



À

**Federação Mato-grossense de Futebol**

**Governo do Estado de Mato Grosso**

**Federação das Indústrias de Mato Grosso**

**Câmara de Dirigentes Lojistas**

**Associação dos Produtores de Soja e Milho do Estado de Mato Grosso**

**Nesta**

## **CARTA AMACE 2018**

Senhores;

Durante o 1º Seminário Nacional da Crônica Esportiva de Mato Grosso, realizado em 6 de fevereiro de 2018, em Cuiabá, jornalistas e radialistas de vários estados, diretores de associações regionais e nacionais, debateram com a Associação Mato-grossense de Cronistas Esportivos (Amace), a problemática do futebol regional, e, apontaram sugestões para melhorar a organização da competição, a contratação de jogadores de qualidade, estimular os dirigentes e facilitar o acesso do torcedor aos estádios, principalmente na Arena Pantanal, em Cuiabá. Durante sete horas, os profissionais da imprensa esportiva responderam a questionamentos, apontaram erros, falhas e sugeriram medidas que possam mudar a imagem do futebol mato-grossense e conseqüentemente da crônica esportiva, que também passa por um processo de involução.

Os debates contaram com as presenças dos jornalistas Cosme Rímoli (Rede Record/R7-SP), Cledi Oliveira (ESPN), Kleiber Beltrão (presidente da Associação



Brasileira de Cronistas Esportivos), Antônio Sérgio (presidente da Amace), Oliveira Júnior (A Gazeta), Antônio Coca (vice-presidente Abrace Centro-Oeste) Flávio Santos (TVCA), Orlando Antunes (Mega FM e Futebolpress), e outros 128 profissionais. As discussões convergiram para uma opinião unânime; considerado como um 'produto ruim' e sem atrativos, com baixa presença de público e fraco nível técnico, o futebol mato-grossense precisa de um tripé para reconquistar seu espaço no cenário nacional, formado por clubes, federações e imprensa, com apoio do Governo do Estado e a iniciativa privada, na busca de investidores e uma melhoria na gestão das competições, além de ações de marketing que resgatem a identidade do torcedor com os clubes locais. Sem essa união, os profissionais concluíram que dificilmente o futebol mato-grossense voltará a atrair o torcedor e conseqüentemente se tornar um produto vendável e rentável. Sendo assim, seguem abaixo as sugestões com medidas a serem adotadas em prol do nosso esporte.

1º - **Organização/Credibilidade** – As competições promovidas pela FMF sofrem críticas de torcedores e imprensa, devido falhas que precisam ser evitadas, como alterações constantes de tabelas; falta de ambulância, policiamento, inclusive de erros documentais de atletas que levam as competições para uma disputa nos tribunais, como ocorreu recentemente;

2º - **Divulgação** – Os debates concluíram que as competições precisam ser melhor divulgadas, através de investimentos nas mídias sociais, voltadas ao público jovem, contando para isso com um sistema ágil, com posts diários e a criação de aplicativo para promover o futebol. Além disso o Seminário sugeriu a criação da 'Rádio FMF' – uma emissora WEB, oficial da Federação Mato-grossense de Futebol (FMF), formada por profissionais gabaritados, para transmitir as principais partidas das competições e disponibilizar o chamado 'Link Dedicado' que possa ser acessado por todas as emissoras para a retransmissão, sem qualquer custo. As despesas operacionais da Rádio FMF seriam bancadas por patrocinadores oficiais das competições (parceiros da entidade);



3º - **Logística** – Uma das principais reclamações dos torcedores é a ausência de transporte público para a Arena Pantanal e outros estádios, no interior, como o Luthero Lopes, em Rondonópolis. Nos demais, o deslocamento é mais facilitado. Para melhorar o acesso dos torcedores o Seminário sugeriu uma parceria dos promotores das competições com a MTU – Associação Mato-grossense de Transportadores Urbanos, que teriam uma contrapartida de mídia.

4º - **Elencos/Atrações** – A ausência de craques ou atletas de renome e talento também foi apontada como uma das principais causas para o afastamento do torcedor dos estádios. Como o custo para a contratação dos chamados 'atletas de peso' é alto diante da parca arrecadação dos clubes locais, o Seminário sugeriu a contratação de um jogador de renome para cada um dos clubes participantes. O custo seria bancado por 10 empresas diferentes (uma para cada clube). Estas empresas teriam direito a divulgar suas marcas em todo o material publicitário das competições, principalmente uniformes e painéis estáticos em torno do gramado do campo de jogo. Fora de campo, os promotores agregariam outros eventos, com o objetivo de atrair o torcedor, como o acúmulo de pontos por presença nos estádios e a possibilidade de premiar os presentes com um produto significativo na grande final - um carro por exemplo - permutado com uma montadora, que teria direito a mídia na competição. Outra importante ação sugerida é realização de competições nas categorias 'mamadeira' , 'fraldinha' e mirim nas escolas públicas, com as camisas e os nomes dos clubes locais, a fim de resgatar a identidade do público local com o futebol regional, com visitas pré agendadas à Arena e a distribuição de ingressos.

5º - **Investidores** – Os patrocinadores da competição devem ser convocados para uma união em torno do futebol, através de reuniões oficiais para a apresentação do evento como produto, sempre oferecendo uma contrapartida que compense o investimento e valorize o produto, estimulando a criação de uma grande campanha que desperte a paixão do torcedor por seu clube e o nosso futebol. **"Eu AMO o futebol de Mato Grosso"**.



Desta forma, concluímos que podemos contribuir e contamos com o apoio dos senhores para essa nova caminhada.

**Sérgio Antônio Teixeira**

**Kleiber Beltrão**

**Presidente Amace**

**Presidente Abrace**

Cuiabá, 8 de fevereiro de 2018