UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA APLICADA A CLUBES DE FUTEBOL PROFISSIONAL: ESTUDO DE CASO DO CLUBE DESPORTIVO NACIONAL

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação – Comunicação Estratégica e Liderança

Por

José Maria Mendes de Matos Baião do Nascimento

Faculdade de Ciências Humanas

Setembro de 2024

UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA APLICADA A CLUBES DE FUTEBOL PROFISSIONAL: ESTUDO DE CASO DO CLUBE DESPORTIVO NACIONAL

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação – Comunicação Estratégica e Liderança

Por

José Maria Mendes de Matos Baião do Nascimento

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação do Professor Doutor João Simão

Setembro de 2024

Resumo

A investigação realizada na presente dissertação procurou dar resposta à questão de partida "Quais as características da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas temporadas 2020/2021 e 2021/2022?".

De forma a dar resposta à pergunta de partida foram utilizados dois métodos de investigação. O primeiro método foi a entrevista semi-estruturada. O segundo método correspondeu à análise de conteúdo dedutiva e indutiva. A análise de conteúdo incidiu sobre os 1245 *posts* publicados pela conta oficial do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram*, no período compreendido entre 12 de setembro de 2020 e 22 de maio de 2022.

Conclui-se que a equipa de futebol profissional foi o principal foco da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional no *Instagram* no período em análise. Mais concretamente, o principal conteúdo publicado, nas épocas 2020/2021 e 2021/2022, traduziu-se no acompanhamento em direto dos jogos da equipa de futebol profissional enquadrando-se este conteúdo na primeira estratégia de comunicação digital identificada, o marketing de relacionamento. A segunda estratégia utilizada pelo clube foi a partilha diária de *posts* sobre todas as áreas do clube, de forma a manter o interesse dos adeptos e por consequência aumentar o valor de marca do clube. O reforço da identificação dos adeptos com o clube constituiu outra das estratégias utilizadas. Por último, o clube utilizou também projetos de responsabilidade social como forma de envolver os adeptos na vida do clube.

Nas épocas em análise, houve um maior acompanhamento na página oficial do clube da equipa de futebol profissional na época 2020/2021, do que na época 2021/2022 devido à situação pandémica da Covid-19. Outra das diferenças na estratégia de comunicação digital no *Instagram* durante as épocas em análise teve a ver com a mensagem passada aos adeptos, pois, na primeira época, essa mensagem era positiva, enquanto na segunda época, a mensagem tinha como objetivo a gestão de expectativas.

Palavras-Chave: Clube Desportivo Nacional, Estratégias de Comunicação, Comunicação Digital, *Instagram*.

Abstract

The research conducted in this dissertation aimed to address the initial question, "What are the characteristics of Clube Desportivo Nacional's digital communication strategy on the social network Instagram during the 2020/2021 and 2021/2022 seasons?"

To answer this initial question, two research methods were used. The first method was the semi-structured interview. The second method was the deductive and inductive content analysis. This content analysis focused on all posts published by Clube Desportivo Nacional's official Instagram page, from September 12th, 2020, to May 22nd, 2022.

From this study, it is concluded that the professional football team was the main focus of Clube Desportivo Nacional's digital communication strategy on Instagram. More specifically, the main content published during the 2020/2021 and 2021/2022 seasons consisted of live coverage of the professional football team's matches, fitting this content into the first identified digital communication strategy, relationship marketing. The second strategy used by the club was the daily sharing of posts about all areas of the club to maintain the fans' interest and consequently increase the club's brand value. Strengthening fans' identification with the club was another strategy used. Lastly, the club used social responsibility projects to engage fans in the club's activities.

During the analyzed seasons, there was more coverage on the club's official Instagram page in the 2020/2021 season than in the 2021/2022 season due to the Covid-19 pandemic. Another difference in the digital communication strategy on Instagram during the analyzed seasons was the message conveyed to fans; in the first season, this message was positive, while in the second season, the message aimed at managing expectations.

Keywords: Clube Desportivo Nacional, Communication Strategies, Digital Communication, Instagram.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao meu orientador o Professor Doutor João Simão, por toda a paciência, tolerância e ajuda ao longo destes dois anos.

À minha mãe Margarida, estou eternamente agradecido pelo incansável apoio ao longo deste percurso, sem o qual não teria conseguido terminar esta dissertação. Ao meu pai Felipe, agradeço a oportunidade académica que me proporcionou e por toda a compreensão demonstrada ao longo deste processo. Assim, tenho o maior orgulho em poder partilhar esta conquista consigo. À minha irmã Madalena gostaria de agradecer por todo o apoio que me deu no processo de tratamento de dados. À minha tia Nena agradeço-lhe por toda a disponibilidade demonstrada e por toda a ajuda.

Gostaria de expressar a minha sincera gratidão à minha família, em especial a todos os meus avós e tios, por serem uma inspiração constante e por me incutirem desde cedo a busca pela excelência académica. Toda a dedicação, valores e integridade que demonstram no dia a dia são um exemplo para mim. Não podia deixar de destacar o meu avô Zé, infelizmente partiu antes que concluísse esta etapa, mas a sua memória e legado permanecerão como uma fonte de inspiração constante. Sempre o associei como a personificação da excelência académica. Embora sinta que não alcancei metade do que conquistou, será sempre uma referência na minha vida.

Não posso deixar de expressar a minha profunda gratidão à Maria (Ia) por todo o carinho e paciência demonstrado ao longo deste processo. Por ter sido o meu maior apoio nos momentos de maior cansaço e frustração. Agradeço por ter ouvido as minhas constantes queixas, por nunca me ter deixado desistir mesmo quando eu não via a luz ao fundo do túnel, muito obrigado!

Agradeço, também, aos meus amigos que sempre me apoiaram durante estes dois anos, transmitindo-me força e motivação.

O meu último agradecimento vai para o Clube Desportivo Nacional, representado pelo Dr. Saturnino Sousa e pelo Dr. Frederico Melim, pela disponibilidade demonstrada e pela importante contribuição para a investigação.

Índice

Introdução 9

Capítulo 1- Comunicação Estratégica 11

1.1 Importância da Comunicação Estratégica nas Organizações 11

1.2 Comunicação Estratégica 12

1.3 Definição de Estratégias de Comunicação 14

1.4 Papel dos Profissionais de Comunicação 20

1.5 Comunicação Digital 22

Capítulo 2- Comunicação e Marketing Desportivo 25

2.1 Caracterização dos Clubes de Futebol Profissional 25

2.2 Redes Sociais 27

2.3 Estratégias de Marketing Desportivo 29

2.3.1 Integrated Marketing Communications 33

2.4 Valor de Marca 35

Capítulo 3- Comunicação Estratégica Aplicada a Clubes de Futebol 38

3.1 Estudo de caso do RCD Mallorca 38

Capítulo 4- Metodologia 42

4.1 Relevância e Pertinência do Tema 42

4.2 Questão de Partida 43

4.3 Objetivos de Investigação 43

4.4 Estratégia Metodológica 43

4.4.1 Entrevista Semi-Estruturada 44

4.4.2 Análise de Conteúdo Qualitativa 44

4.5 Recolha de Dados 45

4.5.1 Entrevista *45*

4.5.2 Análise Qualitativa de Conteúdo *47*

4.5.2.1 Análise de Conteúdo Qualitativa Dedutiva e Indutiva *48*

4.5.2.2 Construção do Quadro de Codificação *48*

Capítulo 5- Estudo de Caso: Clube Desportivo Nacional *53*

5.1 História do Clube *53*

5.2 Outras Modalidades *56*

5.3 Canais de Comunicação do Clube Desportivo Nacional *57*

5.3.1 Website *57*

5.3.2 Instagram *58*

5.3.3 Facebook *59*

5.4 Épocas Analisadas *60*

5.4.1 Época 2020/2021 ..... *60*

5.4.1 Época 2021/2022 ..... *61*

5.5 Resultados do Estudo *62*

5.5.1 Entrevistas Semi-Estruturadas *62*

5.5.2 Análise de Conteúdo *67*

5.5.2.1. Acompanhamento dos Jogos *68*

5.5.2.2. Relação com os Adeptos *69*

5.5.2.3. Relação com os stakeholders *70*

5.5.2.4 Sessão de Treinos *71*

5.5.2.5. Gestão de Sucessos e Insucessos *71*

5.5.2.6. Conferência de Imprensa *72*

5.5.2.7. Agenda *72*

5.5.2.8. Apresentação de Atletas, Treinadores e Dirigentes 73

5.5.2.9. Comunicações Oficiais do Clube 73

5.5.2.10. Marcos Históricos 74

5.5.2.11. Promoção da Ilha da Madeira como Destino Turístico 74

5.5.2.12. Merchandising 74

5.5.13. Vantagem Competitiva 75

5.5.14. Globalização e Internacionalização da Marca 75

5.5.15. Relação com a Imagem de Cristiano Ronaldo 75

5.6 Discussão de Resultados 75

Conclusão 89

Referências Bibliográficas 93

Apêndices 109

Apêndice A- Guião da Entrevista Exploratória a Saturnino Sousa 109

Apêndice B- Guião da Entrevista Exploratória a Frederico Melim 111

Apêndice C- Transcrição da Entrevista Exploratória Saturnino Sousa 113

Apêndice D- Transcrição da Entrevista Exploratória a Frederico Melim 119

Apêndice E- Análise de Conteúdo dos posts na página oficial do Instagram do Clube Desportivo Nacional nas épocas 2020/2021 e 2021/2022. 124

Apêndice F- Análise de Conteúdo dos posts na página oficial do Instagram do Clube Desportivo Nacional na época 2020/2021. 126

Apêndice G- Análise de Conteúdo dos posts na página oficial do Instagram do Clube Desportivo Nacional na época 2021/2022. 128

Anexos – Posts Analisados 130

Introdução

A dissertação tem como principal foco a análise da estratégia de comunicação digital adotada pelo Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas épocas 2020/2021 e 2021/2022, tendo como pergunta de partida: "Quais as características da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas temporadas 2020/2021 e 2021/2022?".

O interesse desta questão surgiu, porquanto se verificou que são praticamente inexistentes estudos académicos sobre comunicação estratégica aplicada a clubes de futebol portugueses. A presente investigação tem como objetivos identificar as dimensões da estratégia de comunicação privilegiadas pelo clube na rede social *Instagram* no período em análise, comparar as estratégias de comunicação digital do clube no *Instagram* da época 2020/2021 com a da época 2021/2022 e apresentar *guidelines* de atuação para a comunicação do clube com base nos resultados obtidos no estudo.

De forma a dar resposta aos objetivos de investigação acima enunciados, a metodologia aplicada foi um estudo de caso único do Clube Desportivo Nacional, integrando duas entrevistas semi-estruturadas e uma análise de conteúdo qualitativa. Os entrevistados foram o diretor de comunicação em funções nas épocas em análise, o Dr. Saturnino Sousa, o vice-presidente do clube, Dr. Frederico Melim que assumiu o cargo no início da época 2021/2022. A realização destas entrevistas permitiu obter informações relevantes sobre as estratégias de comunicação digital do clube e criar as categorias de análise de conteúdo do quadro de codificação. Após a realização das entrevistas, procedeu-se a uma análise de conteúdo qualitativa dedutiva e indutiva de todos os *posts* publicados na conta oficial do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram*, durante o período em análise.

Quanto à sua estrutura, este trabalho divide-se em três partes. Na primeira, procede-se à revisão de literatura pertinente sobre o tema. Na segunda, expõem-se a metodologia seguida e, finalmente, a terceira corresponde ao estudo de caso do Clube Desportivo Nacional.

A revisão de literatura está dividida em três capítulos, através dos quais se pretende dar um enquadramento teórico ao tema da dissertação, analisando-se , nos dois primeiros, os conceitos mais gerais de comunicação estratégica e de comunicação e marketing desportivo,

sendo o último capítulo da revisão de literatura mais específico, dedicado à aplicação desses conceitos a clubes de futebol.

No Capítulo 1, é explicada a importância da Comunicação Estratégica e definido o seu conceito. É ainda explicada a construção e aplicação de estratégias de comunicação, bem como o papel dos respetivos profissionais, abordando-se também o conceito de comunicação digital.

No Capítulo 2, é realizada uma caracterização dos clubes profissionais de futebol de modo a compreender o contexto em que estes estão inseridos. De seguida, é explicada a importância das redes sociais bem como as suas características. Neste capítulo, são ainda apresentadas diversas estratégias de comunicação e é definido o conceito de valor de marca na perspetiva dos clubes de futebol.

No Capítulo 3, o último capítulo da Revisão de Literatura, é apresentado um estudo do clube de futebol RCD Mallorca, por ser um caso relativamente ao qual podem ser desenvolvidos os temas anteriormente definidos.

Finda a Revisão de Literatura, o Capítulo 4 aborda a Metodologia utilizada neste estudo, começando por salientar a relevância e pertinência do tema, enunciar a questão de partida e os objetivos de investigação. De seguida, é exposta a estratégia metodológica aplicada na investigação, incluindo a recolha de dados.

Por fim, o Capítulo 5 reporta-se ao estudo de caso do Clube Desportivo Nacional, no qual é relatada a história do clube. São ainda enumeradas todas as modalidades praticadas no clube e os canais de comunicação digital utilizados pelo mesmo. De seguida, é dado um contexto sobre as épocas em análise de forma a ser fornecido um enquadramento da situação do clube nesse período. Subsequentemente, são apresentados os resultados do estudo e é realizada a respetiva discussão com análise dos mesmos tendo em conta os objetivos de investigação. Por último, são enunciadas as conclusões do estudo.

Capítulo 1- Comunicação Estratégica

A Comunicação Estratégica é um conceito amplo e versátil que desempenha um papel de grande relevo em diversas áreas e envolve uma grande variedade de atores da sociedade. Apesar deste conceito ser frequentemente associado a empresas e organizações, a Comunicação Estratégica não é unicamente utilizada num ambiente organizacional (Hallahan et al., 2007). Organizações ativistas, movimentos sociais e até mesmo cidadãos comuns, utilizam a Comunicação Estratégica como um meio, entre outros, para alcançarem os seus objetivos (Zerfass et al., 2018).

1.1 Importância da Comunicação Estratégica nas Organizações

A Comunicação Estratégica tradicionalmente é vista e entendida como uma função de apoio organizacional, devido à crescente atenção dada aos recursos intangíveis por parte das organizações. A comunicação estratégica tornou-se mais relevante para a gestão organizacional, ou seja, existe uma compreensão crescente da importância vital da Comunicação Estratégica para a sobrevivência e o sucesso das organizações (Falkheimer et al., 2017). Esta importância está associada ao facto deste tipo de comunicação ajudar entidades a lidar com a complexidade estratégica do meio em que estão inseridas (Zerfass et al., 2018). Adicionalmente, a comunicação apoia a execução da estratégia e contribui para o sucesso geral das organizações (Volk et al., 2017).

A importância da comunicação para as organizações justifica-se, desde logo, por ser relevante no processo de transmissão de informações. No entanto, a comunicação só é eficiente quando existe compreensão dos conteúdos por parte do recetor do processo de comunicação (Raposo, 2017). A comunicação para as organizações é um processo contínuo de criação conjunta de significados (Hallahan et al., 2007). Este processo de Comunicação Estratégica permite às organizações gerarem capital social, nas vertentes de confiança, reputação e imagem (Zerfass et al., 2018).

A comunicação é um fator de sucesso cada vez mais importante para as organizações e a capacidade de comunicar eficazmente é essencial. Gestores e colaboradores consideram a comunicação crucial para as suas organizações quer para atingir os objetivos de negócio quer para o sucesso da organização (Falkheimer et al., 2017).

1.2 Comunicação Estratégica

A maioria dos académicos definem Comunicação Estratégica como abrangendo qualquer comunicação efetuada por um sujeito, com o intuito de servir os interesses de um grupo de pessoas (Zerfass et al., 2018). De acordo com este entendimento, o conceito de Comunicação Estratégica foi definido como: "A utilização intencional da comunicação por parte de uma organização para cumprir a sua missão" (Hallahan et al., 2007, p.3). Assim, toda e qualquer atividade de comunicação realizada por um membro de uma organização, pode ser designada como Comunicação Estratégica, sendo que essas atividades devem ser direcionadas e avaliadas em função dos objetivos da organização, bem como de todos os seus *stakeholders* (Zerfass et al., 2018). Por conseguinte, nesta perspetiva, a Comunicação Estratégica define-se como o alinhamento da comunicação com a estratégia global da empresa, tendo por objetivo melhorar o seu posicionamento estratégico (Argenti et al., 2005).

Outra definição do conceito de Comunicação Estratégica é apresentada por Zerfass (2008). Este autor salienta que a Comunicação Estratégica corresponde à comunicação fundamental para a sobrevivência e para o sucesso sustentado de uma organização. A Comunicação Estratégica consiste então na utilização intencional da comunicação por parte de uma organização ou outra entidade, em todos fóruns de discussão estratégica, por forma a atingir os seus objetivos. Esta comunicação intencional por parte de uma organização para promover a sua missão, implica que os seus colaboradores se envolvam em práticas de comunicação deliberadas em nome de organizações, causas e movimentos sociais (Hallahan et al., 2007). Assim, de acordo com este entendimento, o conceito centra-se na aplicação estratégica da comunicação e na forma como esta atua para promover a missão dessa organização, ou seja, o modo como a mesma se apresenta perante a sociedade (Argenti et al., 2005).

Tal como foi referido anteriormente, a Comunicação Estratégica tem por base processos de comunicação específicos e formais, planeados e aplicados como um meio para as organizações atingirem objetivos globais (Falkheimer et al., 2017). Assim, as atividades analisadas pela Comunicação Estratégica são atividades estratégicas, excluindo as comunicações aleatórias ou não intencionais (Hallahan et al., 2007). Estas premissas

permitem concluir que o conceito de Comunicação Estratégica está indissociavelmente ligado à estratégia empresarial (Argenti et al., 2005).

O conceito ora delineado apresenta diversas características, sendo algumas delas referidas por Tod MacKensie (Vice-Presidente do grupo Pepsi): "A função da Comunicação Estratégica é apoiar a empresa e os esforços para o processo de *brand building*[1]. A comunicação move a organização. As mensagens articulam a direção estratégica da empresa e motivam as pessoas a apoiarem-na" (Argenti et al., 2005, p.84). Deste excerto, é possível retirar que a Comunicação Estratégica corresponde ao conjunto de formas pelas quais as entidades tentam, de maneira intencional, comunicar ou criar significado, estando este tipo de comunicação associado a uma abordagem deliberada e cuidadosamente planeada pelas organizações, com o intuito de transmitir informações ou mensagens para os seus *stakeholders*. Para ser bem-sucedida, é necessária a partilha de significado entre os agentes intervenientes no processo, por forma a garantir que a ação resultante da comunicação é a desejada (Raposo, 2017). Essa partilha de significado é realizada através dos fluxos de comunicação existentes nas estruturas organizacionais (processos verticais, horizontais, diagonais), para que aqueles que aí desempenham as suas funções, atribuam significado às suas ações (Theaker, 2001; Barton, 2016). Adicionalmente, a Comunicação Estratégica é uma prática que tem como objetivo assegurar o compromisso entre a organização e o ambiente que a rodeia (Raposo, 2017).

Outra das características da Comunicação Estratégica é estar fortemente relacionada com o conceito de influência, ou seja, "o poder ou capacidade de causar um efeito de maneira indireta ou intangível" (Webster, 1984, p. 620). Esta relação intrínseca entre Comunicação Estratégica e influência assenta no reconhecimento segundo o qual a influência intencional é o objetivo fundamental das comunicações realizadas pelas organizações (Hallahan et al., 2007). Assim sendo, a Comunicação Estratégica incorpora a comunicação persuasiva enquanto ferramenta para ter influência (Hallahan et al., 2007). A persuasão envolve o uso da comunicação para promover a aceitação de ideias. Além da comunicação persuasiva, este conceito também inclui a comunicação informativa, discursiva e relacional para a divulgação da missão de uma organização (Hallahan et al., 2007). Outro aspeto associado à Comunicação Estratégica prende-se com o facto de esta ser utilizada pelas organizações para transmitir as suas iniciativas organizacionais (Hallahan et al., 2007). Estas iniciativas

[1] Processo de Construção de Marca.

organizacionais referem-se a projetos, objetivos, programas ou ações que a organização decide implementar por forma a alcançar os seus objetivos. Tais iniciativas são promovidas através de atividades intencionais dos seus líderes, funcionários e profissionais de comunicação.

A Comunicação Estratégica veio substituir o conceito de comunicação integrada. Comunicação integrada era um conceito que abrangia todos os tipos de comunicação orientada para objetivos (Zerfass et al., 2018). Este tipo de comunicação é iniciado por organizações para chegar a qualquer tipo de *stakeholders* e audiências. Por outro lado, o conceito de Comunicação Estratégica é configurado como um processo interativo de construção de significado entre diferentes atores e a gestão desses processos de comunicação, como uma atividade intencional (Zerfass, 2008).

Para concluir, o conceito de Comunicação Estratégica, a própria designação indica, está indissociavelmente ligado ao termo "estratégia", sendo que esta incorpora mais do que planos e táticas (que muitas vezes possuem um foco imediato e a curto prazo), a direção e posicionamento que a organização adota a longo prazo, relativamente ao ambiente em que se insere (Cornelissen, 2007). A estratégia está, então, essencialmente relacionada com um processo de gestão de interações entre uma organização e o seu ambiente externo por forma a otimizar a relação entre os dois.

1.3 Definição de Estratégias de Comunicação

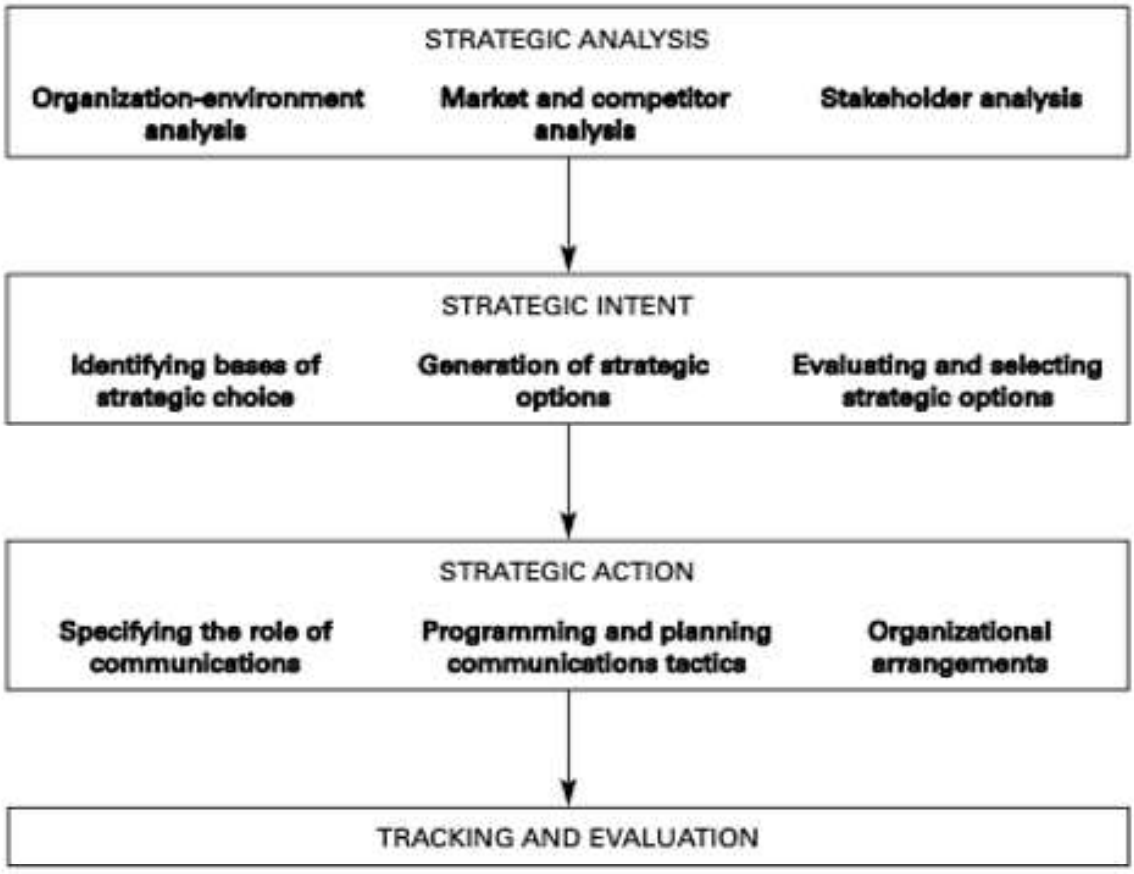
As estratégias de comunicação, correspondem a um processo de formulação estratégica, através do qual se determina o melhor caminho a seguir, tendo em conta, a concretização dos objetivos propostos, perante o contexto apresentado e os recursos disponíveis (Raposo, 2017). Ou seja, a formulação destas estratégias envolve um processo lógico e racional de articulação de perspetivas e objetivos, os quais são depois aplicados de uma forma sistemática (Cornelissen, 2007).

A operacionalização e concretização de uma estratégia de comunicação passa sempre por obter uma solução de equilíbrio dinâmico entre os tipos de audiência, a mensagem a transmitir, o contexto existente e as características dos canais de comunicação (Smith & Mounter, 2008). No entanto, as estratégias de comunicação não têm consequências

imediatas, e por isso, no caso dessas estratégias se revelarem erradas, não poderão ser corrigidas ou revertidas num curto espaço de tempo (Zerfass et al., 2018).

Na perspetiva de Cornelissen (2007), o processo de definição estratégica, é constituído por quatro fases: análise estratégica, intenção estratégica, ação estratégica e avaliação. Este processo encontra-se exposto na Figura 1.

Figura 1: Modelo de Definição de Estratégia de Comunicação



Fonte: Cornelissen, 2007

Importa determo-nos sobre cada uma destas fases, começando pela primeira, a da análise estratégica. O principal objetivo da análise estratégica é o de compreender a posição da organização (Cornelissen, 2007). Neste processo, visa-se: a compreensão clara do ambiente externo (particularmente dos *stakeholders* e das forças de mercado que afetam a organização) e bem assim dos pontos fortes, fraquezas, valores e capacidades internas da organização (Cornelissen, 2007). Mais concretamente e perante a identificação de um problema ou de uma oportunidade, é necessário desenvolver esforços para uma recolha

sistemática de informação, através de um conjunto de métodos formais e informais, com vista à compreensão e descrição integral da situação e do respetivo contexto, por forma a permitir uma definição exata e precisa do desafio (Raposo, 2017). Todo este processo de análise estratégica habilita a organização a dar uma resposta ao mencionado ambiente externo, constituindo a base necessária para a fase seguinte, a da intenção estratégica.

Como referido anteriormente, a intenção estratégica assenta na prévia análise estratégica. Esta segunda fase do modelo é definida como a formulação de uma visão estratégica em torno da qual são formuladas, avaliadas e escolhidas possíveis linhas de ação (Cornelissen, 2007). Assim, a intenção estratégica estabelece a direção geral, concretizada em objetivos. Define também os padrões gerais das ações que serão implementadas para alcançar estes objetivos. Em suma, a intenção estratégica corresponde à fase de identificação das bases para escolhas estratégicas.

Um dos processos incorporados nesta segunda fase (intenção estratégica) é o da escolha estratégica. Essa escolha resulta da compreensão das expectativas e influências dos *stakeholders* que podem estar refletidas na identidade da organização (Cornelissen, 2007). Assim, a identidade da organização é um fator que influencia o processo de escolha estratégica, na medida em que estabelece limites, por quanto a estratégia tem de ser coerente com os valores da organização. Por exemplo, muitas organizações afirmam que a circunstância de estarem centradas no cliente constitui um dos seus valores essenciais. Estar focado no cliente, na sua forma mais singela, significa que as decisões são tomadas em função do que se entende ser melhor para o cliente (Kingsnorth, 2019). Esta opção significa que a tomada de decisões em função do cliente é colocada em primeiro lugar, precedendo as decisões financeiras. Por exemplo, poderá ser necessário fazer alguns sacrifícios económicos, reduzir lucros ou aumentar despesas, designadamente criar mais postos de trabalho com os inerentes custos e que não beneficiam diretamente a organização. Para este tipo de estratégia ser eficaz, é necessário garantir que a organização é íntegra e consistente no que respeita às suas verdadeiras motivações, pois são estas que ditarão a sua estratégia. Construir uma estratégia centrada no cliente enquanto valor inerente à filosofia da empresa vai criar problemas, se esse valor não for verdadeiramente reconhecido (Kingsnorth, 2019). Assim, é necessário garantir que a estratégia está em total consonância com a autenticidade do valor relativo ao foco no cliente.

De igual modo, nesta segunda fase, é necessário identificar as vantagens competitivas. Para as identificar, é fundamental compreender os mercados e os clientes. Além desses fatores, é também essencial perceber as competências especiais que a organização tem para oferecer e que contribuem para a sua estratégia competitiva (Cornelissen, 2007). A identificação destas vantagens está dependente dos prévios processos de análise estratégica, realizados na primeira fase acima assinalada.

O outro processo naturalmente subsequente, nesta fase de intenção estratégica, é a criação de opções estratégicas. Neste processo, inclui-se a tomada de opções sobre quais os *stakeholders* e mercados a abordar e sobre aquilo que a organização pretende alcançar com eles (Cornelissen, 2007). A comunicação desempenha um papel de liderança ou de apoio à realização da estratégia da empresa e/ou do mercado devido às opções estratégicas (Cornelissen, 2007). A nível organizacional, a comunicação assume um papel de liderança quando é fundamental para a organização ganhar legitimidade, junto dos importantes grupos de *stakeholders* dos quais depende.

O último processo presente na segunda fase de elaboração de estratégias de comunicação é o da avaliação e seleção das opções estratégicas. Traduz-se num "encaixe" entre a organização, a capacidade dos respetivos recursos com o ambiente (Cornelissen, 2007). Este encaixe passa por uma avaliação da adequação da opção estratégica. É então essencial avaliar a viabilidade da estratégia a adotar. Por fim, um conjunto de questões é aplicado, para além dos critérios de adequação e viabilidade, para perceber se a estratégia a adotar é uma opção aceitável para os *stakeholders* dentro e fora da organização. Este processo de seleção de opções estratégicas é fortemente influenciado pelo grupo de gestores e *stakeholders* e pode perfeitamente ser o reflexo das estruturas de poder dentro da organização (Cornelissen, 2007).

Passando agora à terceira fase do processo de elaboração de estratégias de comunicação que é, como acima se referiu, a da ação estratégica. Importa começar por salientar que a mesma diz respeito à aplicação prática da intenção estratégica anteriormente delineada. A variável de como determinadas estratégias podem afetar as relações dos *stakeholders* tornou-se uma preocupação cada vez mais importante para moldar o pensamento dos decisores estratégicos (Cornelissen, 2007). Tendo em conta essa premissa, existem três importantes etapas no processo de ação estratégica, a saber:

- Especificar o papel da comunicação

- Programar táticas de comunicação

- Enquadrar as estruturas organizacionais

A primeira etapa, que se prende com o papel das comunicações, traduz o contributo que as comunicações devem desempenhar nas estratégias globais da empresa e do mercado, para a organização (Cornelissen, 2007). Existem duas opções em relação ao papel que a comunicação poderá desempenhar, um papel de liderança ou um papel de apoio. É crucial pensar de que maneira as comunicações podem ser utilizadas para influenciar as atitudes e comportamentos do público.

A segunda etapa presente no processo de ação estratégica é o planeamento de táticas de comunicação. Para se proceder a este planeamento, é fundamental definir os objetivos da estratégia de comunicação com o maior rigor possível, através dos seguintes critérios: *specific, mensurable, actionable, realistic, targeted*[2] (SMART) (Cornelissen, 2007). O objetivo geral do plano de estratégia de comunicação, é o guia de orientação do plano que irá ser definido. Determinados o motivo de intervenção e o objetivo do plano, é necessário identificar os públicos-alvo da mensagem e quais os objetivos da mesma (Raposo, 2017). Uma vez caracterizadas as audiências, a mensagem do programa de comunicação pode ser elaborada, o que implica: a definição da mensagem e dos seus principais temas do plano de comunicação, o tom e o tipo de resposta que a mensagem procura. Uma vez identificada a mensagem do programa de comunicação, é fundamental determinar a escolha do canal através do qual se pretende passar a mensagem. Como foi referido anteriormente, importa ponderar a identidade e os valores associados à empresa, por forma a manter a coerência em cada mensagem transmitida. Os dirigentes devem ter em conta os objetivos da organização, para cada comunicação específica, determinando quais os *stakeholders* de forma a cumprirem os objetivos propostos, compreendendo que tipos de mensagem lhes devem ser entregues através do canal mais eficaz.

A terceira etapa presente no processo de ação estratégica é o enquadramento das estruturas organizacionais envolvidas neste processo. Uma importante área de preocupação nesta etapa está relacionada com o facto de, frequentemente, os profissionais de diferentes áreas operacionais precisarem de trabalhar em conjunto. Tal implica a existência de mecanismos organizacionais que incentivem a colaboração e interação entre diferentes departamentos. Uma vez delineado o programa de comunicações nas suas várias vertentes,

[2] Tradução para português: específico, mensurável, exequível, realista, direcionado

o passo seguinte é articular as diferentes estruturas organizacionais que vão conduzir tal programa, ou seja, efetuar a estratégia de comunicação (Cornelissen, 2007).

A última fase do processo de elaboração de estratégias de comunicações está relacionada com o acompanhamento e avaliação dessas estratégias. O elemento final em qualquer estratégia de comunicação deve ser a implementação de um sistema de avaliação eficaz dos resultados obtidos, tendo em consideração os objetivos de comunicação previamente estabelecidos (Cornelissen, 2007). Esta avaliação justifica-se pelo *feedback* que é recebido dos destinatários da comunicação, *feedback* esse que determina o sucesso global de uma estratégia de comunicação (Argenti et al., 2005). O acompanhamento e avaliação dos resultados através de atividades que permitem receber *feedback* ajudam a identificar os pontos fortes e fracos, em cada uma das diferentes esferas nos processos de tomada de decisão (Zerfass et al., 2018). Assim, a estratégia de comunicação é caracterizada como contínua e adaptável, na medida em que precisa de responder a oportunidades e ameaças externas que possam confrontar uma organização (Cornelissen, 2007).

Em suma, no processo de definição de estratégias de comunicação a análise estratégica é fundamental para compreender o posicionamento da organização, utilizando um conhecimento aprofundado do ambiente externo e interno, o que inclui *stakeholders* e forças de mercado. Esta análise inicial permite configurar a intenção estratégica, na qual são formuladas as visões e as ações direcionadas para alcançar objetivos específicos, sempre alinhados com a missão e visão da organização (Cornelissen, 2007). A criação e avaliação destas opções estratégicas são, por sua vez, essenciais para permitir selecionar as ações mais adequadas e aceitáveis para os *stakeholders*, garantindo uma simbiose entre os recursos da organização e o seu ambiente. Após a conclusão da intenção, o próximo passo é o da ação estratégica. Esta, traduz-se numa aplicação prática das intenções anteriormente referidas com um foco nos *stakeholders* e no cliente (Kingsnorth, 2019). A implementação eficaz e com sucesso da estratégia de comunicação envolve um planeamento detalhado, que exige a definição de táticas e a escolha dos canais mais apropriados. Esta implementação tem de ser acompanhada por uma avaliação contínua dos resultados, a fim de assegurar o alinhamento com os objetivos a longo prazo (Raposo, 2017). Em conclusão, na definição de estratégias de comunicação, está em causa um processo dinâmico, contínuo e adaptável, o qual é essencial para o posicionamento e sucesso sustentável da organização.

1.4 Papel dos Profissionais de Comunicação

No contexto das organizações, importa compreender que a comunicação é uma área que abrange dois tipos de processos distintos, mas que estão interligados. Por um lado, existem os processos de comunicação motivacional, que estão relacionados com a forma como as mensagens e estratégias de comunicação são utilizadas para inspirar e motivar os membros da organização. Esse processo ocorre em paralelo com as rotinas de comunicação operacional, que são cruciais para a organização cumprir as suas tarefas diárias e a sua missão. Por outras palavras, a comunicação motivacional tem como finalidade envolver as pessoas na vida da organização e incentivá-las a aderir aos seus objetivos, enquanto que a comunicação operacional é fundamental para a execução das atividades quotidianas da organização (Barton, 2016). Como os departamentos de comunicação, investem muito tempo e recursos para criar programas e campanhas de comunicação estratégica de forma estruturada, utilizam diversos meios de comunicação (Van Ruler & Körver, 2019). Os profissionais de comunicação são responsáveis por desenvolver estratégias e planos que incluam os dois processos de comunicação referidos anteriormente, a saber, a comunicação motivacional e a operacional. Assim, a definição de estratégias de comunicação é uma das principais competências dos profissionais de comunicação (Raposo, 2017).

Como acima se referiu, o papel dos profissionais de comunicação envolve o planeamento e o alinhamento das atividades de comunicação com a missão, visão e estratégia geral da organização (Gregory & Willis, 2013). Sendo o desenho de estratégias de comunicação um processo vital na atividade dos profissionais de comunicação, existe a necessidade de adaptação às novas dinâmicas de espaço e tempo que foram introduzidas pelas novas tecnologias e pelos dispositivos móveis, pois através destas foi possível desenvolver tais estratégias (Raposo, 2017).

Além de formular as estratégias de comunicação, os profissionais de comunicação muitas vezes são encarregues de comunicar aos funcionários a visão e a missão da organização definidas pela administração. Os profissionais de comunicação, têm de garantir a coerência da narrativa da organização através de uma gestão estratégica das diversas mensagens transmitidas (Raposo, 2017). Assim, os profissionais de comunicação são os agentes utilizados para estabelecer as ideologias corporativas, um processo frequentemente associado à criação de significado ao serviço do poder (Hallahan et al., 2007). Em suma, os

profissionais de comunicação têm como papel construir a reputação e o capital social, necessários para uma organização atingir os seus objetivos. Neste papel inclui-se o treino, ao nível: da orientação dos gestores das organizações e do fornecimento de informação sobre os *stakeholders*. Este treino tem lugar antes das decisões serem tomadas e de ser efetuada uma comunicação dirigida aos *stakeholders* (Gregory & Willis, 2013). Adicionalmente, os profissionais de comunicação utilizam a comunicação como forma de construir e/ou manter relações com os *stakeholders* (Cornelissen, 2007).

Em relação ao processo de escolha do canal para transmitir a mensagem, os profissionais de comunicação desempenham um papel essencial, pois têm de escolher os canais mais adequados, em função de cada mensagem e tipo de audiência. Continua também a ser um imperativo para um profissional de comunicação, conhecer e categorizar a audiência visada, para justificar as suas decisões sobre os canais através dos quais deve ser transmitida a informação (Raposo, 2017). É importante ter em conta que, com o avanço tecnológico existem mais canais disponíveis e que a audiência é cada mais evoluída (Argenti et al., 2005). Assim, os profissionais de comunicação estratégica estão em constante adaptação a novas realidades, trabalhando num setor dinâmico e em evolução permanente, onde os novos desafios são constantes (Butterick, 2011). Os conhecimentos associados à comunicação digital são os mais procurados pelas entidades empregadoras (Alexander, 2016). A comunicação digital obriga a que os profissionais de comunicação estejam numa aprendizagem contínua de forma a possuírem conhecimento atualizado sobre os novos desenvolvimentos. Existe também a necessidade de ter uma compreensão teórica para avaliar os diferentes métodos para uma implementação eficaz das estratégias de comunicação.

Concluindo, o trabalho dos profissionais de comunicação contribui para a eficácia das comunicações internas e externas (Falkheimer et al., 2017). Essa eficácia depende diretamente da sua capacidade de adaptar as estratégias de comunicação às necessidades específicas da organização e dos *stakeholders*, utilizando os canais mais apropriados. Adicionalmente, a constante atualização em relação a novas ferramentas digitais reforça o papel essencial dos profissionais de comunicação na construção de diálogos eficazes.

1.5 Comunicação Digital

Uma das principais áreas de aplicação da comunicação estratégica no mundo online, são as redes sociais. Estas podem ser definidas como aplicações baseadas na internet construídas sobre os fundamentos tecnológicos da Web 2 nas quais as pessoas constroem redes e partilham informações e/ou sentimentos (Kaplan & Haenlein, 2010).

O papel das redes sociais tem gradualmente evoluído. Inicialmente eram apenas uma ferramenta de marketing, atualmente, além de serem uma ferramenta de marketing são também uma fonte de inteligência de marketing. Este novo papel permite às empresas observar, analisar e prever os comportamentos dos clientes. Os dados das redes sociais podem servir como uma fonte importante de análise de clientes, pesquisa de mercado e recolha de ideias através do *crowdsourcing*, ao mesmo tempo que a captura e a criação de valor por meio desses dados representam o desenvolvimento de um novo recurso estratégico (Gnizy, 2019). Tornou-se cada vez mais importante para os profissionais de comunicação utilizarem estrategicamente e aproveitarem as redes sociais para alcançar uma vantagem competitiva e um desempenho superior (Lamberton & Stephen, 2016).

Para se perceber melhor a dimensão das redes sociais, existem 4,95 mil milhões de utilizadores de redes sociais em todo o mundo, o que representa 61,4% da população global (Dean, 2024). No entanto, se considerarmos a população mundial com idade superior a dezoito anos, a percentagem de utilizadores que possuem redes sociais ascende para os 80,8% (Dean, 2024).

As redes sociais emergiram como uma forma importante de comunicação pois permitem às organizações alcançarem os seus públicos específicos. (Teo et al., 2019). Na última década pudemos testemunhar um desenvolvimento de interações complexas, multifacetadas e intensificadas entre empresas e os seus clientes através do uso das diversas redes sociais (Li et al., 2020). As soluções de comunicação que se suportam nas redes online tornam mais simples a comunicação com audiências que se encontram geograficamente dispersas e assumindo por vezes uma dimensão global (Smith & Mounter, 2008).

Outra vantagem relacionada com o uso das redes sociais é o facto de estas permitirem aos seus utilizadores aumentarem *brand awareness*[3], possibilitando também influenciar a

[3] *Brand Awareness* é um termo de marketing que designa o grau em que os consumidores reconhecem um produto pelo seu nome (Kopp, 2022).

imagem de uma marca e manifestar as suas preferências por marcas específicas. Assim, as redes sociais são uma plataforma de influência social, uma vez que os membros podem confiar na perceção e no julgamento de outros na tomada de decisões de consumo (Ruiz-Mafe et al., 2018).

As redes sociais transformaram a forma como as empresas e os clientes interagem e se influenciam uns aos outros. A interação social envolve "ações", seja por meio de comunicações ou observações passivas, que influenciam as escolhas e comportamentos de consumo de outras pessoas (Li et al., 2020). As interações sociais dependem fortemente da estrutura da rede social e fornecem um valor mensurável para as empresas (Muller & Peres, 2019). Em estudos sobre as redes sociais, os investigadores reconhecem a importância da influência social na tomada de decisões do consumidor (Li et al., 2020). Embora estas interações possam não ter um efeito exclusivo na intenção de compra, a "voz" humana conversacional, incluindo os comentários nas redes sociais, pode afetar positivamente a intenção de compra através da influência social (Beukeboom et al., 2015). Como tal, é de esperar, com base na análise anterior, que a influência social exercida nas redes sociais possa ter um efeito na perceção da qualidade e na intenção de compra de produtos (Teo et al., 2019).

Como foi referido anteriormente, as empresas estão a aproveitar as redes sociais como plataformas para expandir o seu alcance a nível geográfico junto dos clientes (Gao et al., 2018). As redes sociais permitem que as empresas e os clientes se conectem de maneiras que não eram possíveis no passado (Li et al., 2020). Valentini (2015) argumenta que a principal razão para o uso das redes sociais por parte das empresas deve-se ao facto de as redes sociais procurarem uma ligação humana e não as relações entre produto ou empresas. A natureza das redes sociais favorece uma resposta rápida e emotiva em vez de uma resposta prolongada, consciente e cognitiva (Leng, 2013). Assim, os conteúdos visuais nas redes sociais tiram partido desta natureza e permitem que a informação seja transmitida aos membros de forma rápida e divertida (Gvili e Levy, 2016).

Uma das particularidades das redes sociais é o facto de os consumidores não poderem examinar fisicamente os produtos nas plataformas digitais (Teo et al., 2019). Para além das comunicações boca-a-boca das redes sociais, os consumidores terão de recorrer a pistas informativas para a sua tomada de decisão. A apresentação do produto na plataforma digital é um desses indícios. Além disso, as propriedades das imagens utilizadas nas comunicações

de marketing podem afetar a atitude dos consumidores em relação ao produto anunciado. Alguns estudos sugerem que, quando as imagens das redes sociais são de elevada qualidade é mais provável que produzam experiências afetivas positivas para os membros (Coliander & Marder, 2018). Mesmo manipulando simplesmente o tamanho da imagem, é mais provável que os consumidores reparem na imagem tenham atitudes mais favoráveis em relação aos produtos (Kim & Lennon, 2008).

Os profissionais de comunicação necessitam de compreender todas as bases das diversas formas de conteúdo, a qualidade do suporte visual de forma a melhorar a mensagem, as construções centrais de gestão do significado e formas de avaliação. Tal significa que as organizações não podem simplesmente replicar as suas estratégias nas diferentes redes sociais, devendo tirar partido dos pontos fortes de cada plataforma individual (Teo et al., 2019).

Capítulo 2- Comunicação e Marketing Desportivo

O desporto profissional é uma grande indústria, pois as competições desportivas são seguidas por milhões de pessoas. Esta indústria depende em grande parte dos adeptos para obter sucesso e lucro (Watkins, 2014). O desafio que se coloca aos clubes de futebol reside na tarefa de preservar o apelo da sua marca, mesmo quando obtêm êxitos ou enfrentam derrotas ao longo da temporada e ao longo dos anos (Shuv-Ami, 2016). Este apelo da marca, pode ser traduzido em grandes receitas comerciais através da venda de produtos, quotas, bilhetes, direitos televisivos e de transmissão entre outros.

2.1 Caracterização dos Clubes de Futebol Profissional

O futebol é um desporto muito comercializado (Bauer et al., 2005), devido a esse facto as entidades desportivas estão cada vez mais profissionais. Os clubes de futebol profissional podem ser definidos como organizações formais. Tal significa que possuem uma estrutura claramente definida, que dita as normas, posições e valores específicos para as relações entre os membros da organização. A estrutura organizacional estabelece a hierarquia de objetivos, as relações de autoridade, poder e responsabilidade, e os canais de comunicação (Daniel, 2019). Para os clubes de futebol, tal como nas empresas, o foco está mais orientado para a redução de custos de produção ou de custos operacionais, aumentando assim a eficiência dos processos (Leitão & Baptista, 2018). O sucesso económico de um clube a curto prazo depende do sucesso desportivo e do valor de marca. Verifica-se a influência destes dois conceitos na determinação de indicadores de desempenho, nomeadamente, receitas de bilheteira e de *merchandising* (Bauer et al., 2005).

Uma das características dos clubes de futebol profissional é o facto do valor do produto desportivo ser uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis o que leva a que haja diversas interpretações em relação ao seu valor por parte dos consumidores (Popovic, 2017). O valor é caracterizado por uma natureza intangível, na medida em que a produção e o consumo do produto principal que estas organizações desportivas oferecem são simultâneos, ao que acresce o facto dos consumidores disporem de um tempo limitado de consumo (Ross, 2006). Considerando que o produto é criado e consumido simultaneamente, o consumidor não tem a oportunidade de avaliar a qualidade antes da compra (Firth,1993).

Esta simultaneidade é uma característica que não se aplica aos produtos nas indústrias tradicionais (Popovic, 2017).

A diversidade é outra característica do produto desportivo, refletindo-se no facto deste produto estar sujeito a constantes mudanças. Estas alterações também se verificam através da observação dos consumidores (Popovic, 2017). Existem diversos fatores que contribuem para a diversidade dos produtos desportivos tais como: lesões dos jogadores, condições meteorológicas (relevantes nas situações em que as atividades desportivas são realizadas em espaços ao ar livre), e ainda outros fatores e situações podem mudar os produtos desportivos. Por fim, como acima se referiu, os produtos desportivos são produzidos e consumidos ao mesmo tempo, assim estes não possuem data de validade e não podem ser armazenados como os produtos que aparecem nas indústrias tradicionais (Popovic, 2017).

Os resultados desportivos são a componente mais importante que determina o sucesso de um clube. Sem vitórias, qualquer clube terá dificuldade em atingir o sucesso comercial, através das receitas provenientes dos patrocinadores e da participação em competições internacionais, uma vez que as competições desportivas são a sua principal atividade (Arigil & Pannazio, 2011). As receitas que os clubes recebem podem ser obtidas através de patrocínios, da exploração dos direitos de imagem dos jogadores, da prestação de serviços através da internet e telemóveis da criação de restaurantes temáticos nas instalações dos clubes, do desenvolvimento de acordos de franchising, da assinatura de contratos de franchising para lojas oficiais, da venda de bilhetes, camarotes e *merchandising* (Calejo & Martinez, 2006).

Como foi referido anteriormente, devido ao facto de os clubes de futebol apresentarem uma crescente comercialização e profissionalização, os adeptos têm uma maior importância para estas organizações pois são uma base fundamental para a obtenção de vantagens num mercado competitivo (Leitão & Baptista, 2018).

A identificação com uma organização é frequentemente o primeiro passo para estabelecer uma relação (Bhattacharya & Sen, 2003). A identificação do adepto com uma equipa pode ser definida através do compromisso e do envolvimento que um adepto de desporto tem com a organização (Sutton et al., 1997). Os adeptos de desporto que estão muito identificados com as organizações que apoiam, estão dispostos a investir tempo e

dinheiro na equipa (Wann & Branscombe, 1993), incluindo a procura das redes sociais para obter informações e estabelecer ligação com a sua equipa favorita (Seo & Green, 2008).

Os adeptos de futebol têm relações únicas com o seu clube preferido (Bühler et al., 2010). No contexto desportivo, a identificação com uma equipa aumenta os sentimentos de pertença, leva a um aumento da autoestima e melhora o bem-estar geral (Branscombe et al., 1992). Os adeptos de futebol estão social, cultural e emocionalmente ligados aos clubes que apoiam, o que leva a que sejam um tipo único de clientes (Abosag et al., 2012). A lealdade à marca garante um público mais estável mesmo quando o produto principal varia e enfrenta tempos difíceis, o que no caso do futebol corresponde a uma época de derrotas e de fraco desempenho desportivo (Gladden & Funk, 2002).

Os produtos desportivos são maioritariamente utilizados pelo público em geral, consequentemente estão sob uma grande influência de diversos efeitos sociais que afetam a satisfação do consumidor. Assim, muitas vezes os sentimentos que o consumidor experimenta durante a utilização dos produtos desportivos depende de outros fatores que não estão diretamente relacionados com o produto desportivo, tornando-se, por conseguinte, muito difícil determinar um nível adequado de satisfação por parte dos consumidores (Popovic, 2017).

Devido à dimensão e à projeção de cada clube, não é surpreendente que haja diferenças no número de funcionários que lidam com a comunicação externa do clube (Cleland 2009). Os clubes profissionais das principais ligas possuem um assessor de imprensa ou um porta-voz que gere a comunicação externa local e nacional, sendo que cada uma das pessoas que está nesse cargo conta com o apoio de outros indivíduos com responsabilidades específicas dentro da hierarquia do clube (Cleland, 2009). No caso de clubes com menor dimensão, a maioria das pessoas que fazem parte da estrutura acumulam diversos cargos sem instruções específicas no que respeita ao departamento de comunicação.

2.2 Redes Sociais

Como foi acima referido, a comunicação digital através do uso das redes sociais torna-se numa plataforma importante para o relacionamento entre as pessoas e organizações (Cegalini & Rocco Jr, 2019) pois as redes sociais conectam diariamente milhões de pessoas da sociedade (Balliauw et al., 2020). O número de utilizadores das redes sociais aumentou

significativamente nos últimos anos (Hussain et al., 2021). As redes sociais promovem uma melhor comunicação entre as organizações e os seus clientes, independente do setor ou dos tipos de bens ou serviços que oferecem (Faria et al., 2022). Em suma, as redes sociais são uma das plataformas digitais mais significativas para os clubes de futebol (Hussain et al., 2021).

A característica que distingue as redes sociais de outras plataformas online tem a ver com a circunstância de os utilizadores serem criadores de conteúdo (Balliauw et al., 2020). Ao utilizarem as redes sociais, os adeptos encontram três tipos de conteúdo: conteúdo gerado por utilizadores, conteúdo gerado pelo clube e conteúdos gerados por outras empresas (Aichner, 2019).

Conforme já assinalado, os adeptos de desporto são únicos no que diz respeito ao envolvimento com os seus clubes favoritos, tendem a desenvolver relações exclusivas com as suas equipas preferidas e as redes sociais tornaram-se um dos principais pontos de contacto entre os clubes e os seus adeptos (Faria et al., 2022). Os adeptos e os clubes estão a adotar as redes sociais como as plataformas mais importantes para apoiar, interagir e comunicar (Hussain et al., 2021).

Existem diversas vantagens consequentes da utilização das redes sociais para os clubes. Em primeiro lugar, as redes sociais permitem aos clubes promover a confiança, o compromisso, a intimidade, a satisfação e a identificação dos adeptos com o clube (Faria et al., 2022). Além disso, outra vantagem da utilização das redes sociais está associada à captação de novos adeptos e à aproximação dos atletas com os seus adeptos (Barbu & Popescu, 2018). Adicionalmente, as redes sociais possibilitam aos clubes construírem relações com o público, reduzirem os custos de marketing e aumentarem as vendas (Hussain et al., 2021). Estas vantagens de utilização das redes sociais por parte de clubes de futebol, aplica-se tanto a clubes de grande dimensão, como a clubes pequenos. (Faria et al., 2022).

As redes sociais são uma plataforma eficiente e ativa para comunicar e interagir, além de permitir que os seguidores expressem as suas reações. Isto melhora o valor da comunicação e facilita o contato rápido entre adeptos e clubes (Hussain et al., 2021).

A interatividade, a personalização e o crescente poder por parte do cliente nas redes sociais são características distintivas deste meio de comunicação (Balliauw et al., 2020). Para os adeptos que estão isolados de outros adeptos do mesmo clube por diversas circunstâncias as redes sociais possuem um papel importante pois permitem que estes

partilhem e interajam com outras pessoas (Hussain et al., 2021). Deste modo, as redes sociais são um instrumento ideal para iniciativas de marketing interativo dos clubes, criando comunidades virtuais (Balliauw et al., 2020). Estas comunidades virtuais são criadas porque os adeptos de futebol estão motivados a interagirem uns com os outros, com a comunidade de adeptos e com o clube (Stravos et al., 2014). As comunidades virtuais promovem o *engagement* do clube com os adeptos, um ativo crucial, pois cria valor para o clube. Os clubes que interagem com os seus adeptos geram intenções comportamentais positivas, tanto online, quanto offline, uma vez que os adeptos partilham as suas impressões e participam num processo de criação de valor conjunto (Santos, 2016). Devido a esse facto, os adeptos que seguem a conta do seu clube nas redes sociais sentem-se altamente identificados com o clube e têm uma melhor relação com o mesmo (Faria et al., 2022).

A utilização das redes sociais é adequada para estratégias de marketing orientadas para o cliente, uma vez que oferecem às organizações ligações diretas e convenientes com clientes e outros *stakeholders*, a baixo custo (Balliauw et al., 2020). Estas redes sociais permitiram aos clubes criar uma fonte de receita para organizações desportivas e jogadores. Assim, os clubes desportivos e jogadores têm utilizado as suas redes sociais para publicar conteúdos dos seus patrocinadores, como parte de acordos de patrocínio ou como negócios separados (Balliauw et al., 2020).

As redes sociais ainda estão na sua fase inicial e continuarão a crescer, além disso o *engagement*[4] que as redes sociais criam ao desporto continua a ser uma das questões mais relevantes deste setor (Hussain et al., 2021).

2.3 Estratégias de Marketing Desportivo

O Marketing Desportivo é definido por Shank e Lyberger (2015, p. 5) como: "A aplicação específica dos princípios e processos de marketing a produtos desportivos e ao marketing de produtos não desportivos através da associação com o desporto". O papel do marketing desportivo é o de satisfazer as necessidades dos consumidores com produtos e serviços que ofereçam benefícios em relação à concorrência, sempre de forma lucrativa (Borba, 2008).

[4] Engagement é um termo genérico para ações que refletem e medem o grau de interação do público com o conteúdo partilhado (Kenan, 2024). *Engagement* nas redes sociais inclui gostos, comentários e partilhas.

Para as entidades desportivas, o marketing desportivo é importante pois os patrocínios e a publicidade são fontes de receita significativas devido à crescente comercialização do desporto (Balliauw et al., 2020). Ross et al. (2019) mostram que nos clubes de futebol com maiores receitas, estas foram obtidas a partir de atividades comerciais, incluindo patrocínios e publicidade, representando 40% das receitas globais desses clubes. Além dos patrocínios e publicidade, os clubes de futebol também dependem do lucro e da exposição gerados pela crescente relação com a televisão (Cleland, 2009). Com o apoio dos media e com um processo de gestão bem estruturado que implemente, desenvolva, comunique e deixe transparecer os valores para todos os *stakeholders* de uma entidade desportiva, essa entidade certamente irá ter benefícios económicos, financeiros e desportivos para o clube que a implementar (Cegalini & Rocco Jr, 2019). Não é suficiente satisfazer apenas adeptos e sócios, também é crucial construir uma imagem positiva de forma a angariar patrocinadores, investidores e parceiros comerciais (Cegalini & Rocco Jr, 2019). A imagem torna-se uma peça central nesse novo paradigma empresarial dos clubes desportivos. Em suma, todas as organizações desportivas que procuram angariar apoio financeiro, têm de ter em consideração a gestão de imagem, a reputação e a identidade do clube, para obterem sucesso nessa tarefa (Kellison e Mondello, 2012).

Como foi demonstrado anteriormente, os adeptos são clientes altamente envolvidos e procuram uma associação a longo prazo com uma equipa desportiva. Além disso, os consumidores desportivos são mais leais do que o consumidor médio (Waters et al., 2009). Consequentemente, têm um forte desejo de estar constantemente atualizados sobre as suas equipas ou jogadores favoritos (Abeza et al., 2013). Estas características muito específicas relativas aos adeptos determinam que seja necessário para os clubes de futebol, a criação e desenvolvimento de uma estratégia de marketing de relacionamento.

O marketing de relacionamento tem exatamente como objetivo construir, manter e aprimorar as relações com os clientes/adeptos, encarando estes últimos como coprodutores de valor (Balliauw et al., 2020). Os clubes utilizam o marketing de relacionamento para fortalecer as relações com os seus clientes, os adeptos, e para melhorar a lealdade dos mesmos. O utilizador é criador de conteúdo nas redes sociais, e perante esta constatação, as redes sociais são o canal mais útil para a estratégia de marketing de relacionamento (Balliauw et al., 2020).

O marketing nas redes sociais tornou-se uma parte essencial da estratégia de marketing de relacionamento de muitas organizações. Como as redes sociais podem alcançar um vasto grupo de consumidores de forma rápida, interativa e relativamente económica, são ferramentas valiosas para ajudar as empresas a atingirem os seus objetivos de marketing de relacionamento (Williams & Chinn, 2010).

Os clubes pretendem, portanto, através da estratégia de marketing de relacionamento, aumentar a notoriedade da marca, estimular vendas, melhorar a imagem da marca, gerar tráfego para plataformas online, reduzir custos de marketing e criar interatividade com os utilizadores, incentivando-os a publicar ou partilhar conteúdo numa comunidade online (Ashley & Tuten, 2014; Bianchi & Andrews, 2015).

Devido ao facto de o setor do futebol estar cada vez mais internacionalizado (Braunstein & Ross, 2010), uma das estratégias de marketing aplicadas pelos clubes é a globalização. Como foi apresentado anteriormente, os adeptos possuem um papel fundamental para os clubes de futebol. Assim, outra das estratégias de marketing desportivo é focada nos adeptos nacionais e internacionais a fim de aumentar o valor da marca. Ao desenvolver o valor da marca entre adeptos nacionais e com a base de adeptos internacionais em expansão, os clubes procuram avançar para o mercado global (Graciá, 2017). A globalização possibilitou que os clubes de futebol mais populares ampliassem a sua base de adeptos em todo o mundo. Através do poder do desporto, estes clubes intensificaram o seu foco em culturas estrangeiras difundindo os seus valores pelo mundo (Baena, 2016). A internacionalização do futebol obrigou a que muitos clubes profissionais procurassem por mercados globais em vez de concentrarem os seus esforços de marketing somente numa região (Graciá, 2017). Estes clubes foram bem-sucedidos pois começaram a desenvolver relações sólidas com pessoas de diferentes países e culturas (Hollis, 2010).

Adotar estratégias de marketing que permitam à organização desportiva entrar em contacto e interagir com os seus seguidores em todo o mundo é fundamental para aumentar o envolvimento dos adeptos com a marca (Wallace et al., 2014). Além disso, os esforços para aumentar a presença da marca no mercado, ao tornar-se numa marca internacional possibilita às organizações estabelecerem acordos e patrocínios com empresas de renome internacional. Estes fatores são preponderantes para a criação de uma marca global por parte dos clubes (Graciá, 2017). Os parceiros comerciais e os patrocinadores possuem um perfil especial de cliente do clube pois são meios de comunicação e divulgação da própria marca

do clube (Baptista, 2014). Para além de alargarem a rede de parceiros internacionais, os clubes promovem digressões e eventos, permitindo-lhes obterem acordos financeiramente vantajosos, designadamente com estações de televisão de países estrangeiros. Estes acordos possibilitam que os jogos sejam transmitidos para os adeptos que não habitam no país de origem do clube. Importa realçar que as receitas provenientes dos direitos de transmissão televisiva têm uma grande importância nos orçamentos totais dos clubes de futebol (Leitão & Baptista, 2018). Em suma, para fortalecer a presença global, um clube de futebol necessita de uma orientação que se foque no *branding* e na procura de parcerias a nível internacional.

Manter os adeptos atualizados através do *website* do clube, das redes sociais e dos media tradicionais, bem como a colaboração em iniciativas de caridade, são estratégias que podem ajudar a aumentar a notoriedade da marca do clube e reforçam os laços entre o clube e os seus adeptos (Graciá, 2017). Importa salientar que através dos meios de comunicação de massa (ex: artigos nos jornais, revistas, rádio e televisão) os adeptos podem manter -se continuamente envolvidos e atualizados quanto ao seu clube e aos jogadores (Phua, 2010). Sem histórias quotidianas na televisão, na rádio e nos jornais, o clube teria dificuldade em gerar interesse por iniciativa própria (Cleland, 2009). No entanto, os meios de comunicação tradicionais não afetam significativamente a identificação dos adeptos (Baena, 2016). Por outro lado, a Internet tem adquirido importância devido às inúmeras vantagens que oferece, incluindo a sua capacidade de transcender barreiras temporais e geográficas (Walker et al., 2010). Os clubes prestam atenção especial à comunicação externa devido ao crescente número de fontes de media (especialmente novas) que estão envolvidas no futebol. Estas novas fontes aceleram a disponibilidade de notícias e informações, mas também criaram um ambiente mediático competitivo, o que levou a que fontes mais antigas (jornais e rádio) reagissem estrategicamente (Cleland, 2009).

Esta estratégia de criação de envolvimento digital afeta os futuros ganhos financeiros do clube, seja em termos de receita de bilheteira, receita comercial, patrocinadores futuros, anunciantes ou detentores de direitos televisivos (Graciá, 2017). Um *website* muito interativo e apelativo também é algo extremamente necessário para os adeptos mais novos dos clubes (Graciá, 2017). Este *website* também deve estar traduzido em várias línguas de forma a atrair adeptos de todos os continentes, indo ao encontro da estratégia de marketing desportivo que é a globalização.

O envolvimento em questões sociais para alcançar a vinculação ao clube é outra das estratégias de marketing desportivo aplicada pelos clubes. O futebol tem um potencial significativo para dar algum tipo de retorno à comunidade. Este facto levou à integração da Responsabilidade Social Corporativa[5] no processo de gestão de marca de alguns clubes. Este conceito, ao ser integrado no processo de gestão, gera uma série de benefícios que podem criar e reforçar uma vantagem competitiva sustentável para o clube (Graciá, 2017). Por exemplo, os adeptos que se identificam muito com o clube podem procurar estas atividades socialmente responsáveis do clube, com o intuito de reforçar o seu envolvimento com a organização desportiva. Importa acrescentar que as iniciativas socialmente responsáveis têm um impacto forte e direto no adepto o que por sua vez influencia as avaliações da marca (Baena, 2016).

Como foi demonstrado anteriormente, a transformação dos clubes desportivos em organizações empresariais é algo que redefine as práticas de gestão e a própria estrutura dessas organizações. Este processo, impulsionado pela absorção das tendências empresariais, tem implicações profundas na forma como os clubes são organizados e como se relacionam com o mercado e os seus adeptos (Cegalini & Rocco Jr, 2019).

2.3.1 Integrated Marketing Communications

Integrated Marketing Communications (IMC) é outra das estratégias de marketing que pode ser aplicada pelos clubes de futebol profissional (Manoli & Hodgkinson, 2019). Esta estratégia de marketing consiste na integração e coordenação de vários canais de comunicação para enviar uma mensagem clara, consistente e convincente sobre a organização e os seus produtos (Theodora, 2021). Esta estratégia de marketing utiliza diversos canais de comunicação *online* e *offline* devido à mudança de comportamento dos consumidores causada pelo crescente uso de dispositivos digitais (Butkouskaya et al., 2023). Outro argumento que justifica a utilização de vários canais está relacionado com a realidade de mercado, que é altamente dinâmico e competitivo, no sentido de captar o interesse do

[5] Responsabilidade Social Corporativa pode ser definida como o compromisso ético contínuo das empresas ao contribuírem para o desenvolvimento económico, para a comunidade local e para a sociedade (What Is Corporate Social Responsibility? 4 Types, 2021).

cliente, tornando impossível para as organizações limitem as suas atividades de marketing a apenas um canal de comunicação (Theodora, 2021).

Uma das características da IMC é o facto desta estratégia potenciar a imagem da organização e persuadir os seus clientes sobre a qualidade dos seus produtos e os benefícios resultantes da compra do produto (Theodora, 2021). Esta estratégia pretende desenvolver relações lucrativas com os consumidores através de uma comunicação eficaz (Barger and Labreque, 2013). Para que a mensagem seja eficaz, é importante que seja consistente. A consistência da mensagem e a escolha correta do canal têm um impacto positivo na satisfação do cliente, pois este compreende o significado de forma mais clara, o que contribui para expectativas mais realistas (Butkouskaya et al., 2021).

Adicionalmente, esta estratégia tem como objetivo criar *brand awareness*, isto é transmitir informações sobre a marca, melhorar a imagem da marca e estabelecer associações entre a marca e o produto (Theodora, 2021). A título de exemplo, se uma mensagem, uma embalagem, uma imagem forem partilhadas pelos diversos canais utilizados pela IMC de forma reiterada, os consumidores constroem associações mais sólidas entre a marca e o produto (Shi et al., 2020). No contexto da IMC a satisfação do consumidor com o produto não é suficiente, é ainda necessário que haja satisfação com o serviço da organização de forma a ser possível influenciar o comportamento do cliente (Sorkun et al., 2020). Assim, esta estratégia desempenha um papel importante na construção da fidelidade à marca. Este aspeto é particularmente relevante para organizações que dependem dos consumidores para a sua viabilidade financeira, como é o caso das organizações desportivas (Berry, 2000).

No contexto específico da IMC na indústria desportiva a identificação do adepto com o clube deve ser alvo de atenção especial, não apenas no que diz respeito à construção da relação entre os dois, mas também na melhoria do valor de marca do clube (Watkins, 2014). A longo prazo, a aplicação desta estratégia contribui de forma significativa para o aumento do valor de marca das organizações (Theodora, 2021). Assim, outro benefício decorrente da utilização desta estratégia é o facto de ajudar as organizações a construir valor de marca através da coordenação de comunicação entre os diversos canais (Ri et al., 2020). A implementação desta estratégia de marketing gera um aumento de vendas e consequentemente de lucros da empresa (Theodora, 2021).

As equipas desportivas usufruem da IMC ao utilizarem as redes sociais com o objetivo de estabelecerem uma ligação com os adeptos e fortalecer a ligação destes com a

equipa (Richelieu & Pons 2009; Wallace et al., 2011). As redes sociais permitem que as organizações realizem atividades de marketing integrado de forma menos dispendiosa e com muito menos esforço do que anteriormente (Balliauw et al., 2020). Com a implementação da IMC, os clubes beneficiam do envolvimento dos adeptos com a organização. O desenvolvimento de comunicações mais próximas com os adeptos fornece informações adicionais sobre as suas necessidades e expectativas, podendo o clube pode utilizar estas informações para alterar certos aspetos, mostrando assim que aqueles são ouvidos e que têm um papel importante (Butkouskaya et al., 2023).

A integração das redes sociais numa estratégia de marca do clube permite que o clube atinja o mesmo público que os meios de comunicação de massas, a diferença é que, sendo a mensagem transmitida pelas redes sociais, esta é mais personalizada (Simmons 2007). Importa reter que as marcas que possuem uma presença forte nas redes sociais estão melhor preparadas para aumentar a notoriedade da marca e para manter uma comunicação com os consumidores (Kwon & Sung, 2011).

2.4 Valor de Marca

Existem três perspetivas diferentes para definir valor de marca. Essas três perspetivas são: valor de marca baseado nos clientes; valor de marca baseado na empresa; valor de marca baseado no mercado financeiro.

Tal como indica a designação, o valor de marca baseado no cliente é calculado através da perspetiva do cliente, ou seja, o valor de marca é avaliado de acordo com a perspetiva do consumidor e o desempenho deste em relação a uma marca específica (Keller & Lehmann, 2006). Assim, o valor de marca depende do valor que os consumidores atribuem a essa marca (Underwood et al., 2001). As variáveis mensuráveis deste modelo relacionadas com a mentalidade do cliente são o reconhecimento da marca, a perceção de qualidade da marca, imagem da marca, personalidade da marca e os sentimentos associados à marca (Shuv-Ami, 2016). Dito de outra forma, o valor atribuído a uma marca advém da satisfação das experiências do cliente (Simmons, 2007).

O valor de marca baseado na empresa não representa apenas a perspetiva dos clientes, mas também os benefícios que a empresa obtém a partir da avaliação e atitude que os clientes têm em relação à marca. “O valor de marca baseado na empresa pode ser definido como o

grau de ineficiência do mercado que a empresa consegue capturar com a sua marca" (Keller & Lehmann, 2006 p.745). Segundo esta perspetiva, o valor de marca da empresa é avaliado através de diferentes critérios, os quais são: o preço relativo (que é a percentagem auferida pela marca ao vender o seu produto acima do peço praticado pelos concorrentes), a elasticidade de preço (ou seja, a capacidade da marca em aumentar os preços sem que a procura diminua), a quota de mercado (a qual reflete as aquisições dos clientes) e a quota de mercado potencial (representando esta as intenções de compra dos clientes e potenciais clientes) e por último o lucro da empresa (Shuv-Ami, 2016).

Por fim, o valor de marca, segundo a perspetiva dos mercados financeiros, é calculado com base em ativos tangíveis, como o valor financeiro da empresa e dos seus equipamentos (Keller & Lehmann, 2006). Em suma, de acordo com esta perspetiva, o valor de marca é o valor de mercado da própria organização (Raggio & Leone, 2007).

Os clubes de futebol europeus estão inseridos num contexto de intensa concorrência desportiva e económica. Neste contexto, a gestão do valor de marca é um fator de extrema importância para o sucesso das organizações que operam num ambiente competitivo (Leitão & Baptista, 2018). Para os clubes, o valor de marca é essencial para a identificação, criação de uma base de adeptos e para gerar receita. Sem uma marca sólida muitas equipas não beneficiariam do apoio necessário para ter sucesso (Barbu & Popescu, 2018). Como foi acima referido, os clubes dependem dos adeptos para o seu bem-estar financeiro. Os adeptos geram receitas através da venda de bilhetes, das visualizações televisivas e da aquisição de artigos do clube (Fisher & Wakefield, 1998). O sucesso desportivo aumenta o compromisso dos adeptos, o que afeta diretamente o valor da marca (Leitão & Baptista, 2018). Os clubes também necessitam de estabelecer um forte valor de marca a eles associado pois como não se pode determinar a qualidade de um evento desportivo antes da sua realização, ter uma marca forte é necessário para uma equipa desportiva, sobretudo do ponto de vista financeiro (Watkins, 2014). Por isso, os clubes tentam reforçar a relação com os adeptos, na medida em que um forte valor de marca pode criar uma maior lealdade dos adeptos, o que gerará receitas adicionais através de outros bens e serviços ligados ao clube (Burton & Howard, 1999).

Ter um forte valor de marca significa que os clientes possuem um grande conhecimento da marca e conservam uma imagem favorável da mesma, retendo a ideia de que se trata de uma marca de qualidade e que merece a sua lealdade em troca (Leitão &

Baptista, 2018). Além dos benefícios atrás referidos, um forte valor de marca tem impacto no aumento de receitas obtidas pelos patrocinadores, na medida em que uma marca forte significa vendas adicionais de produtos e serviços, através da notoriedade e do reconhecimento da marca (Richelieu & Pons, 2009).

De acordo com Chadwick e Holt (2008) são três os passos essenciais para os clubes iniciarem o processo de construção do valor de marca. O primeiro passo requer a seleção dos elementos da marca a desenvolver (ex: logótipo, cores do clube etc…). Em seguida, os clubes devem desenvolver programas que envolvam os adeptos com o clube (ex: emissão de bilhetes, *merchandising*, programas para festas e outros eventos etc…). Por último, os clubes devem colaborar com entidades externas envolvendo adeptos, jogadores, instituições humanitárias, entre outras.

Resumindo, os clubes devem criar relações únicas com os adeptos de forma a distinguirem-se dos seus adversários. Esta relações podem ser construídas, se forem proporcionadas boas experiências por parte do clube juntos dos adeptos, bem como através de estratégias de publicidade e marketing (Watkins, 2014). À medida que as relações com o clube são consolidadas através de interações únicas com os adeptos, é criada uma relação positiva com a marca o que faz com que o seu valor aumente.

Capítulo 3- Comunicação Estratégica Aplicada a Clubes de Futebol

Neste capítulo da revisão de literatura é apresentado um caso de aplicação de comunicação estratégica num clube profissional de futebol, mais concretamente o clube espanhol Real Club Deportivo Mallorca. Este clube está sediado na ilha de Maiorca, uma das Ilhas Baleares. Neste estudo de caso são enunciadas as diferentes estratégias utilizadas pelos novos proprietários que revolucionaram a comunicação do clube, servindo como exemplo a seguir no mundo do futebol.

3.1 Estudo de caso do RCD Mallorca

Um dos clubes que operou uma grande mudança ao nível da comunicação estratégica e que pode ser comparado à dimensão do Clube Desportivo Nacional foi o clube de futebol espanhol Real Club Deportivo Mallorca. Tal como o Clube Desportivo Nacional este clube situa-se numa ilha, neste caso na Ilha de Maiorca, que faz parte de Espanha, tal como o Clube Desportivo Nacional situado na ilha da Madeira que também constitui uma região de Portugal.

O clube foi adquirido em 2016 pelo grupo ACQ Legacy Partners LLC. A primeira reestruturação da iniciativa do grupo adquirente foi realizada a nível organizacional. Foi nomeado um novo presidente (Andy Kohlberg), assessorado por dois CEOs, um CEO desportivo (Pablo Ortells), que controla o departamento de futebol do clube (futebol profissional, futebol de formação e o departamento médico) e um CEO responsável por toda a administração do clube e pelo controlo orçamental (Alfonso Díaz). Os departamentos de marketing, de vendas, de finanças, de bilheteira, de comunicação, jurídico, bem como o de operações reportam todos ao CEO responsável pelos negócios. Foi também criada a posição de *Chief Revenue Officer* (CRO), que lidera uma área de inovadora, a qual tem como objetivo unir o departamento comercial e de marketing com o de bilheteira e *engagement* de adeptos (Portet & Faedo, 2022). Assim, o clube transita de uma gestão altamente focada no curto prazo e dependente de resultados desportivos para uma gestão que padroniza um mapa de processos, com objetivos a médio e longo prazo e de planeamento orçamental (Portet & Faedo, 2022).

A primeira estratégia dos novos proprietários do clube foi rentabilizar as experiências que os adeptos podem vivenciar no estádio. Além dos 32 camarotes que existem no estádio, foram concebidas outras áreas, como: uma zona de cocktails no camarote presidencial antes do início dos jogos, um pequeno túnel de acesso ao campo onde os adeptos podem acompanhar e fotografar os jogadores na entrada em campo onde são também servidos aperitivos; na sala de troféus, foi instalada uma área de restauração com *chefs* locais, com estrela Michelin, onde são servidas as refeições durante o intervalo; foram ainda criadas uma sala de conferências para negócios, uma área VIP para acompanhar o jogo ao nível do relvado, com uma zona de encontro pós-jogo entre os adeptos e jogadores da equipa principal. Esta gestão dos espaços do estádio leva a que os adeptos passem mais tempo no interior do mesmo o que aumenta a probabilidade de uma maior receita em dia de jogo, assim como permite aos adeptos aproximarem-se dos jogadores a troco de um preço elevado (Portet & Faedo, 2022).

Os novos proprietários procuraram associar o clube ao setor do turismo de Maiorca, por exemplo, o RCD Mallorca tem bancas de informação em mais de 300 hotéis na ilha. Importa acrescentar que os novos proprietários, com autorização do município de Maiorca, alteraram o nome do estádio de Son Moix para Visit Mallorca Stadium de forma a incentivar o turismo, com o objetivo de recuperar a economia da ilha, após a Covid-19. Outra decisão tomada pela direção que vai ao encontro desta estratégia foi a assinatura de um contrato de patrocínio, em Fevereiro de 2021, com a *Specialized*, um dos principais fabricantes de bicicletas do mundo, permitindo assim que o cicloturismo, enquanto uma das ofertas mais importantes de turismo da ilha, com uma média de 200.000 visitantes por ano antes da pandemia (López-Egea, 2017), seja associado à variedade de serviços disponíveis no estádio do RCD Mallorca. Este acordo também permitiu ao clube posicionar-se como um clube que apoia a mobilidade sustentável, incentivando os adeptos a pedalarem da cidade para o estádio.

A terceira estratégia implementada pela nova direção do clube maiorquino foi a internacionalização da marca do clube, especificamente junto dos mercados asiáticos, aproveitando o facto de ter dois jogadores no seu plantel de origem asiática, Kang-In Lee da Coreia do Sul e Take Kubo do Japão. De forma a que os adeptos desse continente consigam acompanhar os jogos da equipa principal, o clube e a LaLiga (1ª divisão do campeonato espanhol de futebol) estão a trabalhar para que os jogos se realizem durante o horário nobre

asiático (Portet & Faedo, 2022). Acrescente-se ainda que, em Agosto de 2021, o clube assinou um acordo de patrocínio com uma empresa japonesa de inovação tecnológica *Taica Corporation* que utiliza a parte da frente da camisola do RCD Mallorca para publicitar a sua tecnologia. Relativamente ao mercado coreano, o clube acordou em disputar um jogo de pré-época na cidade de Daegu que está localizada na Coreia do Sul. Podemos observar que a penetração nos mercados asiáticos está a ser bem-sucedida, com base no aumento dos números de audiência dos jogos da equipa principal e do número de seguidores nas redes sociais do clube (Portet & Faedo, 2022).

Tal como foi referido no subcapítulo 2.2, adotar estratégias de marketing que permitam à organização desportiva entrar em contacto e interagir com os seus seguidores em todo o mundo é essencial para aumentar o envolvimento dos adeptos com a marca (Wallace & Chernatony, 2014). Além disso, os esforços para aumentar o mercado-alvo, ao tornar-se numa marca internacional e fechar acordos e patrocínios com empresas de renome, são fatores preponderantes para a criação de uma marca global por parte dos clubes (Graciá, 2017).

A criação e a comercialização de novos produtos audiovisuais tornaram-se também uma nova fonte de rendimento. O departamento de comunicação possui a sua própria empresa de produção de audiovisual para gerar conteúdo no *YouTube* e monitorizá-lo, servindo para comentar jogos da equipa principal, criar listas de reprodução específicas para o Japão e Coreia do Sul, vender a sua própria produção audiovisual para plataformas de *stream* e canais de televisão e ainda para comercializar espaços de patrocínio destinados a públicos-alvo específicos dentro do conteúdo das suas redes sociais (Portet & Faedo, 2022). Além disso, o clube está a desenvolver a sua plataforma de conteúdo audiovisual de *pay-per-view* chamada RCD Mallorca Plus. Atualmente esta plataforma é gratuita pois o clube pretende melhorar a sua imagem junto dos potenciais subscritores e patrocinadores.

Uma das maiores mudanças operadas pelos novos proprietários foi a forma como o clube se relaciona com os media. Antes da chegada da atual administração, a relação entre os meios de comunicação e o clube não era muito profissional, caracterizando-se por ser informal e por haver um elevado número de fugas de informação (Portet & Faedo, 2022). Os jornalistas tinham os números de telefone de vários membros da direção anterior e tinham fácil acesso aos jogadores e à equipa técnica. Desde a chegada do grupo americano, há menos

contacto direto entre jornalistas e jogadores de futebol, tendo o clube explicado que o controlo da informação é normal na indústria atual do futebol.

Esta profissionalização da comunicação do clube obriga a que o departamento de comunicação altere as suas rotinas de trabalho. O departamento já não opera de forma passiva, atua como meio de ligação entre os meios de comunicação e o clube, tornando-se um departamento ativo na relação com os diferentes públicos (adeptos, patrocinadores e produtores de conteúdo) que contribuem para gerar receitas (Portet & Faedo, 2022). A comunicação estratégica é essencial para estabelecer novas relações com diferentes *stakeholders* que possam desenvolver o negócio do clube. O gabinete de comunicação já não trabalha para os meios de comunicação, mas sim para os adeptos. Antes da chegada da nova direção, o gabinete de comunicação precisava dos media para transmitir as suas mensagens. Atualmente, o clube transmite o seu próprio conteúdo e mensagens. Por exemplo, já não são realizadas conferências de imprensa para apresentar os novos jogadores, sendo o RCD Mallorca a transmitir tal informação nos seus meios de comunicação e os jornalistas retiram as declarações realizadas nesses canais oficiais do clube (Portet & Faedo, 2022).

Capítulo 4- Metodologia

Anteriormente, na revisão de literatura, os conceitos relevantes para o desenvolvimento do estudo foram abordados de uma forma teórica. Neste capítulo será especificada a estratégia metodológica adotada para a construção do estudo empírico. Neste capítulo, é apresentada, em primeiro lugar, a relevância e pertinência do tema, em seguida a questão de partida bem como os objetivos da investigação. A estratégia metodológica e os métodos utilizados para a recolha de dados também são apresentados neste capítulo.

4.1 Relevância e Pertinência do Tema

Como foi referido na revisão de literatura, existe uma compreensão crescente da importância vital da Comunicação Estratégica para a sobrevivência e o sucesso das organizações (Falkheimer et al., 2017). A transformação dos clubes desportivos em organizações empresariais é algo que redefine as práticas de gestão e a própria estrutura dessas organizações. Este processo, impulsionado pela absorção das tendências empresariais, tem implicações profundas na forma como os clubes são organizados e como se relacionam com o mercado e os seus adeptos (Cegalini & Rocco Jr, 2019). Assim, é fundamental compreender quais as estratégias de comunicação implementadas com vista ao sucesso das organizações desportivas e bem assim com o intuito de criar novas relações com o mercado e de fortalecer a relação com os adeptos.

Na pesquisa efetuada, verificou-se que inexistem estudos académicos sobre comunicação estratégica aplicada a clubes de futebol portugueses. A presente investigação pretende preencher essa lacuna e para a compreensão e estudo das estratégias de comunicação neste contexto específico.

Assim, esta dissertação pretende dar um contributo nesta área específica da comunicação, utilizando como objeto de estudo o Clube Desportivo Nacional. Esta dissertação inclui, numa perspetiva empírica, o escrutínio das estratégias de comunicação utilizadas por este clube de futebol português. Adicionalmente, devido ao facto de o clube ter participado na primeira divisão portuguesa de futebol e na época seguinte ter disputado a segunda divisão portuguesa, o estudo pretende contribuir com informação sobre estratégias de comunicação utilizadas nestes dois diferentes escalões do futebol profissional português.

4.2 Questão de Partida

A presente dissertação tem como pergunta de partida: "Quais as características da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas temporadas 2020/2021 e 2021/2022?".

4.3 Objetivos de Investigação

Em conformidade com a pergunta de partida, os objetivos de investigação desta dissertação são os seguintes:

- Identificar as dimensões da estratégia de comunicação privilegiadas pelo Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas épocas 2020/2021 e 2021/2022.
- Comparar as estratégias de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* da época 2020/2021 com a da época 2021/2022.
- Apresentar *guidelines* de atuação para a comunicação do Clube Desportivo Nacional na plataforma *Instagram* com base nos resultados obtidos no estudo.

4.4 Estratégia Metodológica

A estratégia metodológica adotada para esta investigação foi um estudo de caso único que integra uma abordagem qualitativa. O estudo de caso é uma investigação empírica que examina um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto real, utilizando múltiplas fontes de informação (Noor, 2008). Segundo Patton (1987), o estudo de caso torna-se particularmente útil quando é necessário compreender um problema ou situação específica de forma detalhada. A abordagem qualitativa foi aplicada através da realização de duas entrevistas semi-estruturadas e de uma análise de conteúdo qualitativa aos canais de comunicação digital do clube.

A estratégia metodológica foi aplicada depois de ter sido realizada uma revisão de literatura onde os conceitos relevantes para o desenvolvimento do estudo foram abordados

de uma forma teórica com o propósito de construir uma base importante como ponto de partida para a investigação.

4.4.1 Entrevista Semi-Estruturada

A entrevista semi-estruturada foi um dos métodos utilizados na presente investigação. O valor deste tipo de entrevista reside no facto de esta ser flexível, uma vez que as respostas dadas pelos entrevistados alimentam a conversa em desenvolvimento (Prior, 2018). O investigador tem a liberdade de solicitar mais informação se surgir algo novo ou interessante, uma vez que não está limitado a uma lista pré-planeada e rígida de perguntas. Assim, uma grande vantagem das entrevistas semiestruturadas é a capacidade de ser maleável, pois incorpora os benefícios das entrevistas estruturadas e não estruturadas (Prior, 2018). Este tipo de entrevista também permite que sejam priorizadas as ideias transmitidas pelos entrevistados, os quais podem desenvolver os seus próprios raciocínios de forma mais aprofundada, podendo também exercer mais controlo no desenrolar da entrevista, se assim o entenderem (Daymon & Halloway, 2010).

O principal objetivo da entrevista é desenvolver a capacidade de compreensão e de explicação, aprofundado as experiências passadas e presentes dos participantes, com o objetivo de descobrir os seus sentimentos, perceções e pensamentos. Por outro lado, o entrevistador tem como objetivo obter informações dos entrevistados para responder aos objetivos da investigação (Daymon & Halloway, 2010).

Embora o guião da entrevista possa ser bastante longo e detalhado, não precisa de ser "seguido à risca" porque o objetivo é compreender as perspetivas dos informadores e criar um relato significativo da área temática que interessa para a investigação (Daymon & Halloway, 2010). A entrevista semiestruturada permite que o investigador coloque questões mais aprofundadas do que as que foram formuladas inicialmente (Adhabi & Anozie, 2017).

4.4.2 Análise de Conteúdo Qualitativa

A análise de conteúdo qualitativa, enquanto método de investigação, foi utilizada na presente dissertação de forma a dar resposta aos objetivos de investigação.

A análise de conteúdo qualitativa é um método de análise de mensagens de comunicação escritas, verbais ou visuais (Cole, 1988). Os investigadores podem identificar intenções ou tendências de comunicação de uma instituição, revelar padrões no conteúdo da comunicação (Columbia Public Health, 2023). A Análise de Conteúdo Qualitativa (ACQ) é um método adequado para descrever material, tanto verbal como visual, que requer algum grau de interpretação. (Schreier, 2012). O objetivo é obter uma descrição condensada e ampla do fenómeno e o resultado da análise são categorias que descrevem o fenómeno (Elo & Kyngäs, 2008).

Nesta investigação foi realizada uma análise de conteúdo dedutiva que tem o intuito de aplicar uma parte teórica aos dados de forma a testar a teoria (Bingham, 2023). Na análise de conteúdo qualitativa significa aplicar códigos determinados aos dados, ou seja, os códigos são extraídos da revisão de literatura e, em seguida, aplicados aos dados recolhidos. Por sua vez, a análise indutiva é uma estratégia onde o investigador lê os dados e identifica os códigos à medida que estes emergem (Bingham, 2023).

4.5 Recolha de Dados

4.5.1 Entrevista

Como foi referido anteriormente, um dos métodos de investigação utilizado para a recolha de dados foi a entrevista semi-estruturada. Os entrevistados, o Dr. Saturnino Sousa (Diretor de comunicação do Clube Desportivo Nacional de 2009 a 2023) e o Dr. Frederico Melim (Vice-presidente do Clube Desportivo Nacional desde 2021 e atualmente em funções) deram um importante contributo para a realização desta investigação.

A escolha do entrevistado, Dr. Saturnino Sousa, justifica-se pela importância do seu papel em relação a toda a comunicação do clube, nas épocas em análise. Para além de desempenhar um papel crucial na gestão da imagem e na comunicação interna e externa do Clube Desportivo Nacional da Madeira, é ainda responsável pela gestão das redes sociais. A escolha do Dr. Frederico Melim é justificada pela importância do seu cargo no clube e por fazer parte da direção do Clube Desportivo Nacional.

