



## **Futebol e Comunicação: Instrumentos de mudança da imagem de Angola<sup>1</sup>**

Edilson Marques da Silva Miranda<sup>2</sup>

Leopoldo Martinho Baio<sup>3</sup>

Universidade Estadual Paulista – UNESP – Bauru-SP

Universidade Independente de Angola – UnIA – Luanda- Angola

### Resumo

A Copa das Nações Africanas é a principal competição de futebol organizada pela Confederação Africana de Futebol – CAF, que é um órgão ligado a FIFA – Federação Internacional de Futebol Associado, e é o principal evento esportivo do continente africano. Em 2010, pela primeira vez, a Copa das Nações Africanas foi realizada em Angola, e o país teve a sua estréia de experiência de organização de um evento de escala continental. Esta foi a grande oportunidade da mudança de imagem do país frente a mídia internacional. O futebol propiciou a possibilidade da criação da marca “Angola” associada à gestão de evento internacional e atrelado a idéia do desenvolvimento turístico do país.

### Palavras-Chave:

Futebol; comunicação; imagem; Angola, esporte.

### Resgate histórico de Angola

Angola é um país de língua portuguesa localizado no continente africano. O país tem um histórico bastante forte, com a construção da sua cultura, arte, línguas, organização política e econômica, antes mesmo do período Colonial Europeu. Na história do país, temos ícones como a Rainha N'zinga, que foi peça chave na organização local contra os interesses coloniais dos europeus no continente africano.

Portugal iniciou a Colonização de Angola no início no século XV, junto com a colonização do Brasil. A capital de Angola, inicialmente se chamava São Paulo de Assumpção de Luanda, porque era o nome do santo do dia da fundação da cidade. Foi

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela UNESP. Professor no Departamento de Comunicação Social da UNESP, campus de Bauru-SP.

<sup>3</sup> Mestrando em Gestão de Marketing Estratégico pela FUNIBER/ PIAGET – Portugal. Licenciado em Ciências da Comunicação pela Universidade Independente de Angola.



neste mesmo dia em que foi iniciada a cidade de São Paulo, no Brasil. As duas cidades, Luanda em Angola na África e São Paulo no Brasil, fazem aniversário no mesmo dia. Luanda foi fundada em 1576 e São Paulo em 25 de janeiro de 1554, como uma missão Jesuíta.

O Brasil teve a sua independência, em relação ao colonizador português, oficialmente no dia 7 de setembro de 1822, há quase 200 anos atrás. A independência brasileira foi marcada pelo momento histórico do grito do Ipiranga. A história nacional registrou o momento da célebre frase: “Independência ou Morte”. E a opção foi a Independência, e não a guerra e a morte.

Angola teve a sua história colonial, paralela a história do Brasil. Mas diante da questão posta entre a “Independência ou a morte”, o caminho tomado no país africano foi o da morte. Angola teve a sua história marcada pela guerra, diferente da história do Brasil. Primeiramente Angola viveu a guerra de libertação nacional contra os colonizadores portugueses, no período de 1961 a 1974. Foram 13 anos de guerra contra os portugueses. No dia 11 de novembro de 1975 foi proclamada a Independência de Angola em relação a Portugal. Três partidos políticos, que eram forças militares, tiveram grande importância nesta guerra de libertação. São eles os partidos FNLA – Frente Nacional de Libertação de Angola, o MPLA – Movimento Popular de Libertação de Angola e a UNITA – União Nacional para a Independência Total de Angola.

Os partidos FNLA E UNITA, tiveram grande apoio do ocidente, vindos dos Estados Unidos da América, França, Inglaterra e países Nórdicos. O partido MPLA teve apoio do oriente, vindos da URSS, Cuba, Jugoslávia e China (PINTO, 2008, p.71).

Em 19 de janeiro de 1975 é assinado o Acordo de Alvor, prevendo a criação de um Governo de transição em Angola, que deveria organizar a independência e aprovação da Constituição. Mas o acordo não foi efetivamente executado. Não houve congruências entre as forças políticas envolvidas com o movimento de independência do país. Houve rivalidades ideológicas entre os militantes políticos. O partido MPLA proclamou a independência do país no dia 11 de novembro de 1975. O partido apresentou uma Lei Constitucional com um pendor mais socialista e não admitiu a democracia pluralista. O MPLA passou a ser o partido único no poder e instituiu as



FPLA, Frente Popular de Libertação Nacional, como seu braço armado (PINTO, 2008, p.72). Teve início a guerra civil em Angola envolvendo os três partidos políticos: FNLA, MPLA e UNITA. Por fim, o conflito em Angola se radicalizou entre apenas dois partidos, o MPLA e a UNITA.

