classificados.

*** 4º lugar para Portugal, derrota por 3-1 frente à Alemanha no jogo para eleger o 3º e 4º lugar

De forma a não coincidirem com a realização dos Jogos Olímpicos, este é organizado de forma a ser desenvolvido sempre de forma alternada com as Olimpíadas.

A edição 21 do Campeonato do Mundo de Futebol realizou-se no presente ano de 2018, na Rússia e, contou com a “presença de 32 seleções, sendo estas, a anfitriã Rússia, Alemanha, Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Bélgica, Brasil, Colômbia, Coreia do Sul, Costa Rica, Croácia, Dinamarca, Egito, Espanha, França, Inglaterra, Irão, Islândia, Japão, Marrocos, México, Nigéria, Panamá, Perú, Polónia, Portugal, Senegal, Sérvia, Suécia, Suíça, Tunísia e Urugua” (FIFA, 2018³²).

³² <https://www.fifa.com/worldcup/teams/>, 1994-2018

9.1.3 Super Bowl

No que diz respeito às vitórias, a “NFC tem uma larga margem quando comparado com a AFC, obtendo 30 vitórias contra as 22 da outra confederação” (Silva, 2012³³), nas 52 edições que o evento já tem em todo o seu historial.

Ano	Local	Campeão	Resultado	Vice-Campeão
1967	Los Angeles	Green Bay Packers	35-10	Kansas City Chiefs
1968	Miami	Green Bay Packers	33-14	Oakland Raiders
1969	Miami	New York Jets	16-7	Baltimore Colts
1970	Nova Orleães	Kansas City Chiefs	23-7	Minnesota Vikings
1971	Miami	Baltimore Colts	16-13	Dallas Cowboys
1972	Nova Orleães	Dallas Cowboys	24-3	Miami Dolphins
1973	Los Angeles	Miami Dolphins	14-7	Washington Redskins
1974	Houston	Miami Dolphins	24-7	Minnesota Vikings
1975	Nova Orleães	Pittsburgh Steelers	16-6	Minnesota Vikings
1976	Miami	Pittsburgh Steelers	21-17	Dallas Cowboys
1977	Pasadena	Oakland Raiders	32-14	Minnesota Vikings
1978	Nova Orleães	Dallas Cowboys	27-10	Denver Broncos
1979	Miami	Pittsburgh Steelers	35-31	Dallas Cowboys
1980	Pasadena	Pittsburgh Steelers	31-19	Los Angeles Rams
1981	Nova Orleães	Oakland Raiders	27-10	Philadelphia Eagles
1982	Pontiac	San Francisco 49ers	26-21	Cincinnati Silverdome
1983	Pasadena	Washington Redskins	27-17	Miami Dolphins
1984	Tampa	Los Angeles Raiders	38-9	Washington Redskins
1985	Stanford	San Francisco 49ers	38-16	Miami Dolphins
1986	Nova Orleães	Chicago Bears	46-10	New England Patriots
1987	Pasadena	New York Giants	39-20	Denver Broncos
1988	San Diego	Washington Redskins	42-10	Denver Broncos
1989	Miami	San Francisco 49ers	20-16	Cincinnati Bengals

³³ <http://www.futebolamericano.eu/superbowl/a-historia-do-super-bowl#.W6uYVIVKjIU> 28 de Agosto de 2012

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

1990	Nova Orleães	San Francisco 49ers	55-10	Denver Broncos
1991	Tampa	New York Giants	20-19	Buffalo Bills
1992	Minneapolis	Washington Redskins	37-24	Buffalo Bills
1993	Pasadena	Dallas Cowboys	52-17	Buffalo Bills
1994	Atlanta	Dallas Cowboys	30-13	Buffalo Bills
1995	Miami	San Francisco 49ers	49-26	San Diego Chargers
1996	Tempe	Dallas Cowboys	27-17	Pittsburgh Steelers
1997	Nova Orleães	Green Bay Packers	35-21	New England Patriots
1998	San Diego	Denver Broncos	31-24	Green Bay Packers
1999	Miami	Denver Broncos	34-19	Atlanta Falcons
2000	Atlanta	St. Louis Rams	23-16	Tennessee Titans
2001	Tampa	Baltimore Ravens	34-7	New York Giants
2002	Nova Orleães	New England Patriots	20-17	St. Louis Rams
2003	San Diego	T. B. Buccaneers	48-21	Oakland Raiders
2004	Houston	New England Patriots	32-29	Carolina Panthers
2005	Jacksonville	New England Patriots	24-21	Philadelphia Eagles
2006	Detroit	Pittsburgh Steelers	21-10	Seattle Seahawks
2007	Miami	Indianapolis Colts	29-17	Chicago Bears
2008	Glendale	New York Giants	17-14	New England Patriots
2009	Tampa	Pittsburgh Steelers	27-23	Arizona Cardinals
2010	Miami	New Orleans Saints	31-17	Indianapolis Colts
2011	Arlington	Green Bay Packers	31-25	Pittsburgh Steelers
2012	Indianópolis	New York Giants	21-17	New England Patriots
2013	Nova Orleães	Baltimore Ravens	34-31	San Francisco 49ers
2014	E. Rutherford	Seattle Seahawks	43-8	Denver Broncos
2015	Glendale	New England Patriots	28-24	Seattle Seahawks
2016	Santa Clara	Denver Broncos	24-10	Carolina Panthers
2017	Houston	New England Patriots	34-28	Atlanta Falcons
2018	Minneapolis	Philadelphia Eagles	41-33	New England Patriots

Tabela 8 - Cronograma Super Bowl

Fonte: NFL

9.1.4 Volta a Portugal em Bicicleta

A nível histórico, esta “teve a sua origem em 1927 e o grande vencedor foi Augusto Carvalho da equipa do Carcavelos” (Volta a Portugal, 2017³⁴), ficando assim na história do evento por ser o primeiro vencedor da referida competição.

ANO	VENCEDOR	EQUIPA	ANO	VENCEDOR	EQUIPA
1927	Augusto Carvalho	Carcavelos	1979	Joaquim S. Santos	FC Porto
1931	José Nicolau	Benfica	1980	Francisco Miranda	Lousa
1932	Alfredo Trindade	Rio de Janeiro	1981	Manuel Zeferino	Porto
1933	Alfredo Trindade	Rio de Janeiro	1982	Marco Chagas	Porto
1934	José Nicolau	Benfica	1983	Marco Chagas	Porto
1935	César Luís	L. Alentejanos	1984	Venceslau Fernandes	Ajacto
1938	J. Albuquerque	C. Ourique	1985	Marco Chagas	Sporting CP
1939	J. Fernandes	CUF	1986	Marco Chagas	Sporting CP
1940	J. Albuquerque	Sporting CP	1987	Manuel Cunha	Sicasal / Torriense
1941	Francisco Inácio	Sporting CP	1988	Cayn Theakston	Louletano
1946	José Martins	Iluminante	1989	Joaquim Gomes	Sicasal / Torriense
1947	José Martins	Benfica	1990	Fernando Carvalho	Ruquita/ Feirense
1948	Fernando Moreira	Porto	1991	Jorge Silva	Sicasal / Acral
1949	Dias dos Santos	Porto	1992	Cássio Freitas	Racer / Boavista
1950	Dias dos Santos	Porto	1993	Joaquim Gomes	Racer / Boavista
1951	Alves Barbosa	Sangalhos	1994	Orlando Rodrigues	Artiach
1952	Moreira de Sá	Porto	1995	Orlando Rodrigues	Artiach
1955	Ribeiro da Silva	Académico	1996	Massimiliano Lelli	Saeco
1956	Alves Barbosa	Sangalhos	1997	Zenon Jaskula	Mapei
1957	Ribeiro da Silva	Académico	1998	Marco Serpellini	Brescialat

³⁴ <https://www.volta-portugal.com/corrída/historial/>, 2018

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

1958	Alves Barbosa	Sangalhos	1999	David Plaza	Benfica
1959	Carlos Carvalho	Porto	2000	Victor Gamito	Porta Ravessa
1960	Sousa Cardoso	Porto	2001	Fabian Jeker	Milaneza/MSS
1961	Mário Silva	Porto	2002	Claus Moller	Milaneza/MSS
1962	José Pacheco	Porto	2003	Nuno Ribeiro	La Pecol
1963	João Roque	Sporting	2004	David Bernabeu	Milaneza/Maia
1964	Joaquim Leão	FC Porto	2005	Vladimir Efimkin	Barloworld
1965	Peixoto Alves	Benfica	2006	David Blanco	C. Valenciana
1966	Francisco Valada	Benfica	2007	Xavier Tondo	LA / MSS
1967	Houbrechts	Flandria	2008	David Blanco	Palme. R. - Tavira
1968	Américo Silva	Benfica	2009	David Blanco	Palme. R. - Tavira
1969	Joaquim Andrade	Sangalhos	2010	David Blanco	Palmeiras Resort
1970	Joaquim Agostinho	Sporting CP	2011	Ricardo Mestre	Tavira – Prio
1971	Joaquim Agostinho	Sporting CP	2012	David Blanco	Efapel- Glassdrive
1972	Joaquim Agostinho	Sporting CP	2013	Alejandro Marque	OFM/Qta. da Lixa
1973	Jesus Manzaneque	Caves Messias	2014	Gustavo Veloso	OFM/Qta. da Lixa
1974	Fernando Mendes	Benfica	2015	Gustavo Veloso	W52/Qta. da Lixa
1976	Firmino Bernardino	Benfica	2016	Rui Vinhas	W52 / FC Porto
1977	Adelino Teixeira	Lousa	2017	Raul Alarcon	W52 / FC Porto
1978	Belmiro Silva	Coimbrões	2018	Raul Alarcon	W52 / FC Porto

Tabela 9 - Vencedores Volta a Portugal em Bicicleta
Fonte: Volta a Portugal

9.1.5 Supertaça Cândido de Oliveira

Tal como referido anteriormente, a Supertaça surgiu em 1979, sendo a Federação Portuguesa de Futebol a responsável pela sua realização. Esta tem sofrido algumas alterações de forma a coloca-la mais interesse e mais atual, quer seja a estrutura da competição, troféu, entre outros. Para além disso, no seu historial, apenas 5 clubes conseguiram vencer esta prova, “sendo o atual detentor o FC Porto” (FPF, 2018³⁵).

ANO	VENCEDOR	ANO	VENCEDOR	ANO	VENCEDOR	ANO	VENCEDOR
1979	Boavista FC	1989	SL Benfica	1999	FC Porto	2009	FC Porto
1980	SL Benfica	1990	FC Porto	2000	Sporting CP	2010	FC Porto
1981	FC Porto	1991	FC Porto	2001	FC Porto	2011	FC Porto
1982	Sporting CP	1992	Boavista FC	2002	Sporting CP	2012	FC Porto
1983	FC Porto	1993	FC Porto	2003	FC Porto	2013	FC Porto
1984	FC Porto	1994	FC Porto	2004	FC Porto	2014	SL Benfica
1985	SL Benfica	1995	Sporting CP	2005	SL Benfica	2015	Sporting CP
1986	FC Porto	1996	FC Porto	2006	FC Porto	2016	SL Benfica
1987	Sporting CP	1997	Boavista FC	2007	Sporting CP	2017	SL Benfica
1988	Vitória SC	1998	FC Porto	2008	Sporting CP	2018	FC Porto

Tabela 10 - Vencedores Supertaça Cândido de Oliveira

Fonte: FPF

9.2 Avaliação dos websites dos eventos desportivos analisados

³⁵ <http://www.fpf.pt/pt/>, 2018

JOGOS OLÍMPICOS – www.olímpic.org			
DATA - 20/04/2018 → ACESSO - 20/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	4	37 / 40 (92.50%)
	2- Título apropriado	4	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	5	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	4	
	6 – Organização de texto e imagens	5	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	5	
	8 – Espectro de cores indicado	5	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	4	36 / 50 (72.00%)
	2 – Publicações	5	
	3 – Atualização de Informação	5	
	4 – Arquivo de Publicações	5	
	5 – Linguagem apropriada	5	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	5	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	5	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	2	
III – Acessibilidade /	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	30 / 35 (85.71%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	5	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Navegabilidade <i>(Resultado Máximo - 35)</i>	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	
	5 – Separador “Pesquisa:”	5	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	5	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	5	52 / 70 (74.29%)
	2 – Data e horário do evento	4	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	4	
	7 – Número de edições do evento	4	
	8 – Informação de edições anteriores	5	
	9 – Links para redes sociais	5	
	10 – Notícias	5	
	11 – Novidades	5	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	2	
	14 – Venda de bilhetes	5	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		155 (79.49%)

Tabela 11 - Grelha de Avaliação Jogos Olímpicos (atualidade)

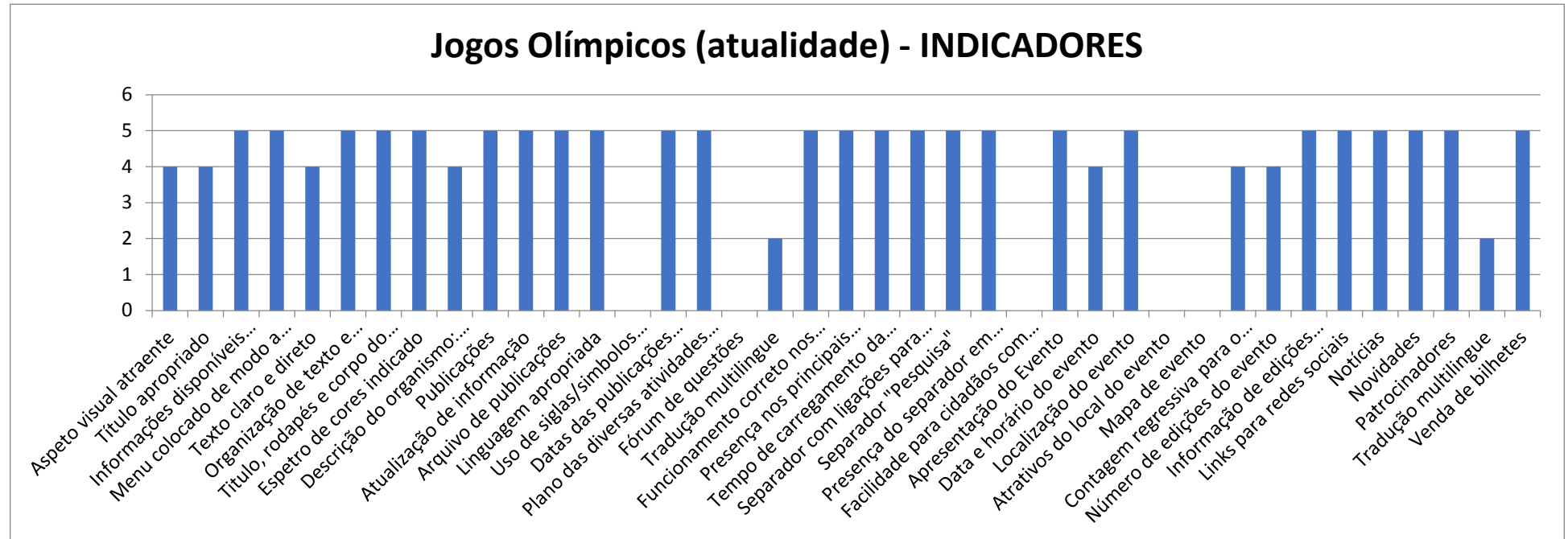


Gráfico 2 - Indicadores analisados Jogos Olímpicos (atualidade)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

DATA - 13/11/1996 → ACESSO - 20/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	1	23 / 40 (57.50%)
	2- Título apropriado	3	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	4	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	3	
	5 – Texto claro e direto	4	
	6 – Organização de texto e imagens	2	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	5	
	8 – Espectro de cores indicado	1	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento	3	13 / 50 (26.00%)
	2 – Publicações	3	
	3 – Atualização de Informação	3	
	4 – Arquivo de Publicações	0	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	0	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	0	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	0	
III – Acessibilidade / Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	14 / 35 (40.00%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	2	
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	2	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

<i>(Resultado Máximo - 35)</i>	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	0	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	0	9 / 70 (12.86%)
	2 – Data e horário do evento	0	
	3 – Localização do evento	0	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	4	
	7 – Número de edições do evento	0	
	8 – Informação de edições anteriores	0	
	9 – Links para redes sociais	0	
	10 – Notícias	3	
	11 – Novidades	2	
	12 – Patrocinadores	0	
	13 – Tradução multilingue	0	
	14 – Venda de bilhetes	0	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		59 (30.26%)

Tabela 12 - Grelha de Avaliação Jogos Olímpicos (origem)

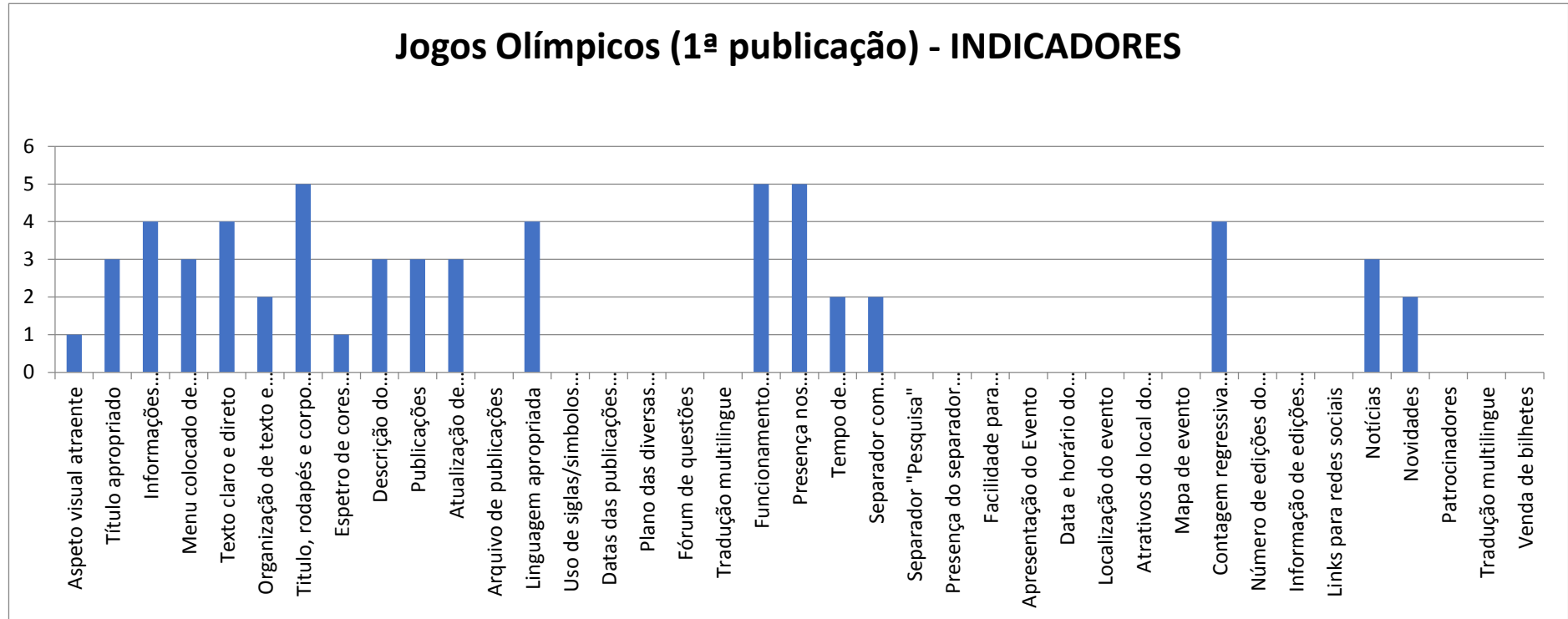


Gráfico 3 - Indicadores analisados Jogos Olímpicos (origem)