Considerando o âmbito de atuação do Dr. Saturnino Sousa e do Dr. Frederico Melim, de acordo com uma perspetiva empírica, baseada na experiência profissional dos

entrevistados, considerei que as suas respostas poderiam transmitir ensinamentos práticos não passíveis de ser obtidos através da leitura de textos científicos.

Assim, a realização das entrevistas teve como objetivos: a recolha de informação sobre as estratégias de comunicação aplicadas às redes sociais do clube; compreender o impacto da descida de divisão nas estratégias de comunicação do clube nas redes sociais; e estabelecer uma comparação entre as estratégias antes e depois da descida de divisão.

Devido ao facto de as entrevistas serem semi-estruturadas, foram elaborados dois guiões distintos, tendo em conta os diferentes cargos desempenhados pelos entrevistados. Considerando os objetivos e linhas de investigação, já acima enunciadas, os guiões encontram-se divididos em quatro temas: (1) Trajetória académica e profissional do entrevistado e as suas responsabilidades; (2) Visão geral da estratégia de comunicação digital; (3) Redes sociais do Clube Desportivo Nacional; (4) Relação do clube com os adeptos[6].

Esta metodologia permitiu, por um lado, abordar as questões necessárias à presente investigação, contidas no guião por mim elaborado, e por outro lado, era suficientemente flexível para incluir outros aspetos mais práticos que fossem espontaneamente abordados pelos entrevistados. Saliente-se que os guiões não foram partilhados com os entrevistados antes da realização das entrevistas.

Ambas as entrevistas foram conduzidas remotamente, com formato de vídeo e áudio de forma síncrona, ou seja, em tempo real. Foi utilizada a aplicação *Zoom*, pois suporta tanto o formato vídeo como áudio e permite a gravação da entrevista. A entrevista com o Dr. Saturnino Sousa foi realizada no dia 18 de maio de 2024 e teve a duração de 33 minutos. Já a entrevista com o Dr. Frederico Melim foi realizada no dia 29 de Maio de 2024 e teve a duração de 28 minutos. As entrevistas foram efetuadas nestes moldes, devido à distância física entre a cidade de Lisboa e a cidade do Funchal, a qual dificultava a realização de uma entrevista presencial.

As respostas dos participantes foram documentadas com a maior exatidão possível, com base na gravação de vídeo e áudio, para a qual foi pedida a devida autorização aos entrevistados, aquando da marcação da entrevista, por forma a possibilitar a subsequente análise de dados[7].

[6] Estes guiões podem ser consultados nos apêndices A e B.
[7] A transcrição das entrevistas ao Dr. Saturnino Sousa e ao Dr. Federico Melim podem ser consultadas no apêndice C e D respetivamente

4.5.2 Análise Qualitativa de Conteúdo

A análise de conteúdo qualitativa foi efetuada depois da realização de duas entrevistas semi-estruturadas. Esta escolha é justificada pelas valiosas respostas fornecidas pelos entrevistados. Durante a realização das entrevistas, foi possível apurar que a rede social *Instagram* era um dos principais canais de comunicação digital por parte do clube para o seu relacionamento com a comunidade (adeptos e *stakeholders*). Por isso, fez-se a opção de proceder à análise dos conteúdos publicados nesse canal. Adicionalmente, o facto de o Clube Desportivo Nacional ser o quarto clube em Portugal com mais seguidores na rede social *Instagram* com 437.000 acrescenta um motivo de interesse em se proceder à análise de conteúdo do clube especificamente no *Instagram.* Assim, os *posts* nesta rede social são a amostra utilizada para a análise de conteúdo.

As publicações analisadas estão compreendidas entre 12 de Setembro de 2020 (a semana anterior ao primeiro jogo oficial para o campeonato da época 2020/2021) até 22 de Maio de 2022 (semana posterior ao último jogo da época 2021/2022), num total de 1245 posts[8]. Esta seleção prende-se com o facto de na época 2020/2021, o Clube Desportivo Nacional disputar a primeira divisão nacional de futebol e de na época seguinte ter disputado a segunda divisão, pois foi despromovido. Sendo um dos objetivos desta investigação perceber se houve uma alteração da estratégia nestes dois períodos.

Os *posts* foram analisados segundo uma ordem cronológica da sua data de publicação (do mais antigo para o mais recente). Para a análise de conteúdo, foi considerado como unidades de análise, os meses do ano, e como unidade de sentido, os *posts* do *Instagram*.

Esta amostra foi submetida a uma análise de conteúdo categorial com o objetivo de identificar diferenças nas dimensões da estratégia comunicativa na sequência da descida de divisão. Para se proceder à análise de conteúdo qualitativo é necessário: "traduzir" todos os significados do material que são do interesse do investigador para categorias de um quadro de codificação e em seguida classificar as partes do material de acordo com estas categorias. Caso outros aspetos importantes surjam durante a análise, é possível alterar o quadro de codificação de forma a incluí-los (Schreier, 2012).

[8] Estas publicações são de acesso público pois estão publicadas nas redes sociais do clube.

4.5.2.1 Análise de Conteúdo Qualitativa Dedutiva e Indutiva

A análise de conteúdo dedutiva é utilizada quando a estrutura de análise é operada com base em conhecimentos anteriores e o objetivo do estudo é testar esses conhecimentos (Hsieh & Shannon, 2005). A codificação dedutiva ou à priori envolve a criação de categorias antes da análise de dados e a aplicação dessas categorias aos dados (Bingham, 2024; Crabtree & Miller, 1999). Assim, a análise dedutiva pode ser utilizada para ordenar dados em categorias pré-determinadas criadas a partir da literatura (Bingham, 2023).

A análise de conteúdo qualitativa indutiva é uma característica fundamental e um ponto forte da investigação qualitativa (Bingham, 2023). A análise indutiva envolve a leitura dos dados e a identificação de categorias à medida que estas vão surgindo. (Miles et al., 2018). A diferença deste método quando comparado com a análise dedutiva, reside no facto de as categorias não serem pré-determinadas, sendo antes identificadas à medida que o investigador lê os dados (Bingham, 2023).

Este método inclui a codificação aberta, este tipo de codificação refere-se a um processo através do qual os investigadores identificam e designam conceitos nos dados analisados (Glaser & Strauss, 2017). O objetivo da criação de categorias é o de proporcionar um método de descrição do fenómeno, aumentar a compreensão e gerar conhecimento (Cavanagh, 1997). Ao formular categorias através de uma análise de conteúdo indutiva, o investigador toma uma decisão, através da interpretação, sobre quais as matérias a colocar na mesma categoria (Dey, 1993). Concluindo, a análise indutiva é utilizada para dar significado aos dados, desenvolver categorias, temas e conclusões; identificar dados representativos para apoiar as conclusões utilizando a teoria e literatura (Bingham, 2024).

4.5.2.2 Construção do Quadro de Codificação

O quadro de codificação é o elemento central do método. As categorias principais (também chamadas “dimensões”) do quadro de codificação são os elementos nos quais a análise se irá concentrar, ou seja, os elementos sobre os quais se pretende obter mais informações (Schreier, 2012). Uma vez especificados os elementos que constituem as principais categorias, o próximo passo é identificar o que é dito no material sobre esses elementos. Importa referir que a estrutura do quadro de codificação e as suas principais

categorias e subcategorias são escolhas que dependem principalmente do investigador e da pergunta de partida (Schreier, 2012). O quadro de codificação é uma forma de estruturar o material em análise. Consiste na construção de categorias principais que especificam os aspetos relevantes e subcategorias que descrevem os significados relevantes (Früh & Wirth, 2007). Assim o quadro de codificação atua como um filtro, a informação que não é abrangida pelas categorias principais deixará de ser visível (Schreier, 2012).

No quadro de codificação existe uma hierarquia. As categorias principais (dimensões) constituem o nível mais elevado e as suas subcategorias um segundo nível mais baixo. Por definição, um quadro de codificação contém pelo menos uma categoria principal e as suas subcategorias, o que significa que cada quadro tem pelo menos dois níveis. No entanto, dependendo do número de distinções conceptuais que forem realizadas o número de níveis pode aumentar consideravelmente (Früh & Wirth, 2007). A definição das categorias é indispensável para o sucesso da análise e neste sentido as categorias foram identificadas a partir da revisão da literatura.

Num segundo momento, a definição destas categorias de análise da estratégia de comunicação foi revista e completada com base nas respostas das duas entrevistas acima mencionadas. Por conseguinte, a análise de conteúdo teve uma componente dedutiva (baseada na revisão de literatura) e outra indutiva (baseada nas respostas dadas na entrevista). Importa acrescentar que houve categorias e subcategorias que foram acrescentas ao quadro de codificação durante a leitura dos *posts*, algo que faz parte da análise de conteúdo indutiva. Este tipo de análise envolve a leitura dos dados e a identificação de categorias conforme estas vão surgindo. (Miles et al., 2018).

Depois de ter sido desenvolvido o quadro de codificação, todos os dados são revistos relativamente ao conteúdo e codificados para correspondência ou exemplificação das categorias identificadas (Polit & Beck, 2004).

Antes de as categorias serem apresentadas, é importante realçar as dimensões de análise da estratégia comunicativa que visam por um lado, valorizar a "marca" e por outro lado, manter e reforçar a adesão e identificação dos adeptos com o clube.

A análise nas vertentes dedutiva e indutiva conduziu à identificação das seguintes categorias e subcategorias:

- Vantagem Competitiva
- Gestão de Sucessos e Insucessos

    - Subcategorias: Fatores Condicionantes do Insucesso; Realçar os Benefícios Obtidos pelo Clube; Conquistas.
- Globalização e internacionalização da marca.
- Relação com os *stakeholders*.
    - Subcategorias: Responsabilidade Social (Relação com a Comunidade); Relação com instituições políticas; Relação com os media tradicionais; Relações com outras organizações (patrocínios); Relação com a Liga Portugal.
- Relação com os Adeptos
    - Proporcionar Sentimentos Agradáveis ao Público; Reforçar a Identidade entre os adeptos e o Clube.
- Promoção da Ilha da Madeira como Destino Turístico.
- Conferência de Imprensa
    - Subcategorias: Mensagem positiva; Gestão de expetativas; Justificação do resultado; Nota de pesar
- Acompanhamento dos Jogos
    - Subcategorias: Constituição da equipa; Acontecimentos do Jogo; Resultado Final; Homem do Jogo
- Sessão de Treinos
- Apresentação de Atletas, Dirigentes e Treinadores
    - Subcategorias: Apresentação de Contratações; Apresentação da Equipa; Renovação de Contrato.
- Agenda
    - Subcategorias: Liga Portugal; Eventos do Clube; Allianz Cup; Competições Amadoras; Taça de Portugal.
- Relação com a Imagem de Cristiano Ronaldo
- Comunicação Oficial do Clube
    - Subcategorias: Esclarecimento; Nota de Pesar; Protesto; Agradecimento; Eleições; Aprovação de Relatórios
- Marcos Históricos:

- Subcategorias: Aniversário da Inauguração da Cidade Desportiva; Aniversário do Clube; Estreia da Equipa B; Criação da Secção de Ciclismo; Subida de Divisão.

Pela análise dedutiva, com base na revisão de literatura, foi possível, no subcapítulo 1.3, identificar a primeira categoria: Vantagens competitivas. Esta categoria pretende identificar os *posts* cujo conteúdo apresenta uma comparação entre o Clube Desportivo Nacional e os seus adversários de forma a justificar o sucesso ou insucesso. A segunda categoria referente à gestão de sucessos e insucessos, assim como as subcategorias "Fatores Condicionantes do Insucesso" e "Realçar os Benefícios Obtidos pelo Clube", foram retiradas do subcapítulo 2.1. A subcategoria "Conquistas" foi criada durante a análise dos *posts*. A terceira categoria denominada globalização e internacionalização da marca foi encontrada no subcapítulo 2.2.

A categoria "Relação com os *Stakeholders*" foi identificada tanto na revisão de literatura, como nas respostas dos entrevistados. A subcategoria: Responsabilidade Social foi detetada no subcapítulo 3.2, já a subcategoria "Relação com Instituições Políticas" foi identificada nas respostas das entrevistas. No subcapítulo 2.2 foi identificada a subcategoria "Relação com os Media Tradicionais". Provenientes da análise de conteúdo indutiva, as subcategorias "Relações com Outras Organizações (Patrocínios)" e "Relação com a Liga Portugal" foram criadas a partir do testemunho dos entrevistados e do grande volume de *posts* encontrados durante a análise de conteúdo, respetivamente.

A categoria "Relação com os Adeptos" e as suas respetivas subcategorias á semelhança da categoria anteriormente apresentada foi também identificada tanto no subcapítulo 2.2.1 como nas entrevistas.

A "Promoção da Ilha da Madeira como Destino Turístico" foi considerada uma categoria devido às respostas da entrevista e ao subcapítulo 3.1. Outro fator para ser considerada uma categoria e não uma subcategoria foi o facto da Ilha da Madeira ter vencido o prémio de "Melhor destino insular do mundo", prémio do "World Travel Awards" nas épocas em análise.

A categoria "Conferência de Imprensa" foi adicionada ao quadro de codificação devido à sua importância para a estratégia de comunicação do clube, tal como foi referido nas entrevistas. Por sua vez, as subcategorias foram criadas durante a análise de conteúdo

dos *posts*. A categoria "Acompanhamento do jogo", "Sessão de Treinos" e "Relação com a Imagem de Cristiano Ronaldo" bem como as subcategorias correspondentes foram criadas com base em respostas dos entrevistados.

As categorias: "Apresentação de Atletas, Treinadores e Dirigentes"; "Agenda"; Comunicação Oficial do Clube" e "Marcos Históricos" foram todas criadas através de uma análise de conteúdo indutiva pois foram todas criadas durante a análise de conteúdo dos *posts*.

A partir deste conjunto de categorias e subcategorias e da definição do *corpus* de análise foi construída uma grelha de análise de conteúdo que é apresentada no Apêndice E.

Capítulo 5- Estudo de Caso: Clube Desportivo Nacional

5.1 História do Clube

O Clube Desportivo Nacional foi fundado na Madeira a 8 de Dezembro de 1910. É muitas vezes referido como Nacional da Madeira ou apenas como Nacional. No dia 8 de Dezembro de 1910, após um jogo, Antonino Figueira apresentou a ideia da criação do Nacional Sport Grupo. Nesta primeira reunião, ficou também decidido que o uniforme passaria a ser branco e preto. Em 1916, o então Nacional Sport Grupo passa a denominar-se Grupo Desportivo Nacional e integra provas de competição. Mais tarde, em 1922, ocorre a última alteração de denominação do clube, adotando-se a atual designação de Clube Desportivo Nacional.



Imagem 1- Emblema atual do Clube Desportivo Nacional
Fonte: https://www.cdnacional.pt/

Em 1925, começa a construção do Stadium dos Barreiros. Com esta obra, o Nacional responde ao desejo do povo madeirense de possuir um estádio na região. Em Dezembro de 1926, o Clube Desportivo Nacional participa no primeiro Campeonato da Madeira de futebol. No decorrer do campeonato, em Abril de 1927, o clube passa a ser considerado Instituição de Utilidade Pública por decreto do Governo da República. No dia 26 Julho desse mesmo ano, é inaugurado o Stadium dos Barreiros com uma partida entre o Clube Desportivo Nacional e o Vitória Futebol Clube que terminou com um empate a zero.

Mais tarde, no dia 1 de Dezembro de 1974, é emitido pela primeira vez o programa radiofónico do Nacional, de seu nome "Tempo Desportivo". Na época seguinte 1975/1976, o Clube Desportivo Nacional conquista o Campeonato da Madeira e passa a integrar a terceira divisão do campeonato nacional de futebol. Passados dois anos, em 1978, o clube consegue a promoção e ascende à segunda divisão. Dez anos depois, o Nacional conquista o segundo lugar da 2ª divisão e assegura pela primeira vez a promoção à 1ª divisão nacional de futebol. Na época de estreia do principal escalão do futebol português, a equipa termina em 10º lugar garantindo a manutenção.

Nos anos 90, o clube passa por uma má fase a nível de resultados desportivos. Na época 1990/1991, o clube desce ao segundo escalão do futebol português. Passados 4 anos, na época 1994/1995, o clube volta a ser despromovido e cai para a segunda divisão B. Passadas duas épocas, em 1996/1997, o clube sagra-se campeão da segunda divisão B e alcança a promoção à segunda divisão. Logo no ano seguinte, volta a cair para a segunda divisão B.

No ano 2000, o clube volta a conquistar o Campeonato Nacional da II Divisão B e é promovido à II liga. Na época 2001/2002, o Clube Desportivo Nacional termina o campeonato em 3º lugar e alcança a promoção à I Liga do futebol português. Em 2004, com Casemiro Mior como treinador, o clube consegue alcançar a melhor classificação de sempre de uma equipa madeirense na principal competição nacional de futebol, terminando em 4º lugar, o que lhe valeu uma qualificação inédita para a Taça UEFA.

A 30 de Setembro de 2004, o Nacional faz a sua estreia nas competições europeias num jogo relativo à primeira mão da primeira eliminatória da Taça UEFA. O jogo terminou com uma vitória do Sevilha por 2-1. Este resultado ditou a eliminação do Nacional na prova. Na época seguinte, o clube volta a qualificar-se para a Taça UEFA, terminando o campeonato no 5º posto. Novamente, na primeira eliminatória da Taça UEFA, o clube perde 2-1 desta vez contra o Rapid de Bucareste ditando a sua eliminação da prova.

A 16 de Novembro de 2007, o clube abandona o Estádio dos Barreiros e muda-se para o Estádio da Madeira, mantendo-se este como o seu estádio até aos dias de hoje. Nesse mesmo dia, decorreu um jogo de inauguração, numa partida entre o Clube Desportivo Nacional e o Sport Lisboa e Benfica.



Imagem 2- *Estádio da Madeira*

Fonte: https://www.cdnacional.pt/cidade-desportiva/

O ano de 2009 é um ano histórico para o clube madeirense. Na época 2008/2009, o clube repete o feito alcançado na temporada 2003/2004 e pela segunda vez na sua história, conquista o 4º lugar. O Nacional garantia assim o seu terceiro apuramento para as competições europeias. A 27 de Agosto de 2009, ocorre outro momento histórico para o clube quando consegue o apuramento para a fase de grupos da Liga Europa (Antiga Taça UEFA), após eliminar os russos do Zenit São Petersburgo, no *play-off* desta competição, com um resultado agregado de 5-4.

A 8 de Dezembro de 2010, o Clube Desportivo Nacional celebra 100 anos de existência. Nessa mesma época 2010/2011, o clube garantia, pela quarta vez na sua história, a qualificação para provas europeias. Depois de eliminar duas equipas nas pré-eliminatórias, no *play-off* decisivo, o Nacional é eliminado pelos ingleses do Birmingham. Passadas três épocas no principal escalão do futebol português, em 2014, o clube garante a quinta participação europeia ao terminar o campeonato no 5º lugar. Mais uma vez, o clube volta a perder o *play-off* e não garante presença na fase de grupos da Liga Europa.

Após dezassete anos no principal escalão do futebol português, na época de 2016/2017 o clube fica em último lugar da primeira divisão e é relegado para o segundo escalão do futebol português. Logo na época seguinte, a 5 de Maio de 2018, o clube sagra-

se campeão da segunda divisão, garantindo a subida à primeira divisão do futebol português. Nesse ano, do 108º aniversário do clube, é inaugurado o museu do Clube Desportivo Nacional.

Após a conquista da segunda divisão, o clube fica em penúltimo lugar da primeira divisão e volta a ser relegado. No regresso à segunda divisão, o clube volta a sagrar-se campeão com apenas duas derrotas, assegurando assim o regresso à primeira divisão. Mais uma vez, o clube não consegue consolidar a sua posição na principal divisão do futebol português e volta a descer de divisão. No final desta última época 2023/2024, o clube consegui novamente ascender à primeira divisão do futebol português.

5.2 Outras Modalidades

Sendo o futebol profissional a modalidade que tem uma maior audiência, o Clube Desportivo Nacional possui outras 14 modalidades, são elas:

- Andebol
- Bridge
- Ciclismo
- Desportos Motorizados
- E-Sports
- Futebol de Praia
- Futsal
- Ginástica Artística
- Ginástica Rítmica
- Natação
- Padel
- Surf
- Ténis
- Teqball

5.3 Canais de Comunicação do Clube Desportivo Nacional

5.3.1 Website

O Clube Desportivo Nacional possui um *site* oficial, onde se encontra disponível toda informação sobre o clube[9]. Neste canal digital, encontram-se as notícias relacionadas com todas as modalidades desportivas, com artigos e vídeos, além de oferecer uma *newsletter* informativa. Os utilizadores podem explorar o arquivo histórico do clube e obter informações sobre as infraestruturas do mesmo. Adicionalmente, o *site* contempla uma secção dedicada aos sócios, possibilitando o pagamento de quotas, a compra de bilhetes e o acesso à loja *online* do clube.



Imagem 3- *Página principal do site oficial do Clube Desportivo Nacional*
Fonte- https://www.cdnacional.pt/

No *site*, existe uma secção dedicada apenas à equipa de futebol profissional, na qual constam todos os jogadores que fazem parte do plantel, bem como o boletim clínico do

[9] É possível aceder ao site através do URL www.cdnacional.pt.

plantel. A tabela classificativa e o calendário de todos os jogos da equipa são informações que também estão disponíveis nesta secção.

5.3.2 Instagram

A página oficial do Clube Desportivo Nacional no *Instagram* é pública, ou seja, qualquer pessoa tem acesso às publicações. O nome de utilizador da conta é cdnacional e a conta é oficial, pois o selo azul que a conta possui, significa que a rede social *Instagram* verificou a identidade da página. Na conta oficial, podemos encontrar 6404 publicações efetuadas pelo clube (à data 23 de setembro 2024), sendo que estas publicações possuem todas pelo menos uma fotografia ou vídeo e texto. Na conta também podemos encontrar dois *links*: o primeiro redireciona os utilizadores para o website do clube e o segundo para a loja *online* do clube.

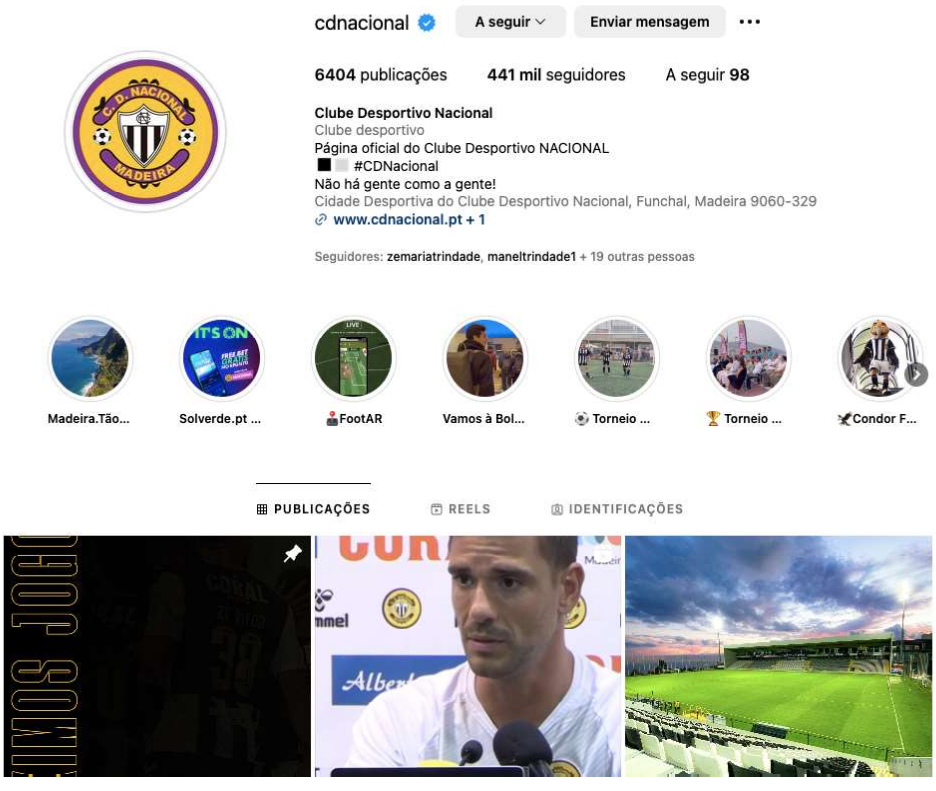


Imagem 4- *Página oficial de Instagram do Clube Desportivo Nacional*

Fonte- https://www.instagram.com/cdnacional/

À data do dia 23 de setembro de 2024, o Clube Desportivo Nacional contabilizava 441.000 seguidores na rede social *Instagram*. É o 4º clube do futebol português com um maior número de seguidores. Os três clubes à sua frente são os três "grandes": Sport Lisboa e Benfica (2.900.000 seguidores); o Futebol Clube do Porto (2.600.000 seguidores) e o Sporting Clube de Portugal (2.400.000 seguidores).

5.3.3 Facebook

A página oficial do Clube Desportivo Nacional no *Facebook* é pública. O nome de utilizador da conta é ClubeDesportivoNacional. A conta oficial do clube, tem 46.000 gostos e 50.000 seguidores (à data 23 de setembro de 2024). À semelhança do *Instagram*, todos os *posts* têm pelo menos uma fotografia ou um vídeo e texto.



Imagem 5- *Página oficial de Facebook do Clube Desportivo Nacional*
Fonte- https://www.facebook.com/ClubeDesportivoNacional

Na página oficial do clube, temos vários *links* que permitem aos utilizadores: fazerem-se sócios do clube e acederem ao website oficial do clube. Existe também a

possibilidade de contactar o clube através de um número de telefone e de um endereço de correio eletrónico.

5.4 Épocas Analisadas

Como foi referido ao longo desta dissertação, as épocas em análise são as épocas 2020/2021 e 2021/2022. O objetivo destes subcapítulos é o de descrever estas duas épocas, por forma a contextualizar a situação do futebol profissional do Clube Desportivo Nacional nestes anos.

5.4.1 Época 2020/2021

Depois de na época 2019/2020, o Clube Desportivo Nacional ter vencido a segunda divisão (na altura com o nome oficial Ledman LigaPro, atualmente intitulada Liga Portugal 2 Meu Super), o clube é promovido à primeira liga portuguesa (na altura com o nome oficial Liga NOS, atualmente intitulada Liga Portugal Betclic).

A pandemia Covid-19 teve uma grande influência ao longo de toda a época, pois todos os jogos disputados pelo Clube Desportivo Nacional durante a temporada em questão não contaram com público nas bancadas.

A nível desportivo, a época começou de forma oficial a 19 de Setembro de 2020 com o jogo referente à primeira jornada do campeonato disputado contra o Boavista Futebol Clube, no Estádio da Madeira, terminando com um empate a três golos. O último jogo da época realizou-se no dia 19 de Maio de 2021, no Estádio da Madeira, numa partida disputada entre o Clube Desportivo Nacional e o Rio Ave Futebol Clube, que terminou com uma vitória por 2-1 para o Rio Ave Futebol Clube (zerozero.pt, n.d.-a).

O Clube Desportivo Nacional terminou a época na 18ª posição, na última posição da tabela classificativa. Por ter terminado em 18º lugar, o Clube Desportivo Nacional foi despromovido ao segundo escalão do futebol português. Em 34 jogos disputados para a liga, o clube venceu 6 jogos, somou 7 empates e saiu derrotado em 21 jogos (*Liga Portugal*, n.d.). Na Taça de Portugal, o clube foi eliminado nos oitavos de final pelo Futebol Clube do Porto, com uma derrota por 4-2 após prolongamento (zerozero.pt, n.d.-a). Somando todos os jogos

oficiais da época 2020/2021, o clube teve uma percentagem de derrotas de 59%, de vitórias de 22% e de empates de 19% (zerozero.pt, n.d.-a).

A época começou com o treinador Luís Freire, treinador que transitou da época anterior. No entanto, o treinador foi despedido no dia 22 de Março de 2020 e foi substituído pelo treinador Manuel Machado que esteve no cargo até ao dia 30 de Junho de 2021.

Em relação ao plantel, o clube contratou 14 jogadores na janela de transferência de verão e 7 jogadores na janela de transferências de inverno, perfazendo o total de 21 contratações para a equipa profissional de futebol. O clube tinha no total 30 jogadores inscritos na Liga NOS (*CD Nacional - Todas as Transferências*, n.d.).

5.4.1 Época 2021/2022

Como foi referido anteriormente, o Clube Desportivo Nacional foi despromovido à Liga 2 Sabseg (Segunda Divisão do Campeonato Português), por ter terminado a época 2020/2021 no último lugar da Liga NOS (Primeira Divisão do Campeonato Português).

Na época anterior, devido à pandemia de Covid-19, o clube não contou com público nas bancadas. Na época 2021/2022, as restrições em relação à lotação de recintos desportivos foram sofrendo alterações ao longo da época. No dia 01 de Agosto de 2021, o primeiro-ministro António Costa anunciou que a partir do dia 07 de Agosto de 2021, os recintos desportivos podiam ter uma taxa máxima de ocupação de 33% da lotação total (Lusa, 2021). No entanto, os adeptos que queriam assistir ao jogo nas bancadas tinham de apresentar o certificado digital de vacinação completa ou um teste com resultado negativo. A 26 de Agosto de 2021, a DGS (Direção Geral de Saúde) anunciou que a capacidade de ocupação dos recintos desportivos aumentava para 50%, sempre mediante a apresentação do certificado digital de vacinação completo ou de um teste com resultado negativo (Federação Portuguesa de Futebol, 2021). A 30 de setembro de 2021, a DGS atualiza a norma em relação aos recintos desportivos e deixa de haver limitação no número de adeptos que assistem aos jogos no estádio (Liga Portugal, 2021). Mas os adeptos continuavam a ter de apresentar o certificado digital de vacinação completo ou um teste com resultado negativo.

Antes do início oficial da época, no dia 1 de Junho de 2021, houve um ato eleitoral para eleger os órgãos sociais do Clube Desportivo Nacional para o triénio 2021-2024. A lista vencedora foi a lista de Rui Alves, que foi assim reeleito como presidente do clube.

A época 2021/2022 começou de forma oficial no dia 25 de Julho de 2021, com um jogo referente à Taça da Liga, que teve como adversário o Grupo Desportivo Estoril Praia e terminou no dia 15 de Maio de 2022, com um jogo para a Liga 2 Sabseg que teve como adversário o Clube Desportivo Feirense.

O Clube Desportivo Nacional da Madeira terminou a edição da Liga 2 Sabseg 2021/2022 na 6ª posição. Num total de 34 jogos para a segunda liga, o clube venceu 14, empatou 9 e perdeu por 11 vezes (zerozero.pt, n.d.-b). Para a Allianz Cup (Taça da Liga) o clube foi eliminado na primeira fase da prova, disputando apenas um jogo que acabou por perder. Para a Taça de Portugal, o clube foi eliminado na 3ª eliminatória disputando dois jogos nesta prova. Somando todos os jogos oficiais da época 2021/2022 o clube teve uma percentagem de vitórias de 41%, de derrotas de 35% e de empates de 24% (zerozero.pt, n.d.-b).

Costinha foi o treinador que começou a época, tendo iniciado funções dia 1 de Julho de 2021, no entanto, foi despedido no dia 20 de Setembro de 2021. Rui Borges foi o treinador que o substituiu, tendo assumido o cargo no dia 23 de Setembro de 2021 e terminado funções no dia 30 de Junho de 2022.

Em relação ao plantel de futebol sénior, foram contratados 12 jogadores no mercado de transferências de verão e um jogador no mercado de inverno. O clube contou com 27 jogadores inscritos na Liga 2 Sabseg (*CD Nacional - Todas as Transferências*, n.d.).

5.5 Resultados do Estudo

5.5.1 Entrevistas Semi-Estruturadas

Conforme se referiu neste estudo, foram realizadas duas entrevistas semi-estruturadas. Os entrevistados foram: o Dr. Saturnino Sousa (Diretor de comunicação do Clube Desportivo Nacional de 2009 a 2023) e o Dr. Frederico Melim (Vice-presidente do Clube Desportivo Nacional desde 2021 e até à data da entrevista ainda em funções). Do testemunho recolhido nestas duas entrevistas, importa realçar os seguintes aspetos:

Estratégia de comunicação digital das épocas 2020/2021 e 2021/2022

- Os dois entrevistados referem que o *Facebook* e o *Instagram* são os principais canais de comunicação digital.
- Saturnino Sousa revela que a estratégia de comunicação do Clube Desportivo Nacional da Madeira está dividida em três áreas: "a primeira, o acompanhamento das modalidades amadoras do clube, a segunda era o futebol de formação e a terceira, a mais visível, o futebol sénior." (Apêndice C).
- A comunicação nas redes sociais é centrada nos resultados e atividades da equipa sénior de futebol pois é o principal motivo de interesse dos adeptos. Assim, houve um acompanhamento mais detalhado à equipa sénior de futebol que foi intercalado com informação sobre futebol de formação e as modalidades amadoras. Saturnino Sousa acrescenta ainda:

  > "No que respeita ao futebol profissional, utilizámos um conjunto de estratégias: *posts* frequentes nas redes sociais de forma a manter sempre as pessoas com informação, mantendo-as interessadas no dia a dia do clube. (...) tentar produzir um conjunto de conteúdos que ajudassem a manter o interesse das pessoas. Tentámos sempre fazer ações para mobilizar os adeptos com o objetivo que estes apoiassem sempre a equipa." (Apêndice C).

- Em relação ao conteúdo dos *posts* nas redes sociais, Frederico Melim afirmou que a direção não possui uma influência direta em relação a este aspeto e que a direção apenas sugere conteúdos ao longo da época. Já Saturnino Sousa revela o conteúdo dos *posts*:

  > "Essencialmente a divulgação e cobertura de eventos, alguns produtos do marketing do clube, campanhas para os sócios, campanhas de venda na loja do clube e foram também partilhados conteúdos dos patrocinadores. A divulgação das conferências de imprensa de antevisão, divulgação de iniciativas desenvolvidas pelo clube, o acompanhamento exaustivo dos jogos da equipa sénior com *posts* de divulgação do jogo, *posts* do pré jogo, do onze, dos golos, do resultado, do aniversário dos jogadores." (Apêndice D)

- As estratégias implementadas para promover a interatividade e o *engagement* com os adeptos não foram bem-sucedidas de acordo com Saturnino Sousa. Os maus resultados desportivos da equipa de futebol profissional provocaram um reajuste na estratégia de comunicação. Este reajuste consistiu numa redução de

posts relacionados com a equipa de futebol profissional de forma a diminuir a sua exposição, conforme o entrevistado afirmou:

> "Confesso que falhámos um pouco nesse aspeto. (...) Os maus resultados desportivos são desvantajosos, na medida em que se verifica uma grande exposição mediática, mas que não é positiva, e por isso torna-se contraproducente. (...) Houve algum recato nas publicações no sentido de evitar demasiada exposição." (Apêndice C).

- Acerca dos *posts* relacionados com patrocinadores, foi possível apurar que o Clube Desportivo Nacional possui obrigações contratuais com o Governo regional da Madeira, o que obriga o clube a publicitar a ilha da Madeira como destino turístico, bem como a partilhar iniciativas promovidas pelo governo.
- Os dois entrevistados realçam a relação do clube com a imagem de Cristiano Ronaldo como a melhor campanha de marketing que o clube realizou nas temporadas em questão. O aumento do número de seguidores, o aumento do valor de marca e de visibilidade foram as vantagens destacadas pelos entrevistados. Saturnino Sousa descreve de forma detalhada, as vantagens obtidas:

> "Na altura da pandemia, o Cristiano Ronaldo passou uns meses na Madeira e fazia alguns treinos no nosso estádio. Tivemos a oportunidade de lhe mostrar o museu onde existe uma zona que fala sobre ele. Tirámos algumas fotografias com a autorização dele e o próprio tomou a iniciativa de as partilhar na sua conta pessoal no *Instagram,* tendo aí identificado a conta oficial do clube. Após esta partilha, passámos de 5000 seguidores para 150.000, foi algo extraordinário. Atualmente, continua a ter um grande impacto, pois é uma figura extremamente mediática e potencia muito a imagem do Nacional, o facto de estarmos associados à imagem dele. Sempre que se justifica, fazemos referência ao Cristiano nas redes sociais." (Apêndice C).

- Importa realçar que não houve grandes alterações em relação à estratégia de comunicação do clube entre as duas épocas em análise. O foco da direção recaiu sobre a área financeira e desportiva do clube, não sendo dada grande atenção à comunicação. A seguinte passagem da entrevista a Saturnino Sousa comprova que não houve alterações a nível estratégico nas duas épocas em análise:

> **"**A nível de estratégia, acabou por não haver muitas alterações entre uma e outra época, porque os recursos eram poucos. Fomos usando as estratégias que tínhamos disponíveis, sempre na mesma lógica de agregação e motivação." (Apêndice C).

- Além dos maus resultados da equipa profissional de futebol, a situação financeira do clube durante as duas épocas em análise foi um fator que condicionou a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional. Os dois

entrevistados referiram esse aspeto durante as respetivas entrevistas. Saturnino Sousa explicou o contexto difícil que o clube viveu a nível financeiro durante estas duas épocas:

> **"**O facto de termos estado num sobe e desce quase contínuo, obrigou-nos a reformular a estratégia e acima de tudo, o nosso quadro de pessoal. Tivemos de reduzir custos. Nos anos em que subimos, tínhamos alguns encargos financeiros porque na segunda liga não tínhamos sido capazes de pagar tudo o que era dividas. (...) Quando descemos, ainda tivemos mais dificuldades." (Apêndice C).

<u>Estratégia de comunicação digital da época 2020/2021</u>

- É importante realçar que a época 2020/2021 foi muito condicionada pela pandemia de Covid-19. Esta pandemia influenciou a estratégia de comunicação do clube, tal como Saturnino Sousa assinalou na entrevista:

  > "A época 2020/2021 foi uma época complicada, porque ainda havia resquícios da pandemia de Covid-19. Por isso, houve um conjunto de condicionantes, como por exemplo, a circunstância de ter pouco público no estádio, o que tornou ainda mais importante, a necessidade de comunicação através das redes sociais. A própria época começou mais tarde, só começou em setembro. Estas condicionantes limitaram-nos em termos da presença de público, mas desafiou-nos em termos de criatividade e de iniciativas." (Apêndice C).

- Outro fator que influenciou a estratégia de comunicação da época 2020/2021 foram os maus resultados desportivos. Os adeptos ficaram descontentes com a prestação da equipa o que "obrigou" o clube a criar uma onda positiva para haver uma maior mobilização de adeptos. Quanto a este aspeto, o entrevistado Saturnino Sousa referiu:

  > "Nessa época de 2020/2021, a descida de divisão criou-nos um problema acrescido. Com o passar do tempo, a situação ficou mais complicada a nível classificativo, os adeptos foram ficando mais dececionados e houve uma menor mobilização de adeptos. Assim, houve um esforço para tentar criar uma onda positiva de mobilização." (Apêndice C).

- A situação financeira do clube, na época 2020/2021, foi mais uma condicionante para a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional. O clube não pôde continuar a desenvolver conteúdos para o *YouTube* focando-se apenas no *Instagram* e Facebook. O excerto apresentado descreve as dificuldades sentidas pelo departamento de comunicação:

> "(...) quando estivemos na primeira liga, ainda trazíamos passivo da época anterior na segunda liga, e tivemos de gerir essa situação. Portanto, desde logo não deu para contratar pessoal. Com a obrigatoriedade de redução de custos e com a escassez de meios humanos, a situação foi-se complicando e tivemos de reduzir para o mínimo, esse tipo de conteúdos. A produção de conteúdos no *Youtube* foi muito reduzida, passou a ser apenas a transmissão em direto das conferências de imprensa e de jogos da formação. Assim, a comunicação passou a ser apenas focada no *Instagram* e no *Facebook*." (Apêndice C)

Estratégia de comunicação digital da época 2021/2022

- De acordo com os dois entrevistados, uma das grandes dificuldades após a descida de divisão foi a delicada situação financeira do clube. Houve uma redução de custos, o que significou uma diminuição de recursos para o departamento de comunicação do clube. Com esta diminuição de recursos, Saturnino Sousa, revelou dois aspetos da estratégia de comunicação:

  > "O que tentámos fazer, foi com menos recursos tentar manter um fluxo de comunicação constante com todos os aspetos da vida do clube, para os divulgar e tentar sempre realçar dois aspetos: o primeiro, a qualidade e a ambição da equipa sénior, e o segundo, a qualidade do trabalho na formação e nas modalidades amadoras." (Apêndice C).

- No início da época, a estratégia consistiu no lançamento de campanhas de sócio e campanhas de *merchandising*, conforme salientou Saturnino Sousa, nos seguintes termos:

  > "No início da época seguinte (época 2021/2022), tentámos alavancar o clube, com o lançamento de campanhas de sócio e de campanhas de *merchandising*. Houve um conjunto de iniciativas que foram realizadas no sentido de aproveitar a narrativa de "Vamos subir juntos!". Quando a nível desportivo, a época começou a correr mal, houve a necessidade de reajustar a estratégia de comunicação de forma que a exposição fosse menor." (Apêndice C).

- Para além da mensagem transmitida pela direção em relação à gestão de expectativas em torno da equipa sénior, justificada pelas dificuldades financeiras que o clube atravessava, a principal mensagem que o clube quis passar na época 2021/2022, de acordo com Saturnino Sousa, foi a seguinte:

  > "A estratégia foi ter uma comunicação que procurava agregar e motivar os adeptos a estarem presentes seja fisicamente ou através das redes sociais, acompanharem o clube e estarem presentes nos momentos mais importantes da sua vida." (Apêndice C).

- Os maus resultados da equipa sénior ao longo da época criaram dificuldades ao departamento de comunicação. Federico Melim, vice-presidente, assinalou essas dificuldades na entrevista:

> "Porém todos nós (direção) sempre sentimos uma dificuldade que por muito esforços que fossem feitos, não estou a dizer que foi tudo bem feito e de forma perfeita, era muito difícil de alcançar o nosso público-alvo. A nossa sensação é que por muito que melhores a comunicação, por muitos canais que tu tentes, tu só atrais a ver os jogos do Nacional pessoas que gostam verdadeiramente do clube. Se o espetáculo for bom e se o clube estiver bem aí atrais mais pessoas ligadas ao clube." (Apêndice D).

- Além dos maus resultados, a mudança de treinador influenciou negativamente os esforços que foram realizados pelo departamento de comunicação de forma a mobilizar os adeptos. Esta situação foi abordada por Saturnino Sousa:

> "Tentámos construir uma narrativa e passar a mensagem de que o clube estava forte e que, com o apoio dos adeptos, era possível alcançar a subida de divisão. Infelizmente a nível desportivo, a época começou muito mal, houve uma mudança de treinador o que dificultou a situação do clube. Mas essa mudança não teve o resultado que estávamos à espera. Devido a toda esta situação, chegámos a uma fase da época em que era difícil mobilizar os adeptos." (Apêndice C).

5.5.2 Análise de Conteúdo

Como foi referido anteriormente, um dos métodos de investigação utilizados nesta dissertação foi a análise de conteúdo. Neste caso, a análise de conteúdo foi realizada a todos os *posts* publicados pela conta oficial do Clube Desportivo Nacional no *Instagram* entre o dia 12 de setembro de 2020 até ao dia 22 de maio de 2022. No total, foram analisados 1245 *posts*, 662 *posts* referentes à época 2020/2021 e 583 *posts* relativos à época 2021/2022.

Através da análise de conteúdo é possível concluir que a equipa de futebol profissional foi o principal foco da estratégia de comunicação digital do clube, contabilizando um total de 962 *posts*, o que corresponde a 77,23% de todos os *posts* publicados nas épocas de 2020/2021 e 2021/2022. Ao longo das duas épocas em análise, podemos concluir que o segundo foco da estratégica de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional no *Instagram*, foi a partilha de conteúdos relacionada com o clube como um todo, sem especificar qualquer tipo de secção ou de modalidade, com 94 *posts* o que corresponde a 7,55% da totalidade dos *posts* publicados nas épocas 2020/2021 e 2021/2022. O futebol de formação foi a terceira dimensão da estratégia de comunicação do

Clube Desportivo Nacional mais utilizada pelo clube na sua conta oficial no *Instagram*. Durante o período em análise, foram publicados 91 *posts*, o que corresponde a uma percentagem de 7,31% da totalidade das publicações. A quarta área relevante do Clube Desportivo Nacional no seu *Instagram*, foram as modalidades amadoras pertencentes ao clube, com 83 *posts*, o que corresponde a 6,67% da totalidade das publicações analisadas. Por último, a dimensão menos privilegiada da comunicação estratégica do clube no *Instagram* foi a equipa B de futebol sénior. Houve 15 *posts* relacionados com esta equipa, o que significa uma percentagem de 1,20% da totalidade das publicações.

Neste subcapítulo, os dados recolhidos encontram se divididos de acordo com as categorias e subcategorias do quadro de codificação.

5.5.2.1. Acompanhamento dos Jogos

Nesta categoria, estão inseridos todos os *posts* que foram publicados na rede social *Instagram* cujo conteúdo é referente ao acompanhamento em direto dos jogos disputados pelo clube. A constituição das equipas, os acontecimentos do jogo, o resultado final e o prémio de homem do jogo são as subcategorias da categoria acima apresentada. Nesta categoria, apenas houve *posts* referentes a três dimensões da estratégia de comunicação do clube: futebol, futebol de formação e equipa B. No entanto, esta foi a categoria que teve mais *posts* publicados na página oficial do clube no *Instagram*, sendo por isso o principal conteúdo da estratégia de comunicação digital do clube. No total foram publicados 500 *posts* o que representa uma percentagem de 40,16% em relação à totalidade das publicações analisadas.

Em primeiro lugar, ao longo das duas épocas em análise houve 440 *posts* relacionados com o acompanhamento em direto dos jogos da equipa profissional de futebol. Este foi o conteúdo mais partilhado relacionado com a equipa profissional de futebol, mais especificamente foram partilhados:

- 262 *posts* sobre os acontecimentos do jogo;
- 74 *posts* onde foi apresentado o resultado final;
- 71 *posts* com a constituição da equipa;
- 33 *posts* com a atribuição do prémio de homem do jogo.

À semelhança da estratégia utilizada na equipa de futebol profissional, no futebol de formação, o maior número de *posts* esteve relacionado com o acompanhamento em direto dos jogos, com 56 *posts* publicados. Estes *posts* encontram-se distribuídos pelas seguintes subcategorias:

- 30 *posts* onde foi apresentado o resultado final;
- 26 *posts* sobre os acontecimentos do jogo.

Já a equipa B de futebol sénior contou com 4 *posts* relativos aos jogos que disputou. Tal como a equipa de futebol profissional e o futebol de formação, os *posts* mais publicados referentes a esta área do clube estiveram relacionados com o acompanhamento dos jogos. Estes *posts* estão divididos pelas seguintes subcategorias:

- 3 *posts* sobre os acontecimentos do jogo;
- 1 post onde foi apresentado o resultado final.

5.5.2.2. Relação com os Adeptos

A segunda categoria que foi mais vezes publicada na página oficial do *Instagram* do Clube Desportivo Nacional foi a categoria intitulada relação com os adeptos. Nesta categoria estão inseridos todos os *posts* que tinham como conteúdo o fortalecimento de relações com os adeptos através de duas subcategorias: reforçar a identificação dos adeptos com o clube e proporcionar sentimentos agradáveis ao público. No total foram publicados 252 *posts*, o que representa uma percentagem de 20,24% em relação à totalidade dos *posts* analisados. Estas publicações estão presentes em todas as dimensões da estratégia de comunicação digital do clube: futebol, modalidades amadoras, comunicações relacionadas com o clube, futebol de formação e equipa B. A promoção de uma boa relação com os adeptos foi uma das estratégias utilizadas na comunicação digital do Clube Desportivo Nacional no *Instagram*.

A equipa profissional de futebol foi o principal foco desta categoria, tendo 209 *posts* publicados. A intenção de reforçar a relação com os adeptos, tendo a equipa de futebol profissional como fonte de transmissão da mensagem, esteve assim dividida:

- 182 *posts* publicados reforçando a identificação dos adeptos com o clube;
- 27 *post* publicados que proporcionavam sentimentos agradáveis ao público.

As modalidades amadoras tiveram 16 *posts* publicados, tal como as comunicações oficiais do clube. Enquanto todos os *posts* das modalidades amadoras estiveram relacionados

com o reforço da identificação dos adeptos com o clube, os *posts* das comunicações oficiais do clube encontraram-se divididos pelas duas subcategorias, mais especificamente:

- 14 *posts* publicados reforçando a identificação dos adeptos com o clube;
- 2 *posts* publicados que proporcionavam sentimentos agradáveis ao público.

Por sua vez, o futebol de formação foi utilizado 8 vezes para reforçar a relação do clube com os seus adeptos. Os *posts* foram somente publicados com a intenção de reforçar a identificação dos adeptos com o clube. O mesmo se passou com a equipa B. No entanto, o volume de *posts* foi menor, pois foram publicados apenas 3 *posts*.

5.5.2.3. Relação com os *stakeholders*

A relação do clube com os *stakeholders* foi o terceiro conteúdo mais publicado pela página oficial do clube na rede social *Instagram*. Foram contabilizados 113 *posts*, os quais se referem a três dimensões da estratégia de comunicação do clube: equipa de futebol profissional, comunicações oficiais do clube e a equipa B de futebol sénior. Esta categoria tem como subcategorias: relações com outras organizações (patrocínios), relação com a comunidade (projetos de responsabilidade social), relação com a Liga Portugal, relações com instituições políticas e relações com os media tradicionais.

Mais uma vez, a equipa de futebol profissional foi a principal mensageira. Essencialmente, a equipa de futebol foi utilizada para:

- promover relações com os patrocinadores (60 *posts*);
- promover relações com a comunidade através de projetos de responsabilidade social (17 *posts*);
- promover a relação com a Liga Portugal (16 *posts*);
- promover relação com instituições políticas (3 *posts*).

O clube também promoveu as suas relações com os seus *stakeholders*. Os *posts* referentes à comunicação do clube como um todo, ou seja, sem especificar qualquer modalidade estiveram assim distribuídos pelas subcategorias:

- 13 *posts* promovendo relações com a comunidade (projetos de responsabilidade social;
- 2 *posts* promovendo a relação com os medias tradicionais;
- 1 *post* promovendo a relação com a Liga Portugal.

A equipa B teve 1 *post* publicado nesta categoria, esse *post* tinha como conteúdo o relacionamento com a comunidade através de projetos de responsabilidade social.

5.5.2.4 Sessão de Treinos

Tal como o nome indica, os *posts* desta categoria tinham como conteúdo, a divulgação das sessões de treinos. Foram publicados 112 *posts* sendo, portanto, o quarto tipo de conteúdo mais partilhado na página oficial do clube no Instagram. O principal foco desta categoria foi a equipa profissional de futebol, tendo sido partilhados 94 *posts*. Em seguida, o futebol de formação teve 16 *posts* partilhados, o que significa que foi o segundo tipo de conteúdo mais partilhado pelo clube relacionado com o futebol de formação. Por último, a equipa B e as modalidades amadoras tiveram, cada uma, 1 *post* publicado.

5.5.2.5. Gestão de Sucessos e Insucessos

A categoria gestão de sucessos e insucessos foi o quinto conteúdo mais publicado na página oficial do Clube Desportivo Nacional no *Instagram*. Neste processo de gestão, estão incluídas três subcategorias: fatores condicionantes do insucesso, benefícios obtidos pelo clube e ainda as conquistas obtidas.

O principal conteúdo partilhado relacionado com as modalidades amadoras esteve relacionado com a gestão de sucessos e insucessos com 35 *posts* partilhados. Destes 35 *posts*:

- 24 publicações estiveram relacionadas com conquistas;
- 10 publicações realçaram os benefícios obtidos pelo clube;
- 1 publicação esteve relacionada com os fatores condicionantes do insucesso.

Houve 21 *posts* relacionados com a equipa de futebol profissional que tiveram como conteúdo a gestão de sucessos e insucessos. Mais especificamente:

- 11 *posts* justificando os fatores condicionantes do insucesso;
- 10 *posts* realçando os benefícios obtidos pelo clube devido à prestação da equipa.

Em seguida, a gestão de sucessos e insucessos foi o quarto conteúdo mais partilhado pelo clube relacionado com o futebol de formação (5 *posts*). Estes *posts* estão divididos pelas subcategorias:

- Realçar benefícios obtidos pelo clube (3 *posts*);

- Conquistas obtidas pela equipa (2 *posts*).

Houve 4 *posts* nesta categoria referente às comunicações relativas ao clube como um todo. Estes *posts* encontram-se divididos pelas subcategorias:

- Conquistas obtidas pelo clube (3 *posts*);
- Benefícios obtidos pelo clube (1 *post*).

Por último, a equipa B teve 1 *post* publicado nesta subcategoria cujo conteúdo realçava os benefícios obtidos pelo clube.

5.5.2.6. Conferência de Imprensa

Esta categoria foi o sexto tipo de conteúdo mais publicado pelo clube. Todos os 58 *posts* desta categoria são relativos à equipa profissional de futebol. O principal conteúdo das conferências de imprensa durante a época em análise foram:

- Transmissão uma mensagem positiva (48 *posts*);
- Gestão de expectativas (8 *posts*);
- Justificação do resultado (1 *post*);
- Nota de pesar (1 *post*).

5.5.2.7. Agenda

A calendarização de jogos, competições amadoras e eventos do clube foi a sétima categoria mais publicada na página oficial do clube no *Instagram*. Todas as modalidades do clube estiveram incluídas nesta categoria. O principal foco foram as modalidades amadoras. O agendamento de eventos e competições foram o segundo conteúdo mais publicado, relacionado com as modalidades amadoras, na conta oficial do clube no Instagram (24 posts). Houve:

- 14 *posts* relativos à calendarização de competições amadoras;
- 10 *posts* relativos a eventos organizados pelo clube.

De seguida, em relação ao futebol profissional, identificaram-se 10 *posts*, cujo conteúdo era apenas a marcação de jogos como conteúdo sem qualquer outro tipo de mensagem. Mais detalhadamente:

- 5 *posts* sobre encontros da Liga Portugal;
- 4 *posts* referentes a sorteios da Taça de Portugal;
- 1 *post* referente ao calendário da Allianz Cup.

Foram contabilizados 4 *posts* relacionados com o futebol de formação divididos por duas subcategorias, são elas:

- Calendarização de competições amadoras (2 *posts*);
- Eventos organizados pelo clube (1 *post*).

Tanto a equipa B, como as comunicações relativas ao clube, contaram com 2 *posts* publicados. No caso do clube, os 2 *posts* eram relativos ao agendamento de eventos organizados pelo mesmo. Por sua vez, os *posts* da equipa B encontraram-se assim divididos:

- 1 *post* relativo à calendarização de competições amadoras;
- 1 *post* relativo a eventos organizados pelo clube.

5.5.2.8. Apresentação de Atletas, Treinadores e Dirigentes

A apresentação de atletas e treinadores da equipa sénior foi um conteúdo também esteve presente nos *posts* partilhados no *Instagram* do clube. A equipa de futebol profissional foi o principal objeto de mensagem desta categoria, na qual houve:

- 25 *posts* relativos à apresentação de contratações;
- 3 posts relativos à renovação de contrato.

De seguida, as modalidades amadoras tiveram 3 *posts* a apresentarem a equipa e o futebol de formação teve 1 *post* publicado relativo à apresentação de treinadores.

5.5.2.9. Comunicações Oficiais do Clube

Todos os *posts* desta categoria estão relacionados com as comunicações do clube como um todo, ou seja, sem haver a especificação de qualquer modalidade do clube. Este foi o conteúdo mais partilhado que está diretamente associado com o clube com a publicação de 20 *posts*. Mais especificamente:

- 6 *posts* relativos a comunicações com a intenção de esclarecerem os adeptos;
- 6 *posts* relativos a comunicações sobre as eleições dos órgãos sociais do clube;

- 5 *posts* relativos a comunicações com notas de pesar;
- 1 *post* de protesto;
- 1 *post* de agradecimento;
- 1 *post* sobre a aprovação de relatórios.

5.5.2.10. Marcos Históricos

Durante as épocas em análise, foram publicados 15 *posts* pertencentes à categoria de marcos históricos alcançados pelo clube. Desses 15, 10 *posts* estão relacionados com a comunicação do clube como um todo e apenas 5 referem-se especificamente a outras áreas do clube. Estes10 *posts* encontram-se assim divididos em duas subcategorias:

- Aniversário do clube (7 *posts*);
- Aniversário da inauguração da cidade desportiva (3 *posts*).

Quanto aos outros 5, foram publicados 3 *posts* relacionados com a equipa B de futebol sénior, a saber:

- Subida de divisão (2 *posts*);
- Estreia da equipa B (1 *post*).

Por último, as modalidades amadoras tiveram 1 *post* publicado que tinha como conteúdo a criação da secção de ciclismo. Do mesmo modo, o futebol de formação também teve 1 *post* publicado relativo à celebração do aniversário do clube.

5.5.2.11. Promoção da Ilha da Madeira como Destino Turístico

A promoção da Região Autónoma da Madeira como destino turístico foi um conteúdo exclusivamente partilhado pelo clube. No total foram publicados 12 *posts*.

5.5.2.12. Merchandising

Todas as 7 publicações relacionadas com a categoria de merchandising foram exclusivamente partilhadas pelo clube, não havendo assim nenhuma modalidade ligada à promoção de produtos do clube.

5.5.13. Vantagem Competitiva

Os 7 *posts* que têm como conteúdo uma comparação entre o Clube Desportivo Nacional e os seus adversários de forma a justificar as prestações da equipa estão relacionados com a equipa de futebol profissional e as modalidades amadoras: 4 *posts* referentes à equipa profissional de futebol e 3 *posts* sobre as modalidades amadoras.

5.5.14. Globalização e Internacionalização da Marca

Houve 6 *posts* publicados que se enquadram nesta categoria. O clube foi quem promoveu mais esta estratégia com 3 *posts* publicados. Em seguida foi a equipa de futebol profissional com 2 *posts* e por último o futebol de formação com 1 *post*.

5.5.15. Relação com a Imagem de Cristiano Ronaldo

A divulgação da relação com a imagem de Cristiano Ronaldo foi o conteúdo menos publicado na rede social *Instagram* pelo Clube Desportivo Nacional nas épocas 2020/2021 e 2021/2022. Foram publicados 4 *posts* e todos eles pelo clube, ou seja, não foi especificada nenhuma modalidade no conteúdo da publicação.

5.6 Discussão de Resultados

O presente subcapítulo pretende dar resposta à pergunta de partida "Quais as características da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas temporadas 2020/2021 e 2021/2022?" e bem assim atender aos três objetivos de investigação supra enunciados. Para tanto, neste subcapítulo, é realizada uma análise crítica e conjugada dos dados recolhidos na revisão de literatura, na análise de conteúdo e nas entrevistas com o objetivo de formular conclusões.

Objetivo 1: Identificar as dimensões da estratégia de comunicação privilegiadas pelo Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas épocas 2020/2021 e 2021/2022.

A estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional no *Instagram* nas épocas 2020/2021 esteve dividida em três áreas fundamentais, tal como referiu Saturnino Sousa (Diretor de Comunicação do Clube Desportivo Nacional) na entrevista efetuada: "Pode-se dividir a nossa estratégia de comunicação em três grandes áreas: a primeira, o acompanhamento das modalidades amadoras do clube, a segunda era o futebol de formação e a terceira, a mais visível, o futebol sénior"[10].

Além das três áreas acima referidas e salientadas pelo entrevistado, foi possível identificar outras duas áreas relevantes para a estratégia de comunicação digital do clube. A primeira foi aludida pelo segundo entrevistado deste estudo, Frederico Melim (Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional), nos seguintes termos: "A questão da equipa B de futebol, que estava um pouco esquecida em termos de comunicação e podia ser mais relembrada. Algumas pessoas vieram-me dizer esse aspeto e nós alterámos"[11]. Efetivamente, foi possível comprovar que a equipa B de futebol sénior foi outra das modalidades presentes na estratégia de comunicação digital do clube, embora com um caracter mais residual, tendo em conta os 15 *posts* publicados sobre esta matéria, que representam 1,20% da totalidade dos *posts* publicados no período em apreço (Apêndice E). Durante a análise de conteúdo, identificou-se ainda uma última área na comunicação digital do clube no *Instagram*, esta com uma expressão significativa, superior, aliás, à segunda área supra-referida, área essa consubstanciada na partilha de conteúdos relativos ao clube, visto como um todo, ou seja, sem fazer referência ou especificar qualquer tipo de secção ou de modalidade. Nesse âmbito, foram publicados 94 *posts,* sendo a percentagem correspondente de 7,55% da totalidade dos *posts* publicados nas épocas 2020/2021 e 2021/2022 (Apêndice E).

Assim, é possível concluir que a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional no *Instagram* nas épocas 2020/2021 e 2021/2022 assentou nas cinco áreas acima aludidas: equipa de futebol profissional, futebol de formação, modalidades amadoras, comunicação relacionada com o clube enquanto instituição e, por último, a equipa B de futebol sénior.

[10] Entrevista a Saturnino Sousa, cuja transcrição pode ser consultada no Apêndice C
[11] Entrevista a Frederico Melim, cuja transcrição pode ser consultada no Apêndice D

Das cinco áreas nas quais a estratégia de comunicação esteve assente, a equipa sénior de futebol profissional foi o principal foco da estratégia de comunicação digital do clube. Esta conclusão é validada pelo testemunho do entrevistado Saturnino Sousa e pelos dados recolhidos na análise de conteúdo. Em primeiro lugar, Saturnino Sousa, quando questionado sobre a estratégia de comunicação do Clube Desportivo Nacional nas épocas em análise, afirma que:

> "A estratégia de comunicação passou muito por aquilo que é a prestação da equipa sénior. O que tem mais interesse, o que dá mais motivação e mais emoção aos adeptos, são os resultados da equipa sénior. Pode-se dividir a nossa estratégia de comunicação em três grandes áreas (...) a terceira, a mais visível, o futebol sénior." (Apêndice C).

Os dados recolhidos na análise de conteúdo corroboram o teor do excerto acima apresentado. A equipa de futebol sénior foi a modalidade com mais publicações partilhadas pela página oficial do clube no *Instagram*. Durante o período em análise, foram publicados 962 *posts*, o que corresponde a uma percentagem de 77,23% da totalidade dos *posts* publicados na conta oficial do clube, na rede social *Instagram* (Apêndice E). Por conseguinte, pode-se, desde já, concluir que a equipa de futebol profissional foi a área da estratégia de comunicação digital mais preponderante na rede social *Instagram* nas épocas 2020/2021 e 2021/2022.

Durante as épocas 2020/2021 e 2021/2022, o conteúdo mais partilhado na página oficial do clube no *Instagram* foi o acompanhamento em direto dos jogos da equipa de futebol profissional. No total, foram publicados 440 *posts*, sendo este número equivalente a uma percentagem de 35,44% em relação à totalidade dos *posts* publicados pelo clube no *Instagram*. O conteúdo destes *posts* abrange a constituição das equipas, os acontecimentos do jogo (como por exemplo: apito inicial, resultado ao intervalo e golos), os prémios de homem do jogo e o respetivo resultado final. A circunstância deste tipo de conteúdo ser o mais publicado é justificada por Saturnino Sousa, como fazendo parte da estratégia de comunicação digital do clube no *Instagram,* quando explica:

> "No que respeita ao futebol profissional, utilizámos um conjunto de estratégias: *posts* frequentes nas redes sociais de forma a manter sempre as pessoas com informação, mantendo-as interessadas no dia a dia do clube. (...) Houve um acompanhamento muito mais detalhado na equipa sénior de futebol." (Apêndice C)

À semelhança da estratégia utilizada na equipa de futebol profissional, no futebol de formação, o maior número de *posts* esteve relacionado com o acompanhamento em direto dos jogos, com 56 *posts* publicados (Apêndice E). O mesmo aconteceu com a equipa B, os

posts mais publicados referentes a esta área do clube estiveram relacionados com o acompanhamento em direto dos jogos (Apêndice E). A sistematização destes dados permite concluir que a principal estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional passou pelo acompanhamento em direto dos jogos. Esta opção mostra-se primordial no caso do Clube Desportivo Nacional por se tratar de um clube insular, havendo a necessidade de acompanhamento em direto dos jogos disputados no continente por parte dos adeptos.

Associada a essa estratégia, o Clube Desportivo Nacional utilizou ainda uma outra, na rede social *Instagram,* que foi revelada pelo diretor de comunicação do Clube Desportivo Nacional, Saturnino Sousa. Na entrevista realizada, aquele dirigente sublinhou: "A estratégia passou sempre por tentar divulgar ao máximo todas as atividades do clube em termos globais, porque o Nacional não é só futebol" (Apêndice C). Garcià (2017) defende que a circunstância de manter os adeptos atualizados através do *website* do clube, das redes sociais e dos media tradicionais, bem como a colaboração em iniciativas de caridade, são estratégias que podem ajudar a aumentar a notoriedade da marca e que reforçam os laços entre o clube e os seus adeptos. Tais estratégias reforçam, portanto, a importância da comunicação digital, na medida em que esta desempenha um papel fundamental na criação de *engagement* com os adeptos e bem assim, na valorização da marca do clube.

Os clubes dependem dos adeptos para o seu bem-estar financeiro. Os adeptos geram receitas através da venda de bilhetes, das visualizações televisivas e da aquisição de artigos do clube (Fisher & Wakefield 1998). Assim, os clubes também necessitam de estabelecer um forte valor de marca a eles associado pois como não se pode determinar a qualidade de um evento desportivo antes da sua realização, ter uma marca forte é necessário para uma equipa desportiva, sobretudo do ponto de vista financeiro (Watkins, 2014). Por isso, os clubes tentam reforçar a relação com os adeptos, na medida em que um forte valor de marca pode criar uma maior lealdade dos adeptos, o que gerará receitas adicionais através de outros bens e serviços ligados ao clube (Burton & Howard, 1999). Assim, outra da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional, na rede social *Instagram* reflete em termos práticos a literatura académica acima apresentada. Devido ao papel preponderante que os adeptos possuem na vida do clube, a estratégia do clube passou por uma aposta no fortalecimento da relação com os adeptos. As declarações de Saturnino Sousa comprovam a adoção dessa estratégia, no seguinte trecho: "A estratégia foi ter uma comunicação que procurava agregar e motivar os adeptos a estarem presentes seja fisicamente ou através das

redes sociais, acompanharem o clube e estarem presentes nos momentos mais importantes da sua vida." (Apêndice C)

Importa recordar que os adeptos são clientes altamente envolvidos (Shani, 1997) e por isso, têm um forte desejo de estar constantemente atualizados sobre as suas equipas ou jogadores favoritos (Abeza et al., 2013). Neste âmbito, o marketing de relacionamento assume extrema importância para construir, manter e aprimorar as relações com os clientes/adeptos, encarando estes últimos como coprodutores de valor (Balliauw et al., 2020). Esta estratégia de marketing foi aplicada pelo Clube Desportivo Nacional, conforme resulta das declarações supracitadas com os mesmos objetivos de fortalecer a relação com os adeptos de forma a manter a sua fidelização.

Assim, ao longo das duas épocas, o segundo conteúdo mais produzido foram *posts* que tinham como objetivo reforçar a relação com os adeptos. Neste sentido, foram publicados na página oficial do clube um total de 252 *posts*, o que corresponde a uma percentagem de 20,24% em relação à totalidade dos *posts* (Apêndice E). O conteúdo destes *posts* foi classificado em duas subcategorias: proporcionar sentimentos agradáveis ao público e reforçar a identificação entre os adeptos e o clube (Apêndice E). Na subcategoria "Proporcionar sentimentos agradáveis ao público", o clube fez 29 publicações, nas quais oferecia prémios a adeptos que participassem em passatempos, bilhetes e estacionamento gratuito para os adeptos em certos jogos (Anexo E). A segunda subcategoria "Reforçar a identificação entre os adeptos e o clube" teve uma importância fundamental na estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional. Foi esta segunda subcategoria que teve mais *posts* catalogados, a saber, 223 *posts* publicados, correspondendo este número a uma percentagem de 17,92% da totalidade dos *posts* publicados.

A aplicação desta estratégia é justificada pelo facto de os adeptos terem uma grande importância para os clubes pois são uma base fundamental para a obtenção de vantagens num mercado competitivo (Leitão & Baptista, 2018). Assim, a identificação do adepto com o clube deve ser alvo de atenção especial, não apenas no que diz respeito à construção da relação entre os dois, mas também na melhoria do valor de marca do clube (Watkins, 2014). A longo prazo, a aplicação desta estratégia contribui de forma significativa para o aumento do valor de marca das organizações (Theodora, 2021).

No entanto, segundo Saturnino Sousa, a estratégia acima exposta não vingou, devido aos maus resultados desportivos. Quando questionado sobre as estratégias implementadas para promover a interatividade e *engagement* com os adeptos, o mesmo afirmou:

> "Confesso que falhámos um pouco nesse aspeto. (...) Os maus resultados desportivos são desvantajosos, na medida em que se verifica uma grande exposição mediática, mas que não é positiva, e por isso torna-se contraproducente. (...) Por isso, na fase final da temporada que culminou com a descida de divisão (2020/2021), houve algum recato nas publicações no sentido de evitar demasiada exposição. (...) Quando a nível desportivo, a época (2021/2022) começou a correr mal, houve a necessidade de reajustar a estratégia de comunicação de forma a que a exposição fosse menor." (Apêndice C).

Para além das dificuldades no relacionamento com os adeptos, os maus resultados desportivos criaram ainda dificuldades financeiras ao clube, não tendo este obtido o valor de marca pretendido. Como o sucesso económico de um clube a curto prazo depende do sucesso desportivo e do valor de marca, verifica-se a influência destas duas condicionantes na determinação de indicadores de desempenho, nomeadamente, receitas de *merchandising* e de bilheteira (Bauer et al., 2005). Sendo que para os clubes, o valor de marca é essencial para a identificação, criação de uma base de adeptos e para gerar receita. Sem uma marca sólida muitas equipas não beneficiariam do apoio necessário para ter sucesso (Barbu & Popescu, 2018). Tal como acontece nas redes sociais, a intangibilidade do produto desportivo reflete-se no facto dos consumidores não conseguirem, *a priori*, avaliar a qualidade do produto a não ser que o comprem. Esta especificidade do produto desportivo reflete-se no facto de ninguém poder antecipadamente afirmar que o jogo irá satisfazer as expectativas do público (Popovic, 2017).

A depreciação do valor do produto foi um tema abordado na entrevista com Frederico Melim, na qual o Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional afirmou: "(...) os jogos são o produto principal e com a descida de divisão esse produto tornou-se menos atrativo" (Apêndice D). Esta declaração está em consonância com o entendimento expresso por Gladden e Funk (2002). Estes autores defendem que o valor do produto varia quando o clube enfrenta tempos difíceis, o que, no caso do futebol, corresponde a uma época de derrotas e de fraco desempenho desportivo. Os resultados desportivos são sempre a componente mais importante e que determina o sucesso de um clube. Sem vitórias, qualquer clube terá dificuldade em atingir o sucesso comercial, obtido através das receitas provenientes dos patrocinadores e da participação em competições internacionais, uma vez que as competições desportivas são a sua principal atividade (Arigil & Pannazio, 2011). Assim

sendo, com um fraco desempenho desportivo e com um fraco valor de marca pois este está associado ao sucesso desportivo, o clube sofreu dificuldades económicas.

No caso do Clube Desportivo Nacional da Madeira, Frederico Melim defende que:

> "Num clube com a dimensão do Nacional da Madeira, o valor de marca está muito associado ao sucesso desportivo, porque a marca do clube também se valoriza através do conhecimento de outras pessoas no estrangeiro, de quanto é falado por adeptos de outros clubes e isso vai acontecer não tanto pela comunicação, mas pelo sucesso desportivo." (Apêndice D)

Considerando que a estratégia de comunicação se baseou na prestação da equipa sénior, tal como referiu Saturnino Sousa na sua entrevista (Apêndice C), o insucesso desportivo foi o principal fator que criou maiores dificuldades ao clube, durante as duas épocas em análise.

A globalização e internacionalização da marca foi outra das estratégias de comunicação digital aplicadas pelo Clube Desportivo Nacional nas épocas 2020/2021 e 2021/2022. Segundo os entrevistados, esta estratégia foi pontualmente implementada, na medida em que referem que a iniciativa que teve mais sucesso no período em análise foi a associação do clube à imagem de Cristiano Ronaldo. O diretor de comunicação do Clube Desportivo Nacional explicou os benefícios obtidos pelo clube através da aplicação desta estratégia:

> "Na altura da pandemia, o Cristiano Ronaldo passou uns meses na Madeira e fazia alguns treinos no nosso estádio. Tivemos a oportunidade de lhe mostrar o museu onde existe uma zona que fala sobre ele. Tirámos algumas fotografias com a autorização dele e o próprio tomou a iniciativa de as partilhar na sua conta pessoal no *Instagram,* tendo aí identificado a conta oficial do clube. Após esta partilha, passámos de 5000 seguidores para 150.000, foi algo extraordinário. Atualmente, continua a ter um grande impacto, pois é uma figura extremamente mediática e potencia muito a imagem do Nacional, o facto de estarmos associados à imagem dele. Sempre que se justifica, fazemos referência ao Cristiano nas redes sociais." (Apêndice C)

A nível de seguidores, esta campanha foi muito importante, pois até à data, o Clube Desportivo Nacional é o 4º clube em Portugal com mais seguidores no *Instagram,* a seguir aos três grandes do futebol português, conforme se pode constatar mediante simples consulta ao número de seguidores existentes em cada uma das páginas dos clubes futebol portugueses. A aplicação deste tipo de estratégia com o objetivo de internacionalizar a marca do clube é justificada pelo facto desta expansão poder promover digressões e eventos em todo o mundo, bem como permitir a obtenção de acordos financeiramente vantajosos, negociados com estações de televisão de países estrangeiros, para os jogos serem transmitidos nesses países, permitindo o seu visionamento pelos adeptos espalhados pelo mundo. Importa ainda realçar

que as receitas provenientes dos direitos de transmissão televisiva têm uma grande importância nos orçamentos totais dos clubes de futebol (Leitão & Baptista, 2018).

Por último, uma das estratégias identificadas na revisão de literatura foi o envolvimento em questões sociais, de forma a obter uma maior proximidade entre os adeptos e o clube (Graciá, 2017). O futebol tem um potencial significativo para dar algum tipo de retorno à comunidade, por isso a Responsabilidade Social Corporativa é integrada no processo de gestão de marca (Graciá, 2017). Através da análise de conteúdo efetuada, foi possível confirmar a aplicação desta estratégia. Foram publicados 30 *posts* durante as épocas em análise que tinham como conteúdo a relação do clube com a comunidade, através da Responsabilidade Social Corporativa. Os projetos a que o clube se associou estavam relacionados com a sustentabilidade, a saúde e a educação.

A integração do conceito de responsabilidade social corporativa na estratégia de comunicação gera uma série de benefícios que podem criar e reforçar uma vantagem competitiva para o clube (Graciá, 2017). Por exemplo, os adeptos que se identificam muito com o clube, podem procurar estas atividades socialmente responsáveis do clube, por forma a reforçar o seu envolvimento com a organização desportiva. Importa acrescentar que as iniciativas socialmente responsáveis têm um impacto forte e direto no adepto, o que por sua vez, influencia as avaliações sobre a marca (Baena, 2016). A escolha da rede social *Instagram* para passar a mensagem de Responsabilidade Social Corporativa é justificada pelo facto de as redes sociais serem uma plataforma de influência social (Ruiz-Mafe et al., 2018). A interação social envolve ações, seja por meio de comunicações ou observações passivas, que influenciam as escolhas e comportamentos de consumo de outras pessoas (Li et al., 2020). Em estudos sobre as redes sociais, os investigadores reconhecem a importância da influência social na tomada de decisões do consumidor (Li et al., 2020). Como tal, uma rede social como o *Instagram*, em que o aspeto visual é preponderante, pode ser ainda mais eficaz nesse objetivo (Teo et al., 2019). Neste estudo de caso, o envolvimento do clube em iniciativas de responsabilidade social assume ainda maior relevância devido à circunstância de ter como principal patrocinador o Governo Regional da Madeira, conforme salientado pelo entrevistado Saturnino Sousa:

> "Há um patrocinador logo à partida que teria de ser sempre valorizado na nossa comunicação que é o Governo Regional da Madeira, porque decorre de obrigações contratuais. Somos "obrigados" a promover a Madeira como destino turístico, e bem assim, as iniciativas do governo e outros assuntos desse género." (Apêndice C)

Objetivo 2: Comparar as estratégias de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* da época 2020/2021 com a da época 2021/2022.

A comparação subjacente a este segundo objetivo é pertinente uma vez que na época 2020/2021 o clube disputou a primeira divisão, enquanto que na época 2021/2022, esteve na segunda divisão do futebol português.

Porém aquando da realização das entrevistas verificou-se que não houve grandes alterações em relação à estratégia de comunicação digital do clube entre as duas épocas, o que veio a ser realçado por Saturnino Sousa:

> **"**A nível de estratégia, acabou por não haver muitas alterações entre uma e outra época, porque os recursos eram poucos. Fomos usando as estratégias que tínhamos disponíveis, sempre na mesma lógica de agregação e motivação." (Apêndice C).

No entanto, perante uma análise mais aprofundada dos dados disponíveis, verificou-se a existência de algumas alterações na estratégia de comunicação quando comparadas as duas épocas em referência.

Na época 2020/2021, o contexto pandémico da Covid-19 determinou que o Governo português impusesse a proibição da presença de adeptos nos estádios, a par de outras restrições para evitar ajuntamentos de pessoas e aumento do número de contágios. Esta conjuntura obrigou o clube a adaptar a sua estratégia comunicacional, conforme esclareceu o entrevistado acima referido, Saturnino Sousa, no seguinte segmento: "(...) houve um conjunto de condicionantes, como por exemplo, a circunstância de ter pouco público no estádio, o que tornou ainda mais importante, a necessidade de comunicação através das redes sociais." (Apêndice C).

Através da realização da análise de conteúdo, foi possível comprovar estas declarações. Na época 2020/2021, enquanto esteve em vigor tal restrição, houve 237 *posts* relativos ao acompanhamento dos jogos (Apêndice F). Na época seguinte, 2021/2022, foram publicados 203 *posts* (Apêndice G). Se atendermos às conferências de imprensa, a diferença é ainda mais notória, pois na época 2020/2021, houve 53 *posts* com declarações de treinadores e jogadores (Apêndice F), enquanto na época 2021/2022, houve apenas 5 *posts* referentes às conferências de imprensa (Apêndice G). De igual modo, os *posts* que tinham como conteúdo, fotografias e vídeos da sessão de treinos, também foram publicados com maior frequência, na época 2020/2021 (73 *posts*), em comparação com a época 2021/2022 (21 *posts*) (Apêndice F e G).

Em conclusão, resulta claro que houve um maior acompanhamento na página oficial do Clube Desportivo Nacional, na rede social *Instagram*, da equipa de futebol profissional na época 2020/2021, do que na época 2021/2022, sendo essa uma das diferenças da estratégia de comunicação entre as duas épocas em análise. Além dos dados anteriormente apresentados, na época 2020/2021 foram publicados 556 *posts* relacionados com a equipa principal de futebol profissional enquanto que na época 2021/2022 foram publicados 406 *posts*. Estes dados sustentam a conclusão anteriormente apresentada.

Outra das diferenças que importa assinalar tem a ver com a circunstância de na época 2020/2021, estando o clube a disputar a primeira divisão, o foco centrava-se na transmissão de uma mensagem positiva apesar dos maus resultados obtidos, no sentido de motivar os adeptos para o objetivo de manutenção na primeira divisão. Na verdade, e conforme consta no Apêndice F, nesse período das 53 conferências de imprensa realizadas, em 44 foi passada uma mensagem positiva e em 8 procurou-se a gestão de expectativas. Na época seguinte, a promoção era o objetivo da equipa profissional de futebol, mas devido aos maus resultados ao despedimento do treinador o foco da estratégia de comunicação esteve relacionado com uma gestão de expectativas tal como referiu Frederico Melim (Apêndice D).

Também Saturnino Sousa, na entrevista realizada, acabou por assinalar esta diferença, nos seguintes termos:

> "Nessa época de 2020/2021, a descida de divisão criou-nos um problema acrescido. Com o passar do tempo, a situação ficou mais complicada a nível classificativo, os adeptos foram ficando mais dececionados e houve uma menor mobilização de adeptos. Assim, houve um esforço para tentar criar uma onda positiva de mobilização. (...) No segundo ano (época 2021/2022), a perspetiva era de subida (...) Infelizmente a nível desportivo, a época começou muito mal, houve uma mudança de treinador o que dificultou a situação do clube. Mas essa mudança não teve o resultado que estávamos à espera. Devido a toda esta situação, chegámos a uma fase da época em que era difícil mobilizar os adeptos." (Apêndice C)

Ainda quanto às principais diferenças numa análise comparativa entre as duas épocas, importa referir que a situação financeira do clube determinou um significativo desinvestimento no departamento de comunicação do clube, conforme salientou Saturnino Sousa, quando afirmou:

> "A grande diferença acabou por ser a questão orçamental. O facto de termos estado num sobe e desce quase contínuo, obrigou-nos a reformular a estratégia e acima de tudo, o nosso quadro de pessoal. Tivemos de reduzir custos. Nos anos em que subimos, tínhamos alguns encargos financeiros porque na segunda liga não tínhamos sido capazes de pagar tudo o que era dividas. Portanto, quando estivemos na primeira liga, ainda trazíamos passivo da época anterior e

> na segunda liga, e tivemos que gerir essa situação. Portanto, desde logo não deu para contratar pessoal. Quando descemos, ainda tivemos mais dificuldades." (Apêndice C)

Este desinvestimento também é visível, quando verificamos que na época 2020/2021 houve 53 conferências de imprensa ao passo que na época 2021/2022 ocorreram apenas 5 (Apêndice F e G).

Objetivo 3: Apresentar *guidelines* de atuação para a comunicação do Clube Desportivo Nacional na plataforma *Instagram* com base nos resultados obtidos no estudo.

De acordo com os dados recolhidos, apurou-se que as duas principais dificuldades sentidas ao longo do período em análise, foram, por um lado, as dificuldades financeiras e por outro, a reduzida mobilização dos adeptos em virtude dos fracos resultados desportivos.

Por forma a aumentar os recursos financeiros do clube, apresentam-se três linhas de ação que têm sido descuradas pela sua direção.

A primeira foi retirada do estudo de caso do RCD Mallorca, apresentado no subcapítulo 3.1, e prende-se com a proveitosa relação entre o clube e o setor do turismo, muito desenvolvido nessa ilha. Com efeito, estando o Clube Desportivo Nacional localizado no Funchal, na ilha da Madeira, esta associação com o turismo também pode ser efetuada e bem-sucedida. Recorde-se que a Madeira ganhou, entre 2015 e até 2023, o prémio de melhor destino insular do mundo, prémio esse atribuído pela *World Travel Awards*. Segundo dados oficiais da DREM (Direção Regional de Estatística da Madeira), em 2022, a Madeira recebeu 1.772.776 turistas. Este potencial turístico deve, pois, ser aproveitado pelo clube, nos mesmos moldes em que o RCD Mallorca o fez, designadamente instalando bancas de informação do clube nos hotéis da ilha, disponibilizando os serviços e instalações do clube, mediante aluguer, para a prática desportiva e ainda estabelecendo parcerias com os operadores turísticos. No caso específico do Clube Desportivo Nacional, cujo respetivo estádio está situado numa zona montanhosa (a 6 km do Funchal), tal infraestrutura pode constituir ponto de partida ou ponto de passagem para a prática de *Trekking*, prática essa que constitui um dos destaques do turismo madeirense, em que uma das principais atrações são os percursos possíveis pelas cerca de 200 levadas existentes na ilha (Visit Madeira, n.d.). Os equipamentos existentes no estádio poderiam assim ser utilizados pelos turistas e locais, praticantes de *Trekking* (por exemplo: balneários, restaurante, zona de ponto de encontro).

Todas estas potencialidades deviam ser objeto de comunicação não só pelos canais tradicionais do setor do turismo, mas também através do *Instagram* com a publicação de *posts* com os *hashtags* alusivos ao turismo da Madeira e às levadas da Ilha, de forma a alcançar o público-alvo dessa prática desportiva.

A segunda linha de ação, com vista à obtenção de maiores receitas para ultrapassar as dificuldades financeiras, foi igualmente retirada do estudo de caso do RCD Mallorca, apresentado no subcapítulo 3.1.

Recorde-se que o Nacional mudou para um novo Estádio em 2007[12], podendo, portanto, o clube usufruir do mesmo, em termos semelhantes aos do clube maiorquino. Assim, poderão ser instalados novos restaurantes e bares, mais diversificados, adaptáveis a vários tipos de público, promovendo a cozinha característica da região e realizando até parcerias com restaurantes dos hotéis mais conhecidos, que poderiam explorar, mediante contratos de concessão, os diversos espaços de restauração a criar. Também poderiam ser criadas novas áreas para convívio entre os adeptos e entre estes e os jogadores, que estariam disponíveis, num período limitado de tempo, para fotografias e autógrafos, sendo o acesso a esses espaços sujeito a pagamento. A publicidade a todos estes novos espaços deveria ser objeto de comunicação digital da iniciativa do clube, sobretudo através da sua página de Instagram, com a publicação de fotografias apelativas dessas zonas, pois esta rede social é aquela que privilegia o suporte fotográfico na comunicação (Teo et al., 2019).

Por fim, ainda como linha de ação para gerar lucros que contribuíssem para uma situação de equilíbrio financeiro do clube, torna-se fundamental um reforço substancial na área do *merchandising*. Através da análise de conteúdo (Apêndice E), foi possível verificar que, em 2 anos, foram apenas publicados 7 *posts* sobre este conteúdo, sendo que 4 deles se referiam a um livro infantil. Ora, num clube profissional de futebol, uma das fontes de receita mais importante, é o *merchandising* (Calejo & Martinez, 2006). Os produtos para venda deverão igualmente ser publicitados através do Instagram do clube, tendo como suporte, fotografias de boa qualidade, e com um link direto para a loja online, existente no *website* do clube.

Tendo em consideração a segunda dificuldade sentida pelo clube, relativa à fraca mobilização dos adeptos, a sua atuação devia ter como foco essencialmente, duas vertentes: a globalização e a mobilização dos adeptos para uma participação ativa na vida do clube.

[12] Sub-capítulo 5.1

Em relação à globalização, recorde-se que a incursão mais significativa do clube neste domínio foi a do recurso à imagem de Cristiano Ronaldo, iniciativa essa de carácter pontual, mas que teve um impacto muito forte na comunicação do clube, que supra já se assinalou [13]. Ora, essa associação à imagem de Cristiano Ronaldo deveria ser alimentada com mais regularidade, pedindo a colaboração daquele "pro bono", na realização de alguns vídeos ou fotografias, em que o mesmo aludisse às suas recordações de infância e juventude, associadas ao clube. Em termos de globalização, a comunicação do clube deveria igualmente procurar as comunidades de madeirenses espalhadas pelo mundo, fomentando a relação social, cultural e emocional destes madeirenses com o seu clube, apesar da distância geográfica, procurando satisfazer as suas necessidades e expectativas através de mensagens especificamente destinadas àqueles, se necessário com tradução nas várias línguas utilizadas por essas comunidades.

Por último, a preocupação reiterada pelos dirigentes do Nacional relativa à fraca mobilização dos adeptos e o ensinamento retirado da revisão de literatura, de acordo com a qual esta falta de adesão está diretamente relacionada com o fraco desempenho desportivo, que não permite obter um valor de marca sólido e consistente, leva-nos à última linha de atuação do clube que tem de ser implementada na área comunicacional, com um foco na comunicação digital aplicada à rede social *Instagram*.

A comunicação estratégica, neste caso, terá sempre um papel fundamental, no sentido de interpelar os adeptos a participar na vida do clube, neste caso específico a utilização eficaz do *Instagram* torna-se um elemento essencial. Devido ao facto de o Instagram ser uma plataforma amplamente utilizada por diversas faixas etárias, esta rede social deve ser explorada de forma a revitalizar o interesse e a participação ativa dos adeptos na vida do clube. A estratégia de comunicação não deve ter apenas como objetivo informar, deve também criar laços emocionais entre o clube e os adeptos apelando a sentimentos de pertença e fidelização já enraizados numa comunidade insular.

Neste sentido, sendo o Nacional um clube insular, a ligação com os adeptos será sempre mais vincada, tendo como dado adquirido a fidelização contínua ao clube, ligada também a sentimentos de insularidade e de pertença a uma região autónoma com características muito especificas. Assim, o desafio futuro do clube será o de dinamizar e manter ativa essa relação fiel, promovendo um *engagement* ativo de forma a evitar a criação

[13] Subcapítulo 5.5.1

de um público passivo, que, embora identificado com o clube, não participa ativamente na vida do clube o que por sua vez não gera receitas.

A comunicação digital, designadamente no *Instagram*, terá de ser reforçada, com um carácter mais apelativo e convincente, apostando numa linguagem visual atraente e em conteúdos que criem uma sensação de proximidade com os adeptos. O foco deverá estar na publicação de *posts* nos quais é feita uma alusão ao público mais conhecido e com notoriedade regional, mostrando-as a apoiar o clube no estádio ou em outras atividades. Este tipo de conteúdo ao evidenciar o envolvimento de personalidades conhecidas, pode gerar um efeito de identificação por forma a que os adeptos se sintam interpelados a fazer o mesmo.

