



## **A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO DO ESPORTE: ESTUDO DE CASO DA ASSOCIAÇÃO DE CICLISMO DE RIO NEGRINHO/SC.**

Maria Ireni de Castilho Corrêa <sup>2</sup>  
Clarice Rosangela Gomes <sup>3</sup>

### **RESUMO**

Para obter-se de resultados positivos, as Relações Públicas busca constantemente pesquisar, analisar e satisfazer os grupos de diversas áreas. Os assuntos de relacionamento com o público estão sempre presentes nessa área da comunicação. As Relações Públicas agem informando, pesquisando e estudando fatos e os diferentes pontos fortes e fracos de uma organização seja ela, governamental, institucional ou privada. O estudo ampliará os fluxos de comunicações existentes e pesquisará outros meios que possam contribuir com o estudo presente. O objetivo é identificar as estratégias e veículos de comunicação utilizados pela instituição para divulgar o esporte junto aos públicos de interesse. A hipótese do estudo é as estratégias de comunicação existente hoje são feitas de forma aleatória e não planejada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Relações Públicas; Estratégias de Comunicação; *Marketing* esportivo; Associação Rionegrinhense de Ciclismo – Rino.

### **INTRODUÇÃO**

O propósito de estudo das Relações Públicas é criar estratégias e propor veículos de comunicação adequados para as organizações no relacionamento com seus públicos, contudo, é preciso verificar e estudar conceitos de vários autores das diversas áreas da comunicação, confrontando idéias, conceitos e experiências de cada autor.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na área de Relações Públicas do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup> Aluna Graduada em 2009 no curso de Comunicação Social Relações Públicas da UnC. E-mail: [irenicast@hotmail.com](mailto:irenicast@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho Professora Orientadora do curso de Comunicação Social da Universidade do Contestado – UnC e-mail: [claricegomesrp@hotmail.com](mailto:claricegomesrp@hotmail.com)



É importante destacar que a preocupação para atingir metas e objetivos para as Relações Públicas estão na sua facilidade de interface com os vários setores da sociedade. Com essa responsabilidade, as Relações Públicas detém uma visão estratégica para fazer um diagnóstico preciso da situação frente ao mercado e a sociedade em geral.

## **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

A Comunicação Social está em tudo que nos rodeia, presente em praticamente todos os aspectos do mundo atual, em constante evolução, registrando e divulgando a história, influenciando a rotina, as relações pessoais e de trabalho. Em regra a Comunicação Social é o estudo de causas, de funcionamento, e as conseqüências da relação entre a sociedade e os meios de comunicação, como: rádio, revista, jornal, televisão, teatro, cinema, propaganda, internet, englobando as atividades e processos de informar, persuadir e entreter as pessoas. Para o processo de comunicação ocorrer eficientemente devem-se entender todos os elementos fundamentais da comunicação eficaz. Lembrando que em um processo de comunicação os ruídos existem e precisam ser trabalhados. (Emissor – Codificação – Mensagem – Decodificação – Receptor) esses são os caminhos que leva uma determinada informação até chegar ao destino, sempre de uma forma circular. Por isso a suma importância de estabelecer vínculos informativos seguros para que a mensagem seja recebida com êxito.

Para Fortes (2003) a natureza e o papel das Relações Públicas é alterar uma situação presente, talvez desfavorável, para um posicionamento futuro mais coeso com a direção dada ao objeto social que se pretende modificar. Com um processo, empregado metódica e sistematicamente, o profissional tem o instrumental necessário para efetivar diálogos duradouros com os diversos grupos de interessados na organização

Para Fortes (2003), é o profissional de Relações Públicas que atua como mediador ente as organizações e os grupos interessados mantendo o fluxo no processo de comunicação.

## **Relações Públicas**

Para compreender as Relações Públicas buscaram-se conceitos a partir dos autores abaixo citados. Sobre a definição de Kunsch (2003) no tocante à comunicação



institucional, é evidente que, por sua natureza, as relações públicas são responsáveis, em conjunto com as demais subáreas, pela construção da credibilidade e pela fixação de um posicionamento institucional coerente e duradouro das organizações.