Angola era o segundo país da África em produção de petróleo. O primeiro país era a Nigéria. Atualmente, Angola passou a Nigéria, e se tornou o país número um da África em produção de petróleo. Angola é dividido em 18 províncias. Cabinda é a província responsável por aproximadamente 65% da produção de petróleo do país. A nação também é um dos maiores exportadores mundial de diamantes. A extração de diamantes é centralizada nas províncias da Lunda Sul e Lunda Norte. O Partido MPLA tinha domínio sobre a área do país forte na extração de petróleo, e tinha o apoio dos países de cunho comunista. A UNITA controlava a região de produção de diamantes, com o apoio do ocidente. A guerra em Angola somente terminou com a morte do líder da UNITA, Jonas Savimbi, em 22 de fevereiro de 2002.

De 1961, quando se deu o início do movimento armado para independência de Angola, até 2002, quando efetivamente terminaram os conflitos armados, somaram-se 41 anos de guerra. A mídia internacional divulgou durante anos as notícias relacionadas com os conflitos em Angola. Diante da opinião pública mundial, a imagem do país ficou associada com a guerra, morte, fome e governos sanguinários.

#### O Esporte como Possibilidade de Mudança na Imagem do País.

O esporte trouxe, para o país africano, a possibilidade de mudança da sua imagem frente à opinião pública internacional. O futebol abriu a oportunidade para que Angola deixasse de ser vista como um campo de batalha e passasse a veicular na mídia internacional imagens associadas à alegria e unidade nacional.

O esporte em Angola tem se beneficiado de algumas mudanças. Podemos salientar que o esporte tem sido responsável por grande parte do sucesso do país. O esporte é, sem dúvidas, o fator que mais agrega valor à política externa de Angola. Justifica-se com tal argumento, a necessidade de ser introduzida uma série de novas atitudes gerenciais dos eventos.



Evento desportivo é um serviço produzido por uma organização e pode caracterizar-se pela intangibilidade, inesperabilidade, variabilidade e perdurabilidade. Por outras palavras, os eventos são essencialmente experiências subjetivas, de difícil mensuração, onde os praticantes e os espectadores são parte integrante do acontecimento (MADEIRA, 2007, p.35)

As exigências cresceram. Têm-se participantes mais competitivos, empresários em busca de dividendos, grupos de interesses ativos, como por exemplo, os desportistas. Cada um dos diferentes atores sociais empenhados em encontrar novas formas de desenvolvimento desportivo e comunicativo para o país.

Em Angola, temos três grandes times de futebol. Estes três maiores clubes angolanos são, o 1º de Agosto, Petro Atlético de Luanda e o ASA – Atlético Sport Aviação. Estes clubes estão Associados a Federação Angolana de Futebol (FAF).

O Petro Atlético de Luanda foi fundado em 1980. O Petro Atlético de Luanda é patrocinado pela Sonangol, empresa estatal angolano que atua no ramo de combustíveis. O time não possui um departamento de comunicação e marketing estruturado, apesar de possuir uma loja onde são vendidos produtos ligados a marca do clube. O Petro possui uma página na Web que não é atualizada com regularidade e cujo endereço é [www.petrodeluanda.net](http://www.petrodeluanda.net).

O 1º de Agosto é o Clube Central das Forças Armadas. Foi fundado em 1977. O time é oficialmente patrocinado pela empresa Simportex. A equipe tem uma página na Web, [www.primeirodeagosto.com](http://www.primeirodeagosto.com). e não possui um departamento de comunicação e marketing estruturado.

O ASA, Atlético Sport Aviação, foi fundado em 1955. O ASA é hoje patrocinado pela TAAG, que é a empresa pública de transporte aéreo de Angola. O time não possui uma página na Web e não dispõe de um departamento de comunicação e marketing.

A Federação Angolana de Futebol, FAF, é o órgão reitor de todo o futebol de Angola. Apesar de não possuir um departamento que cuide especificamente da comunicação e do marketing, tem entre os seus quadros um técnico de marketing e colaboradores ligados à Comunicação Social. São jornalistas que se encarregam de veicular notícias de interesse da Direção da entidade. Possui uma página na web,



[www.fafutebol-angola.org.ao](http://www.fafutebol-angola.org.ao). A Federação Angolana de Futebol possui uma loja, cuja existência é pouco divulgada, onde são vendidos produtos ligados as marcas do futebol.

