

**UNIVERSIDADE POLITÉCNICA
A POLITÉCNICA**

Escola Superior de Gestão, Ciências e Tecnologias

CURSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

**“O contributo do Marketing desportivo na promoção do futebol e geração do
emprego em Moçambique – O caso do Grupo Desportivo de Maputo**

Marco Gomes da Silva

Maputo

2018

UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

A POLITÉCNICA

Escola Superior de Gestão, Ciências e Tecnologias

CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

“O contributo do Marketing desportivo na promoção do futebol e geração do emprego em Moçambique – O caso do Grupo Desportivo de Maputo

Trabalho apresentado à Universidade Politécnica, ESGCT, como requisito parcial para a obtenção do grau de licenciado em Ciências da Comunicação, realizado sob supervisão do Mestre Hélio de Sousa.

Marco Gomes da Silva

MAPUTO

2018

Parecer

Mestre Hélio Alberto Coutinho de Sousa

Declaração de Honra

Declaro por minha honra que este Trabalho é resultado de pesquisa pessoal e obedeceu os critérios em vigor na Universidade Politécnica. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto e na Bibliografia.

Janeiro 2018

À minha Mãe, ao meu Avô e ao meu tio “Cheta”, que apesar de não estarem presentes, estarão sempre no meu coração. Obrigado por terem sempre acreditado em mim.

Agradecimentos

A conclusão deste trabalho não resulta apenas de empenho pessoal, como também de um conjunto de esforços que me levaram ao alcance do meu objectivo. Quero expressar o meu maior agradecimento àqueles que me encorajaram a atingir este marco tão importante da minha vida.

Começo por agradecer **a Deus**, por me ter dado saúde e por nunca me deixar desistir. Obrigado pelo dom da vida.

Ao meu Pai, por sempre me pôr à frente de tudo e todos. Pelas noites mal dormidas, pelas preocupações em busca do meu conforto e bem-estar. Agradeço a amizade, o companheirismo, a motivação, pelo exemplo de vida que me inculuiu e por me lembrar sempre que, afinal, com dedicação e empenho, tudo se consegue.

À minha Avó que sempre me recebeu com um sorriso gigante. Que quando era altura de descansar, voltou a arregaçar as mangas para me recriar. Por ter sido uma ensinadora de valores e normas que não têm preço.

À minha família e amigos. Pela motivação, amizade e apoio.

Aos meus professores, em especial ao meu tutor, Mestre Hélio Coutinho de Sousa que aceitou embarcar comigo nesta jornada. Obrigado pela constante motivação e gentileza.

Aos meus colegas, agradeço o apoio, a amizade e o companheirismo. **Ao Grupo Desportivo de Maputo** por me receber e por me facilitar no que fosse preciso.

Aos membros da Federação Moçambicana de Futebol, do Ministério da Juventude e Desportos e Ministério do Trabalho, por me concederem entrevistas e por me mostrarem a outra face do desporto em Moçambique.

Por fim, mas não por último, à **Persila**, por me ajudar quando mais ninguém ajudou, por acreditar em mim incondicionalmente, pelo apoio nos momentos de exaustão, pela disponibilidade, amizade e amor.

Muito obrigado!

Resumo

O desporto tem como principal característica a união de massas. Une pessoas em busca do mesmo propósito, não precisando de nenhuma segmentação¹. O desporto une através do entretenimento que gera. Emoção, paixão e amor são sentimentos vivenciados pelos amantes das diferentes modalidades desportivas.

Com o desporto, diversas pessoas estão directamente envolvidas. O desporto permite a criação de postos de trabalho, proporcionando, deste modo, melhores condições de vida para as pessoas, entre outros.

O desporto, além de ser um meio de entretenimento, constitui um negócio que, conseqüentemente, gera milhares de postos de emprego.

O presente trabalho pretende entender como é que uma prática desportiva – neste caso, o futebol - em Moçambique, deve ser vista, entendida e sobretudo analisada, na perspectiva que já mencionámos.

Procuraremos estudar o departamento de *Marketing* – se houver – de um clube nacional: O Grupo Desportivo de Maputo. Queremos compreender quais são os seus contributos nos novos conceitos de *Marketing* (desportivo, de relacionamentos, entre outros) e como é que este clube gera receita, oferece postos de emprego – melhorando assim, em última instância, os níveis da economia nacional - como conquista os seus sócios e, finalmente, quais são os seus contributos para a prática e evolução do futebol, em Moçambique.

Palavras chave: *desporto, união, sentimentos, postos de trabalho, negócio, marketing, Grupo Desportivo de Maputo, futebol*

¹ Dividir e escolher o público alvo

Índice

Capítulo I.....	11
1.1 Problema de Pesquisa.....	12
1.2 Justificativa	13
1.3 Resultados esperados	13
1.4 Motivações e Contribuições.....	14
1.5 Formulação dos objectivos de pesquisa.....	14
1.5.1 Objectivo Geral.....	14
1.5.2 Objectivos Específicos.....	15
1.6 Limitações da Pesquisa	15
1.7 Metodologia de Pesquisa	15
1.7.1 Tipo de Pesquisa:	15
1.7.2. Tipo de Amostra e Variáveis de análise	16
1.7.2 Caracterização da técnica de recolha de dados.....	16
1.7.4. Tratamento e análise de dados	16
Capítulo II	17
2.1.1 O que é Desporto?.....	17
2.1.2 Quem faz desporto? Por que razão?.....	19
2.1.3 Relação entre postos de trabalho e desporto	20
2.1.4 Futebol - Breve Historial.....	23
2.1.5 Origens Culturais do Futebol	25
2.1.6 Evolução do futebol.....	27
2.1.7 Recursos Humanos no Futebol	28
2.1.8 Treinador.....	28
2.1.9 O Adepto entra nos recursos humanos ou no cliente?.....	29
2.1.10 Jogador de Futebol	30
2.1.11 Organização do Futebol no Mundo.....	32
2.2 O que gera o futebol?.....	34
2.3 Geração de Rendimentos no futebol.....	37
2.4 Parcerias e Cooperações do Futebol.....	40
2.4.1 Mercado de Futebol	42
2.4.2 Profissões Desportivas	43
Capítulo III.....	44
3.1 Grupo Desportivo de Maputo	44
3.1.1 Análise dos Dados.....	46
6.1 David e Martinho – Antigos membros da Federação Moçambicana de Futebol e Ministério da Juventude e Desportos.....	I

6.2	Sem identificação – Membro da Federação Moçambicana de Futebol	III
6.3	III. Gina Tembe – Funcionária do Ministério do Trabalho	IV
6.4	Lázaro e Leonel – Adeptos de futebol	V
6.5	VI. Jossefa Banze – Administrador do Clube Grupo Desportivo de Maputo.....	X
6.6	VII. Pedro Siteo – Chefe do Departamento de Futebol do Clube Grupo Desportivo de Maputo	XII
6.7	VII: Erasmus Carlos – Treinador da equipa sénior do Clube Grupo Desportivo de Maputo	XV
6.8	IX. Edson Mexer – Jogador de Futebol/Ex-jogador do Clube Grupo Desportivo de Maputo	XVII

Capítulo I

1 Introdução

O presente trabalho enquadra-se no processo de culminação do Curso de Ciências da Comunicação, obedecendo os requisitos da Universidade Politécnica. Enveredou-se pela discussão do marketing desportivo, visando entender a contribuição desta ferramenta na promoção do futebol, e consequentemente a geração de emprego, a partir do estudo do Grupo Desportivo de Maputo.

Para o alcance do que se pretende, recorreu-se aos conceitos de *marketing* e de desporto. Começa-se pelo conceito de *marketing* apresentado por Kotler (1996), que se refere a esta área do saber como sendo uma actividade humana dirigida, para a satisfação das necessidades e desejos, através dos processos de troca.

Sbrighi (2006), traduz a utilização do desporto como ferramenta de comunicação corporativa ou institucional, actividade que se enquadra no *marketing* desportivo. O desporto enquadra várias diferentes disciplinas e modalidades desportivas, dentre elas o futebol.

A organização de provas de futebol envolve-se recursos humanos, materiais e financeiros, que obriga a constituição de uma equipa de trabalho multidisciplinar, para pôr em prática o jogo e vender o espectáculo proporcionado.

Partindo do pressuposto que o futebol já não é somente uma actividade de entretenimento, Drucker, Peter F. (2001) define *negócio* como a posse ou a participação em uma empresa que gera renda. Ou seja, tem o principal objectivo de administrar recursos financeiros para gerar bens (tangíveis ou intangíveis) e serviços. Logo, definimos que o futebol é um negócio, que gera inúmeros postos de trabalho.

O futebol é um desporto colectivo, jogado por 11 jogadores (em cada equipa) e tem como objectivo encontrar um vencedor – aquele que marcar mais golos na baliza do seu adversário. A partida de futebol tem 90 minutos, divididas em duas partes de 45, contando com um intervalo de 15 minutos. Também fazem parte do jogo dois árbitros principais e mais 2 auxiliares (aqueles que regulam a partida consoante um conjunto

de leis estabelecidas por um órgão regulamentador), um conjunto de treinadores, médicos e assistentes de campo. (dicionário Priberam)

O Grupo Desportivo de Maputo foi o clube escolhido, devido ao seu historial no país. Trata-se de um clube que além de ter várias modalidades em funcionamento, o futebol é aquela que apresenta um percurso histórico de sucesso, seja em títulos vencidos, assim como a sua boa reputação na formação de jogadores.

O estudo inicia com a apresentação dos principais conceitos que orientam a discussão que se traz, que servirão de “molde”, para numa segunda parte compará-los com resultados obtidos em entrevistas feitas ao Grupo Desportivo de Maputo. Desse modo, os resultados obtidos em entrevistas e os termos teóricos serão também uma amostra se, em Moçambique, o desporto pode ser visto como um negócio e, caso não, o que é necessário fazer – tendo um suporte da Lei do Desporto da República de Moçambique.

1.1 Problema de Pesquisa

O *marketing* desportivo está em ascensão em diversos países, tornando-se, cada vez mais, uma ferramenta utilizada para alavancar o desporto, com destaque para a modalidade de futebol, e por via disso gera postos de trabalho.

O emprego aparece como umas das principais crises das sociedades. Os governos procuram alternativas ao emprego tradicional, estimulando estratégias de orientadas para o desenvolvimento de áreas que outrora não eram vistas como verdadeiras actividades de negócio e de absorção de mão-de-obra, como a cultura e o desporto, que movimentam milhares de pessoas.

A formação de recursos humanos no desporto, mais concretamente, no futebol, é vista como um dos principais factores para o desenvolvimento desportivo, pois assume um papel de extrema importância porque da qualidade do enquadramento técnico dependerá a qualidade da prática desportiva. Dessa formação diversos postos de emprego podem ser ocupados.

Torna-se, por isso, importante desenvolver novas formas de motivar os formadores a fazer a sua actividade com mais empenho, pois o desporto deve ser visto, também, como uma fonte de receitas para o Estado, uma vez que produz, ou deveria produzir diversos postos de emprego e gera receitas.

Partindo do princípio que o futebol é o desporto que mais cativa as pessoas no Mundo, e Moçambique não constitui excepção, pretende-se saber *como o Marketing desportivo, através da promoção do futebol, pode contribuir para a criação de novos postos de trabalho, em Moçambique?*

1.2 Justificativa

A realização deste trabalho justifica-se pela necessidade de se aprofundar conhecimentos sobre *marketing* desportivo, desporto e futebol, a partir de um estudo que versa um clube moçambicano, o Grupo Desportivo de Maputo. Também, procura-se, desenvolver competências na elaboração de pesquisas em profundidade, como é o Trabalho de Fim de Curso. Por último, o documento é apresentado em cumprimento dos requisitos de culminação de curso, da Universidade Politécnica.

1.3 Resultados esperados

- Contribuir com um estudo, que realce a importância do Marketing na promoção do desporto, partindo da modalidade de futebol, e na geração de empregos em Moçambique;
- Contribuir, através de soluções práticas, para o trabalho que é feito pelo Grupo Desportivo de Maputo;
- Aprimorar a nossa capacidade de pesquisa no campo desportivo, visando um levantamento de possíveis soluções para a redução do desemprego, em Moçambique.

1.4 Motivações e Contribuições

Por ser um desporto que consegue unir pessoas, o futebol, é um desporto que tem a capacidade de as unir em sentimento. O futebol é emoção e todos os dias evolui para que este sentimento seja ainda maior e mais forte. É certo que a evolução é diferente de região para região. Em Moçambique, por sinal, é grande.

Por essa razão – já que partimos com o pressuposto de que a comunicação desportiva, no país, é precária e por essa razão a qualidade do desporto acaba por ser má - pretendemos entender e aprofundar o conhecimento sobre a relação entre a comunicação, motivação e qualidade na geração de lucro para o benefício do futebol e também para o benefício da economia.

A escolha deste tema pretende mostrar que o desporto, sendo ele bem gerido, pode motivar os *skateholders* e, por fim, pode ser uma alavanca para a geração de novos postos de trabalho, sobretudo em tempos de crise.

Acreditamos que com a escolha deste tema, o nosso conhecimento pela sua paixão – o futebol – irá aumentar e conseguirá enriquecer o nosso desempenho profissional.

Cristovam Buarque, um pensador Brasileiro, numa das suas célebres frases disse:

“O Brasil ficou entre os 8 melhores do mundo no futebol e ficou triste. É 85º em educação e não há tristeza.”

1.5 Formulação dos objectivos de pesquisa

1.5.1 Objectivo Geral

- Perceber como o *marketing* pode impulsionar o desporto, concretamente a modalidade de futebol, de modo a gerar postos de trabalho em Moçambique.

1.5.2 Objectivos Específicos

- Descrever as estratégias de marketing, que podem ser usadas na promoção do desporto, neste caso o futebol, e consequentemente gerar postos de trabalho.
- Identificar as estratégias de marketing que são usadas pelo Grupo Desportivo de Maputo, na promoção do desporto, e do futebol em particular, e verificar se as mesmas possibilitam a geração de postos de trabalho.

1.6 Limitações da Pesquisa

Todo o método tem possibilidades e limitações, daí ser conveniente antecipar-se a possíveis críticas dos leitores, informando quais as limitações sofridas pela pesquisa que, todavia, não invalidaram sua realização, como indica Vergara (1997:59). As limitações desta pesquisa residem nos seguintes aspectos:

- Por se tratar de um trabalho, onde somente se irá abordar uma modalidade desportiva (o futebol), os resultados não podem ser aglomerados às restantes práticas desportivas;
- Por se tratar de uma pesquisa relativamente nova, em Moçambique, existe pouca bibliografia nacional que possa servir de base para estas pesquisas, sendo necessário recorrer a autores estrangeiros;
- Dificuldades de acesso às fontes primárias devido a factores ligados à inexistência de estudos sobre esta matéria.

1.7 Metodologia de Pesquisa

1.7.1 Tipo de Pesquisa:

A investigação deste trabalho baseou-se na pesquisa qualitativa e também a quantitativa. A pesquisa qualitativa é descritiva e não requer uso de métodos de tácticas estáticas. A pesquisa quantitativa traduz opiniões e informações em números para classificá-las e analisá-las. Gil (1991). Para tal, foi elaborado um estudo de caso – que é quando se faz um estudo exaustivo e profundo de um ou mais objectos de maneira que se possa transmitir conhecimentos de uma forma precisa. Gil (1999)

1.7.2. Tipo de Amostra e Variáveis de análise

Para os dados obtidos realizou-se o tratamento quantitativo, mediante o uso da amostra não aleatória sistemática, onde a escolha dos elementos da amostra é feita de forma não-aleatória, justificadamente ou não. A escolha é intencional ou por conveniência, considerando as características particulares do grupo em estudo ou ainda o conhecimento que o pesquisador tem daquilo que está investigando. Antunes. R. (2011).