As relações públicas, para tornar-se mais eficiente trabalham de forma integrada com outras áreas (jornalismo, marketing e publicidade). Essas atuam de formas diferentes, porém, com objetivos comuns.

Como afirma Fortes (2003) na citação acima, o papel das relações públicas é planejar a comunicação de forma estratégica objetivando resultados positivos e favoráveis para as organizações.

### **Jornalismo**

Como as relações públicas o Jornalista têm acesso a todas as informações de uma instituição, como uma diferença entre eles o jornalista pode passar informações para os concorrentes, diferente das relações públicas que detém negociações entre os públicos de interesse. Por esse motivo é necessário que as relações públicas fiquem atentas em tudo que é publicado e exerça uma vigilância sobre qualquer informação vinculada pelos meios de comunicação.

A relação com a imprensa nos dias de hoje é fundamental para os profissionais de comunicação. Todos buscam um espaço no mercado de diversos nichos para atuar, podendo originar atitudes diferentes entre esses profissionais.

Jornalismo é a atividade profissional que consiste em lidar com notícias, dados factuais e divulgação de informações. Também se define o Jornalismo como a prática de coletar, redigir, editar e publicar informações sobre eventos atuais. Jornalismo é uma atividade de Comunicação. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo>).

Entende-se por jornalismo fatos relativos à ciência dos campos das exatas. O jornalismo científico está na divulgação científica onde procura informar os públicos através de reflexões e discussões atuais. As primeiras coberturas no Brasil foram por volta de 1850 de ciências e tecnologias de inovações. Porém o estilo jornalístico científico só obteve destaque mesmo na segunda guerra mundial a partir da década de 1970 nos países desenvolvidos.



## **Publicidade e Propaganda**

Ter credibilidade resulta em uma boa propaganda de seu negócio. Dentro do mundo esportivo a propaganda tem uma função lucrativa e bem elaborada podendo assumir a forma também de patrocínio. O impulso que faz o consumidor a adquirir um produto ou serviço está ligado diretamente na maneira que esse produto ou serviço é colocado na mídia, dessa forma Pitt e Stottar (1986) dizem que a propaganda é um meio controlado, ou seja, a mensagem enviada ao consumidor é cuidadosamente elaborada e controlada pela organização, de modo que seu conteúdo consiste apenas na informação que se deseja que o consumidor receba.

A publicidade é sem dúvida um dos elementos fundamentais na execução da composição promocional. Segundo Pitts k. Stottar (1986) assim como a propaganda, “o principal objetivo da publicidade é chamar a atenção de um determinado produto ou serviço podendo ser muitas vezes gratuita, constitui instrumentos de mídia não-controlado”.

Os conceitos acima apresentados pretendem auxiliar na comprovação da hipótese: que as estratégias de comunicação existente hoje são feitas de forma aleatória e não planejada e a responder a questão problema desse trabalho: de que forma acontecem as estratégias de comunicação da Associação Rionegrinhense de Ciclismo da cidade de Rio negrinho objetivando a divulgação do ciclismo?

## **Veículos de Comunicação dirigida**

Nos dias de hoje as organizações sabem da importância da comunicação em todos os aspectos é importante entender e compreender os veículos da comunicação social pelo qual se dá a intermediação entre a mensagem e o público em questão.

Para transmitir mensagens com clareza faz-se necessário planejar e elaborar o processo de comunicação para que a informação chegue até o receptor com efeitos produtivos através do *Feedback* do público. Com a ajuda dos instrumentos ou veículos essa mensagem chega com mais eficiência de resultados.