Adicionalmente, é recomendável que o clube promova o reconhecimento dos seus feitos e a presença em competições europeias, através da partilha de elogios ou referências feitas ao clube, publicadas por outras entidades ou adeptos fora da região. Esta estratégia ajudará a criar discussões construtivas e fomentar o *engagement* no *Instagram*, onde as interações tais como comentários e partilhas, reforçam a presença digital do clube e aumentam a visibilidade da marca.

Uma diretriz essencial para esta comunicação digital é a regularidade e a consistência das publicações. O clube deverá publicar *posts* frequentes que abordem não só a vertente desportiva, mas também os bastidores, histórias de adeptos, desafios interativos e o envolvimento com a comunidade insular. Para tal, o uso de ferramentas visuais como *stories*, *reels* e transmissões ao vivo pode ser uma forma de aproximar os adeptos do dia a dia do clube, criando um sentimento de pertença.

Finalmente, estas estratégias de comunicação têm como objetivo principal reforçar a identificação do adepto com o clube, garantindo que a comunidade se sinta representada, e motivada a contribuir ativamente na vida do clube, seja participando nos jogos, adquirindo produtos oficiais ou partilhando a marca do Clube Desportivo Nacional nas suas redes sociais. Assim, a comunicação no Instagram, deve ser vista como um catalisador para fortalecer o elo emocional entre o clube e os seus adeptos, promovendo um *engagement* contínuo e sustentável.

Conclusão

O principal objetivo da dissertação foi dar resposta à pergunta de partida "Quais as características da estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional na rede social *Instagram* nas temporadas 2020/2021 e 2021/2022?".

A estratégia de comunicação digital do clube no *Instagram*, durante as épocas 2020/2021 e 2021/2022 esteve dividida em cinco áreas: modalidades amadoras; futebol de formação; futebol profissional; equipa B de futebol sénior e a comunicação institucional do clube. O principal foco da estratégia de comunicação digital do clube foi a equipa de futebol profissional sénior, tal como referiu Saturnino Sousa, Diretor de Comunicação do Clube Desportivo Nacional entre 2009 e 2023, na entrevista realizada (Apêndice C). Os dados da análise de conteúdo corroboram as declarações de Saturnino Sousa pois, no período em análise, 77,23% dos *posts* publicados estiveram relacionados com a equipa de futebol profissional. A área que teve menos visibilidade na página oficial do clube no *Instagram* foi a equipa B de futebol sénior com 15 publicações o que corresponde a uma percentagem de 1,20% da totalidade dos *posts* nas temporadas em questão.

O conteúdo mais partilhado foi o acompanhamento em direto dos jogos, presente em 440 *posts* equivalente a 35,44% da totalidade de publicações no *Instagram*. Esta categoria inclui *posts* que têm como conteúdo: a constituição da equipa, o acompanhamento em direto de incidências do jogo, o resultado final e o prémio de homem do jogo. A escolha deste tipo de conteúdo é justificada pela necessidade de manter os adeptos informados e envolvidos com o clube, especialmente devido ao facto de o clube estar situado na Ilha da Madeira, o que torna o acompanhamento em direto dos jogos disputados em Portugal continental essencial para os adeptos. Assim, conclui-se que a principal estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional passou pelo acompanhamento em direto dos jogos.

Adicionalmente, o clube adotou uma estratégia de divulgação global das atividades do clube no Instagram, conforme Saturnino Sousa. A manutenção de adeptos atualizados através das redes sociais, como apontado por Garcià (2017), pode aumentar a notoriedade da marca e reforçar os laços entre o clube e os adeptos, fortalecendo o valor de marca, que é fundamental para o sucesso do clube (Leitão & Baptista, 2018). Os adeptos geram receitas e, sem uma marca forte, as equipas não obtêm o apoio necessário para o sucesso (Barbu & Popescu, 2018).

O marketing de relacionamento também foi crucial para manter e aprimorar as relações com os adeptos, visto que adeptos são clientes altamente envolvidos e têm forte desejo de estar atualizados sobre as suas equipas (Abeza et al., 2013). Essa estratégia gerou 252 *posts*, ou seja, 20,24% da totalidade das publicações, divididas entre as categorias "proporcionar sentimentos agradáveis ao público" (29 *posts*) e "reforçar a identificação dos adeptos com o clube" (223 *posts*). Contudo, segundo Saturnino Sousa, essa estratégia não teve o sucesso esperado devido aos maus resultados desportivos, que prejudicaram o valor de marca e a estratégia de comunicação, levando a uma menor exposição nas redes sociais durante os períodos de fraco desempenho.

Outra estratégia foi a globalização e internacionalização da marca, destacada pela associação do clube à imagem de Cristiano Ronaldo, o que aumentou significativamente os seguidores do clube no *Instagram*. Essa associação permitiu que o clube se destacasse como o 4º clube com mais seguidores no Instagram em Portugal, atrás apenas dos maiores clubes de futebol portugueses (Sport Lisboa e Benfica, Sporting clube de Portugal e Futebol Clube do Porto). A expansão da marca a nível internacional pode promover eventos globais e acordos financeiros vantajosos, especialmente em direitos de transmissão televisiva, que são cruciais para o orçamento dos clubes (Graciá, 2017).

O clube também utilizou o envolvimento em questões sociais como uma estratégia de comunicação. Foram publicados 30 *posts* relacionados com o tema da responsabilidade social corporativa, com projetos relacionados com a sustentabilidade, saúde e educação. Essa estratégia de responsabilidade social, como foi referido por Graciá (2017), pode criar uma vantagem competitiva para o clube, fortalecendo o envolvimento dos adeptos com o clube, especialmente num contexto em que o principal patrocinador do Clube Desportivo Nacional é o Governo Regional da Madeira.

O segundo objetivo de investigação foi o estabelecimento de uma comparação entre as estratégias de comunicação digital durante as temporadas 2020/2021 e 2021/2022. Embora Saturnino Sousa tenha mencionado na entrevista realizada que não houve grandes alterações na estratégia entre as duas épocas devido às dificuldades financeiras impostas pela descida de divisão, a análise de conteúdo dados revelou algumas diferenças. Na temporada 2020/2021, devido à pandemia de Covid-19 e à proibição da presença de adeptos nos estádios, houve um maior número de *posts* relacionados com: o acompanhamento em direto

dos jogos, as conferências de imprensa e as sessões de treino em comparação com a temporada 2021/2022.

O terceiro objetivo do estudo passou por apresentar diretrizes para a comunicação digital do Clube Desportivo Nacional no *Instagram*, tendo em conta os desafios identificados tanto pela realização de entrevistas como pela análise de conteúdo. Para enfrentar as dificuldades financeiras, foram sugeridas três linhas de ação principais. A primeira linha de ação envolve a associação do clube ao setor do turismo, inspirado pelo exemplo do RCD Mallorca. Com a Madeira sendo um premiado destino turístico, o clube poderia explorar essa oportunidade instalando bancas de informação nos hotéis, alugando suas instalações para práticas desportivas e criando parcerias com operadores turísticos. O estádio do clube, localizado em uma zona montanhosa, também poderia ser promovido como ponto de partida para atividades de trekking, utilizando as redes sociais, especialmente o Instagram, para comunicar essas ofertas.

A segunda linha de ação propõe o aproveitamento das instalações do novo estádio para gerar receitas adicionais. O clube poderia criar novos restaurantes e bares, promovendo a culinária local e oferecendo áreas de convívio entre adeptos e jogadores. A promoção desses espaços através de fotos atrativas no Instagram é essencial para atrair o público.

A terceira linha de ação enfatiza a importância do merchandising, uma fonte significativa de receita para clubes de futebol. O estudo revelou que o clube tem publicado poucos *posts* sobre merchandising. Portanto, é fundamental aumentar a publicidade de produtos à venda no Instagram, com links diretos para a loja online.

Em relação ao problema de mobilização dos adeptos, a comunicação do clube deve-se focar em duas áreas: globalização e o *engagement* ativo com os adeptos. A associação contínua com a imagem de Cristiano Ronaldo poderia ser mais explorada, e o clube deveria procurar fortalecer laços com comunidades de madeirenses dispersas por todo o mundo. A comunicação deve incluir mensagens específicas e, se necessário, traduções para diferentes línguas. Adicionalmente, o clube deve destacar no *Instagram* a presença de figuras regionais nos jogos e promover discussões sobre o desempenho do clube. Esta linha de atuação tem como objetivo dinamizar a relação entre o clube e os seus adeptos, transformando-os em participantes ativos na vida do clube.

Uma das limitações do presente estudo reside na seleção dos entrevistados. Embora o contributo dos participantes tenha sido essencial para o desenvolvimento da investigação,

as respostas fornecidas não abrangem a totalidade das informações sobre as estratégias adotadas, uma vez que alguns dados confidenciais não puderam ser revelados. Adicionalmente, o facto de o Dr. Frederico Melim ainda estar em funções no clube levou a que houvesse uma certa cautela na partilha de informações, o que poderá ter limitado a profundidade das suas respostas. Outra limitação diz respeito ao contexto específico de uma das épocas analisadas, marcada pela ausência de adeptos nos estádios devido às restrições impostas pelo governo consequentes da pandemia Covid-19, o que levou à implementação de estratégias adaptadas a essa circunstância extraordinária. Tais estratégias podem não ser relevantes ou adequadas ao panorama atual. Contudo, conforme validado pela revisão de literatura, também foram identificadas estratégias de comunicação adotadas pelo clube que continuam a ser pertinentes e amplamente reconhecidas, o que assegura a relevância e validade dos resultados da investigação.

Para investigações futuras, sugere-se que se realizem estudos comparativos entre as estratégias adotadas nas temporadas 2020/2021 e 2021/2022, influenciadas pela pandemia Covid-19, com épocas futuras onde não haja influência de um contexto pandémico. Este tipo de análise permitirá identificar diferenças e semelhanças nas abordagens adotadas pelos clubes de futebol profissional em contextos distintos. Outra investigação que poderá ser interessante é a expansão do modelo de análise de conteúdo utilizado na presente investigação de forma a incluir outros clubes com características e contextos desportivos diferentes do Clube Desportivo Nacional. Acrescenta-se ainda que a aplicação do modelo a clubes internacionais possibilitará uma análise comparativa das estratégias de comunicação entre diferentes países, possibilitando uma visão mais abrangente e detalhada das práticas de comunicação digital de clubes de futebol profissional.

Referências Bibliográficas

Abeza, G., O'Reilly, N., & Reid, I. (2013). Relationship marketing and social media in sport. *International Journal of Sport Communication*, *6*(2), 120–142. https://doi.org/10.1123/ijsc.6.2.120

Abosag, I., Roper, S., & Hind, D. (2012). Examining the relationship between brand emotion and brand extension among supporters of professional football clubs. *European Journal of Marketing*, *46*(9), 1233–1251. https://doi.org/10.1108/03090561211247810

Adhabi, E. a. R., & Anozie, C. B. L. (2017). Literature review for the type of interview in qualitative research. *International Journal of Education*, *9*(3), 86. https://doi.org/10.5296/ije.v9i3.11483

Aichner, T. (2019). Football clubs' social media use and user engagement. *Marketing Intelligence & Planning*, *37*(3), 242–257. https://doi.org/10.1108/mip-05-2018-0155

Alexander, D. L. (2016). What digital skills are required by future public relations practitioners and can the academy deliver them. *PRism*, *13*(1), 1–13. https://researchoutput.csu.edu.au/en/publications/what-digital-skills-are-required-by-future-public-relations-pract

Argenti, P. A., Howell, R. R., & Beck, K. S. (2005). The Strategic Communication Imperative. *MIT Sloan Management Review*, *46*(3), 83–89. http://api.ning.com/files/7U-JG7rftqQiUfE5IUBNQn9oFbiQ*oX8*dYeBdP4IKeIMtgwypu5OQ-SAnZharqX4MaqSG8cXFuurgVjV*vYoOVKwHRbb-hy/StrategicCommunicationImperative.pdf

Arigil, C., & Pennazio, V. (2011). Brand equity in Team Sports: The FC København Case Study [MA thesis, Copenhagen Business School]. In *CBS Research Portal*. https://research.cbs.dk/en/studentProjects/c63c9d08-aa99-4e18-8bda-0b28842be35e

Ashley, C., & Tuten, T. (2014). Creative Strategies in Social Media Marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology and Marketing*, *32*(1), 15–27. https://doi.org/10.1002/mar.20761

Baena, V. (2016). Online and mobile marketing strategies as drivers of brand love in sports teams. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *17*(3), 202–218. https://doi.org/10.1108/ijsms-08-2016-015

Balliauw, M., Onghena, E., & Mulkens, S. (2020). Identifying factors affecting the value of advertisements on football clubs' and players' social media: a discrete choice analysis. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, *22*(4), 652–676. https://doi.org/10.1108/ijsms-12-2019-0138

Baptista, J. P. (2014). *Valor de marca e capital intelectual: uma aplicação a clubes de futebol ingleses* [MA thesis]. Universidade da Beira Interior.

Barbu, M., & Popescu, M. C. (2018). BRANDING IN SPORT. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/328853525_BRANDING_IN_SPORT?enrichId=rgreq-cf7873fe3a489cca504a902cfeca8bbe-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMyODg1MzUyNTtBUzo2OTEzNjM0ODE5MTUzOTNAMTU0MTg0NTMwNzY0Ng%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf

Barger, V., & Labrecque, L. (2013). An Integrated Marketing Communications Perspective on social media metrics. *International Journal of Integrated Marketing Communications*.

Barton, P. (2016). *Maximizing internal communication: strategies to turn heads, win hearts, engage employees and get results*. Aviva Publishing.

Bauer, H. H., Sauer, N. E., & Schmitt, P. (2005). Customer-based brand equity in the team sport industry. *European Journal of Marketing*, *39*(5/6), 496–513. https://doi.org/10.1108/03090560510590683

Berry, L. L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *28*, 128–137.

Beukeboom, C. J., Kerkhof, P., & De Vries, M. (2015). Does a virtual like cause actual liking? How following a brand's Facebook updates enhances brand evaluations and purchase intention. *Journal of Interactive Marketing*, *32*, 26–36. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2015.09.003

Bhattacharya, C., & Sen, S. (2003). Consumer–Company Identification: A Framework for Understanding Consumers' Relationships with Companies. *Journal of Marketing*, *67*(2), 76–88. https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.76.18609

Bianchi, C., & Andrews, L. (2015). Investigating marketing managers' perspectives on social media in Chile. *Journal of Business Research*, *68*(12), 2552–2559. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.026

Bingham, A. (2024, March 15). *Qualitative analysis: Deductive and inductive approaches — Andrea J. Bingham, Ph.D.* Andrea J. Bingham, Ph.D. https://www.andreajbingham.com/resources-tips-and-tricks/deductive-and-inductive-approaches-to-qualitative-analysis

Bingham, A. J. (2023). From Data Management to Actionable Findings: a Five-Phase process of qualitative data analysis. *International Journal of Qualitative Methods*, *22*. https://doi.org/10.1177/16094069231183620

Borba, E. (2008). *Ci- bermarketing no futebol português: a comunicação interativa nos websites dos clubes que integram a Liga Portuguesa de Futebol Profissional* [MA thesis]. Universidade Fernando Pessoa.

Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1992). Physiological arousal and reactions to outgroup members during competitions that implicate an important social identity. *Aggressive Behavior*, *18*, 85–93.

Braunstein, J. R., & Ross, S. D. (2010). Brand Personality in Sport: dimension analysis and general Scale development. *Sport Marketing Quarterly*, *19*, 8–16.

Bühler, A., Chadwick, S., & Nufer, G. (2010). *Relationship marketing in sports*. Routledge.

Buhler, A., & Nufer, G. (2012). Relationship marketing in sports. In *Routledge eBooks*. https://doi.org/10.4324/9780080942339

Burton, R., & Howard, D. (1999). Professional Sports Leagues: marketing mix mayhem. *Marketing Management*, *8*, 36.

Butkouskaya, V., Llonch-Andreu, J., & Alarcón-Del-Amo, M. (2021). The impact of customer performance on IMC outcomes: firm size moderation in the inter-country context. *Journal of Economics Finance and Administrative Science/Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, *26*(52), 358–375. https://doi.org/10.1108/jefas-10-2021-0207

Butkouskaya, V., Oyner, O., & Kazakov, S. (2023). The impact of omnichannel integrated marketing communications (IMC) on product and retail service satisfaction. *Journal of Economics Finance and Administrative Science/Journal of Economics, Finance*

and Administrative Science, *28*(56), 319–334. https://doi.org/10.1108/jefas-09-2022-0237

Butterick, K. (2011). *Introducing public relations: Theory and Practice*. SAGE.

Callejo, M., & Martínez, V. (2006). El Real Madrid club de fútbol: la aplicación de un modelo empresarial a una entidad deportiva en España. *UCJC Business and Society Review*, *11*.

Cavanagh, S. (1997). Content analysis: concepts, methods and applications. *Nurse Researcher*, *4*(3), 5–16. https://doi.org/10.7748/nr.4.3.5.s2

CD Nacional - Todas as transferências. (n.d.). Transfermarkt. https://www.transfermarkt.pt/cd-nacional/alletransfers/verein/982

Cegalini, V. L., & Rocco, A. J. (2019). Comunicação corporativa e gerenciamento de reputação em organizações esportivas. *Comunicação & Sociedade*, *41*(2), 85. https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v41n2p85-117

Chadwick, S., & Holt, M. (2008). Releasing latent brand equity: the case of UEFA's Champions League. *The Marketing Review*, *8*(2), 147–162. https://doi.org/10.1362/146934708x314127

Cleland, J. A. (2009). The changing organizational structure of football clubs and their relationship with the external media. *International Journal of Sport Communication*, *2*(4), 417–431. https://doi.org/10.1123/ijsc.2.4.417

Cole, F. L. (1988). Content analysis. *Clinical Nurse Specialist*, *2*(1), 53–57. https://doi.org/10.1097/00002800-198800210-00025

Colliander, J., & Marder, B. (2018). 'Snap happy' brands: Increasing publicity effectiveness through a snapshot aesthetic when marketing a brand on Instagram. *Computers in Human Behavior*, *78*, 34–43. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.015

Columbia Public Health. (2023, March 30). Columbia University Mailman School of Public Health. https://www.publichealth.columbia.edu/research/population-health-methods/content-analysis#readings

Cornelissen, J. (2007). Corporate Communications: Theory and Practice. *Strategic Direction*, *23*(8). https://doi.org/10.1108/sd.2007.05623hae.001

Crabtree, B. F., & Miller, W. L. (1999). *Doing Qualitative Research* (2nd ed.). SAGE.

Daniel, C. I. (2019). Management of sports organizations and communication. *ideas.repec.org*. https://ideas.repec.org/a/cbu/jrnlec/y2019v6p201-206.html

Daymon, C., & Holloway, I. (2010). Qualitative research methods in public relations and marketing communications. In *Routledge eBooks*. https://doi.org/10.4324/9780203846544

Dean, B. (2024, July 29). *Social Media Usage & Growth Statistics*. Backlinko. https://backlinko.com/social-media-users

Dey, I. (1993). *Qualitative data analysis: A User-friendly Guide for Social Scientists*. Psychology Press.

Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, *62*(1), 107–115. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x

Falkheimer, J., Heide, M., Nothhaft, H., Von Platen, S., Simonsson, C., & Andersson, R. (2017). Is Strategic Communication too important to be left to Communication Professionals? *Public Relations Review*, *43*(1), 91–101. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.011

Faria, S., Pereira, M. S., Ferreira, P., & Rodrigues, P. (2022). Understanding the effect of social media marketing activities on football fans' satisfaction and engagement: A

study of Portuguese 2nd League Professional football clubs. *IBIMA Business Review*, 1–9. https://doi.org/10.5171/2022.448483

Federação Portuguesa de Futebol. (2021, August 26). *Lotação de 50 por cento nos recintos desportivos*. FPF. https://www.fpf.pt/pt/News/Todas-as-not%C3%ADcias/Not%C3%ADcia/news/30571

Firth, M. (1993). Price setting and the value of a strong brand name. *International Journal of Research in Marketing*, *10*(4), 381–386. https://doi.org/10.1016/0167-8116(93)90020-y

Fisher, R. J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: A field study of winners and losers. *Psychology & Marketing*, *15*, 23–40.

Früh, B., & Wirth, V. (2007). Convective Available Potential Energy (CAPE) in mixed phase cloud conditions. *Quarterly Journal of the Royal Meteorological Society*, *133*(624), 561–569. https://doi.org/10.1002/qj.39

Gao, H., Tate, M., Zhang, H., Chen, S., & Liang, B. (2018). Social Media Ties Strategy in International Branding: An Application of Resource-Based Theory. *Journal of International Marketing*, *26*(3), 45–69. https://doi.org/10.1509/jim.17.0014

Gladden, J. M., & Funk, D. C. (2002). Developing an Understanding of Brand Associations in Team Sport: Empirical Evidence from Consumers of Professional Sport. *Journal of Sport Management*, *16*(1), 54–81. https://doi.org/10.1123/jsm.16.1.54

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). The discovery of grounded theory. In *Routledge eBooks*. https://doi.org/10.4324/9780203793206

Gnizy, I. (2019). Big data and its strategic path to value in international firms. *International Marketing Review*, *36*(3), 318–341. https://doi.org/10.1108/imr-09-2018-0249

Graciá, V. B. (2017). Global marketing strategy in professional sports. Lessons from FC Bayern Munich. *Soccer & Society*, *20*(4), 660–674. https://doi.org/10.1080/14660970.2017.1379399

Gregory, A., & Willis, P. (2013). Strategic Public Relations leadership. In *Routledge eBooks*. https://doi.org/10.4324/9780203384732

Gvili, Y., & Levy, S. (2016). Antecedents of attitudes toward eWom communication: differences across channels. *Internet Research, 26(5)*, 1030-1051. 10.1108/IntR-08-2014-0201

Hallahan, K., Holtzhausen, D., Van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, *1*(1), 3–35. https://doi.org/10.1080/15531180701285244

Hollis, N. (2010). *The global brand: How to Create and Develop Lasting Brand Value in the World Market*. St. Martin's Griffin.

Hsieh, H., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, *15*(9), 1277–1288. https://doi.org/10.1177/1049732305276687

Hussain, G., Naz, T., Shahzad, N., & Bajwa, M. J. (2021). Social media marketing in sports and using social media platforms for sports fan engagement. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, *27*, 1460–1472. https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.06.117

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and Branding: research findings and future priorities. *Marketing Science*, *25*(6), 740–759. https://doi.org/10.1287/mksc.1050.0153

Kellison, T. B., & Mondello, M. J. (2012). Organisational perception management in sport: The use of corporate pro-environmental behaviour for desired facility referenda outcomes. *Sport Management Review*, *15*(4), 500–512. https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.01.005

Kenan, J. (2024, April 26). *Social media engagement: What it is and tips to improve it.* Sprout Social. https://sproutsocial.com/insights/social-media-engagement/

Kim, M., & Lennon, S. (2008). The effects of visual and verbal information on attitudes and purchase intentions in internet shopping. *Psychology and Marketing*, *25*(2), 146–178. https://doi.org/10.1002/mar.20204

Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An integrated approach to online marketing*. http://elibrary.gci.edu.np/bitstream/123456789/3127/1/Bt.bm.522Digital%20Marketing%20Strategy%20An%20Integrated%20Approach%20to%20Online%20Marketing%20by%20Simon%20Kingsnorth.pdf

Kopp, C. M. (2022). What Is Brand Awareness? Definition, How It Works, and Strategies. *Investopedia*. https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp

Kwon, E. S., & Sung, Y. (2011). Follow Me! Global marketers' Twitter use. *Journal of Interactive Advertising*, *12*(1), 4–16. https://doi.org/10.1080/15252019.2011.10722187

Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for

Future Inquiry. *Journal of Marketing*, *80*(6), 146–172. https://doi.org/10.1509/jm.15.0415

Leitão, J., & Baptista, J. P. (2018). Intellectual capital assets and brand value of English football clubs. *International Journal of Sport Management and Marketing*, *1*(1), 1. https://doi.org/10.1504/ijsmm.2018.10012990

Leng, H. K. (2013). Methodological Issues in Using Data from Social Networking Sites. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, *16*(9), 686–689. https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0355

Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2020). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *49*(1), 51–70. https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3

Liga Portugal. (n.d.). https://www.ligaportugal.pt/pt/liga/classificacao/20202021/liganos

Liga Portugal. (2021, September 30). *Fim das restrições de lotação dos estádios*. Retrieved July 21, 2024, from https://www.ligaportugal.pt/pt/epocas/20212022/noticias/institucional/fim-das-restricoes-de-lotacao-dos-estadios

López-Egea, S., & Picafort, S. L. /. C. (2017, May 12). La isla de las bicis. *www.elperiodico.com*. https://www.elperiodico.com/es/deportes/20170512/mallorca-cicloturismo-la-isla-de-las-bicis-6034212

Lusa, A. (2021, August 4). I Liga: público regressa 17 meses depois, mas ainda em contexto Covid-19. *Observador*. https://observador.pt/2021/08/04/i-liga-publico-regressa-17-meses-depois-mas-ainda-em-contexto-covid-19/

Manoli, A. E., & Hodgkinson, I. R. (2019). The implementation of integrated marketing communication (IMC): evidence from professional football clubs in England. *Journal of Strategic Marketing*, *28*(6), 542–563. https://doi.org/10.1080/0965254x.2019.1593225

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. Sage Publications.

Muller, E., & Peres, R. (2019). The effect of social networks structure on innovation performance: A review and directions for research. *International Journal of Research in Marketing*, *36*(1), 3–19. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2018.05.003

Noor, K. B. (2008). Case study: A Strategic Research Methodology. *American Journal of Applied Sciences*, *5*, 1602–1604.

Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Sage Publication. http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA04909974

Phua, J. J. (2010). Sports fans and media use: Influence on sports fan identification and collective Self-Esteem. *International Journal of Sport Communication*, *3*(2), 190–206. https://doi.org/10.1123/ijsc.3.2.190

Polit, D. F., & Beck, C. T. (2004). *Nursing research: Principles and methods* (7th ed.). Lippincott Williams & Wilkins.

Popović, S. (2017). Contemporary sports product and making a brand. *Exercise and Quality of Life*, *9*(1), 37–41. https://doi.org/10.31382/eqol.170605

Portet, X. G., & Faedo, N. I. (2022). The influence of North American ownership on the business, management, and communication model of Spanish professional football: a case study of Real Club Deportivo Mallorca (2016–2021). *Communication & Sport*, *11*(5), 949–967. https://doi.org/10.1177/21674795221106118

Prior, M. T. (2018). Interviews and focus groups. In *Palgrave Macmillan UK eBooks* (pp. 225–248). https://doi.org/10.1057/978-1-137-59900-1_11

Raggio, R. D., & Leone, R. P. (2007). The theoretical separation of brand equity and brand value: Managerial implications for strategic planning. *Journal of Brand Management*, *14*(5), 380–395. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550078

Raposo, A. L. C. R. (2017). Comunicação estratégica nas organizações e novas tecnologias: elementos constantes numa equação dinâmica. *Dito Efeito*, *8*(12), 109. https://doi.org/10.3895/rde.v8n12.7130

Ri, S. Y., Chang, D. R., Lee, H., & Kim, J. (2020, November 1). *COMPETITION OR COLLABORATION: CROSS-PLATFORM ADVERTISING WITH VIRTUAL REALITY*. Koreascholar. http://db.koreascholar.com/article?code=400757

Richelieu, A., & Pons, F. (2009). If brand equity matters, where is the brand strategy? A look at Canadian hockey teams in the NHL. *International Journal of Sport Management and Marketing*, *5*(1/2), 162. https://doi.org/10.1504/ijsmm.2009.021757

Ross, C., Winn, C., Wood, C., & Hammond, T. (2019). Deloitte Football Money League 2019. *Deloitte*. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-football-money-league-2019.pdf

Ross, S. D. (2006). A conceptual framework for understanding Spectator-Based Brand Equity. *Journal of Sport Management*, *20*(1), 22–38. https://doi.org/10.1123/jsm.20.1.22

Ruiz-Mafe, C., Bigne-Alcañiz, E., Sanz-Blas, S., & Tronch, J. (2018). Does social climate influence positive eWOM? A study of heavy-users of online communities. *BRQ*

Business Research Quarterly, *21*(1), 26–38. https://doi.org/10.1016/j.brq.2017.12.001

Santos, T. O. (2016). *Envolvimento dos adeptos de futebol nas redes sociais, satisfação e intenções comportamentais* [PhD dissertation]. Universidade de Lisboa.

Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE Publications Limited.

Seo, W. J., & Green, B. C. (2008). Development of the motivation scale for sport online consumption. *Journal of Sport Management*, *22*(1), 82–109. https://doi.org/10.1123/jsm.22.1.82

Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2015). *Sports marketing: A Strategic Perspective*.

Shi, S., Wang, Y., Chen, X., & Zhang, Q. (2020). Conceptualization of omnichannel customer experience and its impact on shopping intention: A mixed-method approach. *International Journal of Information Management*, *50*, 325–336. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.09.001

Shuv-Ami, A. (2016). Brand equity for football club organizations. *The International Journal of Organizational Analysis*, *24*(4), 706–724. https://doi.org/10.1108/ijoa-11-2015-0947

Simmons, G. J. (2007). "i-Branding": developing the internet as a branding tool. *Marketing Intelligence & Planning*, *25*(6), 544–562. https://doi.org/10.1108/02634500710819932

Smith, L., & Mounter, P. (2008). *Effective internal communication*. Kogan Page Publishers.

Sorkun, M. F., Hüseyinoğlu, I. Ö. Y., & Börühan, G. (2020). Omni-channel capability and customer satisfaction: mediating roles of flexibility and operational logistics service quality. *International Journal of Retail & Distribution Management*, *48*(6), 629–648. https://doi.org/10.1108/ijrdm-07-2019-0235

Stavros, C., Meng, M. D., Westberg, K., & Farrelly, F. (2014). Understanding fan motivation for interacting on social media. *Sport Management Review*, *17*(4), 455–469. https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.11.004

Sutton, W. A., McDonald, M. A., Milne, G. R., & Cimperman, J. (1997). Creating and fostering fan identification in professional sports. *Sport Marketing Quarterly*, *6*.

Teo, L. T., Leng, H. K., & Phua, P. Y. X. (2019). Marketing on Instagram. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, *20*(2), 321–332. https://doi.org/10.1108/ijsms-04-2018-0028

Theaker, A. (2001). *The Public Relations Handbook*. Routledge.

Theodora, N. (2021). Relationship between integrated marketing communication and brand equity. *International Journal of Social Science and Business*, *5*, 278–283. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/33782/19782

Underwood, R., Bond, E., & Baer, R. (2001). Building Service Brands via Social Identity: Lessons from the Sports Marketplace. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, *9*(1), 1–13. https://doi.org/10.1080/10696679.2001.11501881

Valentini, C. (2015). Is using social media "good" for the public relations profession? A critical reflection. *Public Relations Review*, *41*(2), 170–177. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.11.009

Van Ruler, B., & Körver, F. (2019). *The Communication Strategy Handbook*. https://doi.org/10.3726/b13518

Visit Madeira. (n.d.). *Caminhadas na Madeira*. https://visitmadeira.com/pt/o-que-fazer/exploradores-da-natureza/atividades/caminhadas/

Volk, S. C., Berger, K., Zerfaß, A., Bisswanger, L., Fetzer, M., & Köhler, K. (2017). How to play the game. Strategic tools for managing corporate communications and

creating value for your organization. *Communication Insights*. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/178665/1/communication-insights-3.pdf

Walker, M., Kent, A., & Vincent, J. (2010). Communicating Socially Responsible Initiatives: An analysis of U.S. professional teams. *Sport Marketing Quarterly*, *19*, 187–195.

Wallace, E., Buil, I., & De Chernatony, L. (2014). Consumer engagement with self-expressive brands: brand love and WOM outcomes. *Journal of Product & Brand Management*, *23*(1), 33–42. https://doi.org/10.1108/jpbm-06-2013-0326

Wallace, L., Wilson, J., & Miloch, K. (2011). Sporting Facebook: A content analysis of NCAA organizational sport pages and Big 12 Conference Athletic Department pages. *International Journal of Sport Communication*, *4*(4), 422–444. https://doi.org/10.1123/ijsc.4.4.422

Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*.

Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, *35*(2), 102–106. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.01.006

Watkins, B. (2014). An Integrated Approach to Sports Branding: Examining the Influence of Social Media on Brand Outcomes. *International Journal of Integrated Marketing Communications*, 30–40.

Webster, N. (1984). *Webster's Ninth New Collegiate Dictionary*. Merriam-Webster.

What is corporate social responsibility 4 types. (2021, April 8). Business Insights Blog. https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility

Williams, J., & Chinn, S. J. (2010). Meeting Relationship-Marketing Goals Through Social Media: A Conceptual model for sport Marketers. *International Journal of Sport Communication*, *3*(4), 422–437. https://doi.org/10.1123/ijsc.3.4.422

Zerfass, A. (2008). Corporate Communication Revisited: Integrating Business Strategy and Strategic Communication. In *VS Verlag für Sozialwissenschaften eBooks* (pp. 65–96). https://doi.org/10.1007/978-3-531-90918-9_5

Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic Communication: Defining the Field and its Contribution to Research and Practice. *International Journal of Strategic Communication*, *12*(4), 487–505. https://doi.org/10.1080/1553118x.2018.1493485

zerozero.pt. (n.d.-a). *Nacional 2020/2021 :: Portugal :: Perfil da Equipa :: zerozero.pt*. www.zerozero.pt. https://www.zerozero.pt/equipa/nacional/27?epoca_id=150

zerozero.pt. (n.d.-b). *Nacional 2022/2023 :: Portugal :: Perfil da Equipa :: zerozero.pt*. www.zerozero.pt. https://www.zerozero.pt/equipa/nacional/27?epoca_id=152

Apêndices

Apêndice A- Guião da Entrevista Exploratória a Saturnino Sousa, Diretor de Comunicação do Clube Desportivo Nacional entre 2009 e 2023.

Introdução

Explicação do propósito da entrevista no âmbito da investigação

Trajetória Académica e Profissional do Entrevistado; Responsabilidades

P1: Qual foi a sua formação académica e a sua experiência profissional antes de assumir o cargo de diretor de comunicação do Clube Desportivo Nacional?

P2: Durante quanto tempo desempenhou o cargo de Diretor de Comunicação do Clube Desportivo Nacional?

P3: Como descreve as suas responsabilidades enquanto Diretor de Comunicação?

Visão Geral da Estratégia de Comunicação Digital

P4: Como descreveria a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional durante as temporadas 2020/2021e 2021/2022?

P5: Quais foram os principais objetivos da comunicação digital durante essas temporadas?

P6: De que forma a estratégia de comunicação digital do clube esteve alinhada com os objetivos gerais da marca e imagem do Clube Desportivo Nacional?

P7: De que forma a descida de divisão afetou a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional?

P8: Houve alguma mudança significativa na abordagem de comunicação após a descida de divisão? Se sim em que aspetos?

P9: Quais foram as principais diferenças na estratégia de comunicação digital antes e depois da descida de divisão?

P10: Qual foi o papel dos patrocinadores na estratégia de comunicação digital do clube durante este período?

Redes Sociais do Clube Desportivo Nacional

P11: Quais foram as redes sociais prioritárias para o clube durante esse período? E porquê?

P12: Que tipo de conteúdo foi produzido e partilhado nas redes sociais do clube durante as temporadas em questão?

P13: Que estratégia foi utilizada nas redes sociais de forma a garantir uma presença digital consistente e relevante durante os momentos de baixo desempenho desportivo?

P14: Houve alguma campanha ou iniciativa de marketing nas redes sociais que mereça destaque durante este período? Caso haja, qual foi e porque merece ser destacada?

P15: Que métricas foram utilizadas para avaliar o sucesso da estratégia de comunicação digital?

Relação do Clube com os Adeptos

P16: Que estratégias foram implementadas para promover a interatividade e o *engagement* com os adeptos?

P17: De que forma a estratégia de comunicação digital do clube contribuiu para a manutenção do envolvimento dos adeptos durante as temporadas 2020/2021 e 2021/2022?

P18: Qual foi o *feedback* recebido dos adeptos em relação à comunicação digital do Clube Desportivo Nacional?

P19: Houve alguma adaptação em relação à estratégia inicial de comunicação devido ao *feedback* dos adeptos?

Apêndice B- Guião da Entrevista Exploratória a Frederico Melim, Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional desde 2021.

Introdução

Explicação do propósito da entrevista no âmbito da investigação

Trajetória Académica e Profissional do Entrevistado; Responsabilidades

P1: Qual foi a sua formação académica e a sua experiência profissional antes de assumir o cargo de Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional?

P2: Há quanto tempo desempenha o cargo de Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional? Como descreve as suas responsabilidades enquanto Vice-Presidente?

Visão Geral da Estratégia de Comunicação Digital

P3: Qual foi a estratégia de comunicação digital definida pela direção do Clube Desportivo Nacional para a época 2021/2022?

P4: Qual foi o impacto da descida de divisão na estratégia de comunicação digital do clube?

P5: Houve alguma mudança na estratégia de comunicação digital com a sua entrada como Vice-Presidente? Se sim, quais foram essas mudanças?

P6: Quais foram os objetivos que a direção quis alcançar com a comunicação digital do clube na época 2021/2022?

P7: Qual foi o impacto da estratégia de comunicação digital no valor de marca do Clube Desportivo Nacional?

P8: Em que medida a estratégia de comunicação digital definida pela direção foi influenciada pelos patrocinadores?

Canais de Comunicação do Clube Desportivo Nacional

P9: Quais foram os canais de comunicação prioritários definidos pela direção para a época 2021/2022?

P10: Que tipo de conteúdo foi pretendido pela direção para esses canais de comunicação?

P11: Houve alguma campanha ou iniciativa de marketing nas redes sociais que mereça destaque durante este período? Caso haja, qual foi e porque merece ser destacada?

P12: Que métricas foram utilizadas pela direção para avaliar a estratégia de comunicação digital?

Relação do Clube com os Adeptos

P13: De que forma a estratégia de comunicação digital do clube contribuiu para a manutenção do envolvimento dos adeptos durante a temporada 2021/2022?

P14: Que importância é atribuída à comunicação digital para o envolvimento dos adeptos com o clube por parte da direção do Clube Desportivo Nacional?

P15: Durante a época 2021/2022 como descreve a relação do clube com os adeptos nas redes sociais?

Apêndice C- Transcrição da Entrevista Exploratória Saturnino Sousa, Diretor de Comunicação do Clube Desportivo Nacional entre 2009 e 2023.

P1: Há quanto tempo desempenha o cargo de diretor de comunicação do Clube Desportivo Nacional da Madeira?

Fui responsável pela comunicação do Clube Desportivo Nacional desde setembro de 2009, altura em que iniciei funções e tive com essa responsabilidade de forma direta até à altura da minha saída a 31 de agosto de 2023. Assim, fui eu o responsável pela comunicação nessas duas épocas (2020/2021 e 2021/2022). Para além da área de comunicação, acumulava outras funções dentro da estrutura do clube, nomeadamente era diretor geral do clube.

P2: Como descreveria a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional durante as temporadas 2020/2021 e 2021/2022?

A estratégia de comunicação passou muito por aquilo que é a prestação da equipa sénior. O que tem mais interesse, o que dá mais motivação e mais emoção aos adeptos, são os resultados da equipa sénior. Pode-se dividir a nossa estratégia de comunicação em três grandes áreas, a primeira, o acompanhamento das modalidades amadoras do clube, a segunda era o futebol de formação e a terceira, a mais visível, o futebol sénior.

A estratégia passou sempre por tentar divulgar ao máximo todas as atividades do clube em termos globais, porque o Nacional não é só futebol. No que respeita ao futebol profissional, utilizámos um conjunto de estratégias: *posts* frequentes nas redes sociais de forma a manter sempre as pessoas com informação, mantendo-as interessadas no dia a dia do clube. O *Facebook* e o *Instagram* foram as redes mais usadas, mas também o canal do *Youtube* que usámos para tentar produzir um conjunto de conteúdos que ajudassem a manter o interesse das pessoas. Tentámos sempre fazer ações para mobilizar os adeptos com o objetivo que estes apoiassem sempre a equipa.

É óbvio que a época 2020/2021 foi uma época complicada, porque ainda havia resquícios da pandemia de Covid-19. Por isso, houve um conjunto de condicionantes, como por exemplo, a circunstância de ter pouco público no estádio, o que tornou ainda mais importante, a necessidade de comunicação através das redes sociais. A própria época começou mais tarde, só começou em setembro. Estas condicionantes limitaram-nos em termos da presença de público, mas desafiou-nos em termos de criatividade e de iniciativas.

Nessa época de 2020/2021, a descida de divisão criou-nos um problema acrescido. Com o passar do tempo, a situação ficou mais complicada a nível classificativo, os adeptos foram ficando mais dececionados e houve uma menor mobilização de adeptos. Assim, houve um esforço para tentar criar uma onda positiva de mobilização.

No segundo ano, a perspetiva era de subida e implementámos uma abordagem diferente. Tentámos construir uma narrativa e passar a mensagem de que o clube estava forte e que, com o apoio dos adeptos, era possível alcançar a subida de divisão. Infelizmente a nível desportivo, a época começou muito mal, houve uma mudança de treinador o que dificultou a situação do clube. Mas essa mudança não teve o resultado que estávamos à espera. Devido a toda esta situação, chegámos a uma fase da época em que era difícil mobilizar os adeptos.

P3: De que forma a descida de divisão afetou a estratégia de comunicação digital do Clube Desportivo Nacional?

A grande diferença acabou por ser a questão orçamental. O facto de termos estado num sobe e desce quase contínuo, obrigou-nos a reformular a estratégia e acima de tudo, o nosso quadro de pessoal. Tivemos de reduzir custos. Nos anos em que subimos, tínhamos alguns encargos financeiros porque na segunda liga não tínhamos sido capazes de pagar tudo o que era dividas. Portanto, quando estivemos na primeira liga, ainda trazíamos passivo da época anterior na segunda liga, e tivemos de gerir essa situação. Portanto, desde logo não deu para contratar pessoal. Quando descemos, ainda tivemos mais dificuldades. O que tentámos fazer, foi com menos recursos tentar manter um fluxo de comunicação constante com todos os aspetos da vida do clube, para os divulgar e tentar sempre realçar dois aspetos: o primeiro, a qualidade e a ambição da equipa sénior, e o segundo, a qualidade do trabalho na formação e nas modalidades amadoras. Embora SAD e clube sejam duas entidades diferentes, os adeptos não fazem essa separação, para eles é tudo o Nacional.

A estratégia foi ter uma comunicação que procurava agregar e motivar os adeptos a estarem presentes seja fisicamente ou através das redes sociais, acompanharem o clube e estarem presentes nos momentos mais importantes da sua vida. A nível de estratégia, acabou por não haver muitas alterações entre uma e outra época, porque os recursos eram poucos. Fomos usando as estratégias que tínhamos disponíveis, sempre na mesma lógica de agregação e motivação.

P4: Qual foi o papel dos patrocinadores na estratégia de comunicação digital do clube durante este período?

Há um patrocinador logo à partida que teria de ser sempre valorizado na nossa comunicação que é o Governo Regional da Madeira, porque decorre de obrigações contratuais. Somos "obrigados" a promover a Madeira como destino turístico, e bem assim, as iniciativas do governo e outros assuntos desse género. Com os restantes patrocinadores, partilhávamos *posts* nas redes sociais dos patrocinadores em alguns momentos marcantes da equipa sénior. Havia alguns patrocinadores que tinham esse assunto contratualizado. De forma geral, tentámos sempre estabelecer um mínimo de visibilidade aos patrocinadores nas redes sociais, porque esse aspeto é cada vez mais fundamental. Não basta ter o nome do patrocinador na camisola ou numa faixa no estádio, claro que é importante, mas a divulgação diária ou muito frequente dos patrocinadores esteve sempre presente nas redes sociais do clube.

P5: Quais foram as redes sociais prioritárias para o clube durante esse período? E porquê?

O *Facebook* e o *Instagram*. O *Youtube* também, como forma de criar um conjunto de conteúdos. Queríamos ter produzido mais e a ideia inicial até era ter mais, só que surgiram as limitações a nível orçamental referidas anteriormente.

Um dos conteúdos que teve grande sucesso e que correu muito bem a nível de visualizações, foi um conjunto de episódios que fizemos sobre a subida de divisão na época de 2019/2020. Era uma espécie de documentário chamado "Somos de Primeira" com vários episódios sobre momentos marcantes ao longo da época e com entrevistas a jogadores, treinador e presidente. Foi uma iniciativa que resultou muito bem e era o tipo de conteúdo que queríamos continuar a divulgar. Com a obrigatoriedade de redução de custos e com a escassez de meios humanos, a situação foi-se complicando e tivemos de reduzir para o mínimo, esse tipo de conteúdos. A produção de conteúdos no *Youtube* foi muito reduzida, passou a ser apenas a transmissão em direto das conferências de imprensa e de jogos da formação. Assim, a comunicação passou a ser apenas focada no *Instagram* e no *Facebook*.

P6: Que tipo de conteúdo foi produzido e partilhado nas redes sociais do clube durante as temporadas em questão?

Essencialmente a divulgação e cobertura de eventos, alguns produtos do marketing do clube, campanhas para os sócios, campanhas de venda na loja do clube e foram também partilhados conteúdos dos patrocinadores.

A divulgação das conferências de imprensa de antevisão, divulgação de iniciativas desenvolvidas pelo clube, o acompanhamento exaustivo dos jogos da equipa sénior com *posts* de divulgação do jogo, *posts* do pré jogo, do onze, dos golos, do resultado, do aniversário dos jogadores. Houve um acompanhamento muito mais detalhado na equipa sénior de futebol que foi intercalado com informação sobre o futebol de formação e as modalidades amadoras.

Fizemos também uma reformulação do *site* onde tínhamos um sistema em que a notícias publicadas no *site* eram automaticamente partilhadas no *Instagram* e *Facebook*, e assim as notícias eram partilhadas em simultâneo nestes três canais digitais. Com isso, tentámos abranger um leque mais alargado de pessoas. As pessoas mais "tradicionais" iam ao *site* oficial, tínhamos muita gente no *Facebook* e um público mais jovem no *Instagram*. Tentámos desta forma ter uma política abrangente que chegasse aos vários públicos.

P7: Houve alguma campanha ou iniciativa de marketing nas redes sociais que mereça destaque durante este período? Caso haja, qual foi e porque merece ser destacada?

Na altura da pandemia, o Cristiano Ronaldo passou uns meses na Madeira e fazia alguns treinos no nosso estádio. Tivemos a oportunidade de lhe mostrar o museu onde existe uma zona que fala sobre ele. Tirámos algumas fotografias com a autorização dele e o próprio tomou a iniciativa de as partilhar na sua conta pessoal no *Instagram,* tendo aí identificado a conta oficial do clube. Após esta partilha, passámos de 5000 seguidores para 150.000, foi algo extraordinário. Atualmente, continua a ter um grande impacto, pois é uma figura extremamente mediática e potencia muito a imagem do Nacional, o facto de estarmos associados à imagem dele. Sempre que se justifica, fazemos referência ao Cristiano nas redes sociais. Mas tivemos sempre o cuidado de não explorar em demasia a imagem do Cristiano. Mas é uma grande mais-valia, o facto dele estar associado ao Nacional.

P8: Que métricas foram utilizadas para avaliar o sucesso da estratégia de comunicação digital?

Fazíamos sempre uma avaliação. O nosso *site* dava-nos estatísticas no que dizia respeito à utilização do *site*, no qual tínhamos muitas visualizações. Nas redes sociais, fazíamos também uma monotorização e utilizávamos essas estatísticas para abordar alguns patrocinadores, para justificar futuros investimentos nesta área.

P9: Que estratégias foram implementadas para promover a interatividade e o *engagement* com os adeptos?

Confesso que falhámos um pouco nesse aspeto. Nós, em anos anteriores, tínhamos conseguido produzir um grande número de conteúdos que apelavam à participação dos adeptos, como por exemplo: entrevistas com os jogadores nas redes sociais, permitindo aos adeptos colocar questões e depois os jogadores respondiam a essas perguntas.

Os maus resultados desportivos são desvantajosos, na medida em que se verifica uma grande exposição mediática, mas que não é positiva, e por isso torna-se contraproducente. Quando se ganha, toda a gente gosta de ir para as redes sociais, com perguntas simpáticas e dar os parabéns à equipa. Quando se perde, as consequências são muito mais complicadas, porque os adeptos não gostam de perder. Por isso, na fase final da temporada que culminou com a descida de divisão, houve algum recato nas publicações no sentido de evitar demasiada exposição.

No início da época seguinte, tentámos alavancar o clube, com o lançamento de campanhas de sócio e de campanhas de *merchandising*. Houve um conjunto de iniciativas que foram realizadas no sentido de aproveitar a narrativa de "Vamos subir juntos!". Quando a nível desportivo, a época começou a correr mal, houve a necessidade de reajustar a estratégia de comunicação de forma que a exposição fosse menor.

P10: Qual foi o *feedback* recebido dos adeptos em relação à comunicação digital do Clube Desportivo Nacional?

Globalmente, é positiva. Nós conseguimos criar algumas iniciativas interessantes e em geral, considerando as nossas limitações de pessoal (pois apenas tínhamos duas pessoas a trabalhar no departamento de comunicação). A comunicação, embora fosse uma vertente fundamental, e é verdade que era, foi limitada por falta de recursos na produção de conteúdos. Em termos gerais, conseguimos ter um *feedback* positivo em relação aos *posts* que eram partilhados.

P11: Houve alguma adaptação em relação à estratégia inicial de comunicação devido ao *feedback* dos adeptos?

Sim, em vários aspetos. Por exemplo, houve uma altura em que uma das críticas que nos faziam era a de que dávamos pouca visibilidade às modalidades amadoras do clube. Foi um dos aspetos que tentámos ajustar em função daquilo que era a atividade da secção, e começámos a fazer *posts* mais frequentes sobre a natação, a ginástica etc... Apesar da falta de recursos nos limitar, fomos sempre ajustando consoante aquilo que era a opinião dos adeptos e a nossa própria perceção.

Apêndice D- Transcrição da Entrevista Exploratória a Frederico Melim, Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional desde 2021.

P1: Qual foi a sua formação académica e a sua experiência profissional antes de assumir o cargo de Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional?

Em relação à formação académica, sou licenciado em gestão pela Universidade Católica Portuguesa. Toda a minha experiência profissional foi relacionada com auditoria financeira, durante 10 anos trabalhei na Deloitte e na EY (Ernst & Young).

P2: Há quanto tempo desempenha o cargo de Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional? Como descreve as suas responsabilidades enquanto Vice-Presidente?

Desde Junho de 2021 que desempenho o cargo de Vice-Presidente do Clube Desportivo Nacional. Comecei em funções no início da época 2021/2022, quando começou este triénio do mandato.

Em relação às minhas funções, sou responsável pelas relações internacionais, ou seja, apesar de ser um clube mais regional e de não ter um alcance mundial ou até europeu. Em Portugal, os únicos clubes que conseguem ter esse alcance é só o Sport Lisboa e Benfica, o Sporting Clube de Portugal e o Futebol Clube do Porto. As minhas funções são tentar identificar possíveis relações com clubes e também tentar perceber em que tipo de mercados faz sentido criar uma delegação do CD Nacional, dependendo do número de pessoas que habitem nesse país e que possam ser sócias do clube.

Não obstante, sendo o Clube Desportivo Nacional um clube mais pequeno tenho também como funções ajudar em tudo o que for preciso no dia a dia do clube em relação a tarefas de menor dimensão. Por exemplo, reativar as casas do Nacional nos diferentes concelhos da Ilha da Madeira, incluindo o Porto Santo, um projeto que estava um pouco ao abandono. As casas são bares, restaurantes ou algo semelhante onde estabelecemos uma parceria e colocamos lá produtos com *merchandising* do clube.

Quando há jogos, muitas vezes, dependendo das circunstâncias sou o responsável de forma informal no relacionamento com os adeptos mais especificamente com a claque "Armada Alvinegra" no tratamento de bilhética.

Para obter a certificação de 5 estrelas para entidades formadoras, o Clube Desportivo Nacional que é dos poucos que ainda tem essas 5 estrelas, é necessária uma certificação da

bandeira da ética. Esta certificação é efetuada por um organismo independente que verifica se os parâmetros pré-estabelecidos estão a ser cumpridos. Assim, assumi essa responsabilidade de ser coordenador de ética do clube.

P3: Qual foi a estratégia de comunicação digital definida pela direção do Clube Desportivo Nacional para a época 2021/2022?

A mensagem da direção foi muito de acordo com aquilo que foi a campanha da nossa lista que acabou por ganhar as eleições. Tratou-se de uma ambição responsável, ou seja, dado que o clube não respirava saúde financeira, tínhamos a ambição de voltar à 1ª divisão mas de forma responsável, não cometendo loucuras e não colocando em causa a continuidade do clube, essa foi a mensagem principal, era também o *slogan* da nossa campanha e acabou por ser o *slogan* do mandato.

P4: Qual foi o impacto da descida de divisão na estratégia de comunicação digital do clube?

O impacto da descida de divisão foi fundamentalmente a nível financeiro. Além disso, exigiu muito mais ao clube a nível de comunicação para atrair pessoas para assistirem aos jogos. Porque os jogos são o produto principal e com a descida de divisão esse produto tornou-se menos atrativo.

Porém todos nós (direção) sempre sentimos uma dificuldade que por muito esforços que fossem feitos, não estou a dizer que foi tudo bem feito e de forma perfeita, era muito difícil de alcançar o nosso público-alvo. A nossa sensação é que por muito que melhores a comunicação, por muitos canais que tu tentes, tu só atrais a ver os jogos do Nacional pessoas que gostam verdadeiramente do clube. Se o espetáculo for bom e se o clube estiver bem aí atrais mais pessoas ligadas ao clube.

P5: Houve alguma mudança na estratégia de comunicação digital com a sua entrada como Vice-Presidente? Se sim, quais foram essas mudanças?

Eu não te consigo dizer detalhadamente o que se passava antes no clube pois não fazia parte da direção. Não acho que tenha havido uma grande alteração em termos de estratégia de comunicação porque o nosso foco era financeiro e desportivo. Isto também é uma opinião pessoal, mas acho que os principais momentos para atacar com a comunicação

num clube como o Nacional, são os momentos de sucesso, por exemplo este que estamos a ter agora (Subida à 1ª divisão na época 2023/2024). Acho que isso era algo que poderia ter sido efetuado de uma forma melhor quando tivemos outras subidas de divisão e é algo que vamos fazer agora, tentar angariar sócios.

P7: Qual foi o impacto da estratégia de comunicação digital no valor de marca do Clube Desportivo Nacional?

Obviamente que a comunicação traz mais *engagement* e aumenta o valor da marca do clube. Eu acho que num clube em que a base são os sócios, não tanto os simpatizantes. Tens muitos simpatizantes, mas ao contrário de um Benfica, Sporting, Porto, Braga e Guimarães tens muitas pessoas fora da base dos sócios em que a comunicação é muito importante para chegar a elas. Essas pessoas em termos de marketing para compra de *merchandising* essa comunicação são fundamentais.

No nosso caso, acho que é fundamental saber ler os *timings* até porque os recursos são muitos limitados no nosso clube. É necessário perceber que nos momentos de sucesso os simpatizantes transformam-se em adeptos e é preciso cativá-los para nunca mais saírem ao oferecer a experiência de irem ao estádio, de estarem presentes, no fundo tornar essa experiência boa e fazer uma comunicação nesse sentido.

Como é obvio que a comunicação afeta o valor de marca. Num clube com a dimensão do Nacional da Madeira o valor de marca está muito associado ao sucesso desportivo porque a marca do clube também se valoriza através do conhecimento de outras pessoas no estrangeiro, de quanto é falado por adeptos de outros clubes e isso vai acontecer não tanto pela comunicação, mas pelo sucesso desportivo.

P8: Em que medida a estratégia de comunicação digital definida pela direção foi influenciada pelos patrocinadores?

É muito à base do momento desportivo, ou seja, cumpres o que tens a cumprir porque está contratualizado com o patrocinador. Mas também se sentirmos que o patrocinador nos está a dar muito tentamos sempre retribuir de alguma forma. O mesmo acontece se tivermos boas relações.

P9: Quais foram os canais de comunicação prioritários definidos pela direção para a época 2021/2022?

Sem dúvida foram o *Facebook* e *Instagram*. Mas principalmente o *Instagram,* porque o *Facebook* está a cair um pouco em desuso. Mas neste momento vejo muito mais interação e promoção através do *Instagram* do que no *Facebook*

P10: Que tipo de conteúdo foi pretendido pela direção para esses canais de comunicação?

Confiamos muito na pessoa responsável pelo *marketing* porque na direção não temos uma influência tão direta. No entanto podemos sugerir conteúdos ao longo da época. Os principais conteúdos são: as modalidades amadoras; futebol de formação; futebol profissional; campanhas para os sócios; patrocinadores e eventos.

P11: Houve alguma campanha ou iniciativa de marketing nas redes sociais que mereça destaque durante este período? Caso haja, qual foi e porque merece ser destacada?

A publicação com o Cristiano Ronaldo. O Nacional tinha cerca de 20.000 seguidores no *Instagram* e neste momento o Nacional tem 400.000 seguidores. Em termos de marca e de valor marca é muito importante para nós. Não considero uma campanha pois foi utilizado apenas em um momento para promoção do clube.

P13: De que forma a estratégia de comunicação digital do clube contribuiu para a manutenção do envolvimento dos adeptos durante a temporada 2021/2022?

É importante para a estratégia de comunicação perceber o que é valorizado pelo sócio. É importante também perceber esse aspeto antes de se pensar na captação de sócios. O que o sócio do Nacional valoriza primeiramente é a lealdade do clube para com os adeptos.

Em primeiro lugar é necessário comunicar a renovação de quotas e o preço de quotas. E seguida, a questão de promover alguns eventos em jogos importantes. Adaptámos algumas vezes a nossa estratégia de comunicação para jogos em que não se esperavam muitos adeptos com a oferta de bilhetes aos sócios.

O clube fez sempre questão de estabelecer uma comunicação interna com os adeptos em relação às deslocações a Portugal continental para apoiar a equipa. A oferta de bilhetes

para o jogo e da viagem de autocarro para os simpatizantes e sócios de forma a captar os simpatizantes, numa fase inicial.

P15: Durante a época 2021/2022 como descreve a relação do clube com os adeptos nas redes sociais?

Acho que é de louvar as reações dos adeptos, porque são muito boas. Mas também acho que está relacionado com o perfil de adepto do Nacional, o perfil do adepto do Nacional é de uma pessoa educada, de uma pessoa com princípios e valores.

Os adeptos apoiam-nos muito e incentivam-nos quando as coisas estão a correr bem e quando as coisas não estão a correr também há comentários negativos que na maior parte das vezes são críticas construtivas. Raramente há insultos, mas há sempre exceções à regra.

P19: Houve alguma adaptação em relação à estratégia inicial de comunicação devido ao *feedback* dos adeptos?

A questão da equipa B de futebol, que estava um pouco esquecida em termos de comunicação e podia ser mais relembrada. Algumas pessoas vieram-me dizer esse aspeto e nós alterámos.

Respondendo à pergunta de forma mais abstrata tudo o que é dito pelos adeptos a qualquer um dos membros da direção, é sempre discutido para ver se a ideia faz sentido.

Apêndice E- Análise de Conteúdo dos *posts* na página oficial do *Instagram* do Clube Desportivo Nacional nas épocas 2020/2021 e 2021/2022.

Categorias Subcategorias	**Clube**	**Futebol**	**Futebol de Formação**	**Equipa B**	**Modalidades Amadoras**
Acompanhamento dos jogos					
Acontecimentos do Jogo		262	26	3	
Constituição da Equipa		71			
Homem do Jogo		33			
Resultado Final		74	30	1	
Conferência de Imprensa					
Gestão de Expectativas		8			
Mensagem Positiva		48			
Justificação do Resultado		1			
Nota de Pesar		1			
Gestão de sucessos e insucessos					
Fatores condicionantes do insucesso		11			1
Realçar os benefícios obtidos pelo clube	1	10	3	1	10
Conquistas	3		2		24
Globalização e internacionalização da marca	3	2	1		
Promoção da Madeira como destino turístico	12				
Relação com adeptos					
Proporcionar sentimentos agradáveis ao publico	2	27			
Reforçar a identidade com o clube	14	182	8	3	16
Relação com stakeholders					
Relação com a comunidade (Responsabilidade Social)	13	17		1	
Relação com instituições políticas		3			
Relação com os media tradicionais	2				
Relações com outras organizações (patrocínios)		60			
Relação com a Liga Portugal	1	16			
Sessão de Treinos		94	16	1	1
Vantagem competitiva		4			3
Relação com a imagem de Cristiano Ronaldo	4				
Marcos Históricos					
Aniversário da Inauguração da Cidade Desportiva	3				
Aniversário do Clube	7		1		
Estreia da Equipa B				1	
Criação da Secção de Ciclismo					1
Subida de Divisão				2	
Merchandising					
Descontos	1				
Produtos	6				
Apresentação de Atletas, Treinadores e Dirigentes					
Apresentação de Contratações		25	1		
Apresentação de Equipa					3
Renovação de Contrato		3			
Comunicação Oficial do Clube					
Esclarecimento	6				
Nota de Pesar	5				
Protesto	1				
Agradecimento	1				
Eleições	6				
Aprovação de Relatórios	1				
Agenda					

Liga Portugal		5			
Eventos do Clube	2		1	1	10
Allianz Cup		1			
Competições Amadoras			2	1	14
Taça de Portugal		4			
Total de *Posts*	**94**	**962**	**91**	**15**	**83**

Apêndice F- Análise de Conteúdo dos *posts* na página oficial do *Instagram* do Clube Desportivo Nacional na época 2020/2021.

Categorias Subcategorias	**Clube**	**Futebol**	**Futebol de Formação**	**Equipa B**	**Modalidades Amadoras**	**Totais**
Acompanhamento dos jogos						**241**
Acontecimentos do Jogo		142				142
Constituição da Equipa		37				37
Homem do Jogo		21				21
Resultado Final		37	4			41
Conferência de Imprensa						**53**
Gestão de Expectativas		8				8
Mensagem Positiva		44				44
Justificação do Resultado		1				1
Nota de Pesar						0
Gestão de sucessos e insucessos						**41**
Fatores condicionantes do insucesso		10			1	11
Realçar os benefícios obtidos pelo clube	1	4			9	14
Conquistas	2				14	16
Globalização e internacionalização da marca	2	2				**4**
Promoção da Madeira como destino turístico	5					**5**
Relação com adeptos						**125**
Proporcionar sentimentos agradáveis ao publico		24				24
Reforçar a identidade com o clube	5	88			8	101
Relação com stakeholders						**54**
Relação com a comunidade (Responsabilidade Social)	7	9				16
Relação com instituições políticas		1				1
Relação com os media tradicionais	2					2
Relações com outras organizações (patrocínios)		33				33
Relação com a Liga Portugal		2				2
Sessão de Treinos		73			6	**79**
Vantagem competitiva		4			2	**6**
Relação com a imagem de Cristiano Ronaldo	3					**3**
Marcos Históricos						**7**
Aniversário da Inauguração da Cidade Desportiva	2					2
Aniversário do Clube	5					5
Estreia da Equipa B						0
Criação da Secção de Ciclismo						0
Subida de Divisão						0
Merchandising						**5**
Descontos	1					1
Produtos	4					4
Apresentação de Atletas, Treinadores e Dirigentes						**14**
Apresentação de Contratações		10				10
Apresentação de Equipa					3	3
Renovação de Contrato		1				1
Comunicação Oficial do Clube						**11**
Esclarecimento	4					4
Nota de Pesar	2					2
Protesto	1					1
Agradecimento	1					1
Eleições	2					2
Aprovação de Relatórios	1					1

Agenda						**14**
Liga Portugal		3				3
Eventos do Clube					4	4
Allianz Cup						0
Competições Amadoras					5	5
Taça de Portugal		2				2

Apêndice G- Análise de Conteúdo dos *posts* na página oficial do *Instagram* do Clube Desportivo Nacional na época 2021/2022.

Categorias Subcategorias	**Clube**	**Futebol**	**Futebol de Formação**	**Equipa B**	**Modalidades Amadoras**	**Totais**
Acompanhamento dos jogos						**259**
Acontecimentos do Jogo		120	26	3		149
Constituição da Equipa		34				34
Homem do Jogo		12				12
Resultado Final		37	26	1		64
Conferência de Imprensa						**5**
Gestão de Expectativas						0
Mensagem Positiva		4				4
Justificação do Resultado						0
Nota de Pesar		1				1
Gestão de sucessos e insucessos						**25**
Fatores condicionantes do insucesso		1				1
Realçar os benefícios obtidos pelo clube		6	3	1	1	11
Conquistas	1		2		10	13
Globalização e internacionalização da marca	1		1			**2**
Promoção da Madeira como destino turístico	7					**7**
Relação com adeptos						**127**
Proporcionar sentimentos agradáveis ao publico	2	3				5
Reforçar a identidade com o clube	9	94	8	3	8	122
Relação com stakeholders						**59**
Relação com a comunidade (Responsabilidade Social)	6	8		1		15
Relação com instituições políticas		2				2
Relação com os media tradicionais						0
Relações com outras organizações (patrocínios)		27				27
Relação com a Liga Portugal	1	14				15
Sessão de Treinos		21	10	1	1	**33**
Vantagem competitiva					1	**1**
Relação com a imagem de Cristiano Ronaldo	1					**1**
Marcos Históricos						**8**
Aniversário da Inauguração da Cidade Desportiva	1					1
Aniversário do Clube	2		1			3
Estreia da Equipa B				1		1
Criação da Secção de Ciclismo					1	1
Subida de Divisão				2		2
Merchandising						**2**
Descontos						0
Produtos	2					2
Apresentação de Atletas, Treinadores e Dirigentes						**18**
Apresentação de Contratações		15	1			16
Apresentação de Equipa						0
Renovação de Contrato		2				2
Comunicação Oficial do Clube						**9**
Esclarecimento	2					2
Nota de Pesar	3					3
Protesto						0
Agradecimento						0
Eleições	4					4
Aprovação de Relatórios						0

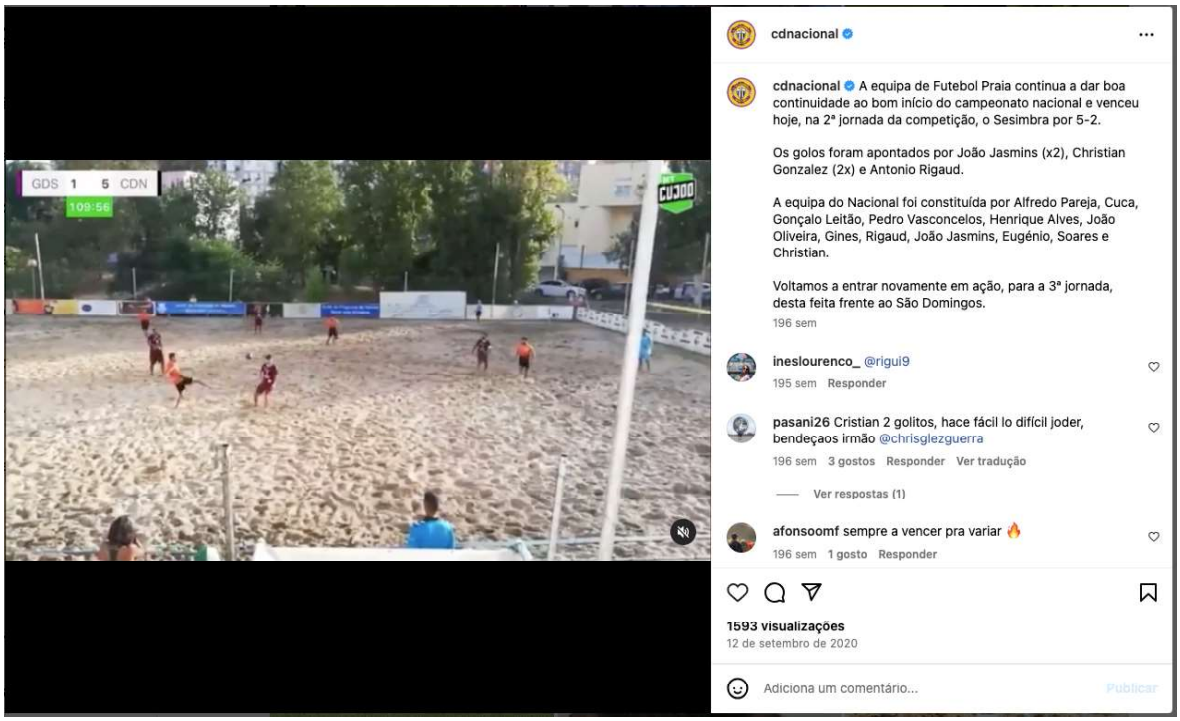
Agenda						**27**
Liga Portugal		2				2
Eventos do Clube	2		1		6	10
Allianz Cup		1				1
Competições Amadoras			2		9	12
Taça de Portugal		2				2

Anexos – Posts Analisados

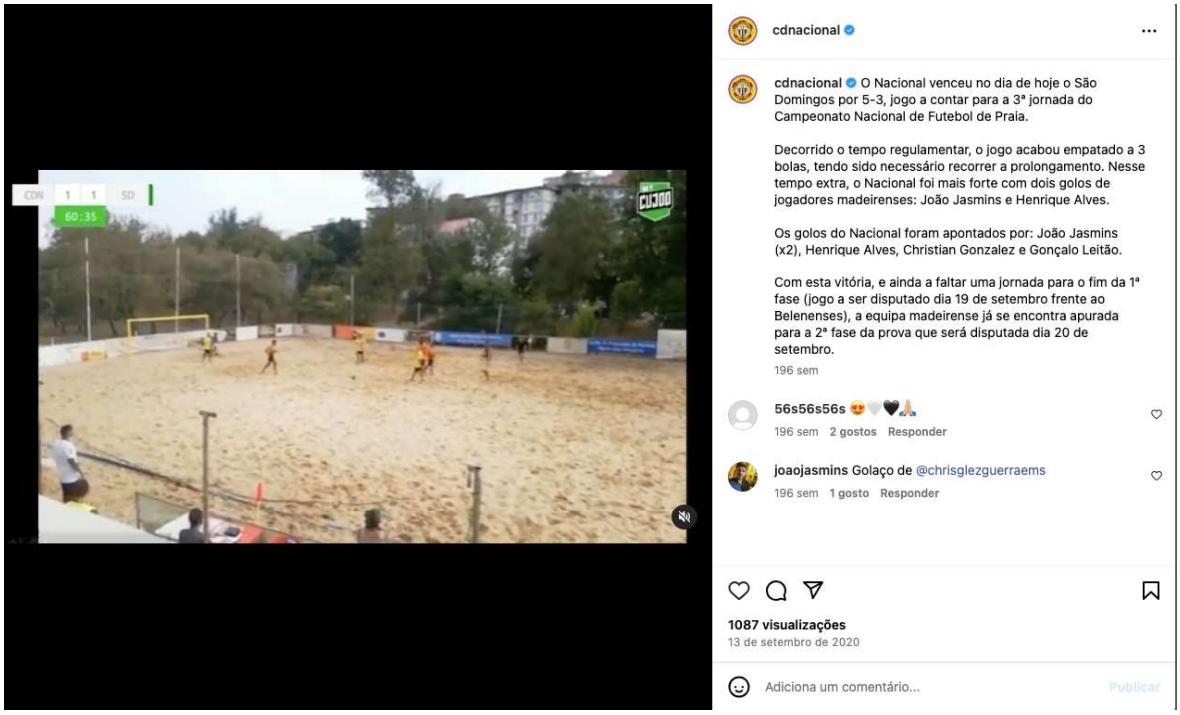
Post 1



Post 2



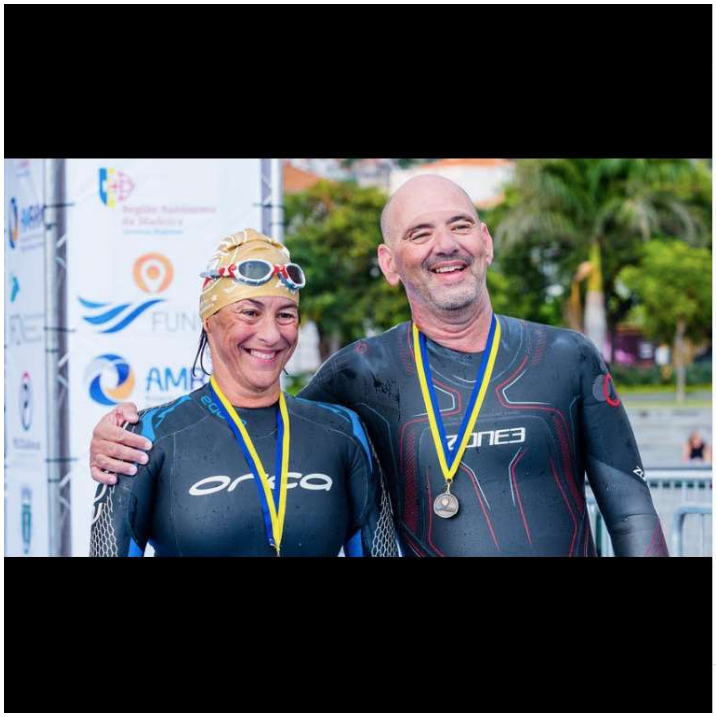
Post 3


cdnacional
cdnacional O Nacional venceu no dia de hoje o São Domingos por 5-3, jogo a contar para a 3ª jornada do Campeonato Nacional de Futebol de Praia.
Decorrido o tempo regulamentar, o jogo acabou empatado a 3 bolas, tendo sido necessário recorrer a prolongamento. Nesse tempo extra, o Nacional foi mais forte com dois golos de jogadores madeirenses: João Jasmins e Henrique Alves.
Os golos do Nacional foram apontados por: João Jasmins (x2), Henrique Alves, Christian Gonzalez e Gonçalo Leitão.
Com esta vitória, e ainda a faltar uma jornada para o fim da 1ª fase (jogo a ser disputado dia 19 de setembro frente ao Belenenses), a equipa madeirense já se encontra apurada para a 2ª fase da prova que será disputada dia 20 de setembro.
196 sem
56s56s56s
196 sem 2 gostos Responder
joaojasmins Golaço de @chrisglezguerraems
196 sem 1 gosto Responder
1087 visualizações
13 de setembro de 2020
Adiciona um comentário...
Publicar

Post 4


cdnacional
cdnacional Depois do dia de folga, ontem gozado, a equipa sénior de futebol do CD Nacional deu hoje continuidade à preparação para a 1ª jornada da Liga NOS, agendada para o próximo sábado, diante do Boavista, no Estádio da Madeira.
A sessão matinal decorreu no relvado do Campo do Centenário, com todos os jogadores disponíveis.
Antes passou pela sala de imprensa o defesa brasileiro Pedrão, que foi o porta-voz na habitual conferência, onde revelou que a equipa sente-se "preparada para a estreia no campeonato."
195 sem
carlazanellaaa Aiiii q lindooo
195 sem Responder
92vinivm Vamooooooos
195 sem 1 gosto Responder
rocnationsportsbrazil
195 sem Responder
1136 visualizações
14 de setembro de 2020
Adiciona um comentário...
Publicar

Post 5



cdnacional
Funchal

cdnacional Os nadadores do CD Nacional estiveram em excelente plano no MIUS, evento internacional que juntou 260 nadadores, e contou com a presença de três seleções: Brasil, Espanha e Portugal.

Apesar da prova rainha ser os 10 km, o grande desafio deste evento estava nos 30 km, (Calheta – Cais da Cidade), prova onde José Gois Ferreira foi o 3.º geral masculino e 1.º categoria.

Nos 5.000 metros (Ponta Gorda – Cais da Cidade) Luís Pedro Silva sagrou-se foi 1.º da geral masculino, enquanto que nos 1.000 metros (Barreirinha – Cais da Cidade) Oscar Melim foi 3º da geral masculino e 1.º na categoria;

O Clube Desportivo Nacional participou com 33 nadadores na prova.

195 sem

priv._jesseee Parabéns 🔥 se poderem passem pela minha página! 🇵🇹

195 sem Responder

Gostos: **jandreabreu** e **200 outras pessoas**

14 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 6



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Mais um dia de preparação a pensar no jogo do próximo sábado, com o Boavista. 🔜⚽

Amanhã há nova sessão de treino, a partir das 10h15.

195 sem

Para ti

motivational_phrases_00 Follows

195 sem Responder Ver tradução

nacional_l0vers Vamos com tudo 🙌💛

195 sem Responder

afonsoomf 😍😍

195 sem Responder

pedrosimassantos Desculpa

195 sem Responder

cherrylicious_11 🖤💛🖤💛🖤

195 sem Responder

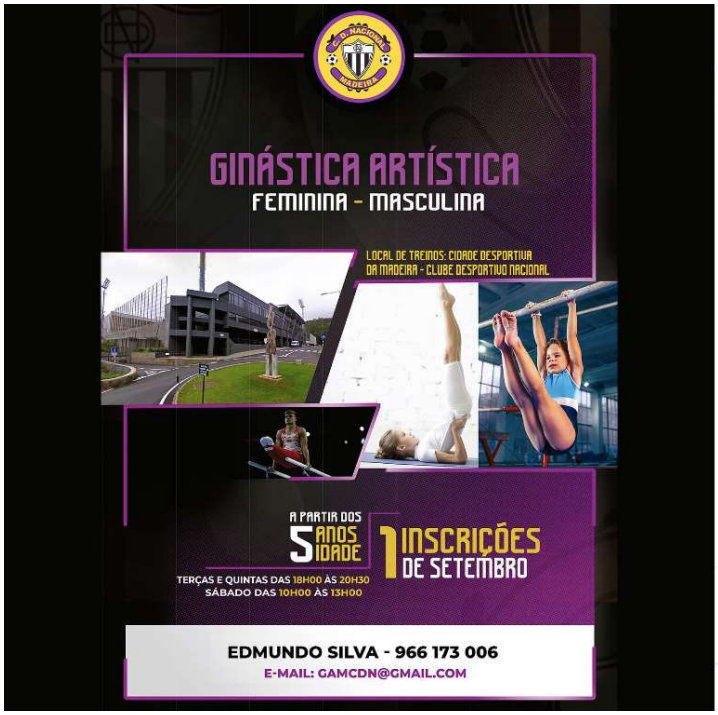
joaomoura_13 Amanhã no treino o Mister podia dar a tática com um quadro da @truecoachboards 👀

Gostos: **kenjigorre** e **502 outras pessoas**

15 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 7


GINÁSTICA ARTÍSTICA
FEMININA - MASCULINA
LOCAL DE TREINOS: CIDADE DESPORTIVA DA MADEIRA - CLUBE DESPORTIVO NACIONAL
A PARTIR DOS 5 ANOS IDADE
1 INSCRIÇÕES DE SETEMBRO
TERÇAS E QUINTAS DAS 18H00 ÀS 20H30
SÁBADO DAS 10H00 ÀS 13H00
EDMUNDO SILVA - 966 173 006
E-MAIL: GAMCDN@GMAIL.COM

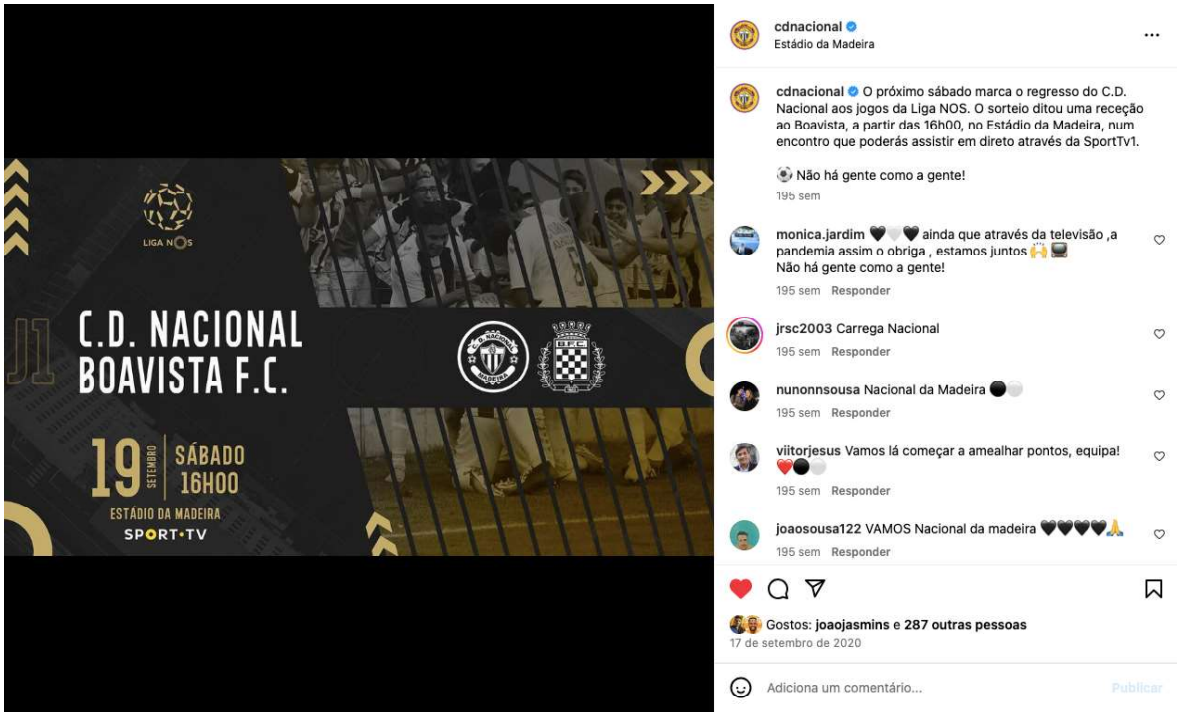

cdnacional
Estádio da Madeira
cdnacional Estão abertas as inscrições para a Secção de Ginástica Artística do C.D. Nacional. Os treinos decorrem desde o dia 1 de Setembro, no ginásio multi-usos da Cidade Desportiva, às 3.ª e 5.ª feiras (18h00 às 21h30) e aos sábados (10h00 às 13h00).
Vem treinar connosco!
195 sem
131 gostos
16 de setembro de 2020
Adiciona um comentário...
Publicar

Post 8




cdnacional
Estádio da Madeira
cdnacional Hoje foi dia de sessão única de treino para o plantel do CD Nacional, que decorreu no Estádio da Madeira à porta fechada e contou com a presença de todos os atletas do plantel.
Amanhã volta a realizar-se apenas um treino, de manhã, no relvado da DRJD, na Camacha.
195 sem
jose.ito04
195 sem Responder
jakictwins
195 sem Responder
nacional_l0vers somos grandes
195 sem Responder
Gostos: maneltrindade1 e 381 outras pessoas
16 de setembro de 2020
Adiciona um comentário...
Publicar

Post 9



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional O próximo sábado marca o regresso do C.D. Nacional aos jogos da Liga NOS. O sorteio ditou uma receção ao Boavista, a partir das 16h00, no Estádio da Madeira, num encontro que poderás assistir em direto através da SportTv1.

⚽ Não há gente como a gente!