CAMPEONATO DO MUNDO – www.fifa.com/worldcup			
DATA - 20/04/2018 → ACESSO - 20/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	5	36 / 40 (90.00%)
	2- Título apropriado	4	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	3	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	4	
	6 – Organização de texto e imagens	5	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	5	
	8 – Espectro de cores indicado	5	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	4	38 / 50 (76.00%)
	2 – Publicações	5	
	3 – Atualização de Informação	5	
	4 – Arquivo de Publicações	4	
	5 – Linguagem apropriada	5	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	5	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	5	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	5	
III – Acessibilidade /	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	30 / 35 (85.71%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	5	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Navegabilidade <i>(Resultado Máximo - 35)</i>	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	
	5 – Separador “Pesquisa:”	5	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	5	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	4	58 / 70 (82.86%)
	2 – Data e horário do evento	5	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	4	
	5 – Mapa do evento	5	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	5	
	7 – Número de edições do evento	0	
	8 – Informação de edições anteriores	0	
	9 – Links para redes sociais	5	
	10 – Notícias	5	
	11 – Novidades	5	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilíngue	5	
	14 – Venda de bilhetes	5	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		162 (83.08%)

Tabela 13 - Grelha de Avaliação Campeonato do Mundo (atualidade)

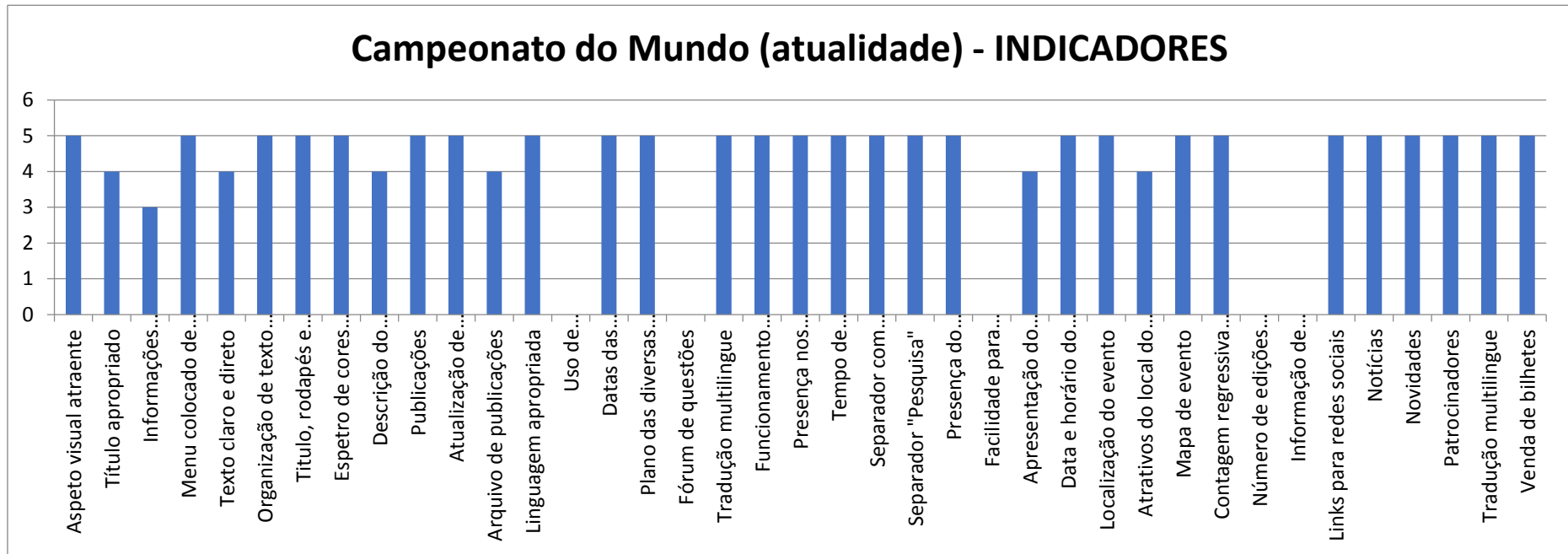


Gráfico 4 - Indicadores analisados Campeonato do Mundo (atualidade)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

DATA - 15/07/2007 → ACESSO - 20/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	3	30 / 40 (75.00%)
	2- Título apropriado	4	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	3	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	3	
	6 – Organização de texto e imagens	3	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	5	
	8 – Espectro de cores indicado	4	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento	2	29 / 50 (58.00%)
	2 – Publicações	5	
	3 – Atualização de Informação	5	
	4 – Arquivo de Publicações	0	
	5 – Linguagem apropriada	5	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	5	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	2	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	5	
III – Acessibilidade / Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	25 / 35 (71.43%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	3	
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	2	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

<i>(Resultado Máximo - 35)</i>	5 – Separador “Pesquisa:”	5	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	5	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	4	40 / 70 (57.14%)
	2 – Data e horário do evento	5	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	3	
	5 – Mapa do evento	5	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	0	
	8 – Informação de edições anteriores	0	
	9 – Links para redes sociais	0	
	10 – Notícias	4	
	11 – Novidades	4	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	5	
	14 – Venda de bilhetes	0	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		114 (58.46%)

Tabela 14 - Grelha de Avaliação Campeonato do Mundo (origem)



Gráfico 5 - Indicadores analisados Campeonato do Mundo (origem)

SUPER BOWL– www.nfl.com/superbowl			
DATA - 24/04/2018 → ACESSO - 24/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	4	33 / 40 (82.50%)
	2- Título apropriado	3	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	4	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	4	
	6 – Organização de texto e imagens	4	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	5	
	8 – Espectro de cores indicado	4	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	2	31 / 50 (62.00%)
	2 – Publicações	5	
	3 – Atualização de Informação	5	
	4 – Arquivo de Publicações	3	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	1	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	5	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	5	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	1	
III – Acessibilidade /	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	25 / 35 (71.43%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	5	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Navegabilidade <i>(Resultado Máximo - 35)</i>	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	
	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	5	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	5	46 / 70 (65.71%)
	2 – Data e horário do evento	5	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	5	
	8 – Informação de edições anteriores	5	
	9 – Links para redes sociais	0	
	10 – Notícias	5	
	11 – Novidades	5	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	1	
	14 – Venda de bilhetes	5	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		135 (69.23%)

Tabela 15 - Grelha de Avaliação Super Bowl (atualidade)

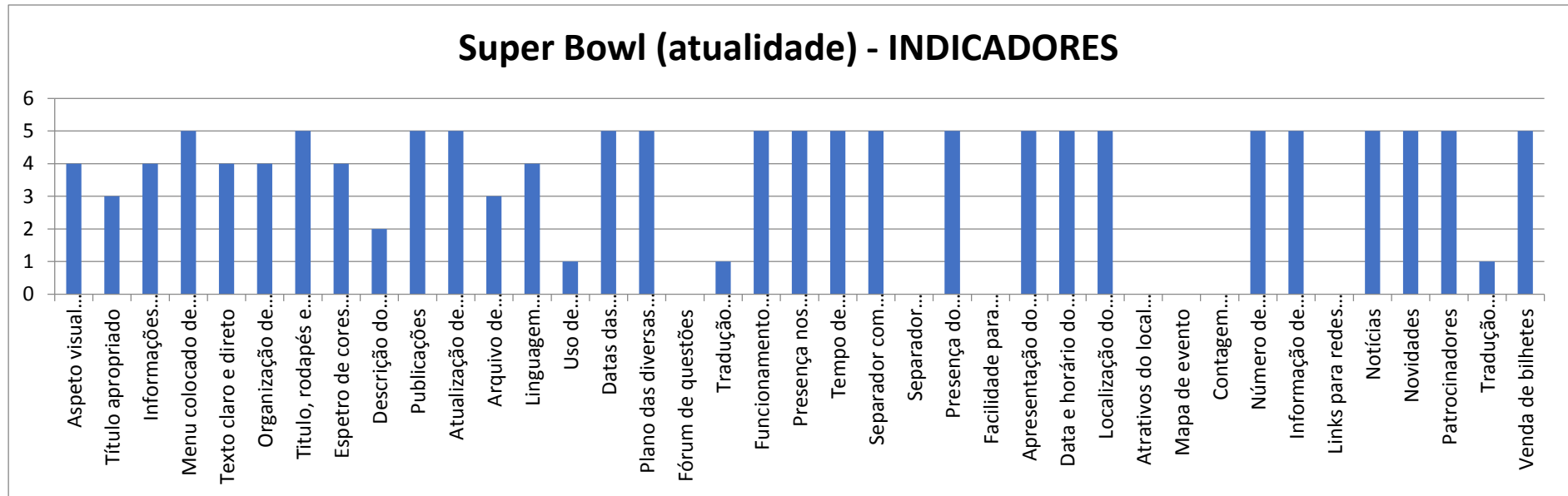


Gráfico 6 - Indicadores analisados Super Bowl (atualidade)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

DATA - 24/08/2016 → ACESSO - 24/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	4	20 / 40 (50.00%)
	2- Título apropriado	3	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	2	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	0	
	5 – Texto claro e direto	1	
	6 – Organização de texto e imagens	2	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	5	
	8 – Espectro de cores indicado	3	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento	0	4 / 50 (8.00%)
	2 – Publicações	0	
	3 – Atualização de Informação	2	
	4 – Arquivo de Publicações	0	
	5 – Linguagem apropriada	2	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	0	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	0	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	0	
III – Acessibilidade / Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	14 / 35 (40.00%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	4	
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	0	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

<i>(Resultado Máximo - 35)</i>	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	0	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	2	12 / 70 (17.14%)
	2 – Data e horário do evento	0	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	5	
	8 – Informação de edições anteriores	0	
	9 – Links para redes sociais	0	
	10 – Notícias	0	
	11 – Novidades	0	
	12 – Patrocinadores	0	
	13 – Tradução multilingue	0	
	14 – Venda de bilhetes	0	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		50 (25.64%)

Tabela 16 - Grelha de Avaliação Super Bowl (origem)

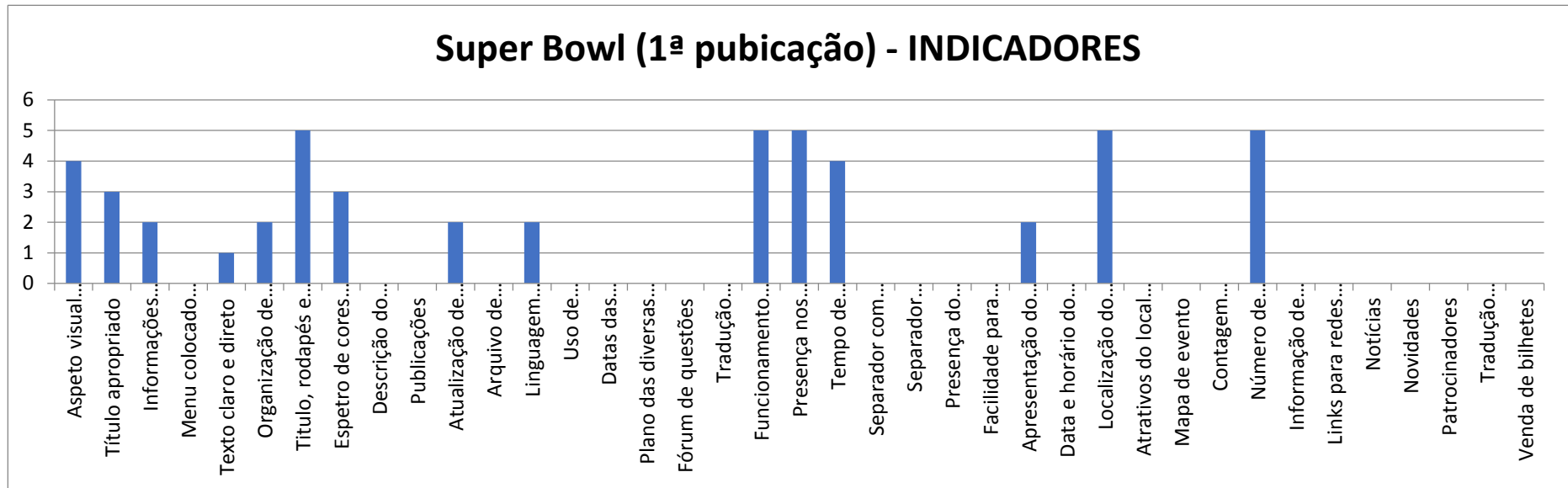


Gráfico 7 - Indicadores analisados Super Bowl (origem)

VOLTA A PORTUGAL EM BICICLETA– www.volta-portugal.com			
DATA - 17/04/2018 → ACESSO - 17/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	4	30 / 40 (75.00%)
	2- Título apropriado	3	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	3	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	3	
	6 – Organização de texto e imagens	4	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	4	
	8 – Espectro de cores indicado	4	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	4	33 / 50 (66.00%)
	2 – Publicações	4	
	3 – Atualização de Informação	4	
	4 – Arquivo de Publicações	3	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	4	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	5	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	5	
III – Acessibilidade /	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	24 / 35 (68.57%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	5	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Navegabilidade <i>(Resultado Máximo - 35)</i>	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	
	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	4	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	5	50 / 70 (71.43%)
	2 – Data e horário do evento	5	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	1	
	5 – Mapa do evento	5	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	5	
	8 – Informação de edições anteriores	5	
	9 – Links para redes sociais	5	
	10 – Notícias	4	
	11 – Novidades	0	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	5	
	14 – Venda de bilhetes	0	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		137 (70.26%)

Tabela 17 - Grelha de Avaliação Volta a Portugal em Bicicleta (atualidade)

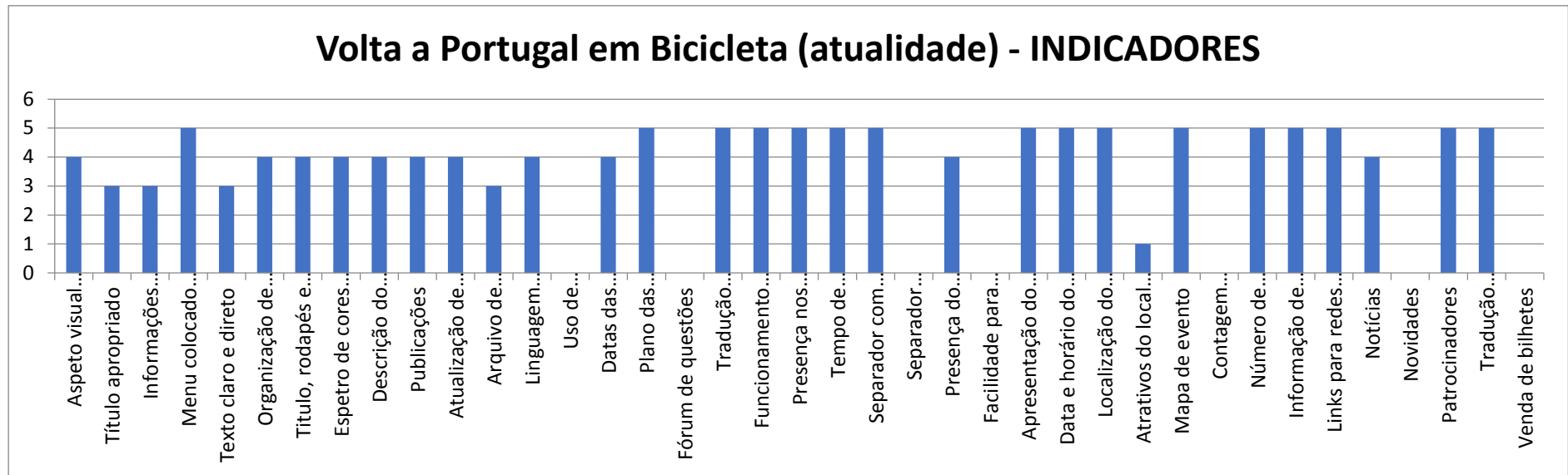


Gráfico 8 - Indicadores analisados Volta a Portugal em Bicicleta (atualidade)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

DATA - 21/07/2004 → ACESSO - 17/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	2	26 / 40 (65.00%)
	2- Título apropriado	3	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	4	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	4	
	6 – Organização de texto e imagens	2	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	4	
	8 – Espectro de cores indicado	2	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento	2	12 / 50 (24.00%)
	2 – Publicações	2	
	3 – Atualização de Informação	2	
	4 – Arquivo de Publicações	0	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	2	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	0	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	0	
III – Acessibilidade / Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	22 / 35 (62.86%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	3	
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

<i>(Resultado Máximo - 35)</i>	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	4	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	5	33 / 70 (47.14%)
	2 – Data e horário do evento	5	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	4	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	5	
	8 – Informação de edições anteriores	4	
	9 – Links para redes sociais	0	
	10 – Notícias	0	
	11 – Novidades	0	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	0	
	14 – Venda de bilhetes	0	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		93 (47.69%)

Tabela 18 - Grelha de Avaliação Volta a Portugal em Bicicleta (origem)

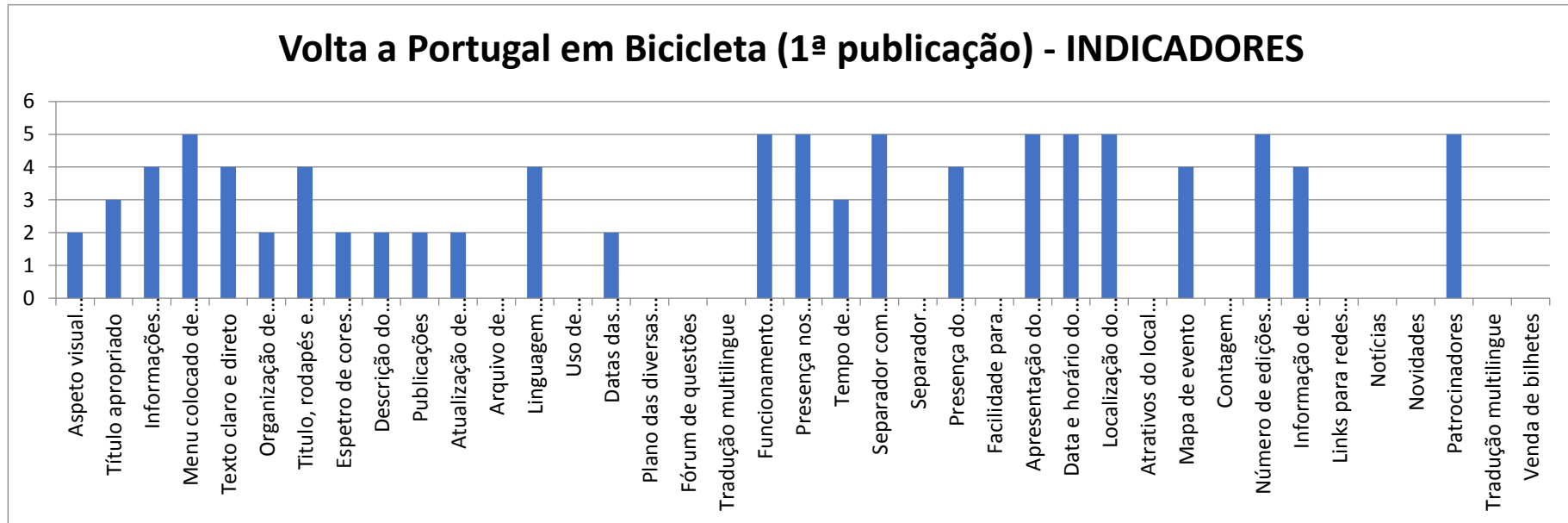


Gráfico 9 - Indicadores analisados Volta a Portugal em Bicicleta (origem)

SUPERTAÇA CÂNDIDO DE OLIVEIRA– www.fpf.pt/pt/competicoes/masculino/supertaca			
DATA - 17/04/2018 → ACESSO - 17/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	1	28 / 40 (70.00%)
	2- Título apropriado	5	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	4	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	3	
	6 – Organização de texto e imagens	2	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	4	
	8 – Espectro de cores indicado	4	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	4	27 / 50 (54.00%)
	2 – Publicações	4	
	3 – Atualização de Informação	3	
	4 – Arquivo de Publicações	2	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	5	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	5	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	0	
III – Acessibilidade /	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	29 / 35 (82.86%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	4	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Navegabilidade <i>(Resultado Máximo - 35)</i>	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	
	5 – Separador “Pesquisa:”	5	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	5	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	0	36 / 70 (51.43%)
	2 – Data e horário do evento	4	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	4	
	8 – Informação de edições anteriores	4	
	9 – Links para redes sociais	5	
	10 – Notícias	4	
	11 – Novidades	0	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	0	
	14 – Venda de bilhetes	5	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		120 (61.54%)

Tabela 19 - Grelha de Avaliação Supertaça Cândido de Oliveira (atualidade)