Existe dentro da comunicação um meio de deixar ou facilitar o estreitamento das relações entre as pessoas, à comunicação oral. Fortes (2003) diz: preferir a comunicação oral para a troca ou discussão de opiniões e conceitos, com vistas à solução de



problemas, à harmonia e ao consenso, não elimina os outros veículos massivos ou dirigidos, apenas facilita o contato direto, decisivo para esforços das Relações Públicas, ao fornecer uma informação, recepcionar a resposta imediatamente e por permitir a réplica.

Já Kunsch (2004), fala da comunicação dirigida como uma mensagem eficiente, eficaz com resultados propícios ao receptor. Diz também, que se a mensagem for passada de uma maneira estimulada, bem planejada e estruturada, obtém um *feedback* mais rápido do receptor.

Com essa linha de pensamento, tanto Fortes como Kunsch os instrumentos de comunicação dirigida são passadas ao público alvo com muita mais finalidade e apreciação.

A contextualização sobre os veículos de comunicação utilizados pelas organizações possibilitará atingir o objetivo deste estudo que é: identificar as estratégias e veículos de comunicação utilizados pela instituição para divulgar o esporte junto aos públicos de interesse.

## **HISTÓRIA DO CICLISMO**

O ciclismo é o esporte mais praticado em todos os países do mundo, uns por esportes e outros por necessidade urbanística. O surgimento do ciclismo foi no século XIX na Inglaterra e fez parte dos jogos olímpicos desde 1896 realizado em Atenas.

As modalidades do ciclismo estão divididas em três atividades, pista, *Mountain bike* (descida de montanha), estrada e BMX (competições em pistas). Para essas diversas atividades a pista é diferenciada conforme a modalidade sendo pista de:

- Competições de Pista – podendo ser de madeira ou de concreto para essa modalidade e as provas são em velocidade de perseguição individual, em equipes, olímpica e corridas por pontos para o atleta ou para a equipe.
- *Mountain Bike* – é em uma pista de terra com obstáculos naturais. Dentro dessa modalidade há as categorias:
  - *Cross Country* (em terreno irregular com descidas e subidas), *Free Ride* (pistas com saltos e descidas constantes), *Dow Hill* (descida em alta velocidade).
- Competições de Estrada – há duas modalidades nessa categoria; resistência que para os homens o trecho percorrido é de 195 km e para as mulheres é 70 km sempre contra o relógio essa corrida traz muito esforço e exige muita técnica do atleta.



- BMX – ocorre em pista de 350 metros e com muitos obstáculos. E para essa categoria as modalidades são: corridas e manobras radicais.

As competições de níveis internacionais são organizadas pela UCI (*Union Cycliste Internationale*) na Suíça. Já no Brasil é CBC (Confederação Brasileira de Ciclismo).

Com o passar do tempo e com a ajuda da tecnologia cada vez mais se vê a presença do ciclismo como esporte oficial, porém, com muita dificuldade em custear as diversas despesas que este esporte tem. ([www.ufsm.br/gepec/gepechistorico](http://www.ufsm.br/gepec/gepechistorico)).

### **Ciclismo no mundo**

Depois das diversas mudanças, a bicicleta tomou rumos diferentes além de ser somente um meio de transporte. Conseguiu espaço no mundo dos esportes como relata abaixo o texto sobre a história da bicicleta no ciclismo.

Em 1842 o escocês *Kirkpatrick MacMillan* teve a idéia de acoplar a roda motriz um engrenagem que a fazia girar ganhando assim uma velocidade maior na bicicleta da época.

A primeira prova de ciclismo realizada foi em Paris com 123 km de trajeto. O grande vencedor da prova foi o inglês *James Moore* com 12 km/h, uma façanha para a época da introdução desse meio de locomoção transformado, ou melhor, adaptado para as diversas provas de ciclismo que surgia pelo mundo.

Em 1975 o público atingido para assistir uma corrida foi de 18 milhões de pessoas que distribuídas em um trecho do percurso sendo 400 mil espectadores somente em Paris.

Observa-se que o país amante do ciclismo é sem dúvida a França sendo tão popular quanto o futebol e essa análise segue para toda a Europa. Na América o ciclismo se destaca nos países: Uruguai, Chile, México e Colômbia.