195 sem

monica.jardim 🖤🤍🖤 ainda que através da televisão ,a pandemia assim o obriga , estamos juntos 🙌🖥️
Não há gente como a gente!
195 sem Responder

jrsc2003 Carrega Nacional
195 sem Responder

nunonnsousa Nacional da Madeira ⚫⚪
195 sem Responder

viitorjesus Vamos lá começar a amealhar pontos, equipa! ❤️⚫⚪
195 sem Responder

joaosousa122 VAMOS Nacional da madeira 🖤🖤🖤🖤🙏
195 sem Responder

Gostos: **joaojasmins** e **287 outras pessoas**
17 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 10



cdnacional

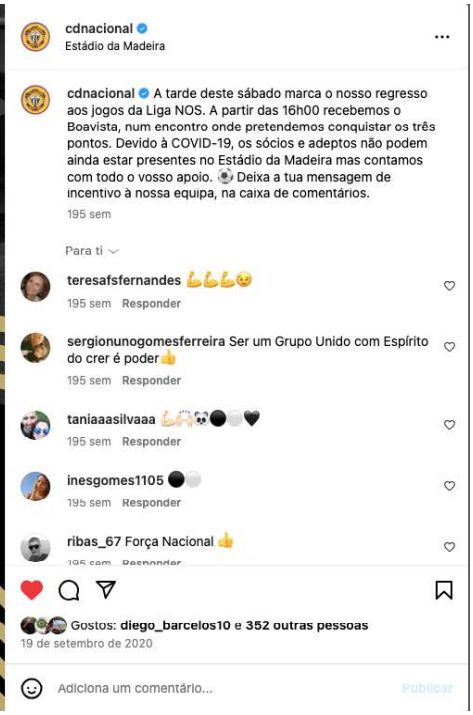
cdnacional A equipa sénior de futebol do CD Nacional estreia-se este sábado na Liga NOS, recebendo o Boavista. Luís Freire, treinador do Nacional, não espera um jogo fácil, mas na conferência de imprensa de lançamento do jogo, hoje realizada, o técnico assumiu que a sua equipa vai entrar em campo disposta a lutar pelos três pontos. ⚽
195 sem

625 visualizações
18 de setembro de 2020

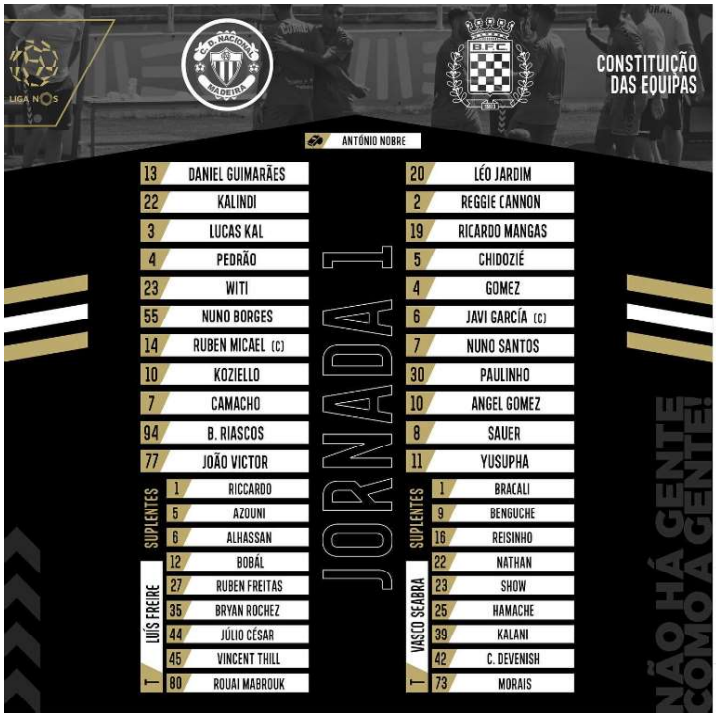
Adiciona um comentário... Publicar

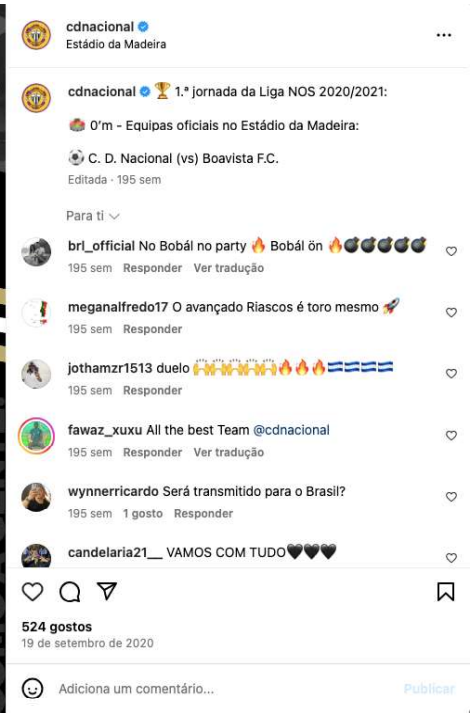
Post 11



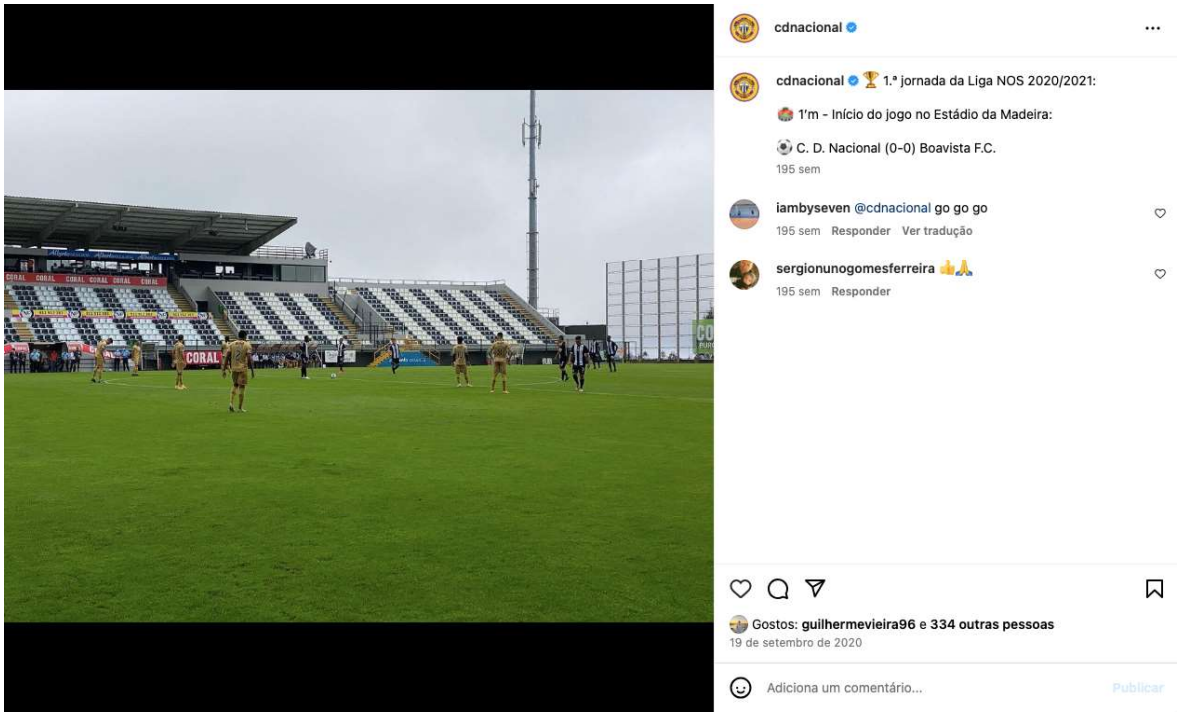


Post 12

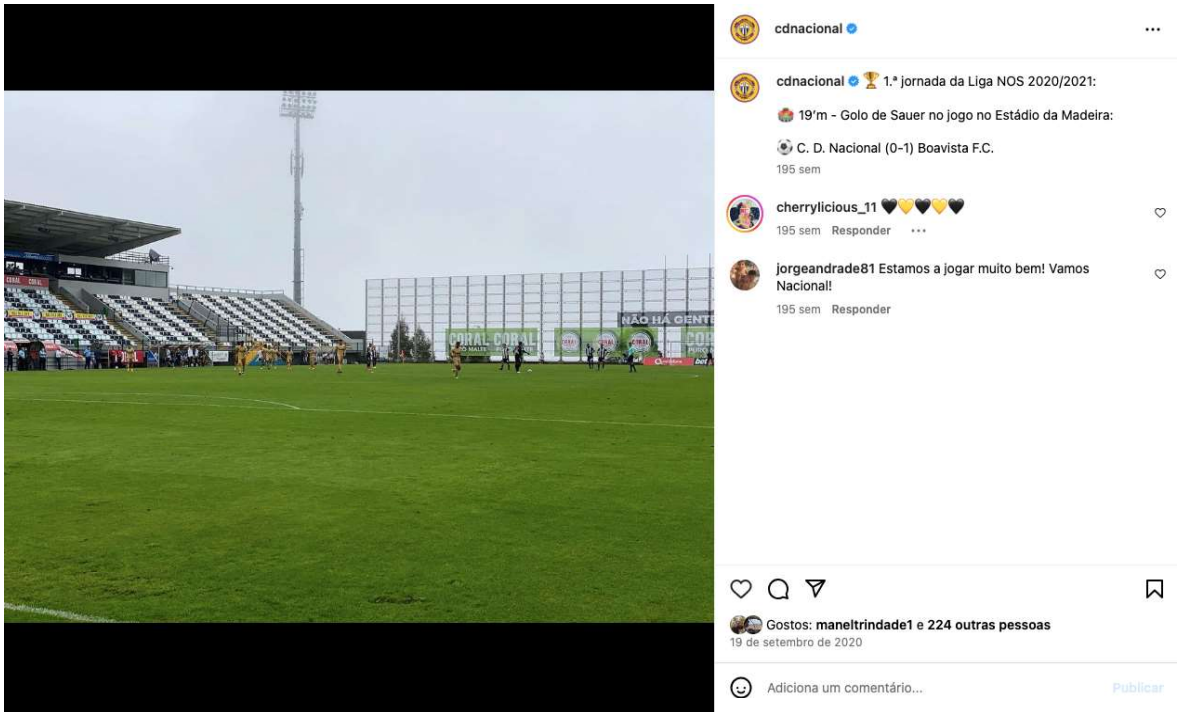




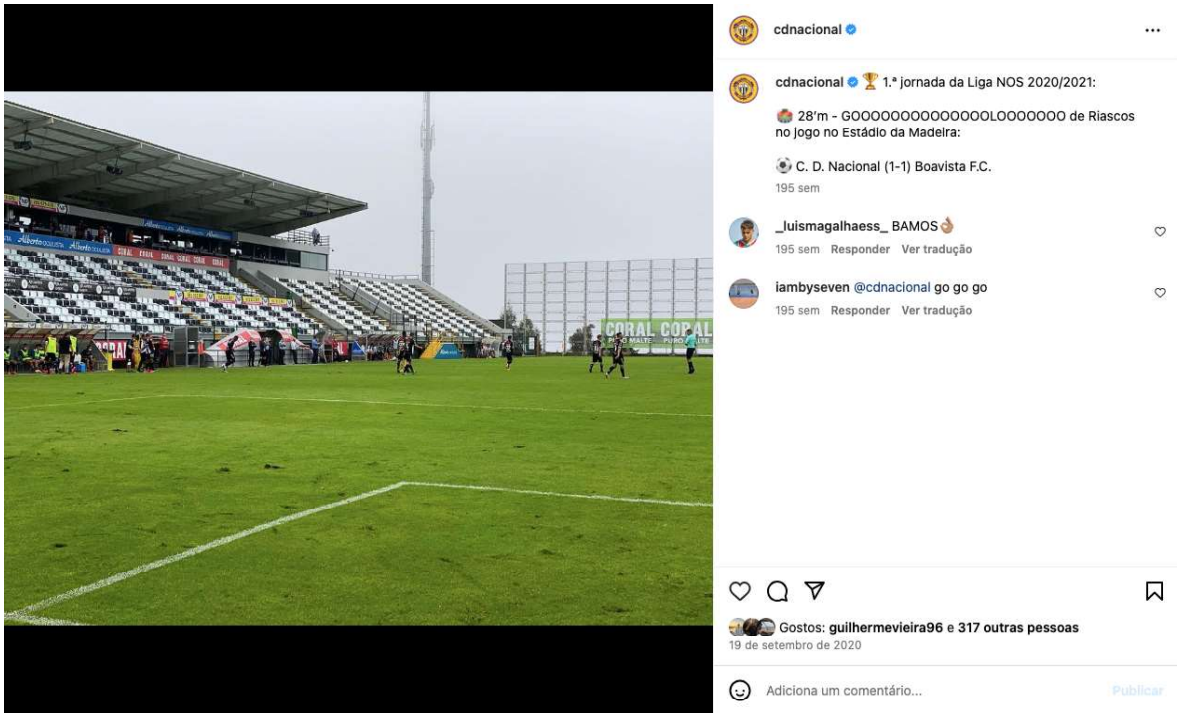
Post 13



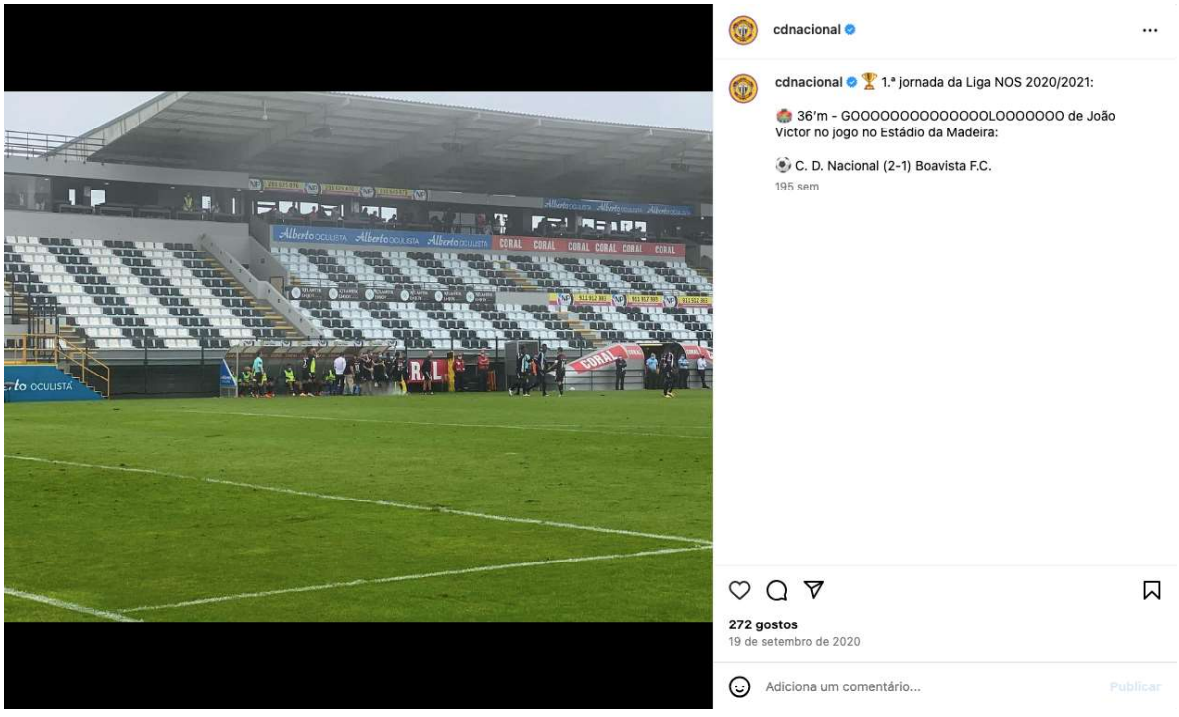
Post 14



Post 15



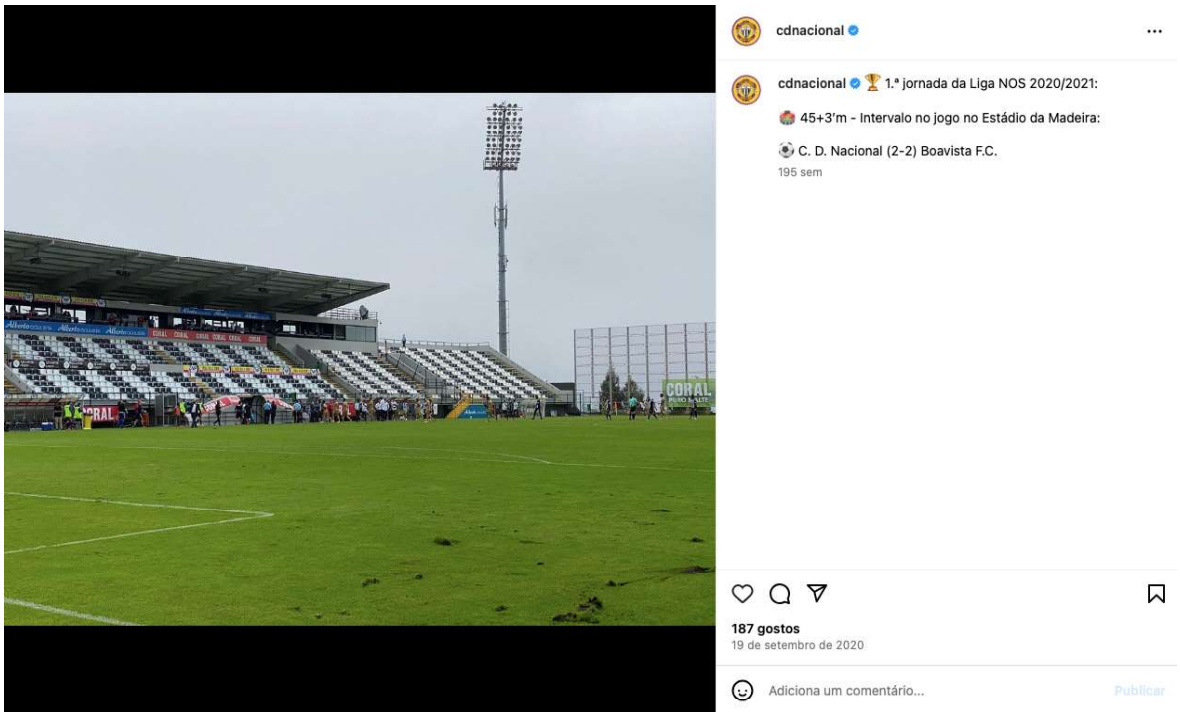
Post 16



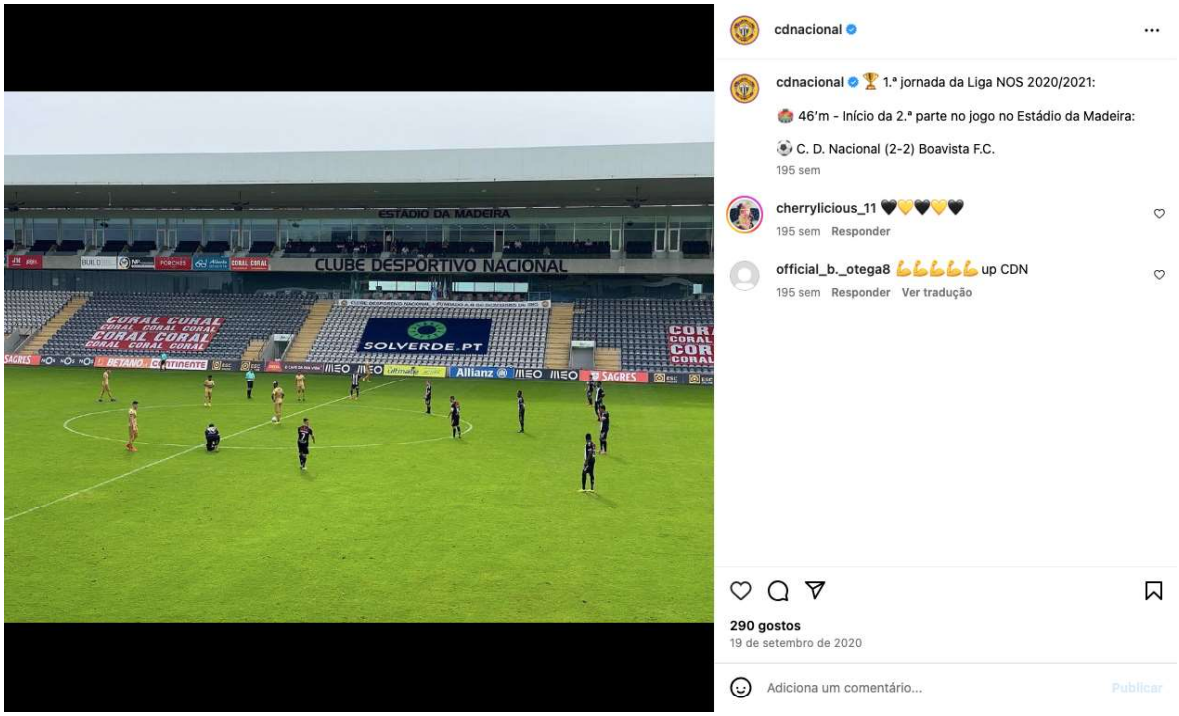
Post 17



Post 18



Post 19



cdnacional

cdnacional 🏆 1.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

⚽ 46'm - Início da 2.ª parte no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C. D. Nacional (2-2) Boavista F.C.

195 sem

cherrylicious_11 🖤💛🖤💛🖤

195 sem Responder

official_b._otega8 💪💪💪💪 up CDN

195 sem Responder Ver tradução

290 gostos

19 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 20



cdnacional

cdnacional 🏆 1.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

⚽ 60'm - Golo de Sauer no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C. D. Nacional (2-3) Boavista F.C.

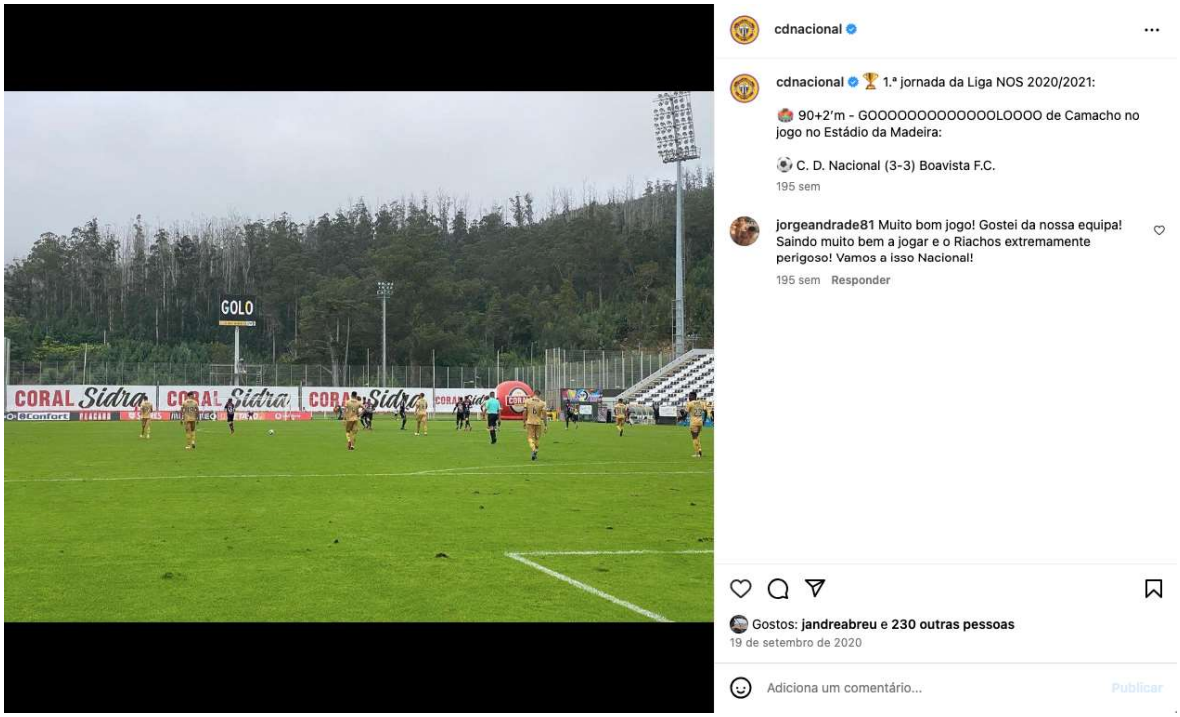
195 sem

Gostos: **hugo8leme** e **217 outras pessoas**

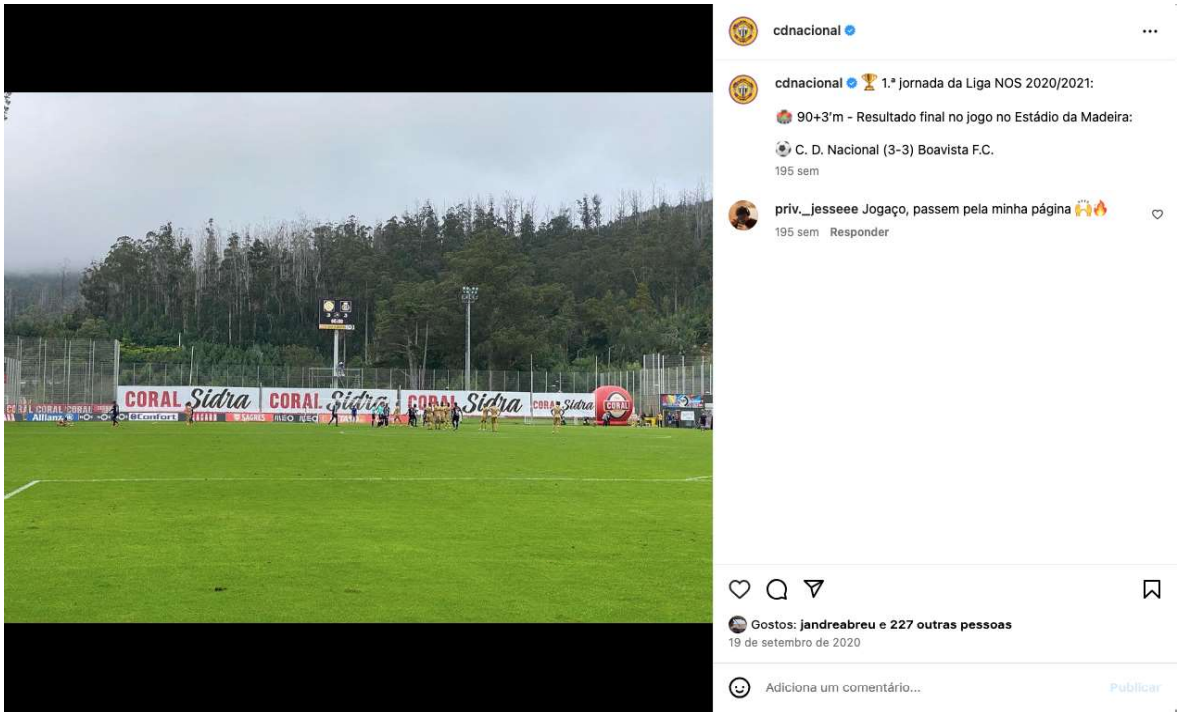
19 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 21



Post 22



Post 23



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Na conferência de imprensa realizada no final do encontro desta tarde com o Boavista, Luís Freire, treinador do Nacional, sublinhou a boa resposta da equipa a todas as adversidades do jogo, mostrando orgulho nos seus jogadores.
195 sem

prashansa011 Very nice
193 sem Responder Ver tradução

mendes1356 👏❤️❤️❤️👏👏
195 sem Responder

jorgeandrade81 Muito bom jogo! Parabéns!
195 sem Responder

ricardojopestana 👏👏👏👏
195 sem Responder

priv._jesseee Post do jogo na minha página, passem por lá 🔥
195 sem Responder

214 gostos
19 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 24



cdnacional
Estádio da Madeira

iniciou esta tarde a sua participação na Liga NOS 2020/21 com um empate três na receção o Boavista.

Começando melhor no jogo, o Nacional criou as primeiras oportunidades, mas uma perda de bola em zona proibida acabou por permitir ao Boavista marcar primeiro.

A reação foi quase imediata, e Riascos primeiro e João Victor depois consumaram a reviravolta.

À beira do intervalo, e numa altura em que Kalindi era assistindo fora de campo, nova igualdade para o Boavista.

A segunda parte começa com novo erro individual do Nacional a permitir nova vantagem ao Boavista, mas a equipa nunca desistiu e depois de diversas oportunidades falhadas, À beira do fim lá surgiu o merecido golo da igualdade, apontado por Camacho.
195 sem

rocnationsportsbrazil 🙏🙏🙏
195 sem Responder

alexrb8 Rochez debe ser titular.
195 sem Responder Ver tradução

priv._jesseee Post do jogo na página 🔥
195 sem Responder

Gostos: **diego_barcelos10** e **406 outras pessoas**
19 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 25



cdnacional
Estádio da Madeira

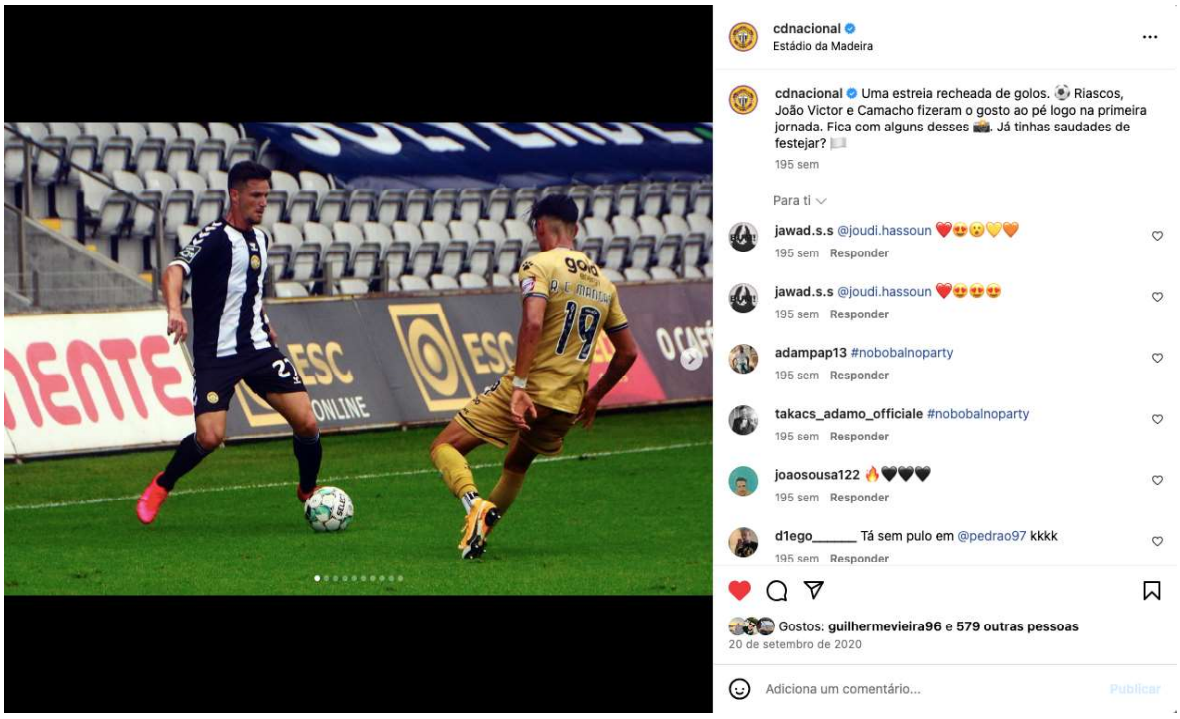
cdnacional Um empate a 3 golos marcou a nossa estreia no campeonato. Recorda alguns dos momentos 📸 do jogo deste sábado, com o Boavista.
195 sem

deboraacarvalho17 🖤🤍
195 sem Responder

Gostos: **zemariatrindade** e **678 outras pessoas**
20 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 26



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Uma estreia recheada de golos. ⚽ Riascos, João Victor e Camacho fizeram o gosto ao pé logo na primeira jornada. Fica com alguns desses 📸. Já tinhas saudades de festejar? 🏳️
195 sem

Para ti

jawad.s.s @joudi.hassoun ❤️😍😮💛🧡
195 sem Responder

jawad.s.s @joudi.hassoun ❤️😍😍😍
195 sem Responder

adampap13 #nobobalnoparty
195 sem Responder

takacs_adamo_officiale #nobobalnoparty
195 sem Responder

joaosousa122 🔥🖤🖤🖤
195 sem Responder

d1ego_____ Tá sem pulo em @pedrao97 kkkk
195 sem Responder

Gostos: **guilhermevieira96** e **579 outras pessoas**
20 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 27



cdnacional

cdnacional Está concluída a 1ª jornada da Liga NOS, onde a nossa equipa empatou a três bolas. Estás agora convocado(a) a votar no 'Homem do Jogo' diante do Boavista. A votação termina às 23h59 desta 3ª feira e habilitas-te a ganhar um Álbum do Centenário. 🔘 Vota aqui: https://bit.ly/33JKgs0
195 sem

Para ti

gabrieel_erick Joao vitor
194 sem Responder

marcopgoncalves2010 BRIAN
194 sem Responder

madidavidaniel João Vitor
194 sem Responder

sebaleitao Riascos
194 sem Responder Ver tradução

vagner_rute014 João Victor
194 sem 1 gosto Responder

adnan_el7 Riascos

Gostos: **kenjigorre** e **325 outras pessoas**
21 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 28



cdnacional

cdnacional Depois de um dia de folga, ontem gozado, a equipa sénior de futebol do CD Nacional iniciou esta manhã a preparação para o jogo deste domingo, em Faro, diante do Farense. ⚽

Vigário, a contas com uma lesão muscular que o afastou do jogo frente ao Boavista, fez apenas tratamento, e está em dúvida para domingo.

Kalindi, substituído ao intervalo no sábado, foi reavaliado ao traumatismo sofrido no joelho, e fez apenas tratamento.

🎥 Antes do treino passou pela sala de imprensa o médio francês Azouni, que deixou a promessa de um Nacional ambicioso em Faro, a lutar pelos três pontos.
194 sem

992 visualizações
21 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 29



cdnacional
Camacha, Madeira, Portugal

cdnacional O plantel sénior de futebol do CD Nacional realizou esta manhã a única sessão de trabalho do dia, que decorreu no Campo da DRJD, na Camacha. ⚽

Vigário e Kalindi, a cumprir um plano de recuperação das respetivas lesões, fizeram trabalho condicionado. No mais, plantel na máxima força.

Amanhã é dia de sessão bi-diária, com treinos às 10h15 e 16h30.

194 sem

ignigo_ Mucha suerte!🔥

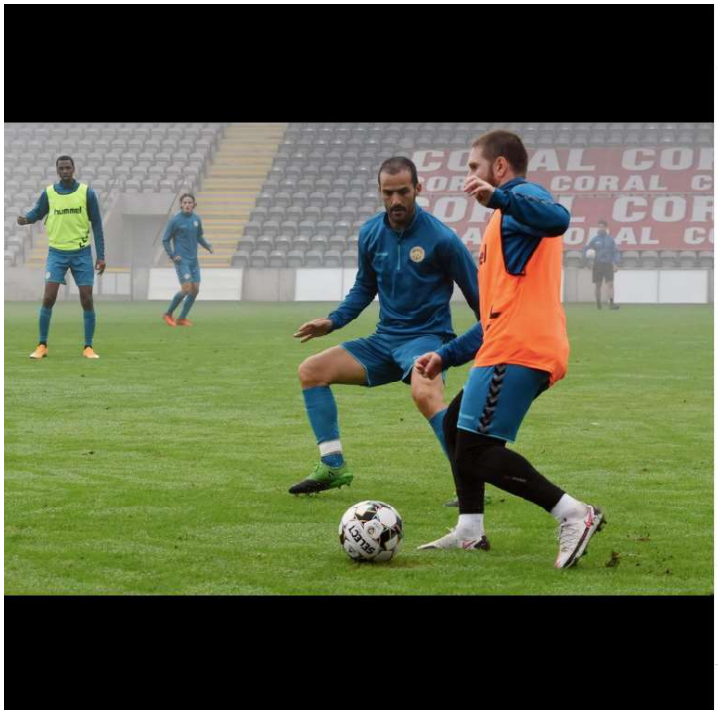
194 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Gostos: **kenjigorre** e **305 outras pessoas**

22 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 30



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional O plantel sénior de futebol do CD Nacional cumpriu hoje sessão bi-diária no Estádio da Madeira, continuando assim a preparar o jogo do próximo domingo em Faro. ⚽

Kalindi e Vigário fizeram apenas treino condicionado.

Amanhã, o treino será de manhã, no relvado da DRD – Camacha.

194 sem

an1lam.1 @soltanzade.e

194 sem Responder

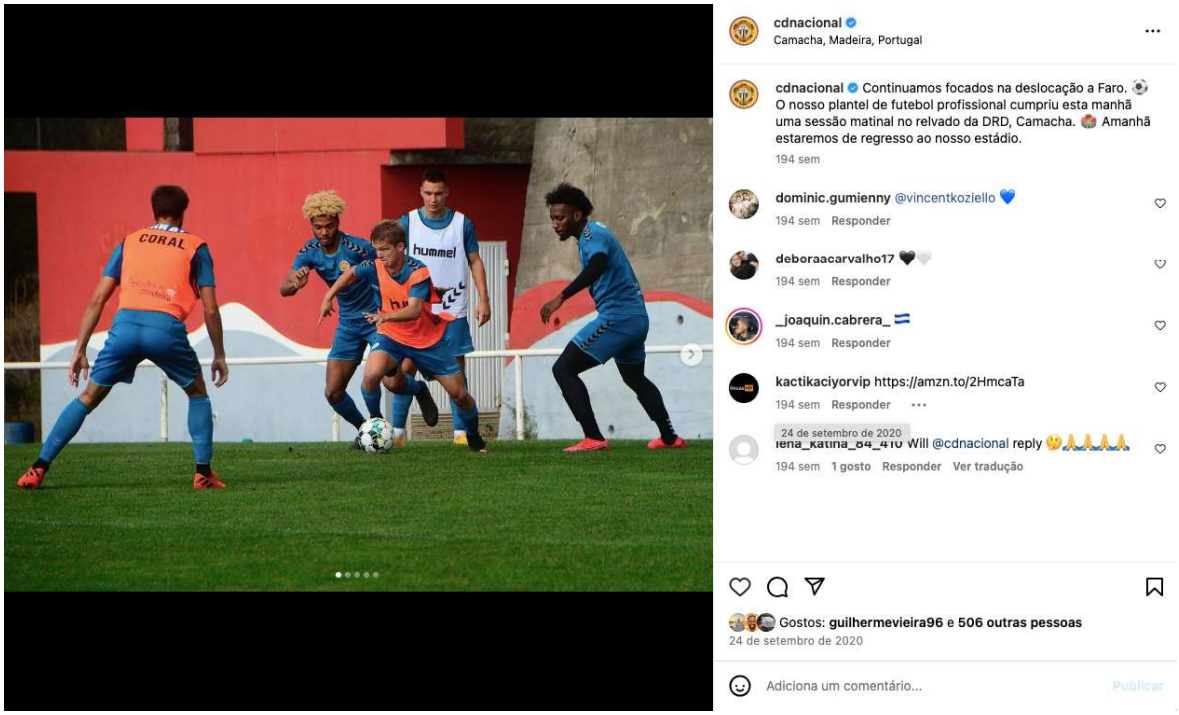
rock_.star123 Hsfalskjgagjlalgfksalskg IDK fdkjfsdhskssdglkjaaalsfkhalsgfkgsfaalskgjfjsgksgsgkaalshkg dk FFS jggalsgfkasfkljfgalsgjdsfskasfasdglakgdsjksalhdaklagsfjksdg kjk DJ jkfhkdjkjf all j kg kg dkkjsdgdfkgkjkfgjjs HD LA FFS hold DJ FL glasjkasfgalghkj slajlaalsjfalfksgasgjsifkslalagakjgf kg fjjskgkfafl fag gafagljaljfsgfkfalkdhalgjkaskgksgjlaskaljkdgaldghksjgkgkslgl saj at k SD l FL alslglfla FL k GA llla FFS lajslsgls JK salsjgkfjsglsfgadsklhl llslfsldkaaldsjkhdgjgskggflkaklsg shags sslsfglssl fags lslg ah lsgalsfgjkjgksasafjglkllgglgl GA GA algdjkalkfjsgsjadgalfgskkalfsgjflkgjsalskhfsdjdhf FFS alsgkalfsgkgagflkaldhg kg kkjkjfaljsgkasgalsgjkksgfja

Gostos: **zemariatrindade** e **462 outras pessoas**

23 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 31



Post 32



Post 33



cdnacional
Nazaré

cdnacional A equipa de futebol de praia do CD Nacional garantiu esta manhã o acesso às meias-finais do Campeonato Nacional, ao vencer por 4-1 o Nazarenos, em jogo disputado no Estádio da Nazaré.

O CD Nacional jogou com: Alfredo Pareja, António Rigaud, Christian Guerra, Gonçalo Leitão, Pedro Vasconcelos, Gines Navarro, Ruben Alves, Eugénio Neves e Francisco Ribeiro.

⚽ Gonçalo Leitão (2), Pedro Vasconcelos e Gines Navarro foram os marcadores de serviço.

Amanhã, pelas 12h45, a formação a alvi-negra defronta o vencedor do encontro entre AD Buarcos e Chelas.

🏆 Em caso de vitória, o Nacional garante a subida de divisão.

194 sem

jorgeandrade81 Vamos Nacional!
194 sem Responder

Gostos: **joaojasmins** e **302 outras pessoas**
25 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 34



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Marcou um golo, fez uma assistência e os adeptos não tiveram dúvidas. 🥇 Brayan Riascos foi eleito o 'Homem do Jogo' entre o C.D. Nacional e o Boavista do passado sábado, com 65,5% das preferências.
📙 A participante Jennifer Sousa foi a vencedora de um Álbum do Centenário.
Editada · 194 sem

d.m.a.b.r Pa Delante es que se va muy bien Riscos todo de lo mejor hombre Suerte
194 sem Responder Ver tradução

leandro98__ Marocu e assistiu
194 sem Responder

rodrigues.ana56.ar Justo e merecido
194 sem Responder

mendes1356 Top
194 sem Responder

Gostos: **zemariatrindade** e **413 outras pessoas**
25 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 35



cdnacional
Faro

cdnacional A jornada 2 da Liga NOS leva-nos este domingo até ao Estádio Municipal do Algarve, onde iremos defrontar o Farense. Um jogo com início agendado para as 15h30, que poderás assistir em direto através da Sporttv1. Na bagagem levamos a ambição de conquistar os 3 pontos!

⚽ Não há gente como a gente!

Editada · 194 sem

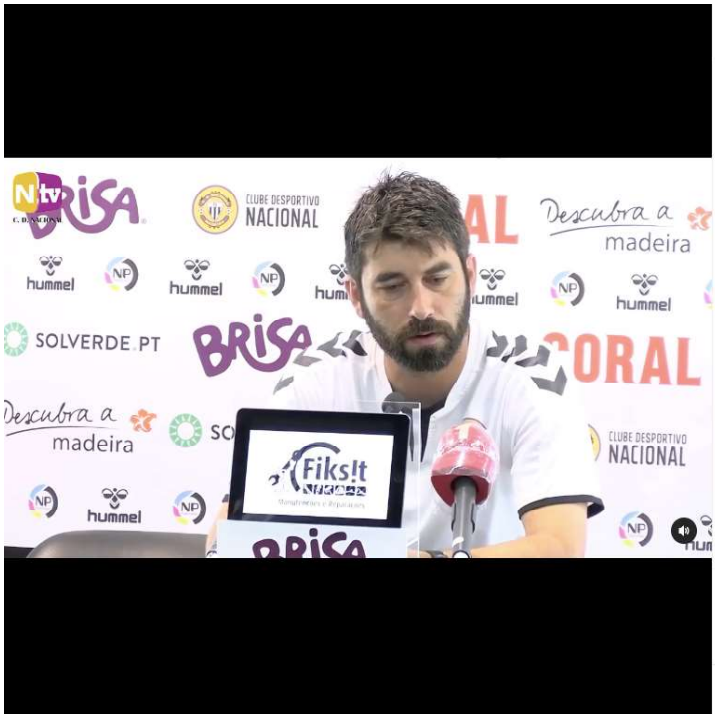
evandro_mymoments Pra cima nacional!!
194 sem Responder

deboraacarvalho17 🖤🤍
194 sem Responder

Gostos: **kenjigorre** e **274 outras pessoas**
25 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 36



cdnacional

cdnacional O treinador do CD Nacional espera um jogo muito complicado contra uma boa equipa, mas assume que a sua equipa vai a Faro este domingo para lutar pelos três pontos.

Com viagem marcada para amanhã, ao início da tarde, a conferência de imprensa de lançamento do jogo realizou-se esta manhã, com o técnico a deixar elogios ao adversário mas também a assumir a ambição alvi-negra na luta pelos pontos.

194 sem

mendes1356 Vamos a eles eu acredito
194 sem Responder

522 visualizações
25 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 37



Post 38



Post 39



cdnacional
Estádio Algarve

cdnacional Teremos esta tarde uma equipa ambiciosa e a lutar pelos 3 pontos diante do Farense, no Estádio Municipal do Algarve. Acompanha o jogo da jornada 2 em direto a partir das 15h30, na Sporttv1.
⚽ Deixa a tua mensagem de incentivo à nossa equipa, na caixa de comentários.
Editada · 194 sem

Para ti

ribas_67 Força Nacional
194 sem 1 gosto Responder

smfgc Nós estamos deste lado torcendo por vocês rapazes do Nacional 🖤🤍 vamos lá rapazes rumo à vitória 👍
194 sem 1 gosto Responder

mendes1356 Vamos eu acredito
194 sem 1 gosto Responder

nacional_na_veia Força rapazes 💪💪⚫⚪
194 sem 1 gosto Responder

duarte8365 Bora lá vencer ❤️❤️
194 sem 1 gosto Responder

263 gostos
27 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 40



cdnacional
Estádio Algarve

cdnacional 🏆 2.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:
⏰ 0'm - Equipas oficiais no Estádio do Algarve:
⚽ S.C. Farense (vs) C.D. Nacional
Editada · 194 sem

jose.msilva56 👏
194 sem Responder

jose_a_leonardo Vamoooos!!
194 sem 1 gosto Responder

233 gostos
27 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 41



Post 42



Post 43



Post 44



Post 45



cdnacional
Estádio Algarve

cdnacional 🏆 2.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

90+6'm - Resultado final no jogo no Estádio do Algarve:

⚽ S.C. Farense (0-1) C.D. NACIONAL

Editada · 194 sem

Para ti

adilson.meneghelofical Avanti Alvinegros!!!
194 sem Responder

shailesh_rathore38 🔥🔥🔥🔥🔥
194 sem Responder

pedrosimassantos Grande jogo, viva o nacional👌🖤💛
194 sem Responder

fawaz_xuxu Congratulations.....Keep Soaring🙏
194 sem Responder Ver tradução

cherrylicious_11 🖤💛🖤💛🖤
194 sem Responder

hernaniencarnacao75 Mas a tenção a segunda parte

Gostos: **kenjigorre** e **352 outras pessoas**
27 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 46



cdnacional
Estádio Algarve

cdnacional Bryan Riascos, o HOMEM DO JOGO no Farense - Nacional. Havia dúvidas? #somosnacional
194 sem

Para ti

jsammymc18 Te felicito colombiano
194 sem Responder Ver tradução

fellypegabriel11 👏👏👏
194 sem Responder

anapaula6571 👍😊
194 sem Responder

jorgeandrade81 👏👏👏
194 sem Responder

har_ii__ @har.i_____2
194 sem Responder

har_ii__ @har.i_____2
194 sem Responder

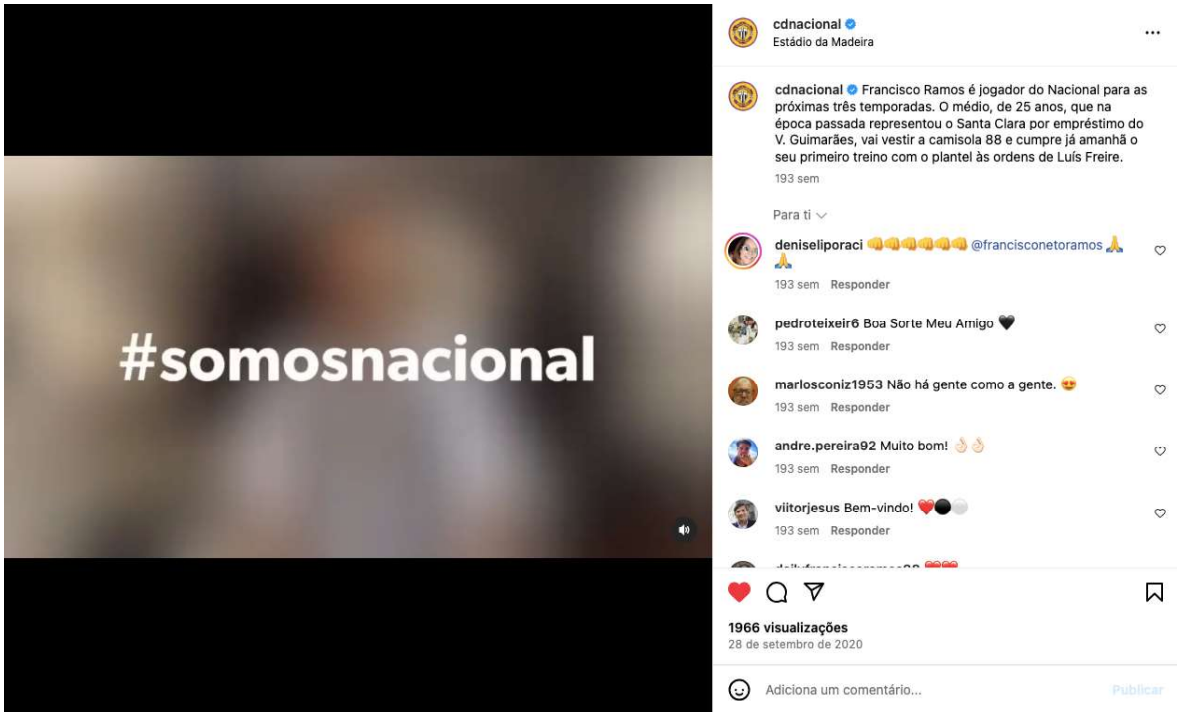
Gostos: **zemariatrindade** e **850 outras pessoas**
27 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

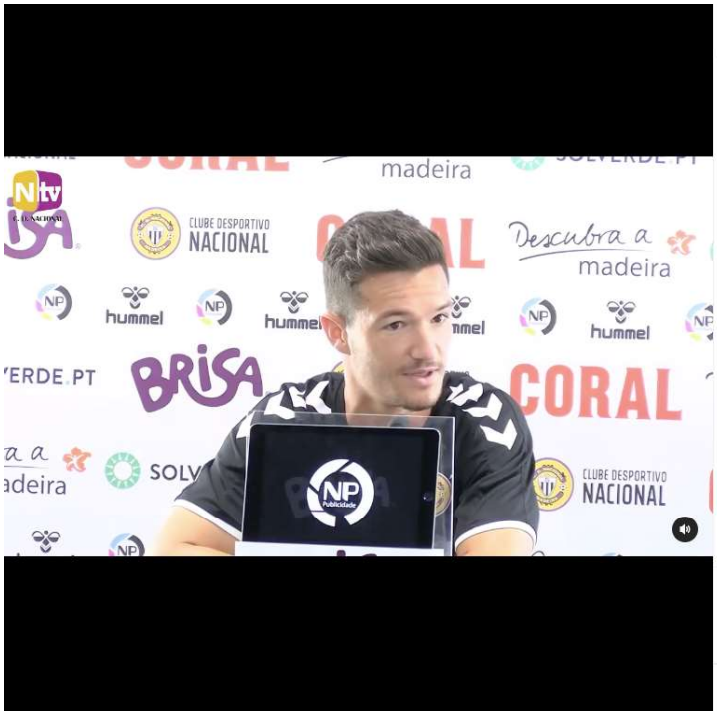
Post 47



Post 48



Post 49



cdnacional

cdnacional Antes do treino desta manhã passou pela sala de imprensa o lateral Ruben Freitas, que rejeitou euforias pelos 4 pontos conquistados em dois jogos, garantindo que a equipa pensa apenas jogo a jogo.
193 sem

tiagoantonioo25 @luismateussimao e o discurso mano? Tens ajudado? Bastante mais fluido 😂😂👏👏
193 sem 1 gosto Responder

Ver respostas (2)

o_mundo_braguista 💪 @ruben27freitas 👏
193 sem 1 gosto Responder

1108 visualizações
29 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 50



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Depois de um dia de folga, o nosso plantel sénior de futebol voltou esta manhã ao trabalho, dando assim início ao ciclo de preparação para a receção ao Belenenses. 🔜⚽
SOON

A novidade do dia foi a presença de Francisco Ramos, que cumpriu assim a sua primeira sessão de trabalho com a camisola alvi-negra. 📸 Espreita alguns momentos do treino.
193 sem

iambyseven @cdnacional Cristiano Ronaldo
193 sem 1 gosto Responder

iambyseven @cdnacional go go go
193 sem Responder Ver tradução

Gostos: **luisgomes_10** e **474 outras pessoas**
29 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 51



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional O plantel sénior de futebol cumpriu hoje sessão dupla de trabalho, tendo como palco os relvados da Cidade Desportiva do clube. ⚽

Amanhã, a partir das 10h15, realiza-se nova sessão de treino, esta no relvado da DRD, na Camacha.

Editada · 193 sem

itz___aman___rathal 💓
193 sem Responder

itz___aman___rathal Add
193 sem Responder

itz___aman___rathal Add
193 sem Responder

josescottomoraes_35 ❤️
193 sem Responder

Gostos: **guilhermevieira96** e **275 outras pessoas**
30 de setembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 52



cdnacional

cdnacional Marcou "à bomba" o golo que deu a vitória e foi eleito pelo segundo jogo consecutivo. 🎖️ Brayan Riascos foi o 'Homem do Jogo' do passado domingo entre o Farense e o C.D. Nacional, com 53,7% da votação.
📙 O adepto participante Diogo Pestana foi o vencedor de um Álbum do Centenário.
193 sem

jamarquesfa 👏
193 sem Responder

deboraacarvalho17 🖤🤍
193 sem Responder

promesasfpc 🏆🇨🇴🔥🔥
193 sem Responder

Gostos: **diego_barcelos10** e **344 outras pessoas**
1 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 53



cdnacional

cdnacional O nosso plantel sénior de futebol realizou na manhã de hoje o único treino do dia, no relvado da DRD, na Camacha e no qual participaram todos os elementos do plantel.

⚽ Amanhã de manhã a equipa realiza a única sessão de treino dia.

À tarde será realizada nova bateria de testes Covid.

193 sem

jamarquesfa Que os treinos, sirvam para ganharem aquela coisa denominado de B-SAD que está a mais na 1ª Divisão, sem Estádio e sem Adeptos como é possível?...

193 sem Responder

Gostos: **maneltrindade1** e **269 outras pessoas**

1 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 54



cdnacional

cdnacional No próximo domingo estaremos de regresso ao nosso palco. A partir das 15h30 recebemos o Belenenses SAD, em jogo da jornada 3 da Liga NOS. Mais um desafio onde lutaremos, com galhardia, pela vitória!
⚽ Não há gente como a gente!

193 sem

sergionunogomesferreira Infelizmente ainda sem Adeptos

193 sem Responder

Ver respostas (1)

Gostos: **duarteabreugomes** e **194 outras pessoas**

1 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 55



Post 56



Post 57



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Vladan Danilovic assinou esta tarde contrato válido por quatro temporadas com o CD Nacional.
O médio internacional pela Bósnia e Herzegovina, vai vestir a camisola 8 e faz amanhã o seu primeiro treino com a equipa.
193 sem

nestoooo__odjednommmm Сређно @vd_10 ❤️
193 sem 3 gostos Responder Ver tradução

o_j_d_a Great job @cdnacional 🔝 player and even better person
193 sem 7 gostos Responder Ver tradução

3798 visualizações
2 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 58



cdnacional

cdnacional Em jogo da jornada 3 da Liga NOS, a equipa sénior de futebol do CD Nacional recebe este domingo o Belenenses.
📹 Na conferência de imprensa de lançamento do jogo, hoje realizada, Luís Freire, disse esperar um jogo complicado, perante um adversário difícil, pelo que quer uma equipa concentrada e dinâmica, por forma a lutar pela conquista dos três pontos.
193 sem

717 visualizações
3 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 59



cdnacional
Porto Moniz

cdnacional Dinarte Nóbrega foi o grande vencedor da Rampa da Santa, com o tempo total de 6.18.454 minutos. Em 2.º lugar ficou Nelson Andrade a 3,6 segundos enquanto Greg Faria fechou o pódio. 🏁
A Rampa da Santa/Município do Porto Moniz foi organizada pela Secção de Desportos Motorizados do CD Nacional e é a quarta prova do Troféu Regional de Rampas AMAK 2020.
Editada · 193 sem

154 gostos
3 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 60



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional À conquista dos ❽ pontos! 🖤🤍

Faz a tua aposta online! Regista-te e usufrui de uma aposta grátis de 5€ com o código NACIONAL5 👉 https://sol-ver.de/3jnHejM

ℹ️ Consulta os termos e condições da oferta: https://sol-ver.de/3gTwg3m

+18 Joga por diversão, com moderação
Editada · 193 sem

cristiano.comcr7 Sigam o criador dessa pagina @alanjr505
193 sem Responder

luisbdenobregateixeira Forca Nacional a ganhar
193 sem Responder

jorgeandrade81 Vamos a isso Nacional!
193 sem Responder

Gostos: hugo8leme e 205 outras pessoas
4 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 61



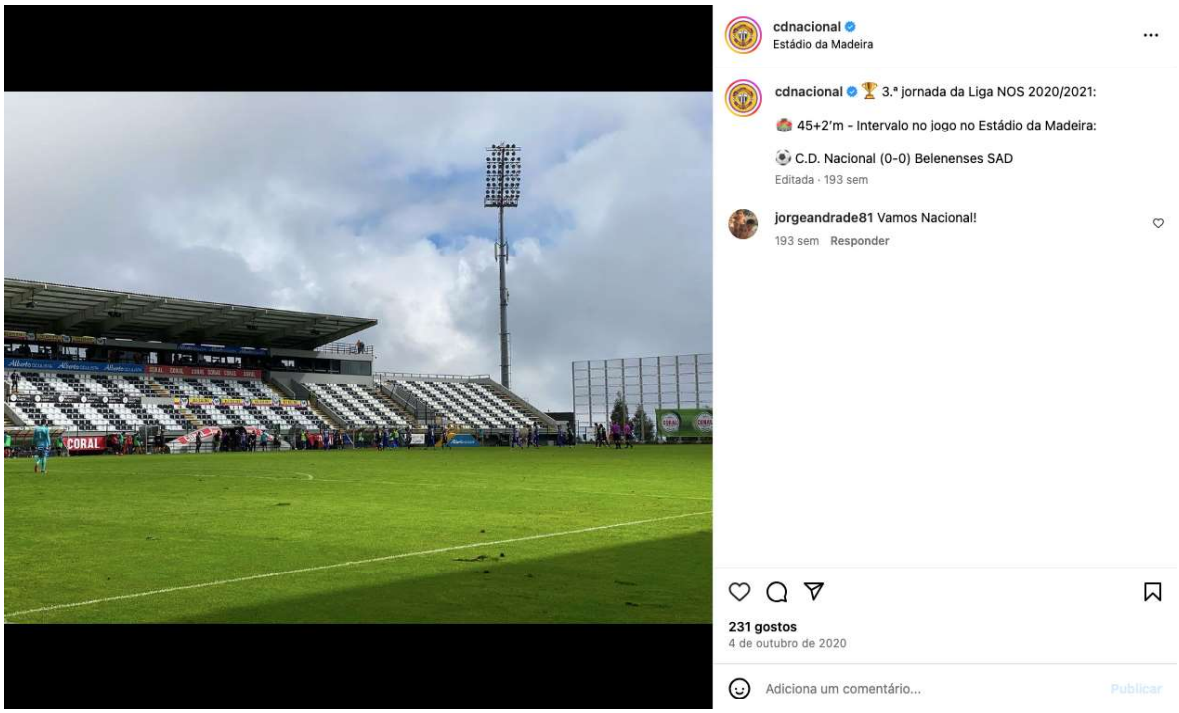
Post 62



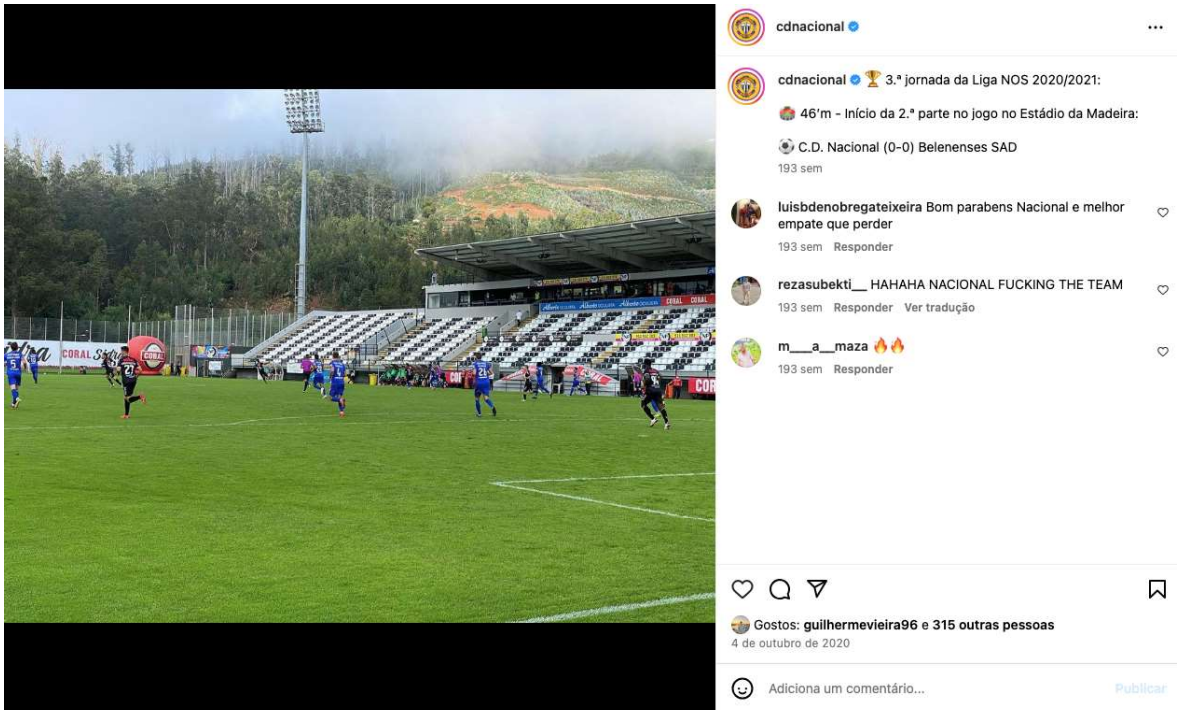
Post 63



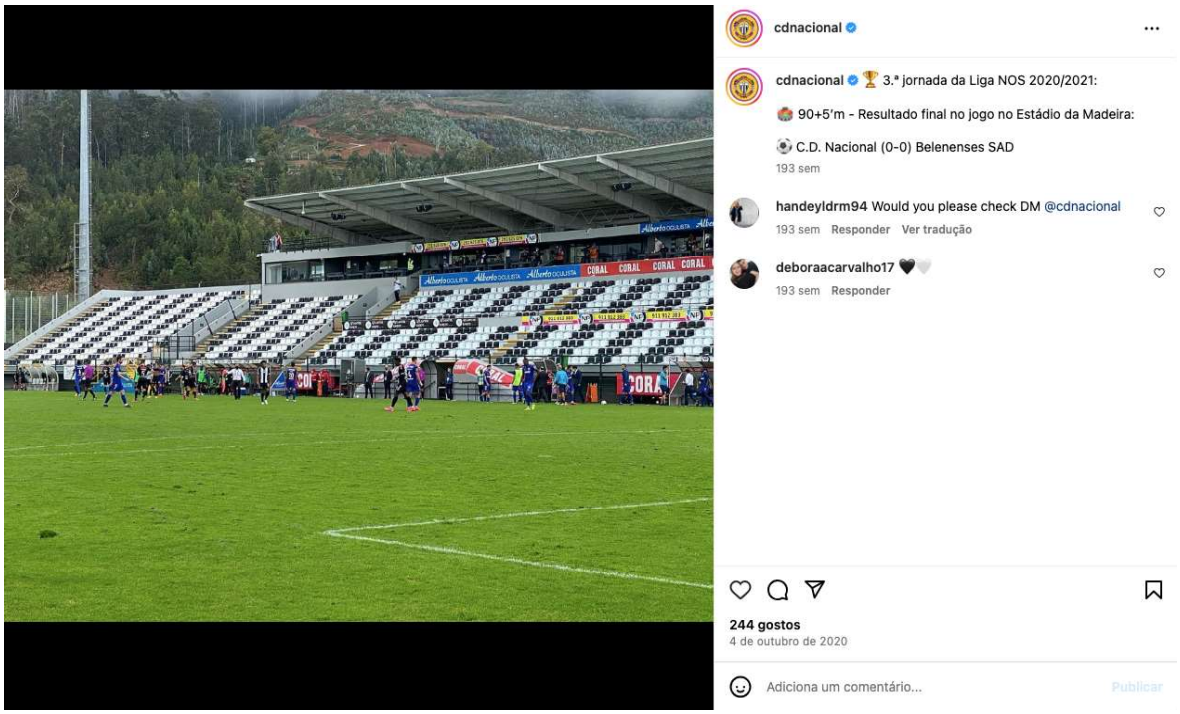
Post 64



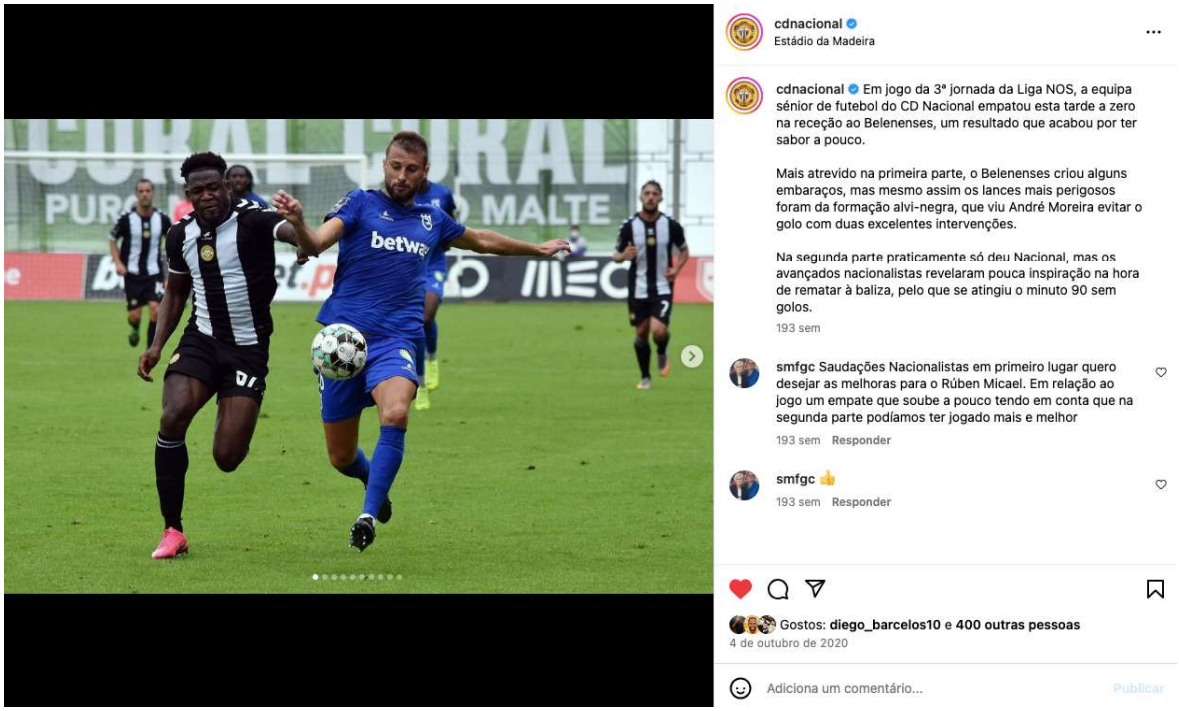
Post 65



Post 66



Post 67



Post 68



Post 69



cdnacional

cdnacional Na conferência de imprensa realizada no final do encontro com o Belenenses SAD, Luís Freire, treinador do CD Nacional, considerou que a sua equipa merecia mais em termos de resultado, mas fez questão de felicitar os seus atletas pela atitude evidenciada em campo.

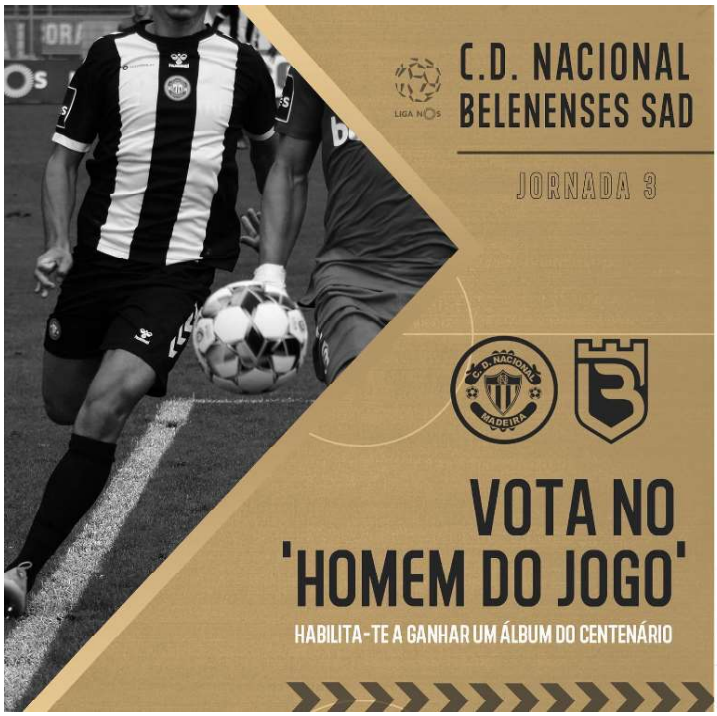
193 sem

623 visualizações

4 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 70



cdnacional

cdnacional Este domingo somamos mais um ponto. Agora chegou o momento de elegeres qual foi, na tua opinião, o 'Homem do Jogo' com o Belenenses SAD. 🔘 Vota aqui: https://bit.ly/33JKgs0
(A votação termina às 23h59 desta 3ª feira e habilitas-te a ganhar um Álbum do Centenário)

192 sem

Para ti

leyla_zadeh1 SOS SOS SOS Karabakh is not disputed territory. This land both historically and officially recognized (see the United Nation resolutions #822, #853 #874 #884) by the whole world, including Armenia. Azerbaijan is so peaceful and tolerant country in the world. Azerbaijan have never committed genocide against to any nation!However , The "genocide" committed in 1992 against hundreds of Azerbaijanis by Armenians .Khojaly genocide was one of the darkest pages in the history of the 20th century . The military operations of #selfdefense by #Azerbaijani army are happening exclusively within the internationally recognized borders of #Azerbaijan. #Armenia has been occupying 20 percent of #Azerbaijan since nearly 30 years. Today Armenia's army bombarded #Azerbaijani civilians. We are protecting our #civilians!#KarabakhisAzerbaijan 🇦🇿

192 sem 1 gosto Responder Ver tradução

antoniorobertoprigioli Lucas kal

187 gostos

5 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 71



Post 72



Post 73



Post 74



Post 75



Post 76



Post 77



Post 78



Post 79



cdnacional

cdnacional Antes do treino desta manhã, passou pela sala de imprensa o capitão Ruben Micael que fez um balanço positivo a este arranque de temporada mas assumiu que a partida de sábado, no Minho, será extremamente complicada.

191 sem

594 visualizações

12 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 80



cdnacional

cdnacional Nunca dá um lance por perdido e tem cumprido com sucesso a sua missão no meio campo. O alvinegro Nuno Borges, com 61,1% das preferências, foi o 'Homem do Jogo' da partida que opôs o C.D. Nacional ao Belenenses SAD.
📙 O adepto participante José Henriques foi o vencedor de um Álbum do Centenário.

191 sem

vanessa_pereira_bjj_ Família ❤️💪

191 sem 1 gosto Responder

_danjohnson13 Class player I must say

191 sem Responder Ver tradução

_danjohnson13 First comment babyyyyy

191 sem Responder Ver tradução

Gostos: **zemariatrindade** e **284 outras pessoas**

13 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 81



Post 82



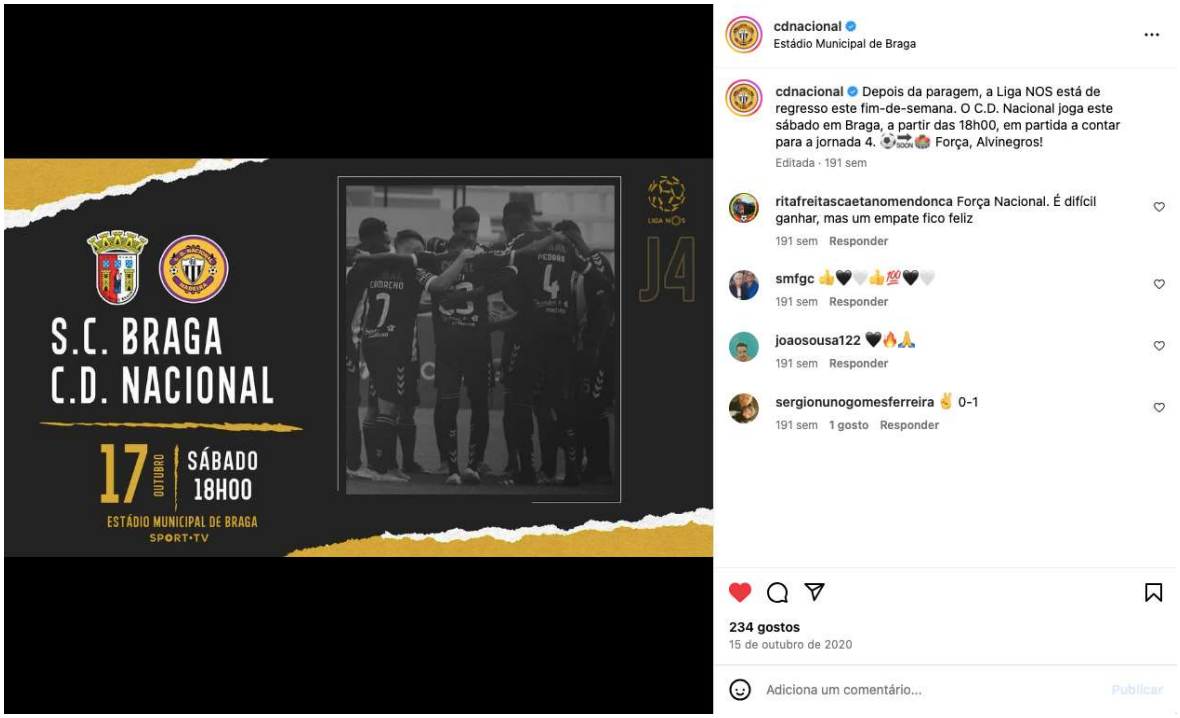
Post 83



Post 84



Post 85



Post 86



Post 87

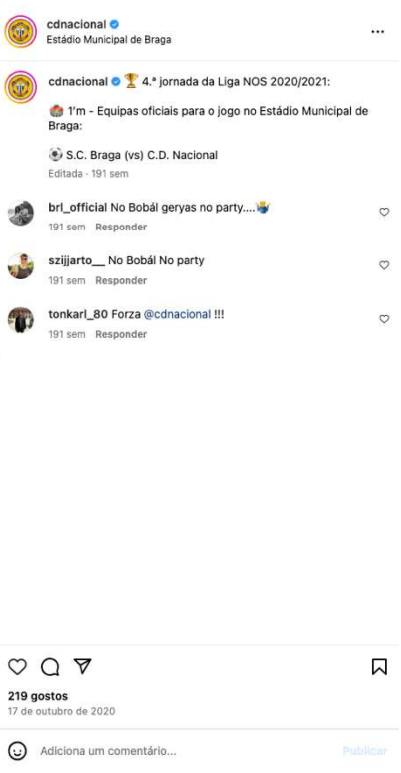


Post 88



Post 89





Post 90





Post 91



Post 92



Post 93



Post 94



Post 95



cdnacional

cdnacional 🏆 4.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

85'm - GOOOOOOOOOOOLOOOOO de Nuno Borges no jogo no Estádio Municipal de Braga:

⚽ S.C. Braga (2-1) C.D. Nacional

191 sem

268 gostos

17 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 96



cdnacional

cdnacional 🏆 4.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

90+3'm - Resultado final no jogo no Estádio Municipal de Braga:

⚽ S.C. Braga (2-1) C.D. Nacional

191 sem

sc_braga_news Bom jogo!!! Vocês foram eficazes 😉

191 sem Responder

franciscojrg_ Podia ter sido bem pior

191 sem 1 gosto Responder

Ver respostas (1)

jdmangena Nao e um mau resultado para uma equipa que acabou de subir a primeira liga o braga e uma boa equipa

191 sem 3 gostos Responder

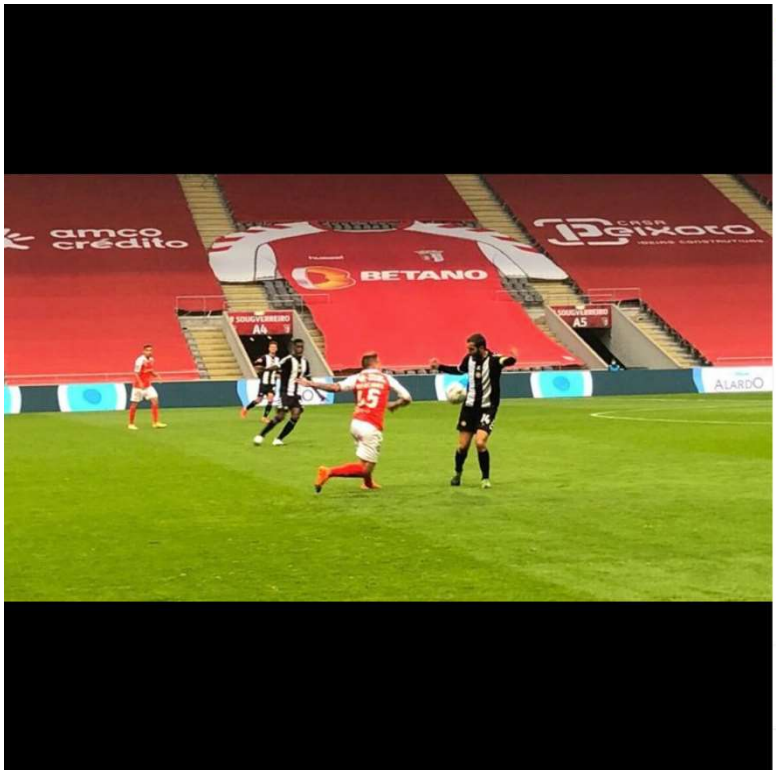
Ver respostas (1)

183 gostos

17 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 97



cdnacional
Estádio Municipal de Braga

cdnacional Em jogo da 4ª jornada da Liga NOS, a equipa sénior de futebol do CD Nacional sofreu esta esta tarde a sua primeira derrota no campeonato ao perder, por 2-1, diante do Sporting de Braga.

Kalindi, com um traumatismo no joelho direito, e Koziello, que fracturou o dedo intermédio da mão direita no último treino da semana, foram ausências forçadas, com Luís Freire a promover três alterações no 'onze' que defrontou o Belenenses, promovendo as entradas de Vigário, Francisco Ramos e João Victor.

Com o jogo a disputar-se num toada de maior equilíbrio, perto da meia hora Fransérgio, com um grande golo, deu vantagem ao Braga, vantagem essa ampliada antes do intervalo com mais um golo de grande nota artística, desta feita por Yuri Medeiros.

A segunda parte trouxe uma equipa bracarense muito pressionante, valendo ao Nacional a boa prestação de Daniel Guimarães, que foi evitando o 3-0 que podia decidir o jogo.

O Nacional continuou a acreditar que podia evitar a derrota e com o golo de Borges, relançou a discussão do resultado, mas apesar da forte pressão em busca do empate o golo acabou por não surgir, ficando para a história o registo do triunfo bracarense.

191 sem

198 gostos
17 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 98



cdnacional

cdnacional À 4ª jornada da Liga NOS sofremos a primeira derrota, diante do S.C. Braga. Agora desafiamos-te a eleger qual foi o 'Homem do Jogo' no encontro deste sábado.
Vota aqui: https://bit.ly/33JKgs0
(A votação termina às 23h59 desta 3ª feira e habilitas-te a ganhar um Álbum do Centenário)
191 sem

smfgc Daniel Guimarães
191 sem Responder

will.they.reply Does @cdnacional reply?
191 sem Responder Ver tradução

ruigomes0804 Daniel Guimarães
191 sem Responder

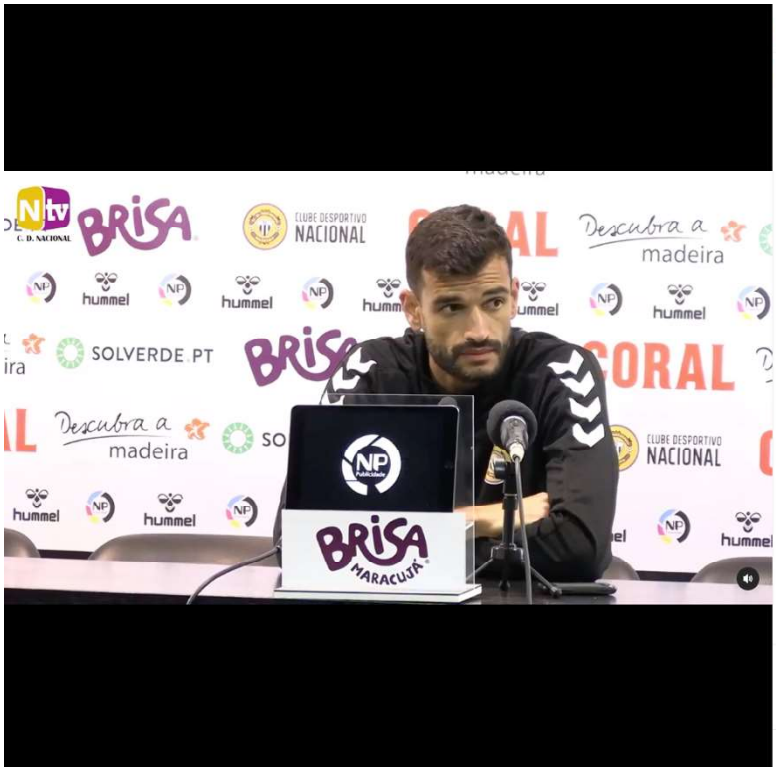
joaosousa122 Daniel Guimarães
191 sem Responder

rgoncalo17 Nuno Borges
191 sem 1 gosto Responder

Gostos: **kenjigorre** e **150 outras pessoas**
18 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 99



cdnacional

cdnacional Antes do treino desta manhã passou pela sala de imprensa o guarda-redes Daniel Guimarães, que garantiu que a equipa não se vai deixar afetar pela derrota sofrida em Braga, a primeira desta temporada.
191 sem

rodriguez_uriell Mg x Mg?
190 sem Responder

510 visualizações
19 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 100



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Depois de um dia de folga, o nosso plantel regressou esta manhã ao trabalho, dando início ao ciclo de preparação para a receção deste sábado ao Paços de Ferreira.
191 sem

rgoncalo17 Vamos @joaovictorlima99
191 sem 1 gosto Responder

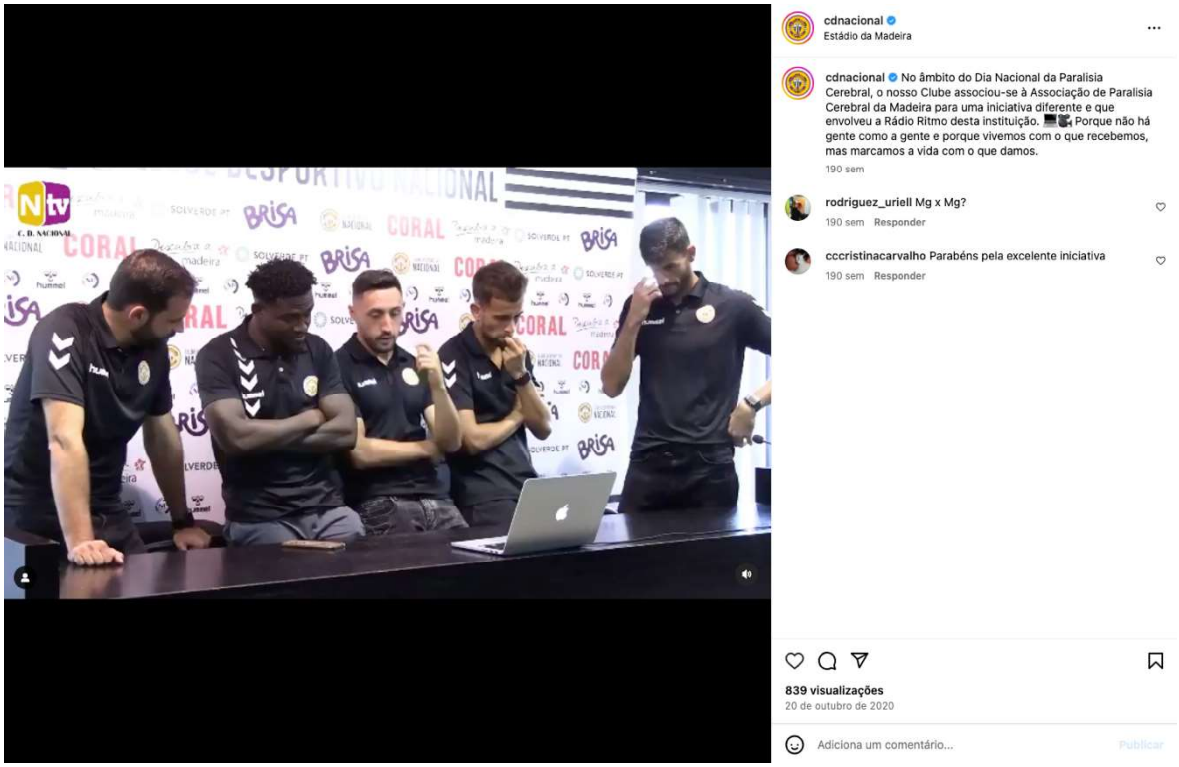
zuca_ch
191 sem Responder

joaquin.cabrera Vamos rochez
191 sem Responder

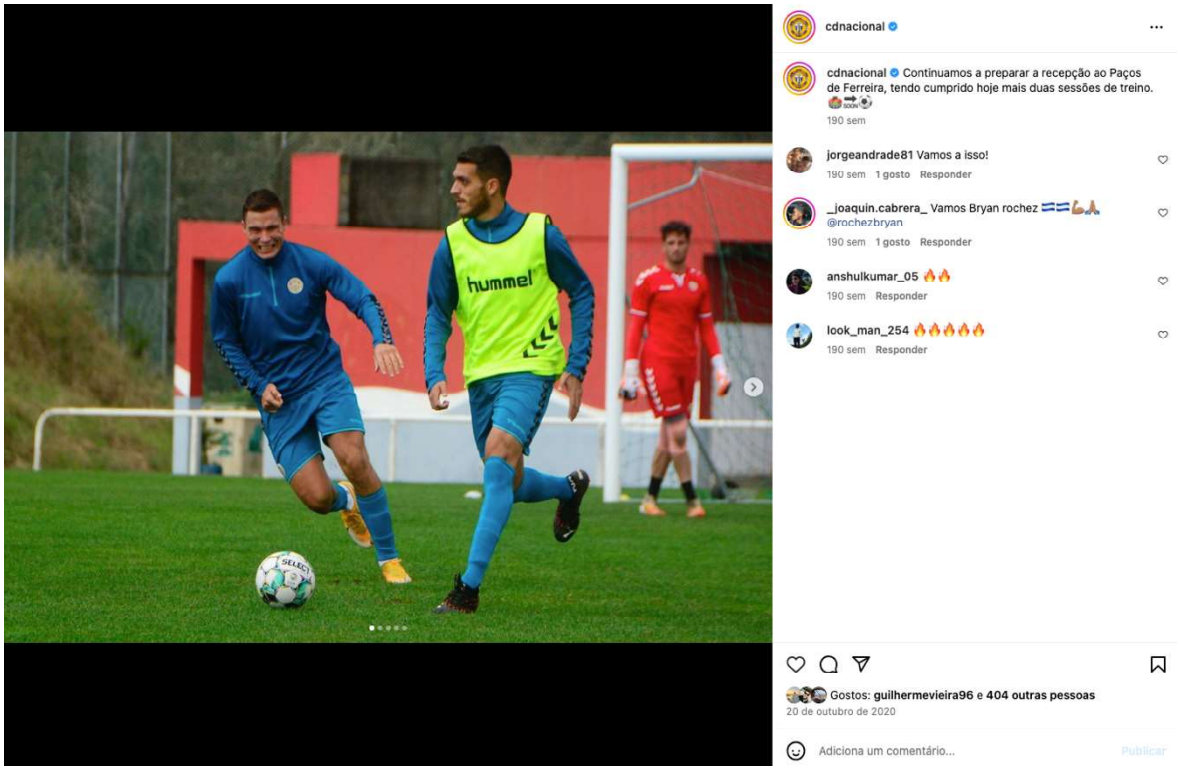
Gostos: guilhermevieira96 e 431 outras pessoas
19 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 101



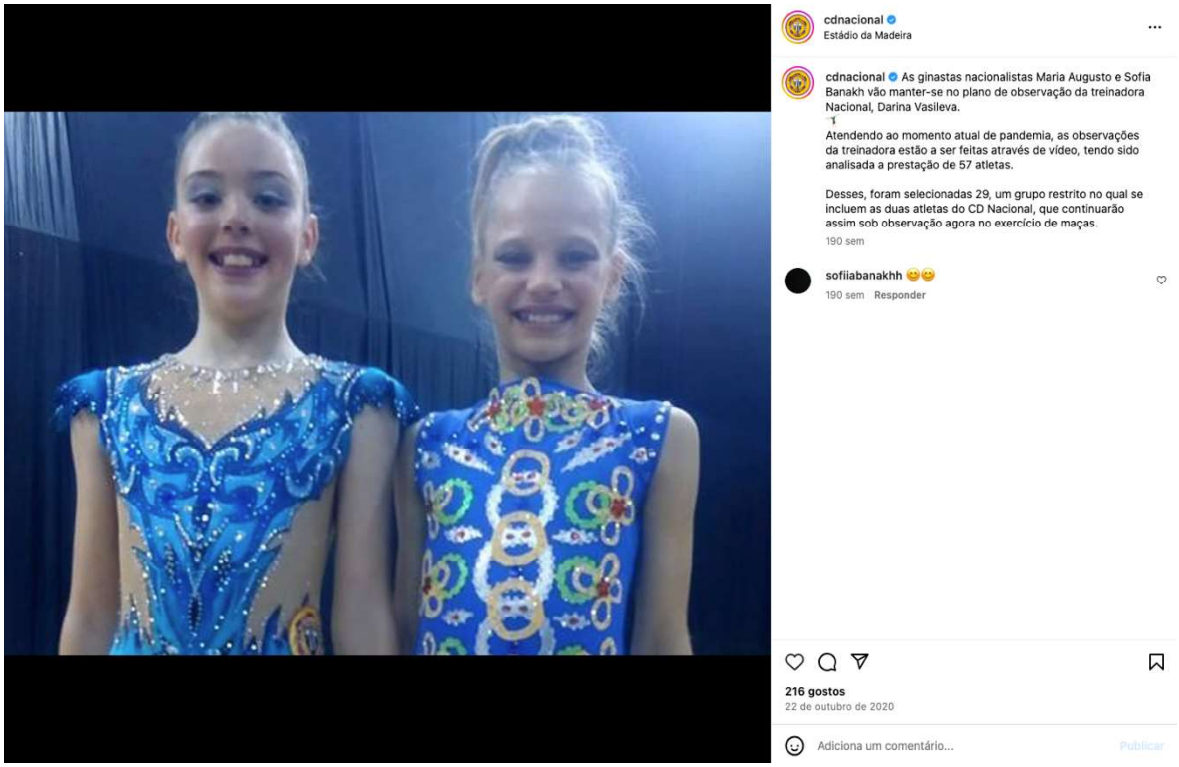
Post 102



Post 103



Post 104



Post 105



cdnacional

cdnacional A jornada 5 da Liga traz o Paços de Ferreira ao Estádio da Madeira. No próximo sábado, a partir das 15h30, os alvinegros vão entrar em campo com o objectivo de conquistar mais uma vitória. ⚽ Não há gente como a gente!
Editada · 190 sem

zorzejorgegomez E quando vão fazer força para ter adeptos? Saudades da choupana 🖤🤍
190 sem 1 gosto Responder

124 gostos
22 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 106



cdnacional
Camacha, Madeira, Portugal

cdnacional Hoje foi dia de treino matinal na Camacha para o nosso plantel alvinegro, que deu assim continuidade à preparação da receção ao Paços de Ferreira.
⚽
Com todos os jogadores na Camacha, Kalindi e Koziello voltaram a fazer treino condicionado.
190 sem

Gostos: **kenjigorre** e **383 outras pessoas**
22 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 107



Post 108



Post 109



Post 110



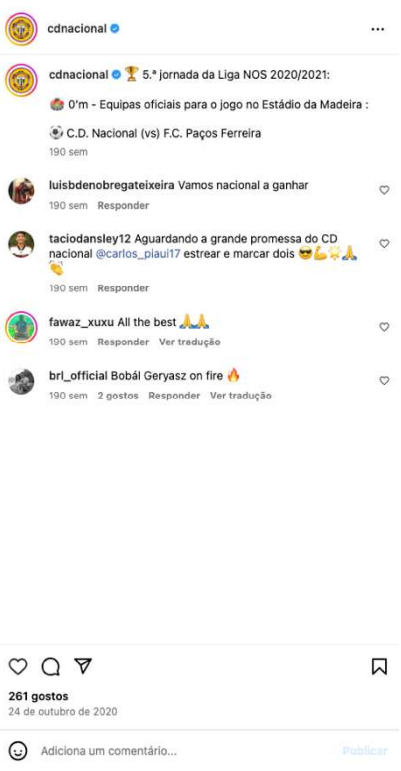
Post 111





Post 112

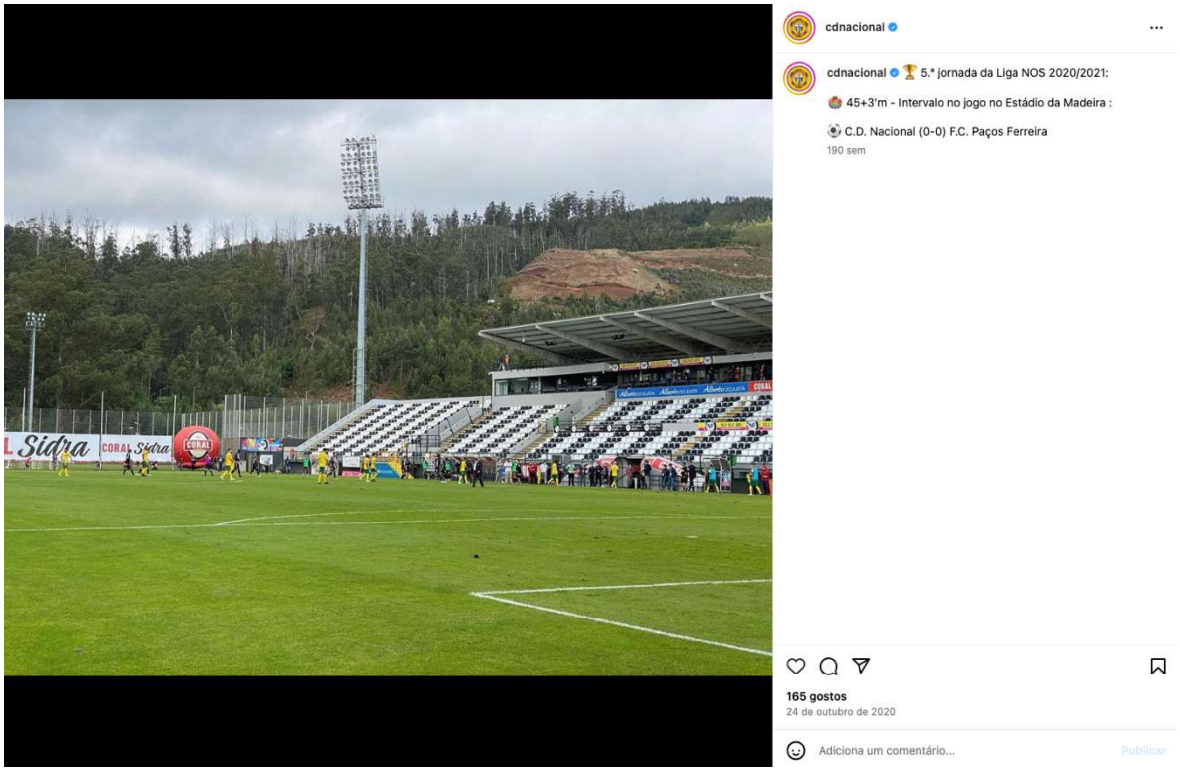




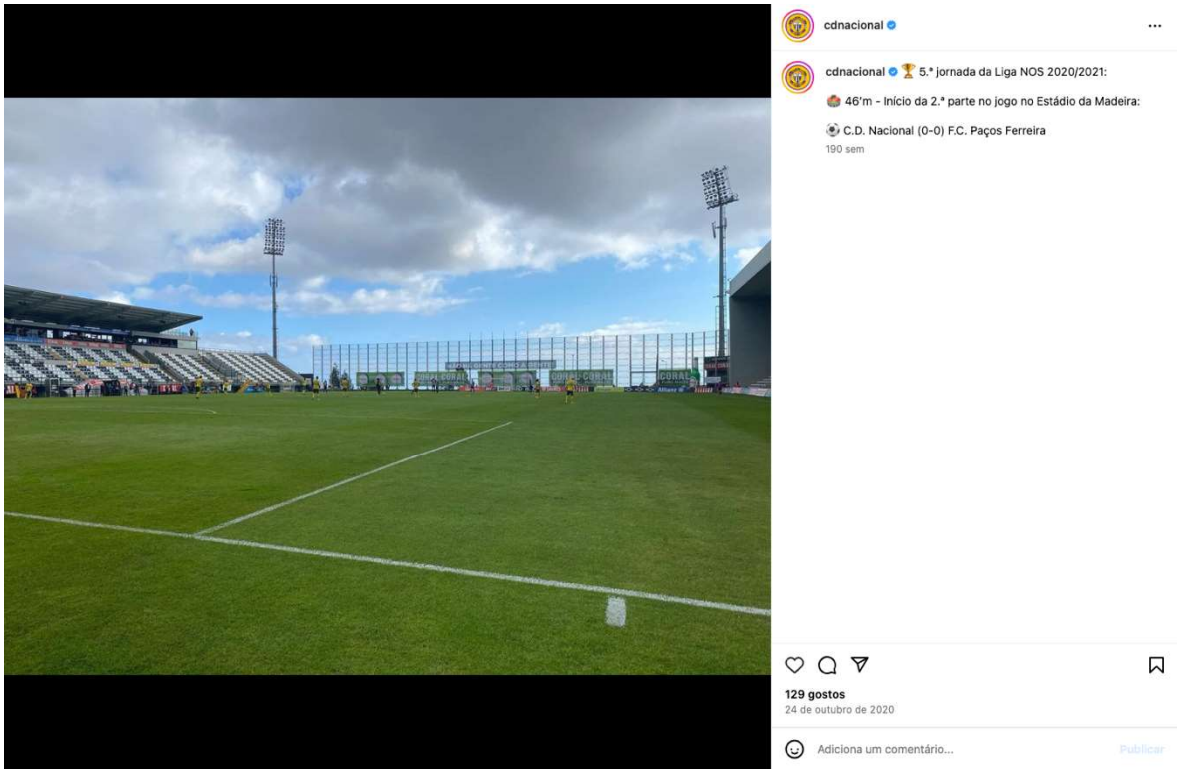
Post 113



Post 114



Post 115



Post 116



Post 117



Post 118



Post 119



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Em jogo da 5ª jornada da Liga NOS, a equipa sénior de futebol do CD Nacional empatou esta tarde a um golo diante do Paços de Ferreira, num jogo que ficou marcado pelo golo anulado aos alvi-negros pelo VAR, que assinalou um fora de jogo de apenas três centímetros.