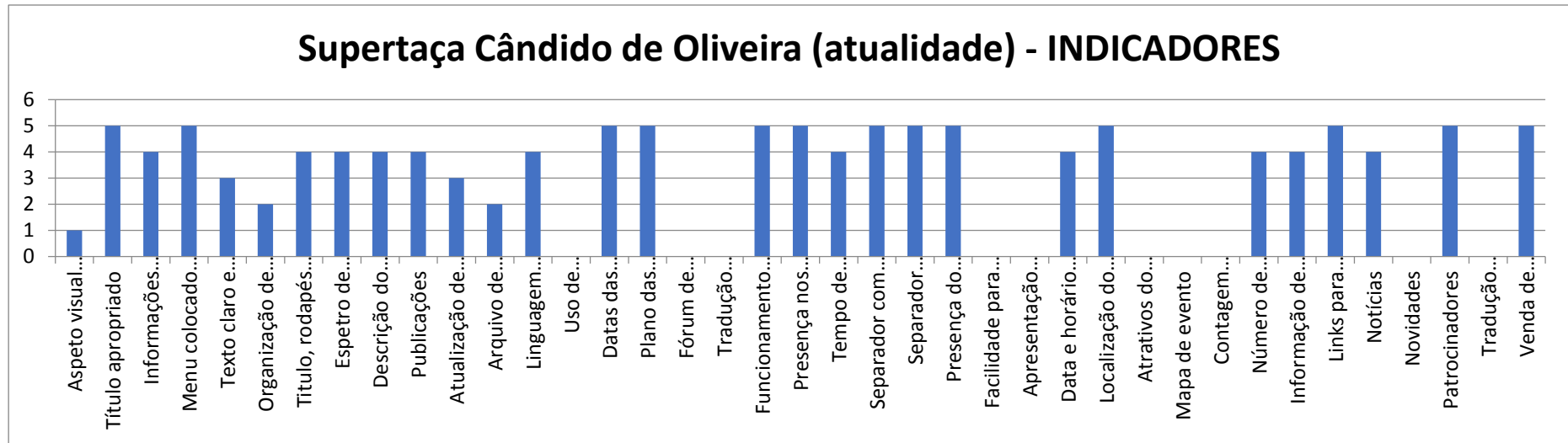


Gráfico 10 - Indicadores analisados Supertaça Cândido de Oliveira (atualidade)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

DATA - 07/08/2016 → ACESSO - 17/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	1	24 / 40 (60.00%)
	2- Título apropriado	5	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	1	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	5	
	5 – Texto claro e direto	3	
	6 – Organização de texto e imagens	1	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	4	
	8 – Espectro de cores indicado	4	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento	0	14 / 50 (28.00%)
	2 – Publicações	3	
	3 – Atualização de Informação	2	
	4 – Arquivo de Publicações	0	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	5	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	0	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	0	
III – Acessibilidade / Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	18 / 35 (51.43%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	3	
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	0	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

<i>(Resultado Máximo - 35)</i>	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	5	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	0	17 / 70 (24.29%)
	2 – Data e horário do evento	4	
	3 – Localização do evento	0	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	0	
	8 – Informação de edições anteriores	0	
	9 – Links para redes sociais	5	
	10 – Notícias	3	
	11 – Novidades	0	
	12 – Patrocinadores	0	
	13 – Tradução multilingue	0	
	14 – Venda de bilhetes	5	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		73 (37.44%)

Tabela 20 - Grelha de Avaliação Supertaça Cândido de Oliveira (origem)

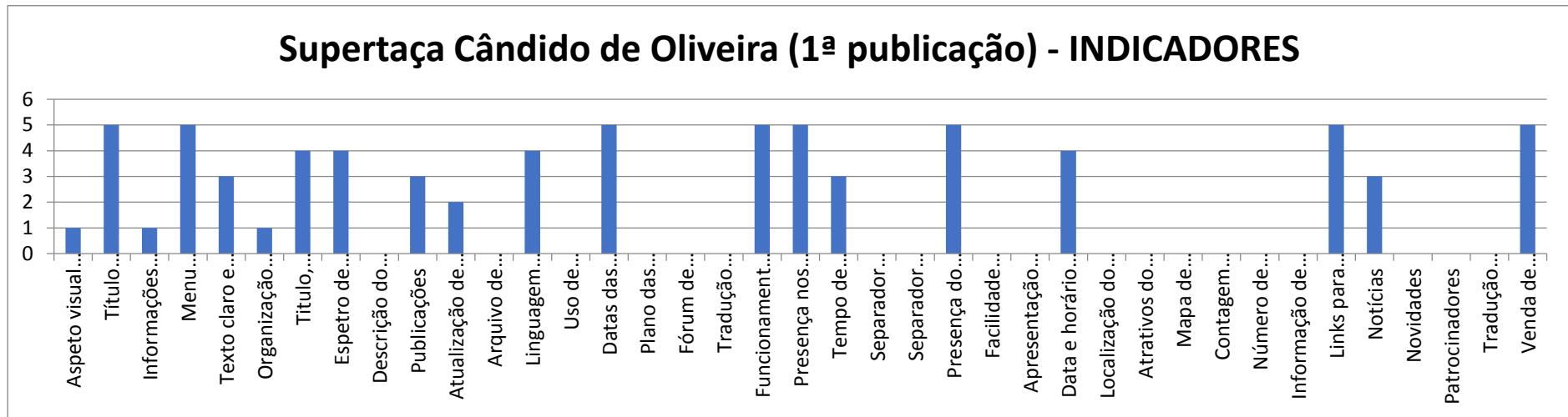


Gráfico 11 - Indicadores analisados Supertaça Cândido de Oliveira (origem)

EDP RUNNING WONDERS– www.runningwonders.com			
DATA - 14/04/2018 → ACESSO - 14/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	2	24 / 40 (60.00%)
	2- Título apropriado	5	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	2	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	4	
	5 – Texto claro e direto	1	
	6 – Organização de texto e imagens	3	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	2	
	8 – Espectro de cores indicado	5	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organigrama ou estrutura de funcionamento	4	30 / 50 (60.00%)
	2 – Publicações	1	
	3 – Atualização de Informação	3	
	4 – Arquivo de Publicações	3	
	5 – Linguagem apropriada	4	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	3	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	2	
	9 – Fórum de Questões	5	
	10 – Tradução multilingue	5	
III – Acessibilidade /	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	24 / 35 (68.57%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	5	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Navegabilidade <i>(Resultado Máximo - 35)</i>	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	5	
	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	4	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	5	52 / 70 (74.29%)
	2 – Data e horário do evento	5	
	3 – Localização do evento	5	
	4 – Atrativos do local do evento	4	
	5 – Mapa do evento	5	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	5	
	8 – Informação de edições anteriores	4	
	9 – Links para redes sociais	2	
	10 – Notícias	1	
	11 – Novidades	1	
	12 – Patrocinadores	5	
	13 – Tradução multilingue	5	
	14 – Venda de bilhetes	5	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		130 (66.67%)

Tabela 21 - Grelha de Avaliação EDP Running Wonders (atualidade)

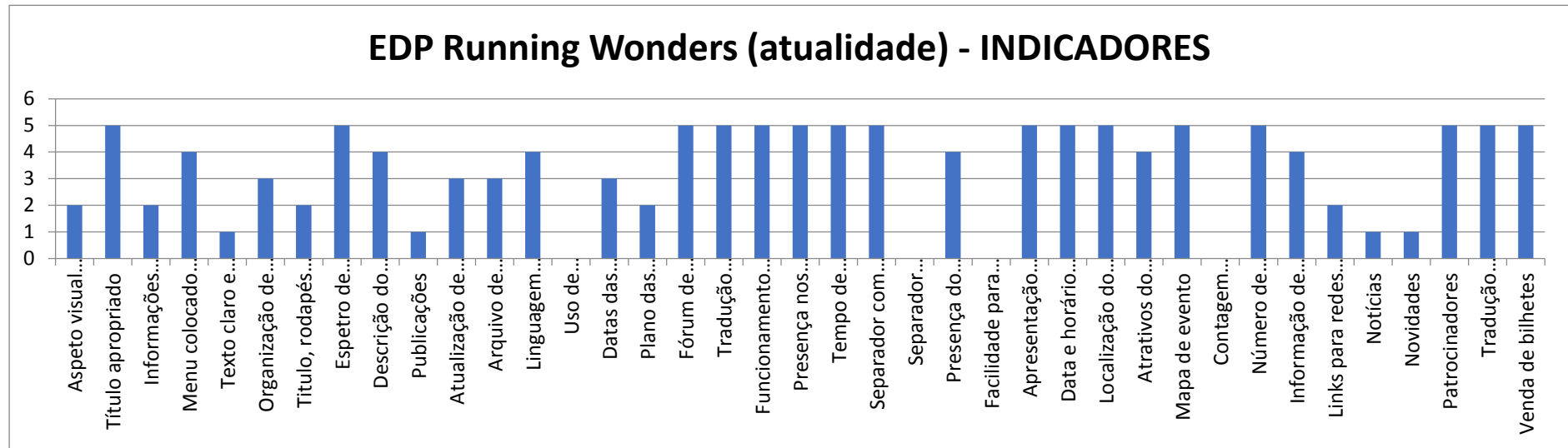


Gráfico 12 - Indicadores analisados EDP Running Wonders (atualidade)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

DATA - 23/06/2013 → ACESSO - 14/04/2018			
CRITÉRIOS	INDICADORES	CLASSIF.	TOTAL
I – Layout <i>(Resultado Máximo - 40)</i>	1 – Aspeto visual atraente	2	18 / 40 (45.00%)
	2- Título apropriado	5	
	3 – Informações disponíveis adequadas à instituição.	1	
	4 – Menu colocado de modo a ser de fácil localização	0	
	5 – Texto claro e direto	1	
	6 – Organização de texto e imagens	3	
	7 – Títulos, rodapés e corpo do texto com a mesma formatação	1	
	8 – Espectro de cores indicado	5	
II – Conteúdo <i>(Resultado Máximo - 50)</i>	1 – Descrição do organismo: a) Missão; b) Serviços prestados; c) Organograma ou estrutura de funcionamento	0	3 / 50 (6.00%)
	2 – Publicações	0	
	3 – Atualização de Informação	0	
	4 – Arquivo de Publicações	0	
	5 – Linguagem apropriada	3	
	6 – Uso de siglas/símbolos legendados	0	
	7 – Datas das Publicações (anteriores e futuras)	0	
	8 – Plano das diversas atividades organizadas pela instituição	0	
	9 – Fórum de Questões	0	
	10 – Tradução multilingue	0	
III – Acessibilidade / Navegabilidade	1 – Funcionamento correto nos diversos browsers: a) Google Chrome; b) Internet Explorer; c) Mozilla Firefox	5	13 / 35 (37.14%)
	2 – Presença nos principais motores de busca: a) Google; b) Yahoo; c) Bing; d) Sapo	5	
	3 – Tempo de carregamento da página	3	
	4 – Separador com ligações para os diversos serviços prestados	0	

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

<i>(Resultado Máximo - 35)</i>	5 – Separador “Pesquisa:”	0	
	6 – Presença do separador em todas as páginas	0	
	7 – Facilidade para cidadãos com necessidades especiais	0	
IV – Evento Desportivo <i>(Resultado Máximo - 70)</i>	1 – Apresentação do evento	1	1 / 70 (1.43%)
	2 – Data e horário do evento	0	
	3 – Localização do evento	0	
	4 – Atrativos do local do evento	0	
	5 – Mapa do evento	0	
	6 – Contagem regressiva para o início do evento	0	
	7 – Número de edições do evento	0	
	8 – Informação de edições anteriores	0	
	9 – Links para redes sociais	0	
	10 – Notícias	0	
	11 – Novidades	0	
	12 – Patrocinadores	0	
	13 – Tradução multilingue	0	
	14 – Venda de bilhetes	0	
<i>(Resultado Máximo - 195)</i>	TOTAL		35 (17.95%)

Tabela 22 - Grelha de Avaliação EDP Running Wonders (origem)

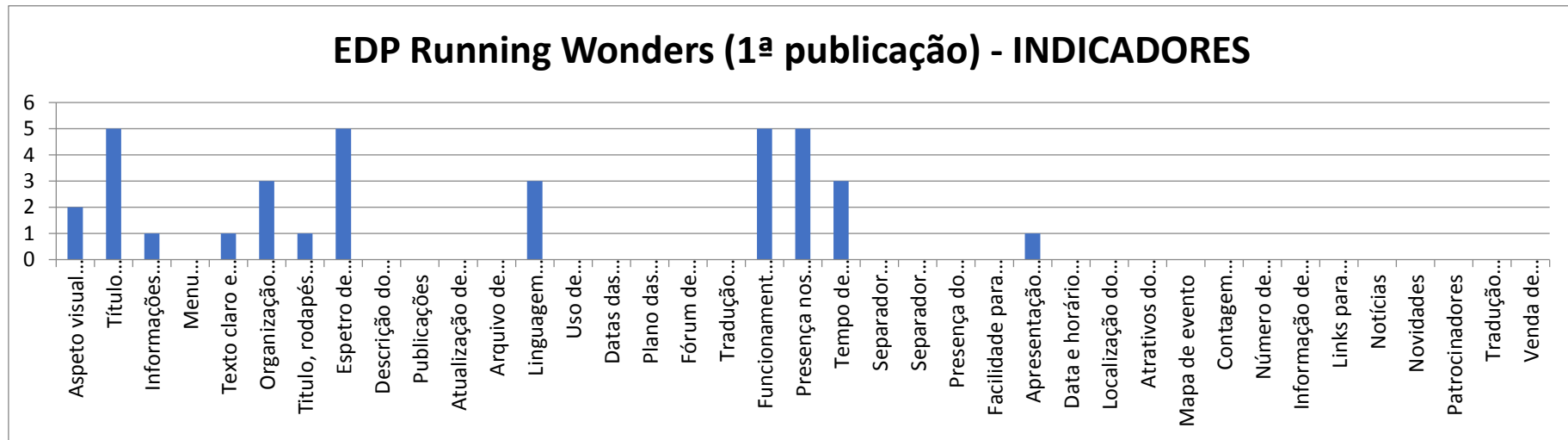


Gráfico 13 - Indicadores analisados EDP Running Wonders (origem)

Os próximos quatro gráficos montaram-nos de que forma as dimensões analisadas dentro de cada website em estudo, podem ser desenvolvida por parte das organizações responsáveis.

Iniciando pelo website dos Jogos Olímpicos, é seguro afirmar que perante a dimensão “Layout”, a presente organização tem como ideia primordial que esta é uma dimensão essencial à captação da atenção por parte do seu público-alvo, por ser a imagem principal a ser vista por estes. Assim sendo os valores que demonstra nos respetivos indicadores, são o espelho desse trabalho, fazendo com que haja pouco a melhorar. No que diz respeito ao conteúdo do website, este apresenta algumas lacunas, mais precisamente na ausência de alguns indicadores, tais como, “uso de siglas/símbolos legendados” e “fórum de questões”, para além do défice de desenvolvimento do indicador “tradução multilingue”, essencial por se tratar de um website de um evento desta grandeza. Para além destes, todos os outros apresentam pontuações muito altas, o que demonstram estar a ser desenvolvidos da melhor forma. Na terceira dimensão, relacionada com a acessibilidade / navegabilidade do referido website, este apresenta valores máximos em todos os indicadores com a exceção do que faz alusão à “facilidade para cidadãos com necessidades especiais”, uma vez que se trata de um indicador que não se encontra presente. Por fim, na quarta e última dimensão, em que se relaciona mais diretamente com o evento em si, o website apresenta uma falha, com a ausência dos indicadores “atrativos do local do evento” e “mapa do evento”, para além da “tradução multilingue” que continua a precisar ser desenvolvido. Os restantes fazem com que esta dimensão apresente uma pontuação razoavelmente alta, uma vez que todos eles são classificados com 4 ou 5, cumprindo desta forma os critérios de avaliação dos referidos indicadores.

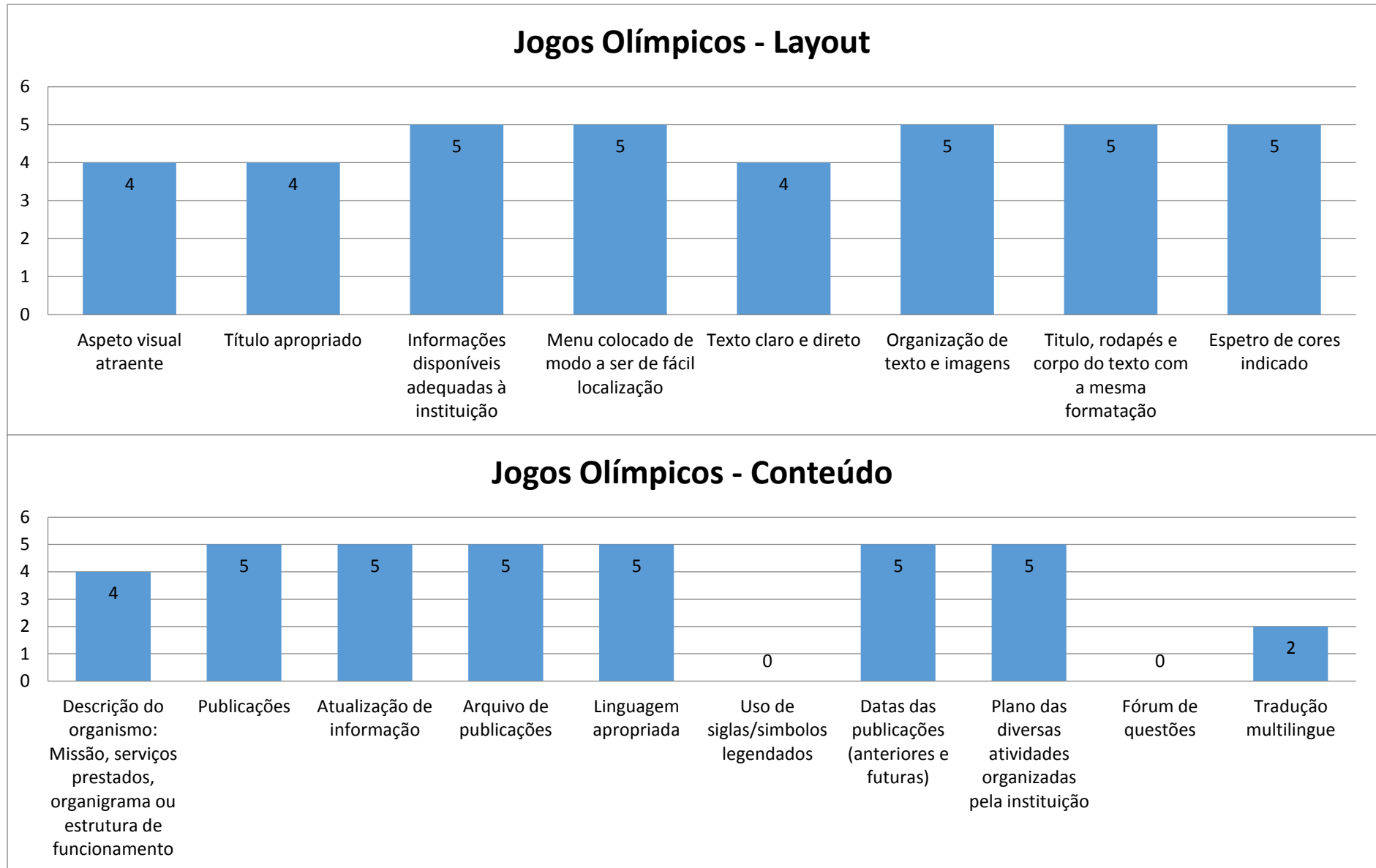
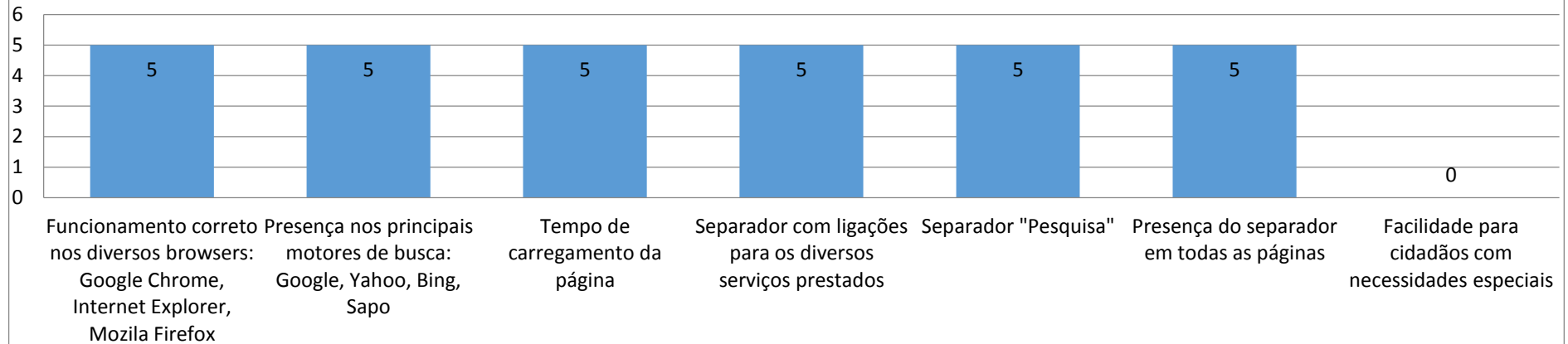