1.7.2 Caracterização da técnica de recolha de dados

O trabalho baseou-se na pesquisa bibliográfica e entrevistas estruturadas. Segundo Lakatos (1992:44) “A pesquisa bibliográfica pode, portanto, ser considerado também como o primeiro passo de toda pesquisa científica”. A finalidade do mesmo foi auxiliar na compreensão do que é *Marketing* Desportivo e de como o futebol gera rendimentos. Entrevistas estruturadas é a técnica de colecta de dados na qual as perguntas são formuladas e respondidas oralmente. Trata-se, portanto, de uma conversação metódica, que proporciona ao entrevistador as informações solicitadas.

1.7.4. Tratamento e análise de dados

Com diversas entrevistas realizadas e pesquisa bibliográfica, elaboramos um tratamento descritivo dos dados recolhidos – onde realiza-se o estudo, a análise, o registo e a interpretação dos factos obtidos no campo. Sebrae (2001).

Capítulo II

2 Fundamentos Teóricos

Este capítulo pretende demonstrar alguns conceitos em redor do desporto estabelecidos por alguns especialistas da área. Com estes conceitos, o trabalho conseguirá fazer com o que pesquisador esteja fornecido de informações correctas.

2.1.1 O que é Desporto?

A Grande Enciclopédia Larousse (Vol. 21. 1975) destaca o carácter individual ou colectivo do jogo, que se manifesta em exercícios físicos, que estão geralmente ligados a uma perspectiva de competição.

Georges Hébert, (1925 :7) define o Desporto como “todo o género de exercícios ou de actividades físicas tendo por fim a realização de uma performance e cuja execução repousa essencialmente sobre um elemento definido: uma distância, um tempo, um obstáculo uma dificuldade material, um perigo, um animal, um adversário e por extensão, o próprio desportista”.

O exercício físico sempre foi uma preocupação no seio da sociedade. Já desde os tempos da monarquia que o desporto fazia parte do quotidiano das pessoas. O desporto baseava-se em alguns jogos tradicionais que eram regulamentados de acordo com determinadas tradições locais e também muito ligadas a aspectos utilitários da sociedade agrícola.

Elias (1992) afirma que somente após a passagem da sociedade agrícola para a sociedade industrial é que ocorreu o processo de “desportivização” daquelas que eram as actividades livres das pessoas. Este processo foi seguido pelo desenvolvimento industrial que resultou numa transformação significativa no modo como as pessoas trabalhavam.

Desse modo, definimos e estabelecemos que o desporto é uma prática – pode ser motivadora e geradora de bem-estar nas pessoas. É uma actividade. O desporto é um

modo de estar e de viver. Permite que regulemos a nossa actividade física e psíquica². Ainda nesta linha de pensamento, Bernard Gillet (1961), defende que o desporto deve ser visto como uma ferramenta educacional, formativa e também política como meio para atingir um objectivo, e por essa razão é necessária a disciplina, organização e força.

O Desporto é uma actividade de lazer que permite que os Estados tenham controlo sob as ocupações específicas de lazer, em tempos recentes. É também uma forma de interacção entre os indivíduos. É uma actividade que tem influência no panorama social e, certa forma, no panorama económico. Elias (1992)

Segundo Campos (1976) existem diversos objectivos acumulados na prática do desporto. O autor menciona que existem três vertentes do desporto. A primeira relaciona-se com o corpo e a mente e funciona como um desejo natural de expandir o máximo a saúde e também o físico e, conseqüentemente, o desenvolvimento muscular.

O segundo aspecto liga-se à religião, pois o autor entende que a religião sempre desempenhou um papel fundamental para a prática desportiva. “(...) também neste campo, vejamos, como constante histórica, o elemento religioso a inspirar, fortalecer e orientar, sempre e em toda a parte, o ideal desportivo nas suas mais variadas e complexas manifestações.” (Campos, op.cit.:13).” E por fim, o desporto foi sempre utilizado como “ (...) fidelidade aos deveres do próprio Estado” (Campos, op.cit., :14). Ou seja, o Estado, através do desporto, procura a disciplina e organização das Sociedades.

O Desporto assume-se nos dias de hoje como um dos fenómenos mais importantes da Sociedade Contemporânea. Neto (1992). Acreditamos que a razão por detrás deste fenómeno se prende com o facto de o desporto ter mudado e evoluído. Já aqui mencionámos esta prática como uma actividade de lazer e recreação, porém, ainda não mencionamos o Desporto como uma competição. TOWNSHEND, C. R.; Begon, M.; Harper, J. L (2010). definem *competição* como uma rivalidade entre espécies

² "Para desenvolver a inteligência necessário se torna exercitar antes de tudo o corpo. O jovem deve ser robusto, ágil como um selvagem ao qual a força física e a inteligência nativa crescem paralelamente no seu estado de liberdade." (Rousseau in Schermann, 1954, p.12).

iguais ou diferentes, individuais ou concorrentes que lutam com vista à obtenção de um determinado ganho. Dessa forma, o Desporto consegue ter impacto na vida de um cidadão e isto ocorre em situações que o tempo que cada cidadão passa a absorver informações dos meios de comunicação, a forma como cada cidadão participa em eventos desta natureza e como cada cidadão consome cada publicidade. Parlebas (1981). O autor ainda afirma que o Desporto é e deve ser constituído por um conjunto de actividades que se sujeitam a regras rígidas, códigos precisos segundo estruturas e dinâmicas organizadas de forma universal, independentemente da situação ou do espaço geográfico em que se realizam.

2.1.2 Quem faz desporto? Por que razão?

Já mencionámos anteriormente que o desporto é uma prática que envolve diferentes objectivos. Desde a competição, passando pelo lazer, até ao bem-estar.

A prática desportiva é composta por diversas modalidades e, todos os dias, estas vão aumentando, fazendo com que existam mais praticantes e, conseqüentemente, mais adeptos. Beileirão (2013).

O desporto tem sido uma das principais distrações dos jovens e também dos mais velhos, uma vez que lhes proporciona muito espetáculo. Gillet (1961). O autor Chabert (1999) destaca o desporto como estando num patamar de movimento social, uma vez que ocupa as pessoas nos seus tempos recreativos, desenvolvendo dessa forma laços afectivos entre as pessoas que formam a nossa sociedade, o bem-estar e boa condição física, ou seja, melhoria da qualidade de vida.

As pessoas enveredam pela prática desportiva, quer de forma amadora, quer profissional, porque o desporto, quando correctamente orientado, apresenta-se como um dos principais meios educativos e formador dos cidadãos que pretendem ter bons níveis de saúde ou ainda rendimento profissional e também como factor fundamental para o desenvolvimento sociocultural e turístico. Araújo (1998)

O *Livro Branco sobre o Desporto* (2007:6) destaca que devemos olhar para o desporto como um gerador de valores individuais ou colectivos que contribuem para

as realizações de cada um e promovendo, desse modo, a cidadania activa e participação comunitária de cada um. O autor afirma ainda que o “(...) espírito de equipa, a solidariedade, a tolerância e competição leal...” tem ajudado aos cidadãos a conseguirem ter mais mecanismos na resolução dos seus problemas, a aproximarem-se e viver de uma forma harmoniosa.

2.1.3 Relação entre postos de trabalho e desporto

Devemos começar por definir a palavra emprego. Viana (2012) afirma que emprego é ocupar alguém num ofício, ou seja, dar-lhe um posto de trabalho e, assim, conseguir receber dinheiro ao fim de um determinado tempo (acordado entre o empregado e empregador).

Já aqui deixamos a entender que o desporto é uma prática que deve ser organizada, uma vez que cada modalidade tem envolvido um conjunto de regras e normas³. A sua prática varia perante os objectivos. Esse conjunto de regras requer que haja pessoas envolvidas para garantir que a sua prática ocorra de uma maneira correcta.

O Comité Olímpico de Portugal *in* “Desporto, Crescimento Económico e Emprego” (2015) acredita que devemos olhar para o desporto como uma área que tem mão-de-obra extensiva.

A Revista Portuguesa de Ciências do Desporto (Vol. 1. 2001:88) afirma que “(...) as oportunidades profissionais que estão a surgir num mundo em que os empregos interessantes estão a rarear, demonstram que estamos em presença de uma dinâmica de afirmação no quadro das oportunidades de emprego para as novas gerações.” Este é um reflexo da importância que o desporto tem vindo a ganhar com o passar do tempo e também de como devemos começar a olhar para o desporto. Assim, Pires (2007) afirma que “ O desporto precisa de uma gestão.” Esta gestão, por sua vez, precisa de um gestor/educador. (Figueiredo, 1995).

³ A este conjunto de normas e regras chamamos de direito desportivo.

O desporto tem sido responsável por criar diversos postos de emprego. Na UE⁴, por exemplo, nos últimos anos, segundo dados do Comité Olímpico de Portugal, os sectores de cultura, de recreação, desportivos, de educação, de restauração e hotelaria, são os que mais se beneficiam desta actividade.

Em 2010, na África do Sul, com a realização do mundial de selecções de futebol da FIFA diversos postos de trabalho foram criados e os benefícios para o país foram e são visíveis. Cuttie (2014) afirma que a África do Sul projectou este evento com 2.3 biliões de *rands*⁵ e no fim do evento o país registou um total de 39.3 biliões da mesma moeda. Estes valores são reveladores da capacidade do desporto em melhorar níveis económicos de um país.

É preciso mencionar que cada modalidade é regulada por um conjunto de regras, que por sua vez, são estabelecidas por uma federação. Estas, são responsáveis por assumir um espaço institucionalizado que permite que os seus protagonistas (amadores ou profissionais) tenham a capacidade de deslocamento. Cada federação é dirigida por diversas pessoas, criando assim mais postos de emprego. Esta pode ser considerada uma visão mais ampla, ou seja, uma visão macro. Por outro lado, existem as entidades desportivas, ou seja, os clubes desportivos. Estes, também albergam imensos postos de trabalho, passando dos atletas até ao Presidente, não esquecendo os médicos, os roupeiros, entre outros. (Revista Portuguesa De Ciências De Desporto, 2001).

Ao falarmos sobre postos de trabalho, diversos autores explicam-nos que, dessa forma, aparece um novo modelo de desporto: o desporto de educação. Este modelo baseia-se fundamentalmente em ensinar as pessoas a praticar uma determinada modalidade. Assim, surge a Educação Física que é “destinada a toda a gente.” Pires (2003). Nos últimos anos, a Educação Física tem assumido um papel fundamental na educação e formação de um cidadão e por essa razão, é cada vez mais importante formar e empregar pessoas certas que tenham a capacidade de ensinar. Nogueira (1996).

Ao mencionarmos a área de educação, não podemos deixar de falar sobre a relação que esta tem com a formação de novos postos de trabalho. O desporto deve ser

⁴ União Europeia

⁵ Moeda Sul-africana

compreendido e para isso é preciso que seja ensinado. (Pires, 2007). Por outro lado, os sectores envolvidos pelo desporto (turismo, gestão de eventos, etc.) carecem também de uma formação. Assim, chegamos à conclusão que formações, somente, em desporto não são suficientes para a geração de novos postos de trabalho, uma vez que estas não têm trazido respostas eficazes as mudanças sociais. (Daylchuck, 1999). Por outro lado, a formação para quem está enquadrado no mundo do desporto deve ser específica e diferente de outras formações. Gerir uma entidade desportiva requer conhecimentos específicos e, nem sempre, universais. Cada entidade desportiva pode aprender com outra entidade, porém, não vai seguir a mesma ideologia na forma de gestão e é sobre este principio que a formação baseada na gestão de desporto deve estar focada.

Hoje, devemos e podemos dizer que o desporto tem importância para a economia mundial. Como mencionamos anteriormente, sectores como o do turismo são de extrema importância para a economia de um país. Este sector pode oferecer um grande contributo através do desporto. As entidades desportivas, federações e órgãos reguladores são obrigados a deslocarem-se com bastante frequência e, dessa forma, são muito importantes para este – e outros (restauração, comunicação social, etc.) – sector. Dados da UE, mostram que o desporto tem sido responsável pela criação de 4,46 milhões de postos de trabalho naquela zona e, por esse motivo, Pires (2007) acredita que o desporto representa uma indústria de trabalho intensivo em crescimento.

O desporto consegue oferecer diversos serviços e produtos que, por sua vez, podem oferecer ajuda a diversos nichos⁶ específicos de um sector para se desenvolver, dependendo das ofertas e procuras de um determinado país. (Aguilar, 2016)

Parks (1991) considera que o desporto tem oferecido diversas oportunidades profissionais com tendência para o crescimento e acredita que é preciso reforçar a necessidade de saber a colocação e, também, o estatuto profissional daqueles que trabalham no domínio da gestão do desporto. O autor menciona que também novos

⁶ Segmentos de mercado

cargos têm sido criados: directores técnicos, secretários técnicos, directores gerais, técnicos de pelouros⁷ desportivos, gestores de marketing, porta-vozes, relações públicas,

2.1.4 Futebol - Breve Historial

O futebol – *de II*⁸ -, ao longo dos anos, vem sendo muito estudado por diferentes áreas académicas. Desde a sociologia, a antropologia, a história e até à educação física.

A sua popularidade relaciona-se directamente com a sua capacidade de mobilizar massas.

Sendo o futebol um dos desportos mais populares do mundo – se não até, o mais popular - é fundamental que se conheça a sua origem.

Não se sabe ao certo a sua origem, mas diversos historiadores (Cozac, 2008; Murad, 2007; Netto, 2002; Brunoro e Afif, 1997) afirmam terem descoberto o jogo da bola em várias culturas antigas. Esses jogos, não eram futebol, sobretudo porque as regras não eram iguais.

Na China Antiga, por volta de 2500 a.C., os militares chineses eram conhecidos por praticar um jogo que também servia de treino militar. Após os combates, formavam-se equipas para chutar a cabeça de soldados inimigos. Com o tempo, as cabeças dos inimigos foram sendo substituídas por bolas de couro revestidas com cabelo.

Formavam-se duas equipas com oito jogadores e o objectivo era passar a bola de pé em pé sem deixar cair no chão, levando-a para dentro de duas estacas colocadas em campo. Estas estacas eram ligadas por um fio de cera, com dez metros de distância uma da outra. (Kids, 2008)

Há relatos de uma prática desportiva parecida com o futebol há mais de 2600 a.C., no Japão: era chamado de “Kemari”, um desporto tradicional, utilizado na época para a

⁷ Ramos de serviço

⁸ Admitindo a existência de outras formas de jogar futebol, definimos *o de II* como sendo o mais imperioso de se analisar;

prática de exercícios físicos. A peculiaridade desse era a bola de 22 centímetros, feita a partir de cabelos e crinas de animais (Duarte, 2005)

Por sua vez, a Europa conheceu o futebol na Grécia, Roma e mais tarde na Inglaterra. Na Grécia e Roma, Epyskiros era o nome do desporto. Neste jogo, os soldados dividiam-se em duas equipas de nove jogadores cada e jogavam num terreno de formato rectangular. Em Esparta, cidade Grega, os jogadores, que também eram militares, usavam uma bola feita de bexiga de boi cheia de areia ou terra. As equipas eram formadas por quinze jogadores. Quando os romanos dominaram a Grécia, entraram em contacto com a cultura grega e acabaram por assimilar o Epyskiros, porém o jogo tomou uma conotação muito mais violenta. (Kids, 2008)

O futebol moderno, entretanto, tem origem bem mais recente. Coube aos ingleses organizá-lo nos moldes que conhecemos actualmente. Nesse sentido (Campos, 1976) diz que o futebol nasceu oficialmente em 1863, na Inglaterra, quando houve a separação de duas vertentes do *rugby* – outra prática desportiva. O autor explica também que no princípio o futebol baseava-se em entreter e ser um passatempo para diversos funcionários de fábricas. Com o passar do tempo, os dirigentes das empresas foram vendo potencial no futebol pois, desse modo, passavam a ter mais controlo sobre o tempo livre dos seus trabalhadores. O clube passou a ser uma vitrina dos produtos da empresa e com o futebol conseguia transmitir uma mensagem positiva sobre o nome da empresa. Para melhores resultados foi preciso bons investimentos. Hoje em dia, o conceito mantém-se.⁹

No começo do século XX a popularidade do futebol em todo o mundo levou à criação, em 1904, de uma organização internacional, a Federação Internacional de Futebol (FIFA). Foram sete os países fundadores: Bélgica, Dinamarca, França, Países Baixos, Espanha, Suécia e Suíça. A FIFA tem como metas principais a uniformização das regras do jogo, elaboradas pelo *International Board*¹⁰, e a organização de um torneio internacional entre as entidades afiliadas – O mundial de selecções que é disputado de 4 em 4 anos.