Com uma má entrada no jogo, o Nacional foi praticamente inofensivo na primeira parte, valendo duas boas intervenções de Daniel Guimarães a manter o nulo.

Na segunda parte a formação alvi-negra entrou transfigurada, e acabou por chegar com mérito à vantagem, através de Riascos.

Com o Paços a tentar reagir, o Nacional parecia mais perto do segundo, mas uma boa jogada de combinação ofensiva do Paços permitiu a Eustáquio o golo do empate.

A pronta reação da equipa alvi-negra, resultou num fantástico golo de Azouni, mas o lance acabou anulado por um fora de jogo de Riascos de... 3 centímetros, terminando o jogo com uma divisão de pontos que não agradou a ninguém.

190 sem

conceicaoandradefaria 😂🙂
190 sem Responder

Ver comentários ocultados

Gostos: **kenjigorre** e **286 outras pessoas**
24 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 120



cdnacional

cdnacional Na conferência de imprensa realizada no final do encontro com o Paços de Ferreira, o treinador Luís Freire admitiu que a primeira parte da sua equipa ficou aquém do esperado, mas sublinhou a boa prestação após o intervalo, lamentado que pela segunda semana consecutiva tivesse sido anulado um golo por escassos centímetros.

190 sem

mendes1356 👏👏👏
190 sem Responder

cccristinacarvalho O importante e levantar sempre a cabeça
190 sem Responder

399 visualizações
24 de outubro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 121



Post 122



Post 123



Post 124



Post 125



Post 126



Post 127



Post 128



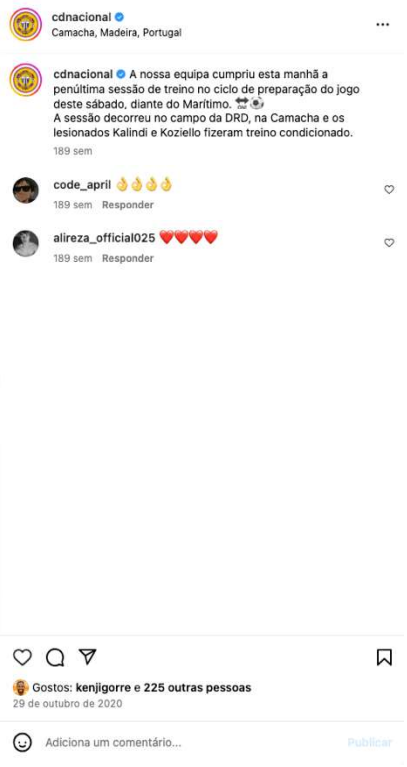
Post 129





Post 130





Post 131



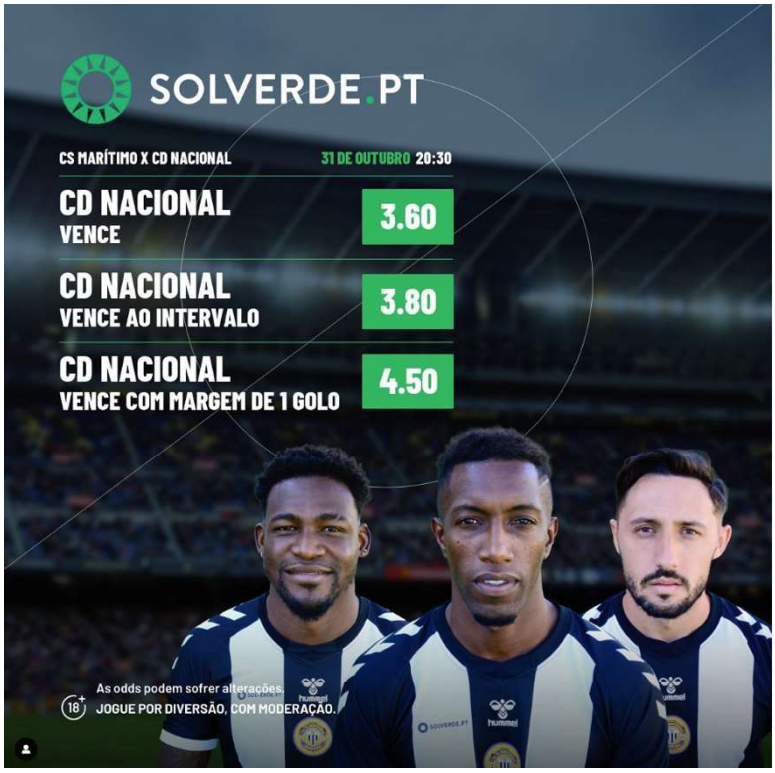


Post 132





Post 133





Post 134





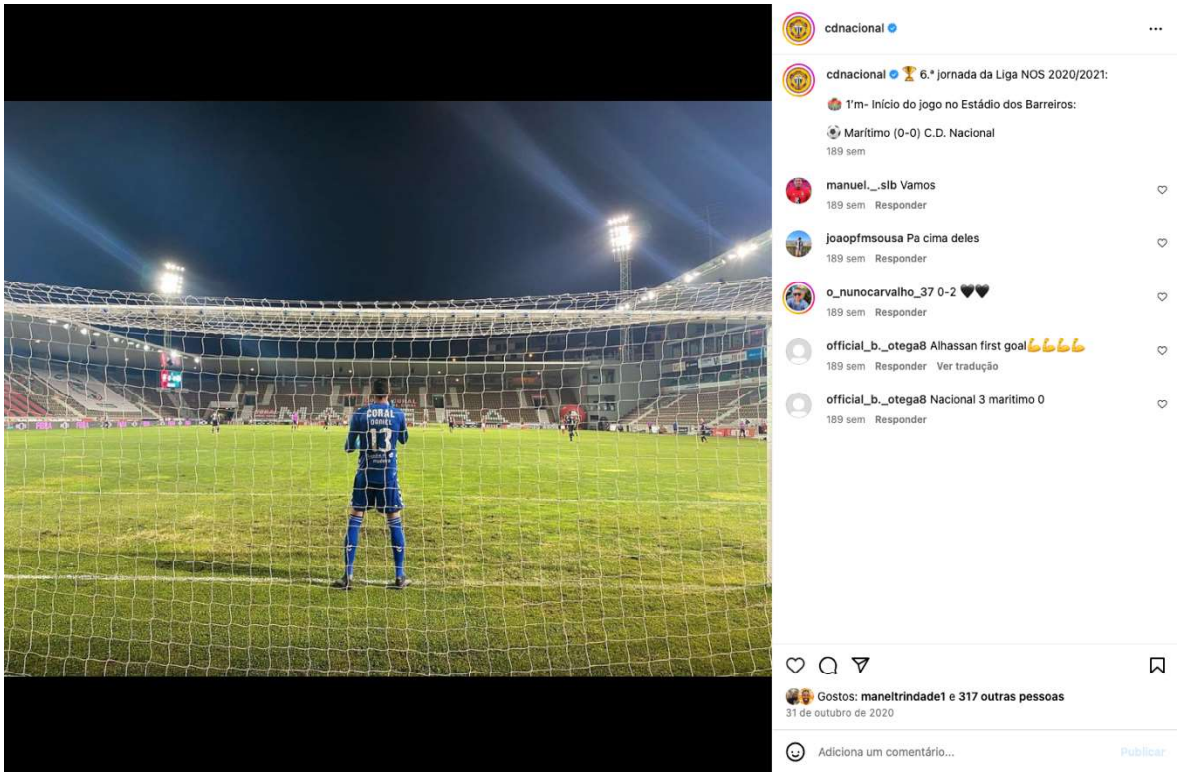
Post 135



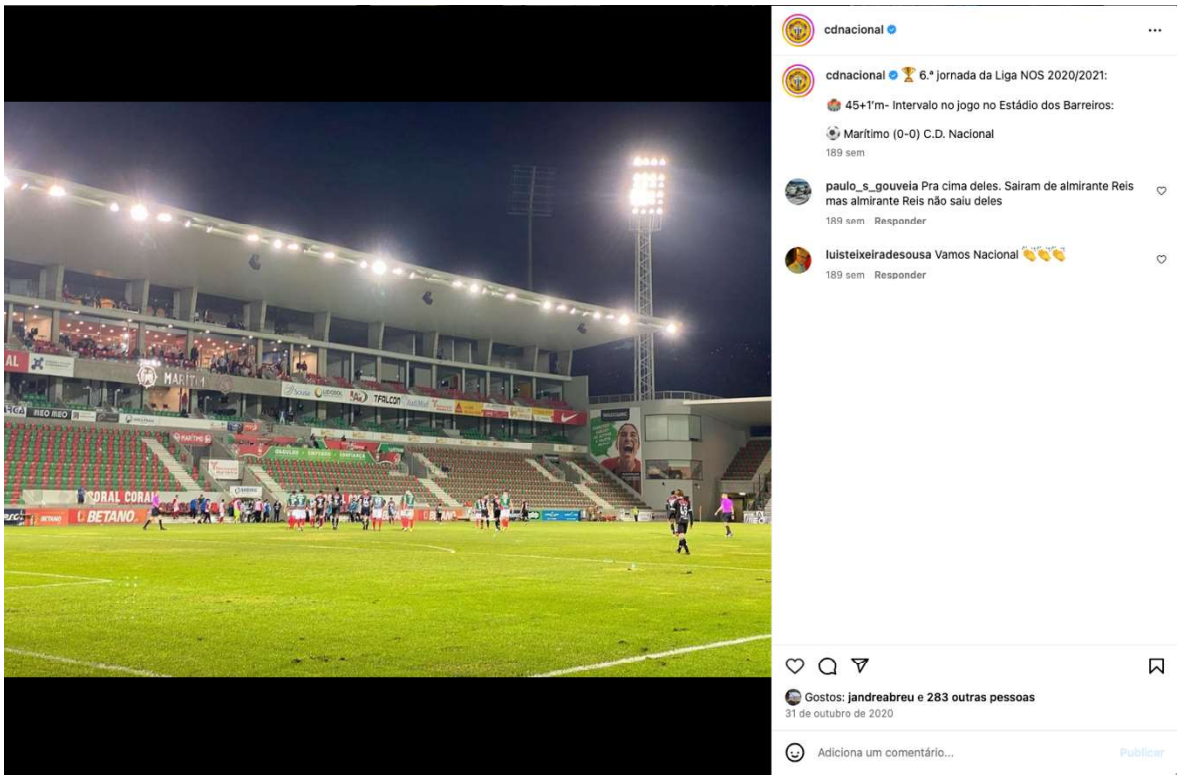
Post 136



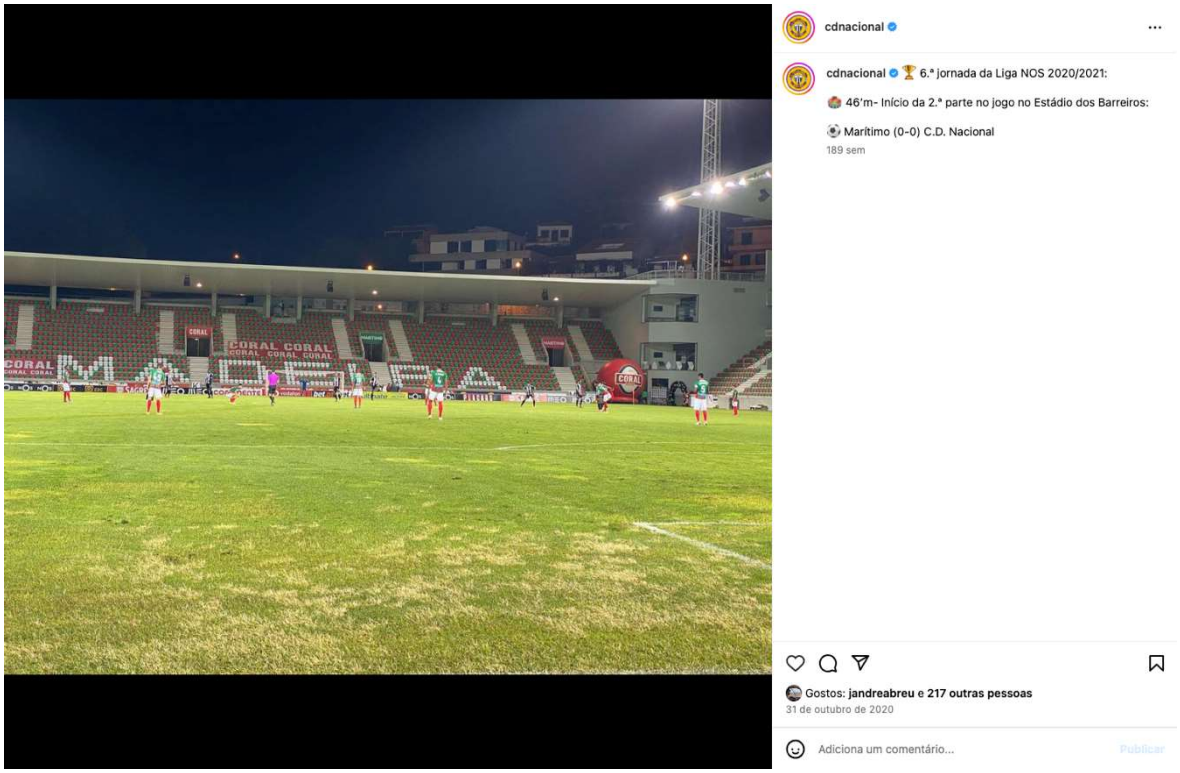
Post 137



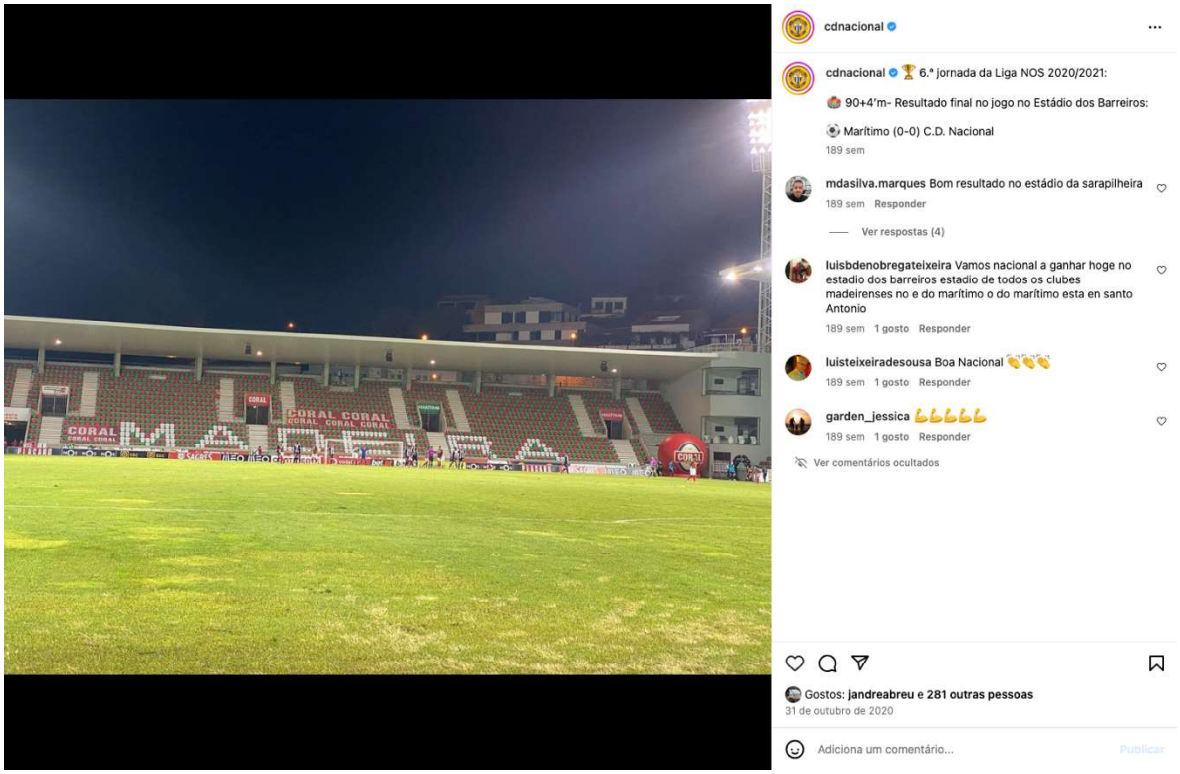
Post 138



Post 139



Post 140



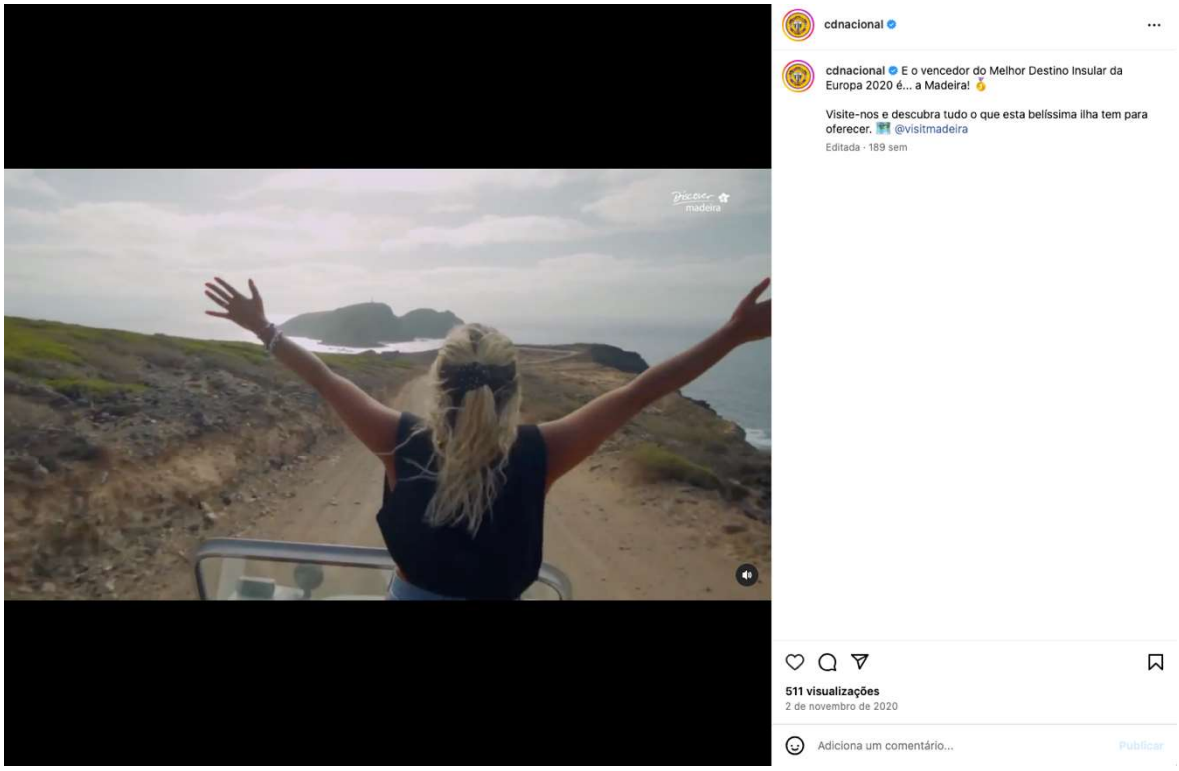
Post 141



Post 142



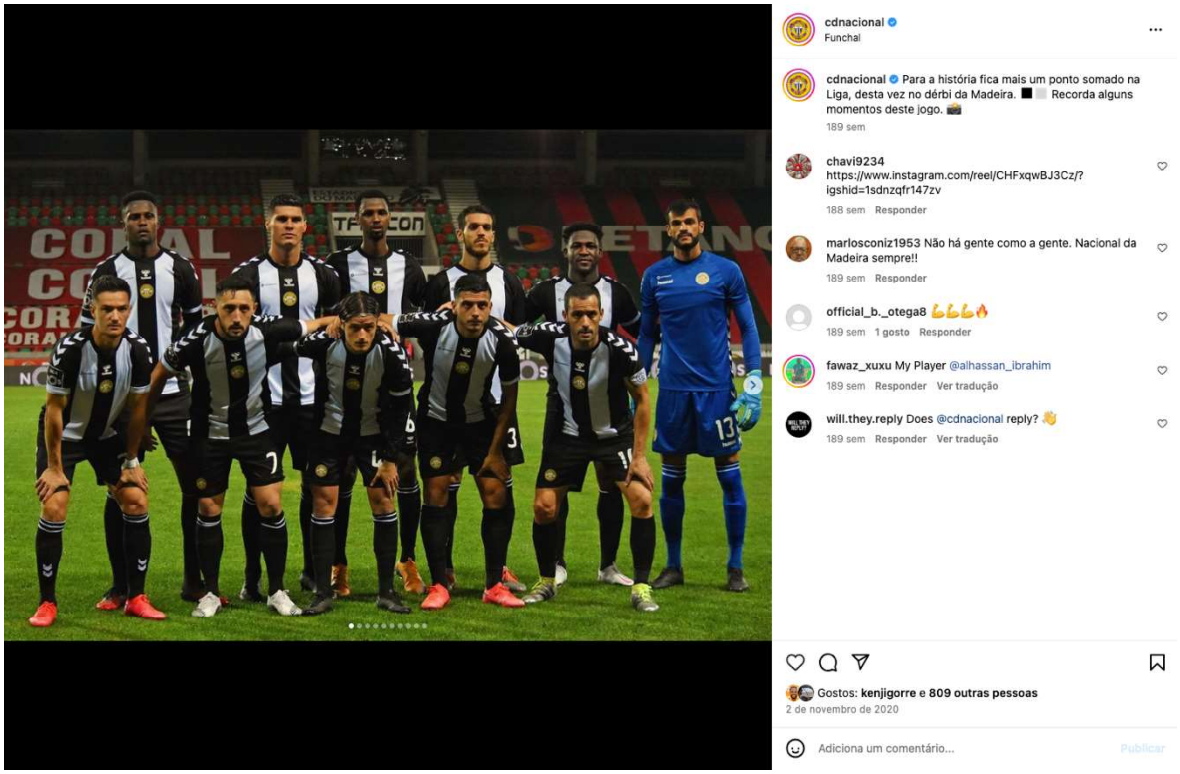
Post 143



Post 144



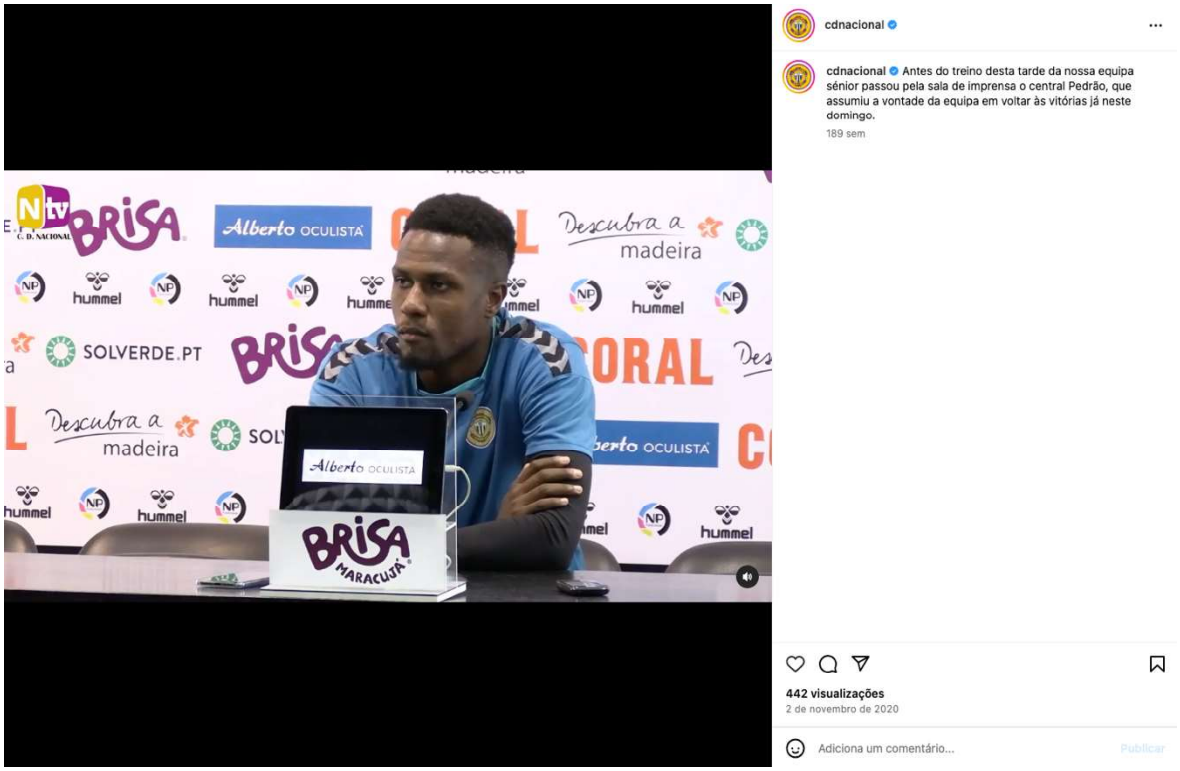
Post 145



Post 146



Post 147



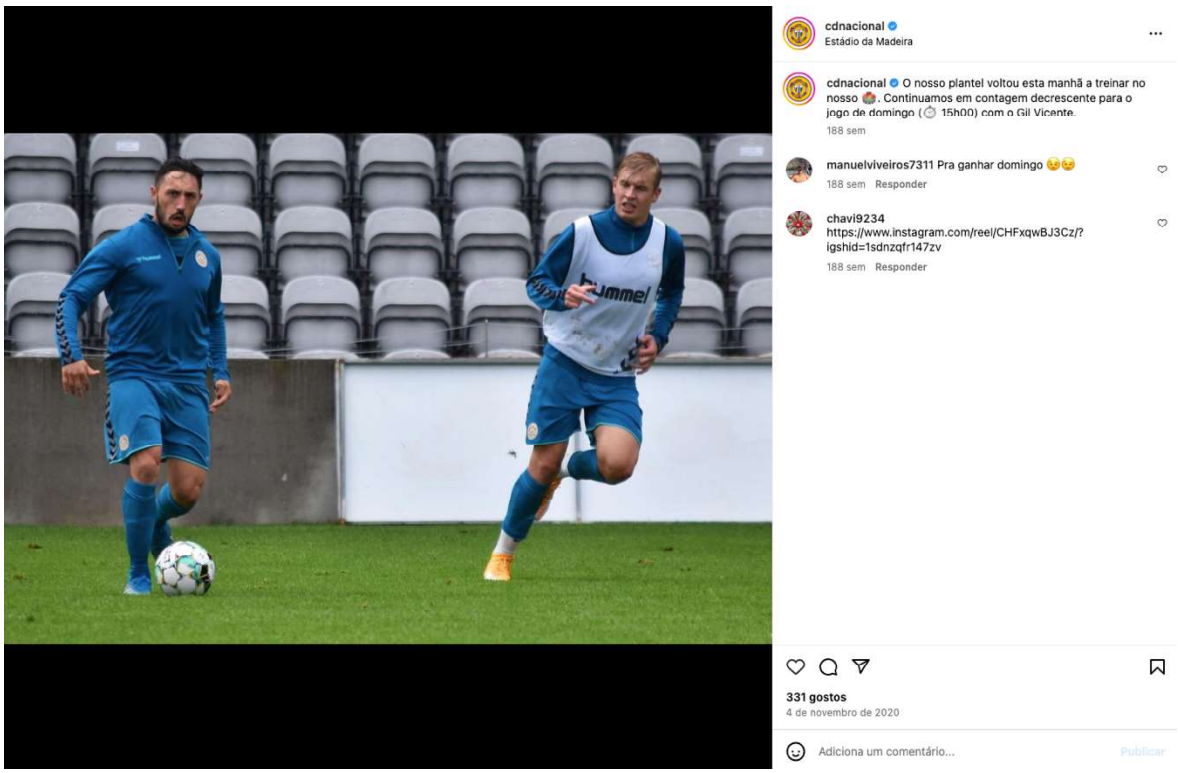
Post 148



Post 149



Post 150



Post 151





Post 152





Post 153



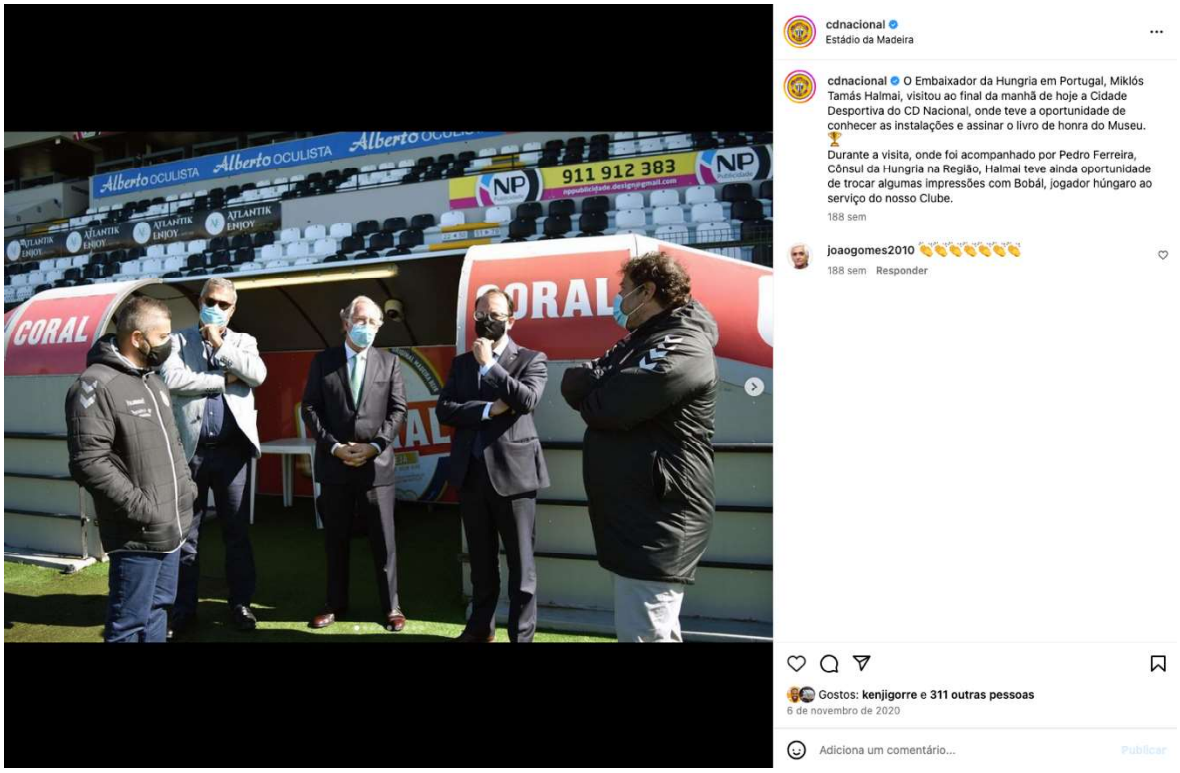
Post 154



Post 155



Post 156



Post 157



Post 158



Post 159



cdnacional

cdnacional O treinador alvinegro disse hoje esperar um jogo muito complicado com o Gil Vicente, mas mostrou-se confiante na capacidade da equipa em conseguir a primeira vitória caseira da época.
Editada · 188 sem

saj.1_saj Mention stori plzzz karo
188 sem Responder

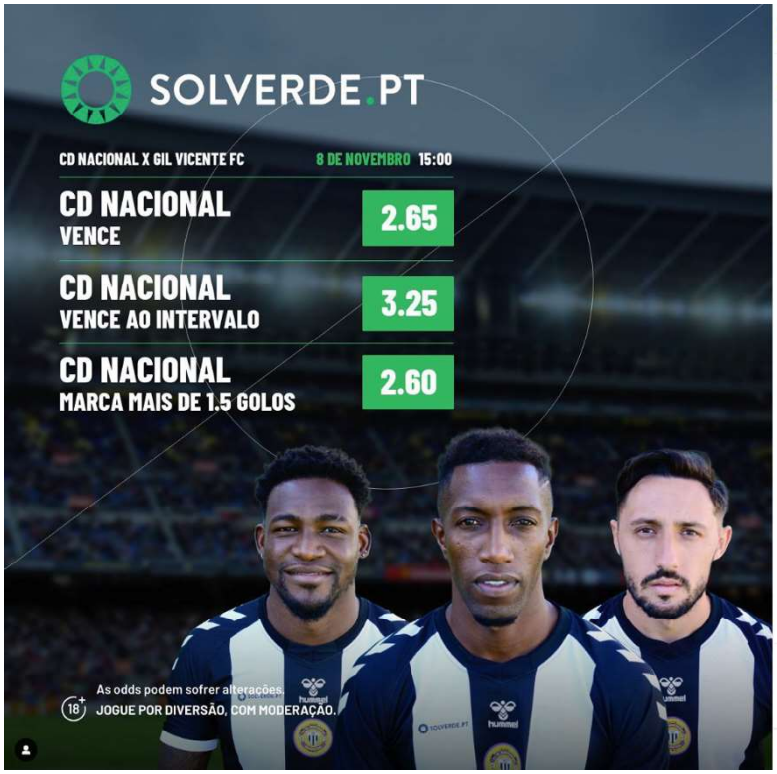
saj.1_saj Mention u stori plzzz karo
188 sem Responder

saj.1_saj @cr7__fan_malappuram_ 💯 follow karo💯
188 sem Responder

393 visualizações
7 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 160



cdnacional

cdnacional Regressamos à Fortaleza, Nacionalistas! 🏟️🖤

Qual é o teu prognóstico? Faz a tua aposta em Solverde.pt! Regista-te já usufrui de uma aposta grátis de 5€ com o código NACIONAL5 👉 https://sol-ver.de/3jnHejM

ℹ️ Consulta os termos e condições da oferta: https://sol-ver.de/3gTwg3m

+18 Joga por diversão, com moderação
Editada · 188 sem

Para ti

pietro9255 Vamos BR35!!!! Es tu momento
188 sem Responder Ver tradução

mendes1356 Vamos eu acredito
188 sem Responder

saj.1_saj 🔥🔥🔥
188 sem Responder

saj.1_saj 🎊🎊🎊
188 sem Responder

saj.1_saj ❤️❤️❤️
188 sem Responder

saj.1_saj 🌻🌻
188 sem Responder

saj.1_saj 🌈
188 sem Responder

176 gostos
8 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 161



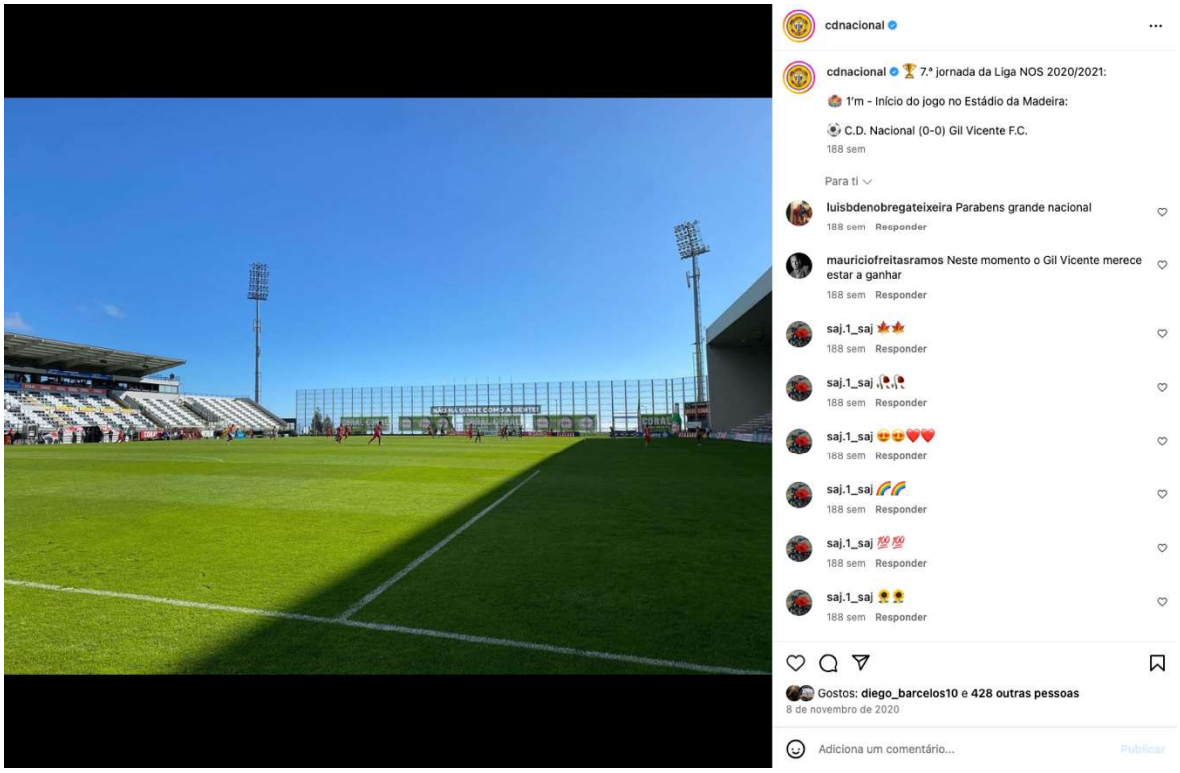


Post 162





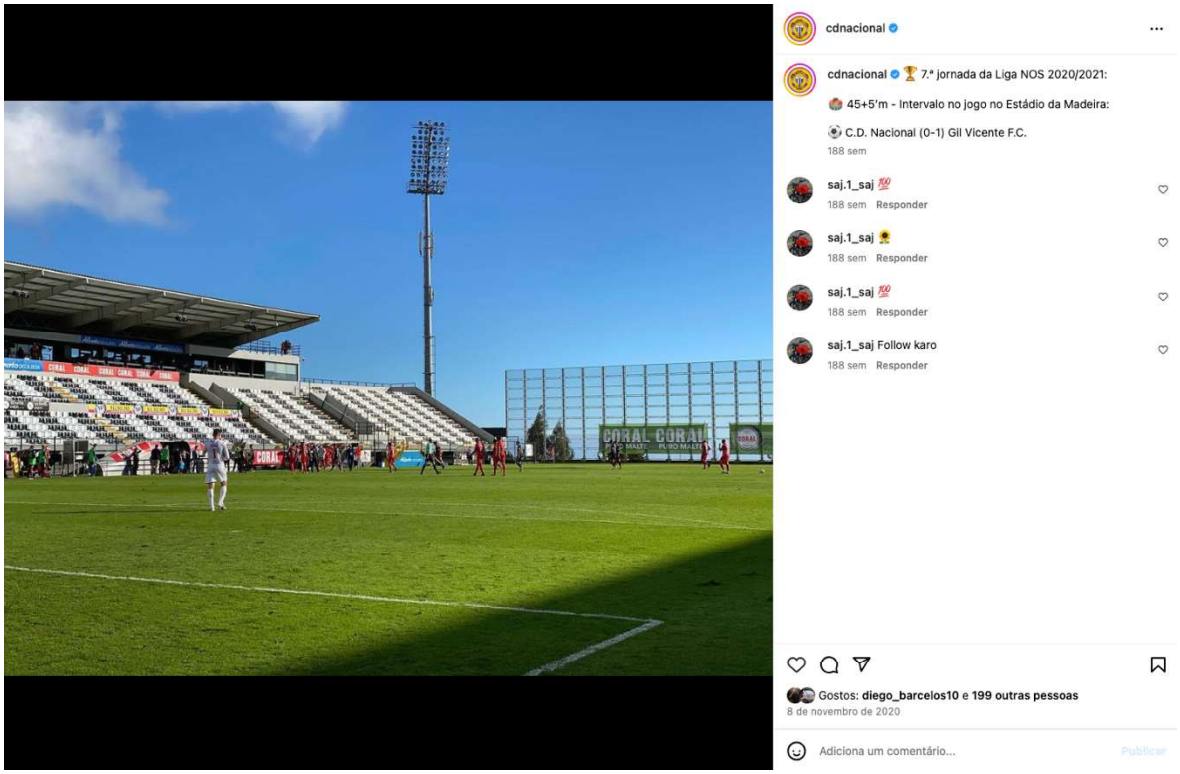
Post 163



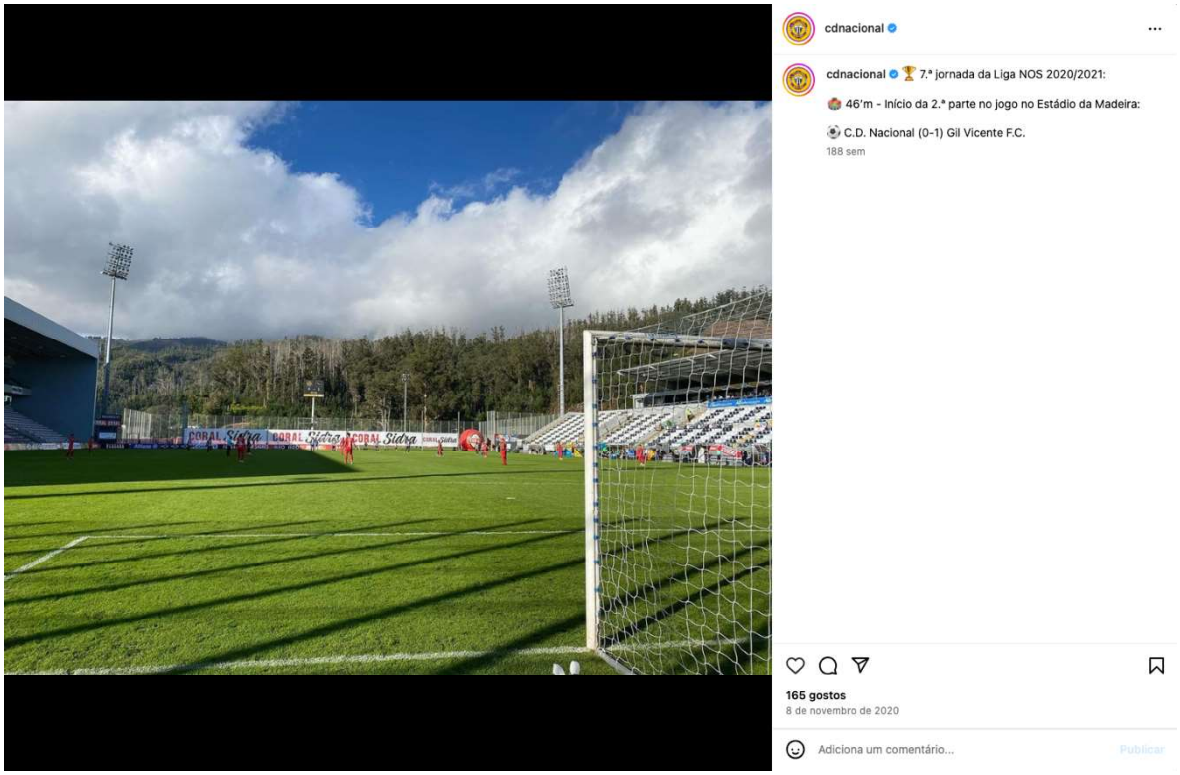
Post 164



Post 165



Post 166



Post 167



cdnacional

cdnacional 🏆 7.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

57'm - GOOOOOOOOOOLOOOOOO de Camacho no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (1-1) Gil Vicente F.C.

188 sem

Gostos: **luisgomes_10** e **147 outras pessoas**

8 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 168



cdnacional

cdnacional 🏆 7.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

90+3'm - GOOOOOOOOOOLOOOOOO de Róchez no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (2-1) Gil Vicente F.C.

188 sem

Para ti

tiagodsgoncalves ⚫⚪VAMOS🔥🔥
188 sem Responder

official_b._otega8 I love my heroo Ibrahim Alhassan💪💪💪
188 sem Responder

joaosousa122 Bora Nacional da madeira 🖤🖤🖤🙏
188 sem Responder

smfgc Parabéns a todos rapazes, uma segunda parte muito forte e com inteligência 🖤🤍👌💪 a nossa 1ª vitória em casa 👏👏👏👏👏
188 sem Responder

germano_sfo24 @rochezbryan 👏👏💪
188 sem Responder

fernandes.anaraquel 💪🏂
188 sem Responder

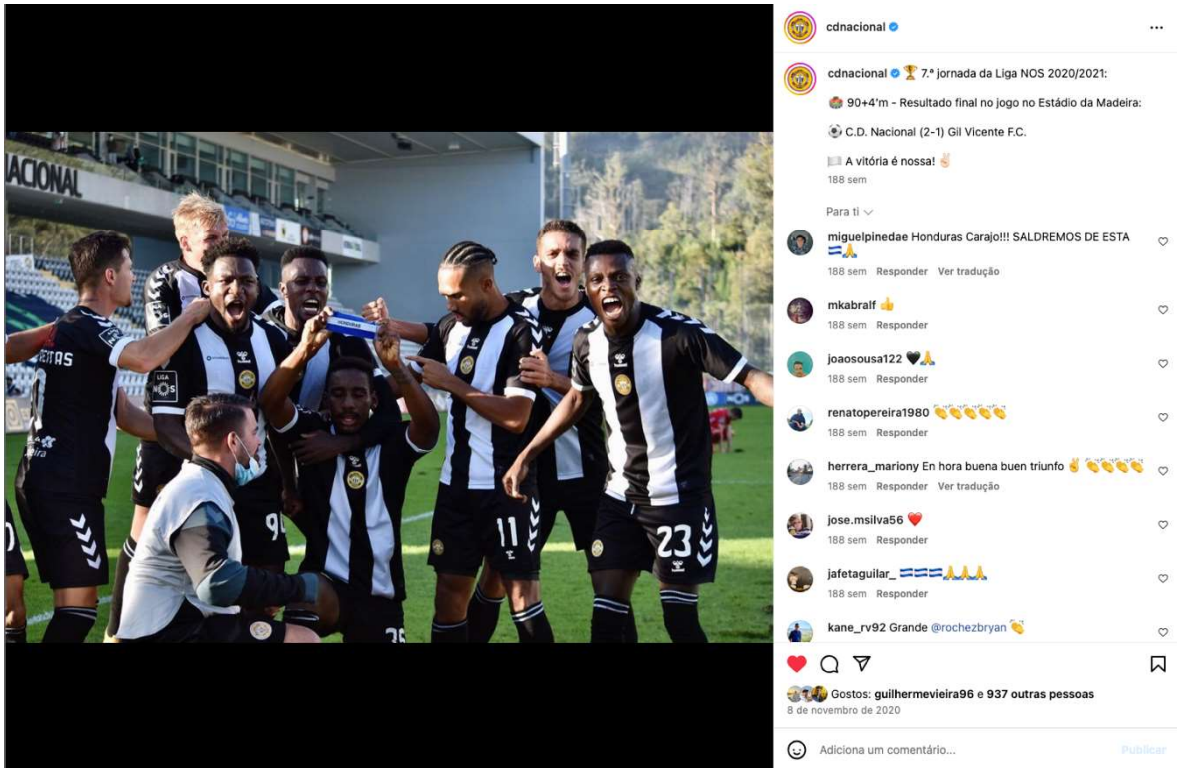
joaquin.cabrera Vamos rochez 🟰🙏💪
188 sem 1 gosto Responder

Gostos: **guilhermevieira96** e **602 outras pessoas**

8 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

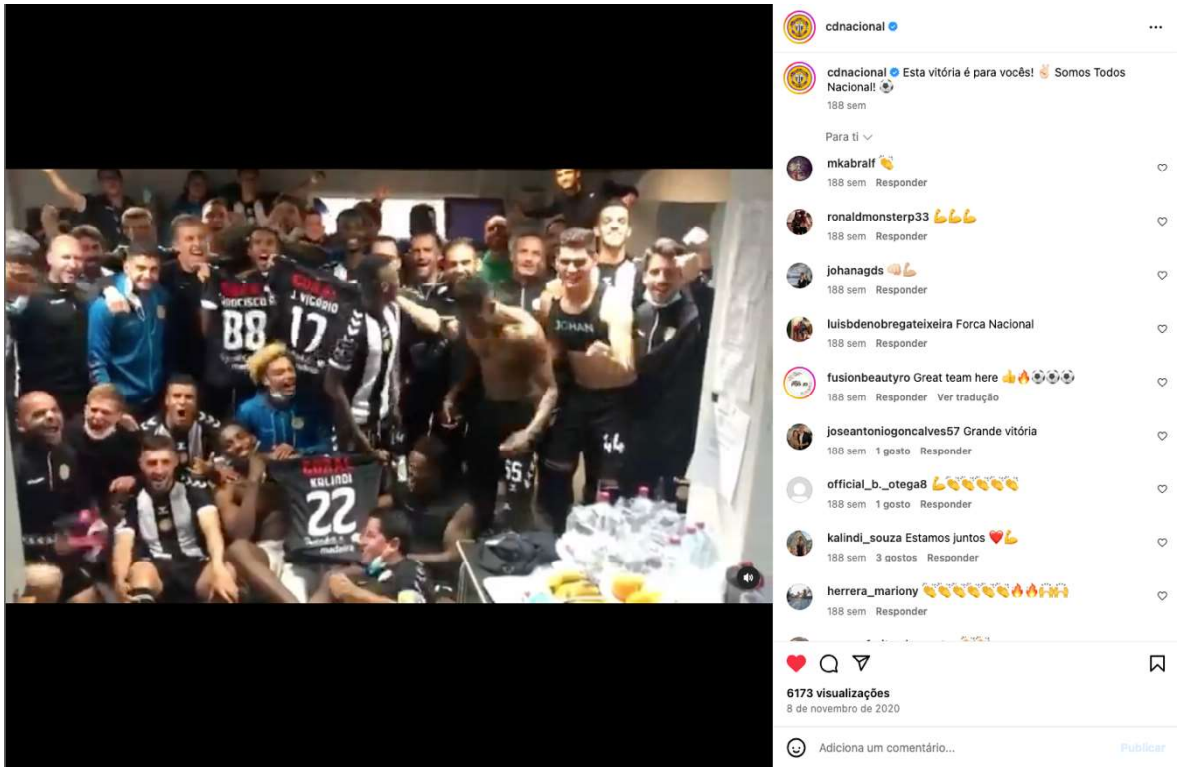
Post 169



Post 170



Post 171



Post 172



Post 173



cdnacional

cdnacional Na conferência de imprensa realizada no final do encontro com o Gil Vicente, o treinador alvinegro sublinhou a fantástica segunda parte realizada pela equipa, considerando a vitória mais do que merecida.
188 sem

official_b._otega8 💪💪💪🔥🔥
188 sem Responder

729 visualizações
8 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 174



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Hoje conquistámos a 1.ª vitória em casa esta época. Para a história fica uma excelente reviravolta no marcador. 📸 Espreita alguns dos momentos do nosso jogo com o Gil Vicente. ⚽
188 sem

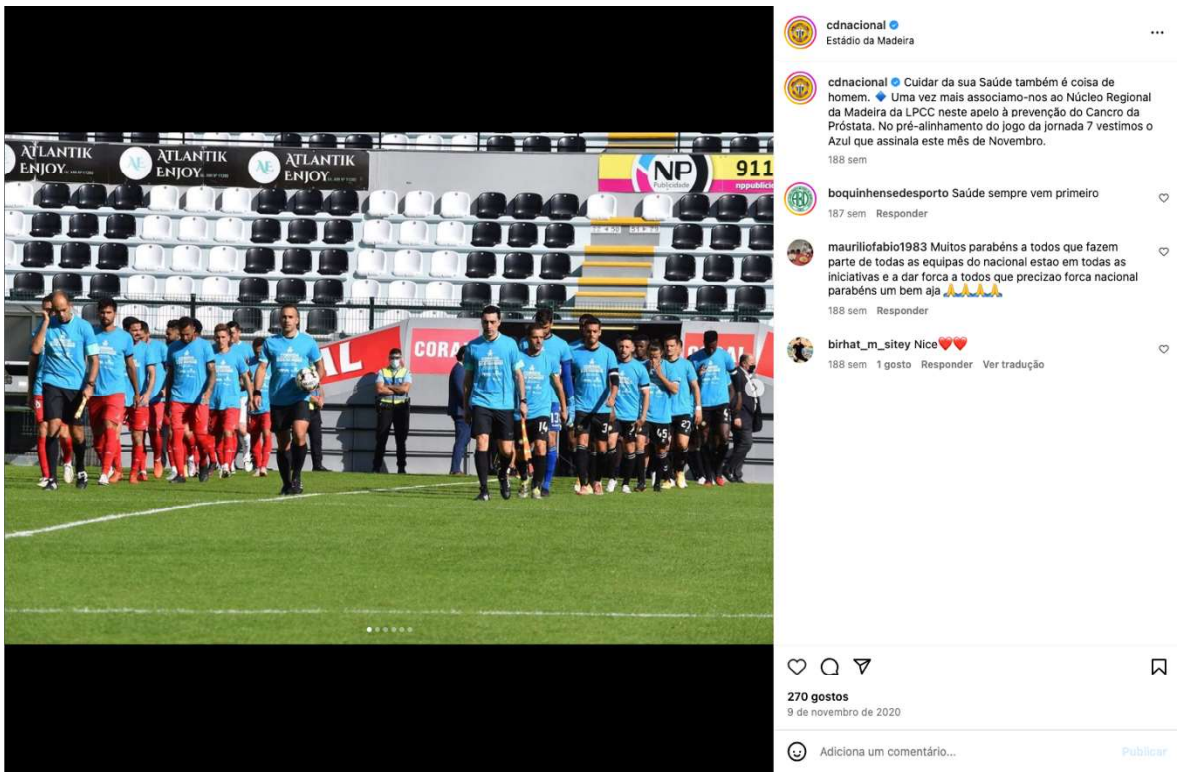
Gostos: **hugo8leme** e **332 outras pessoas**
8 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 175



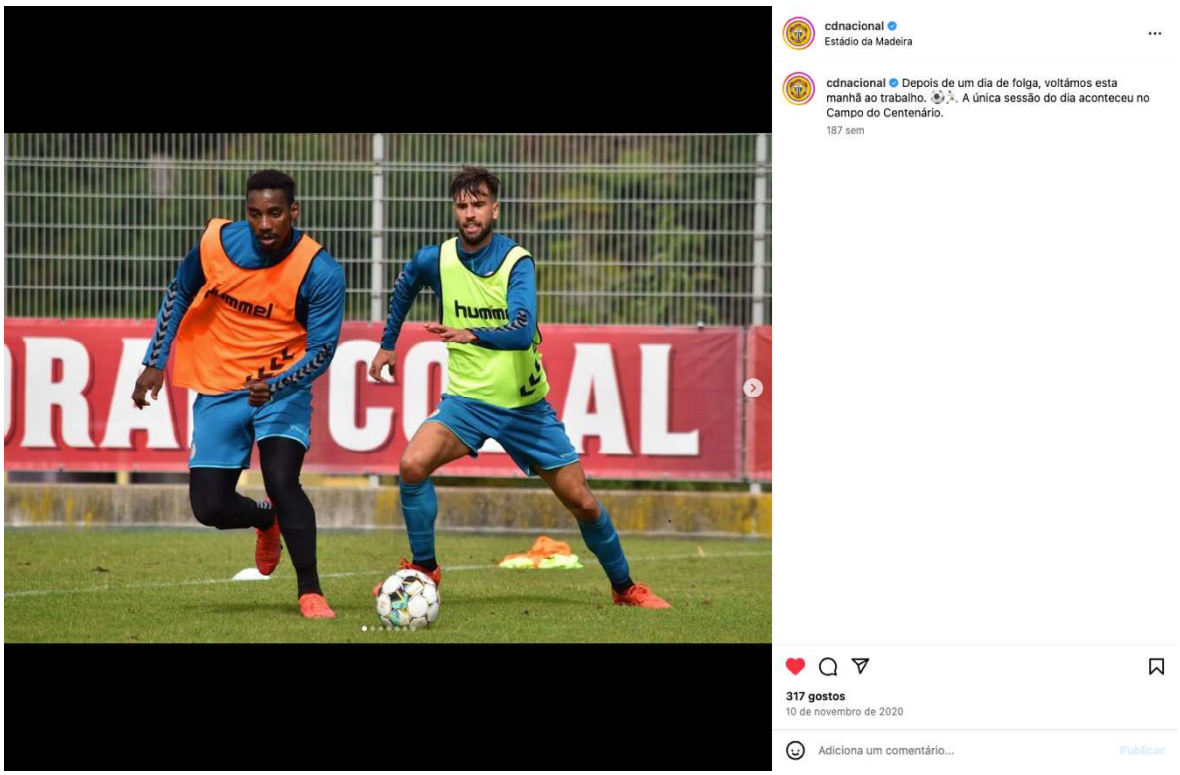
Post 176



Post 177



Post 178



Post 179



cdnacional

cdnacional 🎮 A competição virtual FIFA da Liga Portugal vai começar nos próximos dias e a equipa de eSports do C.D. Nacional já conhece o alinhamento da fase de grupos da Temporada de Inverno. A equipa alvinegra ficou inserida no Grupo B. 🐩 Fica a saber mais em www.cdnacional.pt

Editada · 187 sem

zemariatrindade Vai ser lavagem

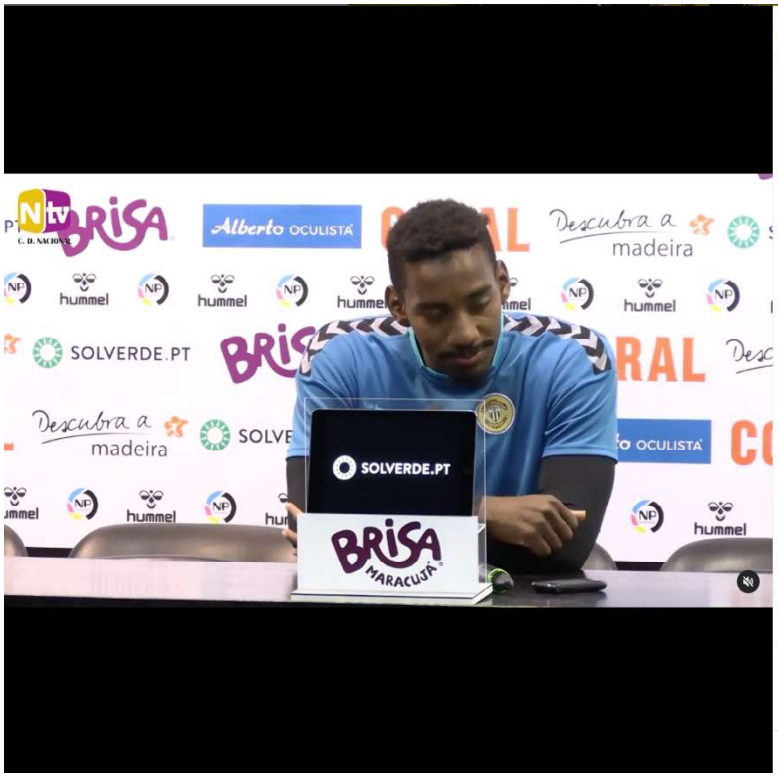
187 sem Responder

Gostos: **joaojasmins** e **239 outras pessoas**

11 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 180



cdnacional

cdnacional O avançado hondurenho, autor do golo da vitória diante do Gil Vicente passou esta manhã pela sala de imprensa.
Atribuindo o mérito do triunfo a toda a equipa, Rochez traçou como meta imediata o apuramento para a Taça da Liga.

187 sem

457 visualizações

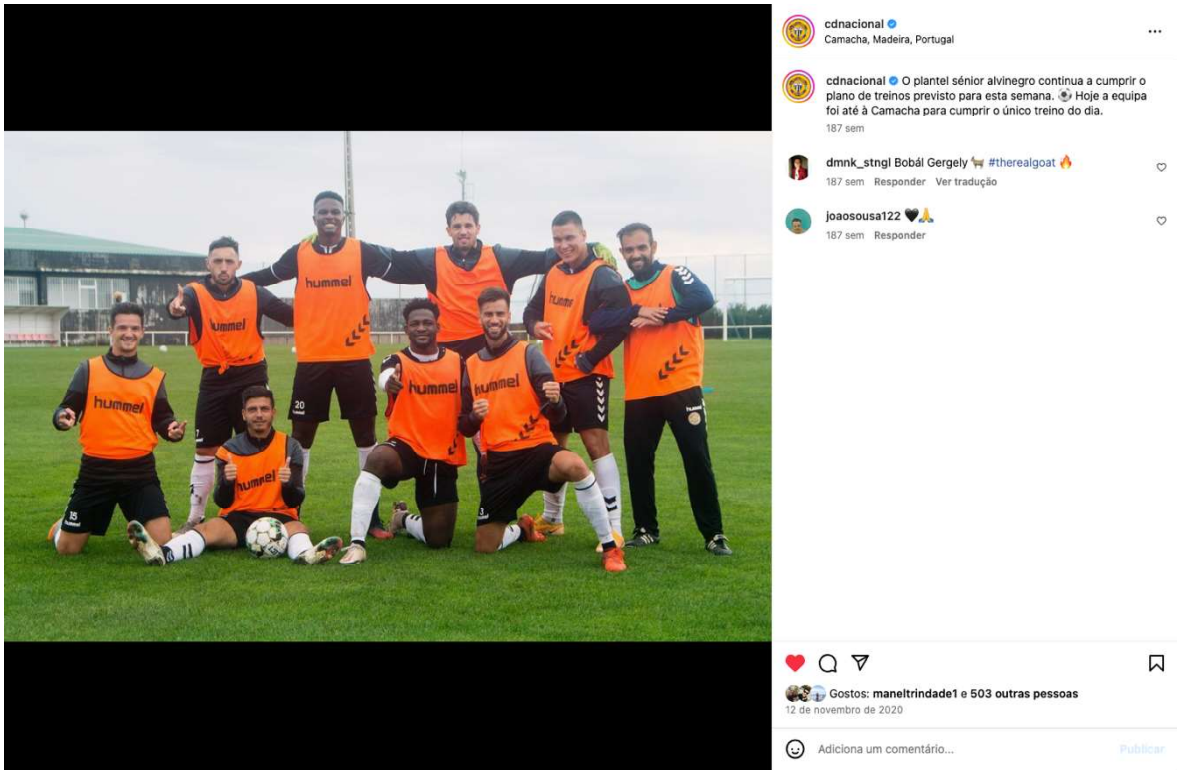
11 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 181



Post 182



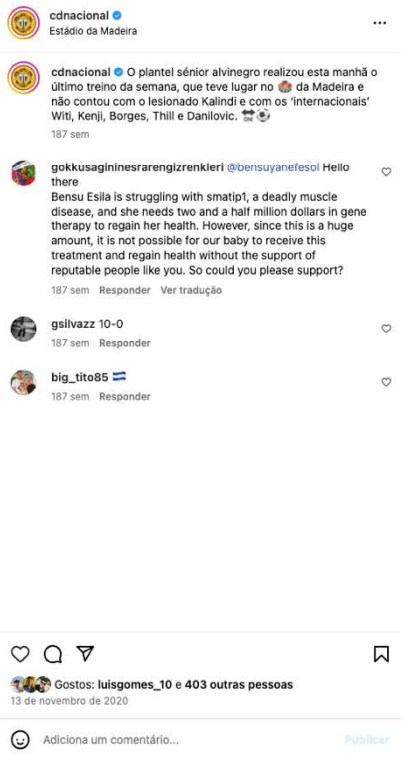
Post 183



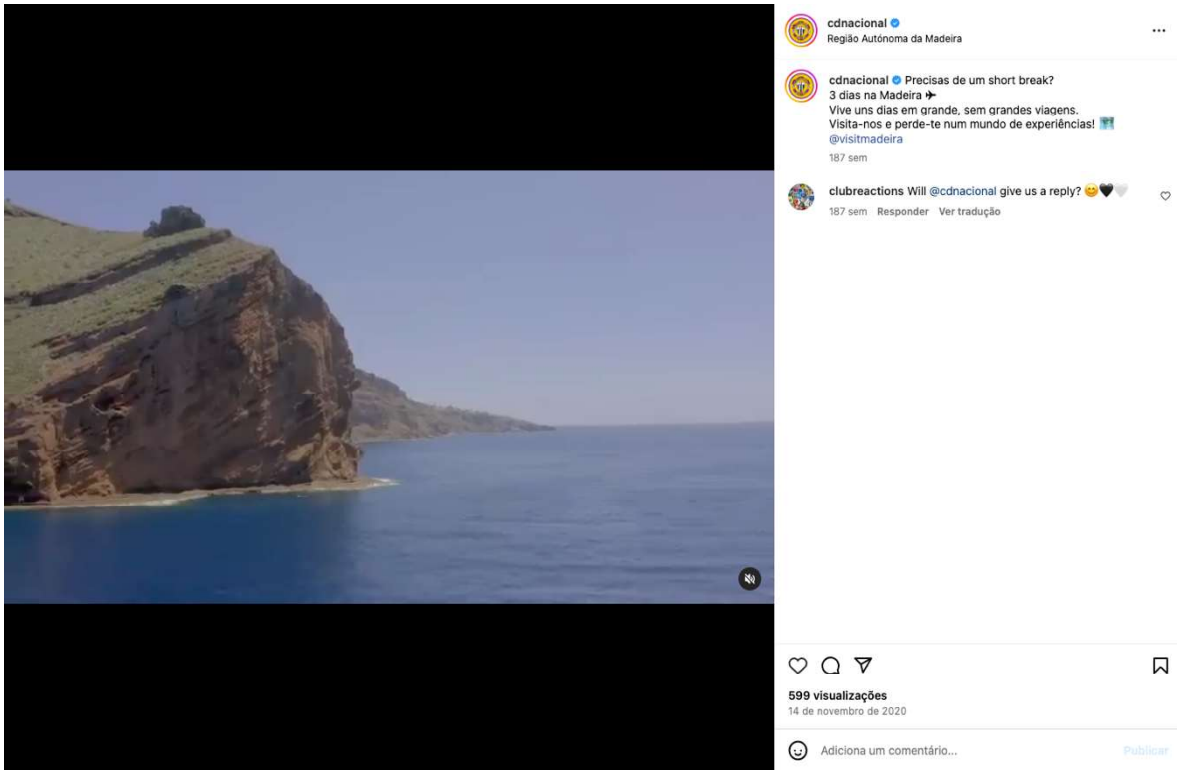


Post 184





Post 185



Post 186



Post 187



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Há 13 anos celebrámos mais uma data histórica para o nosso Clube, com a inauguração oficial da Cidade Desportiva. 🏟️ Uma grande festa que teve início, com a partida da "Chama Nacionalista" a partir do Estádio dos Barreiros com destino ao Estádio da Madeira, passando por vários locais que fazem parte da História. A cerimónia teve momentos marcantes, encerrando com um jogo entre o Nacional e o Benfica e ainda um espetáculo piro-musical.
187 sem

juninhonayaraarcanjo 👏👏
187 sem Responder

luisteixeiradesousa 👏👏👏👏👏👏 Grande Nacional
187 sem Responder

susanafreitasdossantos 👏👏👏👏
187 sem Responder

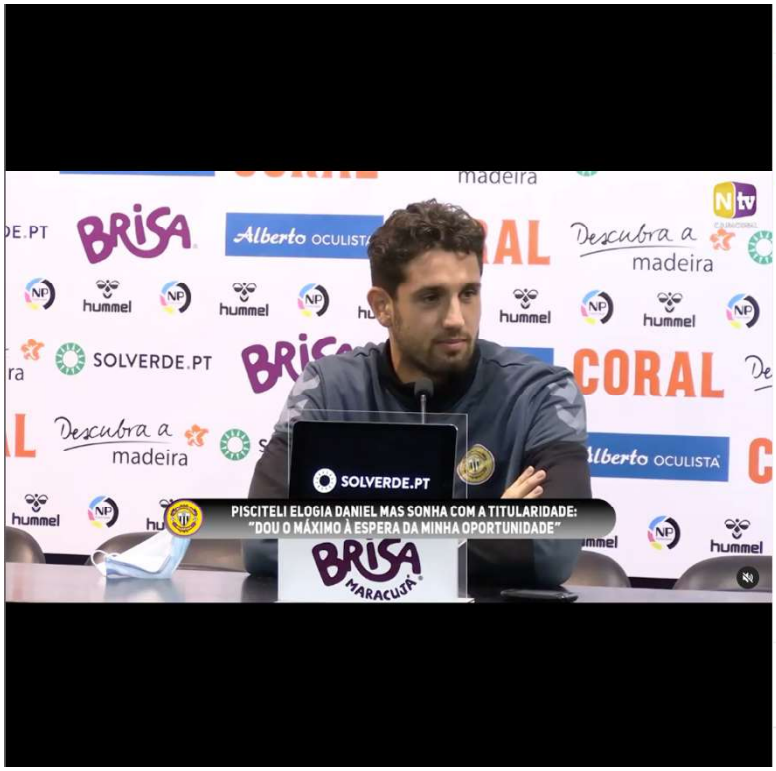
paulosousa959 Marco importante da vida do nosso clube, Nacional sempre..
187 sem Responder

smfgc 👏👏👏👏 Nacional olé , olé 🖤🤍💯🖤🤍
187 sem Responder Ver tradução

Gostos: **joanabettencourt__** e **645 outras pessoas**
16 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 188



cdnacional

cdnacional Antes do treino desta manhã passou pela sala de imprensa o guarda-redes Riccardo Piscitelli, que confessou a sua satisfação por estar no clube, assumindo que a luta pela titularidade com Daniel Guimarães é uma luta dura mas sã.
187 sem

margaritafocsa 😍🐉💚
186 sem Responder

tonkarl_80 🇮🇹🇮🇹❤️
187 sem Responder

517 visualizações
16 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

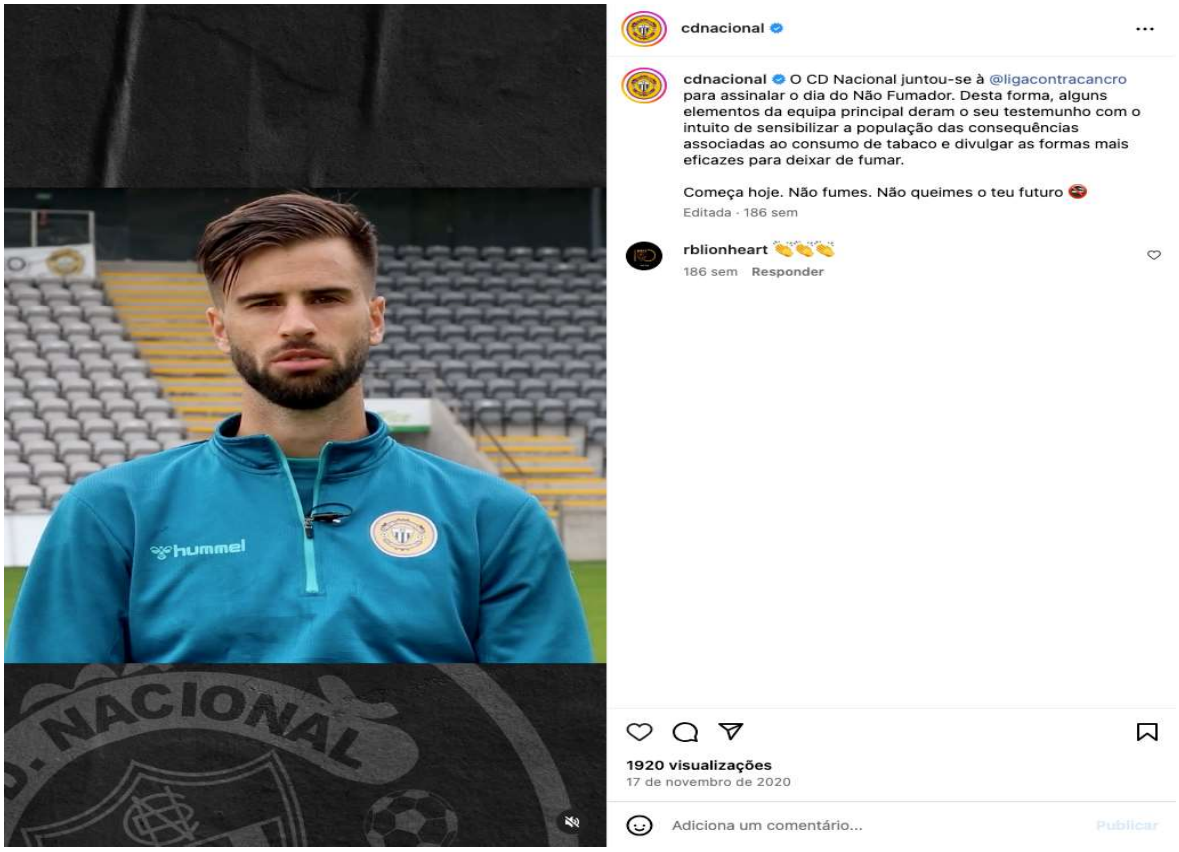
Post 189



Post 190



Post 191



Post 192



Post 193



Post 194



Post 195



Post 196



Post 197



Post 198



Post 199



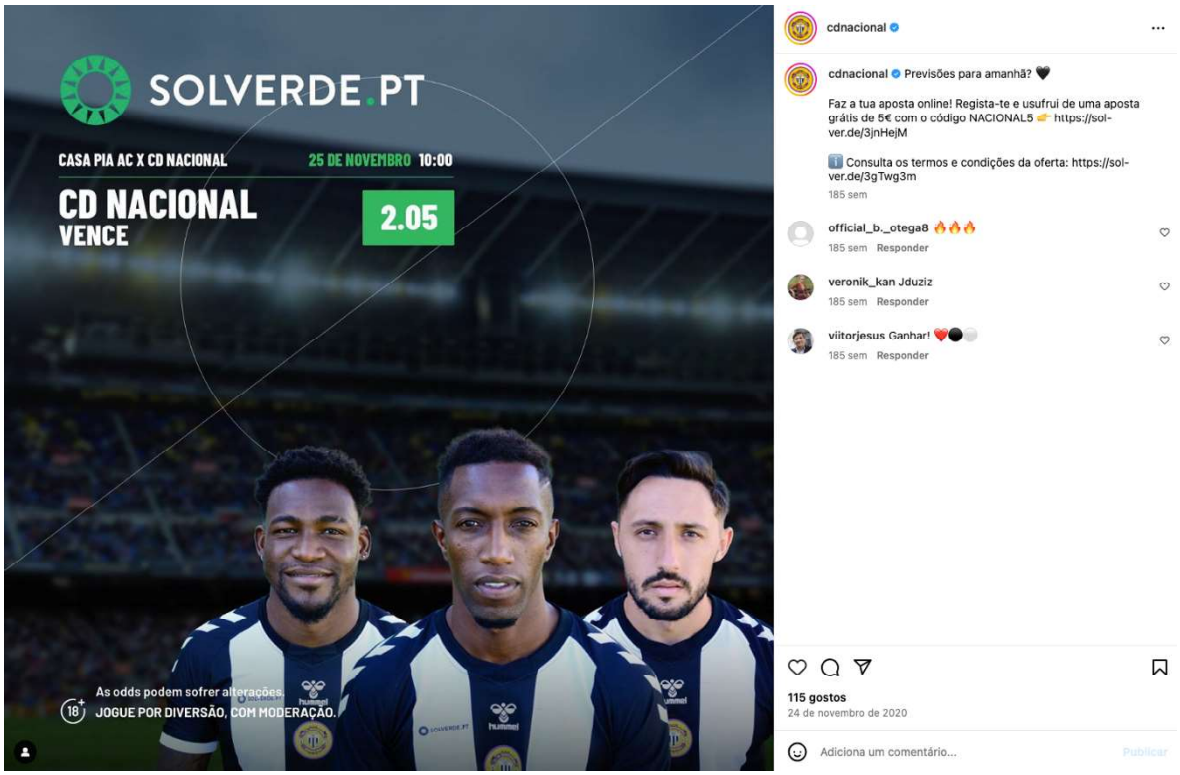
Post 200



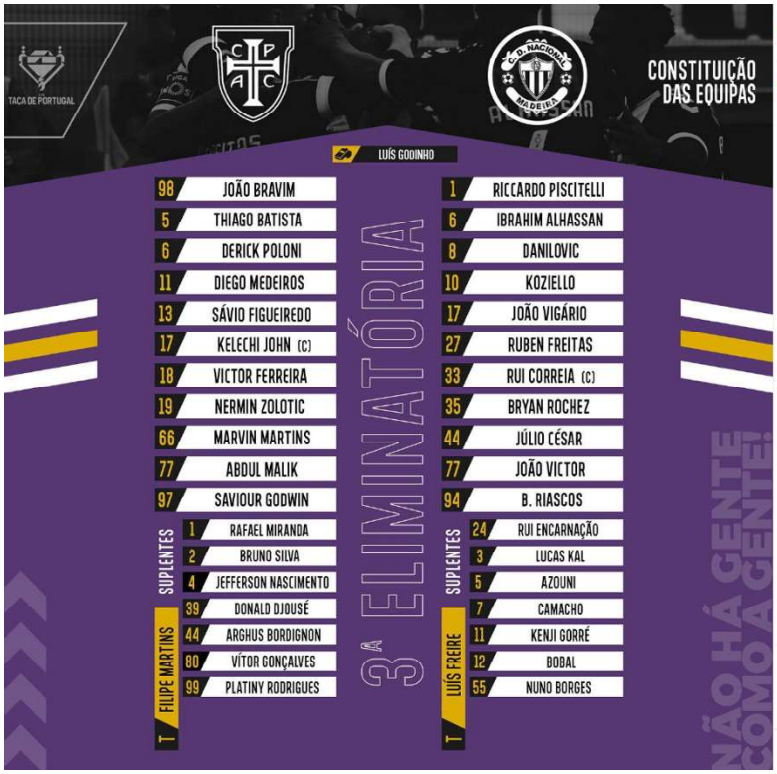
Post 201



Post 202



Post 203



cdnacional
Estádio Pina Manique

cdnacional 🏆 3.ª eliminatória da Taça de Portugal 2020/2021:

🏟 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio Pina Manique:

⚽ Casa Pia A.C. (vs) C.D. Nacional

Editada · 185 sem

195 gostos
25 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 204



cdnacional

cdnacional 🏆 3.ª eliminatória da Taça de Portugal 2020/2021:

🏟 1'm- Início do jogo no Estádio Pina Manique:

⚽ Casa Pia A.C. (0-0) C.D. Nacional

185 sem

102 gostos
25 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 205



Post 206



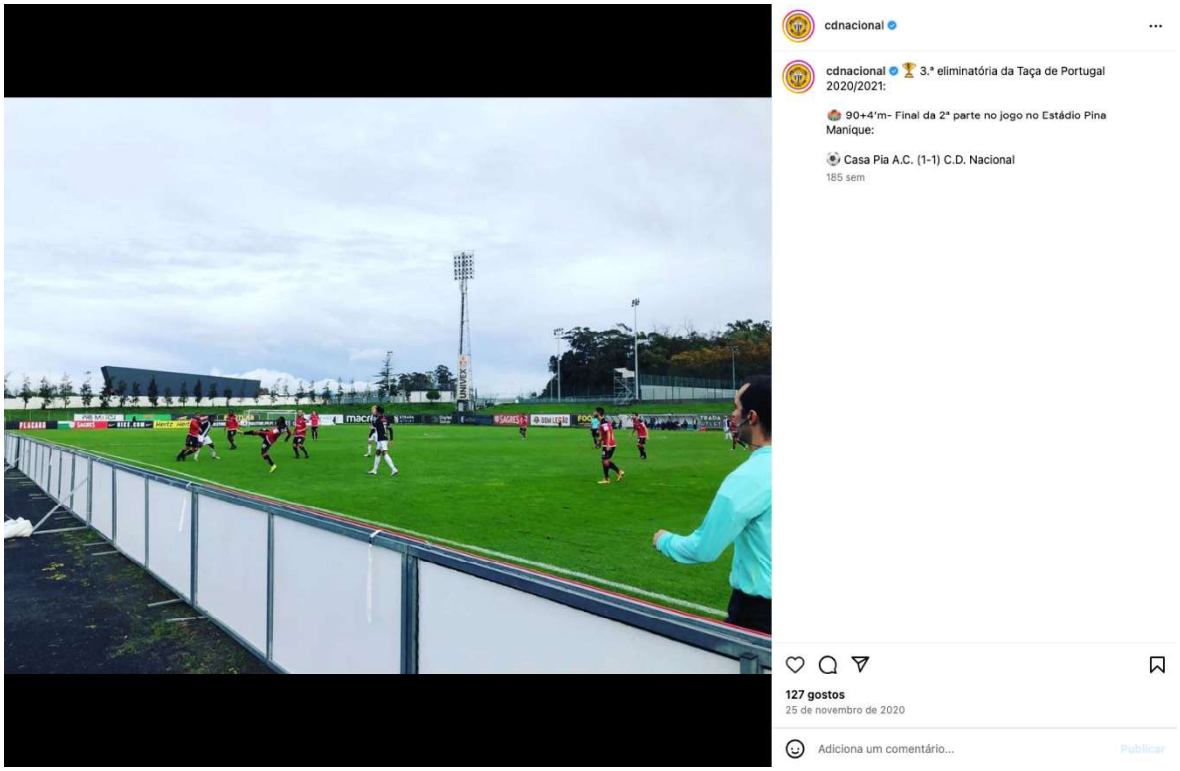
Post 207



Post 208



Post 209



Post 210



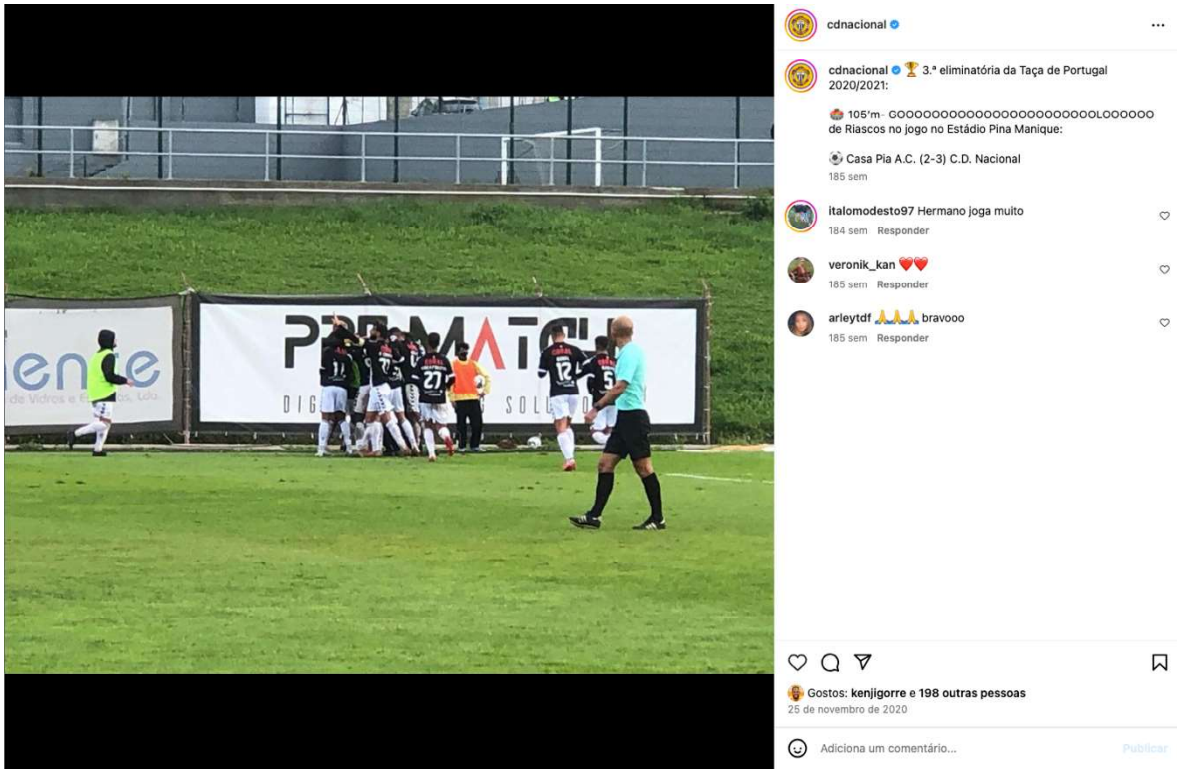
Post 211



Post 212



Post 213



Post 214



Post 215



Post 216



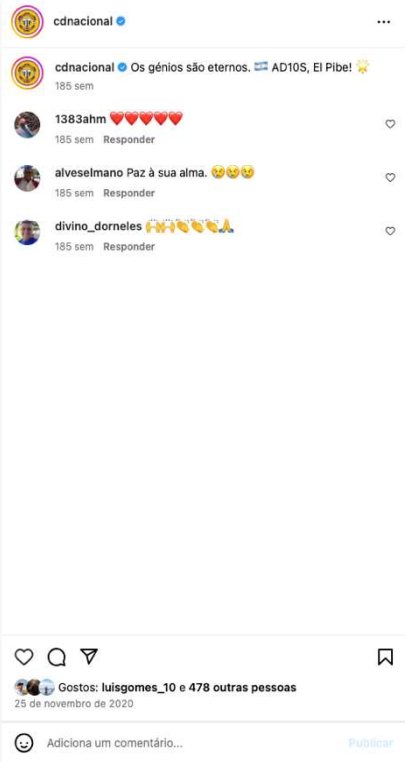
Post 217





Post 218





Post 219



Post 220



Post 221



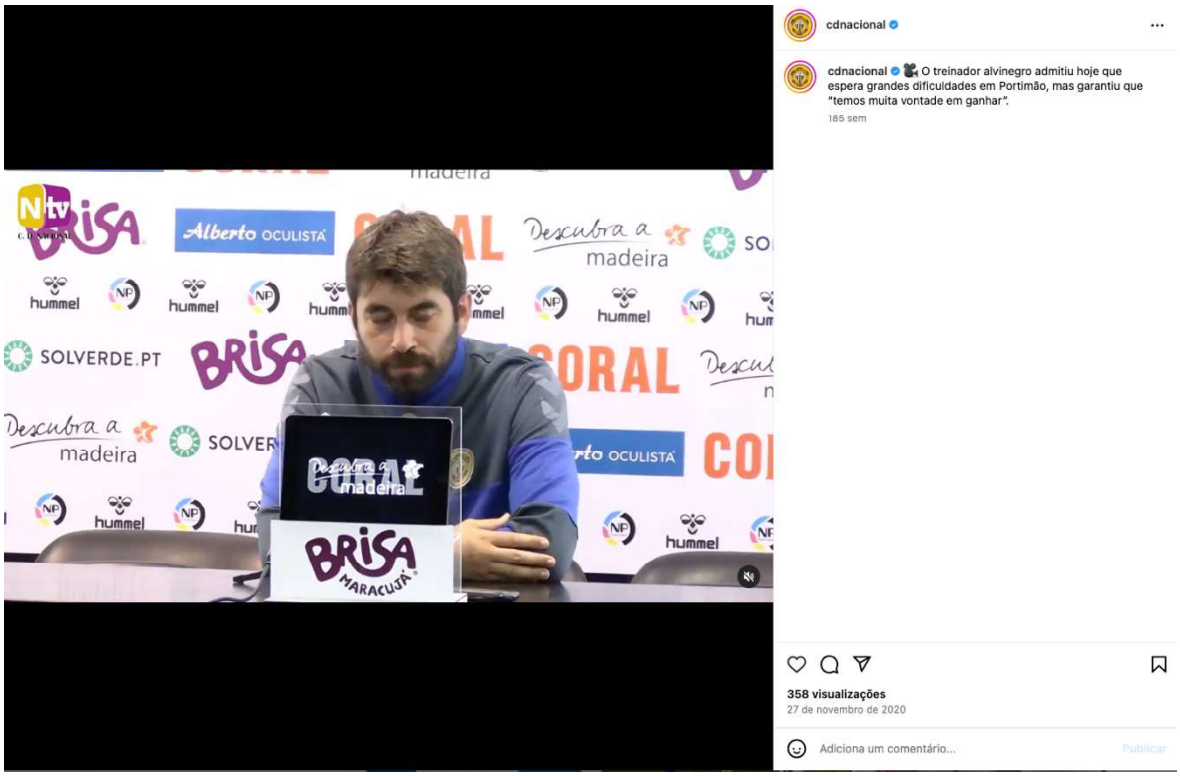
Post 222



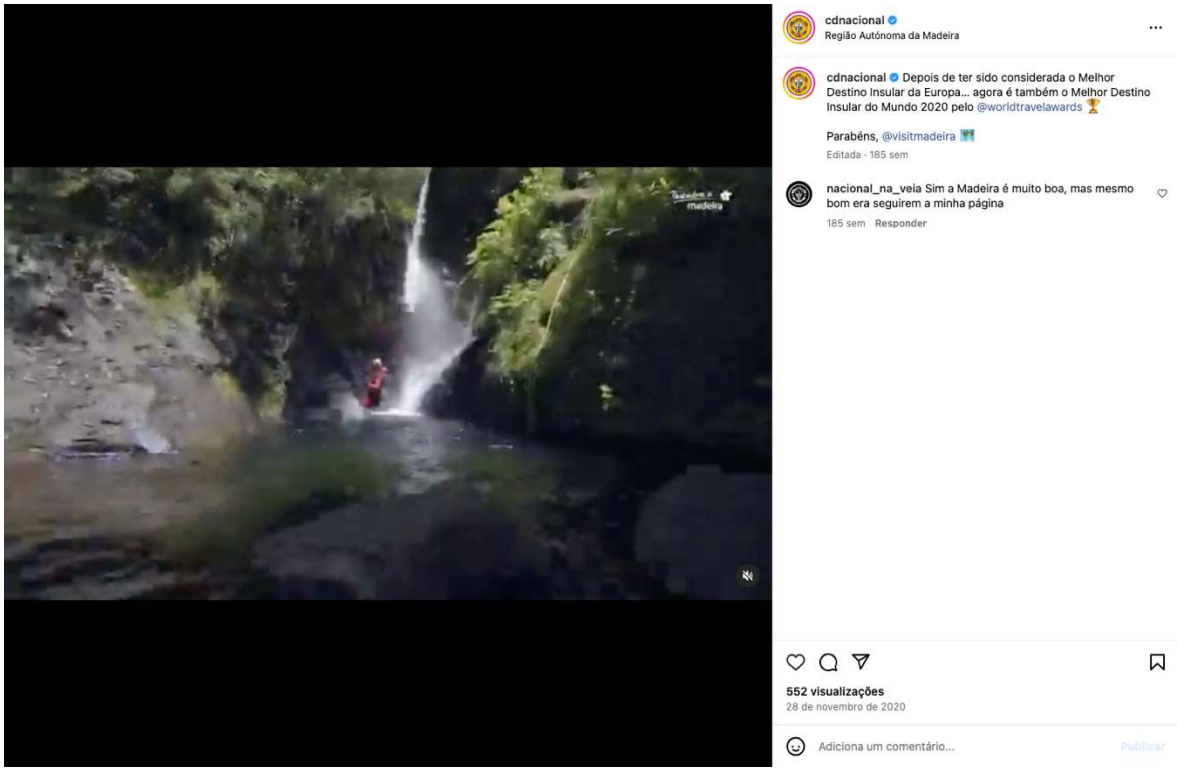
Post 223



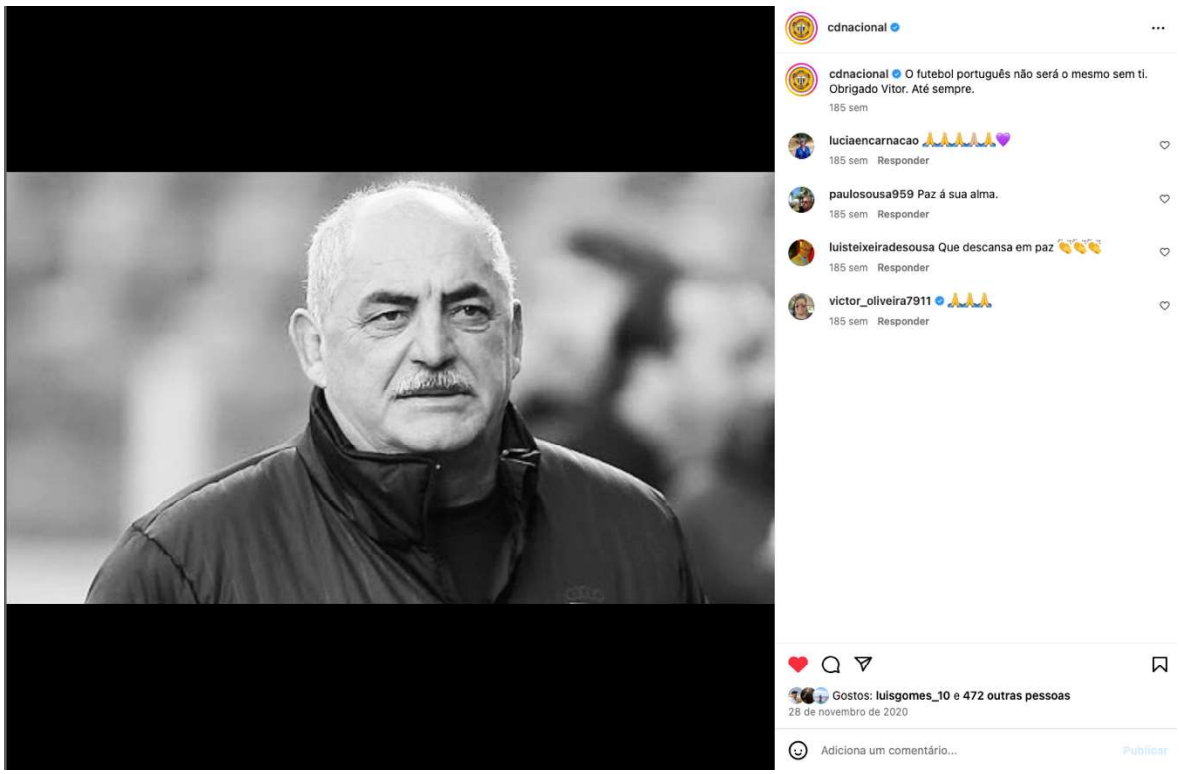
Post 224



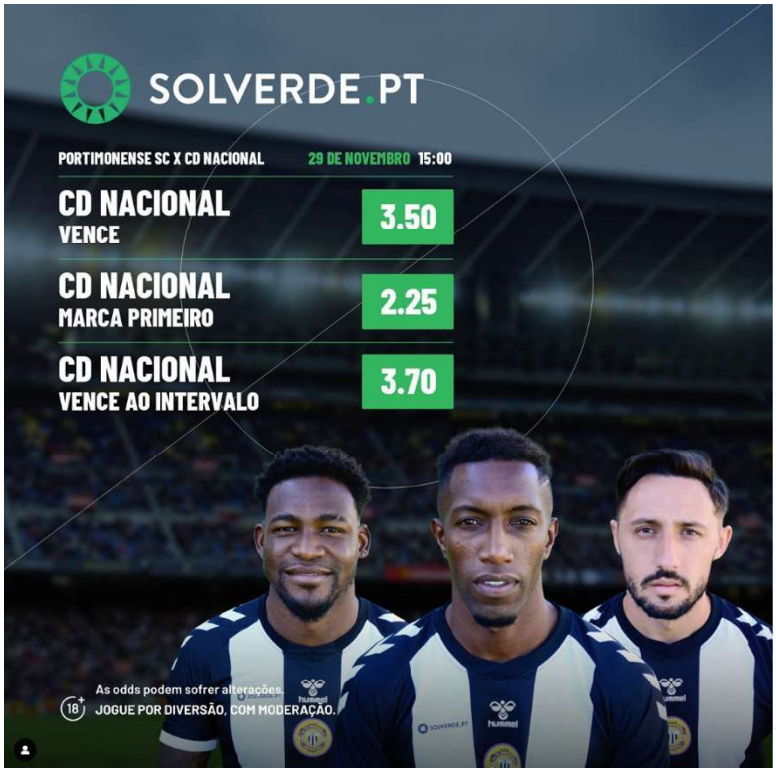
Post 225



Post 226



Post 227



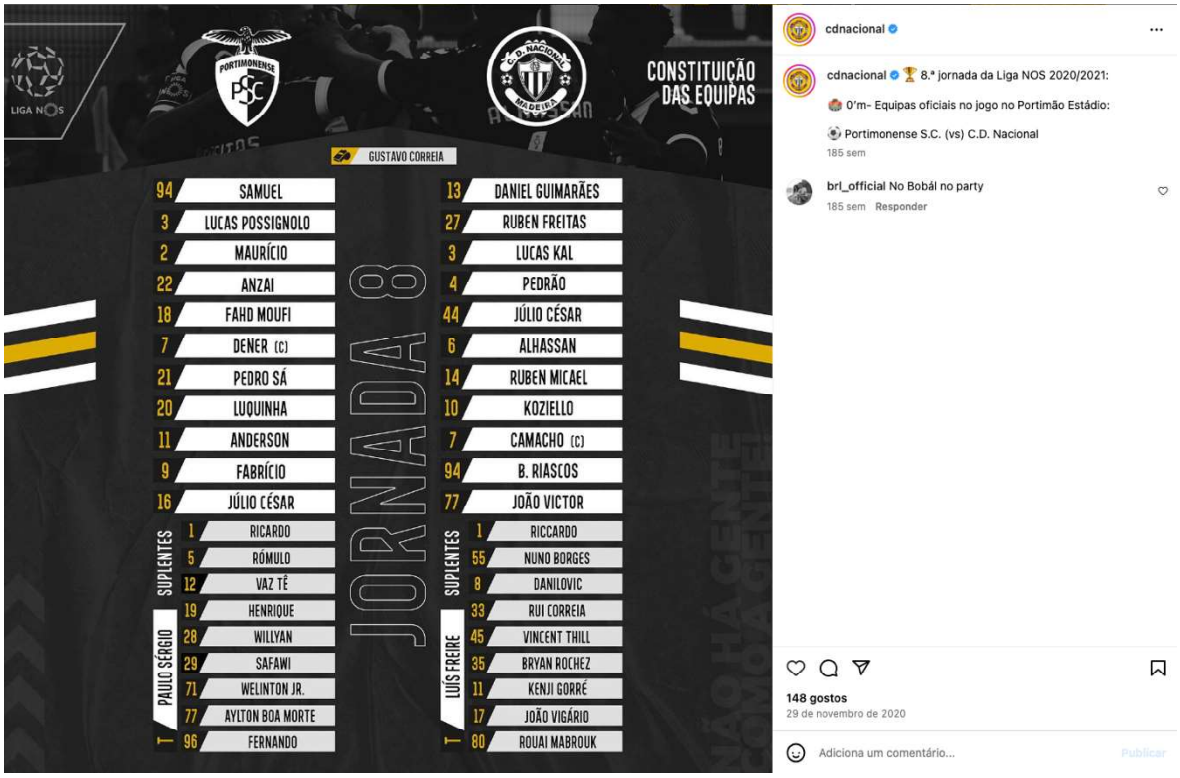


Post 228





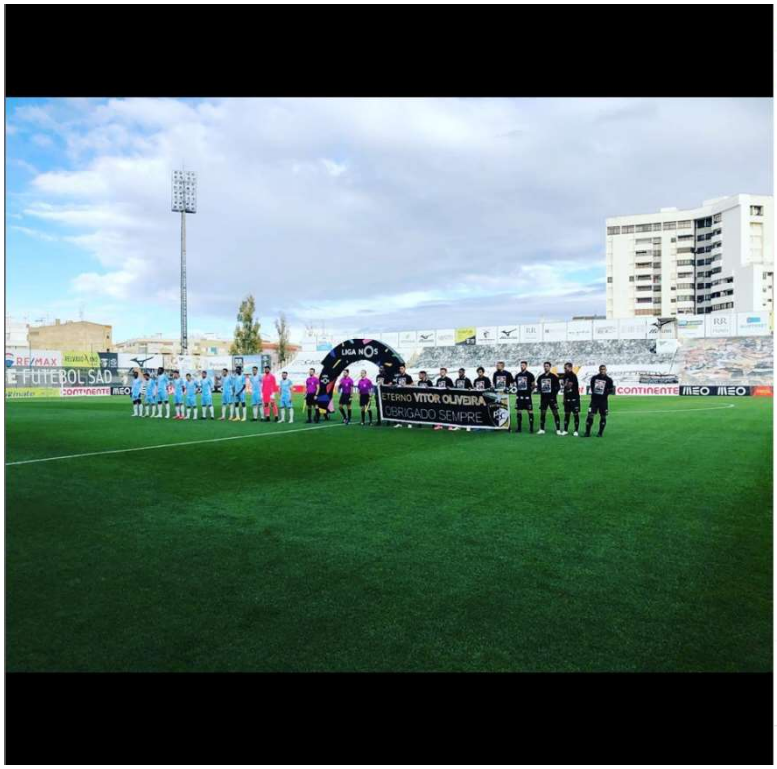
Post 229



Post 230



Post 231



cdnacional

cdnacional 🏆 8.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

⚽ 1'm- Início do jogo no Portimão Estádio:

⚽ Portimonense S.C. (0-0) C.D. Nacional

185 sem

148 gostos

29 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 232



cdnacional

cdnacional 🏆 8.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

⚽ 45+2'm- Intervalo no jogo no Portimão Estádio:

⚽ Portimonense S.C. (0-0) C.D. Nacional

185 sem

195 gostos

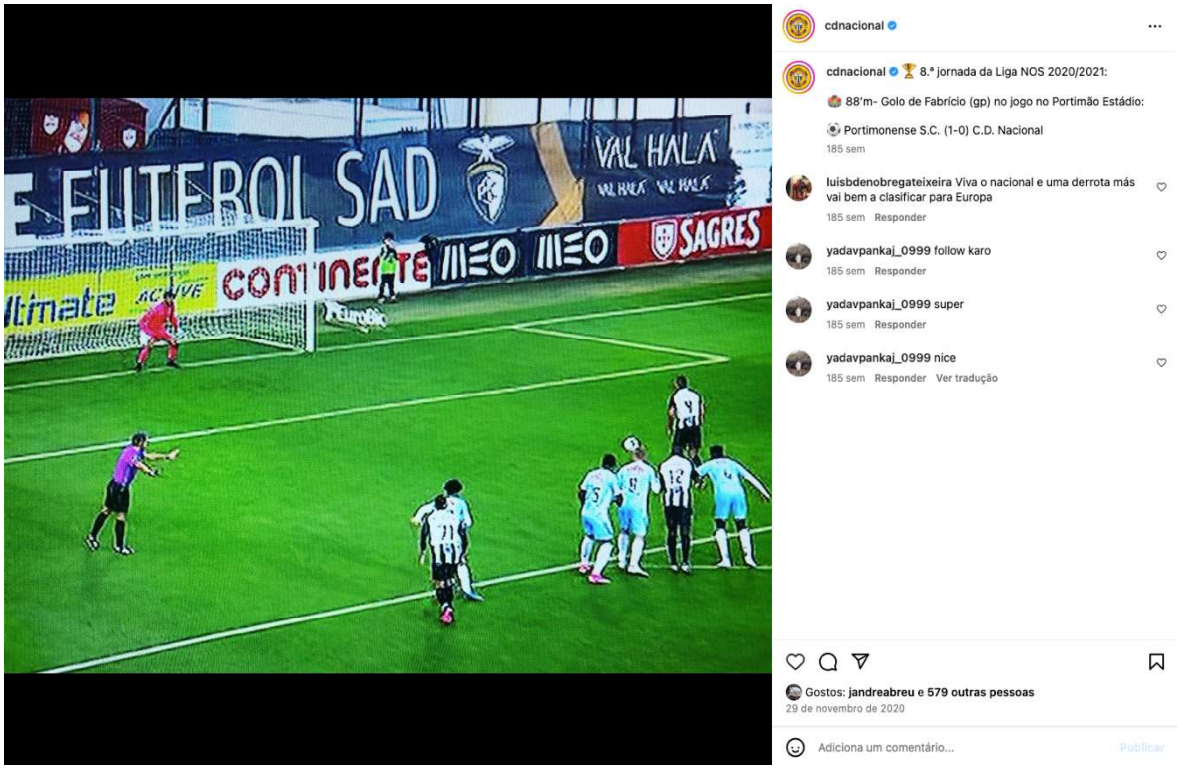
29 de novembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 233



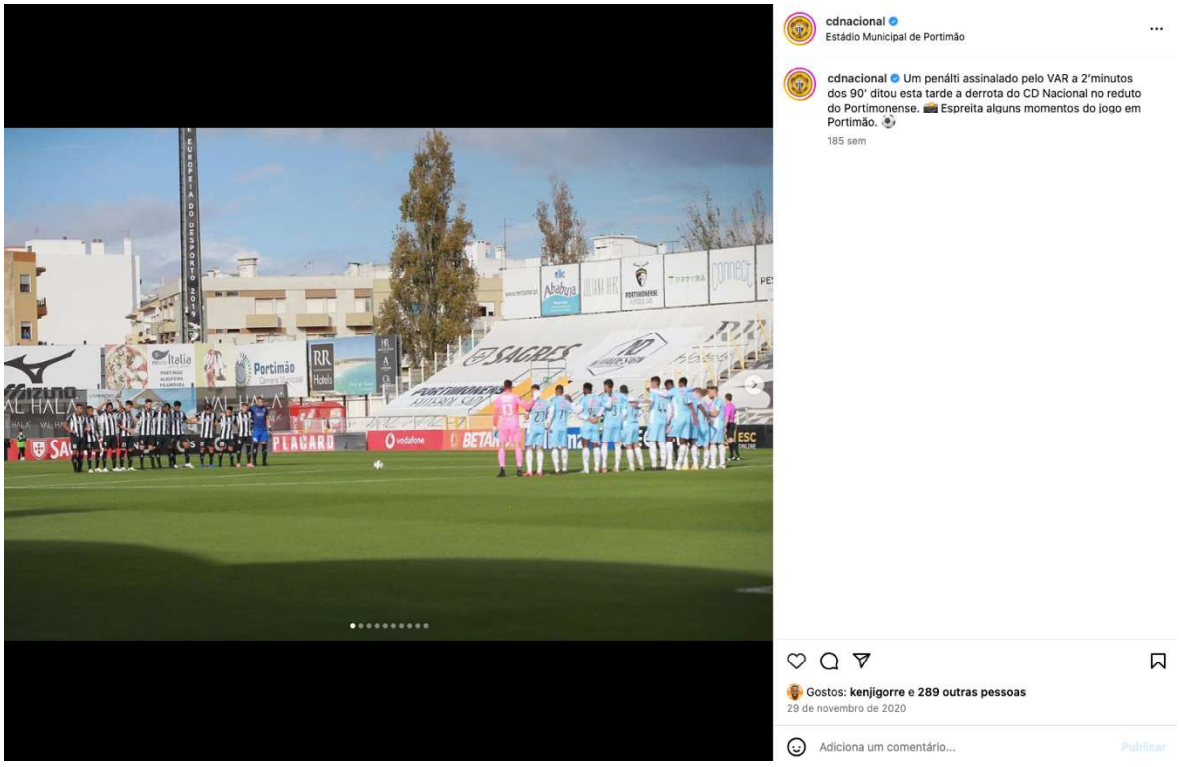
Post 234



Post 235



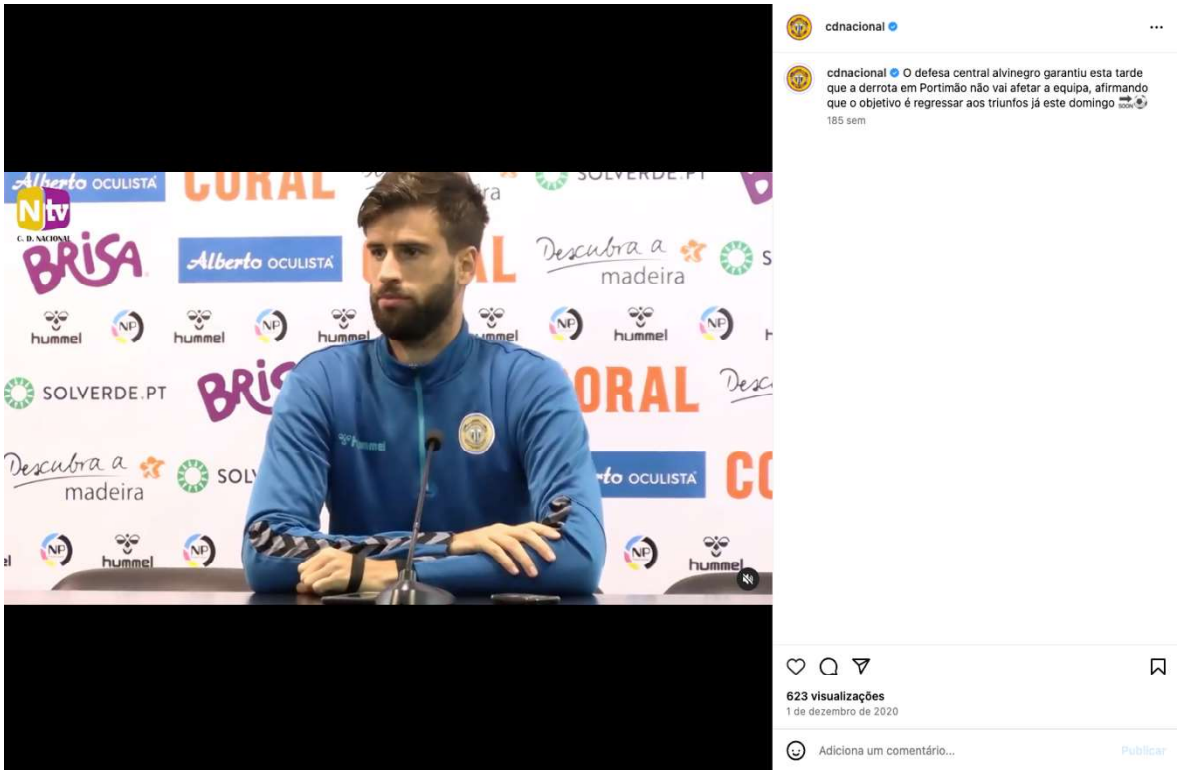
Post 236



Post 237



Post 238



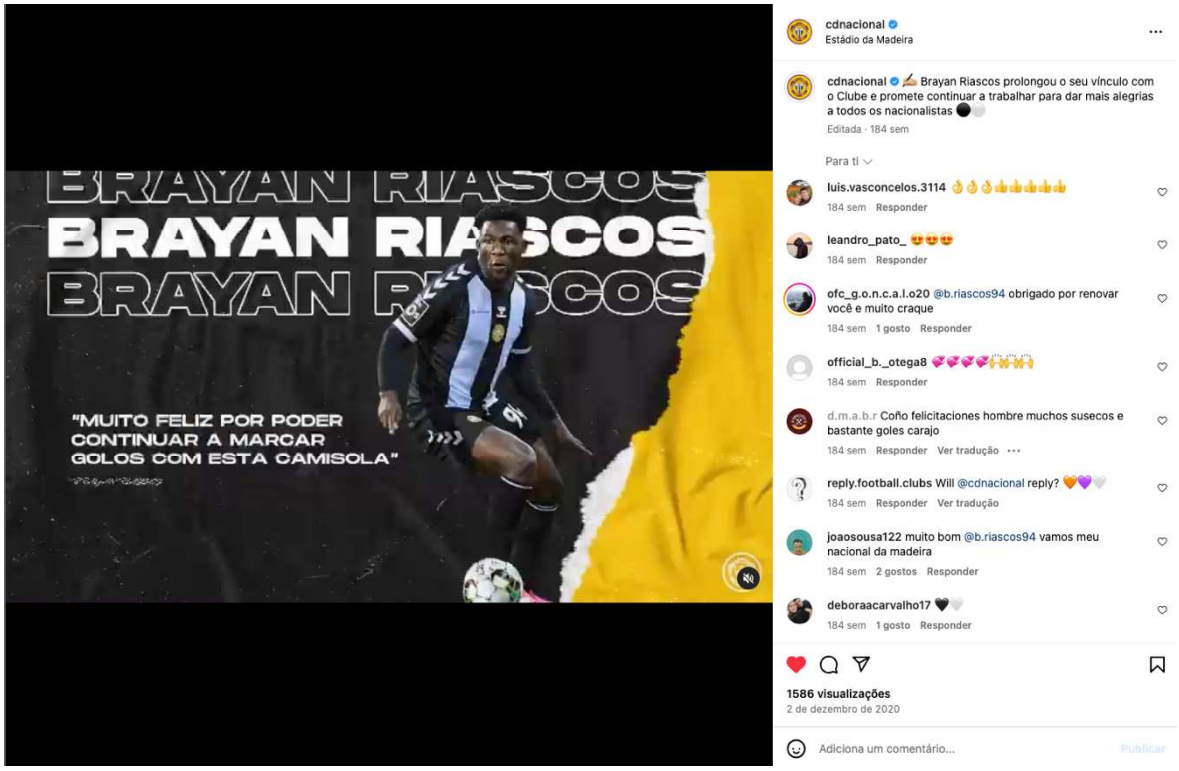
Post 239



Post 240



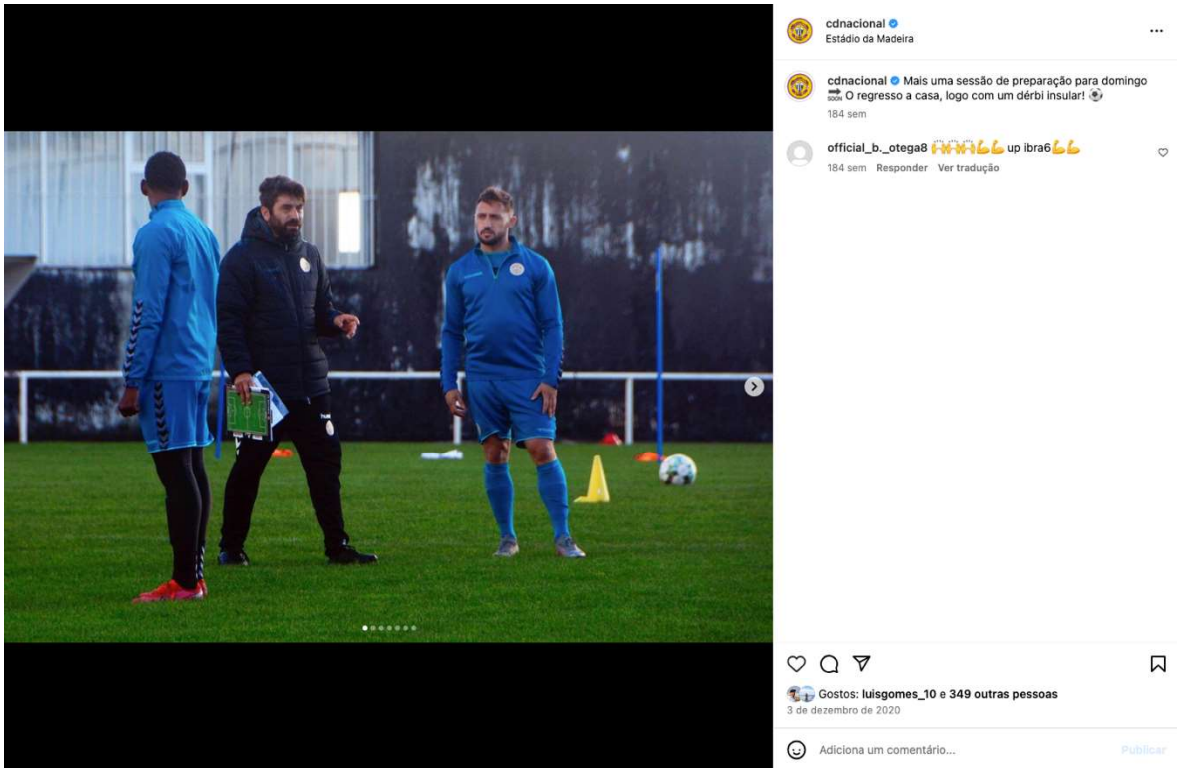
Post 241



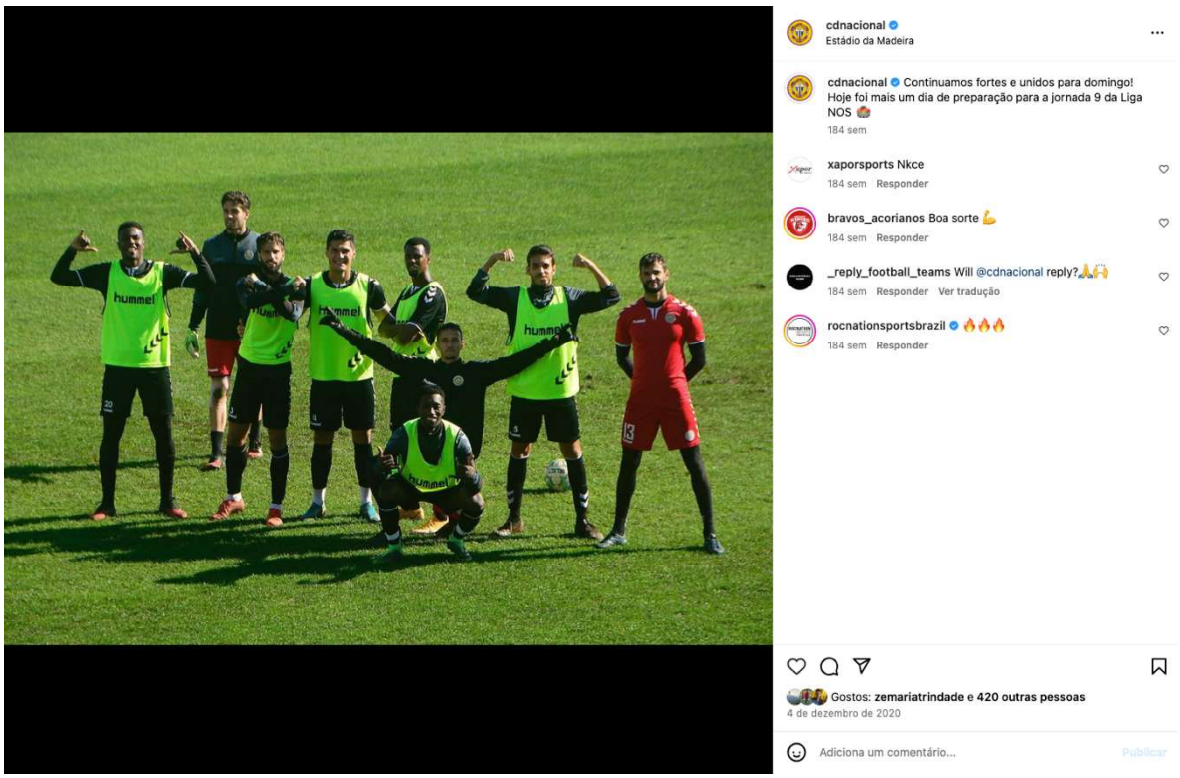
Post 242



Post 243



Post 244



Post 245



cdnacional

cdnacional Em jogo da jornada 9 da Liga NOS, recebemos este domingo o Santa Clara. O treinador alvinegro admite esperar um jogo muito complicado, mas assumiu a "muita vontade" do grupo em voltar às vitórias.
184 sem

luciaencarnacao 🙏🙏🙏💜💜
184 sem Responder

576 visualizações
5 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 246



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Embate ELETRIZANTE 🔥 Previsões? 🎯
Usufrui de uma aposta grátis de 5€ no registo com o código NACIONAL5 👉 https://sol-ver.de/3jnHejM

Consulta os termos e condições da oferta: https://sol-ver.de/3gTwg3m
Editada · 184 sem

carinavitalinamendes 😊
184 sem Responder

Gostos: jandreabreu e 139 outras pessoas
6 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 247



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Entraremos hoje em campo para defender as nossas cores e lutar com galhardia pela vitória! ⚽ Deixa-nos a tua mensagem de apoio na caixa de comentários ✍️
Editada · 184 sem

sergionunogomesferreira Um Presente antecipado ✌️ e uma homenagem ao Camacho 🙏
184 sem Responder

joaosousa122 vamos a eles NACIONAL!!
184 sem Responder

bravos_acorianos Nós também vamos entrar para vencer 😎
184 sem Responder

paulo_s_gouveia São os 3 pontos. Mais nada!! Força rapaziada
184 sem Responder

Gostos: **jandreabreu** e **193 outras pessoas**
6 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 248



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🏆 9.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:
0'm- Equipas oficiais no jogo no Estádio da Madeira:
⚽ C.D. Nacional (vs) C.D. Santa Clara
Editada · 184 sem

joel.13_ Camacho capitão c Rúben em campo?
184 sem Responder

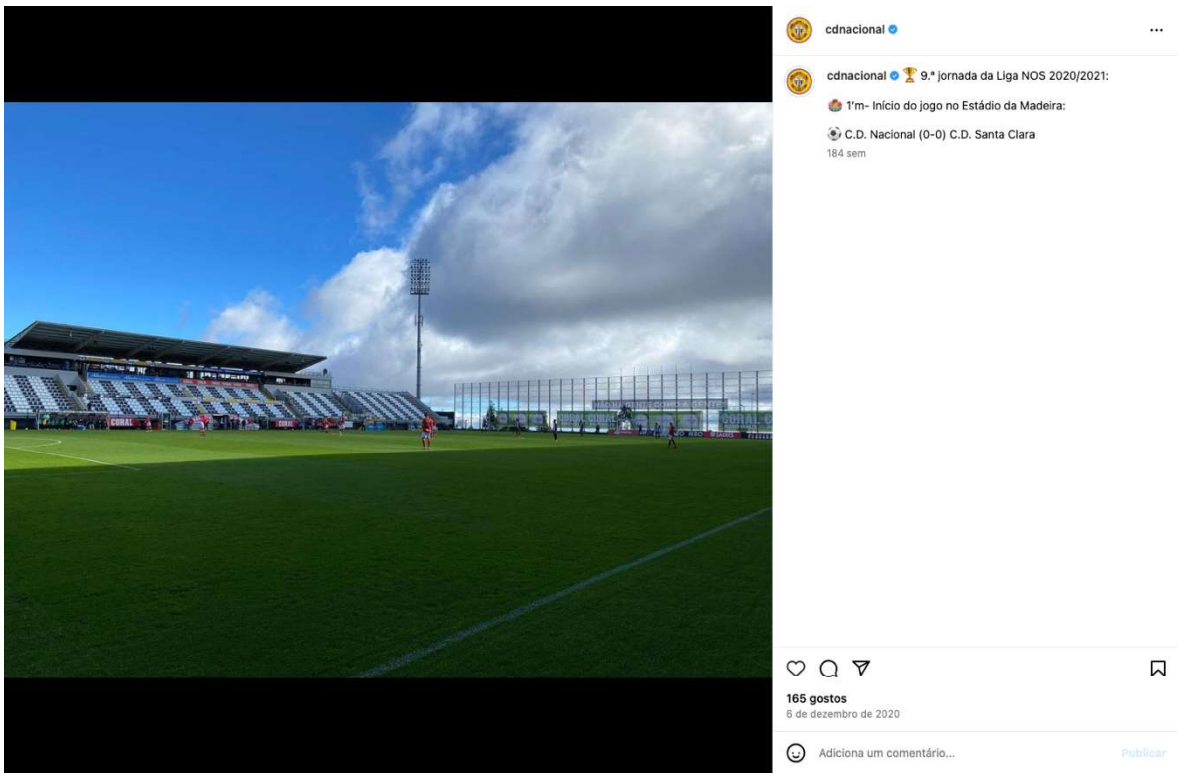
200 gostos
6 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

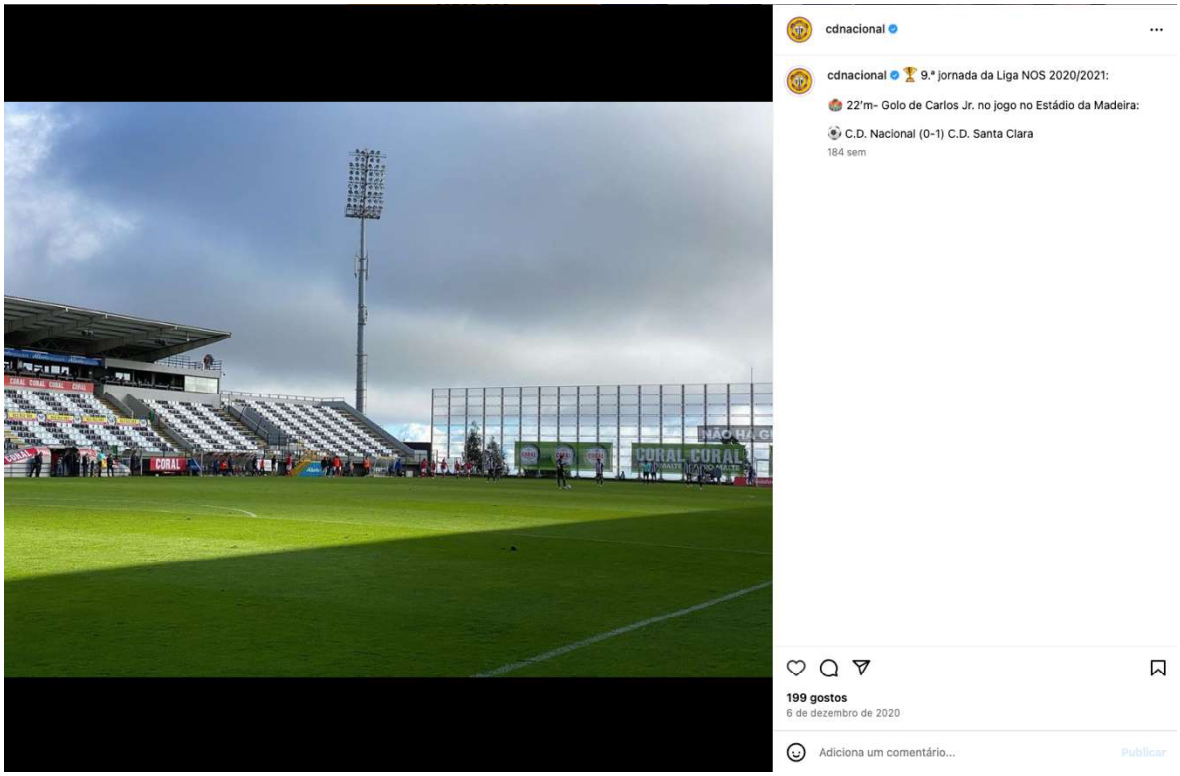
Post 249



Post 250



Post 251



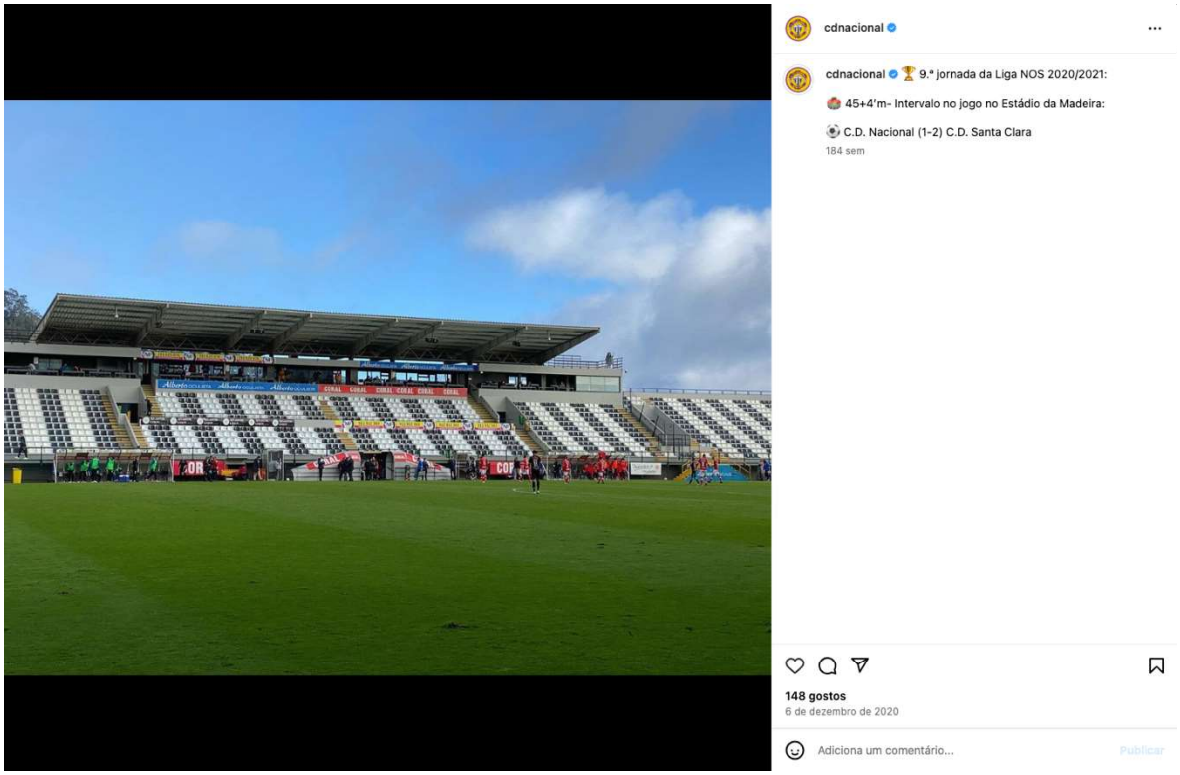
Post 252



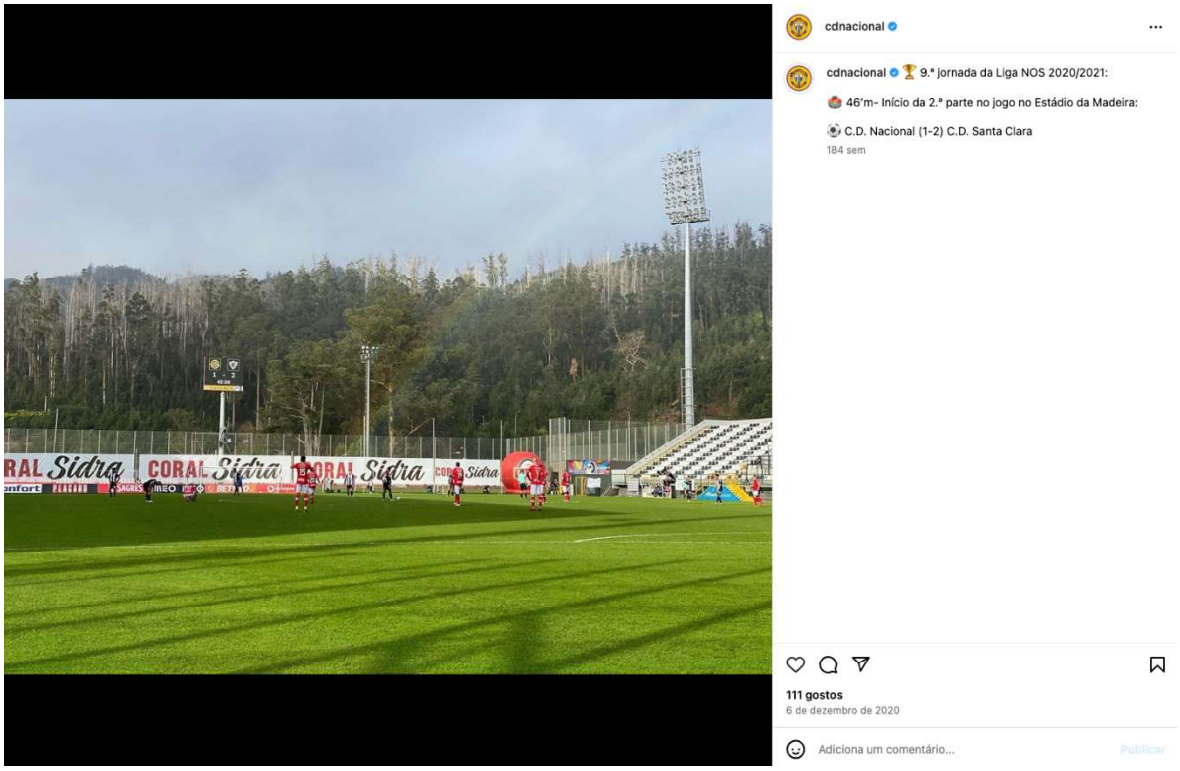
Post 253



Post 254



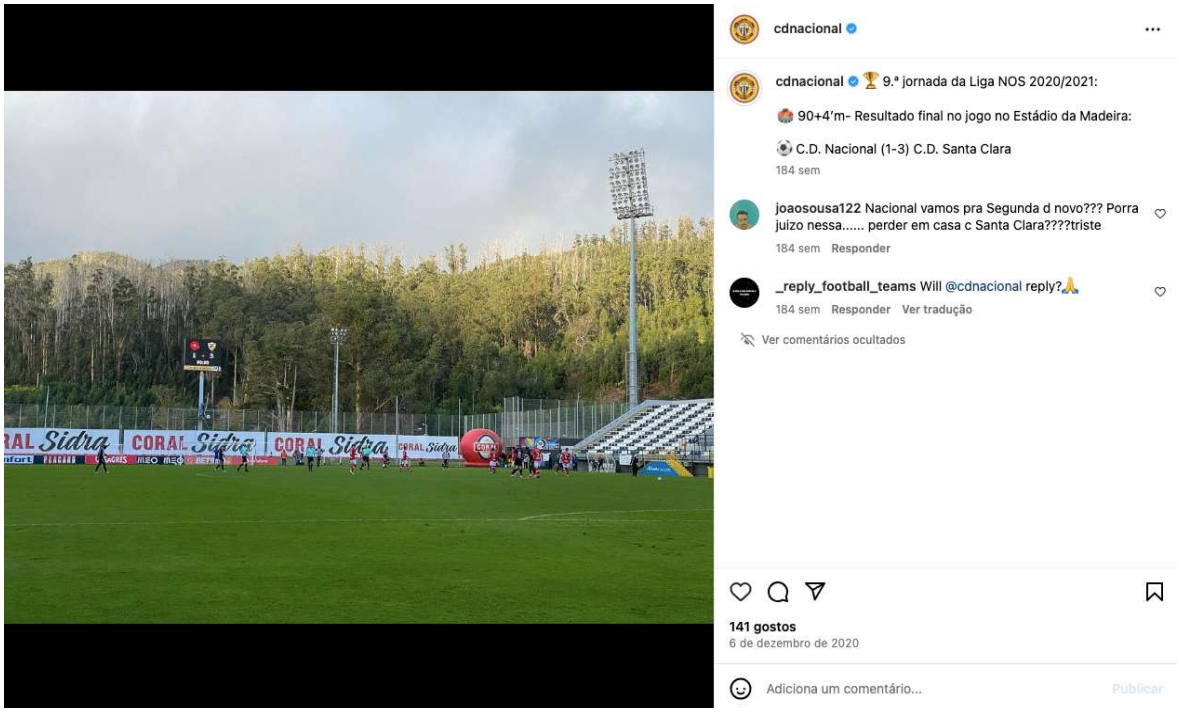
Post 255



Post 256



Post 257



cdnacional

cdnacional 🏆 9.ª jornada da Liga NOS 2020/2021:

90+4'm- Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (1-3) C.D. Santa Clara

184 sem

joaosousa122 Nacional vamos pra Segunda d novo??? Porra juizo nessa..... perder em casa c Santa Clara????triste

184 sem Responder

_reply_football_teams Will @cdnacional reply?🙏

184 sem Responder Ver tradução

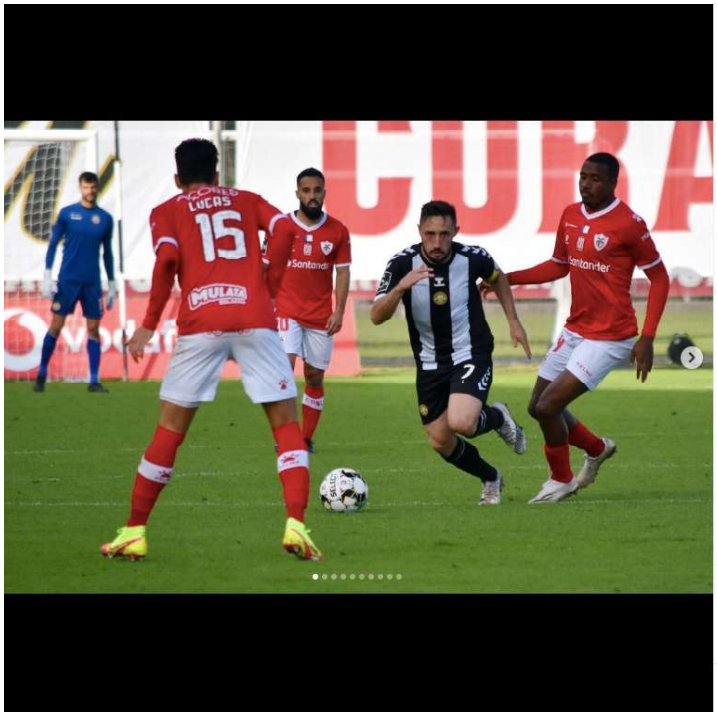
Ver comentários ocultados

141 gostos

6 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 258



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional A nossa equipa saiu derrotada, por 3-1, na receção ao Santa Clara, em jogo da jornada 9 da Liga NOS 📸 Espreita alguns momentos deste encontro ⚽

184 sem

me_govinda05 🔥🔥🔥

184 sem 1 gosto Responder

paulo_s_gouveia Estivemos mal mas no próximo jogo voltaremos ao rumo certo

184 sem 1 gosto Responder

Gostos: **diego_barcelos10** e **340 outras pessoas**

7 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 259



cdnacional
Viana Do Castelo

cdnacional A 5.ª e última prova do Campeonato de Portugal de Karting KIA da categoria Cadete 4T foi disputada este fim-de-semana, no Kartódromo de Viana do Castelo, sob a organização do CAM. 🏁
O piloto do CD Nacional, Martim Meneses, confirmou o seu domínio e sagrou-se campeão de Portugal.
184 sem

joaogomes2010 Parabéns Martim. Não te esqueças do que te disse: Continua que serás um Grande Campeão. Há dois anos entreguei-te o Troféu 🏆 de Galardoado e foram estas as minhas palavras.
184 sem 2 gostos Responder

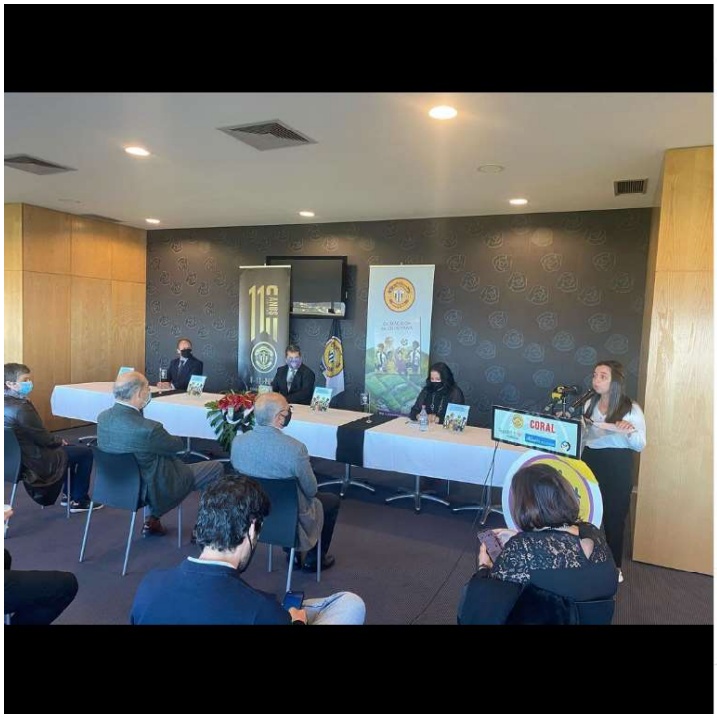
Ver respostas (1)

joaogomes2010 👏👏👏👏👏👏❤️
184 sem 2 gostos Responder

Gostos: **maneltrindade1** e **146 outras pessoas**
7 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 260



cdnacional

cdnacional 110º Aniversário do C.D. Nacional 🎉
Acompanha a apresentação do livro "Os Mágicos da Choupana", da autora Andreia Nascimento 📖 Em direto aqui: https://bit.ly/3oC2jcr
184 sem

italomodesto97 Parabéns @cdnacional 🙏
184 sem Responder

210 gostos
8 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 261



Post 262



Post 263



cdnacional

cdnacional 110º Aniversário do C.D. Nacional
Acompanha em direto à missa solene no Estádio da Madeira: https://bit.ly/39SlZob
184 sem

fellypegabriel11 Parabéns pelos 110 anos do C.D. Nacional! Orgulho de ter vestido essa camisola.
183 sem Responder

me_govinda05
184 sem 1 gosto Responder

pfelixbarboza Parabéns ao GLORIOSO CDN muitas conquistas ainda virão.
184 sem 2 gostos Responder

Gostos: duarteabreugomes e 278 outras pessoas
8 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 264



cdnacional

cdnacional Fundado a 8 de Dezembro de 1910, o Clube Desportivo Nacional festeja hoje o seu 110º aniversário. Um dia especial para o Clube e toda a Família Nacionalista
Deixa-nos a tua mensagem na caixa de comentários
184 sem

Para ti

fellypegabriel11 Parabéns C.D. Nacional pelos 110 anos!! Foi um orgulho ter vestido essa camisola e ter feito grandes amigos. Espero em breve fazer uma visita ao clube.
183 sem Responder

herivelto23 Parabéns Nacional pelos 110 anos de glórias e belas histórias.
184 sem Responder

italomodesto97 Parabéns @cdnacional
184 sem Responder

arquivocentenario Um grande abraço dos irmãos brasileiros.
184 sem Responder

Gostos: betomateus_ e 348 outras pessoas
8 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 265



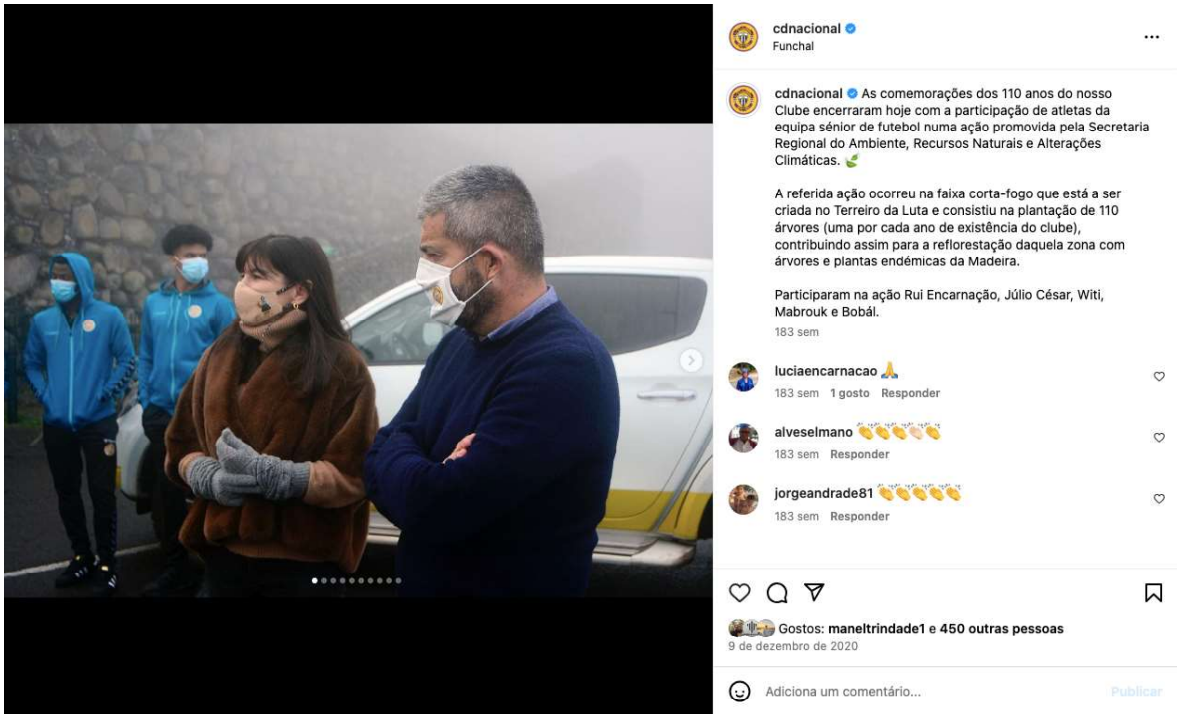
Post 266



Post 267



Post 268



Post 269



cdnacional

cdnacional O aniversário do nosso Clube ficou marcado por vários momentos marcantes, desde o lançamento de um livro infanto-juvenil à plantação de 110 árvores. Não há gente como a gente!

Editada · 183 sem

fellypegabriel11

183 sem Responder

424 visualizações

9 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 270



cdnacional

cdnacional O 110° aniversário do nosso Clube culminou esta 4ª feira com uma ação na faixa corta-fogo, que está a ser criada no Terreiro da Luta, e consistiu na plantação de 110 árvores (uma por cada ano de existência do clube), contribuindo assim para a reflorestação daquela zona.

183 sem

21teresaandrade Linda iniciativa parabens

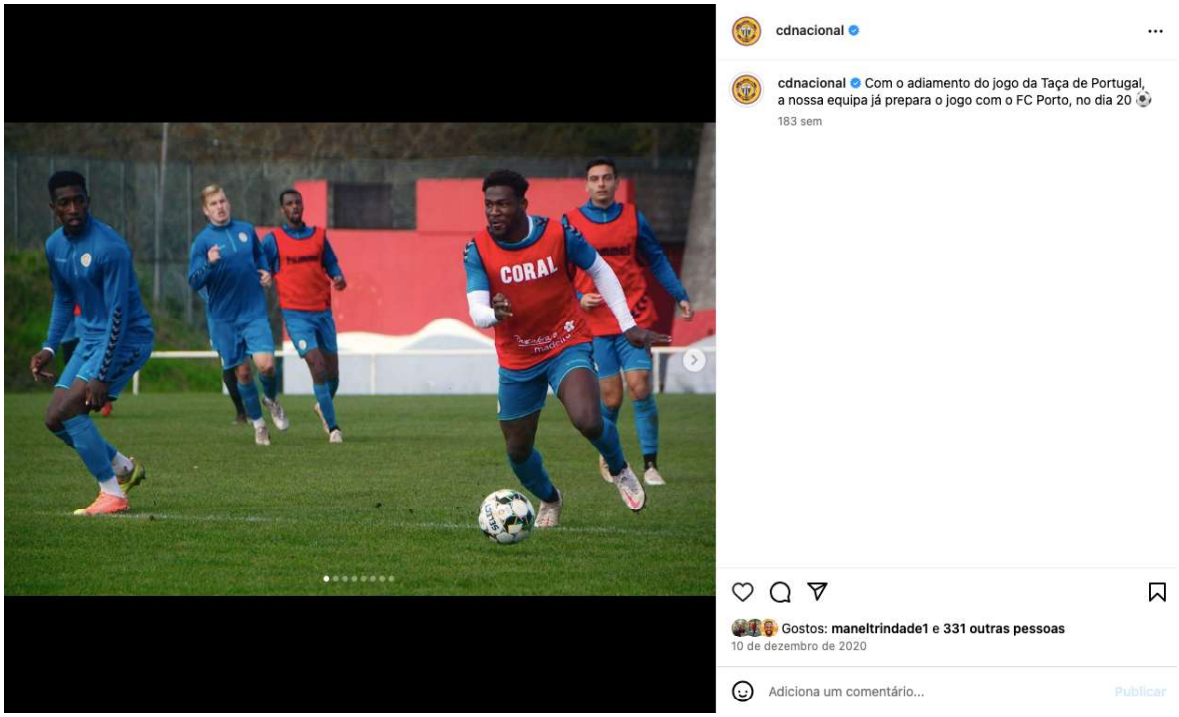
183 sem Responder

1188 visualizações

10 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 271



cdnacional

cdnacional Com o adiamento do jogo da Taça de Portugal, a nossa equipa já prepara o jogo com o FC Porto, no dia 20 ⚽

183 sem

Gostos: **maneltrindade1** e **331 outras pessoas**

10 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 272



cdnacional

cdnacional Já está à venda o livro 'Os Mágicos da Choupana', que combina ficção com dados históricos e fatuais, perpassando os maiores feitos e conquistas do nosso Clube, numa viagem que parte do Campo do Brás com destino à Choupana 📖 Já disponível nas lojas do clube, no Estádio e na Sede.

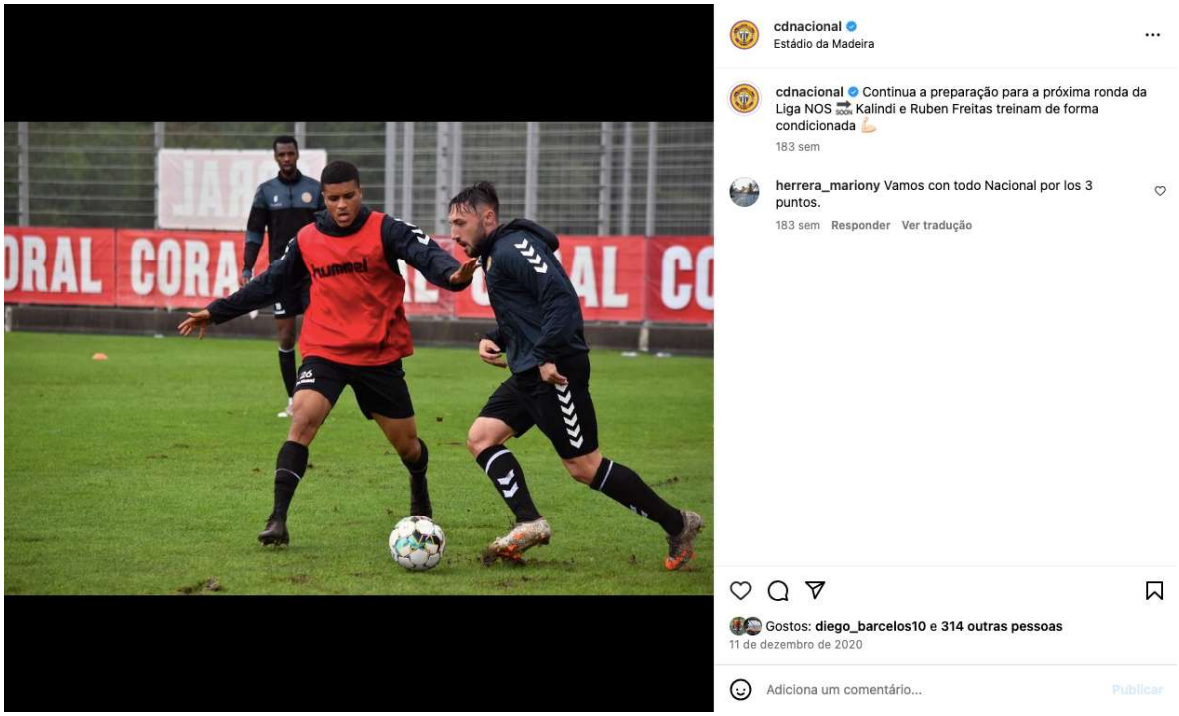
183 sem

Gostos: **jandreabreu** e **210 outras pessoas**

11 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 273



Post 274



Post 275



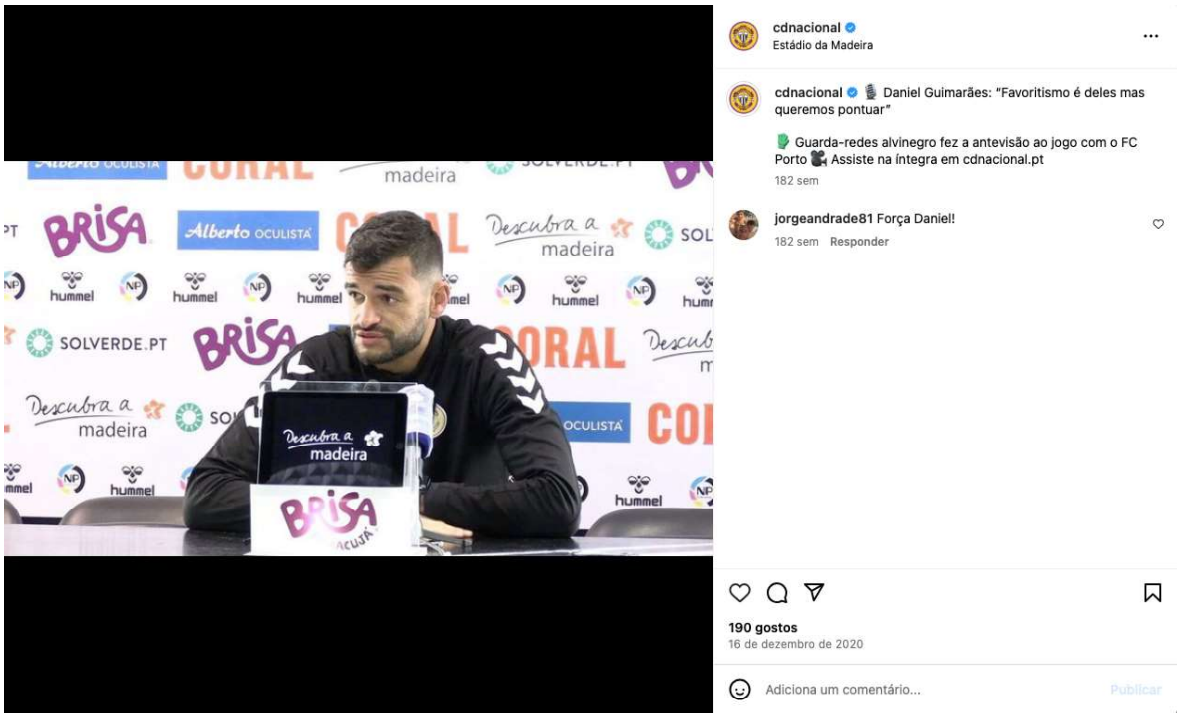
Post 276



Post 277



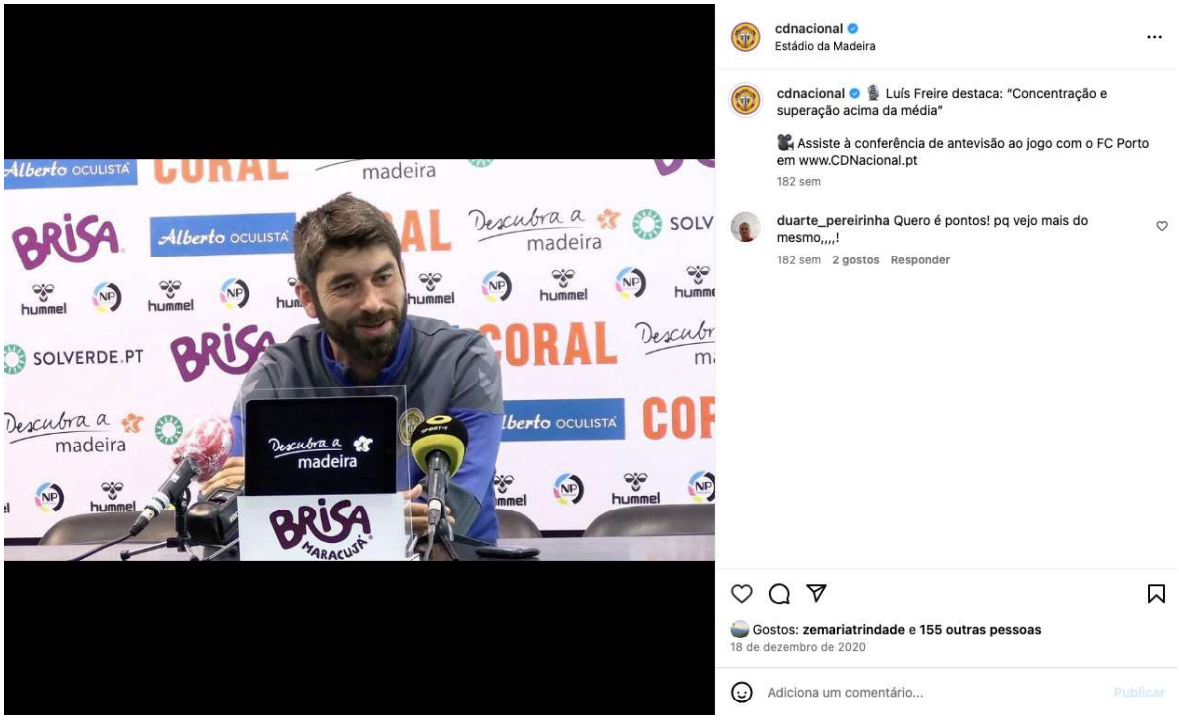
Post 278



Post 279



Post 280



Post 281



cdnacional
Estádio Do Dragão

cdnacional De regresso às emoções do campeonato, hoje temos uma missão difícil pela frente! ⚽ Deixa-nos a tua mensagem de apoio na caixa de comentários ✍️
Editada · 182 sem

Para ti

antoniomgcosta Boa sorte, equipa! 👊
182 sem Responder

marujoo.zzz achas?
182 sem Responder

david.lb124 Bom jogo. Que corra tudo bem. De um adepto do FC Porto.
182 sem Responder

luisteixeiradesousa Bom jogo força Nacionalistas 👍
182 sem Responder

monica.jardim Futebol são 11 para 11, concentração máxima e aqui estaremos deste lado torcendo pelo nosso Nacional !!! O jogo é difícil mas bora lá acreditar até ao fim.
182 sem Responder

Ver respostas (2)

Gostos: **kenjigorre** e **235 outras pessoas**
20 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 282



cdnacional
Estádio Do Dragão

cdnacional 0'm- Equipas oficiais no jogo no Estádio do Dragão:

⚽ F.C. Porto (vs) C.D. Nacional

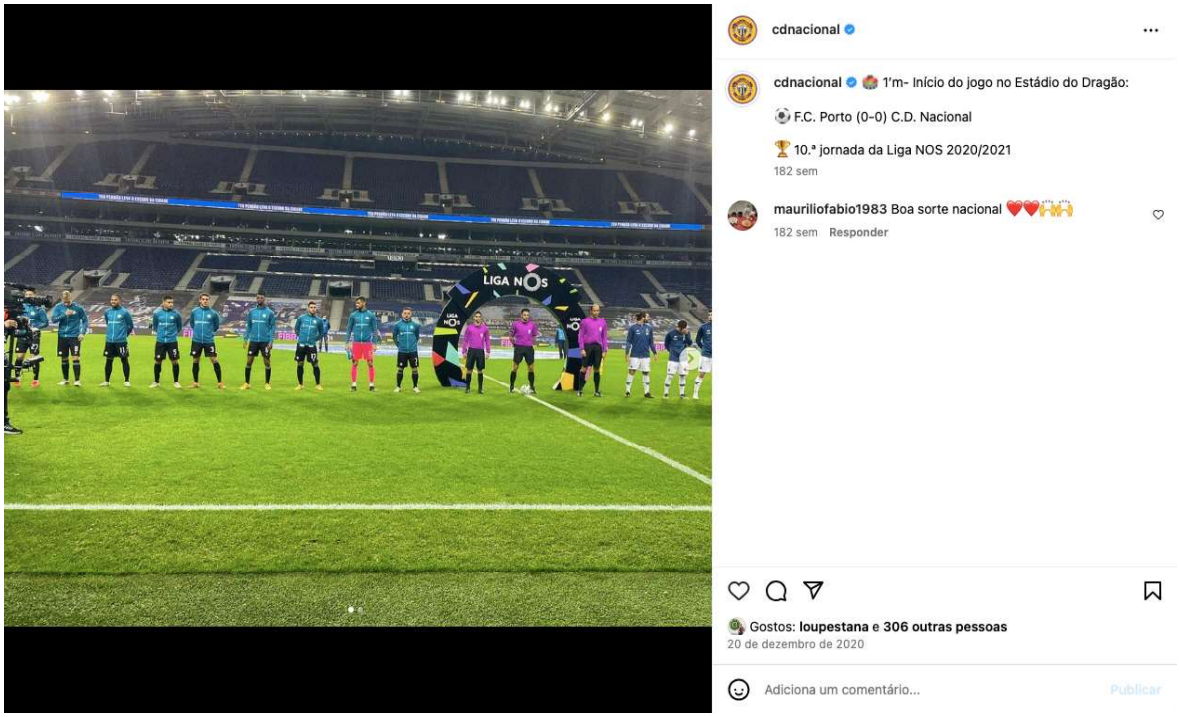
🏆 10.ª jornada da Liga NOS 2020/2021
Editada · 182 sem

coutinho.la.da.zona Daniel Guimarães vai ser o homem do jogo
182 sem Responder

222 gostos
20 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

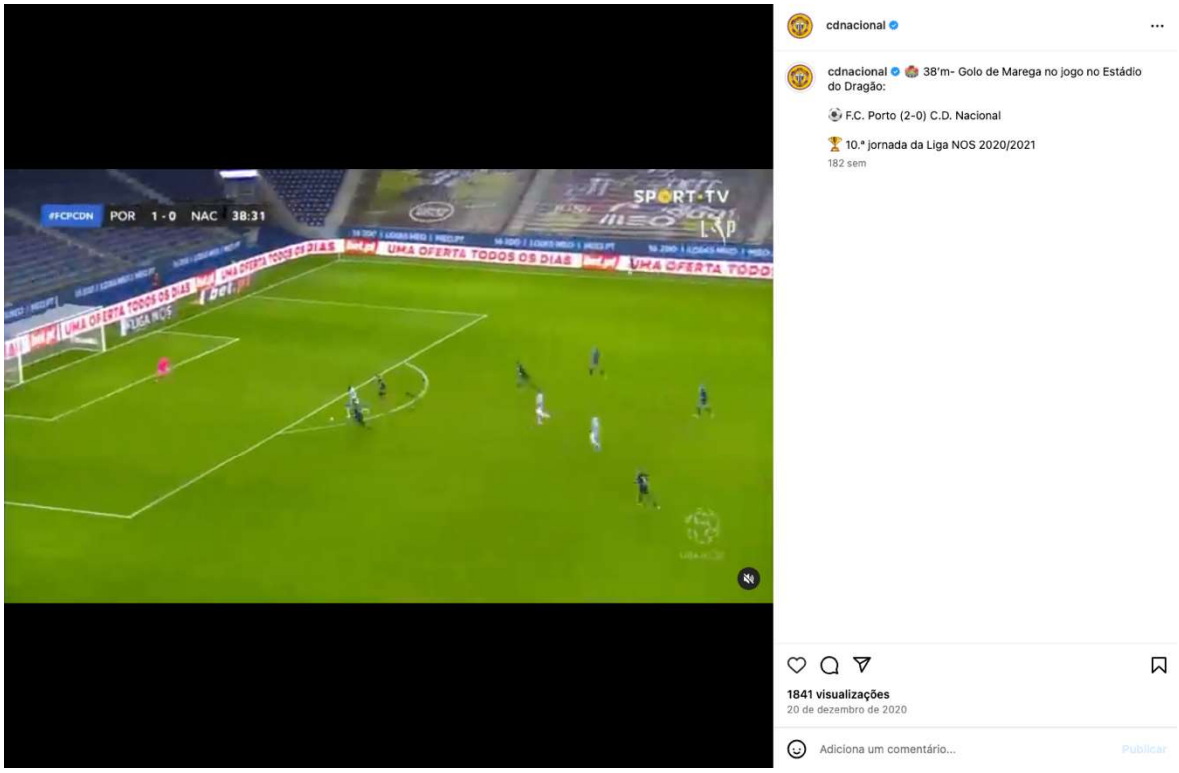
Post 283



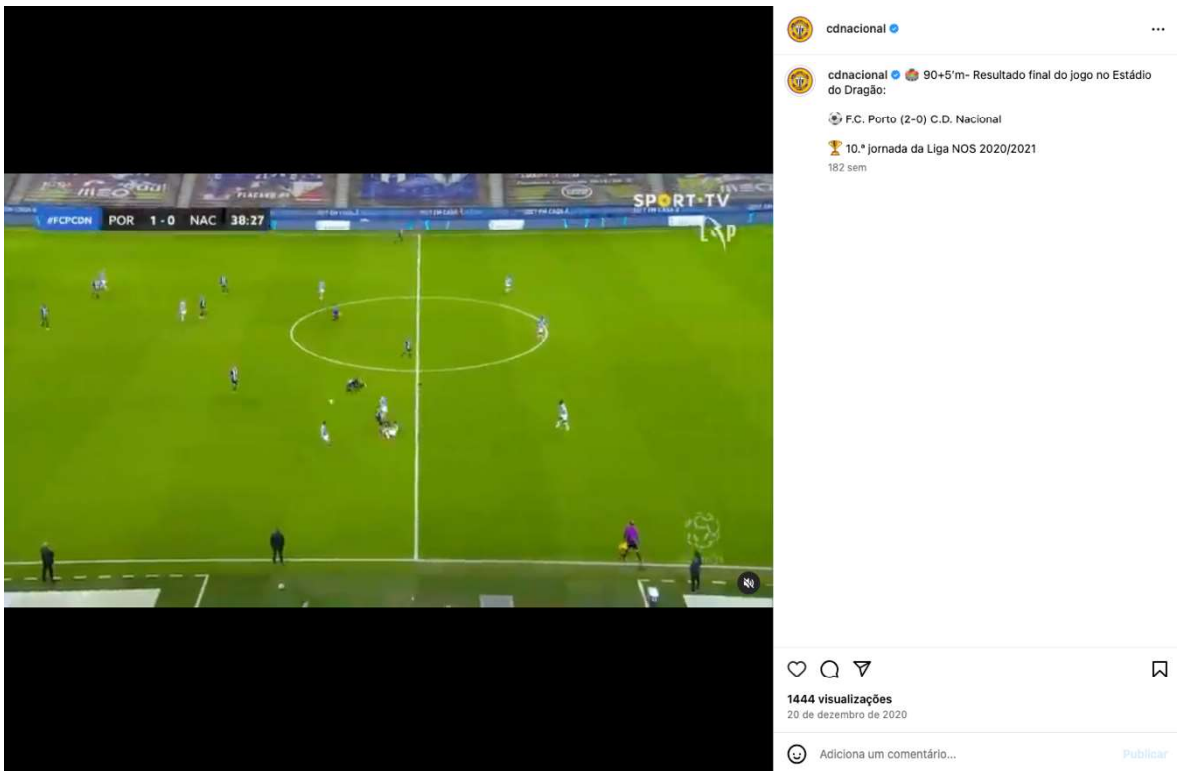
Post 284



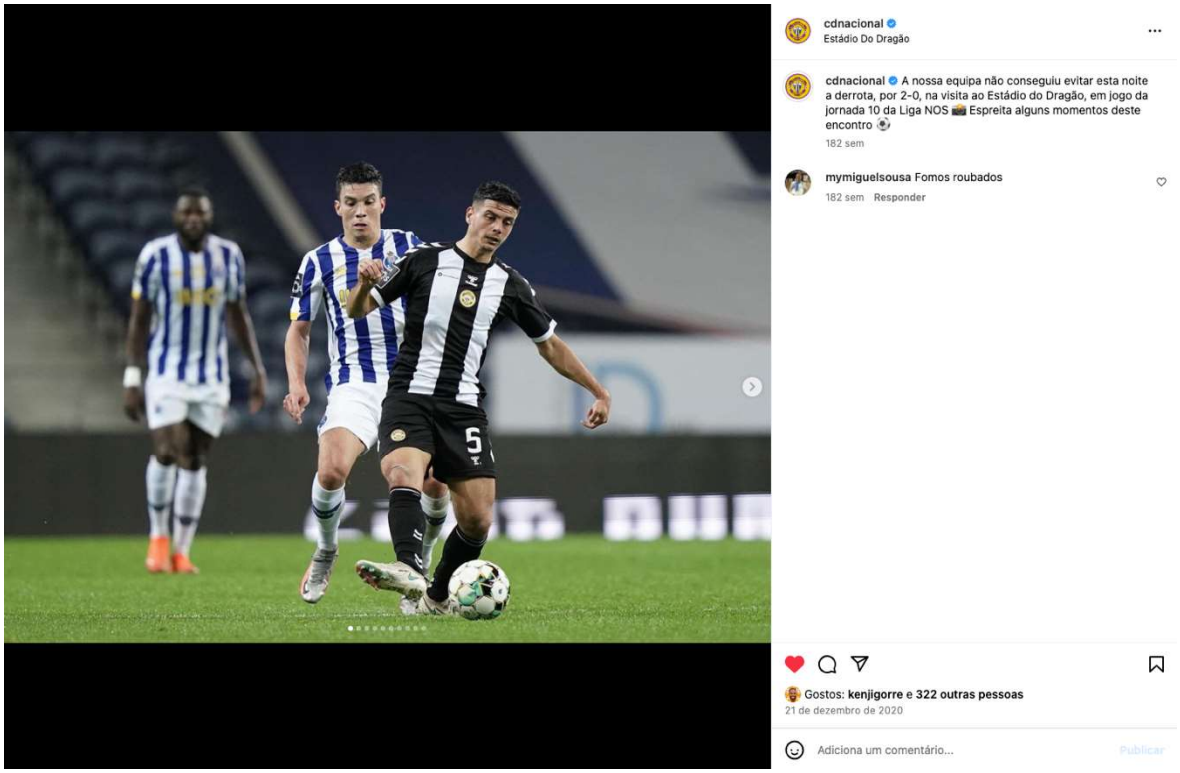
Post 285



Post 286



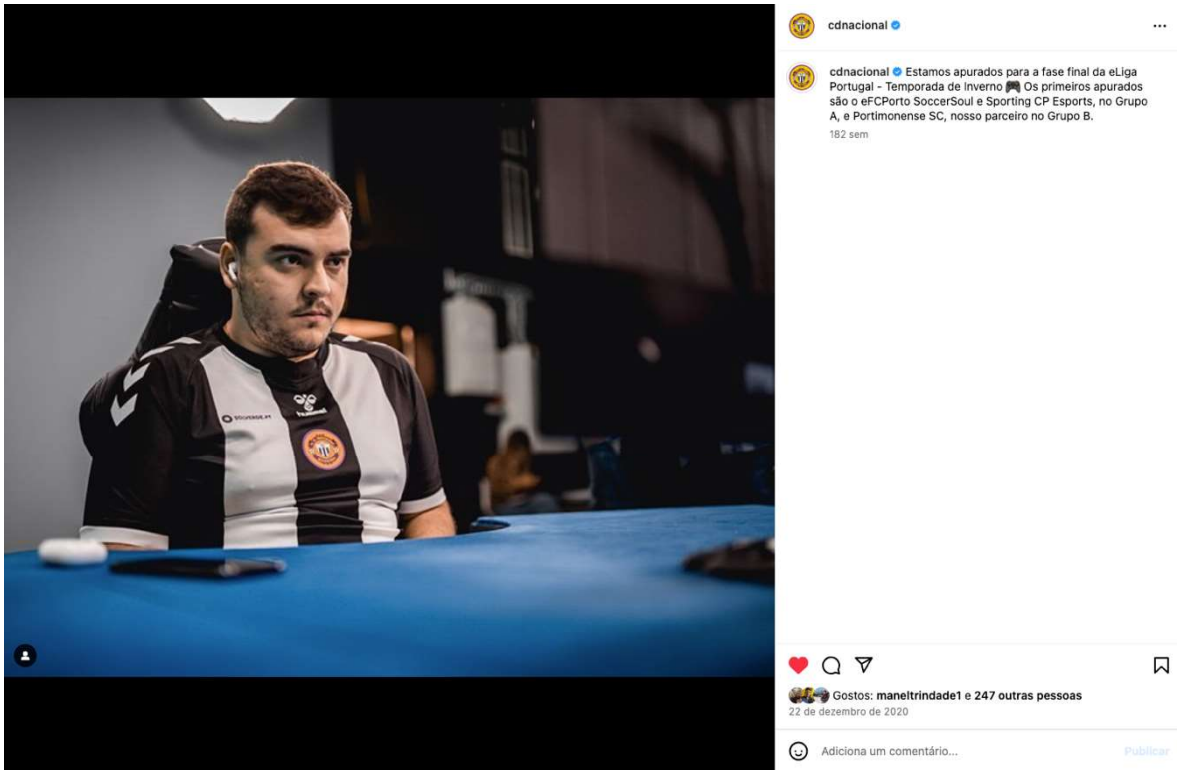
Post 287



Post 288



Post 289



Post 290



Post 291



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Luís Freire assume: "Objetivo é vencer e seguir em frente na Taça"

Assiste à antevisão do jogo com o Leixões em www.CDNacional.pt

182 sem

sergionunogomesferreira A Caminho da Final

182 sem Responder

furacaocdnacional Vamos, Alvinegros!

182 sem Responder

155 gostos

22 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 292



cdnacional

cdnacional A OH MY ODD está de regresso!
Não percas a oportunidade de DOBRAR a tua aposta!
Descobre a oferta da semana em https://sol-ver.de/3jYCotu
Damos-te uma pista: #UmGoloBasta para ganhares!