Gráfico 14 - Jogos Olímpicos (Dimensões Layout e Conteúdo)

Jogos Olímpicos - Acessibilidade / Navegabilidade



Jogos Olímpicos - Evento Desportivo

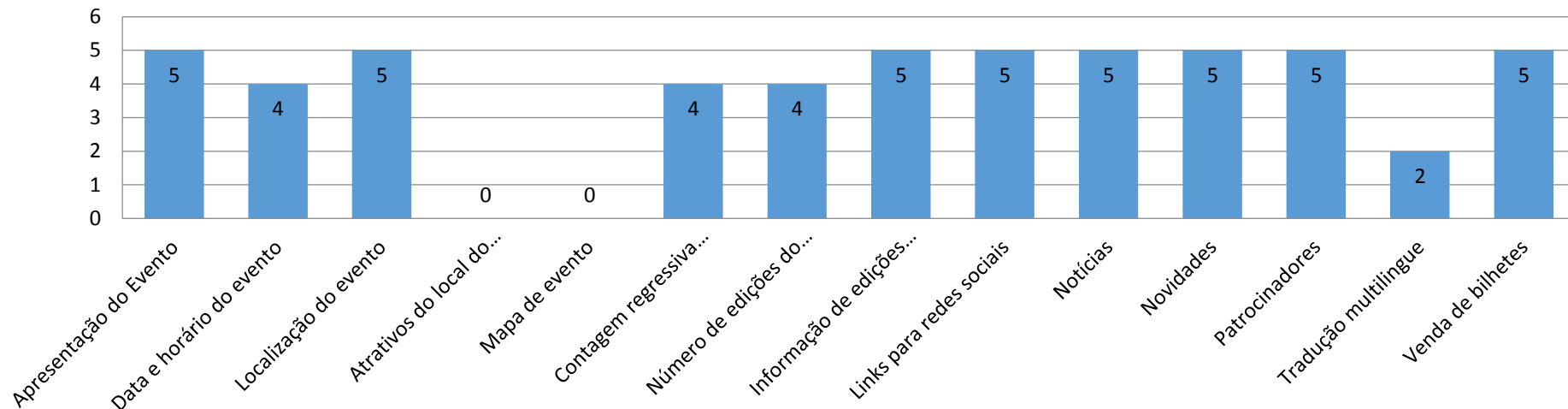


Gráfico 15 - Jogos Olímpicos (Dimensões Acessibilidade/ Navegabilidade e Evento Desportivo)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Nos gráficos seguintes, referentes aos indicadores de cada dimensão no website do Campeonato do Mundo, podemos verificar que o indicador “informações disponíveis adequadas à instituição” é o único da dimensão Layout que necessita de mais atenção, para que esta melhore drasticamente, uma vez que apesar de presente, não cumpre os critérios do mesmo.

No conteúdo, este website apresenta muitas semelhanças ao anterior uma vez que também é notada a ausência de alguns indicadores, sendo estes, novamente, o “uso de siglas/símbolos legendados” e “fórum de questões”. Todos os restantes apresentam pontuações muito altas, o que demonstram estar a ser desenvolvidos da melhor forma.

Na terceira dimensão, relacionada com a acessibilidade / navegabilidade do referido website, podemos dizer que apresenta valores iguais ao dos Jogos Olímpicos, uma vez que apresenta valores máximos em todos os indicadores com a exceção do que faz alusão à “facilidade para cidadãos com necessidades especiais”, uma vez que se trata de um indicador que não se encontra presente.

Na dimensão direcionada para o evento, este website volta a apresentar dois indicadores inexistentes, sendo estes o “número de edições do evento” e “informação de edições anteriores” contrastando com os restantes que apresentam pontuações máximas (ou perto disso), uma vez que cumprem na integra os objetivos de avaliação dos indicadores.

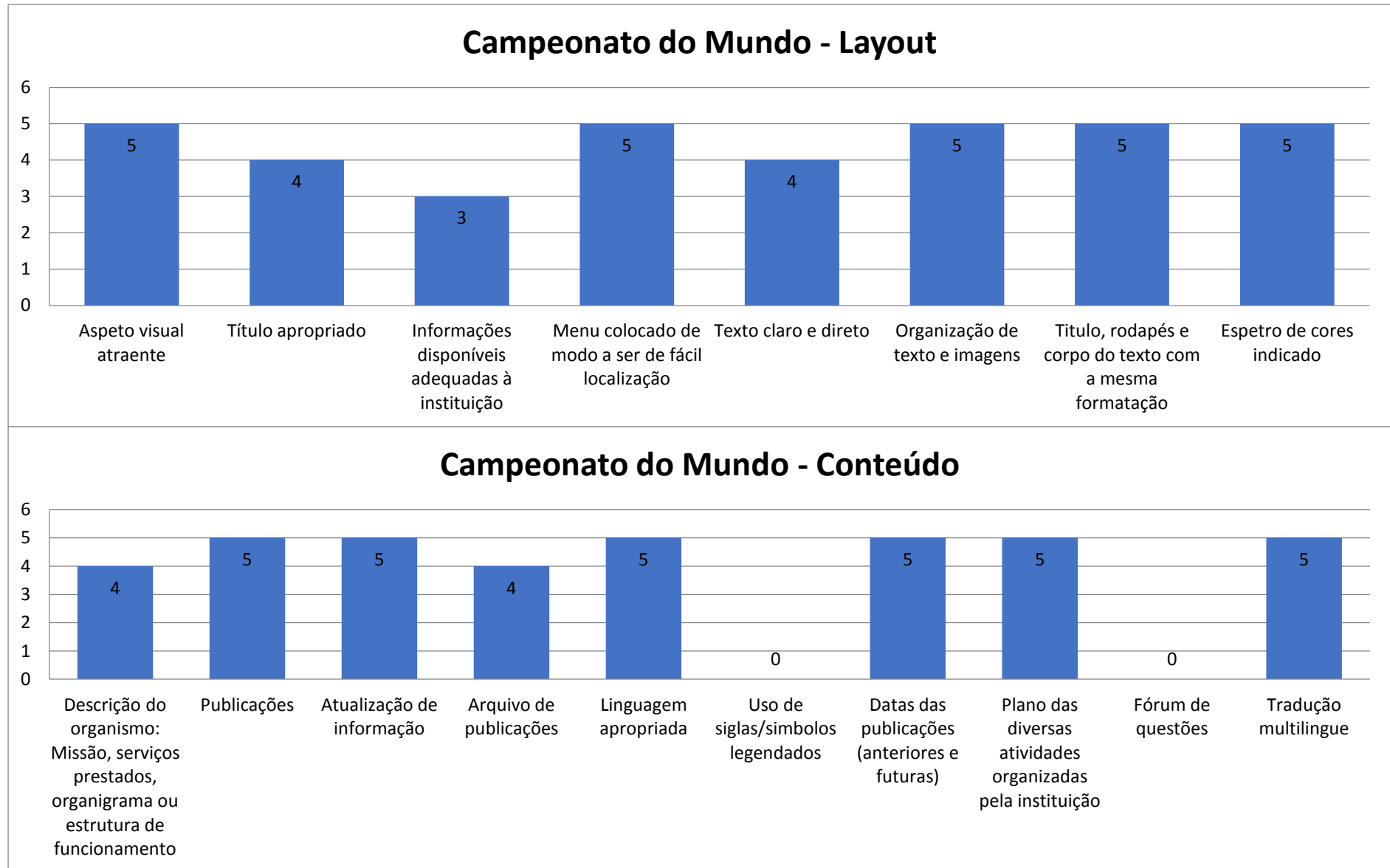


Gráfico 16 - Campeonato do Mundo (Dimensões Layout e Conteúdo)

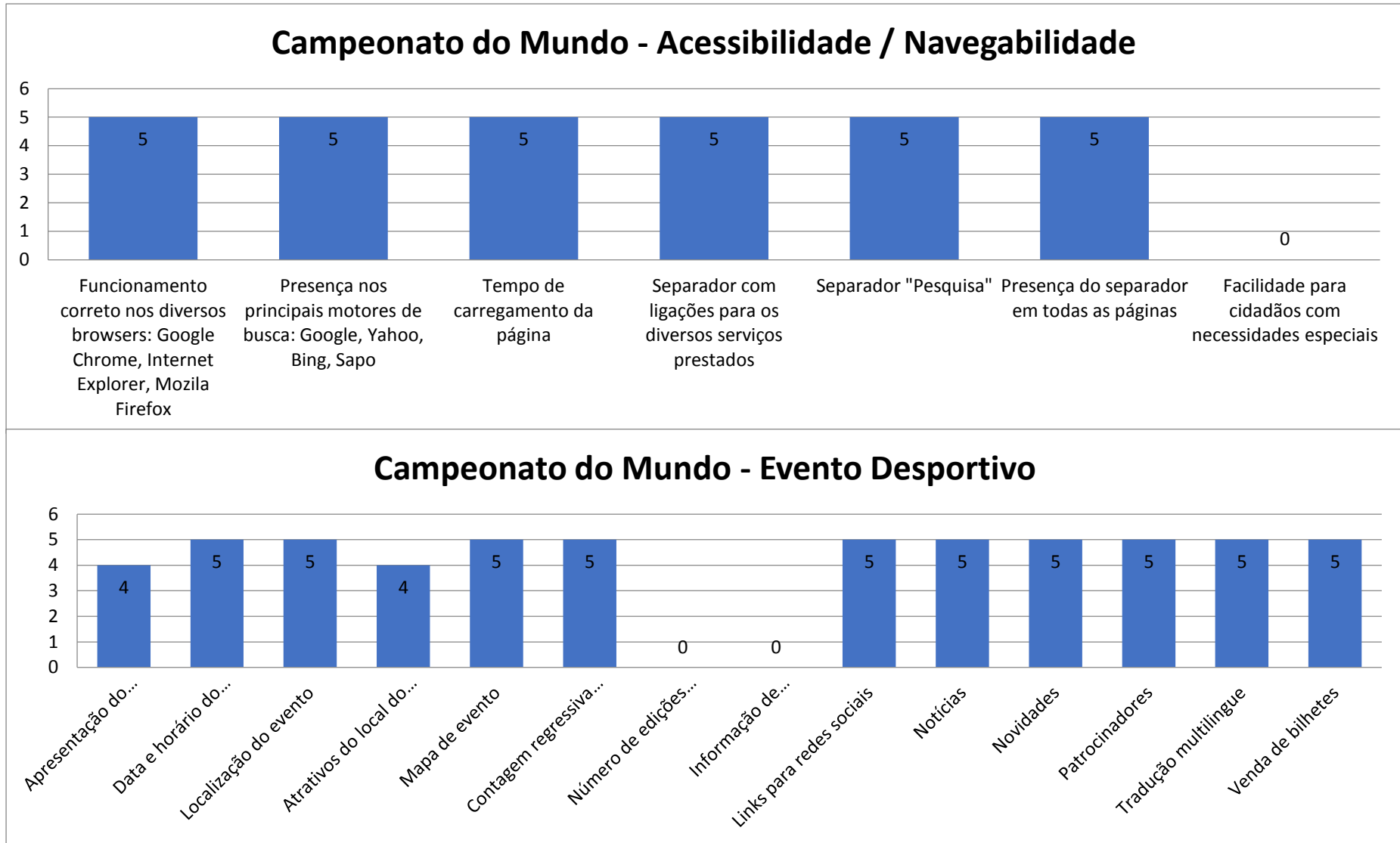


Gráfico 17 - Campeonato do Mundo (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Em relação ao website do SuperBowl, a primeira dimensão é caracterizada por uma constante de pontuação 4, uma vez que estes indicadores cumprem parte do esperado mas, mesmo assim não cumprem na totalidade, com a exceção dos indicadores relacionados com a localização do menu e a formatação dos diversos conteúdos textuais que estão a ser desenvolvidos da melhor forma.

Na segunda dimensão, constatamos um contraste grande entre os indicadores. Enquanto alguns cumprem os critérios de avaliação na sua totalidade, os restantes precisam ser mais valorizados e desenvolvidos por estarem presentes de forma muito básica ou mesmo desatualizados, tal como podemos observar pelo segundo gráfico presente acerca deste evento.

Tal como os anteriores, na terceira dimensão avaliada, constatamos que também neste, a organização não tem em conta os cidadãos com necessidades especiais, não havendo lugar a que este indicador esteja presente no website, tal como acontece com o separador pesquisa". Todos os outros apresentam valores máximos, cumprindo na integra os critérios de avaliação.

Na última dimensão, nove dos catorze indicadores avaliados, apresentam nota máxima o que demonstra que estes tem sido valorizados dentro de todos os que constam desta avaliação. Os restantes não existem ou então estão desatualizados ou apresentados de forma muito básica, fazendo com que, desta forma, a dimensão não apresente valores tão altos como o esperado.

Todas estas conclusões podem ser verificadas nos gráficos seguintes.

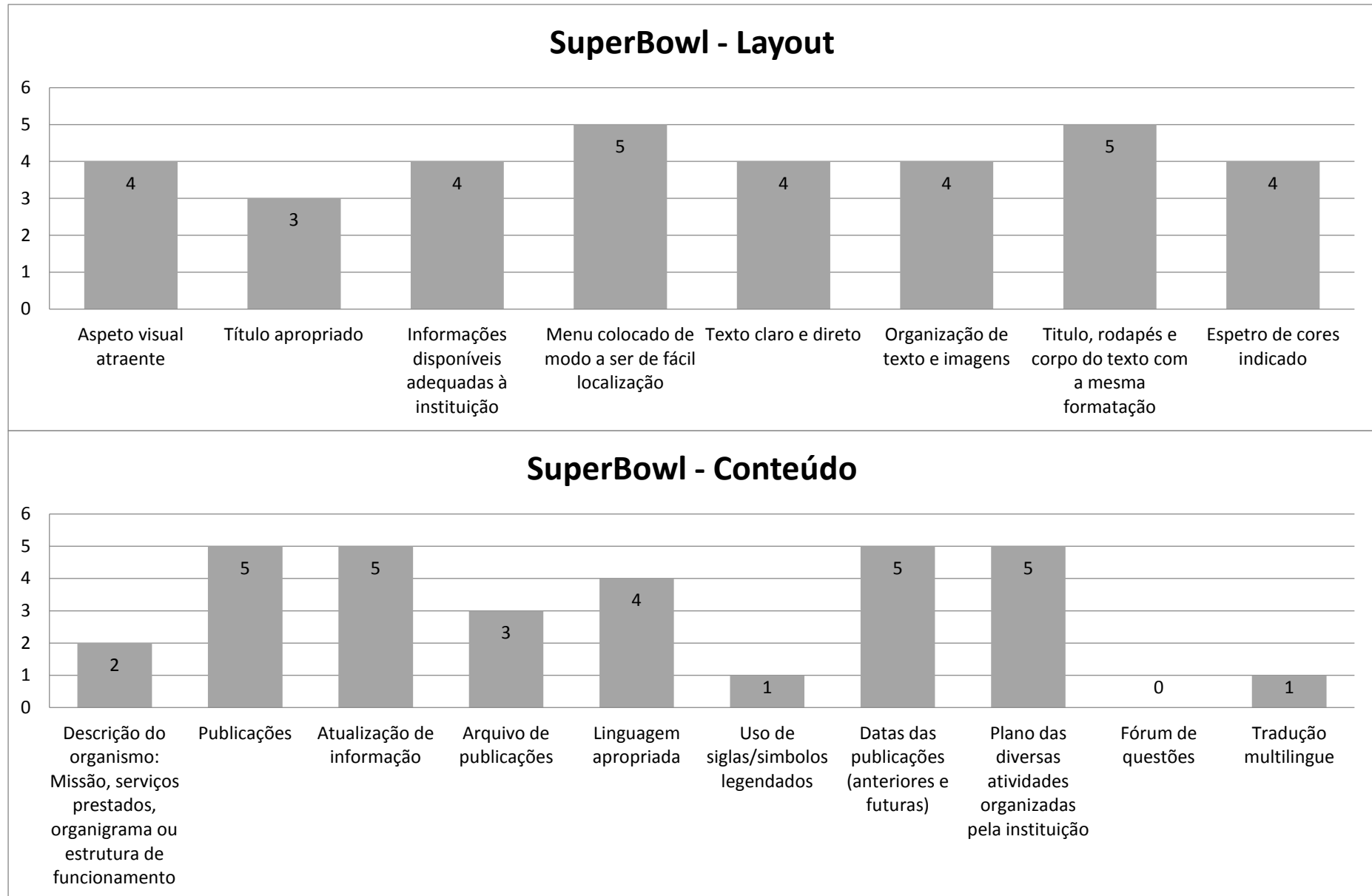


Gráfico 18 - SuperBowl (Dimensões Layout e Conteúdo)

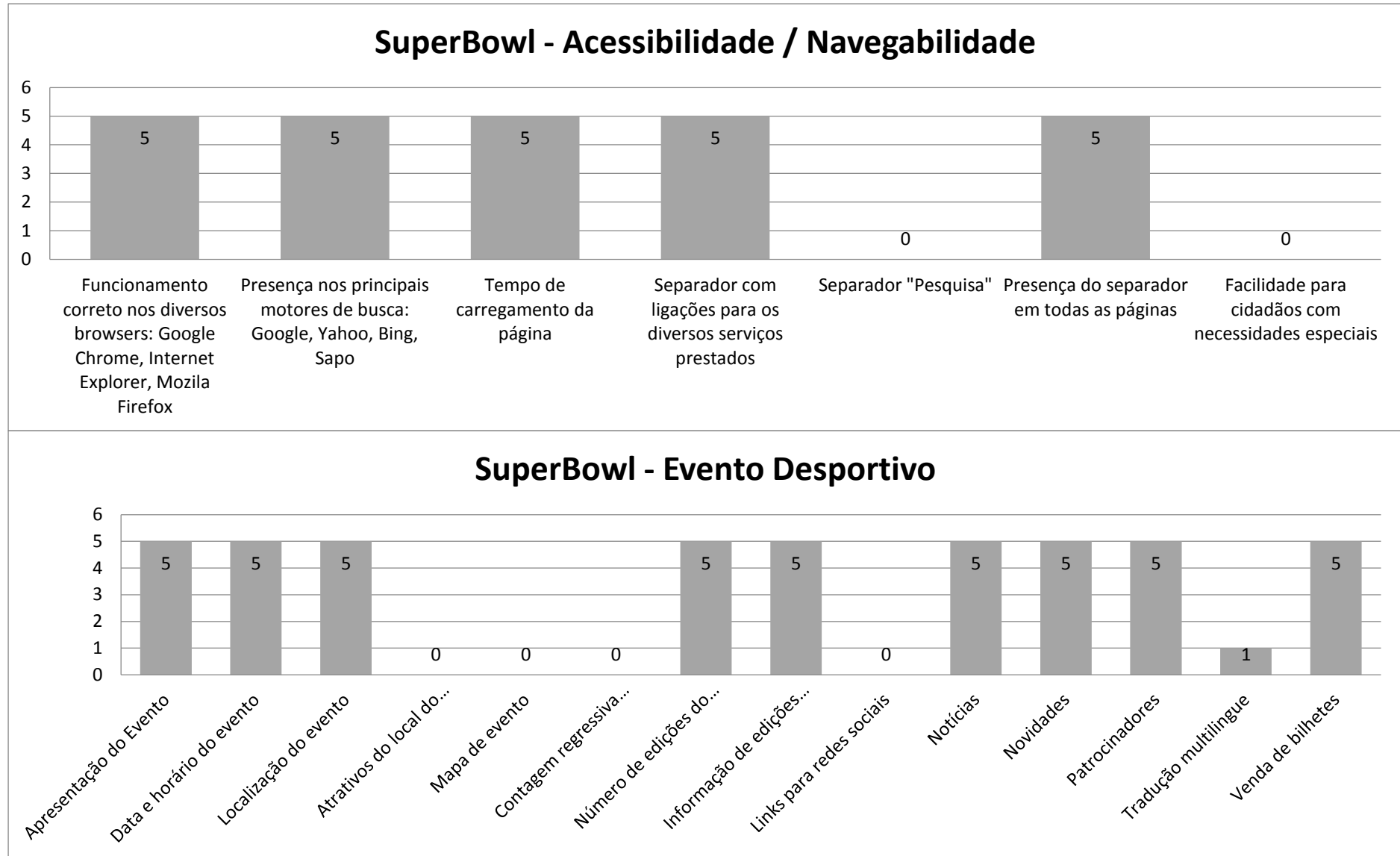


Gráfico 19 - SuperBowl (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo)

Quando verificamos os resultados obtidos, nos indicadores dos websites a nível nacional, conseguimos perceber logo à primeira vista que os valores apresentados nos gráficos são notoriamente mais baixos que os restantes. Ainda assim, neste conjunto, o da Volta a Portugal em Bicicleta é o que apresenta valores melhores.