Cada país africano tem a sua respectiva federação nacional de futebol. Em Angola temos a Federação Angolana de Futebol – FAF. A organização da administração do futebol é baseada num sistema em pirâmide. A FIFA é o organismo que tutela o futebol a nível mundial, a CAF, Confederação Africana de Futebol atua no nível do continente africano e as federações nacionais tem representatividade em cada país da África. A estrutura organizativa do futebol africano funciona no sistema de democracia representativa. Estão incluídas a este sistema as federações nacionais africanas e a CAF - Confederação Africana de Futebol. A FIFA reconhece a Confederação Africana de Futebol como uma de seis federações continentais.

A Confederação Africana de Futebol possui o site [caf.online.com](http://caf.online.com) através do qual fornece informação às mídias sobre todas as competições organizadas pela CAF. Dispõe de um serviço de imprensa, online, que se destina a proporcionar aos jornalistas uma boa cobertura e informações sobre os eventos promovidos pela instituição. O Site da CAF fornece também informações de jogos e competições sob sua alçada. As Publicações realizadas pela Confederação Africana de Futebol são apenas em cima da realização de cada competição, onde é produzido uma publicação oficial.

Os comunicados e as publicações constituem-se nas principais ferramentas de comunicação utilizado pela Confederação Africana de Futebol. São por estes meios que ocorre a comunicação da Confederação Africana de Futebol com as federações a ela filiada e seus dirigentes. Também é por este mesmo modo que ocorre a sua comunicação com a Imprensa e com os adeptos do futebol em geral.

O continente africano, no tocante a estruturação do futebol, procura repetir a mesma dinâmica organizativa do futebol europeu. A UEFA, União Europeia de Futebol Associado, também funciona no sistema de democracia representativa, incluindo 53 federações nacionais. A UEFA é também reconhecida pela FIFA como uma de seis federações continentais. A Europa tem a mesma organização baseada num sistema em pirâmide, onde a FIFA é o organismo que tutela o futebol a nível mundial, a UEFA a nível europeu e as federações nacionais em cada país da Europa. Existe o princípio da hierarquia de regulamentos, sendo que os organismos internacionais devem apenas



regular os assuntos de caráter internacional ou, em alguns casos, os que requerem uma ação a nível mundial.

Os Serviços de Imprensa da UEFA têm a seu cargo os assuntos relacionados com a comunicação e fornece informação para as mídias a respeito de todas as competições organizadas pela UEFA.

No site [uefa.com](http://uefa.com), a seção Serviços de Imprensa online destina-se a proporcionar aos jornalistas uma cobertura e informação sem paralelo de todas as atividades levadas a cabo pela UEFA. As informações são passadas por meio de notas de imprensa, kits de informação e folhas com dados relativos a jogos que estejam a decorrer ou, ainda, de publicações e relatórios que podem ser importados pelos jornalistas através de download. Os Serviços de Imprensa online disponibilizam informações sobre todos os eventos da UEFA (UEFA, 2009).

Os kits oficiais da UEFA *Champions League* elaborados pelos Serviços de Imprensa da UEFA fornecem as mais preciosas informações de cada jogo da competição aos jornalistas.

O [uefa.com](http://uefa.com) disponibiliza, pelo menos, duas edições de cada kit de Imprensa. Nestes kits constam dados estatísticos dos clubes, tanto nos respectivos campeonatos, como na Liga dos Campeões. Contempla também as declarações nas conferências de Imprensa de jogadores e treinadores, um histórico bastante útil e um perfil do árbitro do encontro. Para, além disso, durante cada partida, existem outros arquivos que podem ser obtidos no [uefa.com](http://uefa.com), com as estatísticas do jogo e de cada jogador.

No tocante as Publicações, a UEFA produz um vasto leque de materiais. A sua principal publicação é a *uefadirect*, que é desde Abril de 2002 a revista mensal oficial da UEFA, uma publicação com 24 páginas a cores. A revista traz notícias e perspectivas do futebol europeu, assim como resultados e artigos relativos a todas as competições da uefa e notícias referentes às 52 federações filiadas (UEFA, 2009).