Editada · 182 sem

429 visualizações

22 de dezembro de 2020

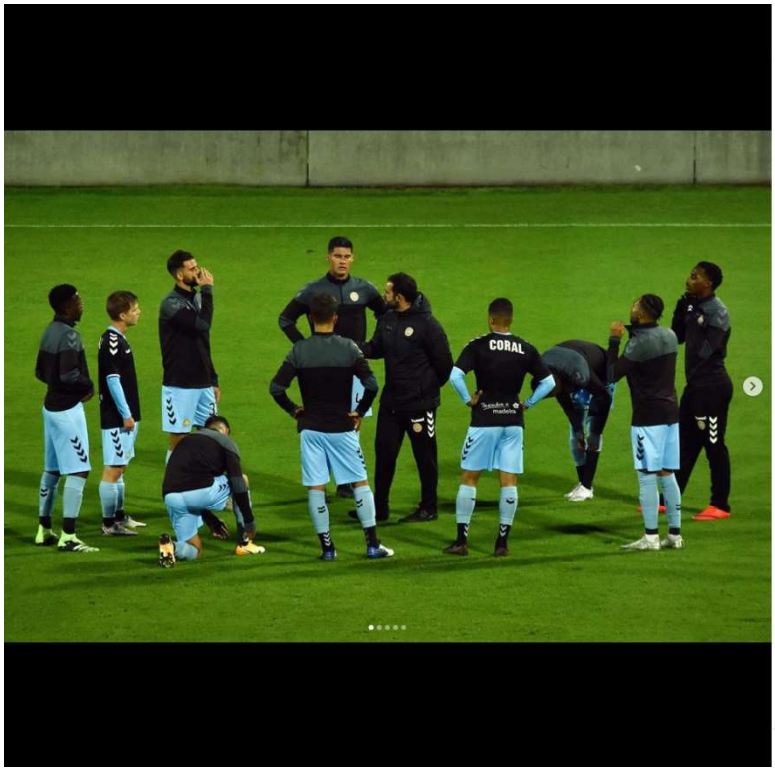
Adiciona um comentário... Publicar

Post 293



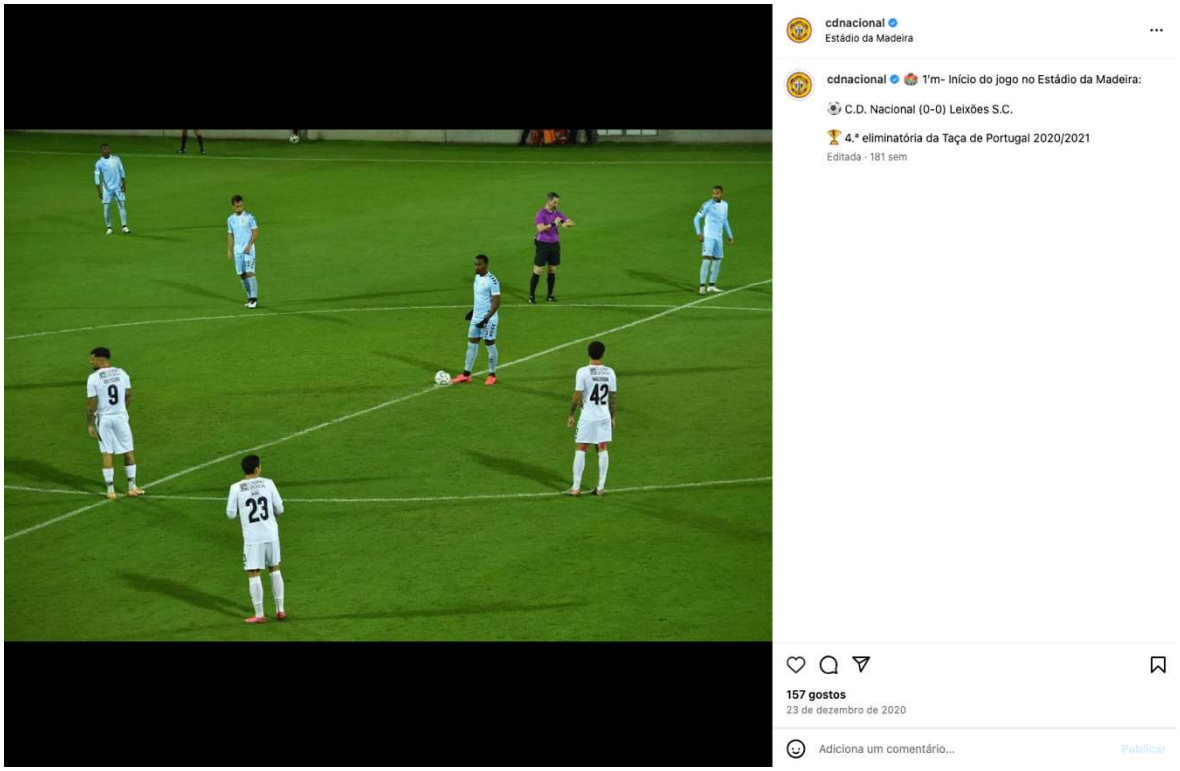


Post 294





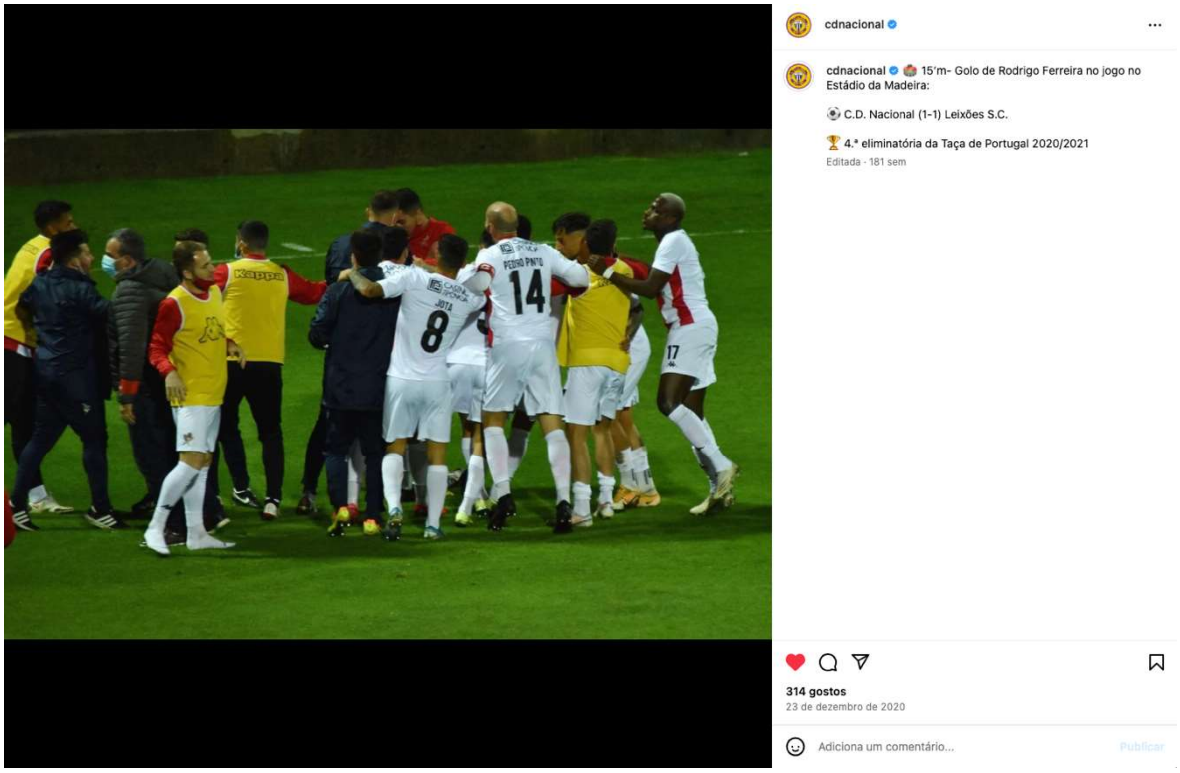
Post 295



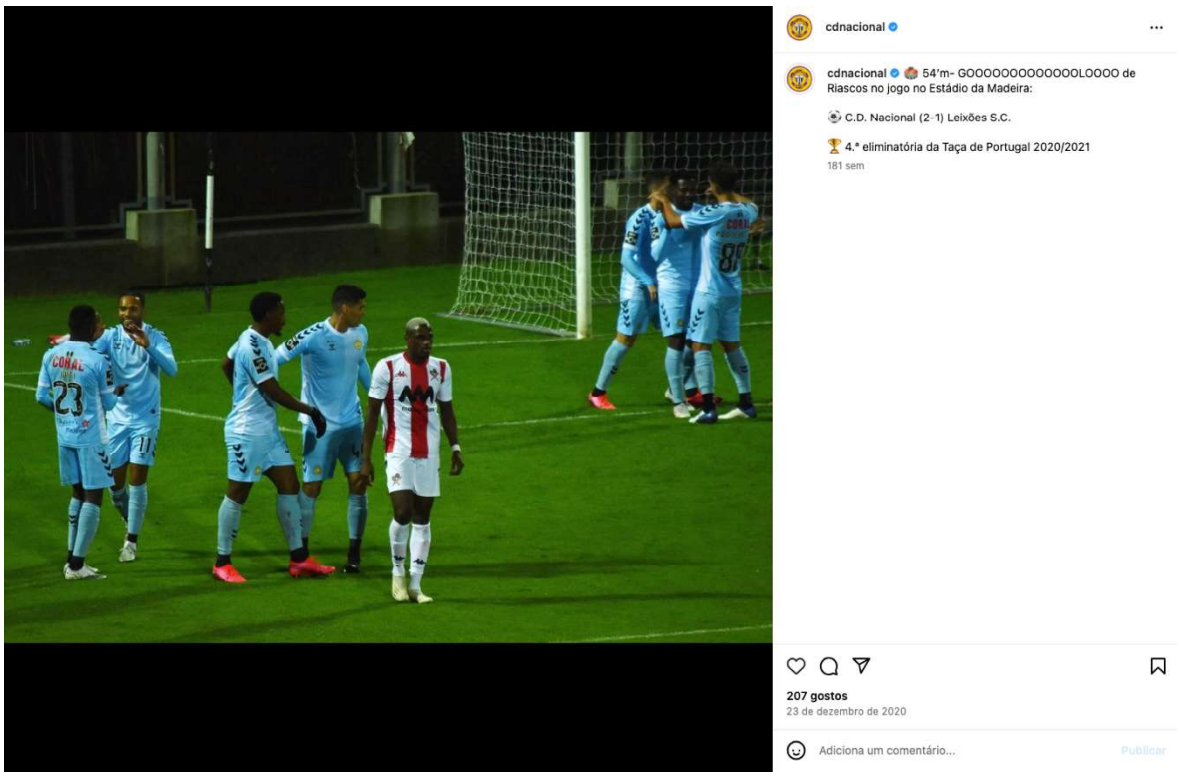
Post 296



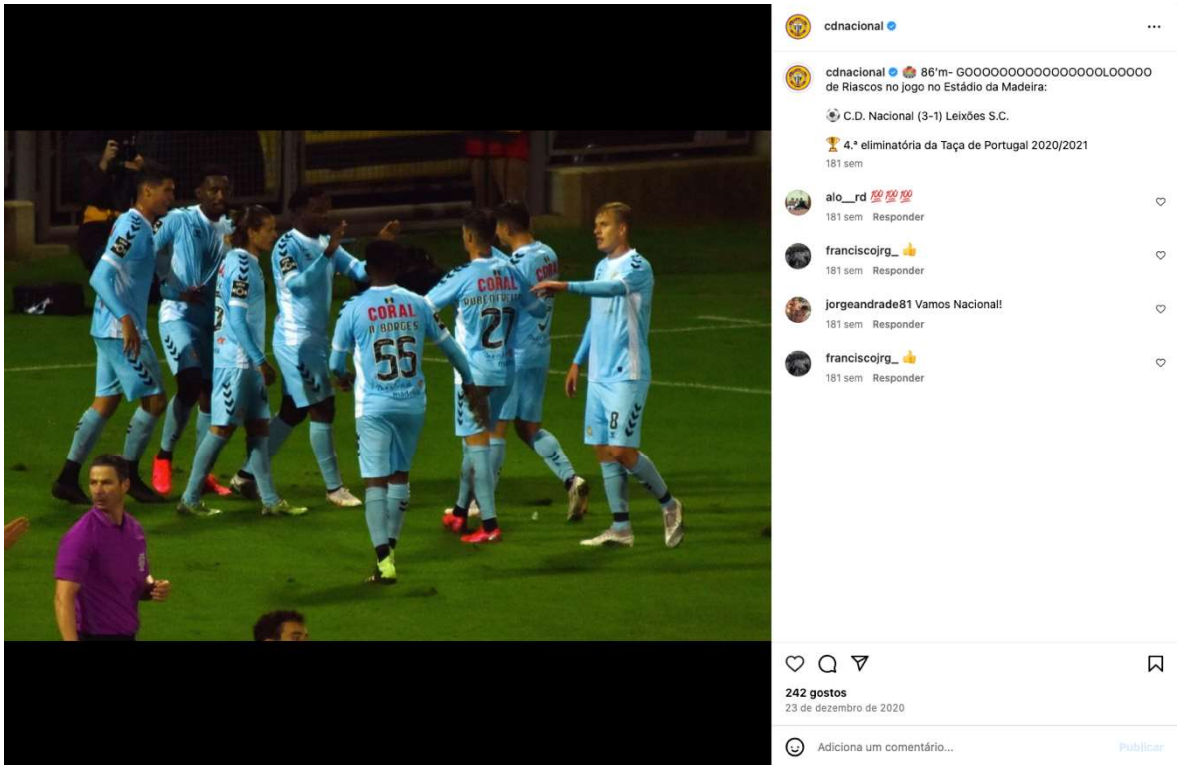
Post 297



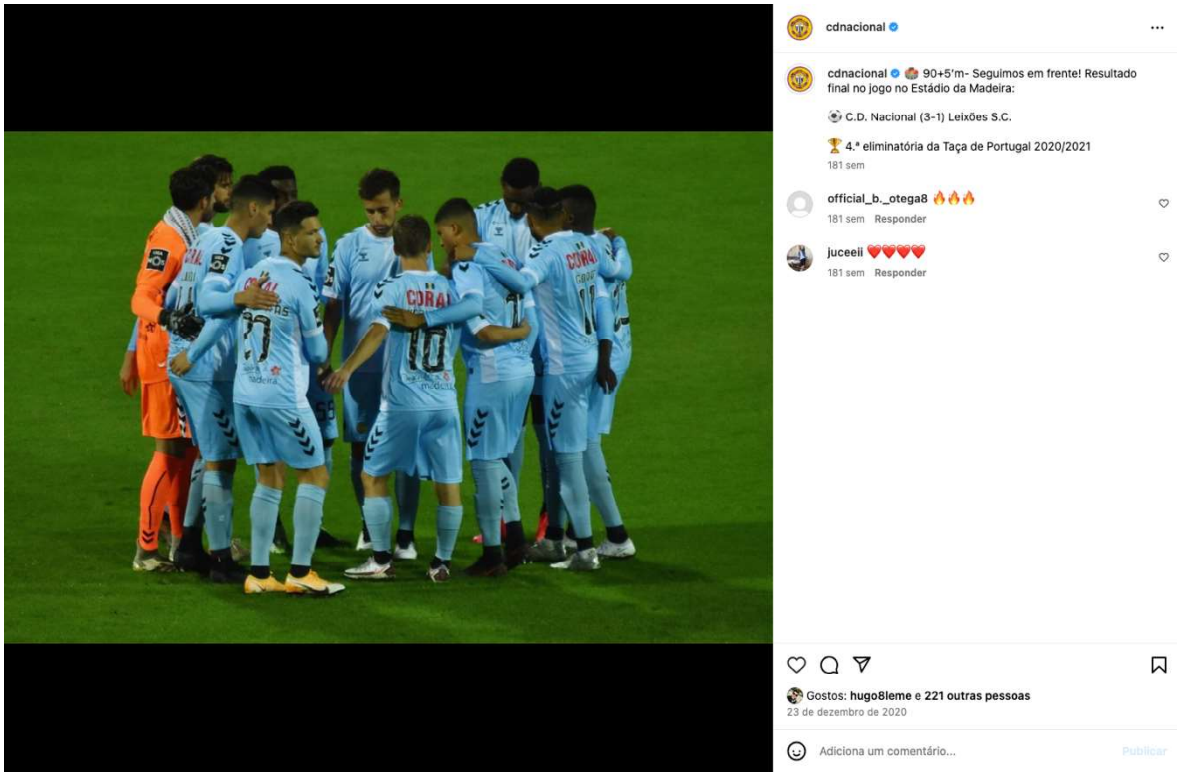
Post 298



Post 299



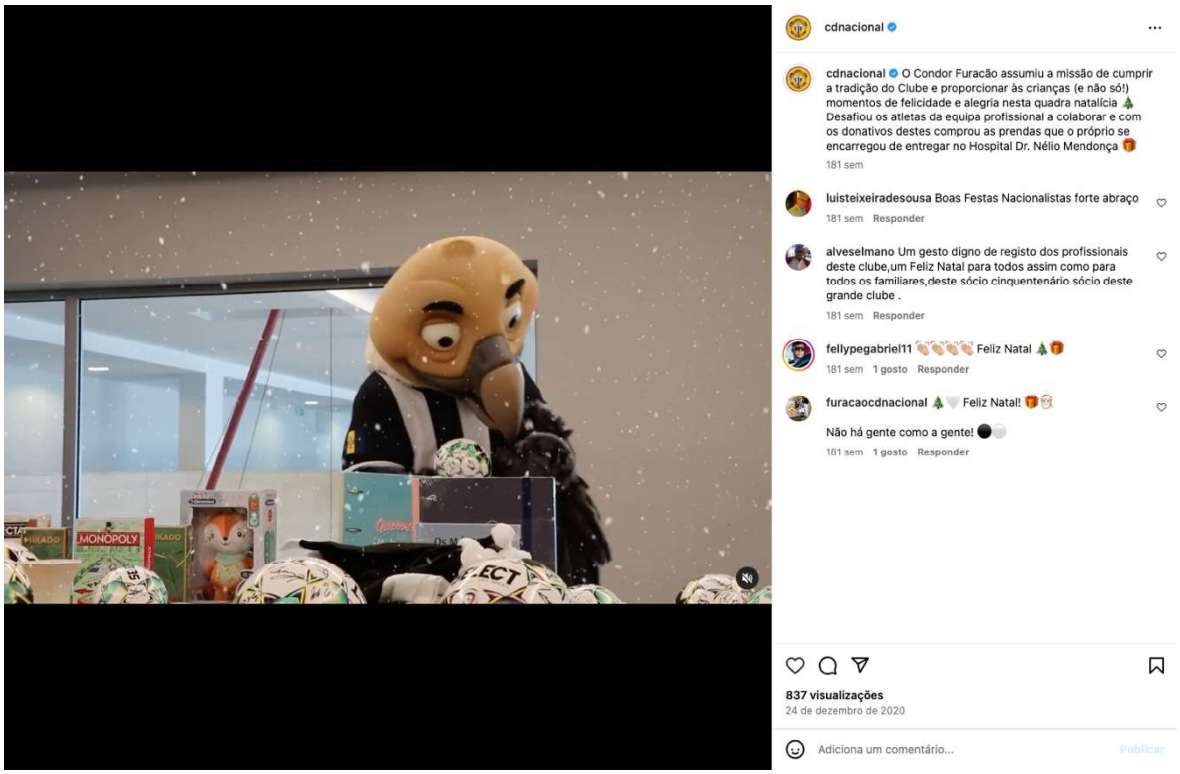
Post 300



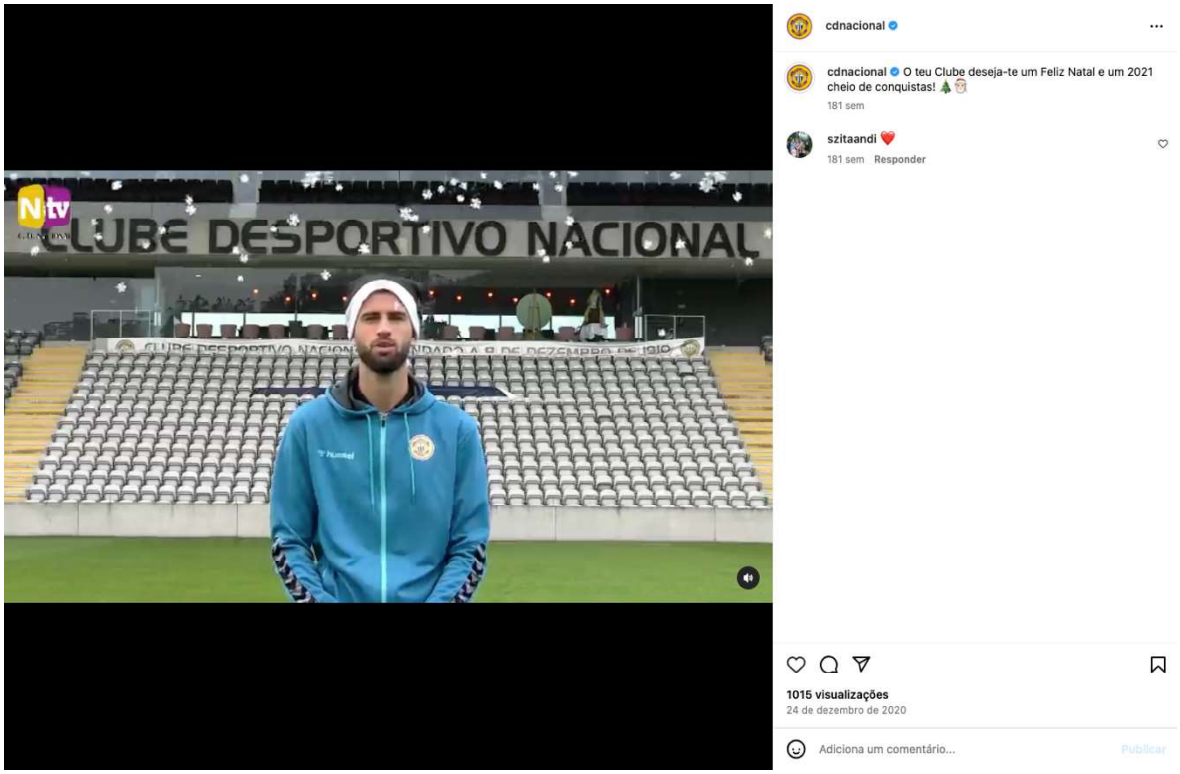
Post 301



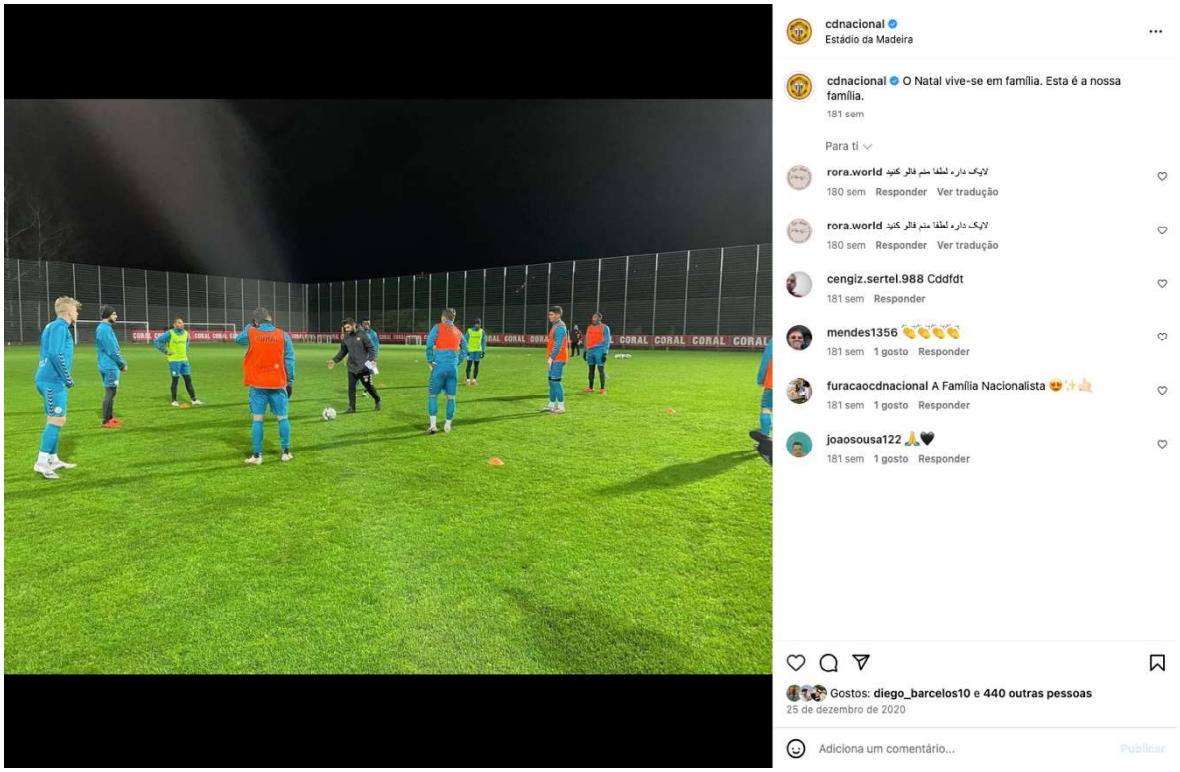
Post 302



Post 303



Post 304



Post 305



Post 306



Post 307



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Luís Freire mostra ambição: "Só a vitória nos interessa"

Assiste à antevisão do jogo com o Tondela em www.CDNacional.pt

181 sem

mendes1356 Vamos eu acredito

181 sem 1 gosto Responder

153 gostos

26 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 308



cdnacional

cdnacional Contagem decrescente no Estádio da Madeira! Prognósticos para hoje, Nacionalistas?

Usufrui de uma aposta grátis de 5€ no registo com o código NACIONAL5 https://sol-ver.de/3jnHejM

Consulta os termos e condições da oferta: https://sol-ver.de/3gTwg3m

181 sem

129 gostos

27 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 309





Post 310

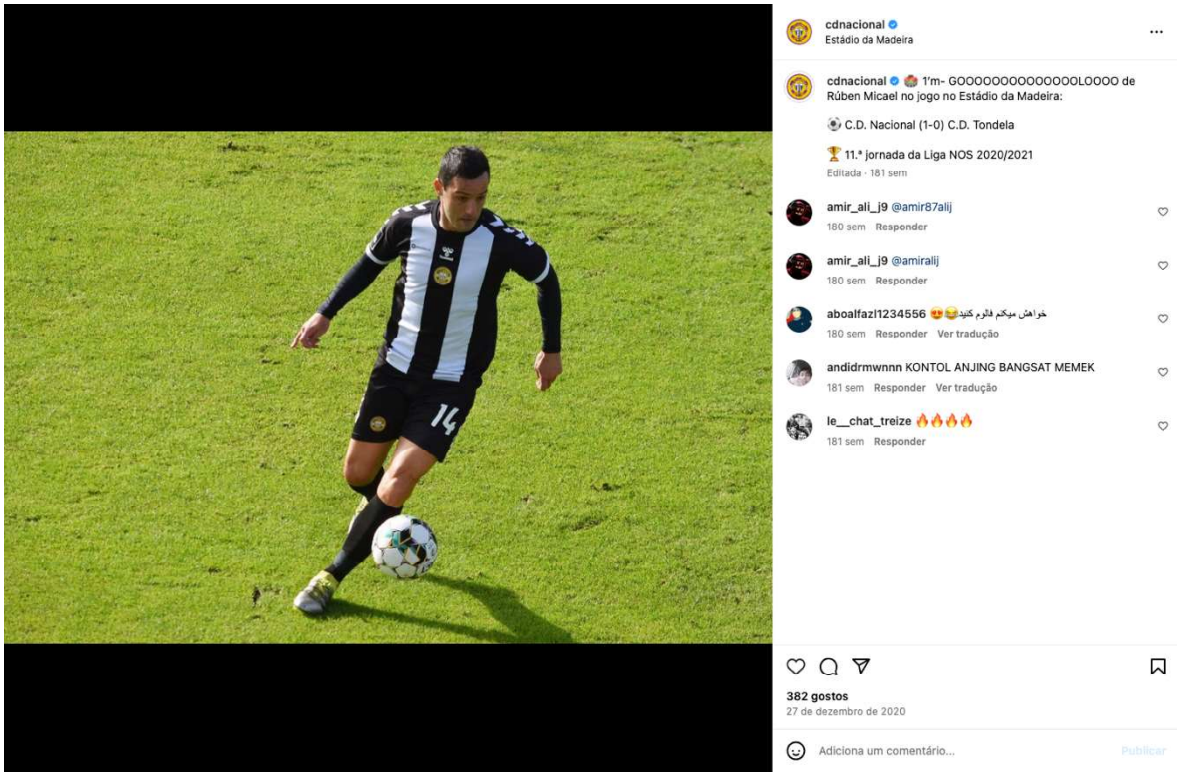




Post 311



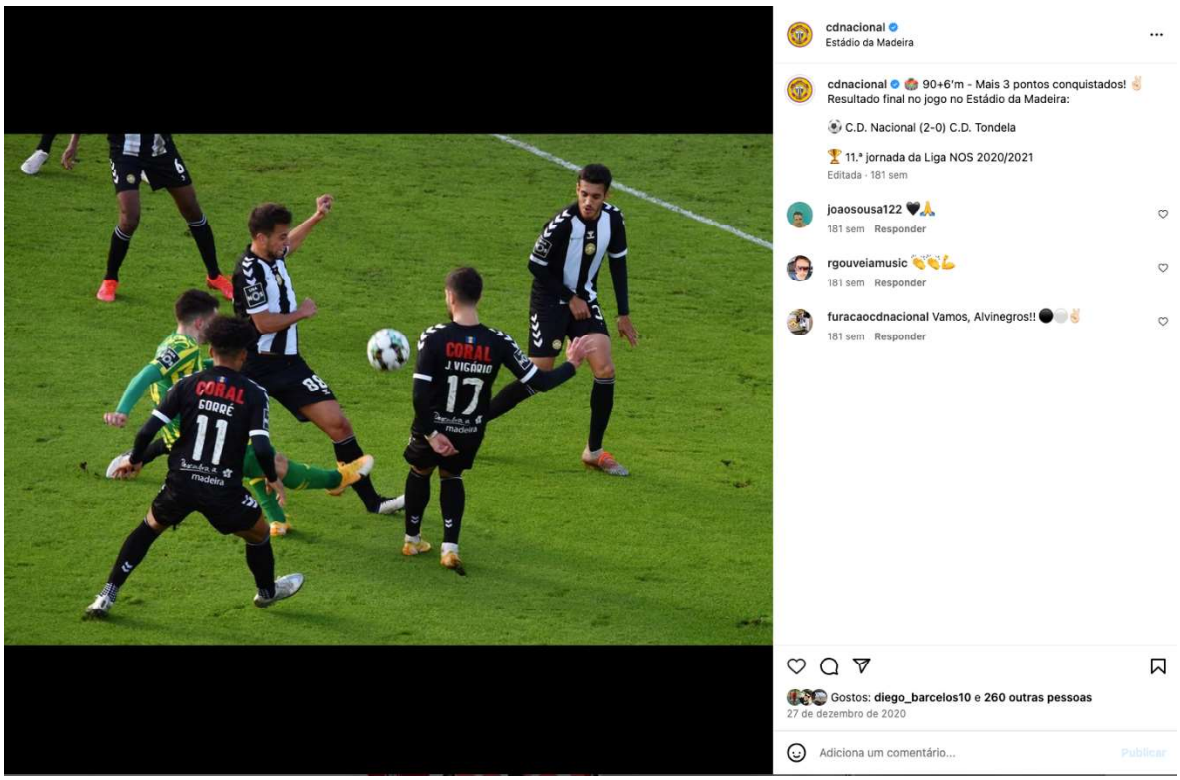
Post 312



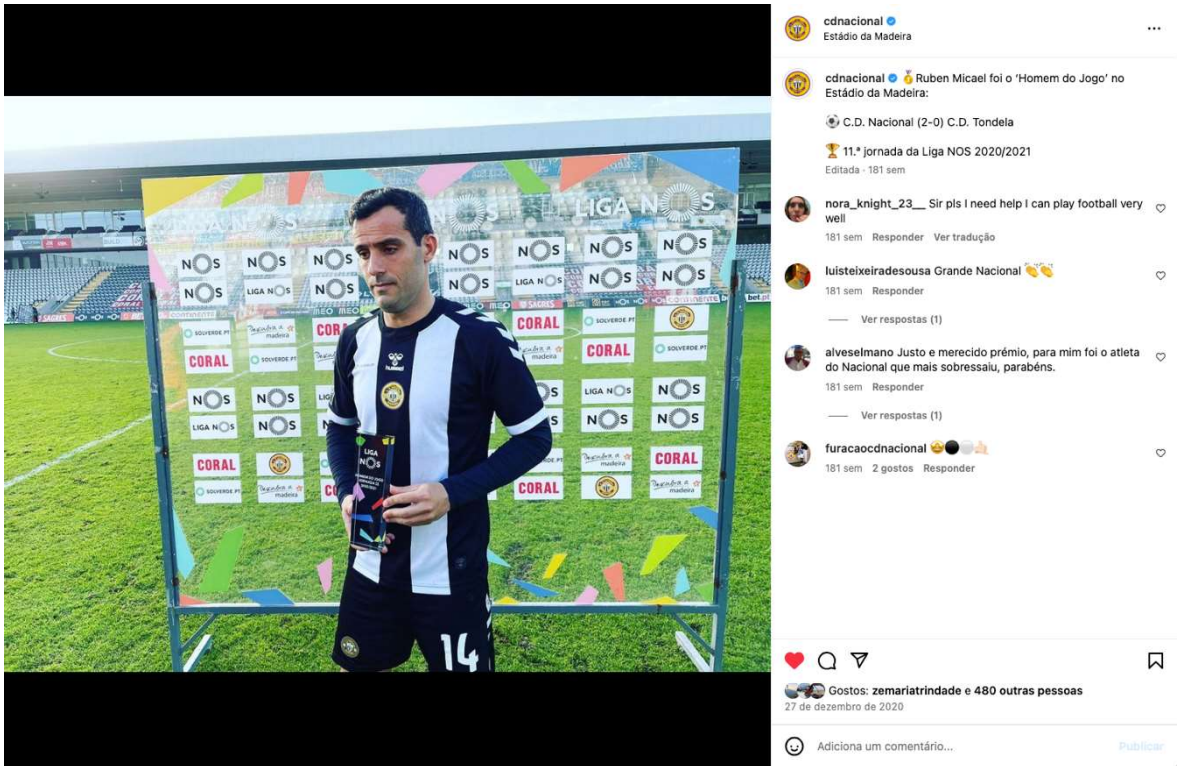
Post 313



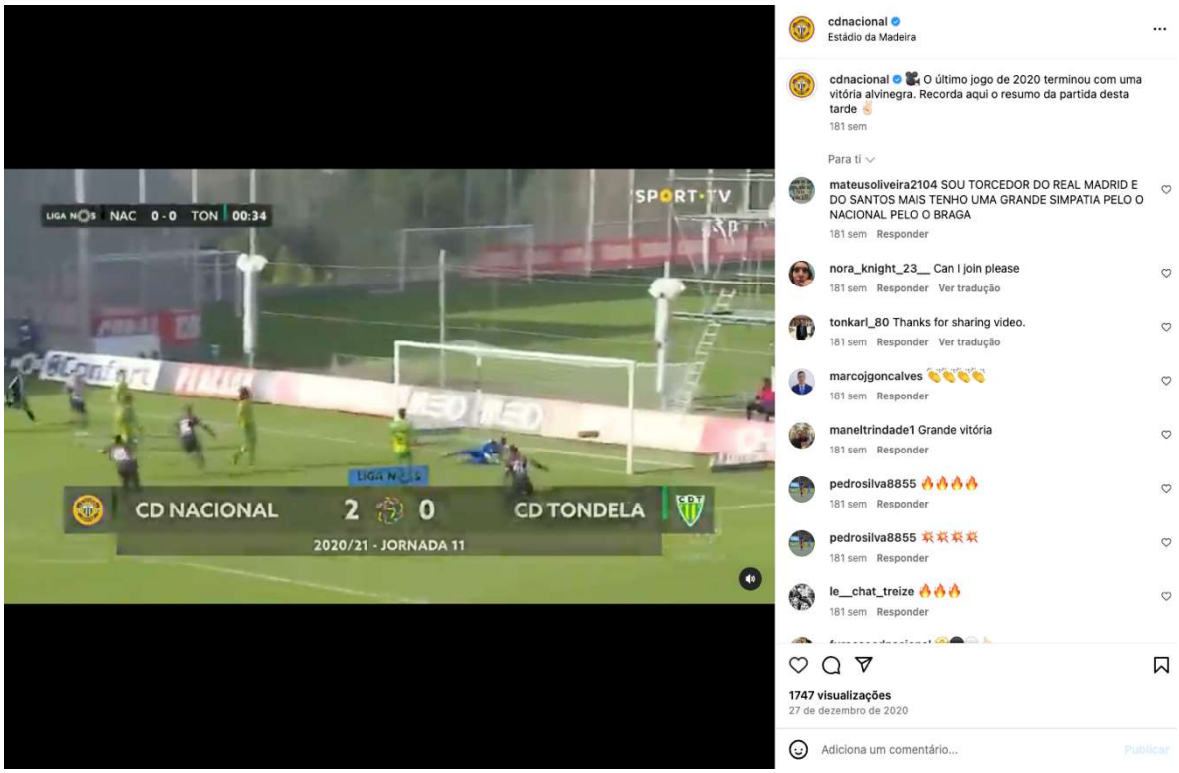
Post 314



Post 315



Post 316



Post 317



Post 318



Post 319



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional O ano de 2020 termina com uma vitória na nossa 'casa' Agora entra em campo e escolhe qual foi o 'Homem do Jogo' com o Tondela
Vota no link até às 23h59 desta 3ª feira e ganha prémios: https://bit.ly/33JKgs0
Editada · 181 sem

smfgc Rúben Micael
181 sem Responder

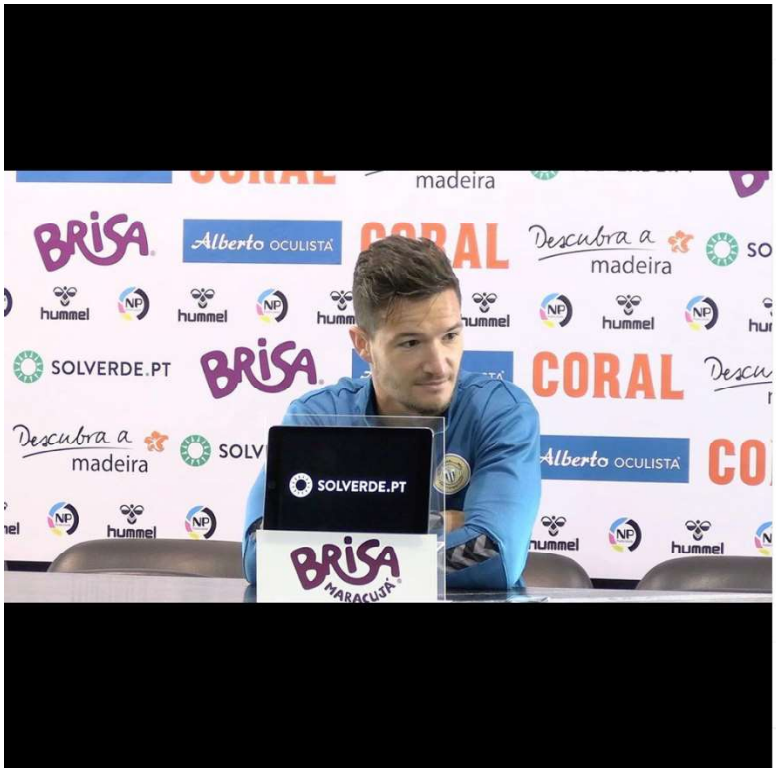
ricardojopestana Ruben Micael
181 sem Responder

joaosousa122 Rúben Micael!
181 sem Responder

138 gostos
28 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 320



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Ruben Freitas destaca: "Já merecíamos esta vitória"

Assiste à conferência na íntegra em www.CDNacional.pt
181 sem

Gostos: **kenjigorre** e **165 outras pessoas**
29 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 321



Post 322



Post 323



Post 324



Post 325



cdnacional

cdnacional 🏆 O nosso Clube é o grande vencedor da Temporada de Inverno da eLiga Portugal 🎮

Parabéns aos nossos atletas @rastaartur, @tiagoaraujo10 e @luisfilipecamelo! 👏⚫⚪

181 sem

Para ti

lucia.alves.35325 Perfeito, continuam é bom ano 2021.
180 sem Responder

joaolourenco304 Inveja de tares sempre na segunda ? Acho q n ..
180 sem Responder

Ver respostas (42)

joaolourenco304 N sabem o q fazem e o q dizem haahahah
180 sem Responder

norbertomanuelandrade Força Nacional! Os cães ladram e nosso clube avança para o topo
181 sem 3 gostos Responder

Ver respostas (14)

furacaocdnacional Bravo, alvinegros! 👍 Desafio-vos para uma partida em breve 🎮 Não há gente como a gente! ⬛⬜
181 sem 1 gosto Responder

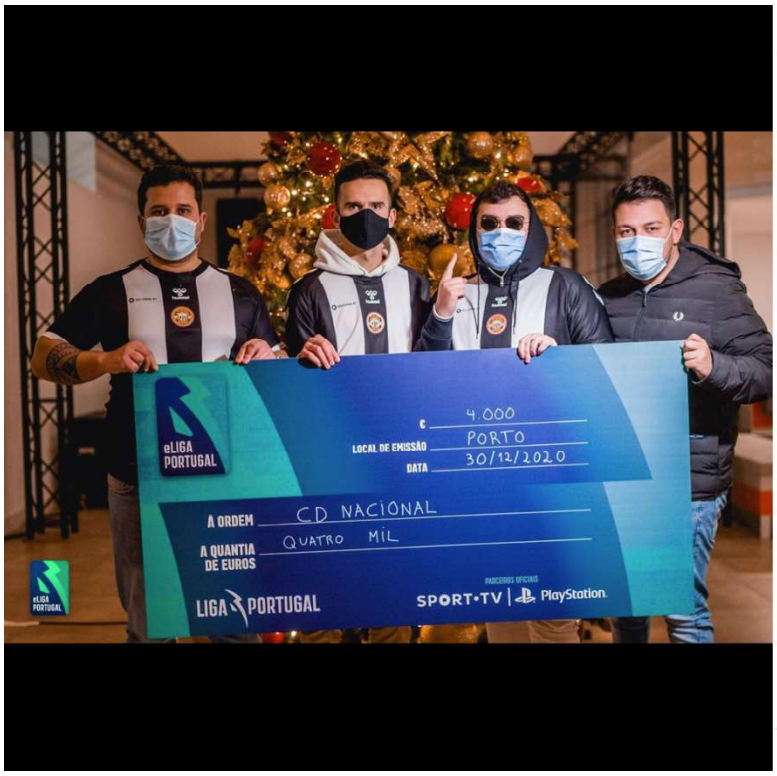
Ver respostas (1)

lourenco.miguel_ Só mesmo na Playstation 😂😂
181 sem 1 gosto Responder

Gostos: **luisgomes_10** e **414 outras pessoas**
30 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

Post 326



cdnacional

cdnacional O CD Nacional é um clube para grandes vencedores e hoje sagramo-nos campeões da Temporada de Inverno eSports. A conquista desta competição é mais um passo num novo território que cativa cada vez os mais novos.

O empenho, compromisso e dedicação dos atletas @rastaartur , @tiagoaraujo10 e @luisfilipecamelo, fez com que na primeira edição este troféu inédito tivesse as cores alvi-negras.

O CD Nacional é um clube eclético e orgulha-se de ter na sua instituição alguns dos melhores atletas do país. A partir de hoje, temos mais um troféu no nosso honroso museu e acreditamos que, face à aposta e condições que o Clube oferece, não vamos certamente ficar por aqui.

Parabéns aos jogadores e equipa técnica. Parabéns aos adeptos que acompanharam as emissões ao vivo. Parabéns à Liga Portugal pela organização.

Não há gente como a gente.

O Vice-Presidente,
João Jasmins
180 sem

dirio_ugf ❤️
180 sem Responder

norbertomanuelandrade Parabéns! Não há gente como a gente! Não somos grandes somos os melhores!!
180 sem Responder

luisfilipecamelo Vamooooooos 💪💪
180 sem 2 gostos Responder

joaosousa122 🙏🖤

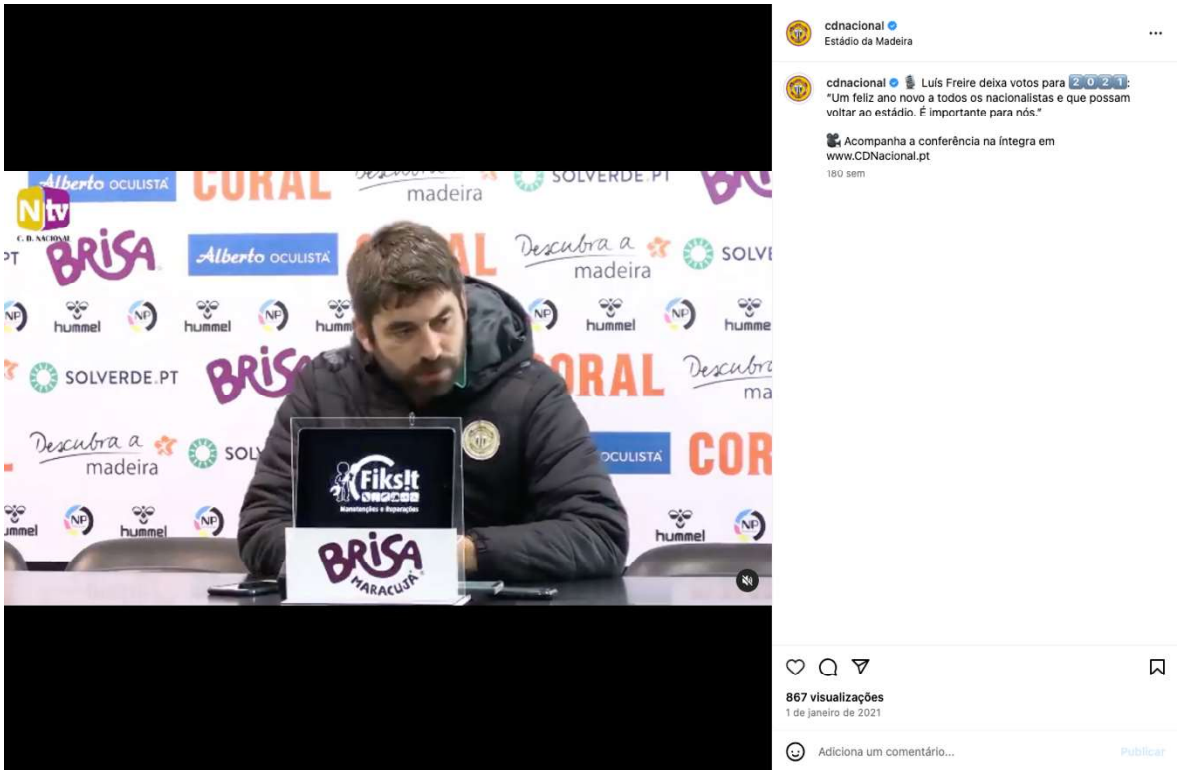
Gostos: **luisgomes_10** e **338 outras pessoas**
30 de dezembro de 2020

Adiciona um comentário... Publicar

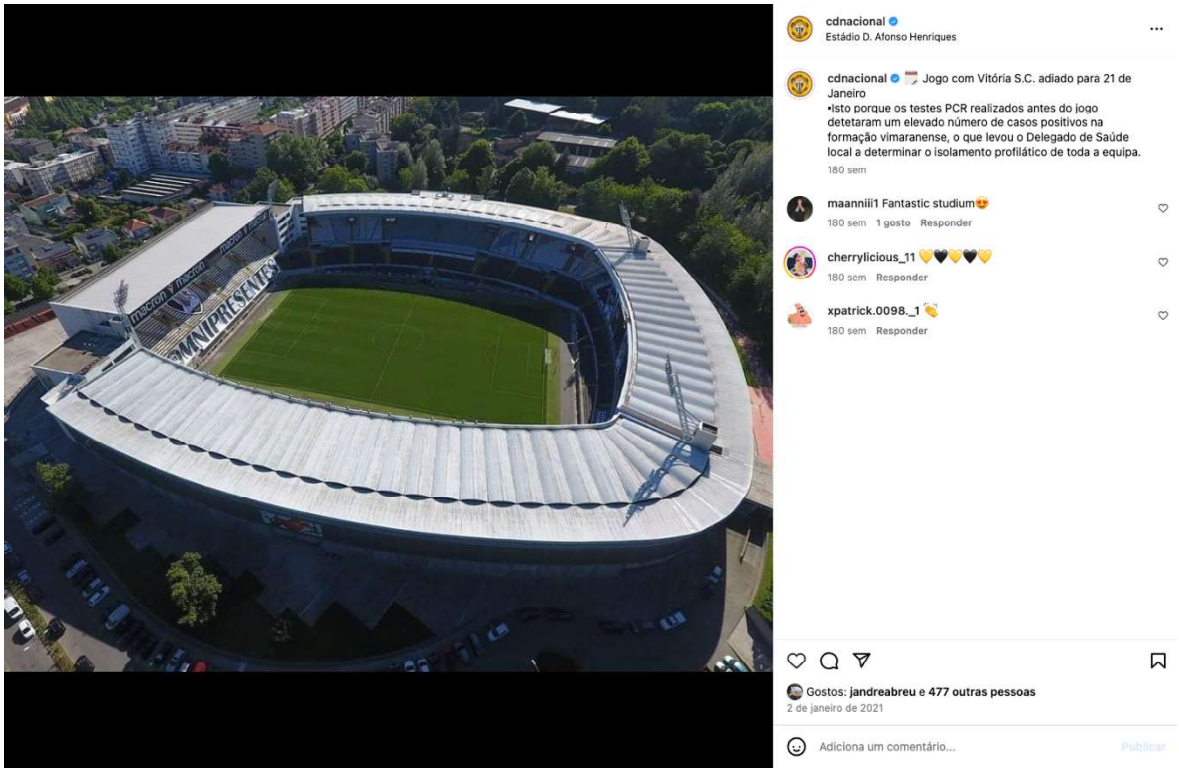
Post 327



Post 328



Post 329



Post 330



Post 331



Post 332



Post 333



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Comunicado: Isolados mas pouco •

Na sequência da informação trocada com o Vitória Sport Clube relativamente aos casos Covid detetados naquele clube e que poderiam levar ao adiamento do jogo Vitória SC – CD Nacional, da jornada 12 da Liga NOS, foi o CD Nacional, Futebol SAD confrontado com um e-mail enviado pela responsável da autoridade de saúde com tutela na matéria e na qual referia:

"Todos os jogadores/elementos do staff, considerados como contactos próximos de alto risco, têm indicação para manter medidas de vigilância ativa e isolamento profilático durante 14 dias desde a última exposição a caso(s) confirmado(s) (inclusivamente)."

Atendendo a que os casos em causa foram detetados nos testes Covid realizados 48 horas antes do jogo VSC-CDN, ou seja no dia 1 de janeiro 2021, tal isolamento teria de acontecer até ao dia 15 de janeiro (14 dias).

Para nossa surpresa, constatamos durante a tarde de hoje que o plantel do VSC já regressou aos treinos, pelo que o referido isolamento foi terminado não ao fim dos 14 dias referidos na comunicação atrás mencionada, mas apenas três dias depois de ter sido determinado.

Constata-se por isso, que o tal isolamento, antes considerado como fundamental para evitar a propagação do surto, serviu apenas para fundamentar o adiamento de um jogo que, pelos vistos, não interessava ao VSC disputar nessa data.

Por força de tudo isso, acabou o CD Nacional, Futebol SAD por ser obrigado a adiar um jogo que poderia e deveria ter disputado na data inicialmente agendada, 3 de janeiro de 2021, o que traz a esta SAD elevados prejuízos financeiros, e potenciais enormes prejuízos desportivos.

Perante tudo isto, vimos pelo presente decidiu o CD Nacional,

Gostos: **zemariatrindade** e **540 outras pessoas**
5 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 334



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Luís Freire na antevisão ao jogo com o Sporting: "Coragem e muita determinação."

Acompanha a conferência na íntegra em www.CDNacional.pt
180 sem

rafalemos1993 Ides abrir as pernas ao Sporting?
180 sem Responder

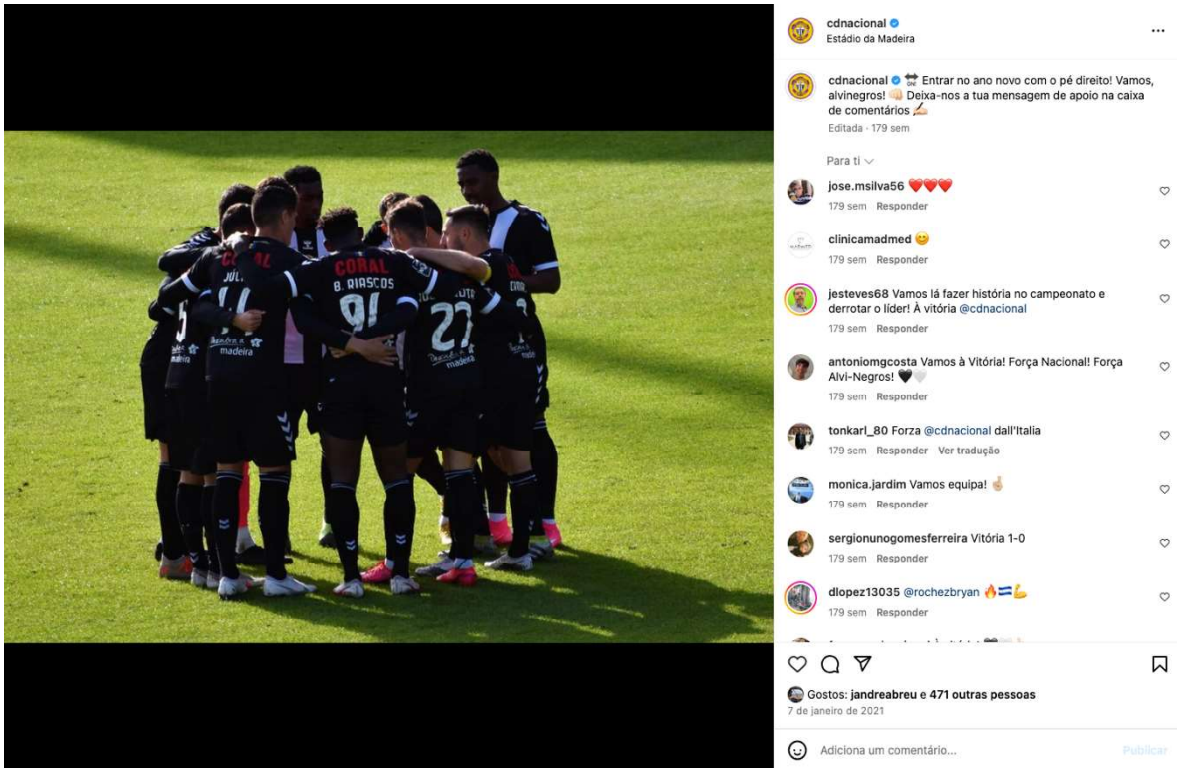
149 gostos
6 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 335



Post 336

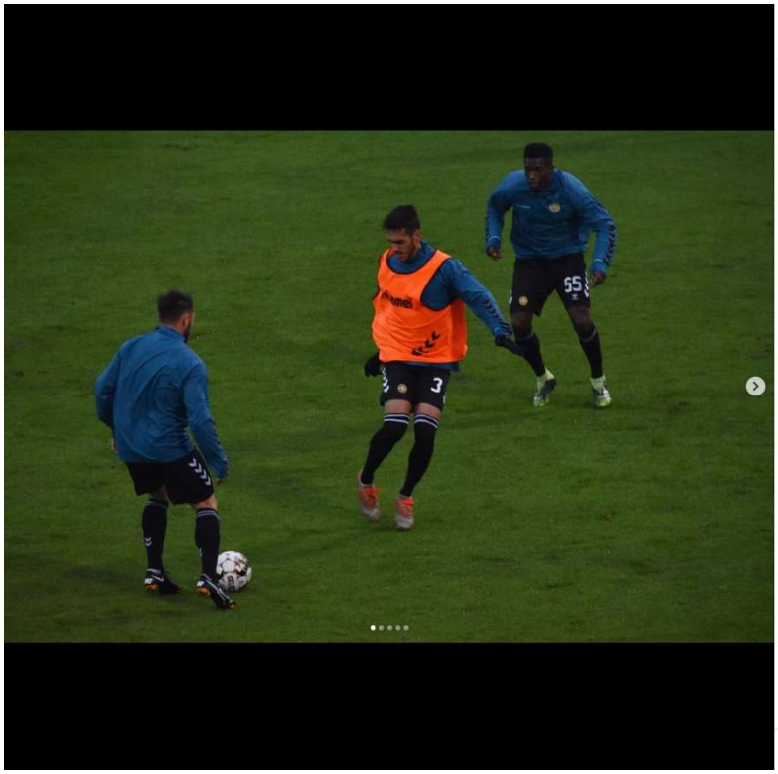


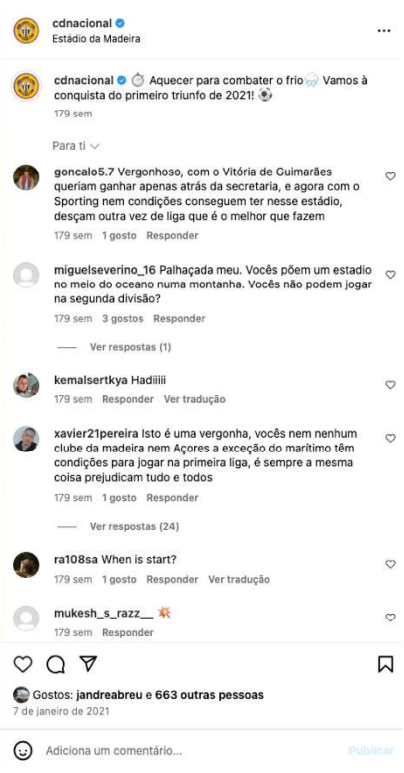
Post 337



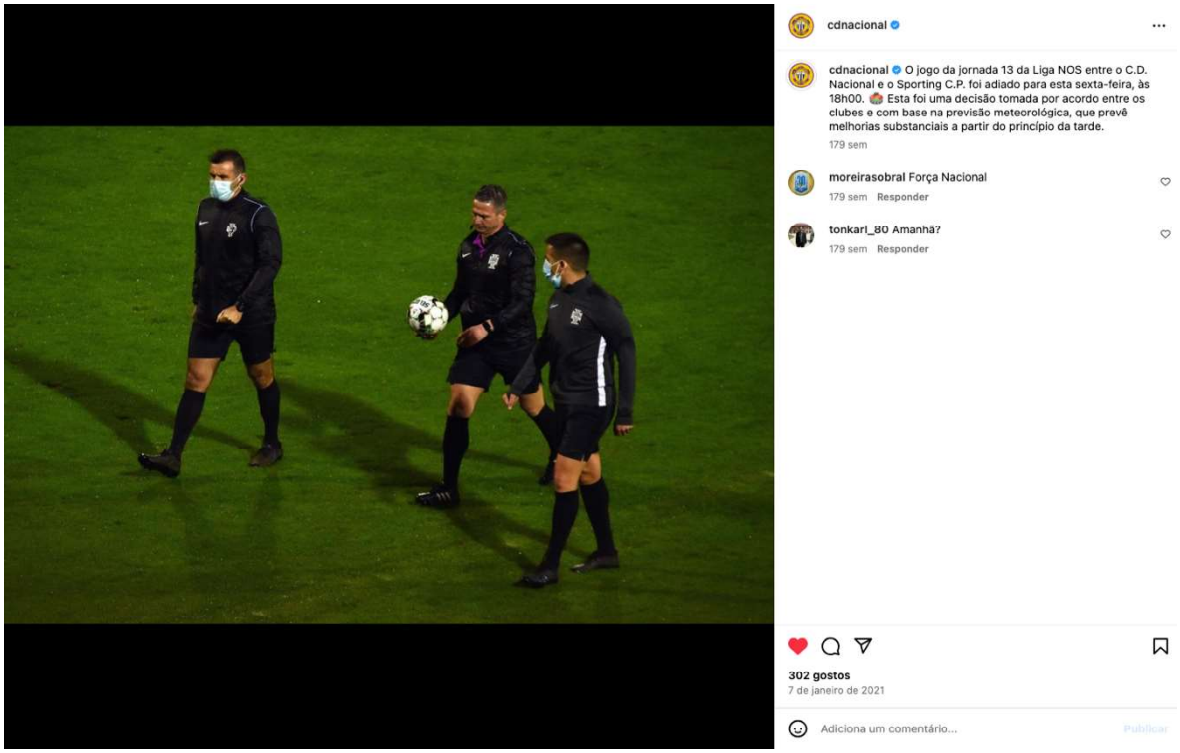


Post 338

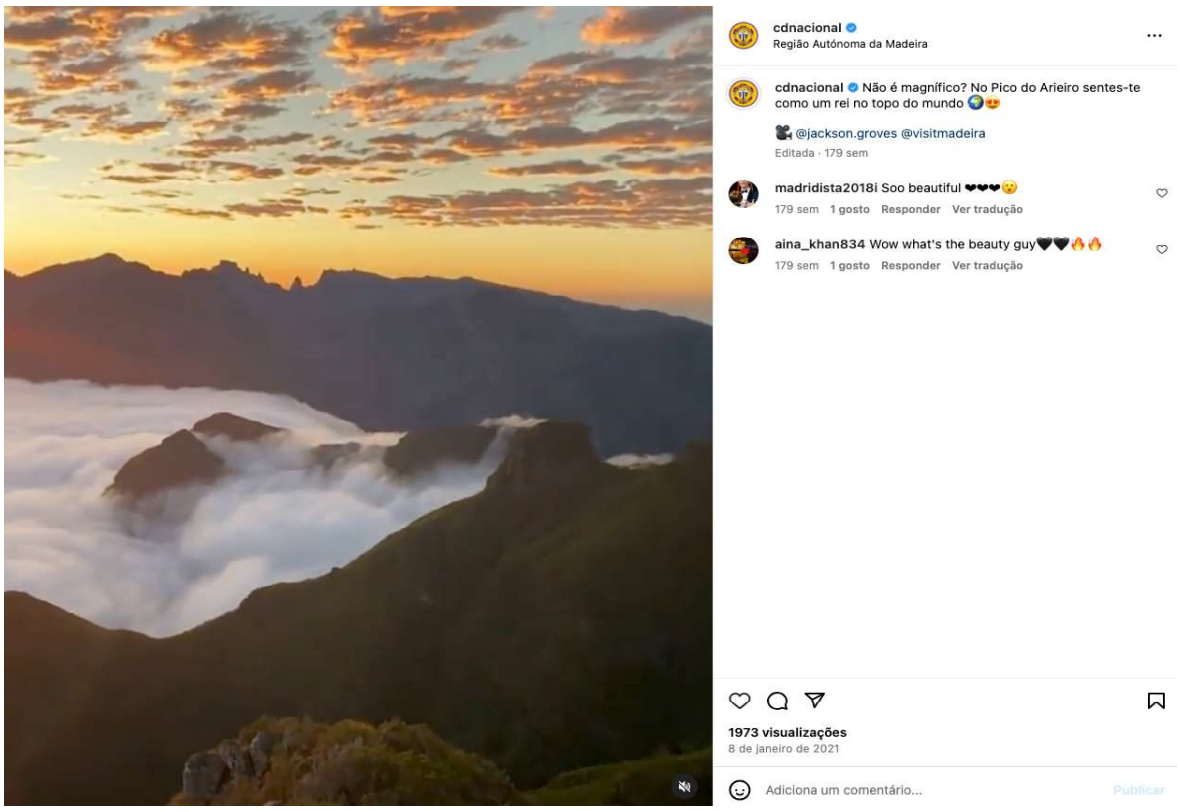




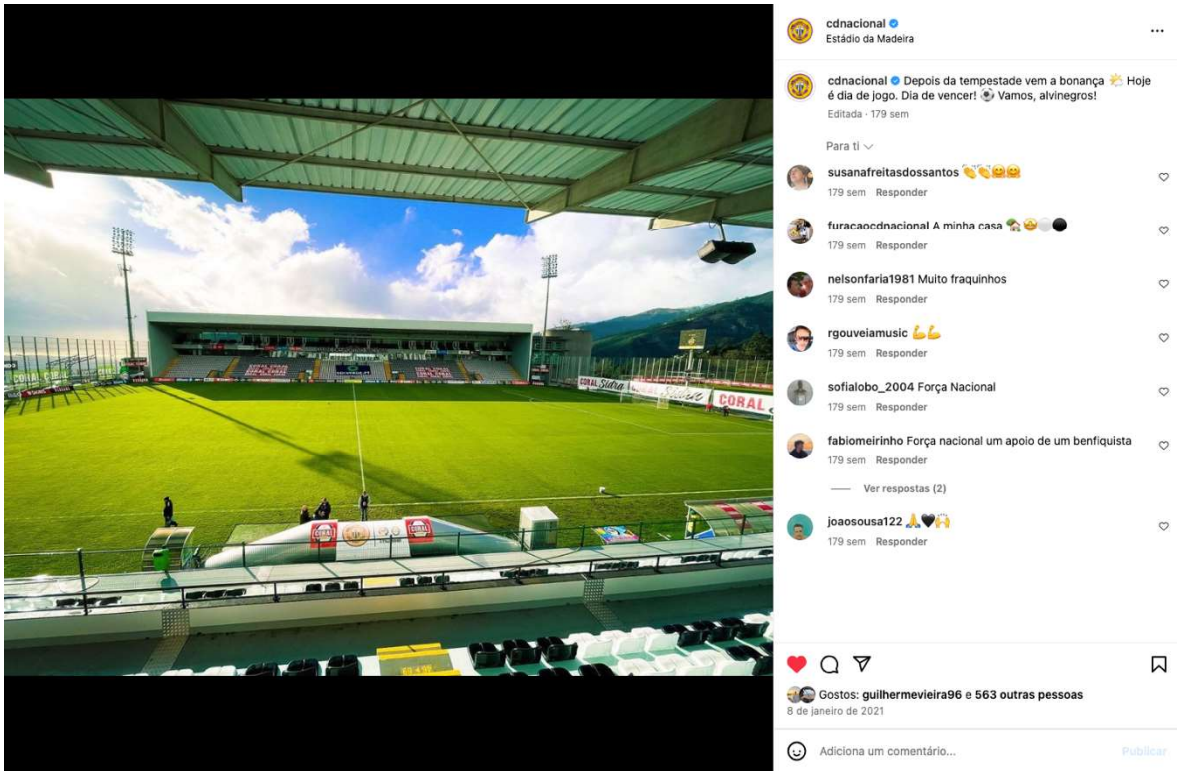
Post 339



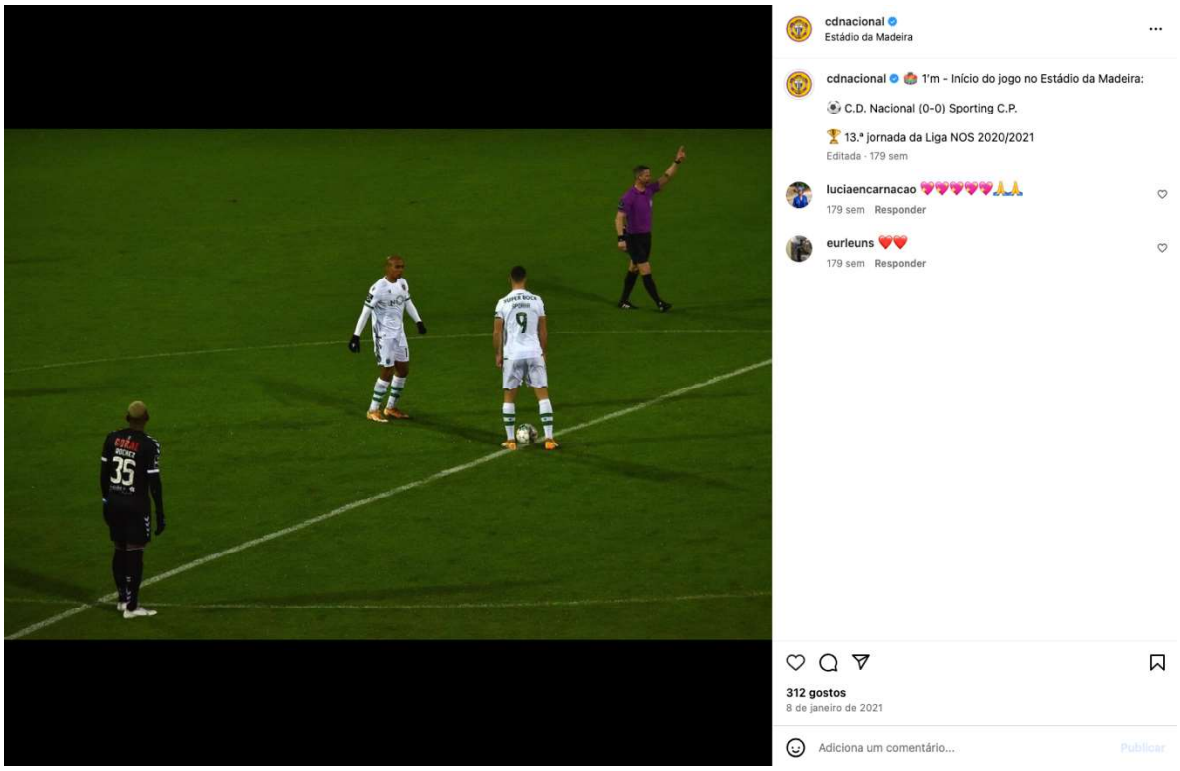
Post 340



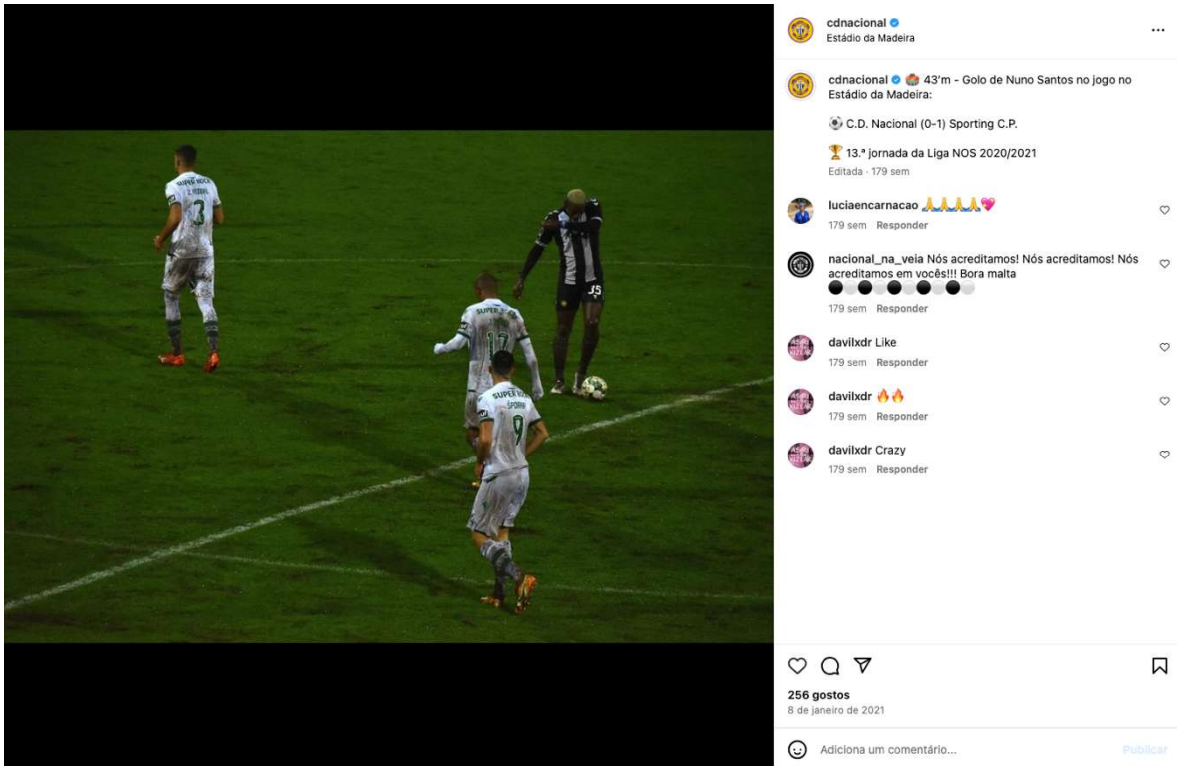
Post 341



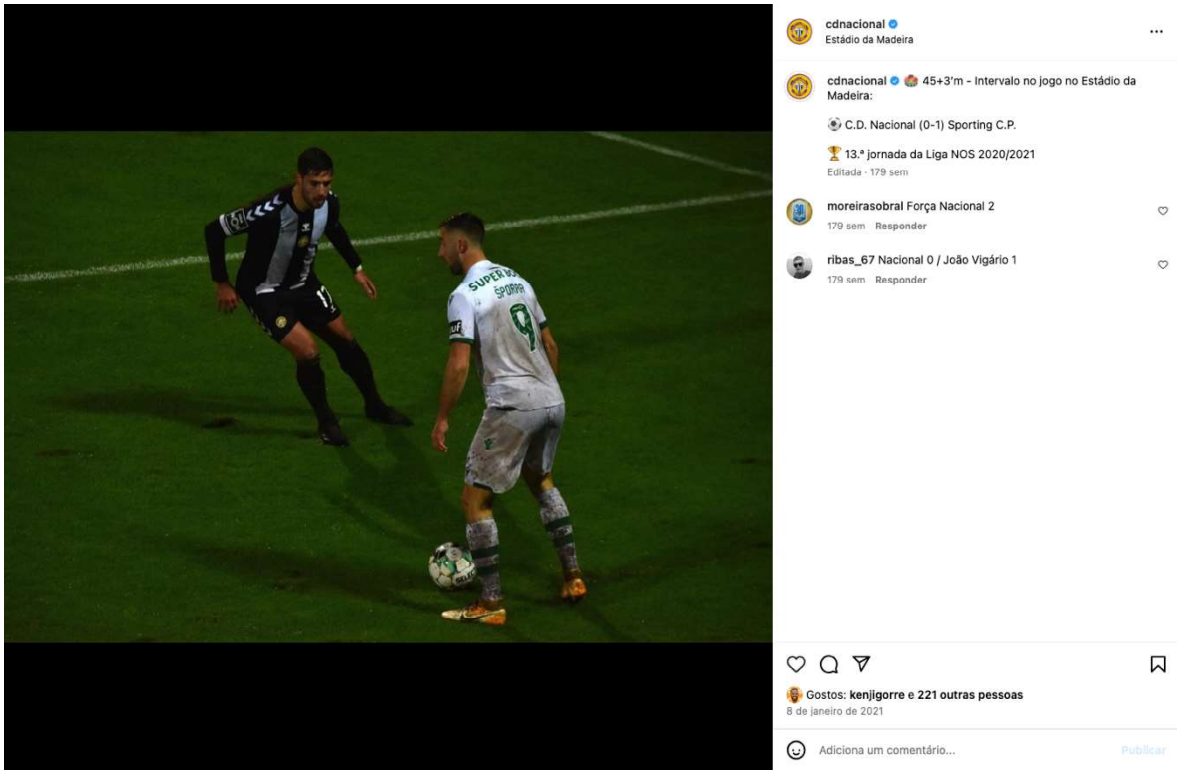
Post 342



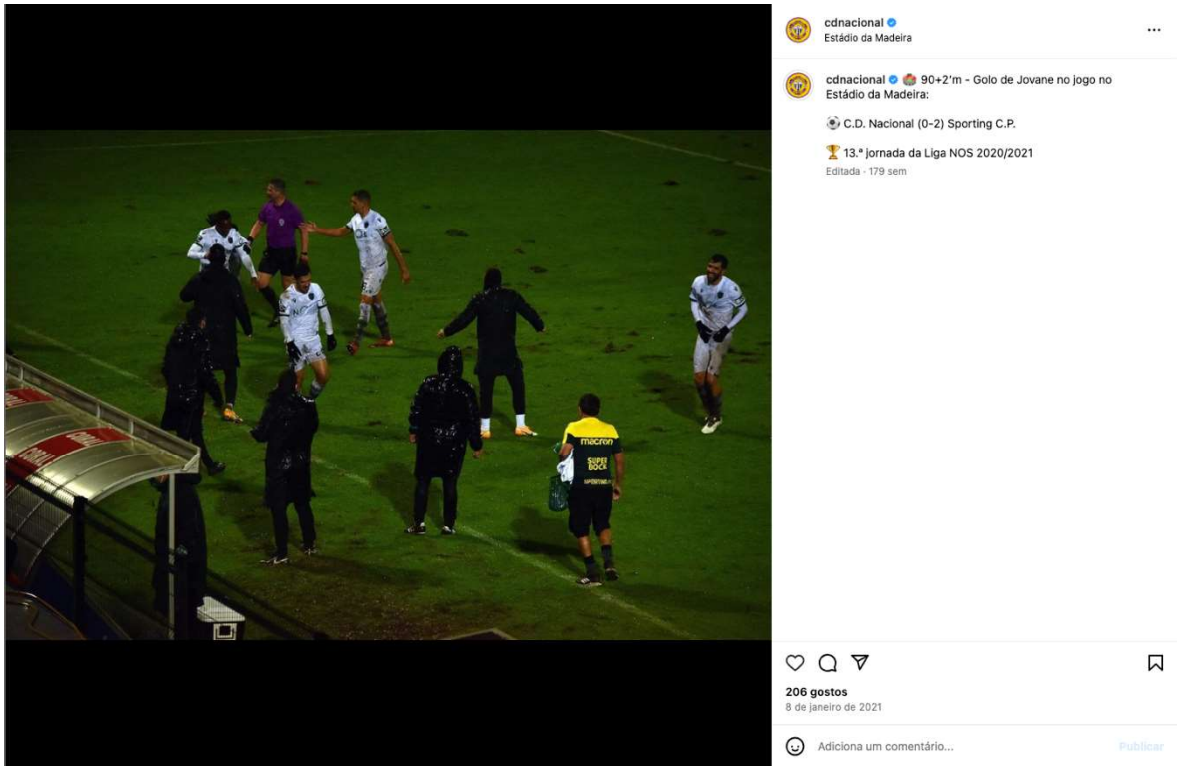
Post 343



Post 344



Post 345



Post 346



Post 347



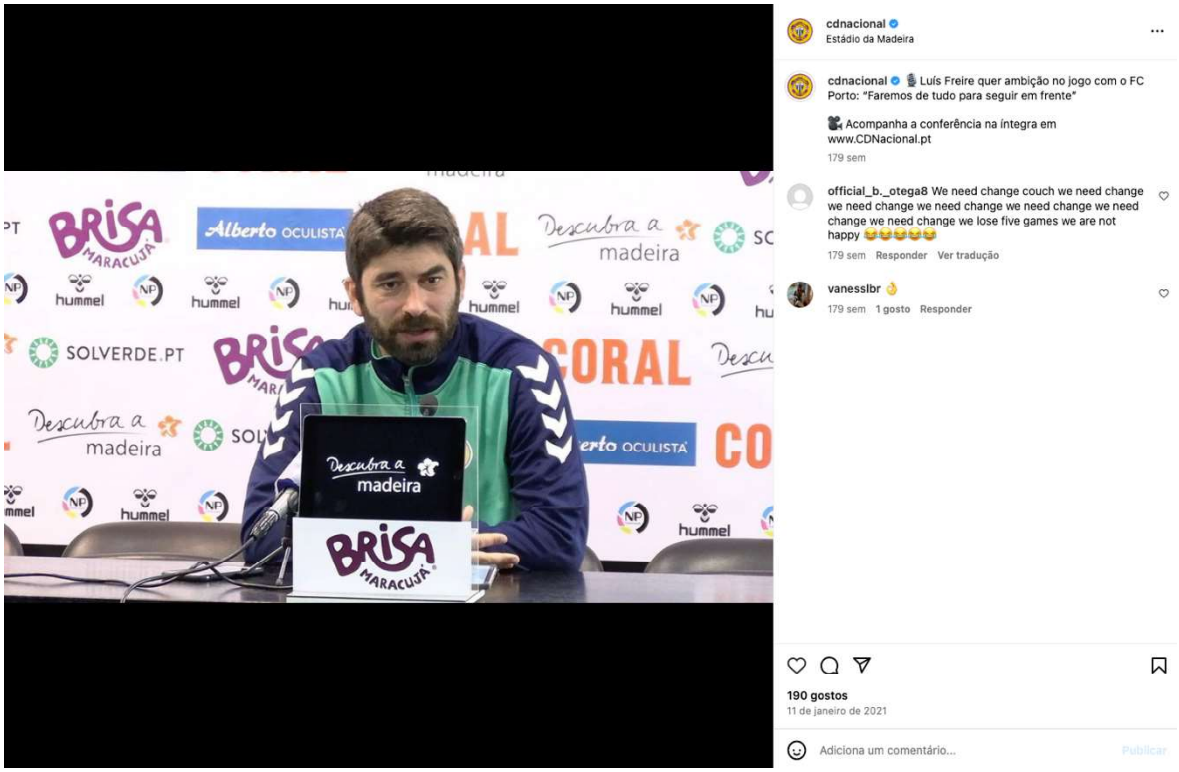
Post 348



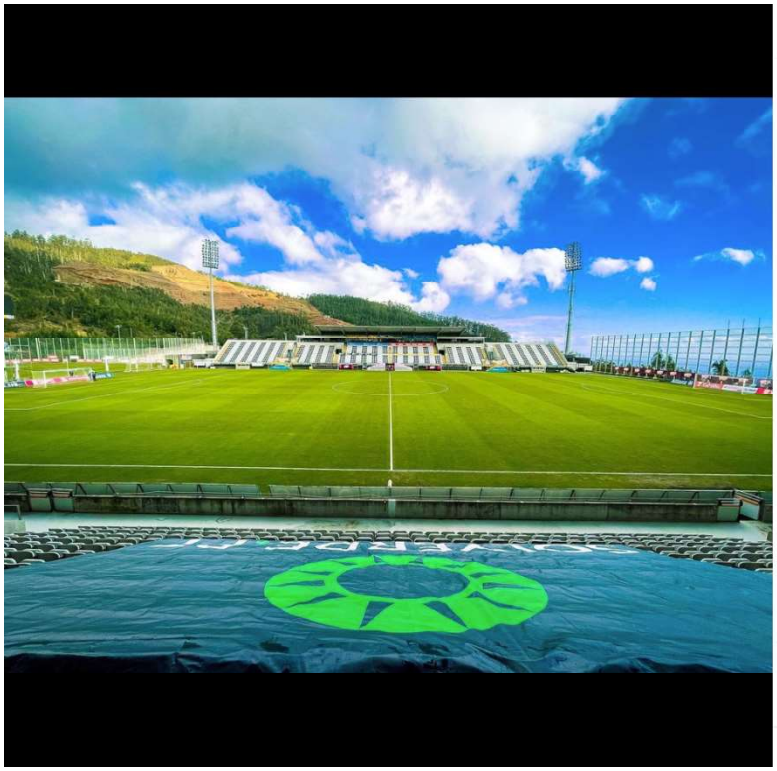
Post 349



Post 350



Post 351



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Concentração máxima para seguir em frente na Taça Vamos, alvinegros! Deixa-nos a tua mensagem de apoio na caixa de comentários
Editada · 179 sem

Para ti

jorgeandrade81 Vamos Nacional!
179 sem Responder

jemnobrega
179 sem 1 gosto Responder

jose.msilva56 Estádio do meu clube Nacional não a gente como a gente carrega NACIONAL ...SEMPRE NACIONAL
179 sem Responder

joaogomes2010 O valor dos nossos profissionais nunca estiveram em causa. Somos tão capazes como os outros. Concentração, dedicação, entrega, garra e muita luta por parte dos nossos briosos atletas é o condimento necessário para vencermos este adversário. Boa sorte a todos os jogadores e equipa técnica do Nacional.
179 sem Responder

joaosousa122
179 sem Responder

antoniomgcosta Boa sorte, equipa!
179 sem 1 gosto Responder

gpereira37 Não há gente como a gente força nacional
179 sem Responder

389 gostos
12 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 352



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:
C.D. Nacional (vs) F.C. Porto
5.ª eliminatória da Taça de Portugal 2020/2021
Editada · 179 sem

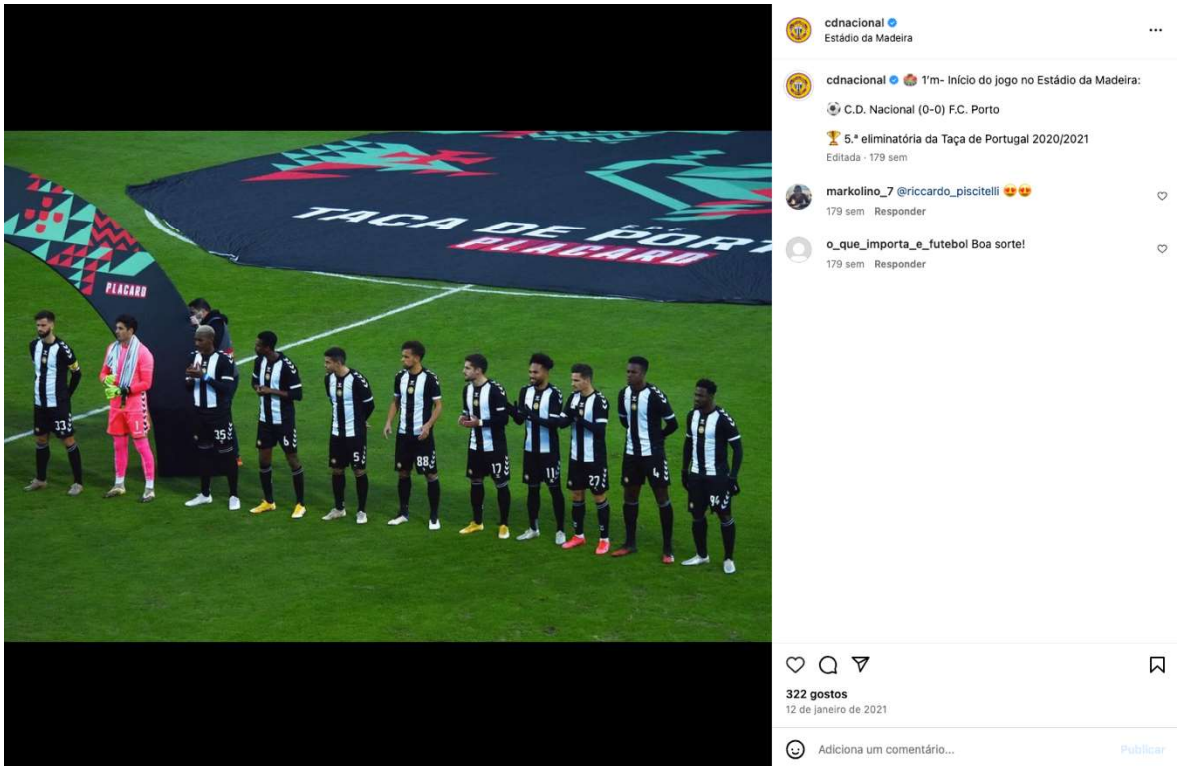
jorge_calix_11 Homren camisola nacional madeira
179 sem Responder

jorge_calix_11 Taca da liga
179 sem Responder

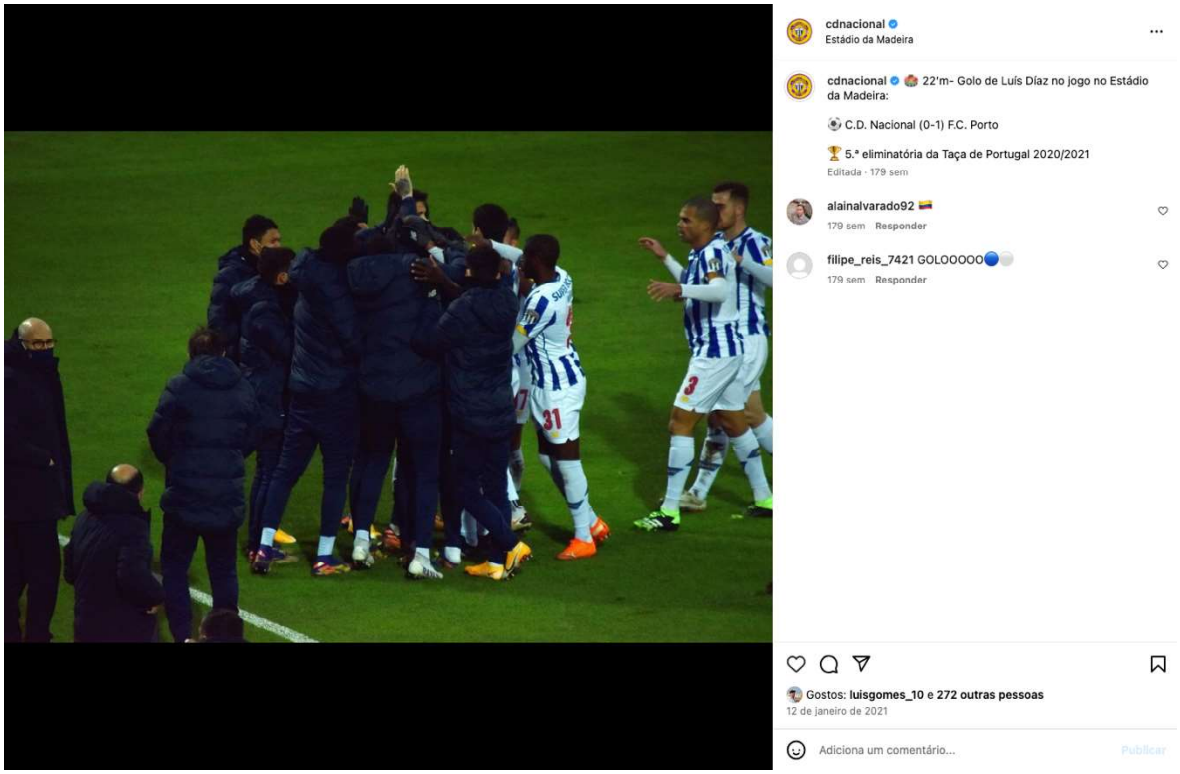
231 gostos
12 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