Os gráficos seguintes mostram-nos que, na dimensão “Layout”, constatamos que o único indicador que cumpre na totalidade os critérios de avaliação é o que está diretamente ligado à colocação do menu. Todos os restantes apenas são considerados adequados ou que cumprem quase na totalidade.

Na segunda dimensão, voltamos a notar uns valores relativamente mais baixos que o esperado, sendo que o grande destaque vai mesmo para os indicadores “plano das diversas atividades organizadas pela instituição”, onde a organização aborda as diversas etapas do evento em si e ainda outras provas realizadas pela mesma equipa e, também, a “tradução multilingue”. A grande falha nesta dimensão prende-se pelo facto dos indicadores “uso de siglas/símbolos legendados” e “fórum de questões” não fazerem parte do website.

Na dimensão da Acessibilidade / Navegabilidade, este website não diverge muito dos anteriores, uma vez que, por exemplo, apresenta valores relativamente semelhantes à mesma dimensão do website do SuperBowl.

Por fim, na última dimensão, volta a apresentar valores semelhantes ao website anterior, tendo nove dos catorze com pontuação máxima. Ainda assim, os restantes ficam aquém do esperado e estipulado, não permitindo assim que, na sua generalidade, o website não apresente uma classificação superior.

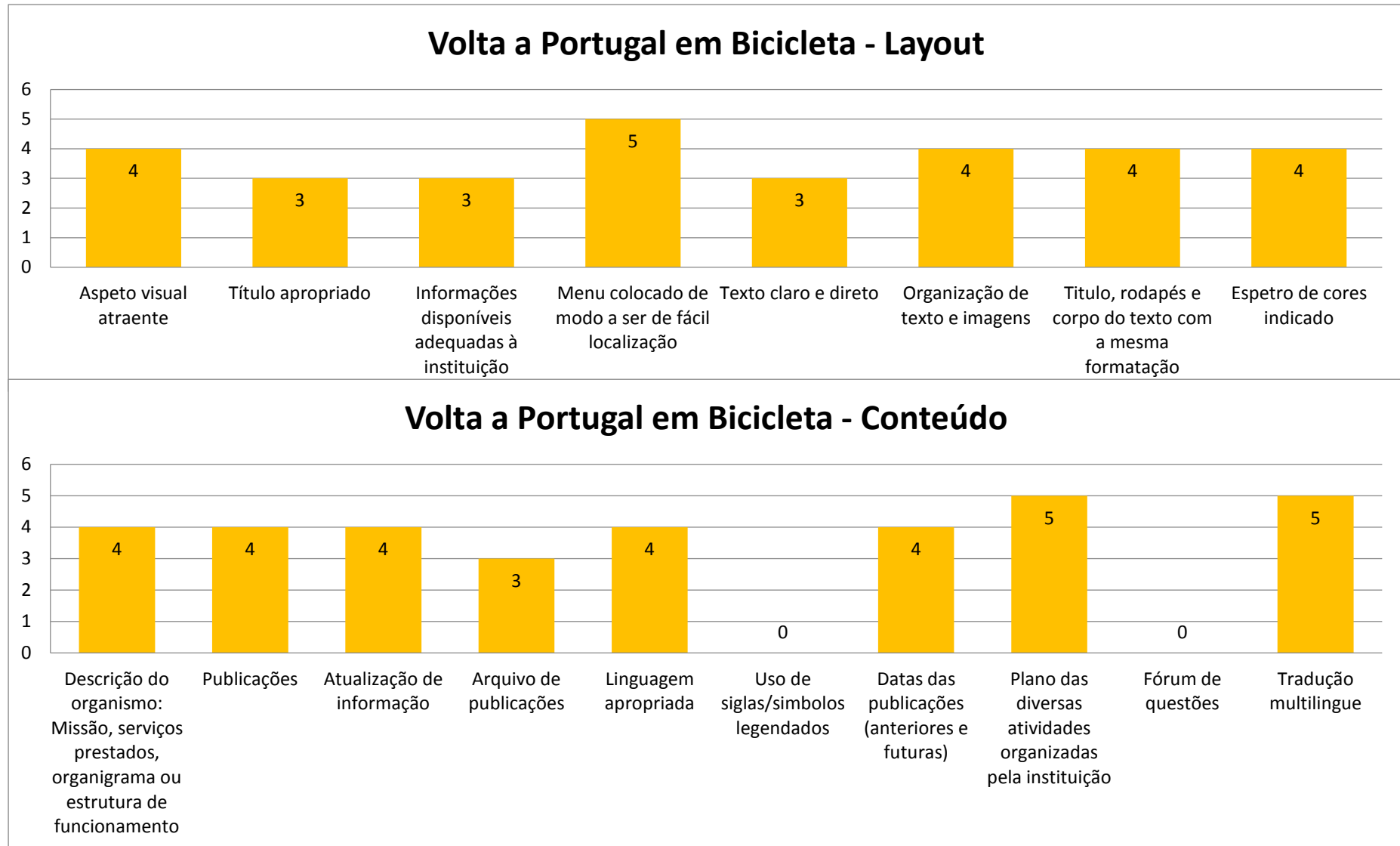
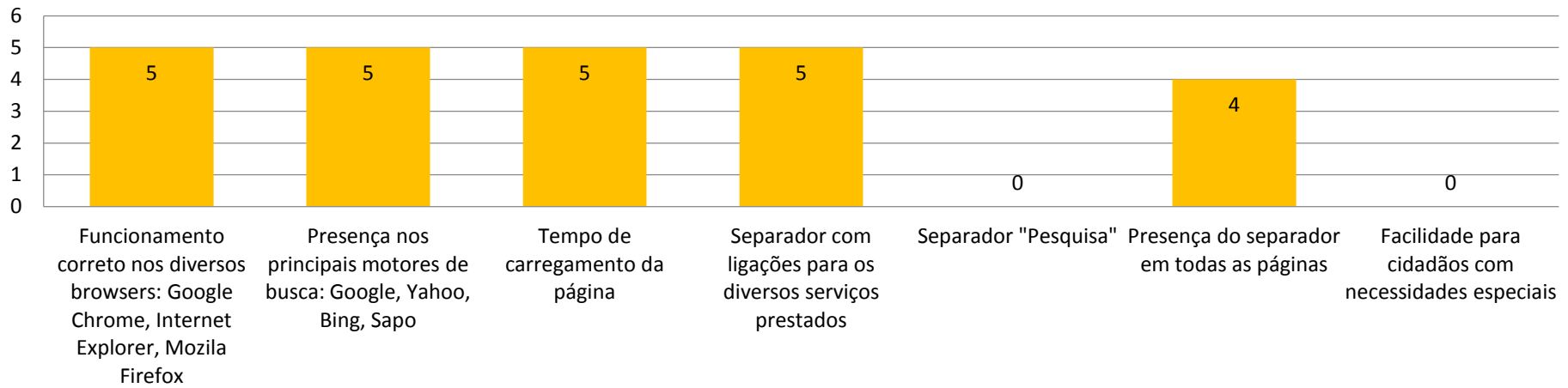


Gráfico 20 - Volta a Portugal em Bicicleta (Dimensões Layout e Conteúdo)

Volta a Portugal em Bicicleta - Acessibilidade / Navegabilidade



Volta a Portugal em Bicicleta - Evento Desportivo

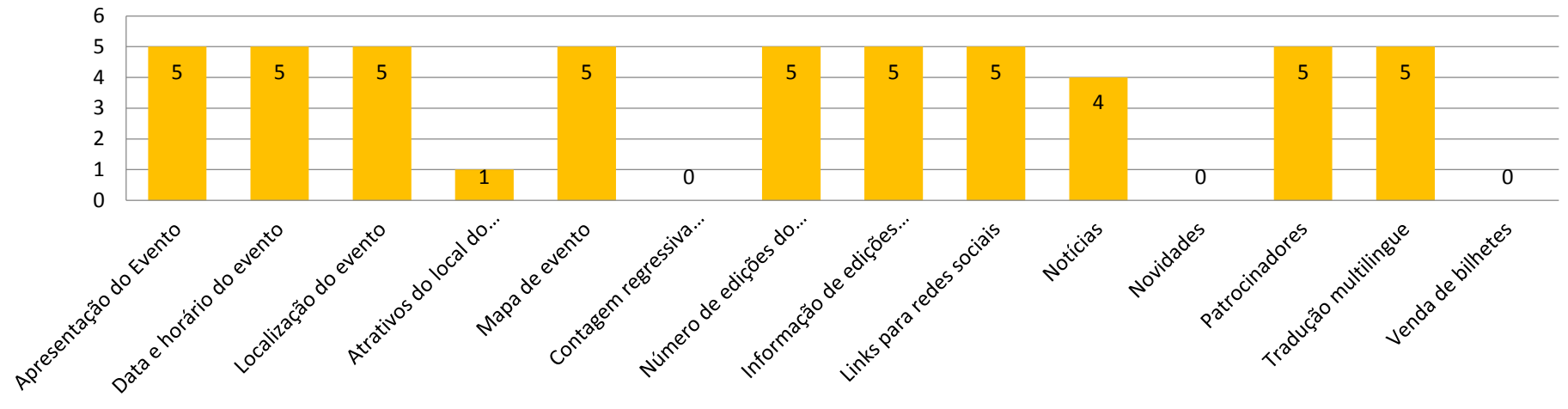


Gráfico 21 - Volta a Portugal em Bicicleta (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo)

No que diz respeito ao evento desportivo que apresentou a classificação mais baixa, após a avaliação do seu website, verificamos mais precisamente quais os indicadores que precisam ser mais desenvolvidos e valorizados, como podemos ver nos gráficos seguintes.

Logo na imagem que este passa ao seu público-alvo, o referido website, apresenta diversas fragilidades, principalmente, na parte atrativa do mesmo, na sua organização e em divagar muito a nível de notícias em vez de se focar no essencial, ainda assim, apresenta um título apropriado e o menu encontra-se num local de fácil localização.

De seguida, no que diz respeito ao conteúdo, o website em causa peca em diversos fatores. Desde logo pela ausência de indicadores, tais como, “uso de siglas/símbolos legendados”, “fórum de questões” e “tradução multilingue”, para além de outros que se encontram completamente desatualizados ou incompletos.

Na terceira dimensão, o website, contrariando todas as outras, apresenta valores semelhantes aos melhores websites avaliados neste projeto, apesar de, também neste, não haver a presença de nenhum separador ou ícone para “facilitar os cidadãos com necessidades especiais”. Não fosse essa “falha” por parte da organização, e este website ultrapassaria os restantes no que diz respeito a esta dimensão em estudo.

Na última dimensão avaliada, o website apresenta valores extremamente baixos, tornando-se assim o grave problema do mesmo e, sendo esta a que é mais direcionada para o evento em si, ainda se torna mais preocupante. Indicadores tais como “apresentação do evento”, “atrativos do local do evento”, “mapa do evento”, “contagem regressiva para o evento”, “novidades” e “tradução multilingue”, simplesmente não constam do mesmo, sendo que alguns destes são essenciais para o tipo de evento que realmente consiste.

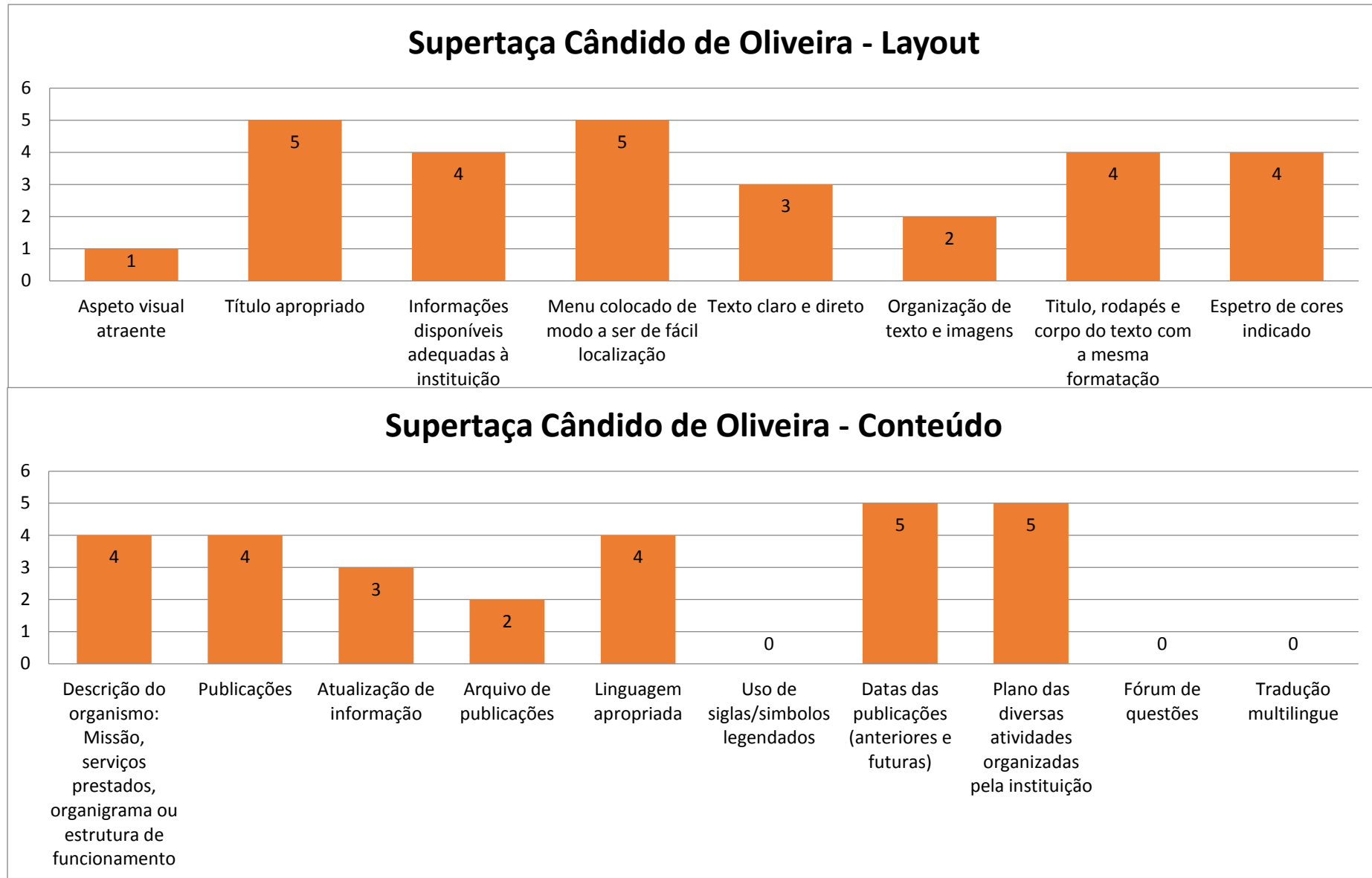
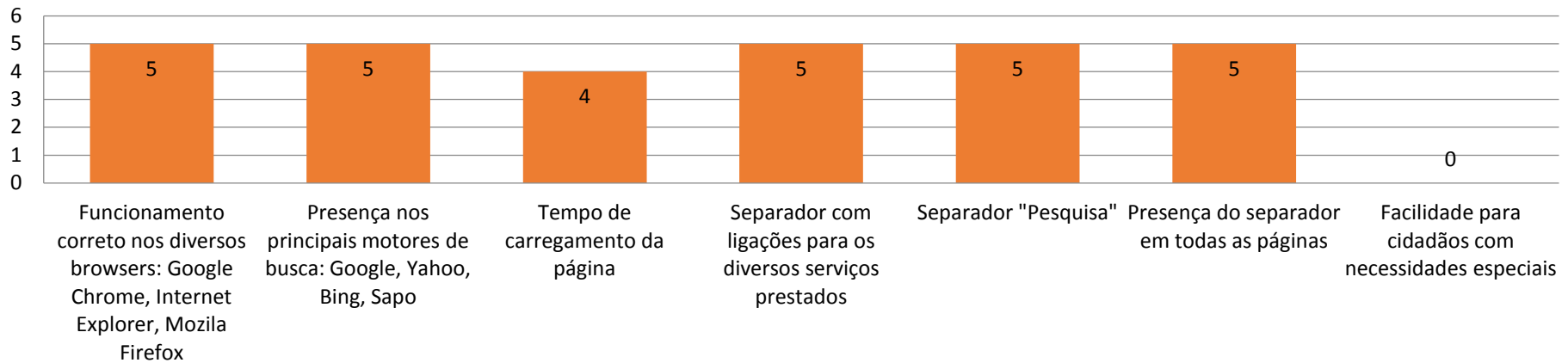


Gráfico 22 - Supertaça Cândido de Oliveira (Dimensões Layout e Conteúdo)

Supertaça Cândido de Oliveira - Acessibilidade / Navegabilidade



Supertaça Cândido de Oliveira - Evento Desportivo

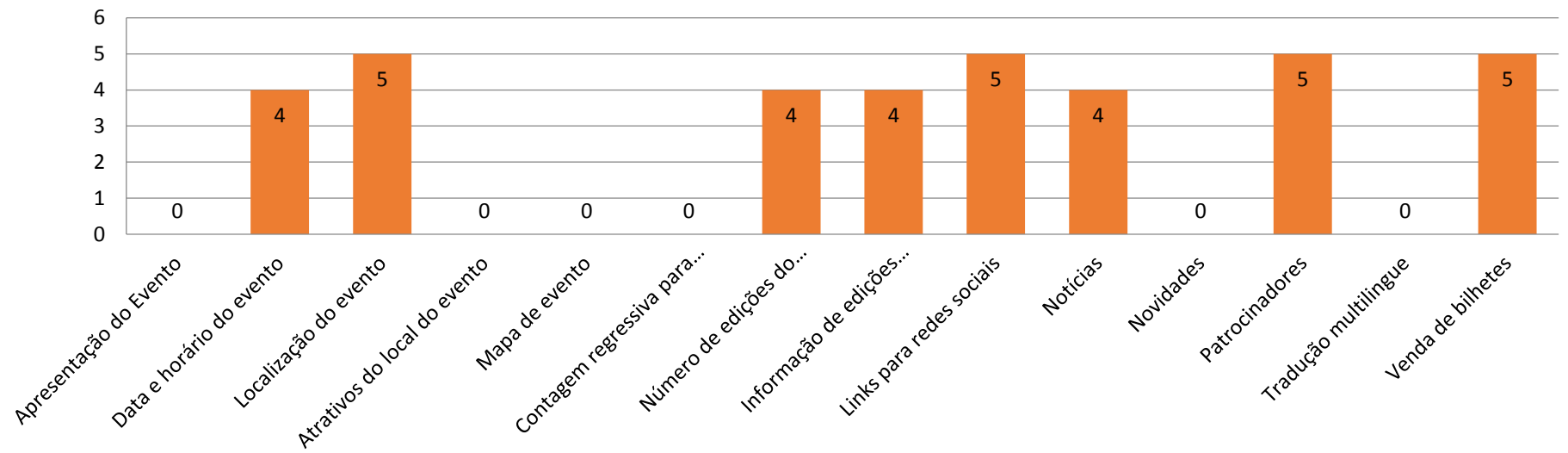


Gráfico 23 - Supertaça Cândido de Oliveira (Dimensões Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Por fim, no último website analisado, o EDP Running Wonders é caracterizado por apresentar dimensões com pontuações mais baixas que os demais websites nacionais e outras em que tem pontuações mais altas, fazendo com que se aproxime do website da Volta a Portugal em Bicicleta e do SuperBowl, tal como nos mostra os gráficos de cada dimensão do website do referido website.