⁹ Os clubes compram jogadores à outros clubes

¹⁰ Órgão regulador das regras do futebol in “Tudo sobre a FIFA – Desenrolar do jogo. Emocionar o Mundo. Identificar um futuro melhor. (2012)”

2.1.5 Origens Culturais do Futebol

Ao abordarmos sobre as origens culturais do futebol, debatemo-nos com uma questão: será que o futebol se enquadra na cultura de massas¹¹ ou na cultura popular¹²?

Depois de uma breve pesquisa, percebemos que a maioria dos clubes foram formados por operários e trabalhadores que se relacionavam com outras pessoas da mesma linha de emprego, logo, concluímos que podemos considerar a cultura popular mais adequada. Por outro lado, ao analisarmos a indústria do futebol juntamente com a do entretenimento, percebemos que o futebol representa um modo de “massificação”, juntando – através dos meios de comunicação nos horários de maior acesso (televisão, rádio e hoje em dia a internet) - diversas pessoas – de diferentes regiões, etnias, etc. – sob um mesmo objectivo: o desenrolar de uma partida de futebol. Assim, concluímos que nem a cultura de massas e nem a popular é mais importante que a outra. As duas ocorrem em certos momentos, fazendo assim, do futebol, uma prática cultural usada como uma forma de recurso que às vezes é usada para fins políticos, estilo de vida, cidadania, entre outros. (Yúdice, 2004)

Para Mcquail, a cultura de massas é uma adaptação da cultura popular: “Não há dúvida que os *media* de massas foram beber a algumas fontes de cultura popular e adaptaram outras às condições de vida urbana para colmatarem o vazio criado pela industrialização, mas os críticos intelectuais habitualmente só conseguem ver aí uma perda cultural” (2003: 46).

Para Almeida (2008) o futebol é caracterizado por características populares que nos últimos anos tem evoluído – devido à “mediação social” efectuada pela *midia* de massas – e transforma-o num fenómeno de massas. Para explicar melhor essa transformação, o autor baseia-se:

¹¹ Cultura de massas torna real o sonho da democracia liberal, onde as divisões sociais podem ser reduzidas a divergências de interesses entre grupos e indivíduos, capazes de chegar ao consenso político à maneira do mercado que se autorregula, regulando os interesses particulares. (CHAUI, 1986: p. 26)

¹² Cultura Popular um conjunto disperso de práticas dotadas de lógica própria, mas uma lógica que se constitui durante os acontecimentos, durante a ação (como ocorre, por exemplo, no quebra-quebra ou na festa profana que rodeia a festa religiosa), definida local e temporalmente por seus sujeitos, então a diferença entre ela e a Cultura de Massa é uma diferença de natureza. (CHAUI, 1986: p. 33).

- a) No horário dos jogos são modificados para beneficiar as transmissões televisivas,
- b) No campo estar rodeado de publicidades.

Assim, o autor designa esta nova evolução como “futebol de massas.”

No futebol, como qualquer outro desporto, são constituídos espaços apropriados para a afirmação de identidades socioculturais, expressas por via excitação, emoção ou por forma menos má, onde são assistidas afirmações negativas e exacerbadas. (Lassalle, 1997)

Desse modo, por ser um desporto que se conecta com os seus seguidores através da emoção, este também consegue promover diversos tipos de tumultos, confusões, discussões escaldantes e, às vezes, a morte. Alguns adeptos acham que a paixão que sentem pelo seu clube ou jogador é mais importante que o seu meio social e, por essa razão, Galeano (2005) diz que o ambiente futebolístico é caracterizado por duas variantes: ou se ama ou se odeia. O autor acredita que não existe meio-termo nesta questão. Consideramos importante citar que não se pode generalizar, pois não é este o comportamento da maioria dos seguidores que temos visto. Entendemos que a euforia sentida no momento deve ser controlada e compactuada em boas acções para uma melhor promoção do futebol.

Foer (2005) acredita que o futebol é mais que um desporto, é um modo de vida. Os clubes hoje em dia são um reflexo de diferentes classes sociais, políticas e até religiosas. O futebol, para o autor, consegue travar guerras e promover movimentos de libertação.

O futebol é caracterizado por carregar consigo diversas influências sociais e culturais, formando um comportamento particular. O envolvimento com o desporto, a emoção ou o estado psicológico são alguns factores internos. Por outro lado, nos factores externos, encontramos os amigos, a família, o ambiente e os ídolos como ‘condutores’ do consumo desportivo. (Summers; Morgan, 2008)

Brombenger (1997) acredita que as diversas rivalidades criadas pelas subculturas, no futebol, são originadas pelos diferentes contextos culturais e históricos dos países.

Mas, o futebol também consegue unir. Como afirma Costa (1997) quando diz que este desporto exerce uma força misteriosa sobre as massas, criando uma comunhão entre os adeptos.

Para Ribeiro (1998) um clube de futebol é um modo organizacional de ocupação de espaço social que tem duplo efeito: enquanto o clube se apresenta como um elemento de integração ao emigrante numa determinada sociedade, o emigrante, através da sua presença local, oferece à cidade uma nova configuração sociocultural.

2.1.6 Evolução do futebol

Ao longo dos anos, foram criadas novas formas de praticar futebol.

A primeira delas é o Futsal – Futebol de Salão. Diversos autores, como Figueiredo (1996) e Teixeira (1996) atribuem ao Brasil o nascimento do futebol de salão. Por outro lado, Apolo (1995) afirma que foi no Uruguai que esta modalidade nasceu. De um modo ou do outro, é certo que o Futsal nasceu nos anos 30.

Zilles (1987) diz que o Futsal é união de outras modalidades: o futebol, o basquetebol, o andebol, o hóquei e pólo aquático e que, assim, foi possível criar um conjunto de regras para a modalidade.

Costa (2005) explica que em 1971 foi criada a FIFUSA – Federação Internacional de Futebol de Salão, em São Paulo, no Brasil, com o principal objectivo de regular exclusivamente esta modalidade.

Outra modalidade é o Futebol de Praia.

Segundo Coelho (2002) é uma modalidade recente. Teve o seu início em 1992, nos Estados Unidos da América e é regulada, também, pela FIFA. O autor conta-nos que é uma modalidade onde se mistura o futebol de salão com as do futebol – *de 11*.

Por fim, temos o futebol paraolímpico, ou seja, adaptado para pessoas com algum tipo de deficiência. Temos o futebol de cinco para as pessoas que sofrem de cegueira. O futebol de sete para quem sofre de paralisia cerebral. Souza (1994), revela-nos que o início desta prática e de outros similares – para pessoas com deficiência – teve o seu

início durante a 1^a guerra mundial, uma vez que ocorriam diversas amputações e lesões.

2.1.7 Recursos Humanos no Futebol

Em busca da obtenção de sucesso desportivo, os clubes e as federações devem contar com um *staff* competente e capaz de lidar com todas as situações¹³ que o futebol apresenta no seu dia-a-dia. Desse modo, são criados diversos postos de trabalho. Em alta competição, especialmente, todos os detalhes importam e, por essa razão, não consideramos nenhum cargo mais importante que o outro. Focamo-nos em dizer que o trabalho de equipa é de fundamental importância, quando se trabalha em busca de um objectivo – oferecer ao cliente (adepto) o produto final do futebol: o espectáculo. Acreditamos que a formação destes profissionais¹⁴ deve ser especializada. Assim como outro negócio, entendemos o futebol como uma área que necessita de determinados conhecimentos e, neste caso, a inserção profissional das licenciaturas em educação física deve ser maior.

2.1.8 Treinador

Entendemos que o cargo de treinador deve ser aqui realçado com um pouco mais de ênfase, uma vez que é importante que se dê devido valor ao seu papel na gestão de pessoas.

Araújo (1997) define treinador como um gestor de pessoas que tem uma participação decisiva em tudo que esteja relacionado com a qualidade e integridade da equipa no presente e, sobretudo, no futuro. Garganta (2004) também realça o grande papel do treinador, pois o mesmo deve conhecer tudo que esteja relacionado ao futebol – em todas vertentes – e, também, deve estar preparado para ser chamado a intervir cada vez que houver necessidade para tal.

Já Pires (2005) acredita que o treinador, sendo um dos principais gestores – senão o mais importante – deve ter funções muito claras: é o responsável pelo planeamento (definir metas e estratégias); um organizador (definir o quê/para quem/como/onde);

¹³ Prevenção e cura de lesões, alimentação, gestão de pessoas, logística, entre outros

¹⁴ Treinadores, administradores, gestores, médicos, árbitros, apanha-bolas, motoristas, entre outros. Sem estes profissionais não há uma partida de futebol

deve ser um líder (motivar, resolução de conflitos, dirigir); e deve estar sempre a controlar (monitoria do desempenho elaborado no planeamento).

O treinador é alguém que deve ser dotado de imensos conhecimentos. Deve ser um enorme estudioso. “Não concebo a modificação de um comportamento por magia. Tem de ser com o treino. E quando digo treino quero dizer treinos. ” (Mourinho cit. por Marinho, 2007)

2.1.9 O Adepto entra nos recursos humanos ou no cliente?

Por que razão um indivíduo se torna em um adepto? É uma questão que não é fácil de responder e Madrigal (1999) acredita que o mundo sabe muito pouco sobre as motivações que tornam o indivíduo em adepto.

“Adepto.” Def.5 *Dicionário Galego de Futebol*. 2015. agal-gz.org. Web. 7 de Março de 17. É “Pessoa partidária de uma determinada equipa ou clube, que, enquanto espectadora do jogo, no estádio, encoraja essa equipa à vitória.”

Existe, porém, uma diferença entre adepto e espectador. Segundo Wann (1995, 1997) adepto de futebol é um indivíduo que segue, acompanha o dia-a-dia da equipa/jogador e o espectador de futebol é aquele que vai ao estádio, vê os jogos na televisão ou ouve rádio. A união dos dois, segundo Giulianotti (1997), resulta no conceito “Pós-Adepto”.

Considerando o futebol como somente um palco onde os principais actores (os jogadores) jogam entre si, em busca da vitória, devemos lembrar da existência dos outros actores, os adeptos, que representam um papel fundamental no apoio à sua equipa. (Vargas, 1995)

A figura do adepto remete-nos ao consumidor do futebol – quando olhamos para este como um negócio. Nessa linha de pensamento devemos expressar-nos usando a típica frase popular: “O problema do cliente também é nosso problema”. Ou seja, esta expressão remete-nos para a ideia de que o cliente é a base do negócio. É ele que deve ser o responsável pelo nosso sucesso – neste caso económico.

Segundo Rein, Kotler e Shields (2006) para o alcance do sucesso é preciso planejar uma estratégia vencedora e, assim, criar uma relação recíproca entre o clube e os adeptos. O autor afirma que é cada vez mais difícil alcançar, atrair e manter os adeptos – a exigência destes é cada vez maior. É necessário que o responsável pela área de *marketing* e comunicação esteja sempre pronto para satisfazer as necessidades do seu público-alvo.

Segundo Thrane (2001) a participação comportamental do adepto assume-se em duas manifestações:

- a) Participação directa em actividades físicas,
- b) Participação no jogo: no estádio (participação activa) e na televisão (participação passiva)

2.1.10 Jogador de Futebol

Um treinador ou um jogador não deve saber somente de futebol. É preciso que se estude¹⁵ e pratique bastante. Apesar da ideia generalizada pela sociedade que o futebol é só “chutar à bola”, este desporto, na verdade é bem mais complexo que isso. A dedicação e disposição devem ser valores embutidos nos praticantes¹⁶. Melo (2010) explica que a formação de um jogador de futebol pode começar aos 12 anos de idade – num sistema de albergamento – e tem como duração (nesta primeira fase) de 5.000 e 6.000 horas dedicadas a preparação física – O corpo é o “instrumento de trabalho” de um jogador -, domínio de diversas técnicas corporais e psicológicas.

A produção social do corpo é um tema que não se remete só ao futebol. Diversas pesquisas foram feitas, por diversos autores, mas basear-nos-emos na análise sociológica de Foucault (1987) que nos remete para o século XVIII e nos explica que na altura os governos passaram a importar-se muito com os corpos dos soldados. O soldado passava a ser:

¹⁵ Bordieu (1998) acredita que a interação do futebol com outras disciplinas escolares é benéfica para o praticante;

¹⁶ Baseamo-nos na premissa que nem sempre o praticante se profissionaliza;

“(…) algo que se fabrica; de uma massa informe, de um corpo inapto, fez-se a máquina de que se precisa; corrigiram-se aos poucos as posturas; lentamente uma coação calculada percorre cada parte do corpo, se assenhoreia dele, dobra o conjunto, torna-o perpetuamente disponível e se prolonga, em silêncio, no automatismo dos hábitos; em resumo, foi ‘expulso o camponês’ e lhe foi dada a ‘fisionomia de soldado.’” (Foucault, 1987, p.125)

Com estes dados que o autor nos oferece, podemos fazer um paralelo com a figura do jogador de futebol. No futebol moderno, a figura do jogador-operário (conforme já mencionamos anteriormente) desaparece e passa a haver a necessidade de “criar” um corpo que permitirá ao jogador atingir o máximo rendimento.

A carreira de um futebolista baseia-se em imensos sacrifícios. É um mercado bastante afunilado e, sobretudo, competitivo, pois tem sido um campo para sonhos e frustrações para milhares de pessoas. Com isto, Foucault (1987, p.127) exalta a importância da disciplina para atingir o sucesso:

“A disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos dóceis. A disciplina aumenta as forças do corpo (em termos económicos de utilidade) e diminui essas mesmas forças (em termos políticos de obediência). [...], ela dissocia o poder do corpo; faz dele por um lado uma aptidão, uma capacidade que ela procura aumentar; e inverter por outro lado a energia, a potência que poderia resultar disso, e faz dela uma relação de sujeição estrita”.

Machado e Gomes (2001) também são de opinião que para uma carreira promissora a disciplina é fundamental. É ela a responsável por manter horários para tarefas, por um controlo social¹⁷.

Paoli (2007) indica que por ser um mercado competitivo é cada vez mais importante o papel das escolas de formação. São elas responsáveis por produzir um tipo de treino consoante a modernidade deste desporto, conforme nos explica Rodrigues (2004).

¹⁷ Saídas em horários incomuns, poucas horas de sono, entre outras;

2.1.11 Organização do Futebol no Mundo

Já aqui mencionamos que entre Nações, o futebol, dispõe de um torneio¹⁸ que ocorre a cada 4 anos, num país pré-determinado. Segundo a FIFA (1998) esse torneio teve o seu início em 1930, no Uruguai e contou com uma participação de 13 selecções. De lá para cá a competição tornou-se cada vez mais mediática e de enormes proporções.

Segundo a FIFA (1998) desde a sua inauguração até o ano de 1998 o campeonato passou a ter 2.5 milhões de pessoas presentes nos estádios, 180 canais de televisão – a nível mundial – a transmitirem os jogos através de uma cobertura de 12 mil jornalistas.

A FIFA tem no seu poder seis confederações: AFC-Confederação Asiática de Futebol; CAF- Confederação Africana de Futebol; CONCACAF-Confederação Norte-Centro Americana e do Caribe de Futebol; COMMEBOL-Confederação Sul-Americana de Futebol; OFC- Confederação da Oceânia de Futebol e UEFA-União das Associações Europeias de Futebol. Cada uma destas confederações alberga os seus respectivos países, que por sua vez albergam os seus respectivos directores. (Júnior, 2002)

Em Moçambique, o futebol é regulamentado pela Federação Nacional de Futebol, sediada na capital, Maputo.



Figure 1: Logótipo da Federação Moçambicana de Futebol

Ilustração da organização mundial do futebol.