O ciclismo na Europa e em alguns países da América tem ainda uma força e os atletas conseguem destaques em grandes equipes e conseguem uma boa colocação no ranking mundial.

Os eventos de ciclismo são visto pela população como um grande esporte perdendo somente para o futebol. ([www.ufsm.br/gepec/gepechistorico](http://www.ufsm.br/gepec/gepechistorico)).



## **Ciclismo no Brasil**

No Brasil, o ciclismo apareceu no final do século XIX juntamente com outro grande esporte de sucesso o futebol. Embora sua popularidade fosse ainda pequena, o desejo de possuir uma bicicleta era tão grande que muitas pessoas procuram saber mais sobre esse novo evento.

No Brasil o ciclismo surgiu praticamente junto com o futebol em 1895. O ciclismo sobreviveu apenas graças ao apoio de algumas empresas privadas, de entidades governamentais apesar do crescente dos jovens interessados.

Somente em 1975 foi inaugurado o velódromo de São Paulo. Diversas provas foram realizadas e hoje o Brasil vem tentando tomar espaço nessa modalidade de esporte, porém muito lentamente. Uma arma forte e positiva para o ciclismo é a associação desse esporte e a saúde, os especialistas esportivos apontam o ciclismo como o esporte de massa em grande expansão especialmente nos países integrantes da união Européia. ([www.ufsm.br/gepec/gepechistorico](http://www.ufsm.br/gepec/gepechistorico)).

## **Ciclismo em Santa Catarina**

A federação de esportes de ciclismo em Santa Catarina faz um trabalho grandioso diante da dificuldade de patrocínios para as associações.

A sociedade recebe bem e contribui com o comparecimento nos eventos efetuados em várias cidades do estado. Doando muitas vezes, o terreno para a prática das diversas modalidades que esse esporte precisa.

A volta de Santa Catarina começou no dia 21 de julho de 1987. O campeão da primeira volta foi o atleta Cássio Paiva com uma diferença de resultado de sete segundos para o segundo colocado o atleta Robson Pacheco.

O evento contou apenas com dez pessoas trabalhando constantemente na organização. A comunicação em massa na época era muito rudimentar entre os jornalistas e os jornais.

Das competições saíram grandes nomes de atletas estaduais, nacionais e internacionais. O patrocínio surgiu em 2001 e 2002 pela Petrobrás que trouxe para os atletas um conforto em hospedarias, investimentos de R\$ 600,00 mil. Hoje a volta de Santa Catarina agora chamada de “*Tour de Santa Catarina*” tem despertado interesse de vários atletas do Brasil para participar do evento. ([www.bikemagazine.com.br](http://www.bikemagazine.com.br)).



## **Associação Rionegrinhense de Ciclismo**

O esporte brasileiro tem hoje projeção internacional pelos resultados que vem obtendo nos eventos olímpicos, para-olímpicos e para atletas do alto rendimento. Mas é fundamental que se ofereça possibilidade de acesso à prática esportiva a toda a população brasileira.

É com esse objetivo que a Rino propõe a implementação da Escola Rino de *Mountain Bike* para a comunidade de Rio Negrinho, fazendo com que os alunos que se destacarem no projeto façam parte da equipe Rino.

RINO este é o nome da equipe de *Mountain Bike* da cidade de Rio Negrinho no estado de Santa Catarina corresponde à fusão de RIO + NEGRINHO.

A equipe Rino foi oficialmente constituída em 2002 e atualmente é composta por atletas, que participam em diferentes categorias do *Mountain Bike*, sendo: *Cross Country* (trilhas com obstáculos naturais); *Dow Hill* (descida de montanha) e *Four-X* (pista construída com obstáculos e muitos saltos)

A RINO é uma entidade legalmente constituída sem fins lucrativos, com CNPJ 05.509.763/0001-86, registrada como Associação Rionegrinhense de Ciclismo, nome fantasia RINO, localizada à Rua Paulo Anton nº. 47 bairro Ceramarte. Também foi declarada pelo município como sendo de utilidade pública.