Desta forma, falando então de cada uma dessas dimensões, começando pelo Layout, o website apresenta diversas fragilidades uma vez que apenas o título e as cores se enquadram com os critérios de avaliação estipulados, sendo que todos os restantes, estão desatualizados ou não cumprem com o mínimo exigido para obter uma pontuação superior. Da mesma forma, está a dimensão Conteúdo, uma vez que, tal como a anterior, a grande maioria dos seus indicadores apresentam diversas falhas, tais como o baixo número de publicações, atualizações, arquivo de informação, entre outros.

Uma constante de todos os websites é o facto da terceira dimensão ser a que apresenta sempre valores mais altos na sua classificação. Ainda assim, deveria possuir um separador pesquisa, de forma a facilitar e direcionar as pessoas para o que realmente lhes interessa e ainda, ter em conta os cidadãos com necessidades especiais.

Para finalizar, a última dimensão é caracterizada por uma constante de indicadores que cumprem os critérios de avaliação, sendo que a parte das redes sociais, notícias e novidades precisavam de ser atualizadas, desenvolvidas e valorizadas de forma a que esta obtivesse uma pontuação ainda superior.

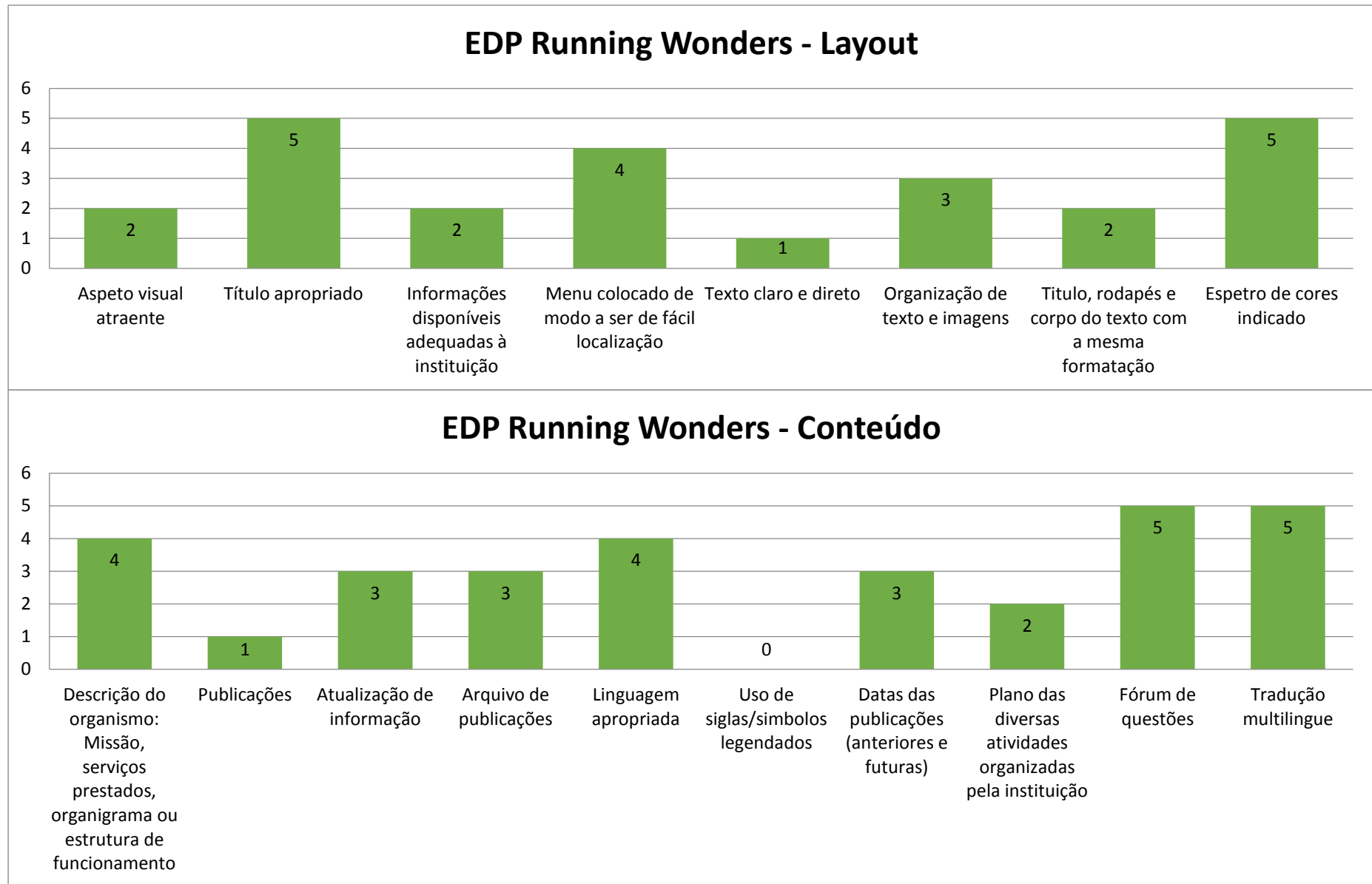


Gráfico 24 - EDP Running Wonders (Dimensões Layout e Conteúdo)

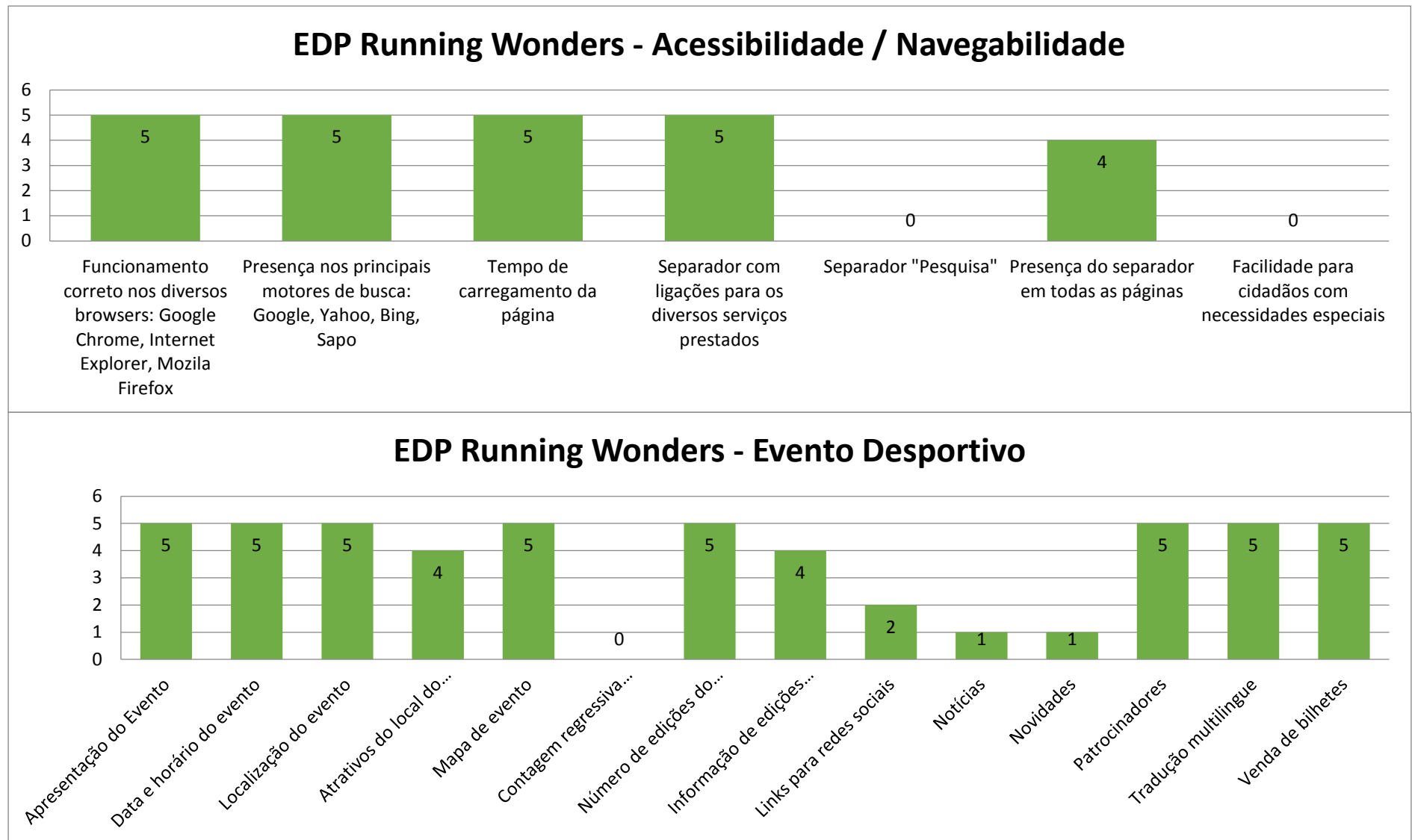


Gráfico 25 - EDP Running Wonders (Acessibilidade / Navegabilidade e Evento Desportivo)

Comunicação Digital na Organização de Grandes (Mega) Eventos Desportivos

Para que se consiga perceber, dentro de cada indicador, quais os websites que mais valorizam cada um deles, é importante analisar os seguintes gráficos:

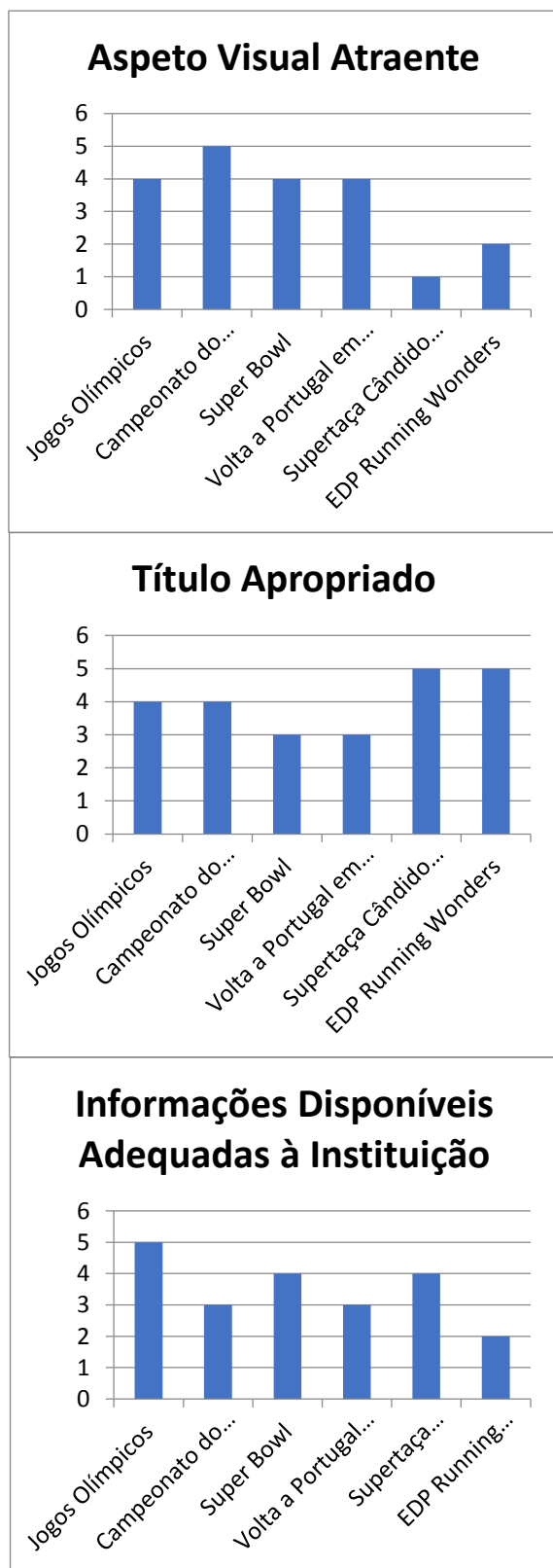


Gráfico 26 - Dimensão Layout (Aspetto Visual Atraente, Título Adequado e Informações Disponíveis Adequadas à Instituição)

Na dimensão “Layout”, no que diz respeito ao Aspetto Visual Atraente, o website do Campeonato do Mundo é o único que apresenta a pontuação máxima, por sua vez, o website da Supertaça Cândido de Oliveira demonstra ser um pouco confuso, com excesso de informação/noticias, daí não se tornar tão atraente como os demais e como consequência ter obtido apenas a pontuação 1.

Já no que diz respeito ao Título Adequado, os websites que apresentaram melhores pontuações foram os da Supertaça Cândido de Oliveira e do EDP Running Wonders, uma vez que foram diretos e apresentaram um título igual ao evento em si.

No indicador referente às Informações Disponíveis Adequadas à instituição presente dos diversos websites analisados, constatamos que o mais completo é o website dos Jogos Olímpicos e o que precisa atualizar e desenvolver mais este indicador é o website do evento EDP Running Wonders.



Gráfico 27 - Dimensão Layout (Menu Colocado de modo a ser de fácil localização, Organização de Texto e Imagens e Texto Claro e Direto)

No que diz respeito ao indicador referente à localização do menu nos websites em estudo, cinco dos seis apresentaram nota máxima. O website do EDP Running Wonders apenas teve a pontuação 4 uma vez que, apesar de estar num lugar normalmente utilizado pela maioria dos websites, por não chamar a atenção pela letra e cor de fundo, faz com que não cumpra na sua totalidade o indicador em causa.

Na Organização de Texto e Imagens, o realce vai para o website da Supertaça Cândido de Oliveira, tal como referido no indicador do Aspeto Visual Atraente, uma vez que este possui demasiada informação e notícias de forma excessiva, mostrando assim, um website desorganizado no que diz respeito a textos e imagens.

No indicador “Texto Claro e Direto” há um website que se destaca perante os outros e, novamente pela negativa. Desta forma, no que diz respeito ao website do EDP Running Wonders, este só obteve a pontuação 1, dado que apesar de ter algum texto referente às linhas diretivas do evento em si, não é direto ao que realmente interessa e torna-se vago, dado que

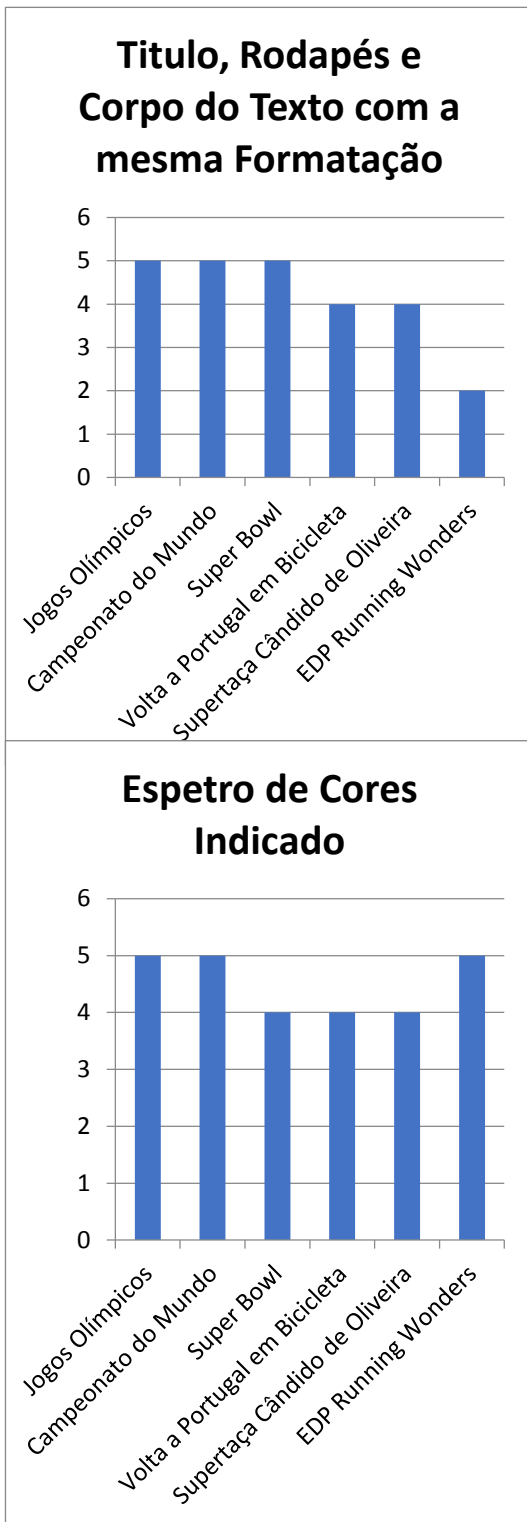
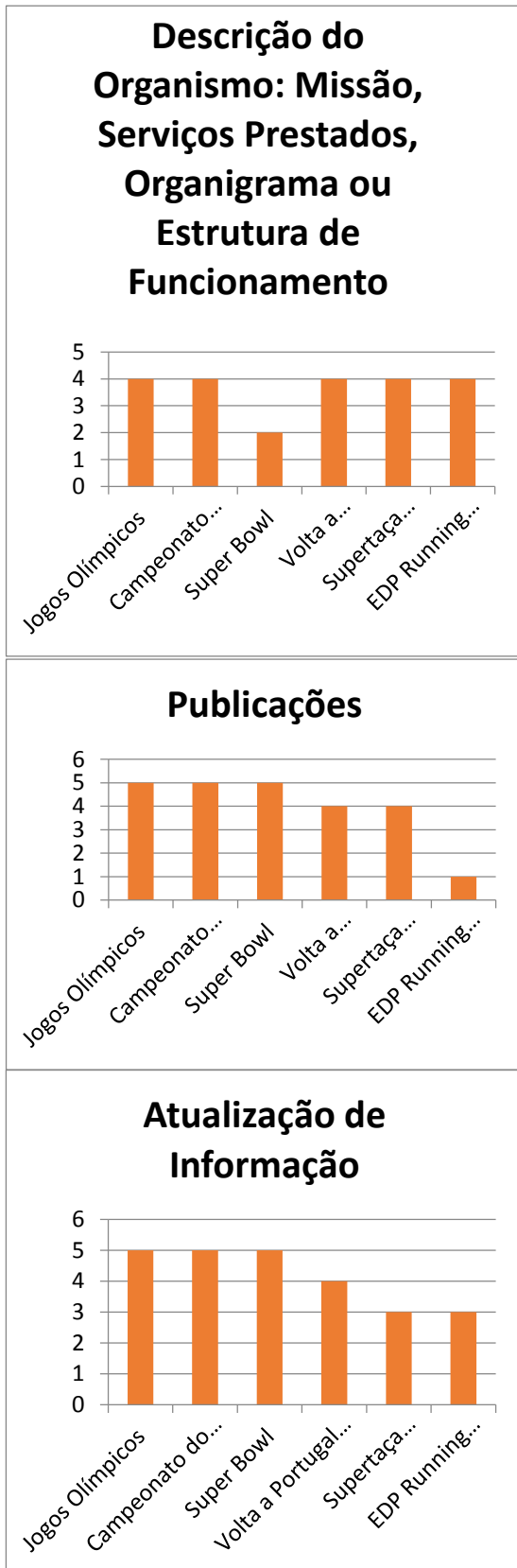


Gráfico 28 - Dimensão Layout (Título, Rodapés e Corpo do Texto com a mesma Formatação e Espectro de Cores Indicado)

dispersam a atenção para outro tipo de coisas do que as próprias corridas em si.