FIFA

Figura 2: Órgão máximo constituído pelo IFAB – International Football Association Board;



¹⁸ Campeonato Mundial da FIFA;



Figura3: *Confederação de Futebol da América do Norte, Central e Caribe.*



Figura 4: *Confederação Sul-Americana de Futebol;*



Figura 5: *Confederação Asiática de Futebol;*



Figura 6: *União das Federações Europeias de Futebol;*



Figura 7: *Confederação Africana de Futebol;*



Figura 8: Confederação de Futebol da Oceânia;

2.2 O que gera o futebol?

No futebol a competitividade é elevada. As oportunidades limitadas e cada erro podem custar milhões. Esta é uma razão para que se exalte, cada vez mais, a importância da motivação e da emoção como razão para estar ligado ao futebol.

Para Davidoff (1983), motivação é um conceito baseado num estado interno que resulta na vontade de suprir uma necessidade. O mesmo conceito, para o autor, pode ser a razão para explicar as variações de determinados comportamentos dos humanos.

Já a emoção, de um modo geral, é um impulso neural que consegue mover um organismo para a acção. As emoções são públicas. Portanto, a emoção faz com que nós, humanos, nos movamos. (Morin, 1983). Segundo o psicólogo e médico francês, Henri Wallon (1879-1962) a emoção tem uma característica bastante peculiar: É contagiante.

Passatempo, bem-estar e desenvolvimento do físico, melhoria das habilidades, vivenciar emoções são algumas razões que definem o futebol para Gould Apud Gaya & Cardoso (1998).

Segundo Machado (1997), o futebol – como qualquer outra prática desportiva – valoriza o desenvolvimento do homem e, vai mais longe, acreditando que quando o homem se envolve no modelo de aprendizagem de uma prática desportiva, ele vive uma maior experiência que pode sentir, enquanto ser humano, no seu corpo, pois vai conseguir ultrapassar todas as dificuldades criadas pelo seu corpo e também pelas exigências feitas.

A aptidão física (resultante na melhoria dos níveis de qualidade de vida) é um evidente benefício da prática do futebol. Favorece o trabalho de vários órgãos e

sistemas do corpo (digestivo, nervoso, respiratório, entre outros) e desse modo, é considerada como uma estratégia relevante para a promoção da saúde. (Del Vecchio, 2011)

Cruz Apud Cratty (1983) considera que o futebol é um factor importante para o desenvolvimento social e cultural de todas as nações mundiais. Para o autor, a motivação é essencial para a prática deste desporto, uma vez que os diferentes tipos de pessoas buscam diferentes coisas nesta modalidade.

Por outro lado, o fascínio impressionante pelo futebol e tudo ao seu redor é uma dúvida de diversos autores e estudiosos. Clubes, claques, jogadores, treinadores e a imprensa conseguiram, ao longo dos anos, criar um “sistema” que permite marcar a história deste desporto aos olhos de uma figura muito importante: o ídolo.

Para Jean-Luc Marion, um filósofo nascido em França em 1946, o conceito de ídolo baseia-se num modo de ver as coisas, ou seja, aquilo que é contemplado¹⁹ produz fascínio no contemplador que fica sem avançar para além daquilo que vê, formando assim um olhar idiolátrico – criando assim a figura do ídolo e do fã.

Os meios de comunicação são um canal importante para a criação da idolatria. Juntam desconhecidos e fazem-nos sentir o mesmo, formando uma relação entre: adepto – jogador – clube. (Toledo, 2002)

Os ídolos e os fãs são a principal razão da extensa expansão do futebol. Quando alguém passa a ser ídolo de um outro alguém, passa a compor uma nova condição de vida. Passa a ser uma figura pública. Começa a ser o responsável por transmitir um conjunto de mensagens positivas para que as pessoas acreditem que os sonhos são possíveis. “Tu desistes da tua vida pessoal e aceitas uma forma socialmente determinada de vida, a serviço da sociedade de que tu és membro”. (Campbell, 1990, p.13)

Desse modo, voltamos a referir a importância da motivação. Crianças tornam-se fãs e correm atrás dos seus ídolos em busca de uma melhor qualidade de vida. As pseudo-

¹⁹ Visto, apreciado

regalias que os jogadores adquirem²⁰. É importante que se refira, do mesmo modo, que a UNICEF²¹, através da Convenção sobre os Direitos da Criança (1989), afirma que todas as crianças têm o direito de praticar desporto.

O futebol é um produto mediático e, assim, é capaz de gerar entretenimento que, por sua vez, conduz as pessoas a consumirem os produtos desportivos de uma forma não tendenciosa, mas sim por alegria, diversão e afinidade. O futebol é um meio de diversão e de lazer. (Rocco, 2011). Hoje em dia, esta modalidade desportiva já transcendeu os papéis de socialização, afectividade e cognição. Adicionou no seu modo de actuação o entretenimento – as pessoas também sentem prazer ao ver futebol. (Rein; Kotler; Shields, 2008)

Já para Norbert Elias (1991) a razão pela qual as pessoas adoram o futebol é característica da actual sociedade em que estamos inseridos – uma sociedade sem excitação e como diz Christian Bromberger (1993) o futebol consegue ser uma espécie de condensação. Ou seja, consegue resumir o significado da vida: uma alteração entre vitórias, derrotas e a intervenção do factor sorte. Portanto, para estes autores, o futebol cria um modo profundo e simples de explicar o simbolismo do nosso tempo.

Horne (2005) afirma que o entretenimento gerado pelo futebol, acaba por oferecer aos indivíduos uma experiência de vida. Desse modo, a globalização torna-se fundamental para que diversos clubes tenham a rentabilidade financeira desejada, uma vez que aumenta a expansão demográfica de adeptos. (Portet, 2011)

Porém, para que haja entretenimento é preciso que haja consumo e, por sua vez, a decisão de consumo varia perante os valores e normas culturais que fomentam os diferentes estilos de vida. (Mullin; Hardy; Sutton, 2014)

O futebol deve ser visto, sobretudo, como um modo de se expressar. (Oliveira, 1999).

²⁰ Fama, dinheiro, carros luxuosos, entre outras

²¹ United Nations Children's Found/ Fundo das Nações Unidas para a infância

2.3 Geração de Rendimentos no futebol

De uma forma geral, rendimento é a obtenção de resultados que se relaciona com a proporção de recursos usados num determinado investimento. (Gitman, 1997)

O futebol consegue gerar uma melhoria na economia. Mencionamos anteriormente que a criação de empregos em diversas áreas é um extra na conjuntura económica. Sendo assim, o futebol é – e deve ser visto – como um negócio. Para tal, a administração dos clubes e as federações de futebol devem ser ímpares e transparentes. Motta e Pereira (1980) afirmam que o profissionalismo aparece com a Escola de Administração Clássica que ensina a racionalização do trabalho e organização burocrática. Assim, os administradores poderão ser administradores profissionais que gerem de forma extremamente racional, impessoal, sem ódio ou paixão²².

Para a geração de rendimentos, o futebol profissional importa-se com a conquista de sucesso desportivo (ganhar jogos e competições). Esta característica é imprescindível para a obtenção de altos níveis de satisfação de clientes (adeptos). (Leoncini; Silva, 2005)

Os autores afirmam que a geração de rendimentos nesta indústria tem estado desvalorizada e as razões por detrás deste não aproveitamento são várias, destacando-se a falta de descanso que não se dá aos adeptos (clientes) nos meios de comunicação e no excesso de manobras políticas ilegais por parte dos dirigentes. Já Ekelund (1998) acredita que com resultados satisfatórios é possível atrair mais investidores ao clube, que assim vão se tornar em patrocinadores. Estes patrocinadores, por sua vez, ganham publicidade num espaço onde se reúnem milhares de pessoas.

Deste modo, consideramos que o futebol tem dois consumidores: os directos e indirectos. Os directos estão representados nos adeptos que vão aos estádios e que acompanham os jogos nos meios de comunicação. Os indirectos ou intermediários são aqueles que utilizam os clubes, o campeonato e jogadores como recursos, os meios de comunicação como meio de divulgação, a propaganda como negócio, o comércio de

²² A paixão ou ódio por um clube pode obscurecer as decisões

mercadoria desportiva, a construção de um logótipo de uma marca desportiva, tendo em vista o cliente directo, o adepto.

Assim, também, são criados dois tipos de mercados: o Mercado Produtor que é o responsável pelo entretenimento e espectáculo futebolístico, sendo estes: os clubes (organizadores da prática desportiva) e a administração futebolística (federações, confederações e ligas). Já o Mercado Consumidor é o resultado do Mercado Popular, ou seja, é para os adeptos (individuais e famílias) que adquirem bens e serviços para o consumo pessoal em busca de entretenimento. Cabe realçar que estes dois mercados trabalham em conjunto e o melhor momento para entendermos este comportamento é quando um adepto vai ao estádio e compra bilhetes (um dos principais objectivos do Mercado Popular é atrair pessoas aos estádios), ou vê os jogos na televisão (aqui o adepto também paga²³) ou ainda compra material desportivo da marca do clube. (Leoncini; Silva, 2005)

A Figura 9 ilustra o que explicamos.

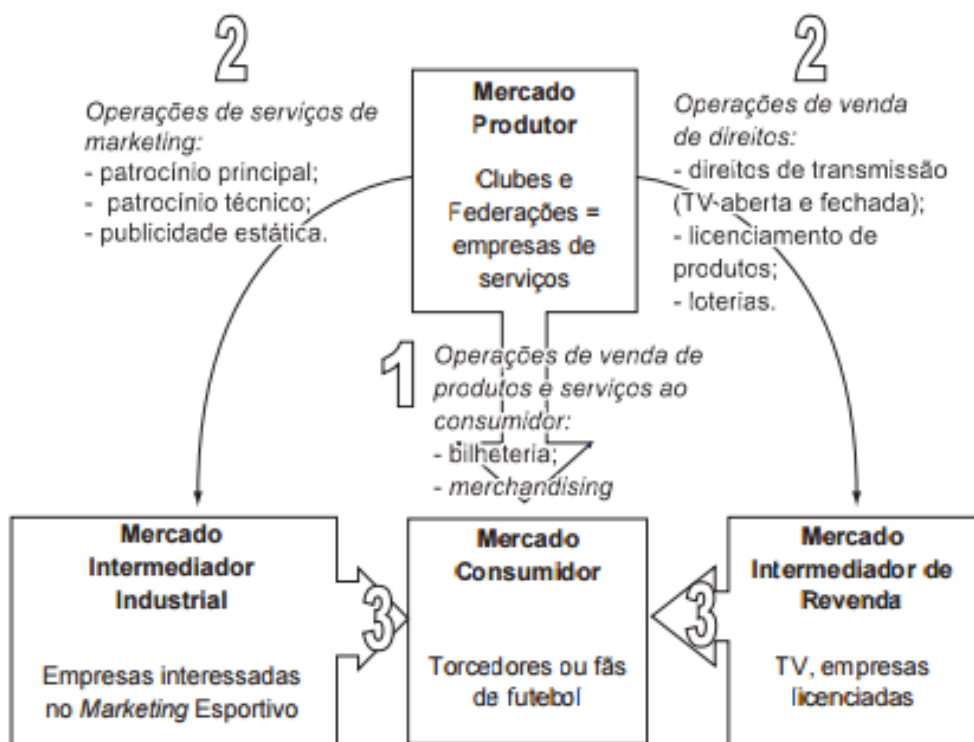


Figura 9: Estrutura de Mercados na organização do futebol. (Fonte: Aidal et al., 2000, Cit. por Leoncini; Silva, 2005)

²³ Através de direitos pelo canal que está a passar o jogo ou ainda através de impostos (em caso do canal for público)

Rodrigues e Pinto (2008) aconselham que os investimentos, estudos e um melhor aproveitamento do futebol devem ser um processo trabalhado por todos.

A Organização das Nações Unidas (ONU) – que não é uma organização económica – também reconhece o papel do desporto no desenvolvimento económico e na fonte de renda à nível mundial. No *The Millenium Development Goals*²⁴ para 2015 a organização afirma:

“Os Artigos da Estratégia Nacional de Redução da Pobreza (ENRP) oferecem um quadro de orientação relativamente aos países de baixa renda nos seus esforços de alcançar os ODM. Uma série de países (incluindo Cabo Verde, Moçambique, Serra Leoa, Tanzânia e Uganda) integraram o desporto nas suas ENRP. No entanto, muitos países em desenvolvimento desconhecem ainda como é que o desporto para o desenvolvimento e paz pode ser utilizado para avançar com os seus objectivos de desenvolvimento. Nestes casos, é necessário um trabalho de sensibilização e de defesa para colocar o Desporto para o Desenvolvimento e Paz como um instrumento transversal valioso para se alcançar os ODMs.” (ONU, 2014)

Desse modo, com estas abordagens, o futebol – no seu campo económico – apresenta um potencial de geração de riqueza e geração de lucro de grande preponderância. Taylor (1998) chama aos adeptos de futebol de “património de fãs“, uma vez que são eles que geram receitas aos clubes.

Lertwachara e Cochran (2007) opinam que o desestimular de parcerias entre poder público e equipas desportivas como forma de melhora de indicadores da economia ao relatarem:

“Os nossos resultados implicam que, com base no aumento do rendimento *per capita* que geram, as concessões desportivas profissionais não justificam as reduções, concessões, e incentivos usados para atrai-los para um MSA. Se o seu objectivo é aumentar o rendimento *per capita* dos cidadãos, as cidades deverão deixar de usar

²⁴ Metas para o desenvolvimento do Milénio 2015

estas táticas para atrair equipas desportivas para os seus mercados. (LERTWACHARA; COCHRAN, 2007, p. 253).”

2.4 Parcerias e Cooperações do Futebol

Pode-se dizer com certeza que o impacto que o futebol tem na sociedade afecta a vida de todos – ou quase todos -, uma vez que ocupa espaço nos jornais, tempo nas televisões e serve como tema de conversa em vários meios. (Wann *et al*, 2001)

O futebol, tal como qualquer actividade económica, deve manter cooperações empresariais²⁵ com outras variantes no mercado. Antes do jogo encontramos situações de parceria desde o sector agrícola que fornece e cuida da relva nos campos, passando pela indústria que elabora todos os equipamentos da marca do clube, até aos serviços de transporte (aéreo e terrestre) e hospedagem. Durante o jogo há também diversos tipos de parcerias e temos o caso dos meios de comunicação (TV, rádio e internet) que divulgam o espectáculo, os centros sociais/cantinas que, durante o jogo, vendem os seus produtos, no estacionamento do estádio há uma equipa de segurança pronta para manter a segurança das viaturas e das pessoas dentro das instalações. Por fim, depois do jogo há, novamente, uma parceria com os meios de comunicação na realização de programas desportivos e venda de jornais e, por fim, a venda de espaço publicitário (consoante a adesão das pessoas ao espectáculo). Em torno deste espectáculo, estas parcerias são fundamentais, uma vez que formam mais postos de emprego e renda. (Kfourri, 2009)

Ferreira (2012) afirma que o futebol deixou de ser um simples desporto e passou a ser negócio bilionário onde a paixão já não é a única razão da sua existência. O futebol, hoje, é uma actividade empresarial que carece de mais seriedade e profissionalismo dos milhares de empresários, dos principais actores do Governo e dos empresários que procuram uma actividade dinâmica com uma grande margem de crescimento, explica o autor.

²⁵ Troca de serviços entre empresas;

Soriano (2010) é de opinião que a cadeia produtiva do futebol está cada vez mais complexa e profissionalizada e, por essa razão, o crescimento do futebol se dá em função da renda da população, pois o entretenimento é cada vez mais um bem de luxo e o seu crescimento é muito maior que o da renda da população.

Uma parceria fundamental, nos dias de hoje, no futebol, é com os meios de comunicação. Os clubes mais mediáticos – ou, clube de massas – têm milhares de adeptos e, assim, conseguem gerar muita audiência para os *midia*. Os *midia*, por sua vez, estão sempre à procura de novas formas de aumentar a audiência para que possam ter mais lucros e, por essa razão, dedicam-lhes imenso tempo. (Almeida, 2008).