Composta por jovens atletas de Rio Negrinho e mesmo com o pouco tempo de existência, já conseguiu resultados expressivos no campeonato catarinense e em competições nacionais e internacionais.

A grande satisfação da Rino é representar a cidade e difundi-la através do esporte. Os resultados alcançados até o momento expressam a vontade e a garra dessa equipe em aprimorar suas experiências e perseguir resultados mais interessantes.

Além das metas traçadas para os próximos campeonatos, o objetivo é incentivar o esporte nos pequeninos, pois a bicicleta é um esporte que não polui o meio ambiente e, além do lazer, desenvolve a parte física, exigindo muita disciplina, comprometimento e seriedade.

A Rino tem como objetivo, além dos específicos do esporte, promover a construção não somente de atletas, mas de pessoas melhores com valores éticos e de cidadania. (Dados retirados dos Arquivos documentos da Rino).





## **METODOLOGIA DA PESQUISA**

A pesquisa de opinião contemplou a população de Rio Negrinho, aproximadamente 40.000 (quarenta mil habitantes) a amostra pesquisada foi de 2%, totalizando 800 pessoas da comunidade em geral com um retorno de 720 questionários respondidos no período de 10 de outubro a 25 de novembro de 2008.

Entrevista com os dirigentes da Rino a amostra foi de 4 pessoas com um retorno de 100% dos questionários respondidos no período de 20 de novembro de 2008.

Para melhor compreender o significado de opinião pública e o poder que ela exerce perante a comunicação e o fenômeno que ela causa diante da sociedade, a seguir alguns conceitos.

O fenômeno social, a opinião pública é uma das mais conhecidas expressões que a sociedade contemporânea conhece. Um estado do juízo e valor esboça uma atitude que um indivíduo expressa para formar opiniões autoconscientes.

Segundo Poyares (1970), a opinião pública é um fenômeno social que supõem interação e uma dimensão histórica construtiva, os processos de RP, a partir de um juízo ou, melhor exprimidos, de uma opinião, visam à multiplicação a sua repercussão e fixá-la no espaço-tempo, de modo a influir sobre a comunidade e levá-la a se manifestar em termos de opiniões públicas.

Entende-se que essa necessidade que o homem busca e transforma a cada momento faz sua racionalidade e escolha a entender e a comunicar-se em uma participação de interação social.

Para Fontes (2005), por mais que seja a importância da opinião e apesar de seus extravasamentos atuais, não devemos exagerar se papel, ou seja, a opinião não deve ser confundida com tradição e razão.

Portanto, Fontes (2005) a opinião com respeito e confronto a tradição e a razão e para trabalhar com a opinião, tudo depende da situação e uma não existe sem a outra.

Através da opinião pública busca-se a melhor forma de utilização das estratégias de comunicação.

### **Análises dos dados**

A análise buscou através de síntese dos resultados da pesquisa realizada com a população e com os dirigentes as seguintes respostas;

A pergunta sobre o conhecimento da Associação de Ciclismo (Rino) na cidade de Rio Negrinho. Pode-se observar que a maioria, ou seja, 69% dos entrevistados



responderam que “não” conhecem a Rino. E 31% dos entrevistados responderam “sim”, que conhecem a equipe Rino.

A pesquisa realizada com os dirigentes trouxe a seguinte resposta: perguntou-se como é avaliação do trabalho da divulgação da equipe Rino na cidade de Rio Negrinho, 67% responderam ser “bom” e 33% foi “regular”.

Foi questionado de como obteve esse conhecimento? 37% das respostas foram de “através de conversas com os amigos”, 22% das respostas dessa pergunta disseram que foi através do “jornal” que tinham conhecimento da equipe, 13% das respostas através dos “atletas”, 11% das respostas foram através do “rádio”, 10% das respostas foram através de “cartazes”, com 4% das respostas foram através da “TV”, 2% através da “internet” e 1% responderam “Revista”.