Focando na parte da formatação de todos os elementos textuais presentes no website, praticamente todos apresentam pontuações altas, com a exceção, mais uma vez, para o website do EDP Running Wonders, que utiliza formatações diferente em diversos textos de caracterização do evento em si.

Em relação às cores utilizadas no website, todos apresentam pontuações 4 ou 5, dado que são indicadas tendo em conta o tipo de evento em si.



Neste indicador, existe uma constante no que diz respeito a pontuações, uma vez que cinco dos seis apresentam a pontuação 4. A grande exceção é o website do SuperBowl uma vez que esse tipo de informações ou são inexistente ou são transmitidas de forma muito básica para os seus internautas.

No que diz respeito a Publicações realizadas nos websites, todos apresentam uma constante de publicações realizadas com a exceção do EDP Running Wonders, uma vez que, apenas tem a publica as classificações das corridas anteriores e mantém os textos descritivos acerca da temática do evento.

Em relação às atualizações realizadas pelas organizações no que diz respeito as informações referentes ao evento, o destaque vai para os três websites internacionais, onde este ponto é extremamente valorizado, daí obterem a pontuação máxima na avaliação deste indicador

Gráfico 29 - Dimensão Conteúdo (Descrição do Organismo: Missão, Serviços Prestados, Organigrama ou Estrutura de Funcionamento, Publicações e Atualização de Informação)

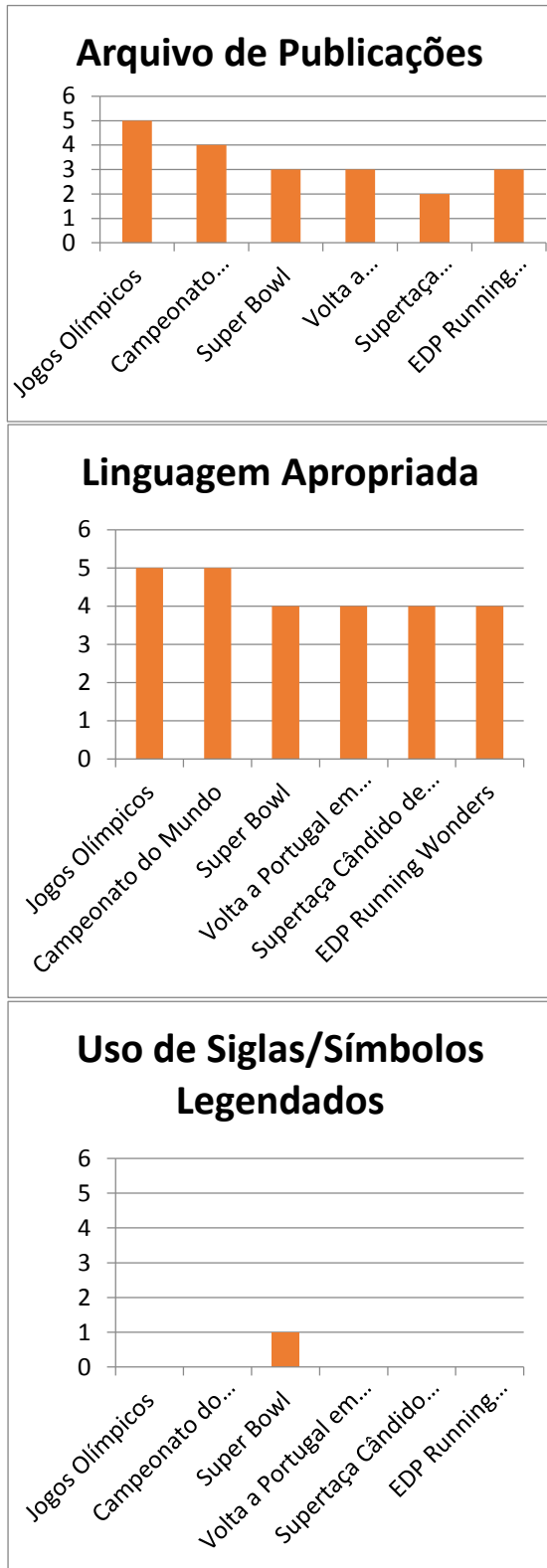
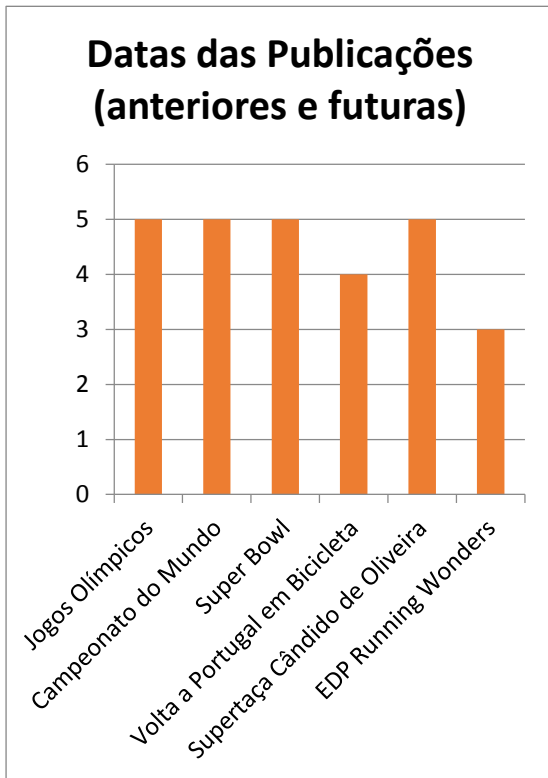


Gráfico 30 - Dimensão Conteúdo (Arquivo de Publicações, Linguagem Apropriada, Uso de Siglas/Símbolos Legendados)

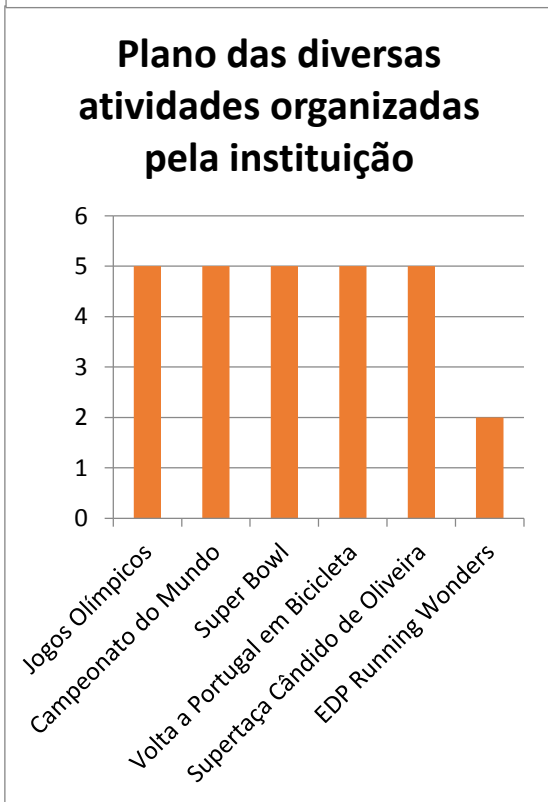
No que diz respeito ao arquivo de publicações, a organização que mais se preocupa com este indicador é a responsável pelos Jogos Olímpicos. Sendo este evento tão importante a nível histórico, a sua organização não deixa isso de lado e, tem a preocupação de manter as edições/notícias anteriores, presentes no seu website.

Todos os websites apresentam uma preocupação grande por utilizar uma linguagem apropriada no seu website. Ainda assim os websites intercontinentais são os que se destacam mais neste ponto.

Após a análise dos 6 websites em estudo, verificamos que a maioria deles não utiliza siglas/símbolos. O website do SuperBowl, usa este indicador de forma muito ténue, uma vez que apenas usa a sigla da instituição responsável pela organização do evento.



Uma vez mais e, falando em especial deste indicador, o website que fica aquém do esperado é o do EDP Running Wonders, uma vez que não tem em atenção em datar todas as publicações presentes no seu website.



Tal como no indicador anterior, também neste, o que se destaca pela negativa é o EDP Running Wonders. A organização apenas dirige uma série de corridas que constituem este circuito e, talvez seja por isso que não se foca muito em desenvolver este ponto. Ainda assim, poderia melhorar e focar-se em planear todas essas corridas, de forma a manter os interessados atualizados em todas as informações necessárias, em vez de apenas o fazerem, consoante as datas das corridas se aproximam.

Gráfico 31 - Dimensão Conteúdo (Datas das Publicações (Anteriores e Futuras) e Plano das diversas atividades organizadas pela instituição)

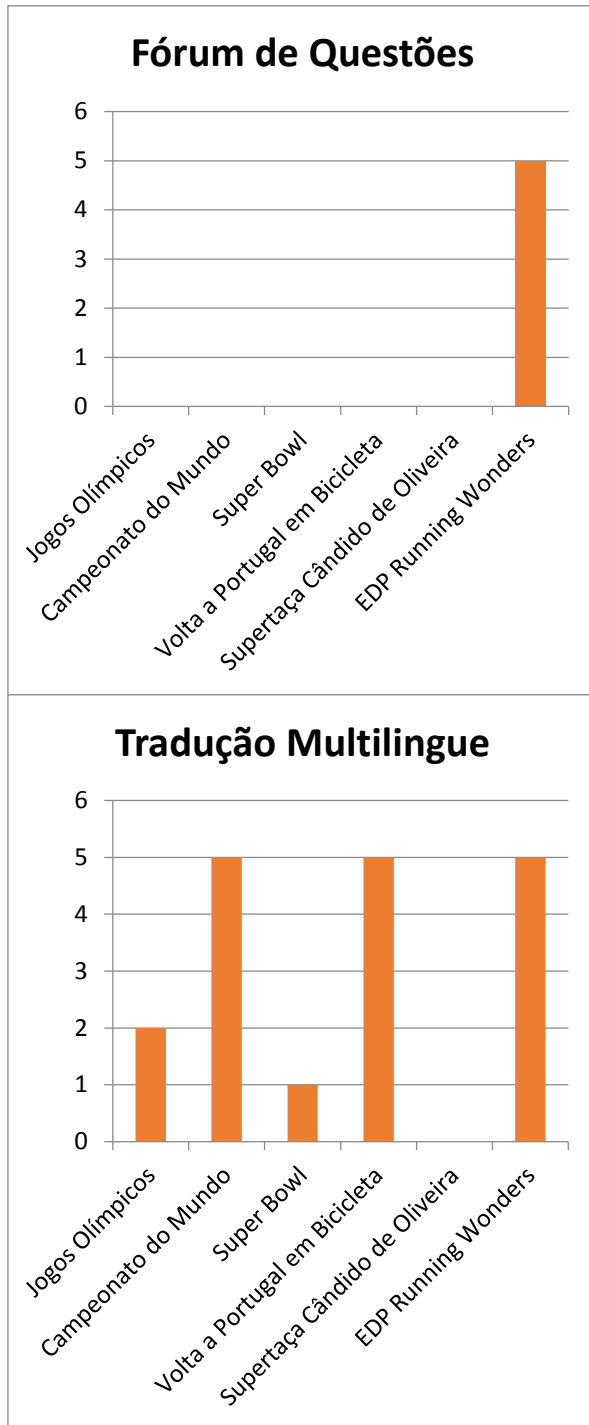


Gráfico 32 - Dimensão Conteúdo (Fórum de Questões e Tradução Multilingue)

Este indicador passa ao lado das prioridades das organizações responsáveis pelos eventos. Ainda assim, o EDP running Wonders é o único que apresenta este ponto no seu website, ponto esse que é importantíssimo para o esclarecimento de possíveis dúvidas por parte das pessoas interessadas no evento.

No que diz respeito à tradução multilingue, existem três eventos que valorizam este ponto, Campeonato do Mundo, Volta a Portugal em Bicicleta e EDP Running Wonders, mostrando uma variedade de idiomas para as pessoas que visitam os seus websites, fazendo com que estes cheguem a um maior número de pessoas. Por sua vez, o da Supertaça Cândido de Oliveira não apresenta qualquer indicação a outro idioma para além da língua portuguesa.

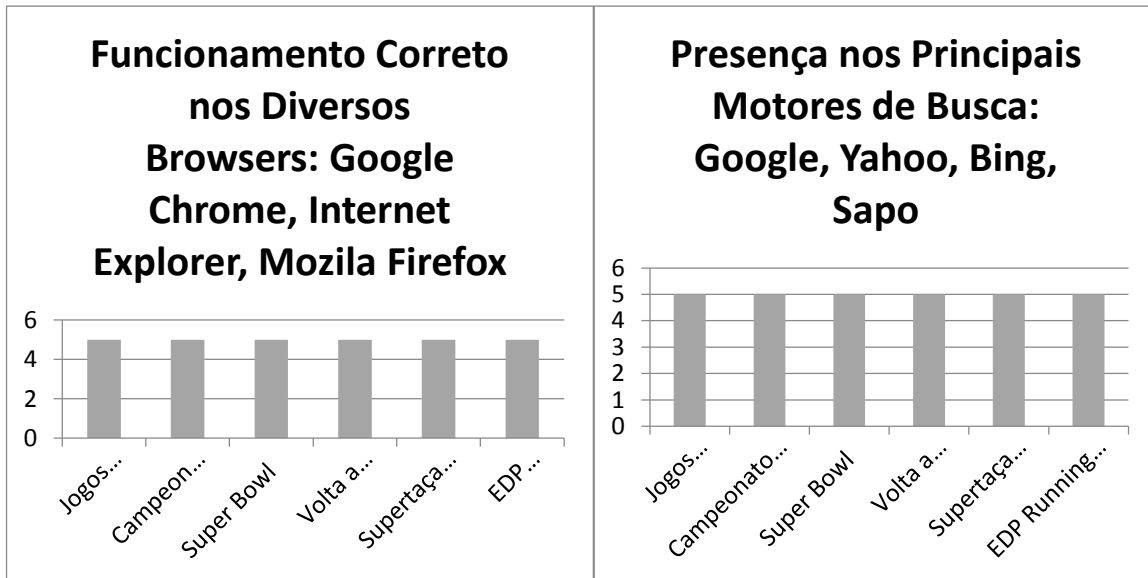


Gráfico 33 - Dimensão Acessibilidade / Navegabilidade (Funcionamento correto nos diversos browsers: Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla Firefox e Presença nos Principais Motores de Busca: Google, Yahoo, Bing, Sapo)

Nestes dois indicadores, todos os websites apresentam a pontuação máxima, uma vez que estão presentes nos principais motores de busca e, para além disso, funcionam de forma correta nos diversos browsers.

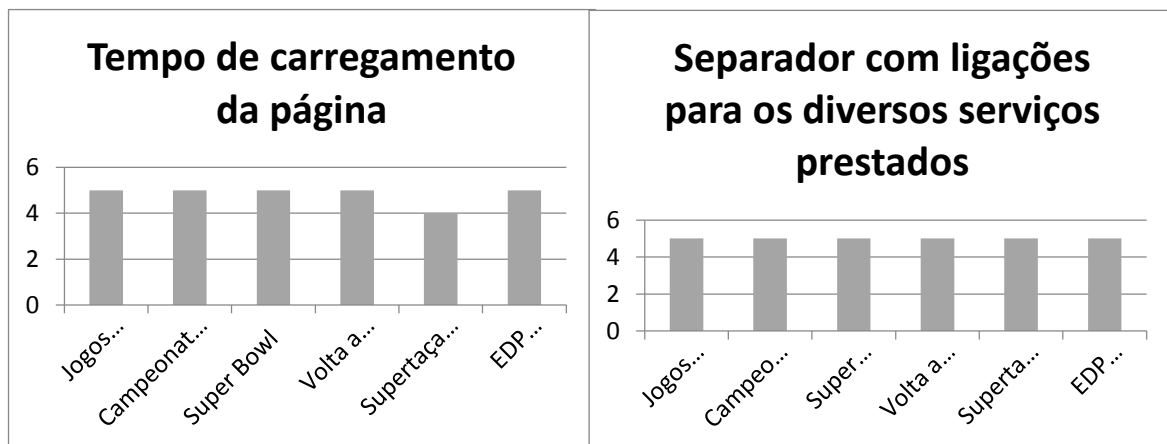
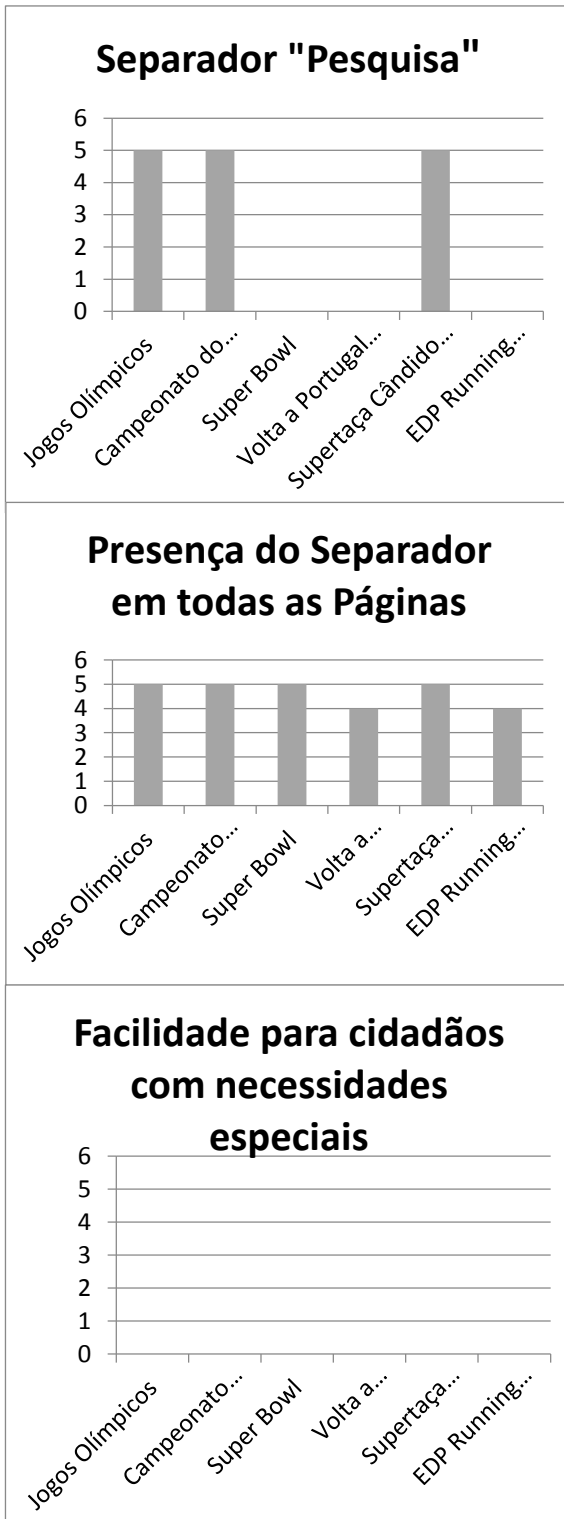


Gráfico 34 - Dimensão Acessibilidade / Navegabilidade (Tempo de carregamento da página e Separador com ligações para os diversos serviços prestados)

Novamente nestes dois indicadores, todos os websites apresentam pontuação máxima. No primeiro caso o destaque vai para o website da Supertaça Cândido de Oliveira que demorou ligeiramente um pouco mais que os restantes no que diz respeito ao tempo de carregamento da página.