Anteriormente mencionamos o facto de cada vez mais ser necessária uma parceria entre o futebol, de um modo geral, com a educação física. As aulas de educação física são um modo de aprendizagem sobre a cultura e desenvolvimento do futebol no meio social e ainda sobre a superação dos desafios que se encontram no desporto, como diz Darido e Souza (2007, p.97):

“[...] quando for tratar de futebol, ir além do fazer (técnicas e tácticas), mas abordar a sua presença na cultura, as suas transformações ao longo da história, a dificuldade da expansão do futebol (causas e efeitos), a mitificação dos atletas de futebol, os grandes nomes do passado, a violência nos campos de futebol, entre outras possibilidades. Ou seja, é preciso ir além do costumeiro jogar.”

A realidade tem-nos mostrado que os alunos aprendem mais a parte prática em relação à teoria. Darido (2008) é de opinião que estas aulas não podem se basear somente em “jogar à bola”, é preciso que se dê ferramentas básicas para o desenvolvimento construtivo da vida dos alunos.

Gurgel (2006), afirma que a Sociedade já olha para o futebol como sendo mais que um jogo que gradualmente vai mudando, uma vez que, as regras e as relações entre clubes, jogadores, investidores, adeptos e não menos importante, os *mídia* se viram transformadas em virtude das relações económicas, ele acaba por chegar ao que

chama de: “força de lucro” gerado pelo futebol, e vai mais longe afirmando ainda que os *mídia* são levados a trabalhar com o desporto nesta perspectiva.

Este posicionamento da população, talvez possa ser explicado em partes, pela propaganda dos organizadores, directores, entidades ligadas ao futebol e dos grandes órgãos dos *mídia*, que frequentemente, os têm apresentado como um instrumento catalisador de renda e empregos. Este discurso tem sido reproduzido pelas autoridades, tais como o antigo Presidente da República de Moçambique com o mandato em exercício entre 2005 e 2015, Armando Emílio Guebuza (2014), inseriu o desporto no conjunto de actividades a serem revistas e afirmou que as modalidades desportivas necessitam de 8 pilares para o seu desenvolvimento: “A formação, planificação, massificação, infra-estruturas, quadro competitivo, medicina desportiva, desporto de alta competição e intercâmbio desportivo.”

2.4.1 Mercado de Futebol

O mercado de futebol não se baseia em vender apenas bens de consumo. Em primeiro lugar, devemo-nos basear com o pensamento de Sevchenko (1994) que diz que as ondas migratórias favorecem o futebol. Essas “transições” migratórias fundam mais laços afectivos nas pessoas, mas para que isso aconteça é preciso que os jogadores (amadores ou profissionais) estejam com uma situação jurídica legalizada.

Em busca da perfeição, os clubes tornaram o futebol numa actividade profissional e os jogadores/treinadores passaram a ser trabalhadores. Sendo que o futebol passa a ter um mercado, os membros de cada clube podem ser transferidos para outro clube mediante um valor (determinado pelo clube representado). (Leoncini, 2001). Para tal é necessário que os membros do clube sejam reconhecidos como profissionais.

Em Moçambique, a Lei do Desporto, no seu artigo 23 do capítulo V, diz que:

“São praticantes de alta competição todos aqueles que preenchem os requisitos, critérios e condições que são estabelecidos no respectivo estatuto a ser aprovado pela respectiva federação.”

2.4.2 Profissões Desportivas

Como mencionamos no ponto anterior, o mercado do futebol é composto por trabalhadores – neste caso, trabalhadores desportivos.

A Lei do Desporto, no seu artigo 44, do capítulo IX lista um conjunto de profissões que se enquadram:

- a) “praticante desportivo;
- b) técnico desportivo;
- c) juiz e arbitro de competições desportivas;
- d) gestor desportivo;
- e) agentes desportivos;”

Capítulo III

3 Estudo de Caso

O Futebol no GDM Moçambique

3.1 Grupo Desportivo de Maputo

Fundado em 1921 em Lourenço Marques – actual Maputo – o Grupo Desportivo de Maputo – que na época intitulava-se Grupo Desportivo de Lourenço Marques - é um clube multidesportivo que movimenta modalidades tais como o futebol, basquetebol, hóquei em patins e natação respectivamente. Criado sob tutela do regime colonial, este clube tinha como fundamento a recreação e entretenimento entre os cidadãos urbanos. (Dunning, 1992).

A criação do clube deveu-se a alguns membros e dirigentes do Sport Lisboa e Benfica, pois estes antes de 1921 criaram e fundaram o Grupo Desportivo “*águias negras*”, originando assim aquele que seria o Grupo Desportivo de Lourenço Marques (GDLM).

Em 1923 – época que o futebol se tornava cada vez mais popular em Moçambique -, a Associação de Futebol de Lourenço Marques (ALFM) - estrutura desportiva filiada na Federação Portuguesa de Futebol - organizou a primeira competição onde o Desportivo participou, a Taça de Honra. Chegaram a final o Lourenço Marques Athletic Club e o Desportivo. (Jorge, 1931)

Segundo Nuno Domingos (2015) alguns jogadores de raça negra, e sobretudo mestiços, participaram nas competições da AFLM, apesar de existirem grandes barreiras raciais naquela época. Esta abertura, permitiu que o Desportivo promovesse grandes nomes, como por exemplo Mário Coluna, que aos 17 anos já integrava a primeira equipa da filial do Benfica em Moçambique. Era, na altura, um avançado-centro e foi com essas credenciais que entrou pela porta principal do clube alvinegro²⁶. (FIFA- Football in Mozambique, 2009).

²⁶ Desde a sua fundação, o clube sempre adoptou as cores preto e branco para se representar.

Sob regime colonial, o clube venceu 12 títulos da Liga Distrital de Lourenço Marques, tendo vencido em anos consecutivos, por três vezes.

Depois da independência nacional de Moçambique, em 1975, o clube alterou o nome para Grupo Desportivo Maputo, conquistando logo de seguida um bicampeonato nacional em 1977 e 1978. Nos anos 80 somaram-se mais dois títulos nacionais em 1983 e 1988 e uma taça nacional em 1983, culminando com a chegada as meias-finais da Taça Africana em 1990.

Após esta fase positiva o clube começou a entrar em crise financeira. O último título de campeão foi alcançado em 1995. O mau momento também acabou por influenciar a sua parte social que entrou em declínio, resultando com que o Desportivo - habituado a ser uma referência nacional - começasse a perder terreno para os seus rivais.

Já no século XXI, em 2003, o clube começou a ressurgir. Com a ajuda dos seus adeptos, voltou a disputar o campeonato nacional e em 2006, depois de 11 anos em branco, conquistou o campeonato moçambicano. (Domingos, 2016)

Em 2017, voltaram os maus resultados. Jogadores como Dominguez, Tico-Tico, Mexer, entre outros eram passado. O clube não se organizou suficientemente para que pudesse colmatar saídas dos melhores jogadores – facto que liga à má gestão do clube.

Passados mais de 10 anos, o clube não sabe o que é vencer o campeonato nacional. Em 2008, depois de ser rebaixado à segunda divisão, venceu o título de divisão de honra e voltou à primeira divisão, porém sem sucesso. Facto que aconteceu novamente em 2009. (Franco, 2016). O Desportivo actua na divisão de honra, depois de ter sido rebaixado na época 2015-16. Os seus adeptos, mantêm-se fiéis aos seus princípios e vão onde for para gritar “*Um por todos, todos por um!*”²⁷”

²⁷ Lema do clube

3.1.1 Análise dos Dados

Para colher os dados recorreu-se a entrevistas direccionadas à dirigentes e membros do Grupo Desportivo de Maputo, funcionários do aparelho do Estado Moçambicano e alguns adeptos que exercem funções ligados ao desporto.

As perguntas formuladas permitiram obter respostas para se fazer a análise, com base nos pressupostos teóricos apresentados no capítulo apropriado.

A primeira questão levantada foi:

1. O desporto, particularmente o futebol, pode gerar empregos em Moçambique?

Os entrevistados²⁸ consideraram que o desporto, neste caso o futebol, gera empregos, desde jogadores de futebol até chefes de departamento de futebol – em diversas instituições.

As respostas obtidas, comparadas com os enunciados da Lei do Desporto da República de Moçambique²⁹, confirmam a geração de postos de trabalho a partir do futebol. Neste caso, a lei afirma que enquadra actividades de: a) praticante desportivo; b) técnico desportivo; c) juiz e árbitro de competições desportivas; d) gestor desportivo; e) agentes desportivos; como sendo profissões de desporto.

A Segunda foi:

2. O Grupo Desportivo de Maputo, através do futebol, consegue gerar emprego?

Os entrevistados³⁰ mostraram que o GDM tem a capacidade de gerar empregos em Moçambique através do futebol.

²⁸ Pedro Siteo – Chefe do Departamento de Futebol do Grupo Desportivo de Maputo; Edson Mexer – Jogador de Futebol Moçambicano (Antigo Jogador do Grupo Desportivo de Maputo); Erasmus Carlos – Treinador da Equipa Sénior do Grupo Desportivo de Maputo e Jossefa Banze – Administrador do Grupo Desportivo de Maputo

²⁹ Artigo 44 do capítulo IX

³⁰ Pedro Siteo – Chefe do Departamento de Futebol do Grupo Desportivo de Maputo; Edson Mexer – Jogador de Futebol Moçambicano (Antigo Jogador do Grupo Desportivo de Maputo); Erasmus Carlos – Treinador da Equipa Sénior do Grupo Desportivo de Maputo e Jossefa Banze – Administrador do Grupo Desportivo de Maputo

As respostas obtidas também são validadas pela Lei do Desporto de Moçambique que enfatiza um conjunto de profissões que se enquadram no quadro desportivo, tal como mencionado na questão anterior.

A terceira e última foi:

3. Como é feito o Marketing no GDM (possui estratégia conhecida por todos os gestores, alguém que responde pelo departamento no clube?)

As entrevistas recolhidas mostraram que o GDM não tem um departamento especializado de MKT e que o clube não faz uso das novas formas de se expressar (redes sociais) em pleno século XXI. No entanto, os entrevistados³¹ afirmam que é urgente que o clube trabalhe a sua imagem para o público.

As respostas obtidas comparadas as enunciadas por diversos autores³², confirmam que para o sucesso económico de um clube, os resultados desportivos são a chave para atrair investidores, que por sua vez irão poder fazer publicidade num espaço onde se “reúnem milhares de pessoas. Os autores afirmam também que os meios de comunicação são um canal importante para a criação da idolatria, pois juntam desconhecidos e os fazem sentir o mesmo, formando, desse modo, uma relação entre adepto-jogador-clube.

³¹ Chefe do Departamento de Futebol do Grupo Desportivo de Maputo; Edson Mexer – Jogador de Futebol Moçambicano (Antigo Jogador do Grupo Desportivo de Maputo) e Leonel Pedro – Adepto de Futebol

³² Ekelund (1998) e Toledo (2002)

4 Conclusão e Recomendações

4.1. Conclusão

O Estudo versou o objectivo de analisar de que modo a promoção do futebol pode gerar emprego em Moçambique. Os objectivos do trabalho foram alcançados. A metodologia definida a partida foi cumprida e permitiu obter uma aprendizagem para o autor, que aprofundou conhecimentos sobre o tema em discussão e desenvolver competências de elaboração de pesquisas em profundidade, como é o Trabalho de Fim de Curso.

A nível teórico, a partir da consulta a diferentes autores que abordam a matéria em estudo, percebeu-se que o Marketing pode promover o desporto (particularmente o futebol) e conseqüentemente gerar postos de trabalho. Para isso, a utilização dos meios de comunicação constitui uma estratégia chave para o alcance dos resultados pretendidos.

No estudo de caso confirmou-se que o futebol constitui um atrativo de milhares de pessoas em Moçambique e pode gerar empregos para o país, principalmente para jovens.

A verificação da premissa estabelecida no início do trabalho, confirmou-se. O futebol ocupa milhares de jovens praticantes, gestores desportivos e pessoal de apoio de diferentes especialidades.

Em Moçambique, a consolidação do futebol como negócio gerador de empregos passa pelo desenvolvimento da modalidade, o que implica a revisão das leis sobre a matéria, de modo a proteger melhor os praticantes.

4.2. Recomendações

- **Ao Grupo Desportivo de Maputo deixamos as seguintes recomendações:**
 - Usar (e ter boa relação com) os meios de comunicação, ilustrando o dia-a-dia do clube, para melhorar a sua imagem institucional e atrair sócios e investidores.

- Enveredar pela profissionalização dos agentes desportivos, dos gestores e os dos diferentes colaboradores;

- Aos interessados em prosseguir estudos similares deixamos as seguintes recomendações:

- Buscar outros exemplos de entidades desportivas em Moçambique, para se confirmar ou refutar a possibilidade do futebol gerar empregos.
- Identificar clubes que tenham departamento de Marketing e perceber o funcionamento do mesmo e comparar com os exemplos apresentados do GDM.

5 Bibliografia

Almeida, C. (2001) O treinador em Portugal – Perfil social, caracterização da actividade e formação. Lisboa: Instituto Nacional de Formação e Estudos do Desporto.

Leoncini, M. P.; SILVA, M. T. (2005) Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório. Gestão e Produção, São Carlos

Araújo, J. (1998) Treinador, saber estar, saber ser. Lisboa: Editorial Caminho.

Baleizão, A. (2013) Estratégia de Relações Públicas para a divulgação da Natação Sincronizada em Portugal – Trabalho de Projecto

Clayes, U. (1984) “A evolução do conceito de desporto e o fenómeno da participação/não participação”, Desporto e Sociedade – Antologia de Textos, n.º 3.

Elias, N. (1992) A Busca da Excitação. Lisboa: Difel.

Mcquail, D. (2003) Teoria da Comunicação das Massas. Fundação Calouste Gulbenkian

Marivoet, S. (2001) Hábitos desportivos da população portuguesa. Lisboa: Centro de Estudos e Formação Desportiva.

Revista Portuguesa do Desporto (2001) Publicação semestral da Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física da Universidade do Porto – Vol 1. Nº 1, Janeiro 2001

Marivoet, S. (2002) Aspectos Sociológicos do Desporto. 2.^a edição. Lisboa: Livros Horizonte.

Pires, Gustavo (2003), Gestão do Desporto – Desenvolvimento organizacional de educação desportiva à alta competição, Porto, APOGESD

Figueiredo, Abel (1996), *Movo-me, Logo Existo!*, Millenium – Revista do Instituto Politécnico de Viseu, nº2, Abril

Cuttie, Eddie (2014) *Copa do Mundo na África do Sul – Um legado para quem?*

Graça, A. et al (1999) “Quando se treina bem!”, in J. Adelino, J. Vieira, O. Coelho *Seminário Internacional Treino de Jovens – “Os caminhos do Sucesso”*. Lisboa: Centro de Estudos e Formação Desportiva (pp. 61-71).

Bento, J. O. (1995) *O outro lado do desporto*. Porto: Campo das letras - Editores, S.A.

Braunstein, Florence, Pépin, Jean-François (1999) *La place de corps dans l aculture*

TOWSEND, C. R.; Begon, M.; Harper, J. L.. (2010) *Fundamentos em Ecologia*. Porto Alegre: Artmed 3 ed.

Garganta, J (1997). *Modelação táctica no jogo de futebol. Estudo da organização da fase ofensiva em equipas de alto rendimento*. Tese de Doutoramento. Porto: Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física, Universidade do Porto

Graça, A (1994). *Os comos e os quandos no ensino dos jogos*. In: *O ensino dos jogos desportivos*. Graça A e Oliveira J (eds.), Centro de Estudos dos Jogos Desportivos, Porto: Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física, Universidade do Porto

Lassalle, F. (1997) *¿Qué es uma constituición?* 5. ed. Barcelona: Ariel.

Ribeiro, J. (1994) *Caracterização da prática desportiva do jovem*, Monografia. Lisboa: UTLFMH

Chauí, M. (1986) *Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo: Brasiliense.