Para os dirigentes a questão foi saber se a população de Rio Negrinho reconhece o trabalho executado da RINO e com 100% das respostas foram unânime no sim.

Foi perguntado se o entrevistado acompanha os campeonatos de ciclismo em que a equipe Rino participa e o resultado para essa pergunta foi de 76% dos entrevistados responderam “não”, 20% das respostas foram “só quando ocorre em Rio Negrinho” e 4% das respostas foram “sim”.

A pergunta aos dirigentes da Rino foi como eles acham que as famílias de Rio Negrinho vêm a prática de esportes na cidade. E 50% responderam que “gostam e acham legais”, os outros 50% que responderam “gostam mais não praticam”.

Conhece os atletas da RINO? 78% das respostas foram “não” e 22% das respostas foram “sim”.

Foram questionadas para os dirigentes quais as atividades organizadas pela equipe Rino e todos responderam que são realizados os seguintes campeonatos *Mountain Bike, Cross Country, Down Hill* e passeios ciclísticos. Além dos campeonatos de ciclismo a equipe Rino está presente em outros eventos realizados na cidade (Moto Cross, gaioleiros, jipe clube entre outros) dando suporte e apoio necessário para o evento.

Foi perguntado aos entrevistados o que eles acham ou pensam sobre a atuação da equipe Rino. E com 63% das respostas foram “não sei responder”, 16% responderam “boa”, 14% das respostas foram “competitiva”, 4% das respostas foram “ótima” e 3% das respostas “fraca”.



Foi questionado nesta pergunta para os dirigentes de como é feito a divulgação das atividades da equipe Rino. A resposta foi unânime, através dos jornais locais e regionais, das rádios e panfletos.

Qual imagem você da equipe RINO? Nesse se gráfico 63% das respostas obtidas foram de “não sei responder, 22% das respostas foram “boa”, 7% das respostas foram “ruim” e 6% das respostas foram “Regular”.

Foi perguntado aos dirigentes de como eles (diretores) da Rino avalia o interesse e participação da população adolescente e infantil nas atividades desenvolvidas pela equipe. Novamente todos disseram que a é bom e tem interesse desse público em questão.

Questionado aos entrevistados se eles lembram alguma marca que patrocinou a equipe Rino e o resultado foi de 100% das respostas “não”.

A pergunta feita aos dirigentes foi na opinião deles qual seria melhor ferramenta de divulgação par atingir um maior número de pessoas da comunidade Rionegrinhense sobre as atividades desenvolvidas na Associação Rino de ciclismo? E em comum acordo todos responderam que são promover mais eventos de ciclismo, campeonatos municipais, estaduais e nacionais. Para atletas profissionais bem como os iniciantes da modalidade.

Foi perguntado aos entrevistados se eles têm interesse em saber mais sobre as atividades desenvolvidas pela equipe Rino 71% das respostas foram “sim” e 29% das respostas foram “não”.

Nessa questão – existe planejamento de comunicação a respostas foram 100% “não”. A justificativa dos dirigentes foi de não terem um profissional capacitado na área para realização desse serviço. E reconhecem a importância de uma assessoria nas campanhas diversas que executam sozinhos e com pouco planejamento. Causando muitas vezes desgastes dos componentes da associação.

Perguntado se o entrevistado acredita que a equipe Rino é importante na divulgação da cidade de Rio Negrinho e 79% das respostas foram “sim” e 21% das respostas foram “não”.

Nessa pergunta foi questionado se há um profissional para fazer as divulgações da Equipe Rino. Novamente a resposta foi unânime “não”.

Questionado se os entrevistados praticam esportes e 78% das respostas foram “não” e 22% das respostas foram “sim”.



Nessa questão foi perguntado como é feito o contato com os patrocinadores. Os dirigentes responderam que é feito através de visitas formais as empresas da cidade. São apresentados aos empresários a *clipagem* dos vários eventos e como eles acontecem (notas de jornais, folders, folhetos, cartazes e fotos). Um material importante diz os dirigentes por que ali esta toda a trajetória de todos os campeonatos realizados.