Para além da *uefadirect*, a UEFA produz um vasto leque de outras publicações. Estas publicações vão desde os programas oficiais dos jogos e das fases finais dos torneios, passando pelo *Medicine Matters* e o *The Technician*, dirigidas aos profissionais que trabalham no futebol (UEFA, 2009).



Os comunicados, kits de Imprensa e o [uefa.com](http://uefa.com), juntamente com as publicações constituem as ferramentas de comunicação da UEFA. Por meio destas a instituição se comunica com as federações a ela filiada e com os seus dirigentes, clubes e ligas, assim como com a Imprensa e com os adeptos do futebol em geral (UEFA, 2009).

Os estatutos da FIFA, Federação Internacional de Futebol Associado, e o seu regulamento de aplicações são equivalentes a uma constituição do órgão reitor do futebol mundial. Estabelecem as regras das suas competições, as transferências, os assuntos de dopagem e outros.

Como estratégia de comunicação a instituição mantém a página na internet, [fifa.com](http://fifa.com). O Mídia Canal da FIFA é um serviço de acesso exclusivo para os meios de comunicação com conteúdos específicos para apoiar o trabalho dos jornalistas, fotógrafos e outros profissionais da comunicação.

O CAN 2010.

O CAN 2010 foi a grande oportunidade de mudança da imagem de Angola na mídia internacional. A Copa das Nações Africanas, CAN, é a principal competição de futebol organizada pela Confederação Africana de Futebol, CAF. Este é um órgão ligado a FIFA, Federação Internacional de Futebol Associado. O CAN é o principal evento esportivo do continente africano.

O CAN teve a sua primeira edição no ano de 1957, e após o ano de 1968 passou a ser realizado a cada dois anos. Neste período, Angola já estava em guerra contra os portugueses e na sequência, em guerra civil. Em 2010, pela primeira vez, a Copa das Nações Africanas foi realizada em Angola. O país teve a sua estréia na experiência de organizar um evento de escala continental.

O futebol propiciou a possibilidade da criação da marca “Angola” associada à gestão de evento internacional, e atrelando a idéia do desenvolvimento turístico do país. O Brasil, também criou a marca “Brasil” associada ao turismo, para promover a Copa do Mundo de 2014.



Cabe aqui um paralelo entre os dois países. Angola se utilizou da Copa Africana das Nações para exorcizar a sua imagem associada à guerra. O Brasil está tentando usar a Copa do Mundo de 2014 para sair das páginas policiais da mídia internacional.

Após a realização do evento esportivo, o resultado foi positivo, e conseguiu a meta, que foi mudar a imagem do país na mídia. As imagens que foram veiculadas no mundo todo foram imagens ligadas a alegria, unidade, desenvolvimento, inovação e modernidade. O país Angola esteve por 30 anos mergulhado em uma guerra civil. Tem apenas uma década que a guerra acabou, e que a paz foi estabelecida no país. Para a mídia internacional, Angola esteve, sempre, associado ao seu cenário de guerra. O futebol constituiu-se na grande oportunidade do país em mudar a sua imagem.

## REFERÊNCIAS

- CAHEN, Roger, **Comunicação empresarial**, Editora Best Seller, SP, 1990.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional - A dinâmica do sucesso das organizações**, 2ª edição, Editora Campus, 2005.
- LAMPREIA, J.Martins, **Técnicas de comunicação**, publicações Europa-America, PT, 2005.
- MADEIRA, Bruno, et al, **Gestão de Marketing de eventos desportivos**, 1ª edição, editora Platano, PT., 2007.
- MARKONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria, **Metodologia do trabalho científico**, 6ª edição, editora Atlas S.A, 2000.
- MARKONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria, **Técnicas de pesquisa**, 6ª edição revista e ampliada, editora Atlas S.A, 2006.
- MONTEIRO, Ana Cristina, et al, **Fundamentos de Comunicação**, 1ª edição, Edições Silaba, Lisboa, 2006.
- PINTO, João. **Direito Administrativo Angolano**. Editora UnIA. Luanda, 2008.
- TERENSE, A.Shimp, **Comunicação integrada de marketing - Propaganda e promoção**, 7ª edição, editora Bookman, Porto Alegre, 2007.
- UEFA. União Europeia de Futebol Associado. Serviços Media. Disponível em <http://pt.uefa.com/uefa/MediaServices/index.html>. acessado em 20/11/2009.