Karen Daylchuck et al (1999) Sport Management as an Academic Discipline in the Next Millenium, In: Proceedings of the 7th Congress of the European Association for Sport Management. Thessaloniki, September 16 –19, 1999

Neto, C. (1992). Desenvolvimento e adaptação motora. Projecto e actividades de formação e investigação. Ludens

Gillet, B. (1961). História Breve do Desporto. Verbo, Lisboa

Chabert, J. M. (1999). In Barbosa, M. (org.). Grande Enciclopédia do Desporto, vol. I e IV

Comité Olímpico de Portugal – Desporto e Crescimento Económico. Disponível em: <http://comiteolimpicoportugal.pt/wp-content/uploads/2016/04/4-Desporto-Crescimento-Econ%C3%B3mico-e-Emprego.pdf> - Consultado em 20 de Janeiro de 2017

Notícia do Jornal o Público. Disponível em: <https://www.publico.pt/2016/04/06/desporto/noticia/desporto-vale-1794-milhoes-para-a-economia-1728363> - Consultado em 18 de Janeiro de 2017

Livro Branco Sobre o Desporto . Disponível em : <http://www.spef.pt/image-gallery/713981615085-Colgios-Treino-Desportivo-Docs-de-Referncia-Livro-Branco-sobre-o-Desporto.pdf> - Consultado em 18 de Janeiro de 2017

Sardinha, L. B. & Dias, L. (2011) Estatísticas do Desporto de 1996 a 2009. Disponível em <http://www.idesporto.pt/ficheiros/file/PROCAFD%20RT/> - Consultado em 20 de Janeiro de 2017

Duarte, O. (2004) História dos Esportes. 3ª edição. São Paulo: Editora Senac São Paulo

Parlebas, P. (1981). Contribution a un lexique commenté en science. INSEP, Paris.

Oliveira, Candido. [s.d.] Aprender a Sincronizar. Disponível em: http://www.ismai.pt/NR/rdonlyres/FE7CDAC2-E174-49CD-BC08/0/Oliveira_C.pdf - Consultado em 20 de Janeiro de 2017

Castelo, J. (1994) Futebol modelo técnico-tático do jogo: identificação e caracterização das grandes tendências evolutivas das equipas de rendimento superior. Lisboa: Faculdade de Motricidade Humana, v.1.

FIFA. Laws of the game 2008/2009. Zurich: Fédération Internationale de Football Association.2008. Disponível em:http://www.fifa.com/mm/document/affederation/ifab/01/39/24/77/ifab_book_web.pdf

Consultado em 13 de Agosto de 2017

Garganta, J. (2006) Dos constrangimentos da acção à liberdade de (inter)acção, para um futebol com pés... e cabeça. In: A. Duarte (Ed.). O contexto da decisão - a acção táctica do desporto. Lisboa: Visão e Contextos Lda, v.1.

Yúdice, G. (2004) A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG

Volkov, M., Morgan, M.J. and Summers, J. (2008) The Role of Nostalgia in Determining Consumers' Sport Team Identification. Proceedings of the 6th Annual Sport Marketing Association Conference (SMA 2008), Sport Marketing Association

Galeano, E. (2005) Futebol ao sol e à sombra. Porto Alegre: L&PM

Augustini, M. Aspectos Psicológicos Do Desporto De Alto Rendimento. Disponível em: <http://www.totalsport.com.br/colunas/augusti/ed4600.htm> Consultado em 3 de Abril de 2017

Bayer, C. (1994) O ensino dos desportos colectivos. Lisboa: Dinalivro.

Cozac, J. R. Psicologia do Esporte. Cura e desempenho ótimo: as funções da imaginação. Disponível em: http://www.pauloribeiro.com.br/site/html/artigos/artigos_joao_ricardo_cozac.htm>. Consultado em 24 de Fevereiro de 2017.

Murad, M. (2007) A violência e o futebol: dos estudos clássicos aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Neto, O. C. (2002) O trabalho de campo como descoberta e criação.

Silva, Sidney Barbosa. (2005) Resumo da história do futebol. Revista electrónica Arquivo Campeões do Futebol. São Paulo, Disponível em: http://www.campeoesdofutebol.com.br/hist_futebol.html Consultado em 2 de Junho de 2017

Almeida, S. (2008). Os Efeitos da participação em comunidades virtuais de marca no comportamento do consumidor: Um estudo comparativo entre comunidades gerenciadas pelas organizações e pelos consumidores. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Teixeira, J, J. (1996) Futebol de Salão: a nova visão pedagógica com as novas regras.

Apolo, A. (1995) Manual didático de Futsal. João Scoretecci

Souza, P.A. (1994) O esporte na paraplegia e tetraplegia. Rio de Janeiro

Marinho, J. (2007) José Mourinho: vencedor nato.

Madrigal, R.C. (1995). Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance. *Journal of Leisure Research*

Wann, D.L. (1995). Preliminary validation of sport fan motivation scale. *Journal of Sport & Social Issues*

Giulianotti, R. Armstrong, G. (1997). Introduction: reclaiming the game – an introduction to the anthropology of football. In Armstrong, Gary, Giulianotti, Richard (eds.) *Entering the field: new perspectives on world football*

Vargas, A, L. (1995) *Desporto – Fenómeno Social*, Ed. Sprint Lda.

Rein, I, Kotler, P, Shields, B. (2006) *The elusive fan: reiventig sports in a crowded marketplace*

Melo, L. B. S. (2010) *Formação e escolarização de jogadores de futebol do Estado do Rio de Janeiro*. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro.

Paoli, P. B. (1997). *Percepções de técnicos de futebol profissionais brasileiros referentes ao calendário de competições e ao planejamento estratégico*. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Escola de Educação Física da UFMG, Belo Horizonte

Davidoff, L. (1983) *Introdução à psicologia*.

Wallon, H. (1879) *A psicologia genética*. IN: WALLON, H. *Psicologia e educação da infância*. Lisboa: Editorial Estampa

Gaya, A, G & Cardoso, M. *Os fatores motivacionais para a prática desportiva e suas relações com o sexo, idade e níveis de desempenho desportivo*. *Revista Perfil*. Porto alegre: Editora da UFRGS.

Cratty, B. J. (1983) *Psicologia no esporte*. Prentice-Hall, Rio de Janeiro

Toledo. H. L. (2002) *Futebol e teoria social: aspectos da produção científica brasileira*

Rocco, A. (2011) *A Convergência Cultural, o Marketing de Experiências e as Novas Formas de Consumo do Produto de Entretenimento Futebol*. [s.l: s.n.].

Darido, S. C Souza J, O. M.; (2008) A construção de um livro didático na Educação Física escolar: discussão, apresentação e análise. In: Pró-Reitoria de Graduação

Sousa, J. (2013) A gestão do desporto municipal. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/8909/1/A%20gest%C3%A3o%20do%20desporto%20municipal%20-%20ISEC.pdf>

Consultado em: 10 de Maio de 2017

Sevcenko, N. (1994) **Futebol, metrópoles e desatinos**

Leocinni, P, M. (2001) Entendendo o negócio futebol: Um estudo sobre a transformação do modelo de gestão estratégica nos clubes de futebol. Disponível em:

www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-08122003-165621/publico/TESE.pdf

Consultado em 11 de Fevereiro de 201

6 ANEXOS

6.1 David e Martinho – Antigos membros da Federação Moçambicana de Futebol e Ministério da Juventude e Desportos.

Marco: Bom dia, obrigado por me receberem. Podem se apresentar, se faz favor?

Martinho: Chamo-me Martinho António Fernandes, fui assessor do Ministro dos Desportos e estive ligado à Federação Moçambicana de Futebol até há pouco tempo.

David: Sou David Nhantumbo, estive ligado por vários anos ao Ministério da Juventude e Desporto, agora estou aposentado.

Marco: Diversos estudiosos afirmam que o futebol deixou de ser um jogo de entretenimento e tornou-se num negocio. Os exemplos que comprovam essa afirmação são vários. Em muitos países muitos jogadores têm o seu salário com grandes descontos para o Estado. Em Moçambique não é assim e a modalidade não é um negocio onde o Governo se beneficie. O que falta?

Martinho: Eu acho que já é um negocio, mas não é um bom negocio. Em Moçambique o desporto tem que ser estruturado, isto é, temos que ter claramente a pirâmide do desenvolvimento desportivo, que tem uma base alargada até formar a pirâmide. Cada sector, da base, tem o seu papel. Temos a massificação e depois temos o aperfeiçoamento e especialização. Assim, se for este o processo, vamos ter um rumo. Em Moçambique partem 3 milhões de jovens rapazes a procura de serem futebolistas e lá em cima, no topo da pirâmide, não chegam 100 capazes. Infelizmente, em Moçambique, a pirâmide está invertida e a prova disso é que temos mais equipas a competir em competições seniores do que competições juvenis. Logo, nunca vamos ter qualidade nos seniores, porque a base alargada que mencionei não é tratada, não é cuidada. Vamos ter quantidade, mas não qualidade e é isso que está a acontecer.

Marco: A qualidade é uma questão que todos me têm falado. A formação tem sido o principal enclave para esta questão. Para si, que acções deveríamos tomar para melhorar essa formação?

David: A formação tem que ser um chavão. Deve ser baseada em atitudes concretas. Está-se a introduzir (A nível nacional) um modelo de avaliação de qualidade nos escalões juvenis e juniores e vamos “atacar” esta situação da formação. O miúdo tem que está muito bem equipado (calções, meias, camisete, chuteiras), tem que ter um bom arbitro, tem que ter um bom clube (Que cuide bem dele), um bom campo, uma sandes. Portanto, tudo que ele tem direito. Da mesma maneira que nós educamos o nosso filho, temos que fazer o mesmo com estes miúdos – proporcionando tudo que ele precise para ele crescer com qualidade.

Martinho: Só para completar, é preciso que se invista nestes jovens. Não é preciso gastar, mas sim investir no seu futuro, assim como um Pai investe na escolaridade de um filho. No futebol é assim mesmo. Investe-se nos miúdos para que depois tenhamos qualidade lá em cima. Já viu o caso do último guarda redes do Benfica? Vendido à 50 milhões de Euros! Todos os clubes por onde ele passou, vão ganhar dinheiro. Esta é que é a filosofia.

Marco: Portanto, depois de ouvir os vossos comentários, a palavra chave é investimento.

Martinho: Sim. Mas é preciso que o “produto” seja cuidado. As autoridades capacitadas devem ter essa preocupação e saber que o futebol pode ser uma fonte de rendimento muito forte.

Marco: Temos capacidade de implementar todos esses conceitos em Moçambique?

David: Temos! Só é preciso reorientar a filosofia e falta-nos muita organização. Falta-nos muito isso nos nossos clubes, na federação, nas associações. É a tal pirâmide, por isso dizemos que está invertida. Só vemos a parte de cima e a de baixo mal olhamos para ela. É preciso que se massifique a formação, e isso nós temos capacidade.

Martinho: Eu também acho que temos, mas acima de tudo, acho que não temos paciência. São necessários 8-10 anos para se formar um jogador e é preciso que se saiba esperar. Colher o “produto” muito cedo é prejudicial.

6.2 Sem identificação – Membro da Federação Moçambicana de Futebol

Marco: Bom dia, obrigado por me receber. Pode se identificar, se faz favor?

XXX: Chamo-me XXX, trabalho na Federação Moçambicana de Futebol como coordenador há mais de 10 anos.

Marco: Desde já parto para a pergunta chave. O nosso futebol não tem sido o melhor, ou pelo menos, aquilo que esperamos.

XXX: É verdade. O nosso futebol já teve dias melhores e, infelizmente, estamos um pouco afastados de termos avanços.

Marco: Porquê que diz isso? O que falta?

XXX: A meu ver, falta muita coisa, mas a principal é a falta de trabalho dos nossos chefes. Digo isto por que não temos qualidade no nosso futebol, mas temos muitos jogadores de qualidade. No geral, falta vontade de querer ver o nosso futebol melhor.

Marco: O que a vontade política tem haver com a qualidade do nosso futebol?

XXX: Tem tudo haver. O futebol é como um outro negocio, é preciso plantar para depois colher, mas para isso é preciso que a semente seja regada, seja cuidada. Os nossos rapazes dos escalões mais pequenos (formação) não são incentivados a jogar futebol. Estamos cada vez mais a tornarmo-nos numa sociedade que só quer colher o que plantou, mas a plantação quase sempre vem “estragada”. Você já viu como é noutras partes do mundo? O Benfica investe muito na formação, mas engana-se quem pensa que o investimento é só financeiro. É muito mais abrangente. É preciso dota-los de ensino escolar, de valores que o enquadrem na nossa Sociedade. Não podemos formar jogadores de futebol, mas sim homens que saibam o valor das coisas. Esta é uma profissão muito apaixonante, mas é perigosa, pois acaba muito cedo e se o jogador só souber jogar futebol, fica complicado integra-lo na sociedade depois.

Marco: Portanto, acha que o futebol não tem qualidade e isso deve-se a falta de investimento – não só financeiro – dos nossos dirigentes. Mencionou o facto que noutras partes do mundo o futebol é visto com outros olhos, chegando a ser um negocio!? Em Moçambique, o que podemos fazer para que também tornemos esta modalidade em um negocio?

XXX: Foi o que eu disse, é preciso vontade. Política, da Sociedade Civil e dos dirigentes de clubes. A qualidade é fraca por que não condições boas para se jogar futebol. Como é que podemos esperar bom rendimento de um rapaz de 15 anos, se ele vai treinar sem se alimentar de forma correcta, sem ter um par de chuteiras boas, sem ter muitas vezes dinheiro para apanhar o chapa e ir treinar – tendo que percorrer longas distâncias -, sem ter uma ligação entre o futebol e à escola? É difícil. Enquanto não cuidarmos da nossa formação, não vamos ter qualidade na modalidade e, sendo assim, nunca vamos ter lucros. Que tenhamos mais gente jovem a dirigir o futebol, mais pessoas sem interesses políticos, sem necessidade de tantas coisas negativas que vemos na nossa sociedade. A corrupção também se sente no futebol e cada vez isso arruína o que pretendemos – qualidade.

Marco: Como é que a Federação pode promover esse aumento de qualidade?

XXX: Nós ajudamos, mas realmente é muito pouco. Recebemos dinheiro do Estado e temos que distribuir pelos clubes, competições e por aí fora. A nossa maior contribuição neste momento é de tentar procurar outros recursos para

que possamos apoiar os clubes a terem estabilidade para que se formem homens. Infelizmente a corrupção é grande e isso afasta muitos investidores que têm a vontade de fazer do futebol uma coisa positiva na nossa sociedade. Há muitos clubes que receberam fundos, mas não vemos nenhum notório disso, pelo contrário, parece que a situação piora.

6.3 III. Gina Tembe – Funcionária do Ministério do Trabalho

Marco: Bom dia, obrigado por me receber e por se disponibilizar. Pode se apresentar, por favor?

Gina: Obrigado. Chamo-me Gina Tembe, tenho 45 anos e sou técnica de emprego, mas trabalho mais no sector jurídico no Ministério da Trabalho.

Marco: O Ministério do Trabalho reconhece actividades desportivas? Ou seja, os atletas também são considerados trabalhadores?

Gina: Bem, na verdade é um sim e um não. Não porque só recentemente é que se chegou a consenso que os atletas devem ter um contrato mais específico. Sim porque enquanto um cidadão com um contrato assinado ele deve pagar 3% do seu rendimento mensal.

Marco: Disse-me que só recentemente é que se começou a olhar para o contrato de trabalho mais cuidado. O que quer dizer com isso?

Gina: As modalidades desportivas, em Moçambique, não estão muito claras. Isto permite que hajam muitas falhas na lei. Recentemente, junto à Segurança Social, começamos a fazer um trabalho para perceber como é que o jogador presta serviços ao clube. Dizer que joga para o clube é bastante específico, pois pode jogar como jogador fixo, como jogador que só joga de vez em quando, entre outras formas de prestação de serviços. Por essa razão ainda é complicado de se analisar esta questão.

Marco: O que julga ser necessário para se resolver esta situação?

Gina: É complicado. Há muitos jogadores que jogam sem algum contrato assinado e recebem algum dinheiro por jogarem assim. Ao procurarmos saber, ele (o jogador) vai afirmar que tem um contrato assinado com o clube, pois tem medo de não receber o pouco que ganha. É preciso que a lei puna os clubes e exija dos mesmos a relação nominal, o ultimo pagamento de INSS, a Segurança Social e até ao horário semanal com todos os trabalhadores inscritos.