Na ultima pergunta foi questionado aos dirigentes se existe algum atleta da Rino com patrocinador exclusivo? A equipe Rino possui um atleta Guilherme Hacke, campeão brasileiro de Down Hill na categoria, Juvenil e recebe uma bolsa do governo Federal.

A análise da pesquisa foi feita a partir do cruzamento das respostas da população com a entrevista feita aos dirigentes.

Observou no que se refere ao conhecimento da Associação de Ciclismo (Rino) na cidade de Rio Negrinho que a maioria, ou seja, 69% dos entrevistados responderam que “não” conhecem a Rino sendo assim, constatando que falta um trabalho de divulgação da imagem perante o público, devendo ser trabalhada estrategicamente com os meios de comunicação adequados para cada ocasião. Já na pesquisa realizada com os dirigentes da Rino, perguntou-se como é avaliação do trabalho da divulgação da equipe Rino na cidade de Rio Negrinho. Com 67% responderam ser “bom” percebe-se que existe uma interpretação equivocada dos dirigentes, pois se a divulgação fosse eficaz um número maior de pessoas conheceriam o trabalho da Rino. Os pesquisados que conhecem a Rino obtiveram informações através de conversas com outras pessoas, o conhecido boca-a-boca, caracterizado como comunicação dirigida oral, outros veículos apontados foram o jornal e rádio, pois existe uma boa relação da associação com a mídia local, facilitando assim o envio de *releases* para esses veículos.

Foi questionado aos entrevistados se eles lembram alguma marca que patrocinou a equipe Rino e o resultado foi de 100% das respostas “não”. Diante desse cenário observa-se que os patrocínios no mundo dos esportes são essenciais para uma equipe sobreviver, nota-se que a Rino não conta com nenhum patrocinador para divulgação da equipe. Isso mostra a fragilidade em que essa equipe encontra-se para manter-se atuante, pois o custo desse esporte é elevado.

Os dirigentes afirmam não existir planejamento da comunicação apesar de considerar importante e necessário à presença de um profissional adequado para desenvolver essa atividade.



A partir dos dados da pesquisa e da fundamentação teórica do presente trabalho conclui-se que apesar do potencial da Rino é necessário o planejamento da comunicação com foco na divulgação desse esporte. A análise da pesquisa nos possibilitou identificar as estratégias e veículos de comunicação utilizados pela instituição para divulgar o esporte junto aos públicos de interesse – objetivo principal desse estudo. Também foi possível responder a questão problema desse trabalho: de que forma acontecem as estratégias de comunicação na Rino objetivando a divulgação do ciclismo? A Rino não possui planejamento de comunicação, não tem um profissional adequado para essa função, trabalha exclusivamente na participação e organização de eventos específicos, obtendo da mídia local cobertura para esses eventos. Como estudamos na teoria a Rino poderia se utilizar de diversos veículos de comunicação para se posicionar junto ao público-alvo, obtendo assim mais reconhecimento e podendo assim conquistar novos parceiros e novos atletas.

## **METODOLOGIA DA PESQUISA**

### **Universo da Pesquisa**

Os universos pesquisados foram à população 40.000 pessoas na cidade de Rio Negrinho - SC. A margem de 2% Na primeira pesquisa (01) foram 800 questionários já a segunda pesquisa foram 04 questionários.

### **Amostra da Pesquisa**

Na primeira pesquisa elaborada, 720 responderam correspondendo a 95%. Na segunda pesquisa os 4 responderam correspondendo a 100% das amostras coletadas

A população de Rio Negrinho conta atualmente com 40.000 habitantes sendo considerado um coeficiente de amplitude da amostra da pesquisa de campo sendo que, para um universo de 701-1000 a amostra é de 2% dos pesquisados. (Fonte: H. Arkin & R. Colton, *Tables – For Statisticians; in Pesquisa o que é e para que serve*. Ed. SEBRAE, Brasília, 1995).