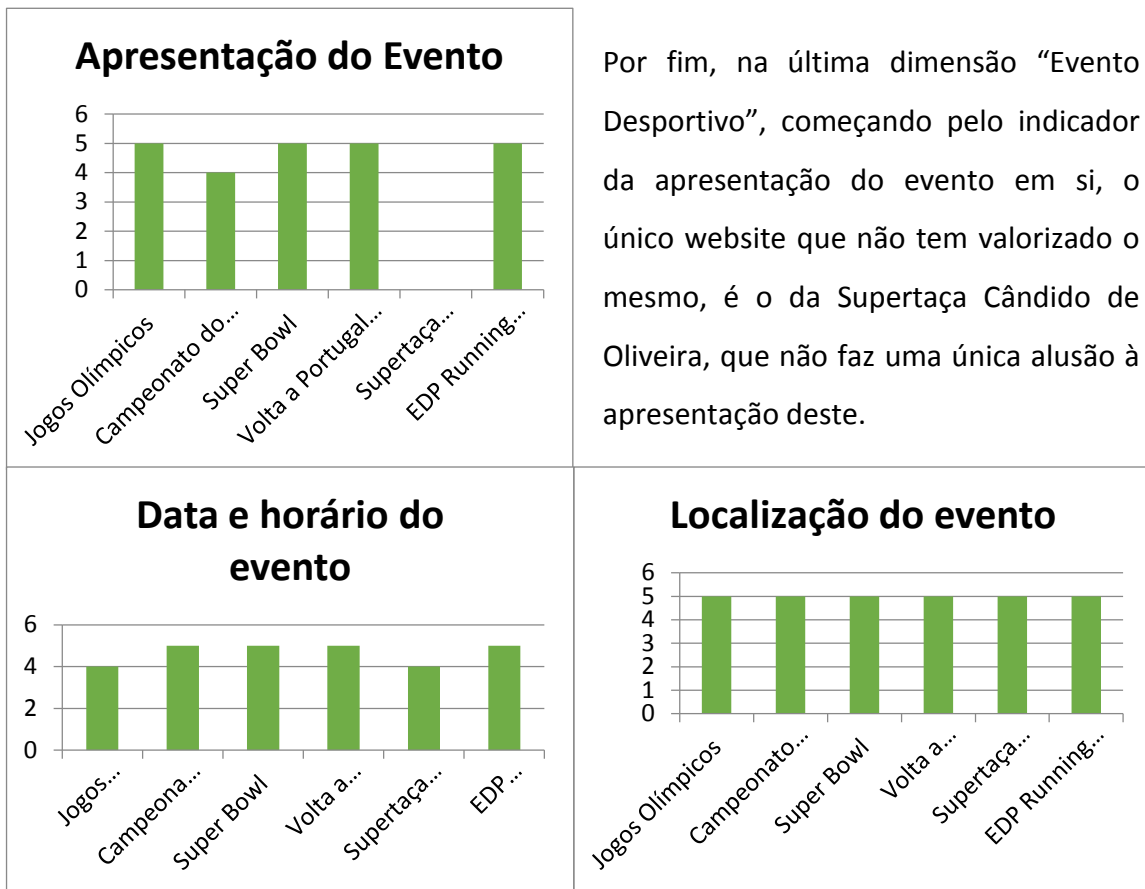


No indicador relacionado com o separador pesquisa, os websites Jogos Olímpicos, Campeonato do Mundo e Supertaça Cândido de Oliveira possuem este indicador, os restantes necessitavam desenvolver o seu website para acrescentar um dos pontos mais importantes para quem visita os diversos websites, uma vez que direcionam a pesquisa para o que realmente importa ao “internautas”.

Todos os websites cumprem este indicador, uma vez que têm o seu separador presente em todas as suas páginas

De todos os indicadores avaliados, este é o único que nenhum website tem em atenção. O caso mais “grave” é o dos Jogos Olímpicos, uma vez que a organização também é responsável por um evento para cidadão portadores de deficiência e no seu website não valorizam este ponto.

Gráfico 35 - Dimensão Acessibilidade / Navegabilidade (Separador Pesquisa, Presença do Separador em todas as Páginas e Facilidade para cidadãos com necessidades especiais)



Por fim, na última dimensão “Evento Desportivo”, começando pelo indicador da apresentação do evento em si, o único website que não tem valorizado o mesmo, é o da Supertaça Cândido de Oliveira, que não faz uma única alusão à apresentação deste.

Gráfico 36 - Dimensão Evento Desportivo (Apresentação do Evento, Data e horário do evento e Localização do evento)

Nestes dois indicadores, todos os websites cumprem praticamente na sua totalidade com a exceção dos Jogos Olímpicos e Supertaça Cândido de Oliveira que apenas apresentam a pontuação 4 no indicador “Data e Horário do Evento”. Desta forma, no que diz respeito ao primeiro, apesar de ter presente o local das provas na sua generalidade, não indica onde, de forma mais específica, estas se desenrolarão. No segundo caso, a data é mencionada mas não há alusão ao horário que este se vai realizar.

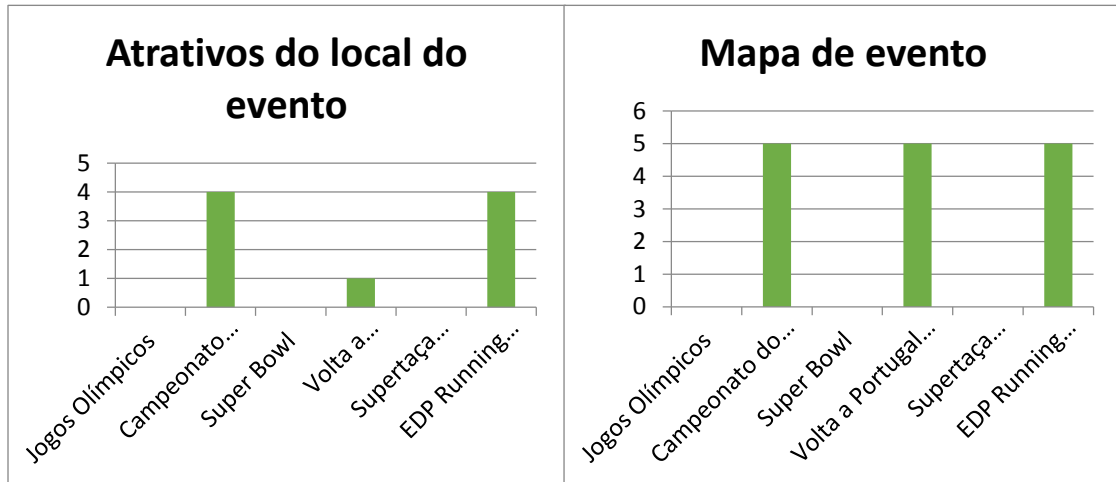


Gráfico 37 - Dimensão Evento Desportivo (Atrativos do local do evento e Mapa do evento)

Mais uma vez nestes dois indicadores, atividades do local do evento e mapa do evento, existem websites que não se preocupam em tê-los presentes.

No caso do website do Campeonato do Mundo, a organização apresenta uma série de atrativos da Rússia (país organizador da próxima edição do Campeonato do Mundo), para além de mostrarem um mapa dos locais onde se vão realizar os diversos jogos da competição.

No que diz respeito à Volta a Portugal em bicicleta, o seu website apresenta atrativos dos locais de passagem da prova de forma muito básica mas no que diz respeito ao mapa do evento, este possui um mapa detalhado de todas as etapas.

Por fim, no EDP Running Wonders, este como se foca na parte histórica e de Património Mundial, a organização valoriza os atrativos dos diversos locais que acolhem as provas bem como o mapa das mencionadas anteriormente.

Todos os restantes não apresentam nenhum dos dois indicadores avaliados



No que diz respeito à contagem regressiva para o início do evento, os únicos que o fazem, são os de cariz intercontinental, sendo que todos os outros não apresentam este indicador nos seus websites.

Já em relação à presença do número certo de edições do evento, com a exceção do Campeonato do Mundo, todos os restantes apresentam este indicador quase na sua totalidade.

Neste indicador, o único que não apresenta informações de edições anteriores é o do Campeonato do Mundo, todos os outros focam-se nas edições anteriores com especial foco para os Jogos Olímpicos, Super Bowl e Volta a Portugal em Bicicleta.

Gráfico 38 - Dimensão Evento Desportivo (Contagem regressiva para o início do evento, Número de edições anteriores e Informação de Edições Anteriores)



Falando da atualidade e da importância das redes sociais nos dias que vivemos, também os eventos necessitam destas para chegar a mais pessoas. Desta forma, o Super Bowl desvaloriza esse fator importantíssimo e o EDP Running Wonders tem presente as redes sociais mas de forma muito básica e focando-se em apenas uma.

Falando em especial das notícias relacionadas com os eventos desportivos presentes nos respetivos websites, a organização que necessita valorizar mais este indicador é o EDP Running Wonders, uma vez que todos os outros se focam neste ponto para chamar a atenção das pessoas e as manter informadas.

Gráfico 39 - Dimensão Evento Desportivo (Links para as Redes Sociais e Notícias)



Já no que diz respeito as novidades, os internacionais cumprem na totalidade este indicador, e os nacionais simplesmente deixam este indicador para segundo plano.

Por fim, nos últimos dois indicadores, todos os websites têm em atenção os seus patrocinadores e a venda de bilhetes para que os interessados possam assistir aos eventos em si ao vivo (com a exceção da Volta a Portugal em Bicicleta, uma vez que se trata de um evento aberto ao público em geral, dado o percurso das etapas).

Gráfico 40 - Dimensão Evento Desportivo (Novidades, Patrocinadores e Venda de Bilhetes)

Ao analisarmos as quatro dimensões avaliadas, podemos retirar algumas conclusões, sendo a principal, qual das dimensões as organizações se têm focado mais em desenvolver e quais as que têm ficado aquém. Os gráficos seguintes mostram-nos isso relativamente a cada um dos websites analisados.

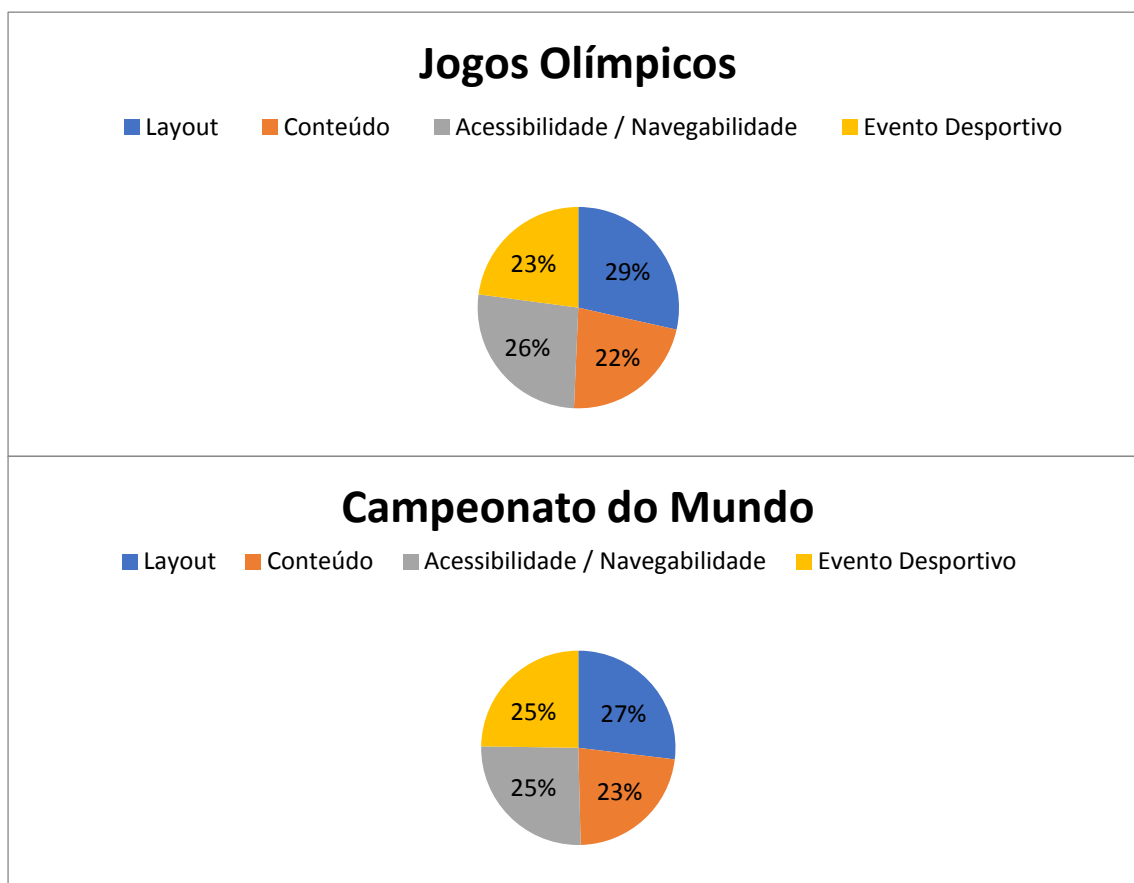


Gráfico 41 - Dimensões Jogos Olímpicos e Campeonato do Mundo de Futebol

No website dos Jogos Olímpicos, a dimensão que é mais valorizada pela sua organização é o “Layout”, demonstrando uma ligeira vantagem perante todas as outras. Neste caso, o COI deve desenvolver um pouco mais as dimensões do “Conteúdo” do website em si e, a do “Evento Desportivo”.

No que diz respeito ao Campeonato do Mundo, voltamos a observar uma dimensão que se superioriza às restantes e, uma vez mais, é o “Layout” essa dimensão. Tal como do evento anterior, a dimensão que precisa de ser mais desenvolvida é o “Conteúdo”.

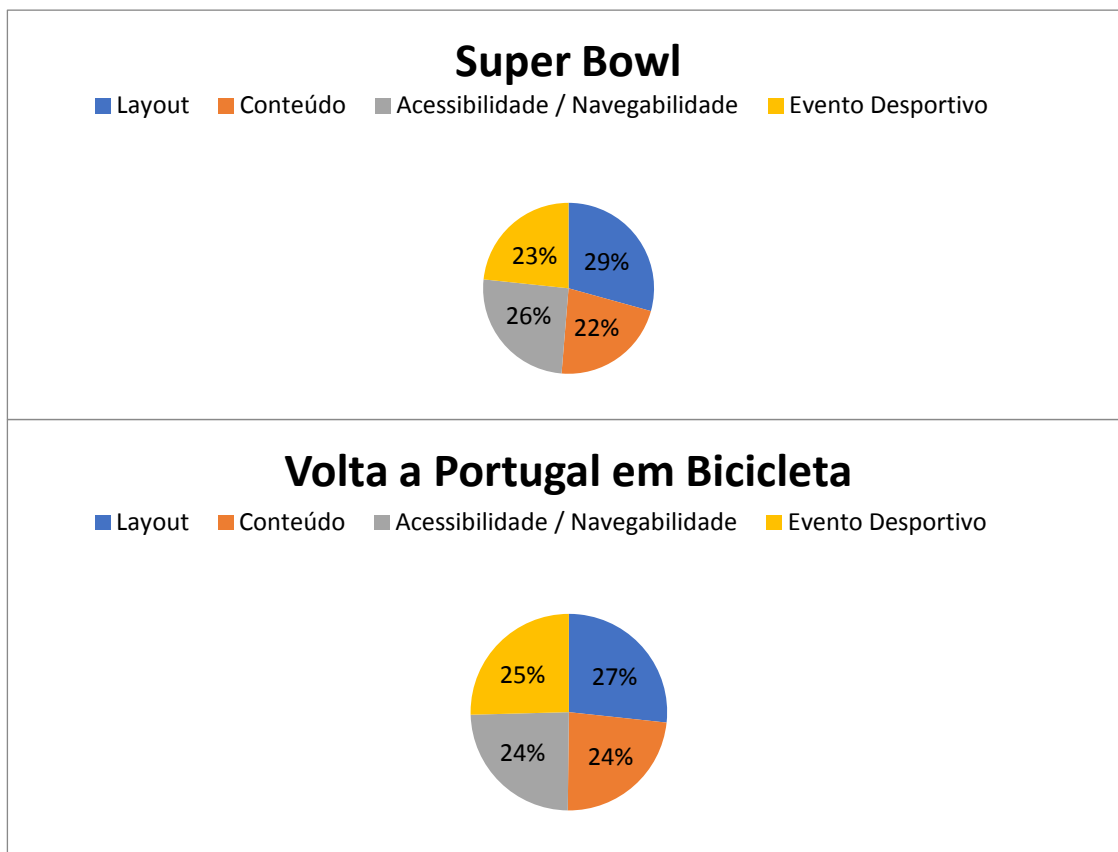


Gráfico 42 - Dimensões SuperBowl e Volta a Portugal em Bicicleta

Em relação ao website do SuperBowl voltamos a verificar que a dimensão “Layout” é a que é mais valorizada pela organização do evento. As restantes precisam ser desenvolvidas com um foco especial para o “Conteúdo” e o “Evento Desportivo”, tal como pode ser analisado no gráfico seguinte.

Com a análise do gráfico acerca de qual das dimensões é mais valorizada no website da organização da Volta a Portugal em Bicicleta, voltamos a verificar a supremacia por parte da dimensão “Layout” quando comparada com as outras. Por sua vez, as dimensões “Acessibilidade/Navegabilidade” e “Conteúdo” são as que necessitam de ser mais desenvolvidas por parte da organização

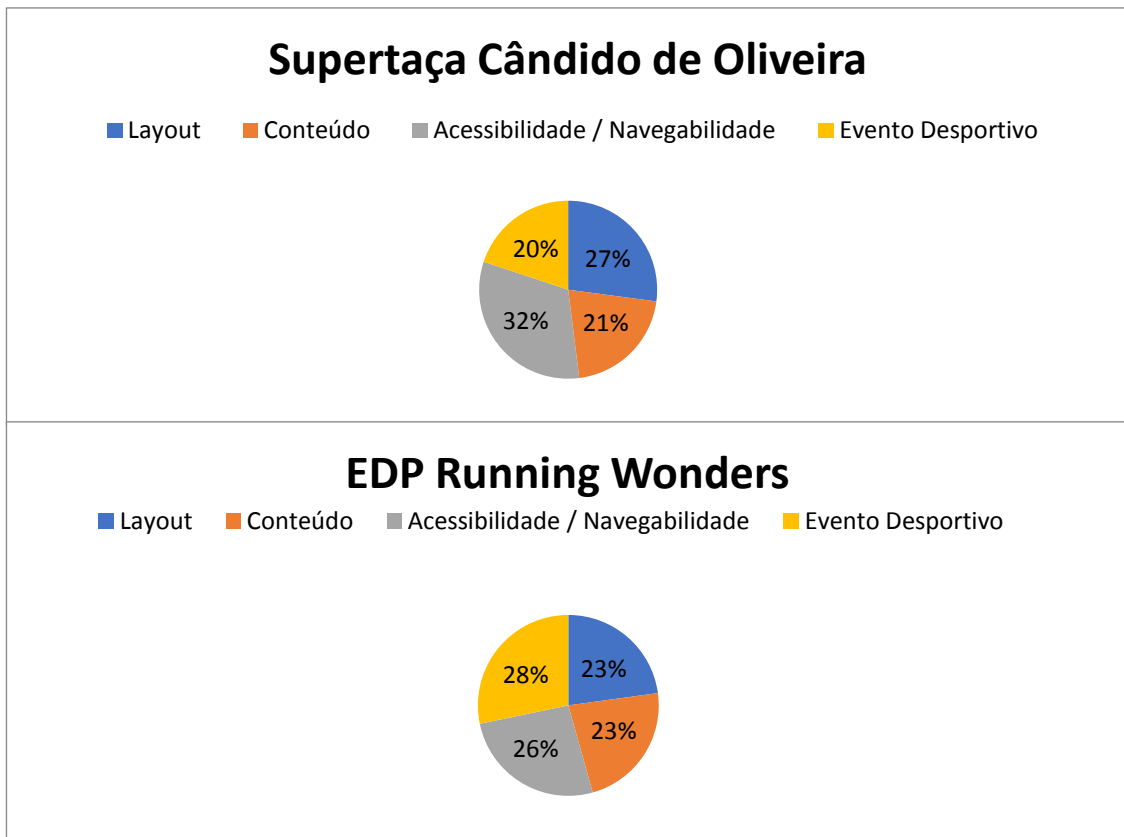


Gráfico 43 - Dimensões Supertaça Cândido de Oliveira e EDP Running Wonders

Ao contrário dos anteriores, o website da FPF, organização responsável pela Supertaça Cândido de Oliveira tem como dimensão mais valorizada a “Acessibilidade/Navegabilidade” mostrando uma percentagem muito superior às dimensões “Evento Desportivo” e “Conteúdo”, sendo estas as que mais precisam de ser desenvolvidas de forma a melhorar o website no seu todo.

Por fim, no website das corridas EDP Running Wonders, ao contrário dos restantes, podemos observar que a organização se foca essencialmente na parte do “Evento Desportivo” em si e deixa para segundo plano as dimensões “Layout” e “Conteúdo”.