Marco: Estamos a falar de desporto. Nesse sentido, olha para o futebol como uma actividade capaz de ser um negócio e empregar pessoas em Moçambique? Se sim, o que acontece para que isso não aconteça?

Gina: É possível e seria muito bom podermos contar com mais pessoas empregadas em Moçambique. Para tal é necessário, tal como mencionei anteriormente, que se faça um contrato específico ao trabalhador. Este contrato continuaria a obrigar ao trabalhador a pagar os 3%, porém seria específico no que diz respeito a que tipo de actividade no clube exerce. Hoje em dia, a maioria dos contratos são de “parceiros”, que na verdade são jogadores ou mesmo treinadores. Isso dificulta-nos, pois não conseguimos entender até que ponto quem é jogador e quem é jardineiro de um clube desportivo. Por outro lado, já nos apercebemos que esta é uma manobra dos clubes que usam estas táticas para que os jogadores sejam mal pagos. Posso lhe garantir que não falta dinheiro para desporto, mas falta gente capaz. Indo mais além, afirmo que é preciso que se regularize o futebol como um negocio, ou seja, é preciso que o clube seja punido ao não apresentar todos os seus movimentos, pois muitos desses movimentos não são mostrados para que não se paguem impostos. Se fizermos do futebol ou do basquetebol um negocio iremos ter mais pessoas empregadas em Moçambique, o Estado irá conseguir arrecadar mais fundos e, finalmente, mais jovens poderão se dedicar a uma profissão onde têm talento.

6.4 Lázaro e Leonel – Adeptos de futebol

Marco: Boa tarde, obrigado por me deixarem conversar convosco. Vou pedir que em primeira instância, se apresentem.

Leonel: Boa tarde. Chamo-me Leonel Pedro, tenho 23 anos.

Lazaro: Boa tarde. Chamo-me Lazaro Chiziane, tenho 27 anos.

Marco: Vocês vêm futebol?

Ambos: Sim.

Marco: O que acham do futebol nacional?

Lazaro: É um futebol que a cada dia que passa vai perdendo qualidade e vai desinteressando aos adeptos que, para mim, estão cansados e saturados pela falta de qualidade e maturidade dos jogadores.

Leonel: Também sou da mesma opinião. O futebol nacional já teve os seus dias. Eu vejo futebol há muitos anos e cada vez menos interesse-me pelo futebol nacional.

Marco: Vocês os dois falaram sobre a questão da qualidade do futebol nacional. O que faz com que não tenhamos qualidade no futebol?

Leonel: Em primeiro lugar a formação é muito má. Ou seja, os miúdos não são bem formados e logo, crescem sem saber o ABC do futebol. Depois há a questão que as autoridades não são competentes.

Lazaro: Sim, é verdade. As autoridades não ajudam em nada. Não acredito que com tantos países a ajudar o nosso desporto, ainda faltem bolas, coletes ou pinos para que os rapazes da formação possam jogar.

Leonel: Como é que podemos esperar qualidade no nosso campeonato, se os jogadores treinam num campo de areia e depois vão jogar num campo de relva sintética? É muito complicado!

Marco: Que medidas devem ser tomadas para que possamos ter melhorias?

Leonel: Como estive a dizer, o pessoal que está ligado ao futebol não está de acordo com a evolução, ou seja, ainda vêm o futebol como antigamente que era só preciso um par de botas, um campo, uma bola, duas balizas e pronto. Hoje em dia é muito mais que isso. É mais complexo. O futebol evoluiu e é preciso que os mais velhos dêem lugar aos mais novos para estes melhorarem o nosso futebol. Por outro lado, os clubes são de uma gestão muito má. Numa era que as tecnologias estão em todo o lado, não se justifica que não tenhamos um spot publicitário a falar dos jogos do moçambola assim como os da selecção! É muito difícil termos o calendário do nosso campeonato., notícias da nossa selecção , entre outros, nas redes sociais, televisão e por aí fora, não há quase nada dos clubes nacionais. Nos canais de Portugal eu tenho informação dos clubes a toda a hora. Imitamos tantas coisas de fora, por quê não está? É triste.

Lazaro: Para acrescentar, eu afirmo que o futebol nacional é caracterizado por muitas irregularidades.

Marco: Quais?

Lazaro: Por exemplo, tenho conhecimento que há clubes que recebem patrocínios e depois dizem que estão em crise. Isso faz com que os jogadores não

recebam salários, os miúdos da formação sejam ainda mais prejudicados, por aí em diante. É preciso um controle maior nesta questão.

Marco: Falaram que em Moçambique o futebol não tem tido qualidade, porém nos últimos anos temos tido imensos jogadores a saírem para o estrangeiro. Como explicam esta situação?

Lazaro: Empenho e dedicação. Num cacho de bananas nem sempre todas estão podres (risos). Essa situação é meio falsa, ou seja, saem muitos, mas poucos ficam. Isto deve-se a questão que já aqui mencionamos. Eles não têm ritmo de jogo para a Europa, por exemplo, pois aqui jogam em condições muito más e quando chegam lá correm 10 metros e já não aguentam.

Leonel: Sem falar que os nossos jogadores têm o péssimo hábito de sair do campo directo para a barraca. Na Europa, os clubes são mais sérios e não permitem esses comportamentos. Aqui? Ahh aqui tudo se pode.

Marco: A formação foi uma questão muito abordada por vocês. Acham que essa responsabilidade é do Governo ou do Clube?

Leonel: Do clube e também do Governo, que se faz representar pela Federação Moçambicana de Futebol. Ou seja, para mim os clubes devem receber algum apoio financeiro destinado aos rapazes da formação.

Lazaro: Para além disso, a Federação também deve apoiar os treinadores. Porque são eles os responsáveis por ensinar.

Marco: Depois do que me disseram, acham que o futebol em Moçambique pode ser um negocio que empregue mais pessoas?

Lazaro: Sim, pode ser, mas não temos pessoas certas que comandem o desporto para que isso aconteça. Que se ponham mais jovens a dirigir este desporto para termos melhores resultados.

Leonel: Acrescento que é necessário que também haja mais condições aos jogadores. Todos os dias vemos parcerias com países de fora e muitas delas são para o desporto. Onde está esse dinheiro? Assim não dá, parece que os “chefes” não estão interessados. Assim não dá e só invertendo esta situação é que iremos ver o futebol de outra forma. As pessoas também precisam de mudar a forma que vêm este desporto. Se continuarem a olhar para ele como uma coisa ridícula que

só serve para entretenimento nunca vamos ter pessoas interessadas em melhorar o nosso futebol.

IV. Edilson Fumo – Jogador da formação do Clube Grupo Desportivo de Maputo

Marco: Bom dia, em primeiro lugar, podes se identificar? Há quanto tempo está nesta entidade?

Edilson Fumo: Bom dia, obrigado eu pela oportunidade de poder participar neste trabalho. Estou a fazer. Estou no desportivo há 4 anos. Tenho 19 anos.

Marco: Estás no desportivo há 4 anos, mas já jogou em algum outro sitio? Qual? O que lhe fez ir ao Desportivo?

Edilson Fumo: Antes joguei no BEBEC quando tinha oito anos, nos iniciados do *Heavytrack* (um clube amador de Maputo). As condições de trabalho foi a principal causa para eu vir jogar aqui.

Marco: Quando mencionou a questão das condições, o que quis dizer com isso?

Edilson Fumo: O Desportivo dá subsídios de transporte de vez em quando (alguns dias de jogos ou de treinos). Apesar dessa ajuda, tem sido complicado. Muitas vezes sou obrigado a pedir em casa e nem sempre me dão (não têm). O clube também dá equipamento para jogarmos e treinarmos.

Marco: Quando fala nessa questão de pedir dinheiro em casa para vir treinar, como é que a sua família reage? Eles apoiam-lhe quando joga futebol? Conte-me o que o fez começar a jogar futebol.

Edilson Fumo: Desde criança sempre gostei de futebol. A minha família também segue muito o futebol, porém ninguém seguiu a carreira e sendo assim eles apoiam-me muito. Quando comecei no BEBEC foi difícil porque em casa pensaram que eu não queria estudar e até hoje batem me na cabeça para que continue a estudar (risos), mas eu concordo com eles. Para mim, apesar de amar o futebol, os estudos estão em primeiro.

Marco: Disse-me que tem 19 anos, isso significa que já vê futebol há alguns anos. Para si qual é a principal razão dos estádios em Moçambique não estarem cheios?

Edilson Fumo: A qualidade do futebol é muito fraca. Tudo começa da formação e, infelizmente, devo assumir que apesar de ainda estar na formação, ela não tem qualidade.

Marco: E o que se passa para a formação não ter qualidade?

Edilson Fumo: Acho que é falta de boas condições. Apesar de ser melhor que muitos outros sítios, ainda falta muito para atingirmos o mínimo de condições. Não temos um campo de medidas exactas (como os que servem para a realização dos jogos) para treinar e quando chega o dia de jogo ficamos sem ritmo porque o outro campo é muito maior. Temos poucas bolas para a quantidade que somos.

Marco: Qual é, para si, a probabilidade de um jogador daqui da formação conseguir passar para a equipa A? Os que saem têm qualidade?

Edilson Fumo: Cada ano saem 5 jogadores em 22. Portanto é complicado, mas com trabalho chega-se lá. Os jogadores que saem têm qualidade sim, mas não têm incentivos suficientes como em outros clubes.

Marco: O futebol é uma prática desportiva com bastante adeptos, seguidores, ou seja, apaixonados. Isto quer dizer que em torno deste desporto estão imensas pessoas, o que por sua vez envolve grandes quantias de dinheiro e muitas oportunidades de trabalho. O que é preciso para que esta situação – fazer do futebol um negócio - ocorra em Moçambique?

Edilson Fumo: Mais trabalho por parte dos dirigentes políticos, dos responsáveis pelos clubes, dos adeptos e também dos jogadores. Os dirigentes políticos, os responsáveis pelos clubes têm que garantir que tenhamos todos os requisitos para que saíamos daqui a saber tudo que precisamos. Para isso é preciso que haja mais condições (Mais campos para treinarmos, mais equipamentos, subsídios, entre outros). Por parte dos jogadores é preciso mais empenho. Eu sou jogador e sei que a desculpa da falta de condições não é suficiente para que não mostremos a qualidade necessária – porque até temos. Por parte dos adeptos é preciso suporte. Eles são a peça-chave para termos motivação, sem eles não faz sentido jogar.

6.5 VI. Jossefa Banze – Administrador do Clube Grupo Desportivo de Maputo

Marco: Bom dia, em primeiro lugar, vou lhe pedir que se apresente e diga o cargo nesta entidade desportiva, há quantos anos trabalha aqui?

Jossefa Banze: Bom dia, obrigado pela oportunidade. Chamo-me Jossefa Banze, tenho 39 anos. Estou há mais de 20 anos aqui no Desportivo. Comecei como delegado de infantis, juniores e depois fui delegado de seniores. Exerço funções desde 2003 até ao presente, mas para além dessa tarefa, sou Administrador do clube desde Dezembro.

Marco: O desporto, neste caso o futebol, tem como uma das suas principais características a união de pessoas. Porém, em Moçambique os campos de futebol costumam estar esvaziado. Quais são, para si, os principais factores que conduzem a esta situação?

Jossefa : Há vários factores que levam a esta triste situação. Eu não acredito que seja o factor económico, mas sim pela fraca qualidade do futebol que se pratica. É duro e lamentável dizer isto, mas o futebol moçambicano perdeu muita qualidade nos últimos anos. As pessoas reagem a essa falta de qualidade distanciando-se do futebol. É preciso que se faça um trabalho muito sério na formação, pois só com trabalho e dedicação conseguiremos ter qualidade suficiente e termos aquilo que ambicionamos quando vemos o ‘futebol de fora’. Diz-se na gíria que não se começa uma casa pelo tecto, mas sim pela fundação. O mesmo acontece no futebol, é preciso que os jogadores, os técnicos e até os dirigentes/gestores estejam à par da evolução desta modalidade. Neste caso, em Moçambique, há vontade muito grande de se trabalhar, mas não temos recursos. São muito escassos. É normal que num conjunto de 100 miúdos, não haja equipamento suficiente, hajam só 5 bolas para todos eles. É difícil esquematizar o programa dessa maneira.

Marco: Portanto, a formação, que é a base, é a razão para que neste momento o futebol não tenha qualidade suficiente?

Jossefa Banze: Eu penso que os nosso treinadores em Moçambique não estão capacitados para treinarem. Isso acontece porque eles não conseguem ter meios de participar na formação que é dada pela Federação Moçambicana de Futebol. É preciso que se pague um valor de 15 mil meticais e o curso tem a duração de 15

dias ou as vezes um mês. A meu ver esse valor é muito para um curso de tão pouca duração. Não se forma um treinador em 15 dias. É muito pouco tempo. Sendo assim, o Desportivo e muitos outros clubes têm recorrido a experiência daquele ex-jogador, ex-alguma coisa relacionada ao futebol. Infelizmente não se consegue ter sucesso assim. É preciso metodologia, um cronograma com pedagogia. É preciso ser pai, pois lidar com crianças não é fácil. As crianças sentem isso, sentem que o seu treinador não tem capacidades suficientes e muitas vezes acabam por abandonar o clube e seguir para outro com melhores condições. É preciso que a parte psíquica de um treinador esteja bem apetrechada.

Marco: Diversos estudiosos afirmam que o futebol deixou de ser só para o entretenimento e passou a ser um negócio. Concorda com esta afirmação? Nesta entidade, o futebol é a prática desportiva de maior destaque?

Jossefa Banze: Concordo. Sim, aqui e em todos os outros clubes o futebol é o símbolo de impacto de qualquer entidade desportiva.

Marco: Portanto, também podemos afirmar que o desporto pode ou deve ser um novo meio de empregar pessoas em Moçambique.

Jossefa Banze: Sim, também concordo. O Desporto, especialmente o futebol, consegue ocupar milhões de pessoas. Se vir com atenção o caso do Brasil, vai descobrir que mais de metade da população vive de desporto e cultura. Neste momento temos de ter um trabalho de médio, longo prazo em busca de qualidade na formação. Só assim poderemos ter uma geração capaz e um conjunto de jovens capacitados de jogar em qualquer equipa sénior. A meu ver é preciso que também se substitua muitos jogadores sejam substituídos por alguns da formação. Em Moçambique é preciso que haja muito trabalho. Em primeiro é preciso que os jogadores sejam mais sérios e tenham mais vontade de lutar – não é do dia para noite que se vão tornar em Mesis ou Ronaldos. Os responsáveis têm que ser mais sérios, têm que ser exemplares e serem o suporte dos jogadores – motivando-os e dando-lhes as condições necessárias. É preciso que a Sociedade Moçambicana olhe para o futebol nacional da mesma maneira que olham para os jogos de fora. Eu sei que parece um absurdo, mas acho que é muito importante que os nossos jogadores se sintam acarinhados para que possam mostrar qualidade. Só assim é que vamos conseguir ter qualidade no

desporto, que por sua vez irá abrir portas para mais empregos e melhorar a economia.

6.6 VII. Pedro Siteo – Chefe do Departamento de Futebol do Clube Grupo Desportivo de Maputo

Marco : Bom dia, em primeiro lugar quero lhe agradecer por me receber e por me conceder alguns minutos do seu tempo.

Pode se apresentar, se faz favor?

Pedro Siteo : Bom dia. Chamo-me Pedro Siteo, estou no Grupo Desportivo de Maputo (GDM) desde 1976, fui jogador de futebol aqui neste clube até 1984 e desde lá até hoje sou chefe do departamento de futebol.

Marco: O desporto, no seu geral, tem como uma das principais características a união de pessoas. Porém, em Moçambique os campos de futebol (especificando) costumam estar esvaziados – não atraem pessoas. Quais são, para si, as principais razões que conduzem a esta situação?