### **Local da Pesquisa**

Realizou-se no município de Rio Negrinho – Santa Catarina.



### **Período da Realização da Pesquisa**

A primeira pesquisa foi realizada nos períodos do dia 10 de outubro a 25 de novembro de 2008. A segunda pesquisa foi realizada em 20 de novembro de 2008.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo desse trabalho de término de curso trouxe uma experiência para a acadêmica de Relações Públicas na área de pesquisa e coletas de dados necessários e importantíssimos para resultados de um processo de estratégias de comunicação para divulgação da equipe Rino de ciclismo da cidade de Rio Negrinho.

A pesquisa bibliográfica bem como todos os autores estudados e citados nesse trabalho foi à soma de experiências e exemplos a serem seguidos e reutilizados nos dias atuais para garantir um planejamento de comunicação eficiente e estruturado, utilizando os veículos de comunicação adequados para cada situação.

Foi efetuado duas pesquisas uma para a comunidade e a outra para os dirigentes da Rino, e observou-se através das análises que, a instituição necessita de um trabalho de comunicação para melhorar sua divulgação. Percebeu-se que a comunidade está pronta a receber informações sobre a equipe e suas diversas atividades.

Os dados revelam também que a necessidade de inserir o esporte como atividade física na população está presente, porém, pequena ainda por parte de órgãos públicos e privados de Rio Negrinho – SC e região. Sendo o ciclismo um esporte que exija um custo e manutenções elevadas, a presença de patrocinadores e voluntários é importante e necessária para a sobrevivência da associação de ciclismo.

Nota-se que as pessoas gostam de bicicleta e praticam ciclismo mesmo que seja amador ou somente por lazer, mas, utilizam desse veículo tão saudável para saúde física, mental e um grande aliado contra poluição ambiental.

Constatou no presente estudo que a falta de planejamento adequado de comunicação está prejudicando o relacionamento entre a Rino e seus públicos, pois esse tipo de instituições necessita da opinião favorável para manter-se ativa.

Pode-se concluir que esse estudo não se esgota com esse trabalho podendo ser ampliado a outras equipes e instituições esportivas, esse campo é vasto e instigante para qualquer área de conhecimento.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FORTES , Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: Processo, Funções, tecnologia e estratégias**: 2. Ed São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **O profissional de Relações Públicas**. 1. Ed São Paulo: Pioneira, 1997.

\_\_\_\_\_. **Planejamentos de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4 Ed. São Paulo: Summus, 2003.

STOTLAR, Brenda G. Pitts: **Esportes**: 1. Ed São Paulo: Phorte, 2002.

H. Arkin & R. Colton, *Tables – For Statisticians*; in **Pesquisa o que é e para que serve**. Ed. SEBRAE, Brasília, 1995.

POYARES, Walter Ramos. **Comunicação Social e Relações Públicas**. Editora Livraria Agir, 1974.

**História do ciclismo – condicionada à história da evolução da bicicleta**. Disponível em: [www.ufsm.br/gepec/gepechistorico.html](http://www.ufsm.br/gepec/gepechistorico.html) Acesso em 17 dez. 2008.

**Mas histórias do ciclismo no mundo**. Disponível em: [www.ufsm.br/gepec/gepechistorico.html](http://www.ufsm.br/gepec/gepechistorico.html). Acesso em 14 dez. 2008.

**Mas histórias do ciclismo no Brasil**. Disponível em: [www.ufsm.br/gepec/gepechistorico.html](http://www.ufsm.br/gepec/gepechistorico.html). Acesso em 17 dez. 2008.

**História do ciclismo em Santa Catarina**. Disponível em: [www.bikemagazine.com.br/index.php?option](http://www.bikemagazine.com.br/index.php?option). Acesso em 17 dez. 2008

**Definição sobre Jornalismo**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo>. Acesso em 17 jan. 2009.