Pedro Siteo: A meu ver é simples: falta qualidade no nosso futebol. Antigamente o futebol fazia com que às pessoas fossem ao campo. O futebol era de qualidade. Só a título de exemplo, as enchentes que a selecção tem hoje, nós tínhamos num jogo comum. Hoje é diferente. A formação – que é importante -, o treinador não consegue obtê-la, uma vez que a Federação Moçambicana de Futebol (FMF) cobra por elas e os clubes muitas vezes não têm verbas par tal. O treinador também acaba por não ter dinheiro para isso e, logo, a vida segue. Os miúdos da formação não recebem ensinamentos de qualidade e isso é fruto para a falta de qualidade existente no futebol. Por outro lado – ainda nas razões económicas –, os miúdos das formações acabam por não ter grandes incentivos. Normalmente a formação exige que haja equipamento suficiente para 100 (por exemplo) miúdos, mas a realidade é que só há duas ou três bolas, não há coletes, mecos. Assim fica complicado, muito complicado. Pessoalmente, sou de opinião que a FMF devia apoiar os clubes – antigamente era assim. Pelo menos ajudar-nos com material. A lei do desporto devia obrigar a FMF a fazer isso, mas infelizmente ela não é clara o suficiente.

Marco: Ainda sobre a questão anterior, o clube tem muitos sócios? Há alguma estratégia para atrair novos sócios? Se sim, qual? Quais são as quotas?

Pedro Siteo: Somos dos clubes que tem mais sócios em Moçambique. Só que a maioria não são sócios pagantes. As nossas quotas são baixas e variam desde 50 meticais até 750 meticais.

Marco: Mas há alguma razão para que os sócios não paguem?

Pedro Siteo: A meu ver, há sim. O sócio é atraído por bons resultados e, infelizmente, não temos tido. Há uns anos lutávamos para sermos campeões e hoje lutamos para subir de divisão.

Marco: O que aconteceu para esta mudança repentina? É ainda a questão da falta de qualidade da formação?

Pedro Siteo: O nosso clube tem estado mergulhado numa crise. O nosso maior patrocinador deixou de nos apoiar. Neste momento estamos a ver se conseguimos outra empresa para serem o nosso novo patrocínio. Tomará que consigamos. Neste momento a equipa principal é quase toda formada nos nossos escalões. Para mim não lhes falta qualidade. É preciso que haja mais dedicação por parte deles, mas também entendo o lado deles. Os jogadores não recebem salários e isso acaba por não os motivar. É uma situação delicada. Estes jogadores são pais, chefes de família e como bem sabemos a vida em Moçambique está dura.

Marco: Uma situação que temos vivenciado é que muitos jogadores saem do campo para a barraca. Apesar da falta de condições dos clubes, eles conseguem ter dinheiro para isso. Portanto, será mesmo falta de motivação por não receber salários?

Pedro Siteo: O jogador que sai do campo para a barraca, não gosta do futebol. Ele sabe que o corpo é o seu instrumento de trabalho e mesmo assim não descansa. Felizmente, como lhe disse, estamos a conseguir fechar com os transportes Lalgy. Eles já nos têm apoiado e temos conseguido cumprir com as nossas obrigações.

Marco: E nota alguma motivação extra nos jogadores?

Pedro Siteo: Bem, ainda é cedo. Não se pode avaliar o desempenho de uma equipa por um ou dois jogos, mas sim pela temporada inteira. O nosso maior

objectivo neste momento é de voltar à primeira divisão. Se isso se concretizar, aí sim, vamos poder perceber o comportamento da equipa.

Marco: O GDM é conhecido também por conseguir formar grandes jogadores nacionais e fazer deles nomes sonantes fora de Moçambique. Vemos jogadores como o Dominguez, o Zainadine e o Mexer que hoje estão a representar clubes fora de Moçambique. Voltando a questão inicial – da formação – ainda há um interesse estrangeiro pelos jogadores nacionais?

Pedro Siteo: Não tanto como antigamente. Os jogadores hoje têm momentos. Há dias que jogam bem, outros não. Isso para mim não faz com que eles sejam bem vistos. O jogador é analisado como um clube, ou seja, é analisado pelo seu desempenho numa época.

Marco: Diversos estudiosos afirmam que o futebol deixou de ser só para entretenimento e passou a ser um negócio. Concorda com esta afirmação?

Pedro Siteo: Sim, concordo. Acho que é só ligar a televisão e ver como na Europa e em outras partes do mundo o futebol gera receitas. Muitos milhões! Infelizmente aqui não. Um dia. Quem sabe!?

Em todos os clubes de Moçambique o futebol é a prática desportiva de maior destaque. Por mais que a equipa de basquetebol seja campeã, os adeptos vão gostar muito mais se for um título de futebol. Acredito que é assim em todo o mundo. É por isso que chamamos do futebol, o “desporto rei”.

Marco: O futebol, tal como já estivemos aqui a falar, é um negócio. Desse modo, ele pode empregar pessoas. Acredita que a questão da qualidade é fundamental para que possamos ter mais pessoas empregadas com o desporto?

Pedro Siteo: Obviamente. Sem qualidade não há pessoas no campo, sem pessoas no campo não há dinheiro no clube, sem dinheiro no clube, não há jogadores satisfeitos e sem estes factores todos não há maneira de empregar pessoas. Contudo, sem pessoas certas nos cargos, não temos nada disto.

6.7 VII: Erasmus Carlos – Treinador da equipa sénior do Clube Grupo Desportivo de Maputo

Marco: Bom dia. Obrigado pela oportunidade de poder falar consigo. Em primeiro lugar pode se identificar, dizer um pouco da sua trajetória no clube?

Erasmus Carlos: Bom dia. Eu chamo-me Erasmus Carlos, sou treinador da equipa sénior do Grupo Desportivo de Maputo. Trabalho aqui há 9 anos. Comecei por ser treinador da formação e este é o meu primeiro ano como treinador de séniores.

Marco: Portanto a sua trajetória baseia-se em experiência. Ou seja, passou da formação para a equipa sénior pela sua experiência na equipa da formação. Teve alguma formação para ser treinador?

Erasmus Carlos: Não, no meu caso eu tive alguns cursos de futebol. Formei-me para ser treinador.

Marco: Depois de alguns depoimentos que consegui levantar que infelizmente nem todos os treinadores conseguem ter a capacidade de auferir um curso desses e o clube também não se incube dessa responsabilidade. Portanto, para si isso contribui para não termos futebol de qualidade em Moçambique?

Erasmus Carlos: Para mim isso é um grave erro dos dirigentes. Eles não dão abertura para as pessoas fazerem a formação. As formações de grandes níveis requerem grandes quantias de dinheiro e os clubes não têm. Para piorar, o curso é de 15 dias. Acha que é suficiente? Que treinador aprende em 15 dias? No mínimo 6 meses. Sem isso, para mim, não vai haver qualidade. Eu tenho 24 anos de treinador, sou de opinião que se deviam fazer equivalências nesses casos. Já somos experientes. Há muitos treinadores como eu e que não conseguem ser treinadores da equipa sénior devido a falta de um curso (há clubes que só aceitam treinadores formados, não é o caso do Desportivo).

Marco: O desporto, neste caso o futebol, tem como uma das suas principais características a união de pessoas. Porém, em Moçambique os campos de futebol costumam estar esvaziado. Quais são, para si, os principais factores que conduzem a esta situação?

Erasmus Carlos: O que está a acontecer é que o futebol moçambicano perdeu qualidade. As nossas equipas e até mesmo a selecção perdeu qualidade e isso faz

com que às pessoas “fujam” do campo. Felizmente, a única equipa que “arrasta massas” é o Desportivo. Os nossos adeptos fazem caravana para ir ao campo, gritam e incentivam-nos, mesmo a perder. Os árbitros em Moçambique não têm tido grande qualidade e isso também motiva para que os adeptos não se façam presente no campo. Portanto, não há alinhamento entre as equipas, o público e os árbitros. A seleção começou a mudar agora. Este treinador é um homem jovem com motivação e sempre tem chamado os adeptos ao campo e estes, por sua vez, respondem-no indo aos jogos. Ele faz as pessoas perceber que é preciso apoiar o nosso futebol, porque este desporto é maravilhoso. Até pode curar doenças! Mas também não podem existir adeptos que lutem em campo, isso é prejudicial.

Marco: Esteve a dizer que o futebol moçambicano não tem qualidade suficiente. Nos discursos que fui recolhendo, todos são unânimes em dizer que a principal razão é falta de qualidade na formação. Para si, que também foi treinador de formação, isso é verdade?

Erasmus Carlos: Até certo ponto é verdade, porém não é toda ela que é fraca. Há certos sítios que há uma formação coesa e boa. Não estou a defender o Desportivo, mas toda a equipa sénior deste ano é formada aqui desde as escolas até aos seniores. Estão lá a ombrear com equipas grandes. Muitas vezes quando entramos em campo são apelidados de “bebes”, mas nós vemos isso como um grande orgulho e vamos continuar a apostar neles. Acreditamos neles e sabemos que eles são diferentes e têm qualidade. O mesmo acontece com os treinadores. É verdade que os nossos treinadores não têm as melhores formações, mas temos imensos treinadores muito capazes. O que acontece é que não temos condições para os jogadores e treinadores, porque qualidade existe.

Marco: Estive em conversa com um jovem da formação e ele foi claro ao dizer que para ele o clube não oferece todas as condições necessárias para a prática de futebol com qualidade. Que condições entende que sejam necessárias?

Erasmus Carlos: Eu acho que em primeiro é preciso formar o homem em termos de formação académica. O clube tem que apoiar o jogador a ir para a escola, a ter transporte. Quanto mais sucesso ele tiver na escola ele vai ter bom rendimento em campo. Hoje, nos dias que passam, o miúdo vem de casa (sabe-se lá como é que conseguiu vir de casa para o clube), tem dificuldades para se

alimentar. Como é possível ele ter bom rendimento em campo? Por muito bom que ele seja, não vai conseguir. Eu penso que o Desportivo está a mudar isso devido a nova academia que temos e a partir de agora pretendemos estar a seguir esta formação académica. O desportivo, nos próximos anos, vai ter a regra que sem estudar, nenhum atleta pode jogar. Por muito que tenha talento, sem estudar não joga. Isso vai, a meu ver, contribuir para que em caso de algum acidente ou mesmo que o jogador não se afirme no futebol, ele possa saber fazer alguma coisa e não se dedique ao crime ou a pedir esmolas na rua.

Marco: O futebol é uma prática desportiva com bastante adeptos, seguidores, ou seja, apaixonados. Isto quer dizer que em torno deste desporto estão imensas pessoas, o que por sua vez envolve grandes quantias de dinheiro e muitas oportunidades de trabalho. O que é preciso para que esta situação ocorra em Moçambique?

ES: Falta investimento! Sim, investimento. Deixemos de conversas que não temos qualidade, não temos vontade, etc. Temos tudo isso e muito mais, mas não há pessoas sérias a dirigir esta modalidade. Não falta dinheiro, mas falta vontade de querer ver o futebol melhor. Infelizmente muitos fundos são desviados e vão para onde não devem ir. Como podemos ter a formação com qualidade se não têm o que comer, o que vestir!? Assim não dá. É preciso que se pare e pense. Será que o Governo não vê televisão para perceber que com o futebol/desporto com bons resultados, são eles que ganham? Não percebem que a questão da falta de emprego – sobretudo nos jovens – vai diminuir? É com muita tristeza que digo isto, mas é a verdade! É preciso vontade para investir no futebol, dar atenção aos jogadores e motiva-los a representar a nação.

6.8 IX. Edson Mexer – Jogador de Futebol/Ex-jogador do Clube Grupo Desportivo de Maputo

Marco: Bom dia, em primeiro lugar, pode se identificar? Quando entrou para o Desportivo de Maputo?

Edson Mexer Bom dia, obrigado eu pela oportunidade de poder participar nesta pesquisa. Chamo-me Edson Mexer, tenho 28 anos. Entrei no Desportivo em 1999, tinha 10 anos de idade.

Marco: Como foi a sua entrada para o Desportivo?

EM: A minha carreira começou quando jogava num clube do meu bairro e participei num torneio chamado SOBEC. Depois, em 99, entrei para a formação do Desportivo e seguidos mais alguns anos, o clube reconheceu o meu talento e ascendeu-me até a equipa sénior e pelas boas exibições que ia fazendo, acabei por ser chamado para a selecção nacional.

Marco: Como foi a sua experiência na formação? Passou por dificuldades?

EM: Na altura eu morava no alto-maé, era fácil para mim e alguns amigos (que também estavam comigo na formação) chegarmos ao clube, íamos a pé, pois nem sempre tínhamos dinheiro para transporte. Sempre houve dificuldades, não é de hoje esta situação.

Marco: Mencionou a questão de ter que ir à pé para os treinos. Como é que a sua família reagia a sua participação no futebol?

EM: Desde criança sempre gostei de futebol. A minha família também segue muito o futebol. O meu pai foi jogador e sempre uma referencia para mim. O meu tio levou-me ao GDM e meteu-me na formação. Sempre fui apoiado por todos e graças a Deus nunca me deixaram faltar nada, apesar das dificuldades.

Marco: Já joga futebol há vários anos e conta com bastante experiência, sobretudo por jogar na Europa, há alguns anos. Deve estar habituado a ver os estádios cheios. Em Moçambique não é comum ver os estádios assim. Para si, qual é a razão para isto acontecer?

EM: A qualidade do futebol é muito fraca. O moçambola perde qualidade ano após ano e, para mim, a culpa deve-se a vários factores, entre os quais o profissionalismo dos nossos dirigentes.

Marco: Em muitas entrevistas ouvi que a falta de qualidade deve-se a má formação dos jogadores. É da mesma opinião?

EM: Bem, é complicado. É verdade que a qualidade da formação não tem sido a esperada, mas como disse, isso deve-se a falta de profissionalismo dos nossos dirigentes. Falta dinheiro, é verdade, mas depois de alguns anos nisto já posso dizer que o pouco dinheiro que existe chega para dar as condições mínimas a formação. Só a título de exemplo, a selecção nacional não tem equipamentos para nós todos, somos obrigados a usar roupa que outros escalões também usam. O futebol acaba por se perder assim.. Eu sei que temos qualidade suficiente para

termos equipas com futebol atractivo, mas se nada mudar, vamos ter os estádios ainda mais vazios do que já estão.

Marco: O que quer dizer com falta de profissionalismo?

EM: Já deves estar a par da crise que o GDM está a viver, no entanto posso te garantir que há alguma coisa estranha a acontecer no clube. Quando fui vendido ao Sporting, o clube facturou bastante. Quando saí do Sporting ao Nacional, também ganhou e agora que estou no Rennes também ganhou. Há outros casos como o meu, portanto, o clube tem tido alguns rendimentos. Esta e outras situações do género empobrecem o nosso futebol. Neste momento tenho propostas de jogar na Inglaterra, mas por Moçambique estar numa posição tão má no ranking da FIFA, nós moçambicanos não podemos lá jogar. A FIFA não reconhece o futebol Moçambicano. Para onde vai o financiamento que recebemos para acabar com esta situação..?

Marco: Ainda bem que tocou nessa questão. Como deve saber o futebol é uma fonte de rendimento muito boa para o Estado e uma fonte também para a Sociedade, uma vez que gera muitos postos de trabalho. O que julga ser necessário para que possamos essa hipótese em Moçambique?

EM: Em primeiro lugar, é preciso que se dê mais oportunidades aos jovens que querem mudar o nosso futebol. Falo de dirigentes. Há muitos que devem sair e dar o seu lugar a outros. Aqui na França o Estado leva-nos quase 50% do nosso salário em impostos (acho bastante, mas necessário, pela qualidade de vida que há aqui). O futebol é a minha vida, deu-me tudo que um dia sonhei. Quantos moçambicanos têm talento e não conseguem uma oportunidade? Muitos! O Estado não olha para o futebol como um negocio, olha como mais uma diversão. Estamos em crise e devíamos aproveitar, mas como disse, enquanto não mudarmos o profissionalismo jamais iremos ter condições favoráveis para o futebol, logo o Estado também não se beneficia. Os adeptos também precisam ter mais vontade de ajudar os jogadores. Ir ao campo é importante para nós.