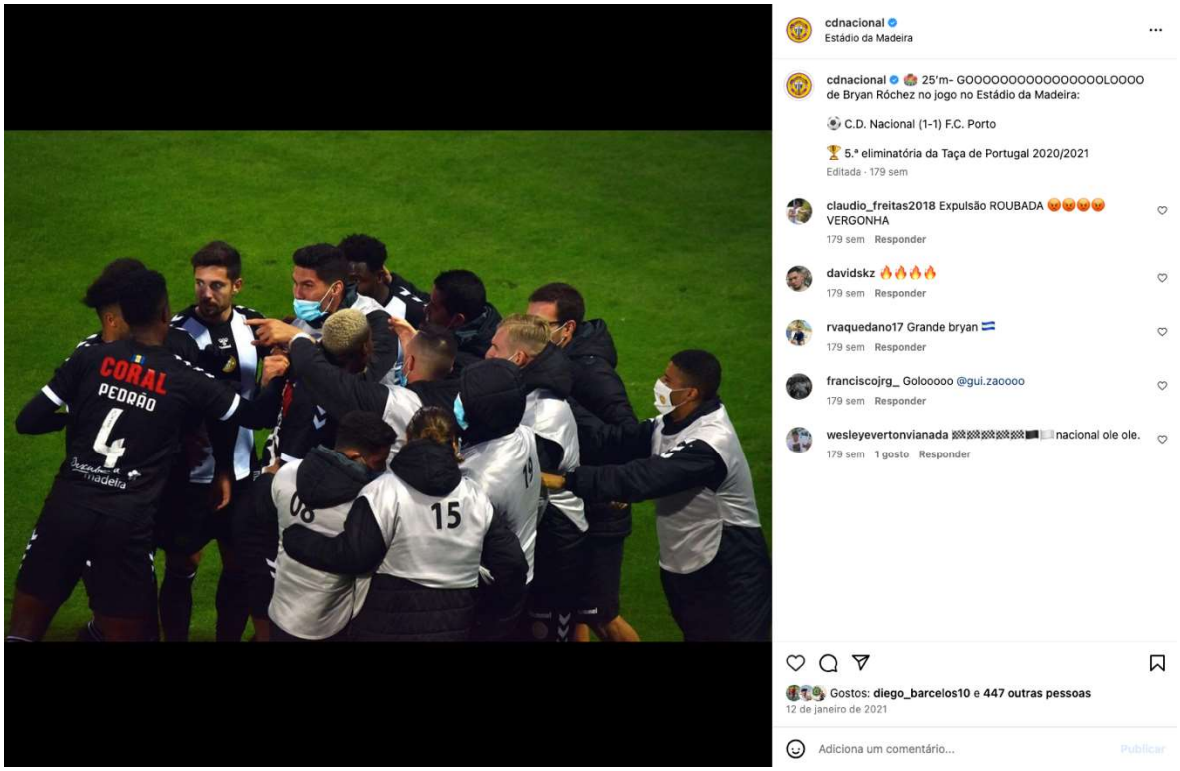
Post 353



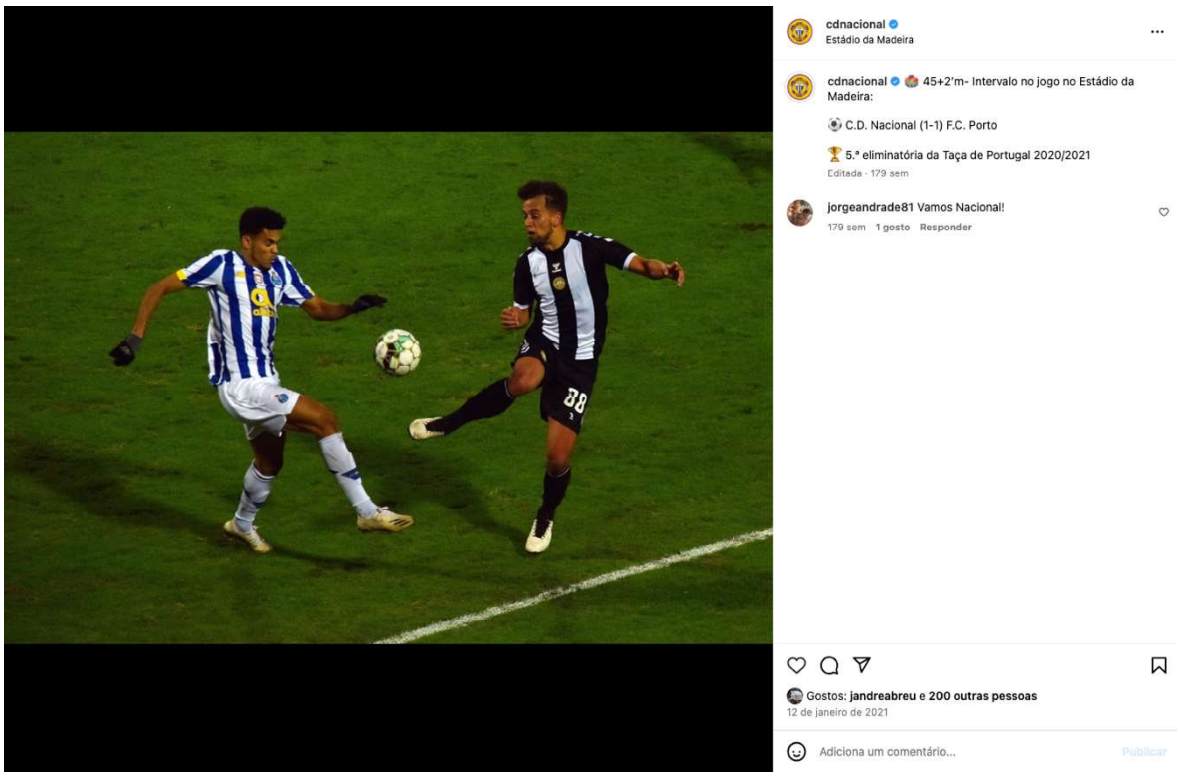
Post 354



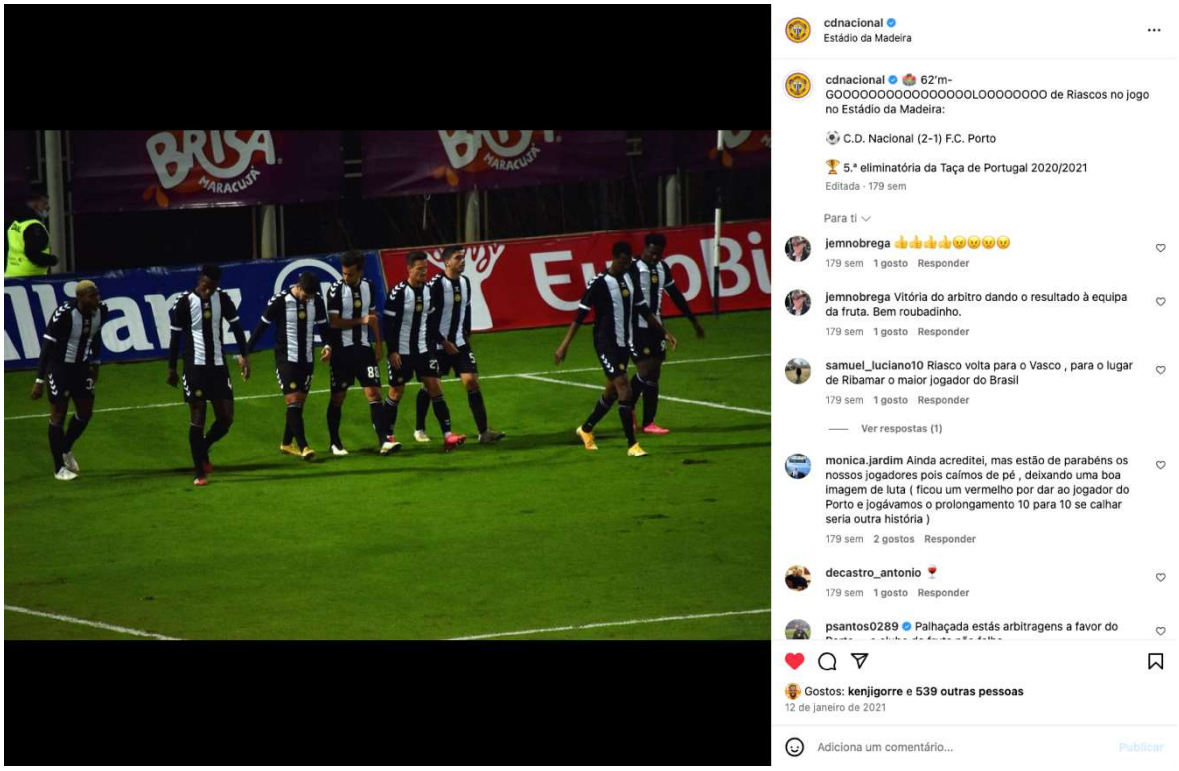
Post 355



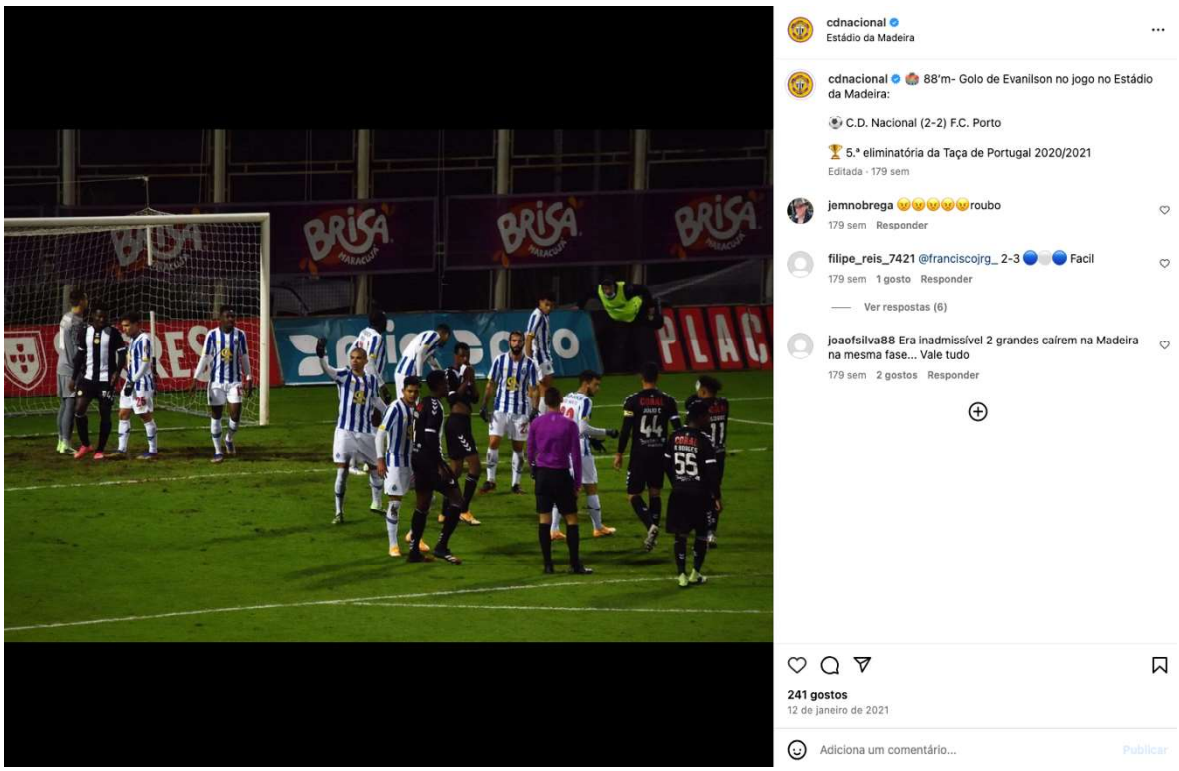
Post 356



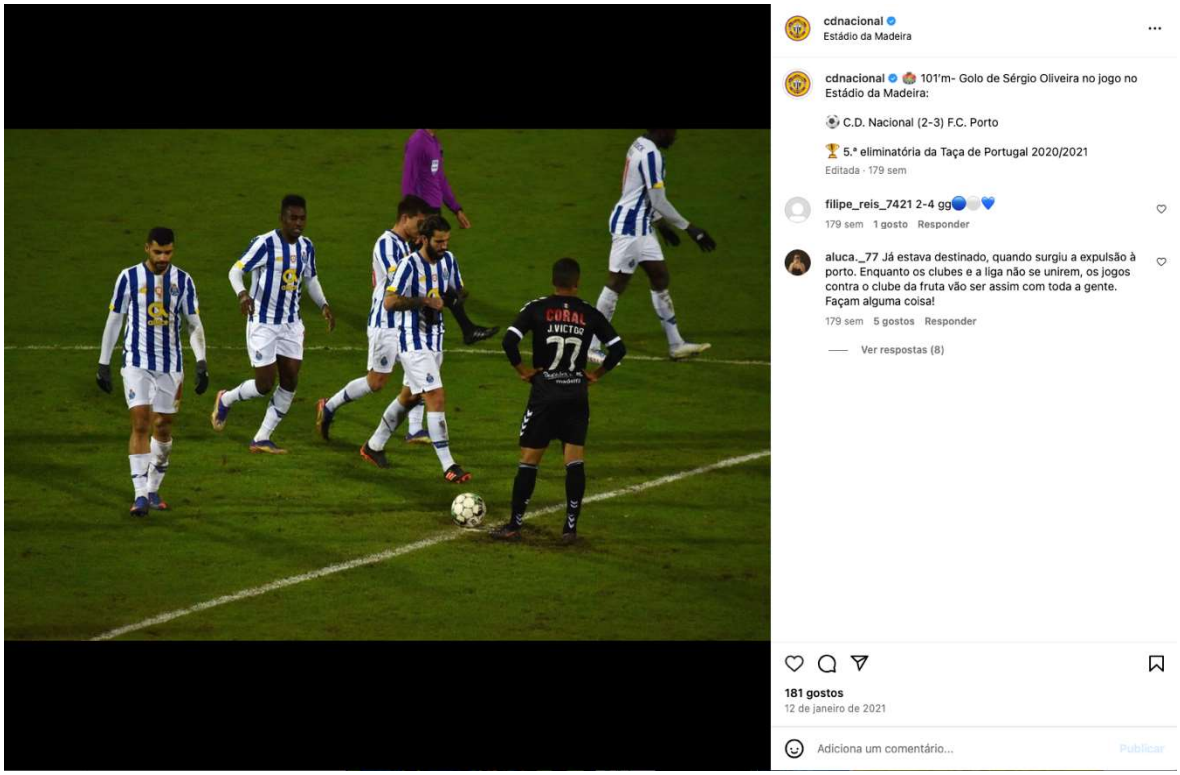
Post 357



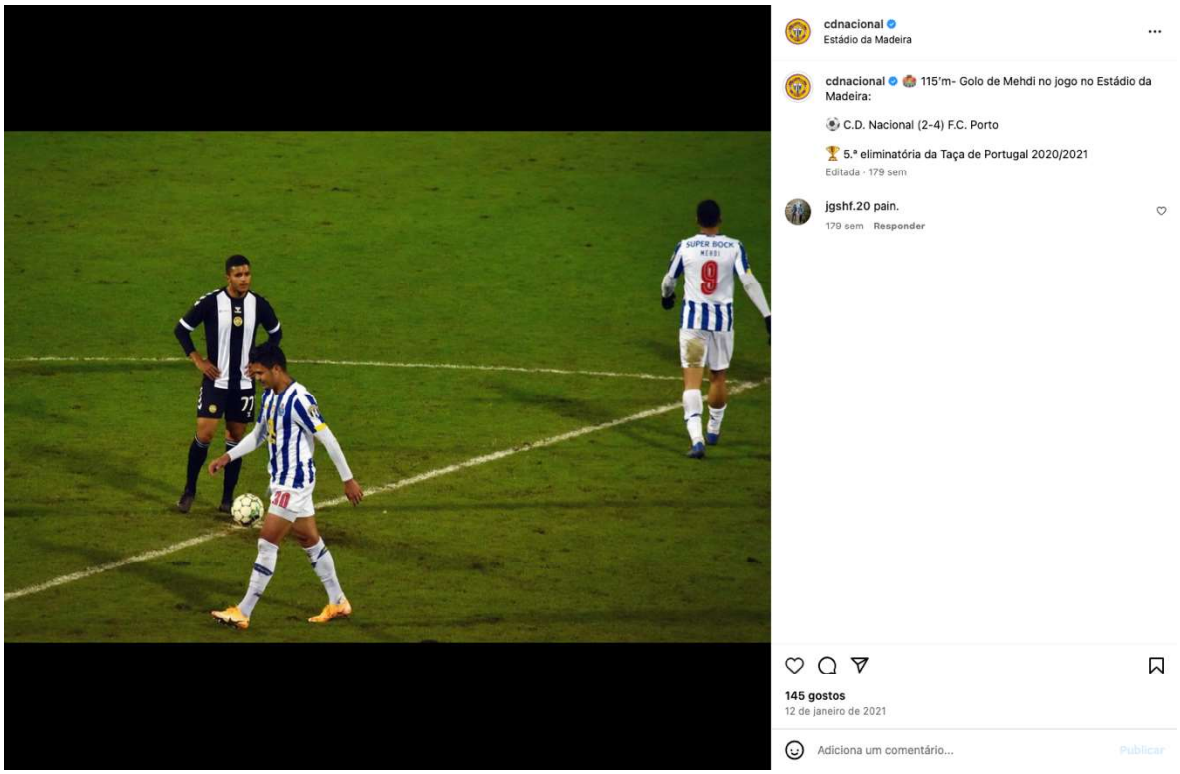
Post 358



Post 359



Post 360



Post 361



Post 362



Post 363



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Luís Freire destaca: "Sinto-me muito orgulhoso dos meus jogadores"

Assiste à conferência em www.CDNacional.pt
179 sem

Para ti

izzie_reis_vieira
179 sem Responder

jemnobrega
179 sem Responder

canyoureplyback can you reply back? @cdnacional
179 sem Responder Ver tradução

official_b._otega8 We need change we need change we need change we need change we need change we need change we need change we need change we need change we need change we lose five games
179 sem Responder Ver tradução

13 de janeiro de 2021
moniz.john He has no ability to make in game tactical changes. No experience to be coaching a Division 1 team! We have great former players from Madeira that have experience and can do a better job!! Get him out!
179 sem Responder Ver tradução

Ver respostas (5)

moniz.john Fire this coach!!!!
179 sem Responder Ver tradução

256 gostos
12 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 364



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Não foi por falta de esforço e superação que a nossa equipa foi eliminada da Taça de Portugal Agora está convocado a eleger qual foi o 'Homem do Jogo' com o FC Porto Vota no link até às 23h59 deste 5ª feira e ganha prémios: https://bit.ly/33JKgs0
Editada · 179 sem

Para ti

manuelviveiros7311 Árbitro
178 sem Responder

ruigomes0804 Riascos
179 sem Responder Ver tradução

zoirteam
179 sem Responder

jorgealexpinto07 @franciscnetoramos
179 sem Responder

fredericoborgesmelim Sem dúvida António Nobre, não acham @portugal ?
179 sem Responder

smfgc Riascos
179 sem Responder Ver tradução

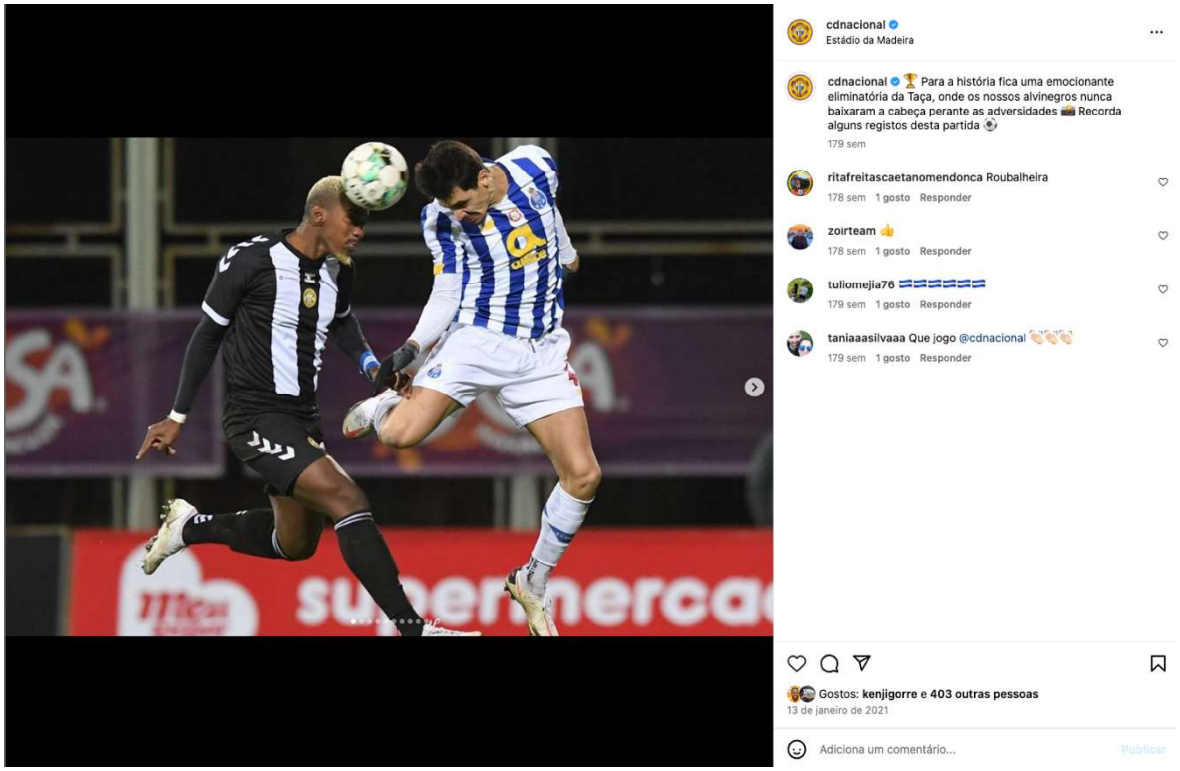
rmbileu @rochezbryan
179 sem 2 gostos Responder

drolando.rr @rochezbryan el mejor
179 sem Responder Ver tradução

164 gostos
13 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 365



Post 366



Post 367





Post 368





Post 369



cdnacional
Estádio Municipal de Leiria - Dr. Magalhães Pessoa

cdnacional Estamos na final da Taça @eligaportugal Allianz!! 🎮🏆 A nossa equipa eSports venceu o Santa Clara, por 6-2, e vai disputar a grande final com o Portimonense. O derradeiro encontro pelo título terá lugar este domingo, às 18h00, no Estádio Municipal de Leiria 🏟 Boa sorte, @luisfilipecamelo, @rastaartur e @tiagoaraujo10 👊
178 sem

mauriliofabio1983 Boa sorte forca nacional a Vitória e vossa 👏👏👏👏
178 sem Responder

furacaocdnacional Boa sorte para a final, alvinegros! 🎮👊
178 sem Responder

Gostos: **joaojasmins** e **302 outras pessoas**
16 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 370



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Countdown no Estádio da Madeira! É hora de fazeres o teu prognóstico 👇

Usufrui de uma aposta grátis de 5€ no registo com o código NACIONAL5 👉 https://sol-ver.de/3jnHejM
Editada · 178 sem

mauriciofreitasramos 0-4 para o Moreirense 😂😂😂😂😂😂😂😂😂
178 sem Responder

crisostomo_rui 2-0 para o grande Nacional
178 sem Responder

110 gostos
17 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 371



cdnacional

cdnacional 0'm - São as equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (vs) Moreirense F.C.

14.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

178 sem

Para ti

supernatural_redemption @kenjigorre get them sign up @gregorzabret
178 sem Responder Ver tradução

mauriciofreitasramos 4-3-3 que todas as equipas sabem contrariar
178 sem 1 gosto Responder

mauriciofreitasramos 10 minutos e já estão cansados
178 sem 1 gosto Responder

mauriciofreitasramos Não jogam nada , é melhor na segunda divisão
178 sem 1 gosto Responder

mauriciofreitasramos Rua Rochez
178 sem 1 gosto Responder

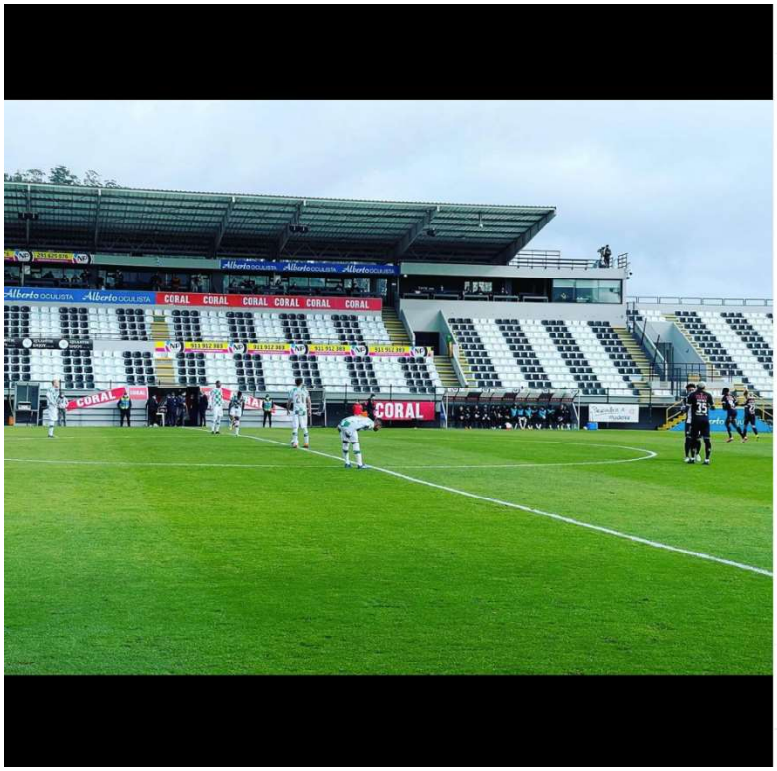
tuliomejia76
178 sem Responder

furacaocdnacional Boa sorte! À vitória!
178 sem Responder

279 gostos
17 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 372



cdnacional

cdnacional 1'm - Início do jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (0-0) Moreirense F.C.

14.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

178 sem

silvapundosilva @cdnacional
178 sem Responder

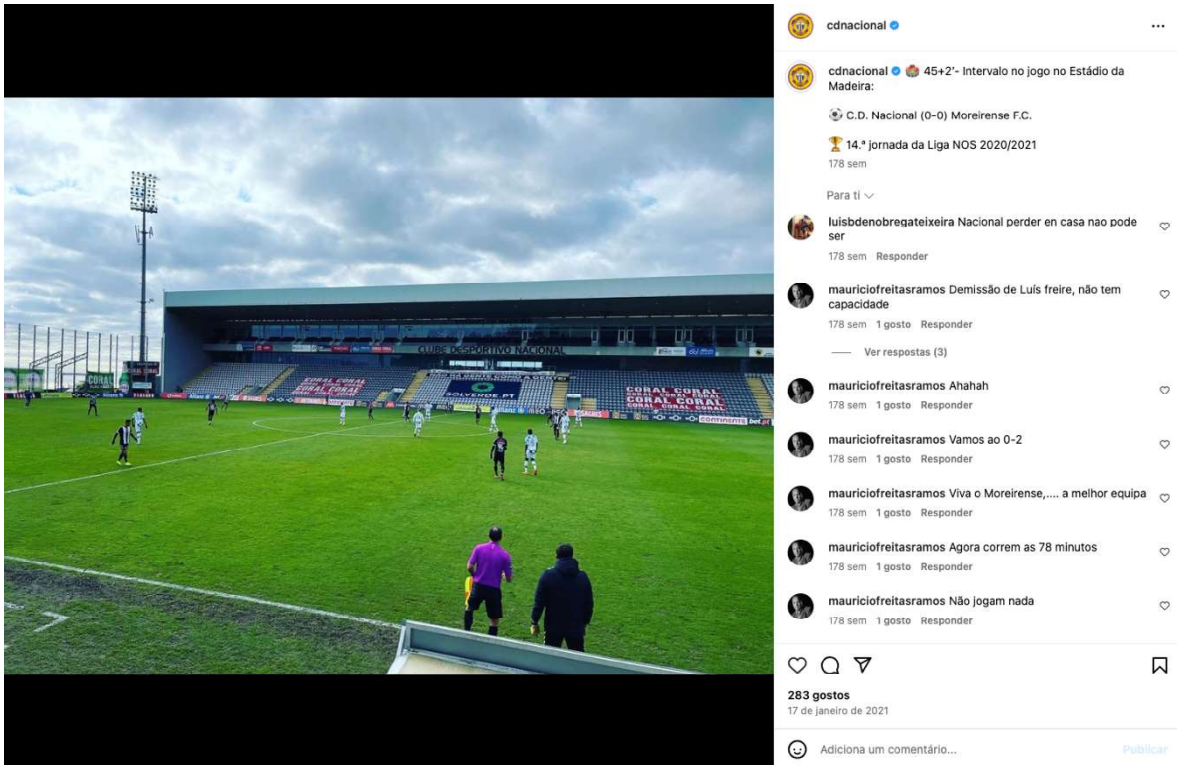
mauriciofreitasramos Rua freire!!!! Não serves , tens que puxar pela equipa e não fazes.... chamem o Costinha
178 sem 1 gosto Responder

tonkarl_80 Forza ragazzi!!!
178 sem Responder Ver tradução

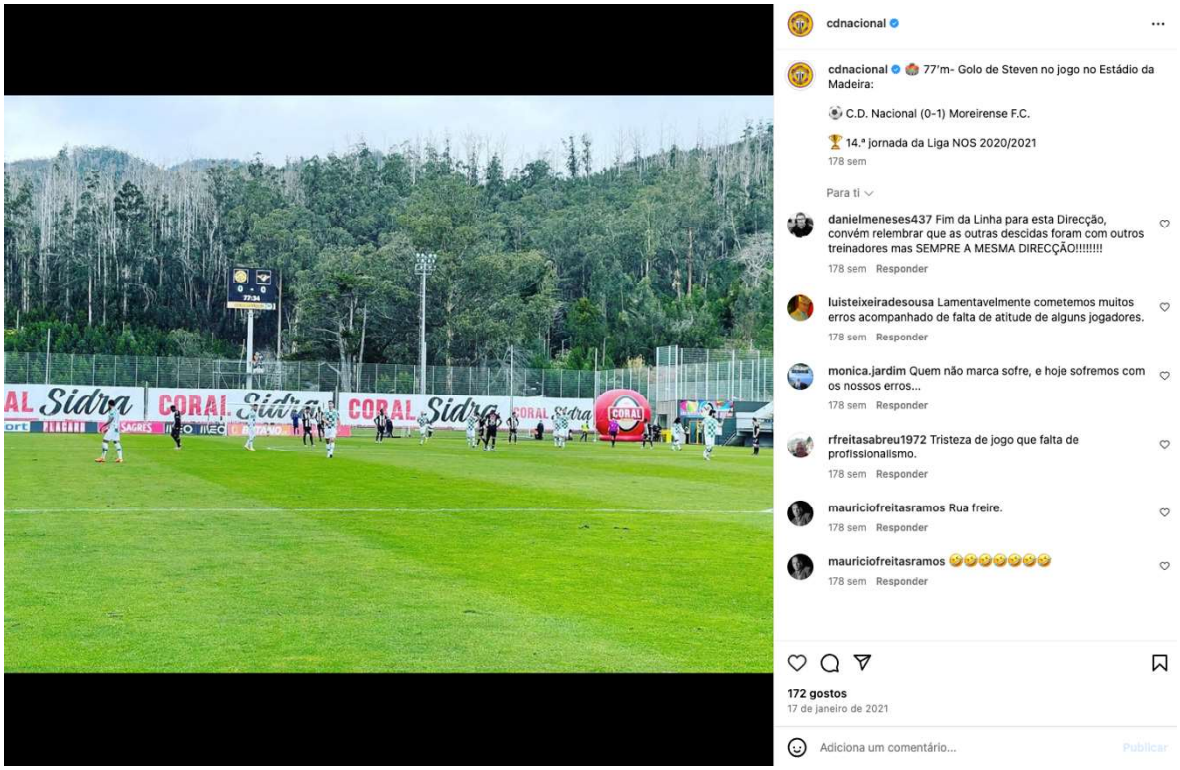
218 gostos
17 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 373



Post 374



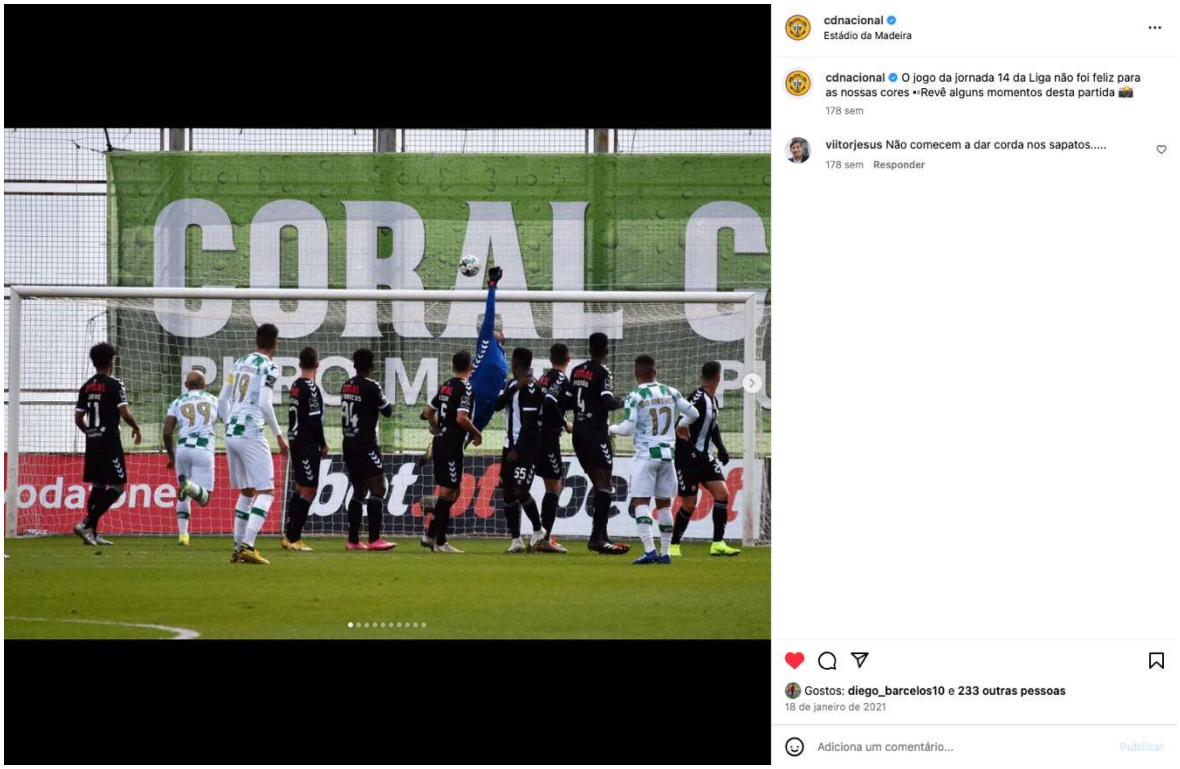
Post 375



Post 376



Post 377



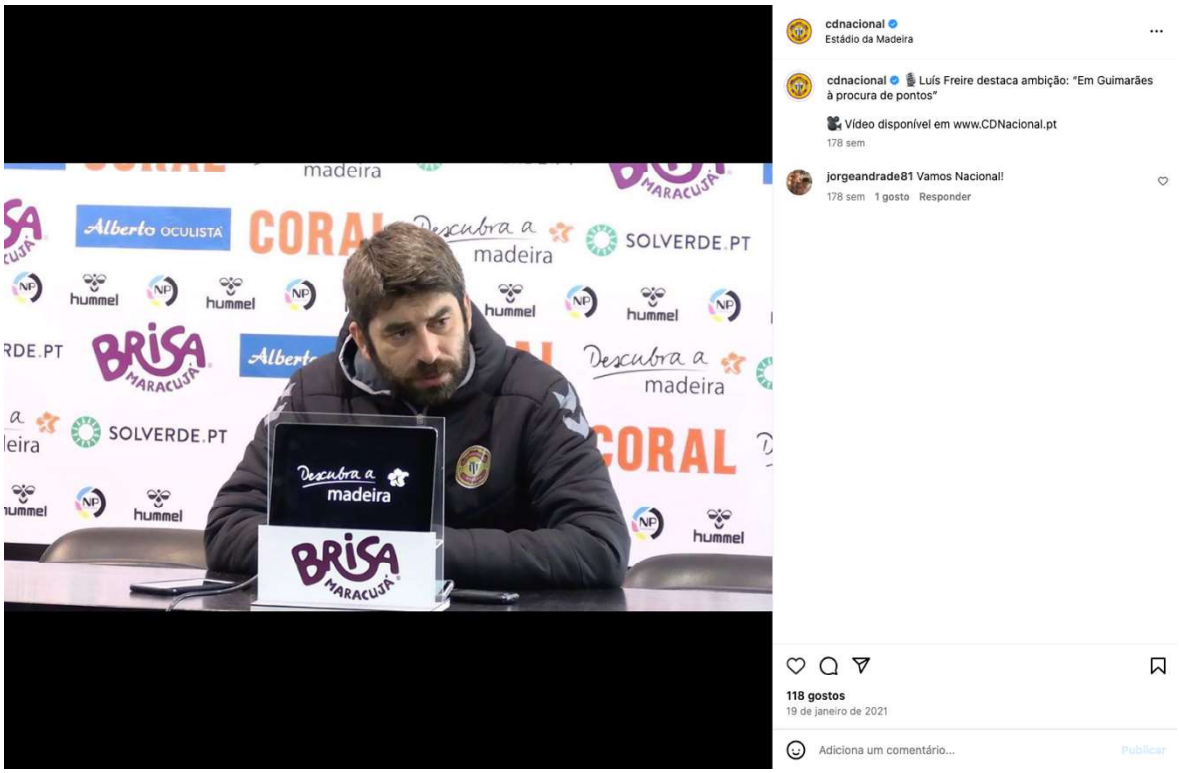
Post 378



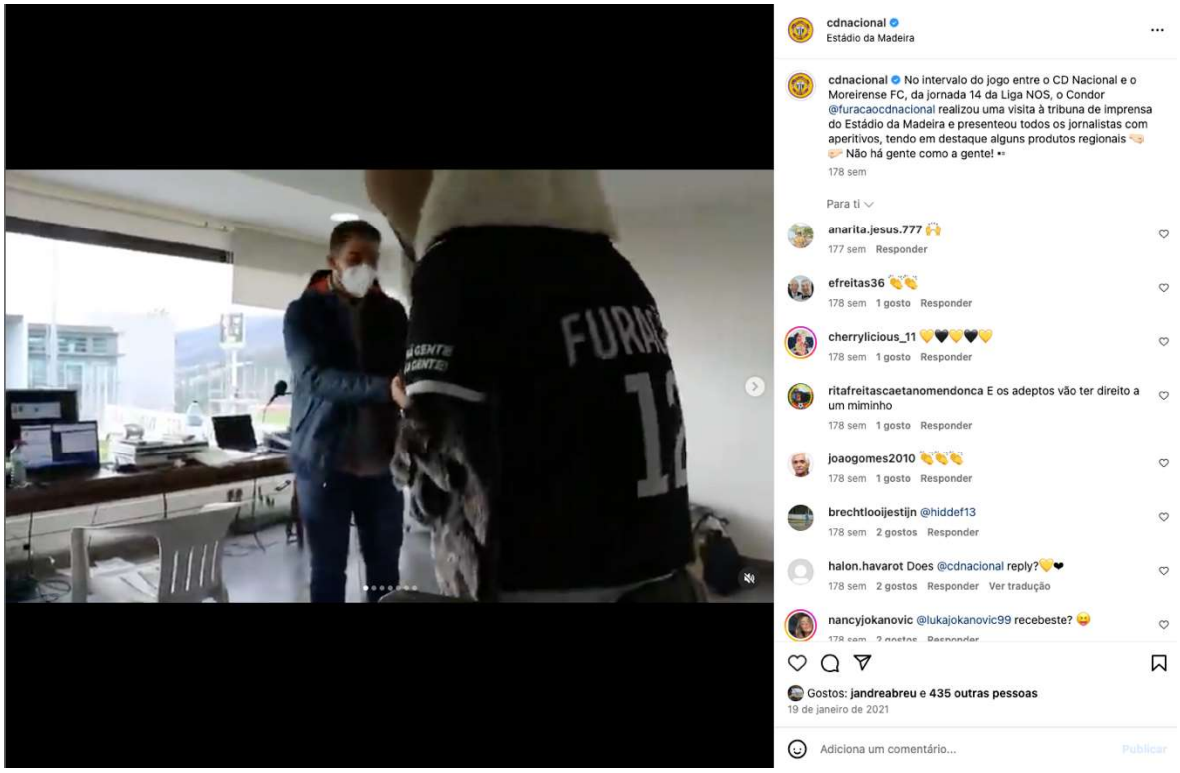
Post 379



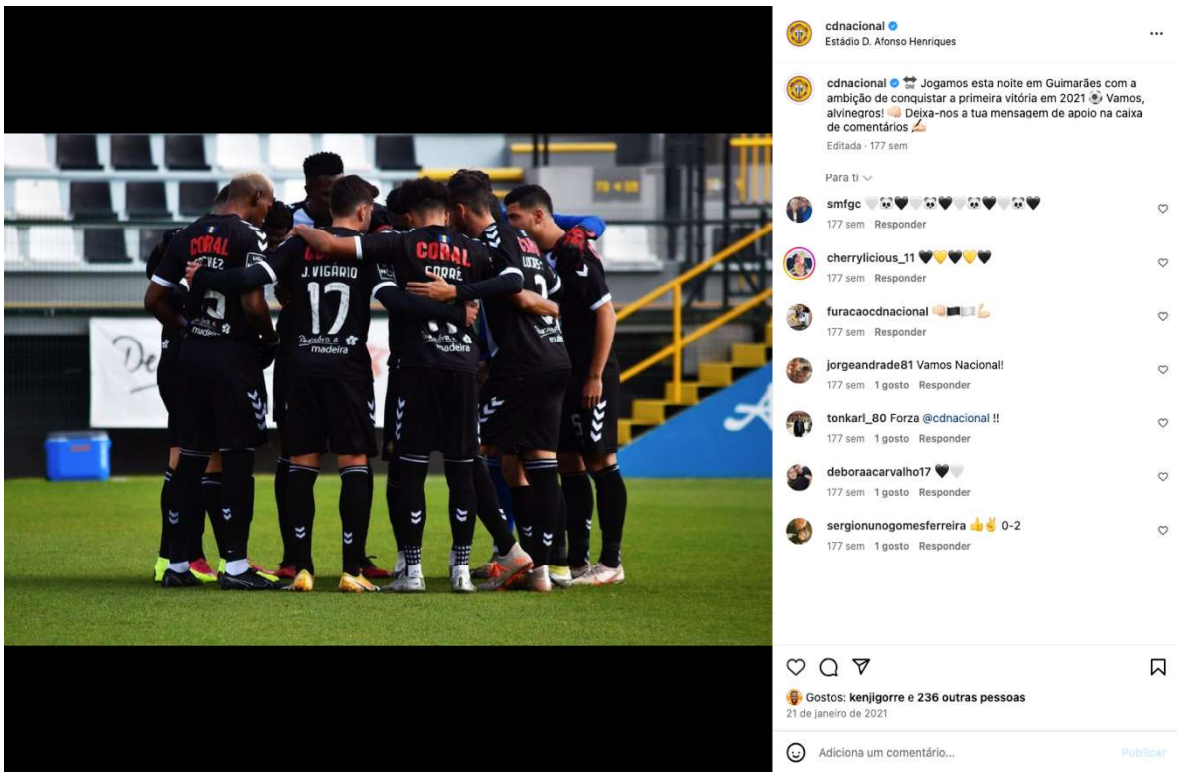
Post 380



Post 381



Post 382



Post 383



cdnacional
Estádio D. Afonso Henriques

cdnacional 0'm - Equipas oficiais no jogo no Estádio D. Afonso Henriques:

⚽ Vitória S.C. (vs) C.D. Nacional

🏆 12.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

Editada · 177 sem

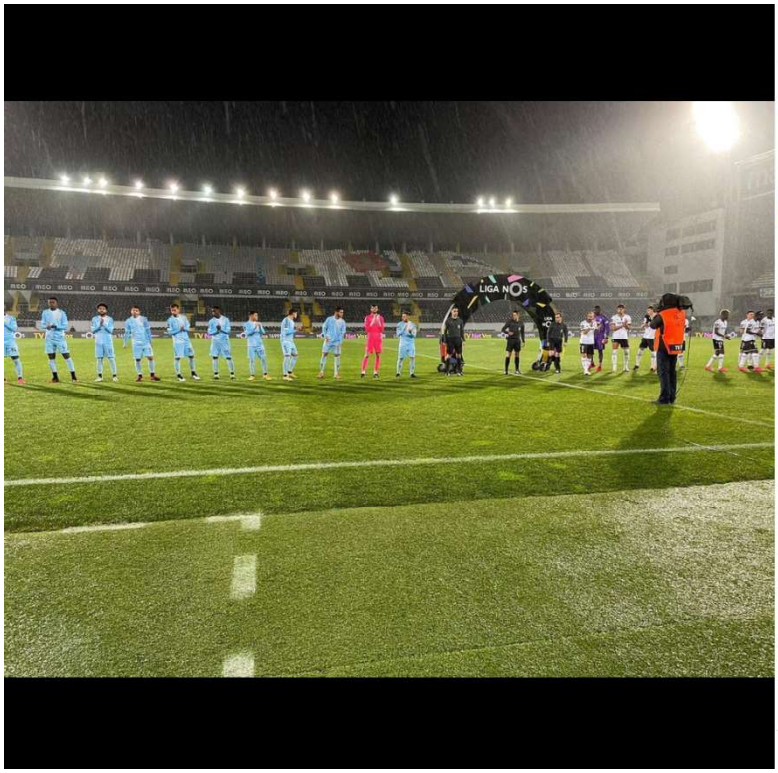
cherrylicious_11 🖤💛🖤💛🖤
177 sem 2 gostos Responder

furacaocdnacional Boa sorte, alvinegros! ⚫⚪ À conquista dos 3 pontos! 👊
177 sem 1 gosto Responder

158 gostos
21 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 384



cdnacional
Estádio D. Afonso Henriques

cdnacional 1'm - Início do jogo no Estádio D. Afonso Henriques:

⚽ Vitória S.C. (0-0) C.D. Nacional

🏆 12.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

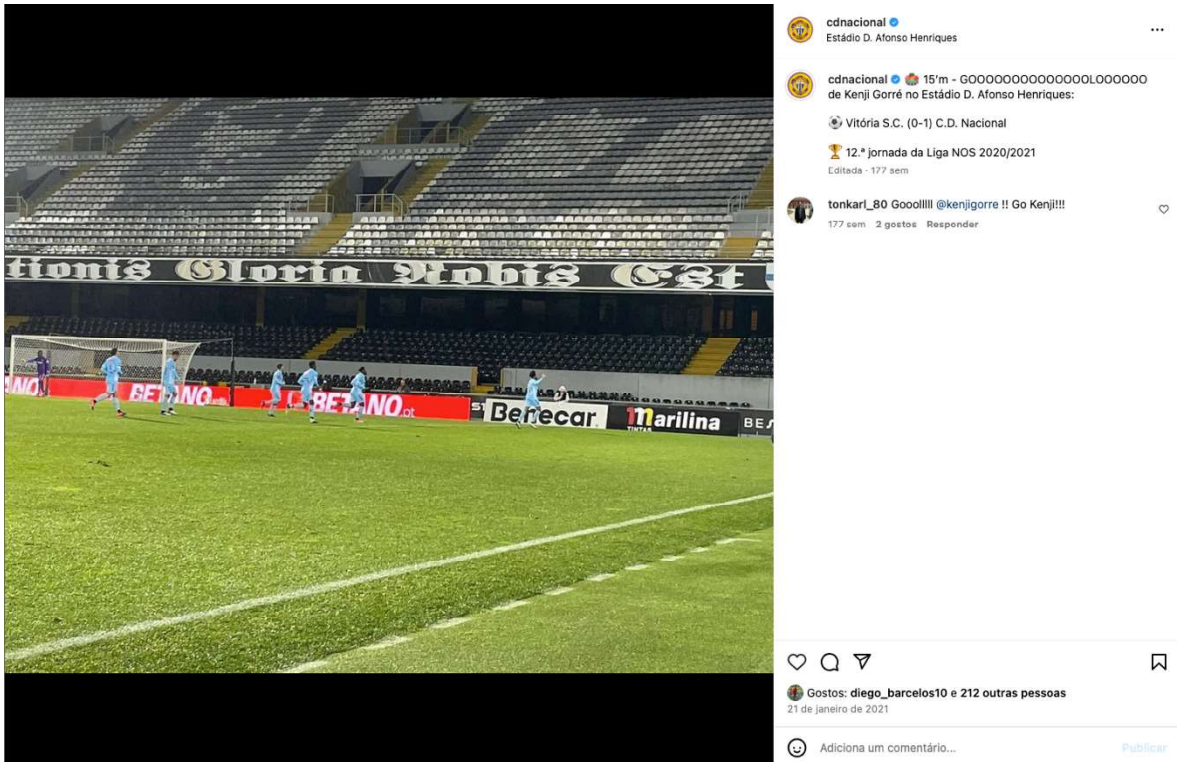
Editada · 177 sem

cherrylicious_11 💙💙💙💙💙
177 sem 1 gosto Responder

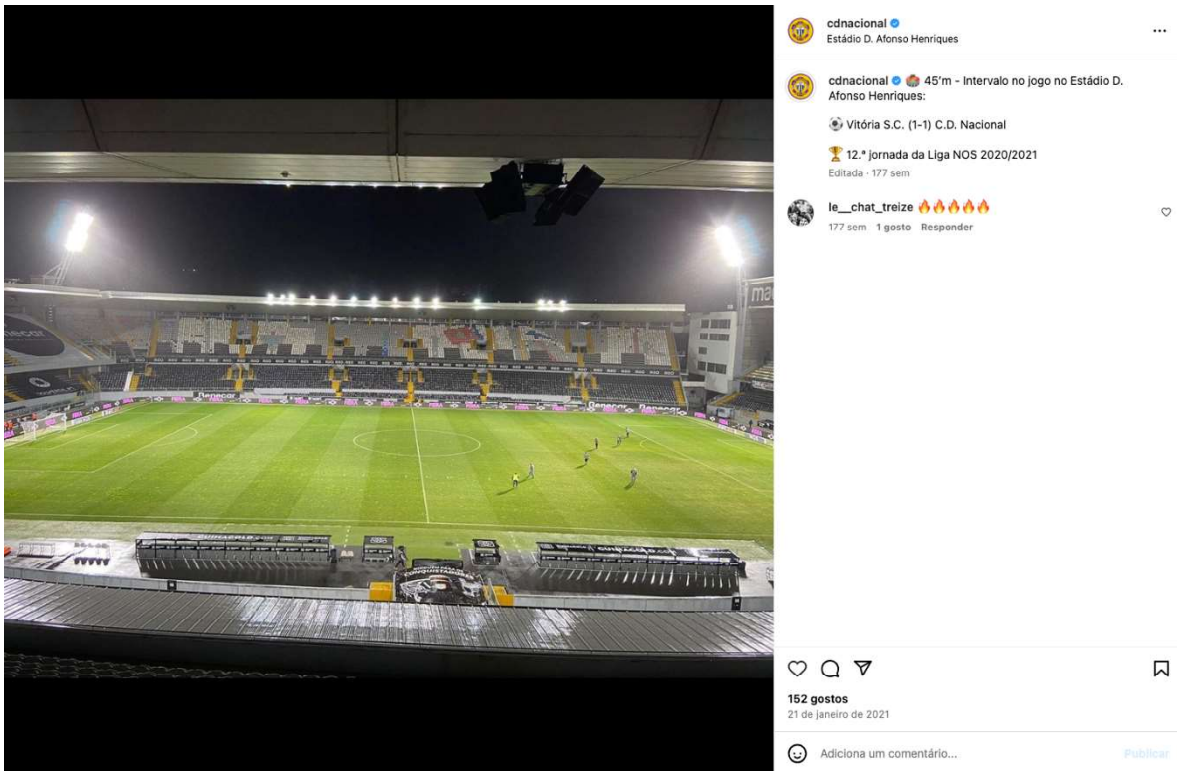
140 gostos
21 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

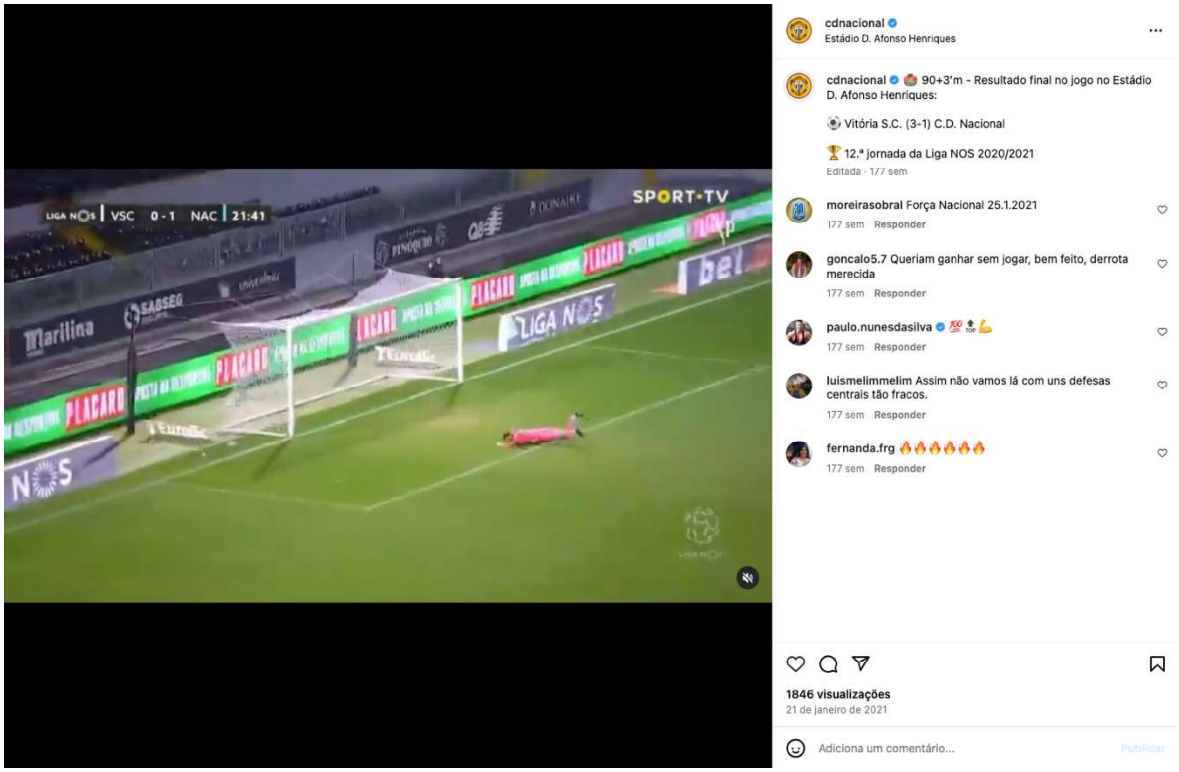
Post 385



Post 386



Post 387



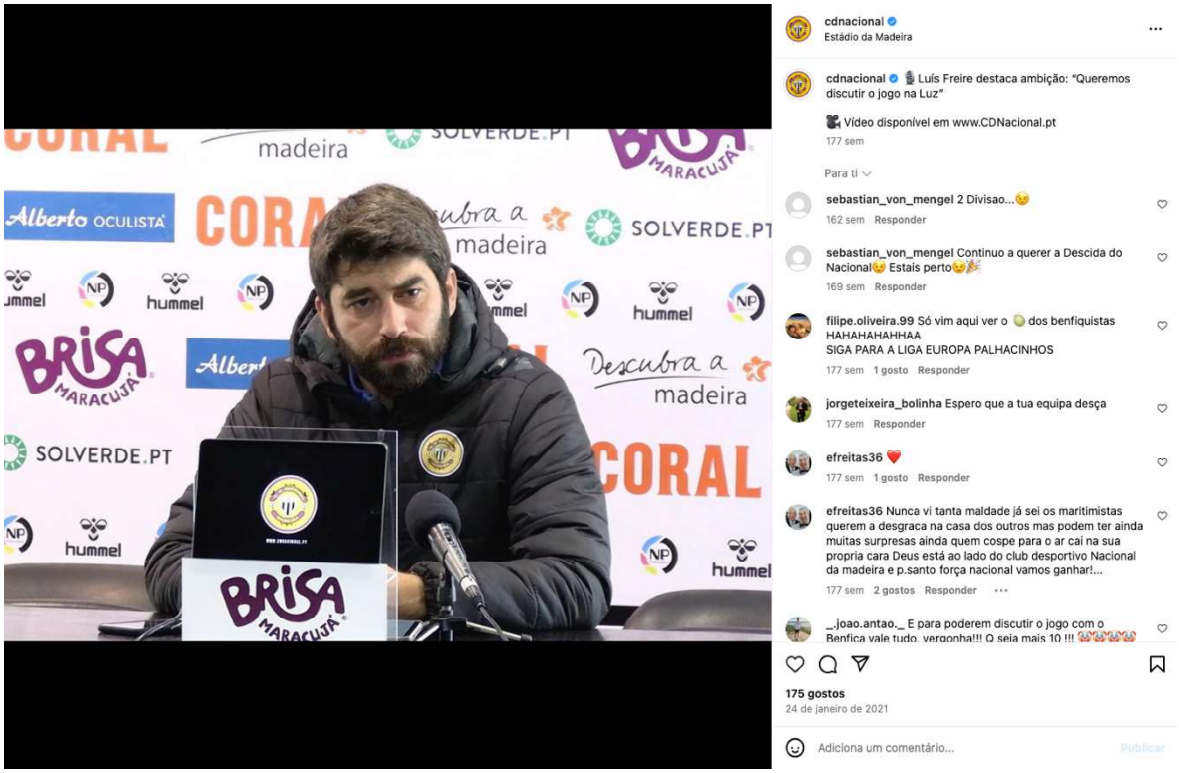
Post 388



Post 389



Post 390



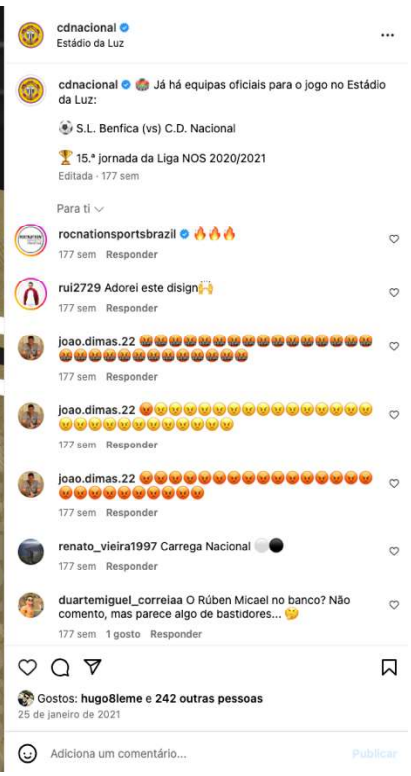
Post 391





Post 392





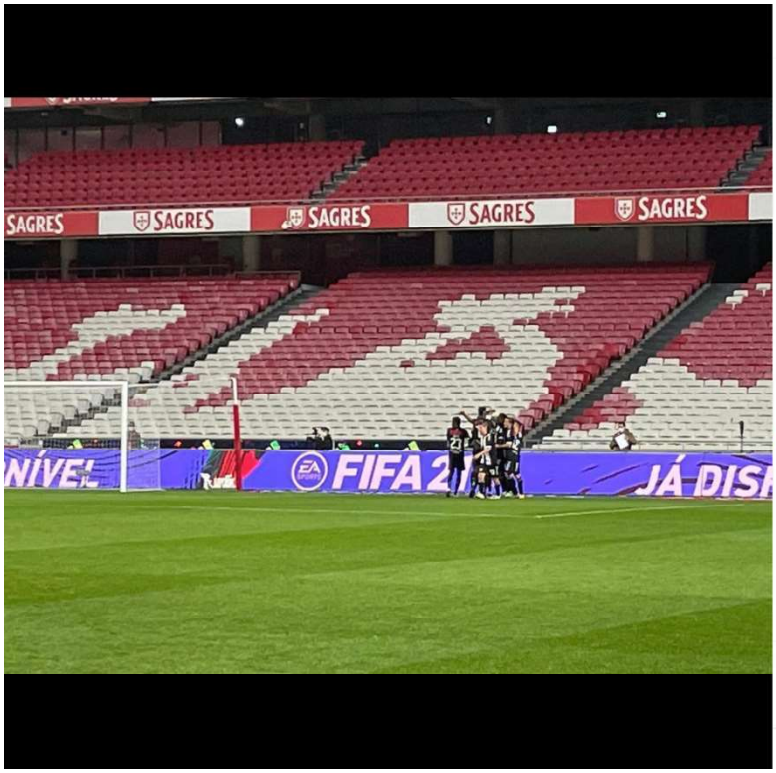
Post 393



Post 394



Post 395



cdnacional
Estádio da Luz

cdnacional 48'm - GOOOOOOOOOOOOLOOOOO de Bryan Rochez no jogo no Estádio da Luz:

S.L. Benfica (1-1) C.D. Nacional

15.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

Editada · 177 sem

Para ti

kain_lajos No Bobal No Party
176 sem Responder

marioermida Era muito bonito vocês descerem de divisão e é o que vai acontecer....
177 sem Responder

Ver respostas (5)

hcorreia_1975
177 sem Responder

victorpereira2305 Porto c
177 sem 1 gosto Responder

maricel745 bravo yerno
177 sem Responder Ver tradução

fernandes.anaraquel Os benfiquistas que andam por aqui aziados ganhem vergonha... lol...
177 sem 9 gostos Responder

Ver respostas (9)

homer_zx Parabéns, é por isto mesmo que são uma equipa

Gostos: **luisgomes_10** e **509 outras pessoas**
25 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 396



cdnacional
Estádio da Luz

cdnacional 90+5'm - Resultado final no jogo no Estádio da Luz:

S.L. Benfica (1-1) C.D. Nacional

15.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

Editada · 177 sem

Para ti

martimfrodriguess Ontem era do @cdnacional desde pequenino, até fiquei a falar madeirense kkkkkk. SL
177 sem Responder

drolando.rr
177 sem Responder

magaligorre @kenjigorre
177 sem 1 gosto Responder

paulo_s_gouveia Bom resultado dos alvi-negros. O opositor foi fraquinho, como sempre. Se tivessemos sido mais ousados, depenavamos esta aguia famelica
177 sem 1 gosto Responder

dlopez13035 @rochezbryan
177 sem Responder

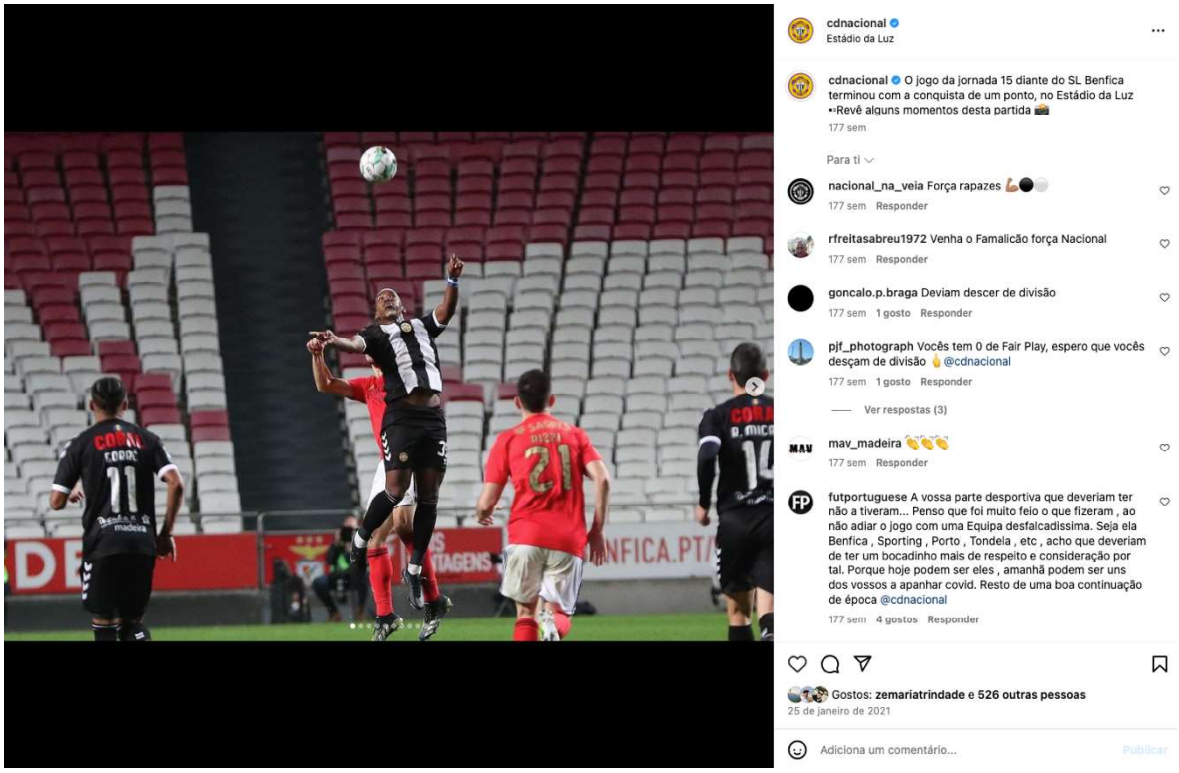
franciscoroqueee Maior das ilhas
177 sem Responder

duartenesandrade
177 sem Responder

3821 visualizações
25 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

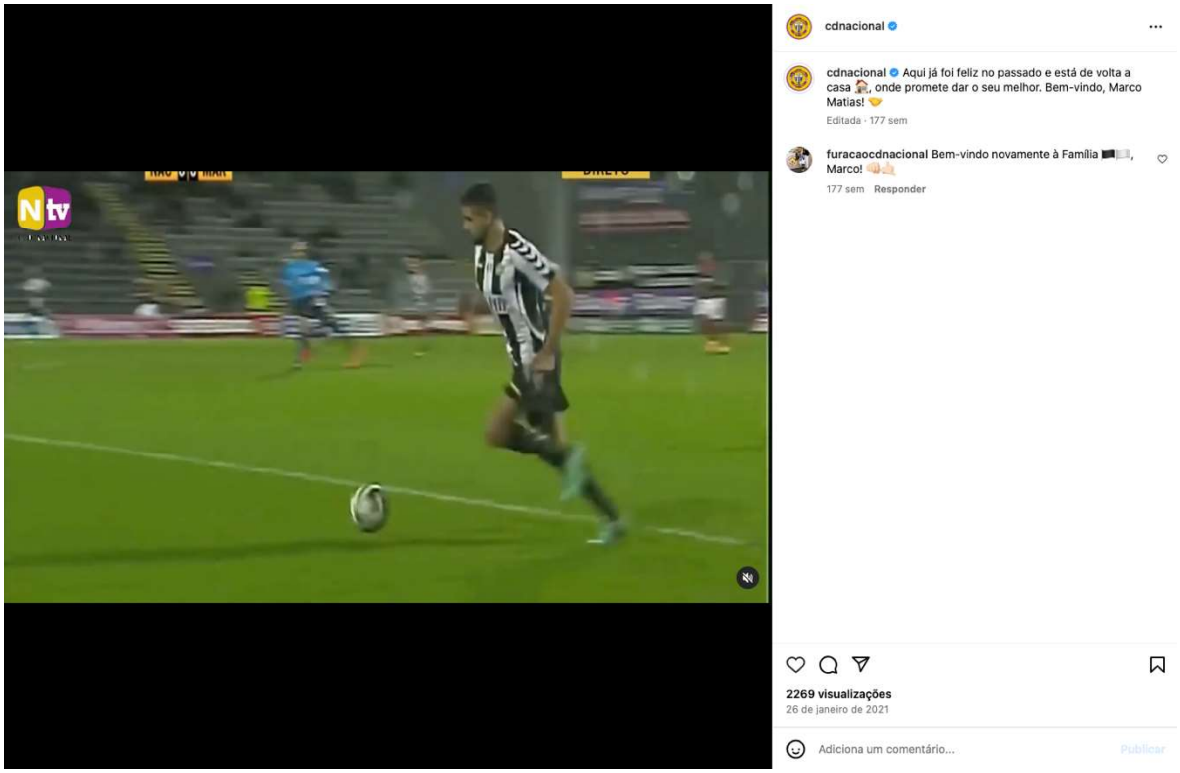
Post 397



Post 398



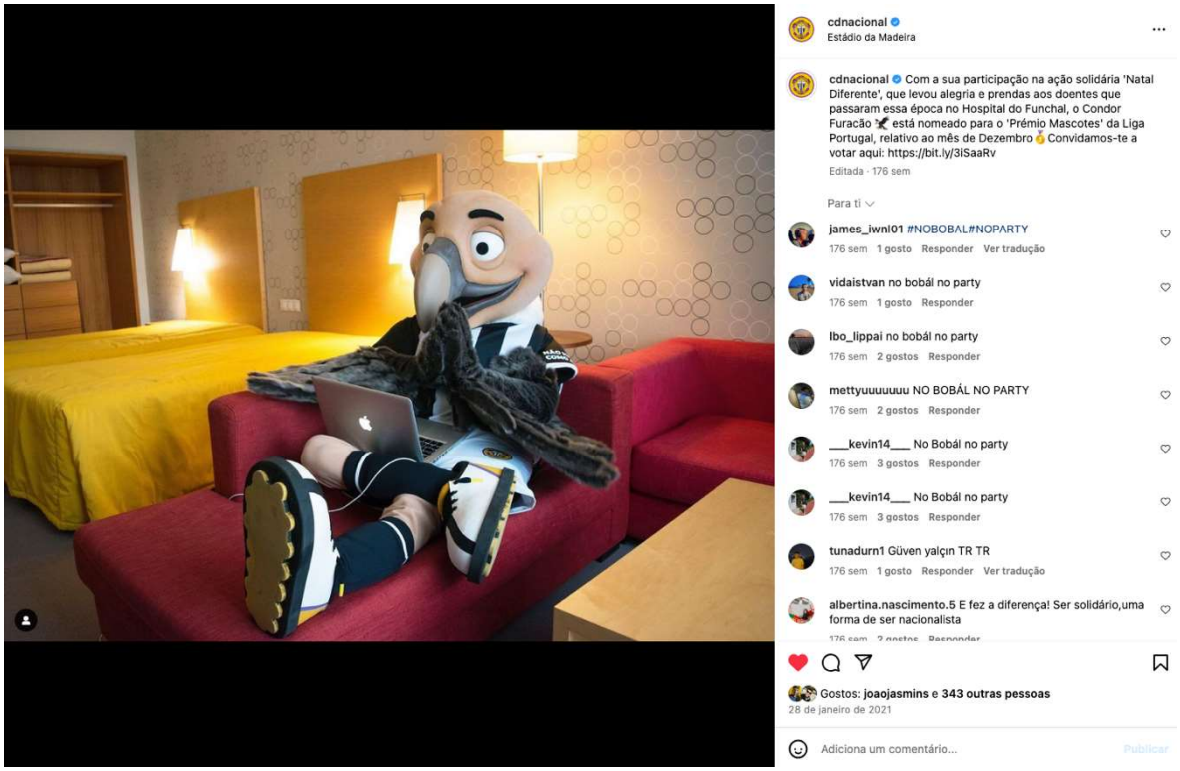
Post 399



Post 400



Post 401



Post 402



Post 403



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 3, 2, 1 É hora de fazeres o teu prognóstico 🔥

Usufrui de uma aposta grátis de 5€ no registo com o código NACIONAL5 👉 https://sol-ver.de/3jnHejM

176 sem

96 gostos
30 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 404



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Já há equipas para o jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (vs) F.C. Famalicão

🏆 16.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

Editada · 176 sem

mauriciofreitasramos Luís Freire já sabemos tens que sair. O meio campo terrível!!! Ninguém pressiona parece crianças a jogar
176 sem Responder

rdsp1 Rúben Micael ? Pedrao?
176 sem Responder

jorgeandrade81 Vamos Nacional !
176 sem Responder

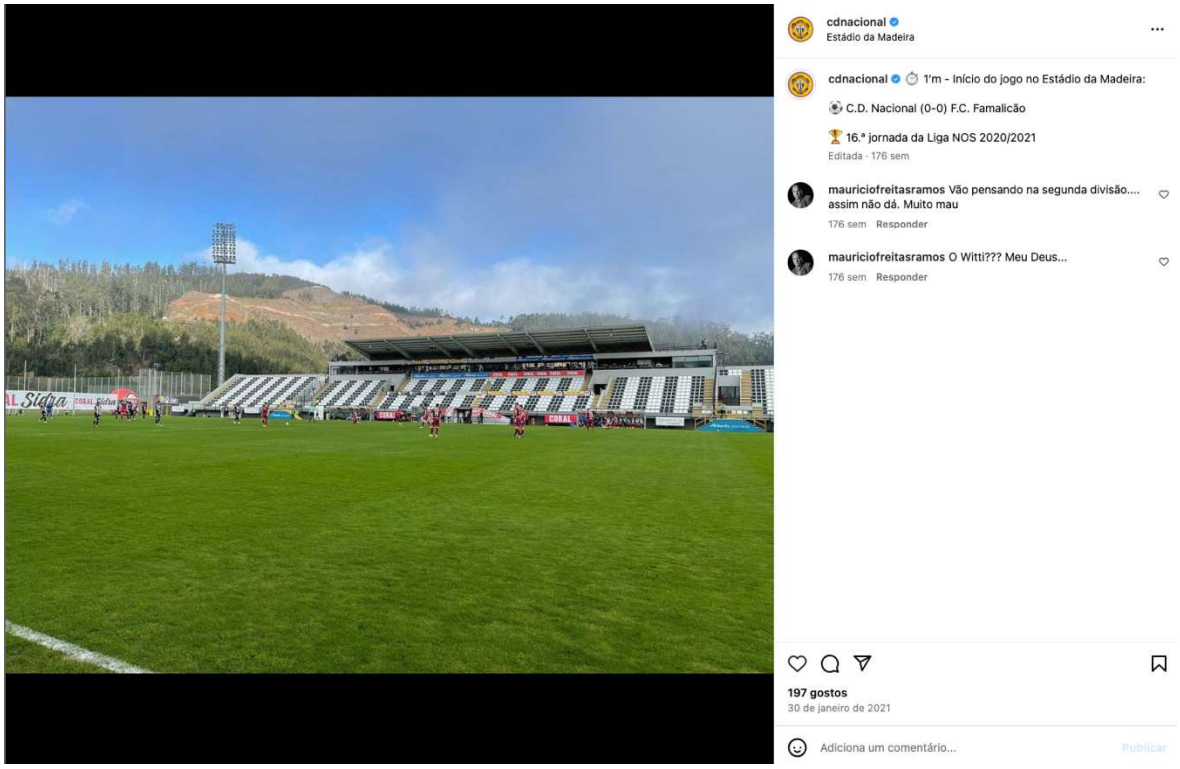
tuliomejia76
176 sem Responder

rob.rod Ganhar 3 pontos!!
176 sem Responder

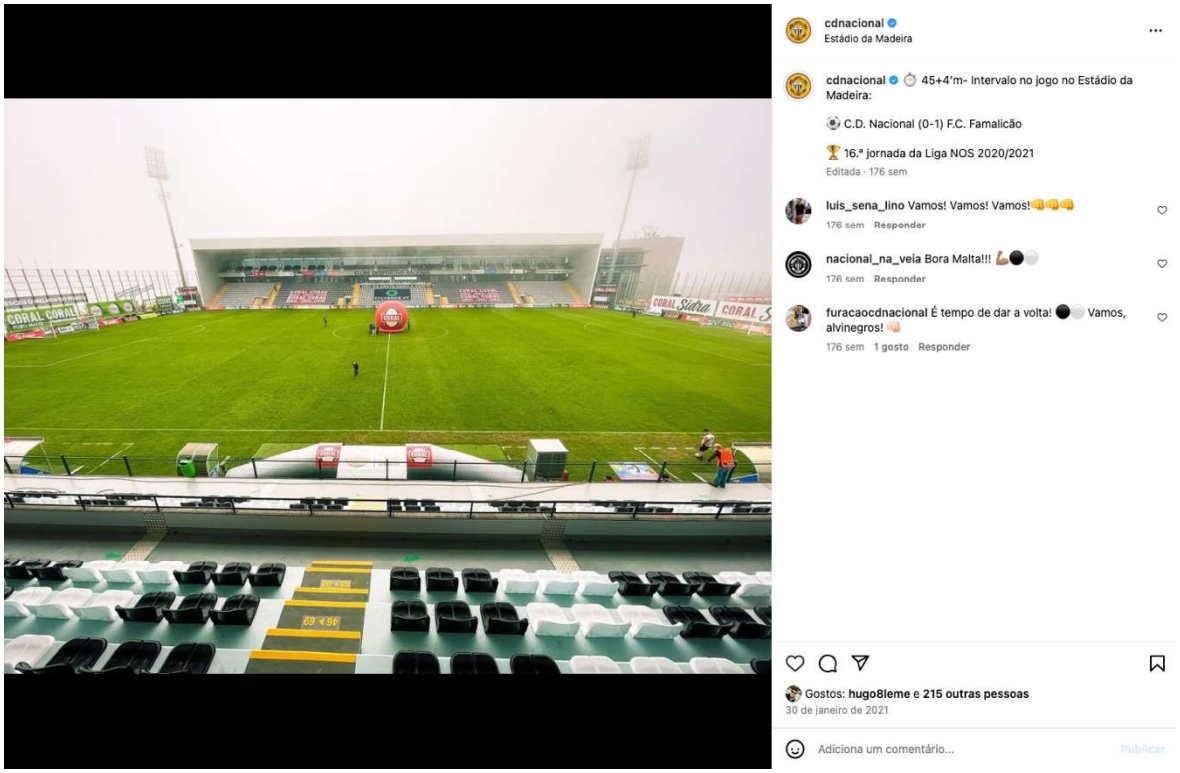
Gostos: jandreabreu e 209 outras pessoas
30 de janeiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 405



Post 406



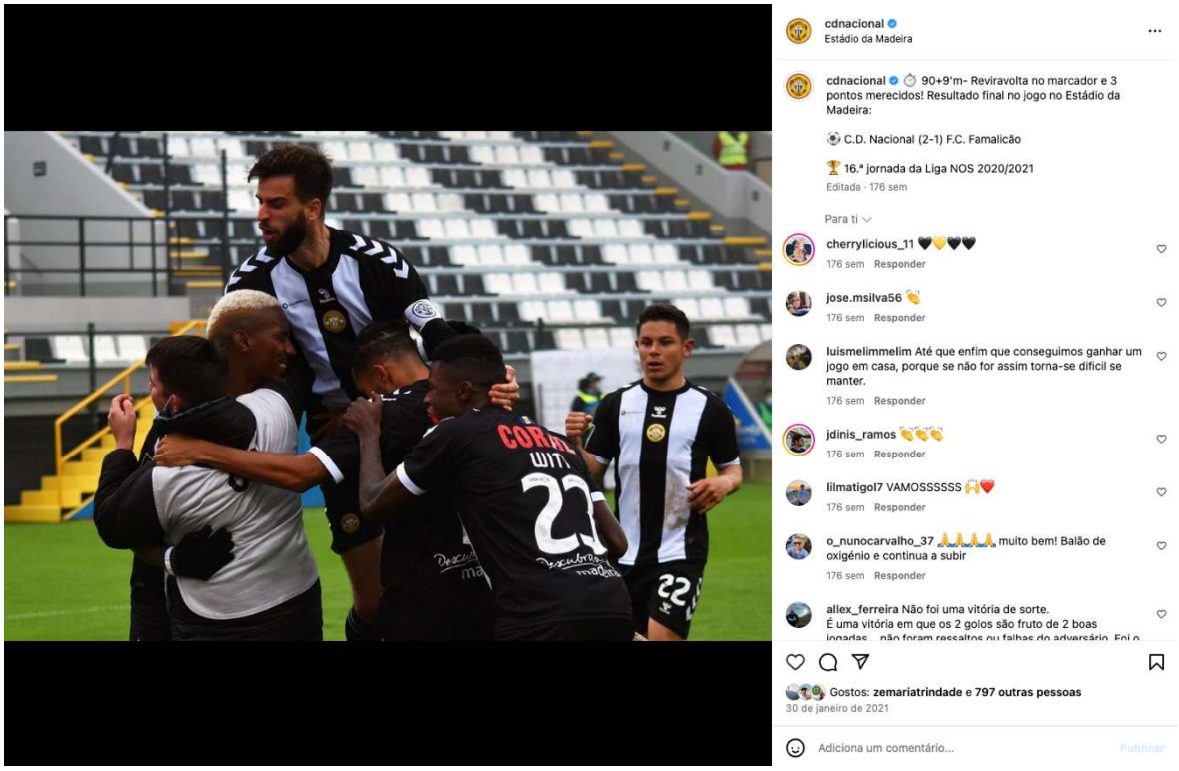
Post 407



Post 408



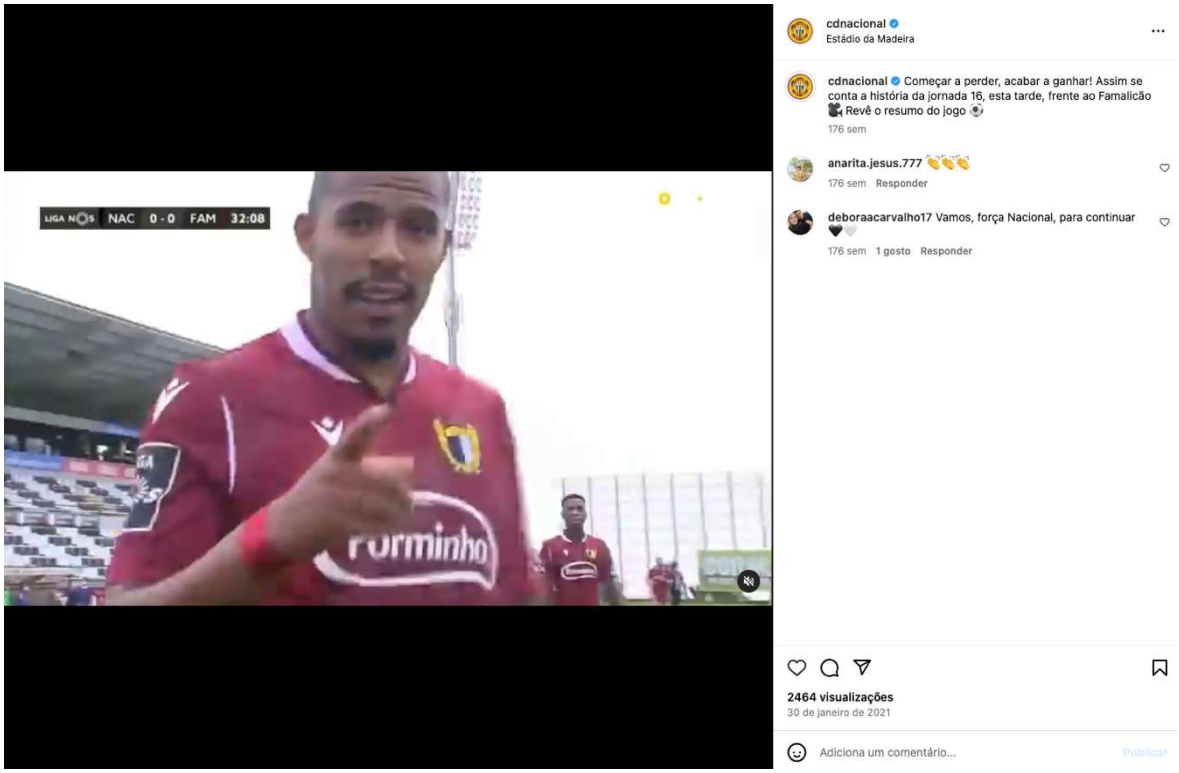
Post 409



Post 410



Post 411



Post 412



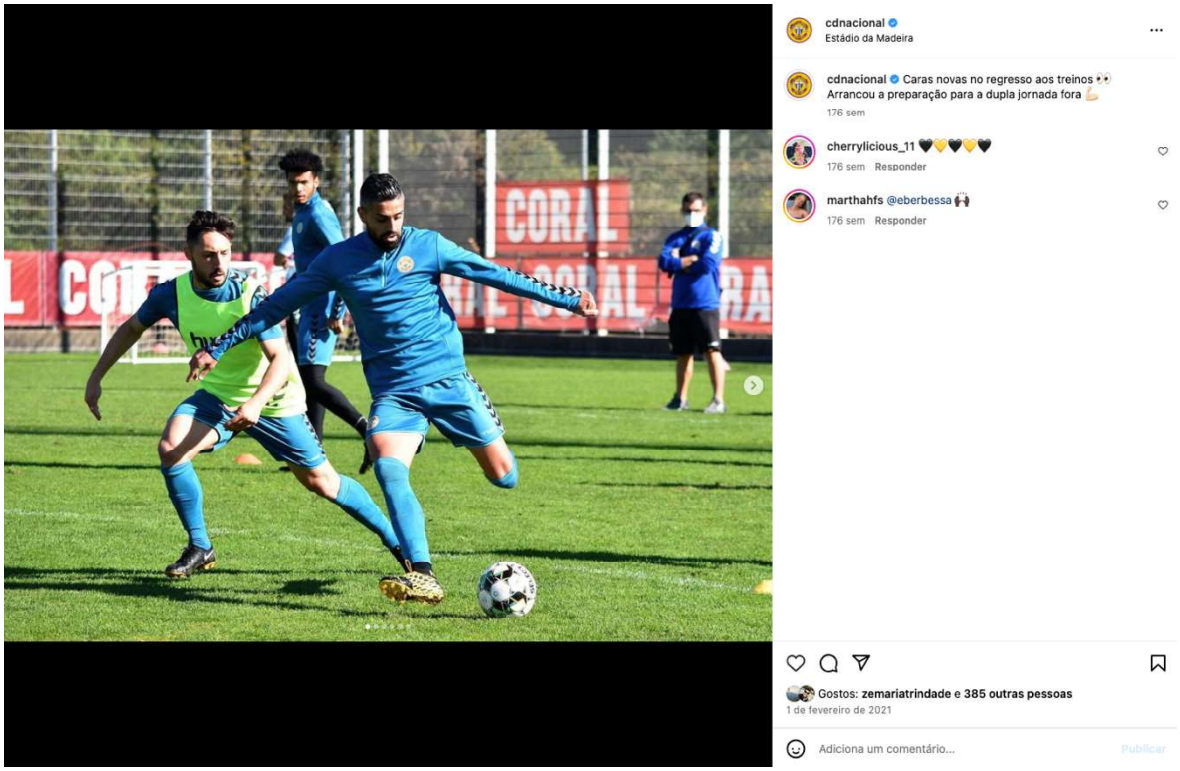
Post 413



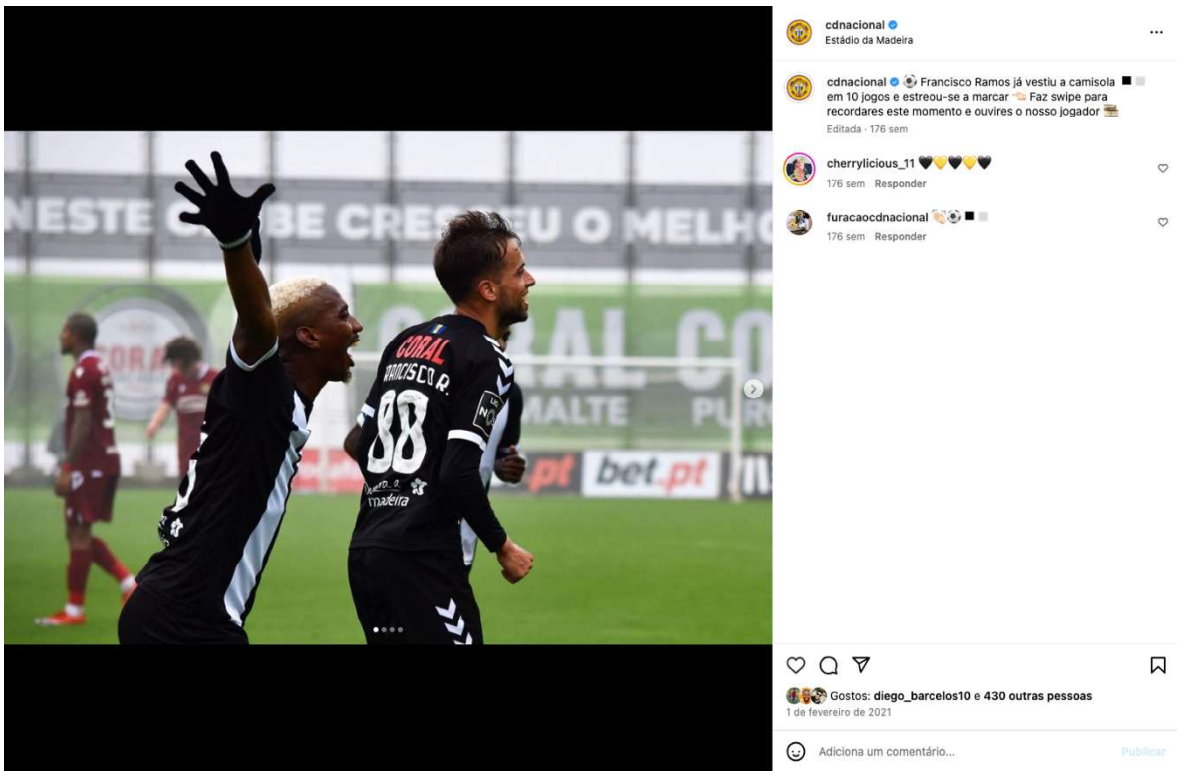
Post 414



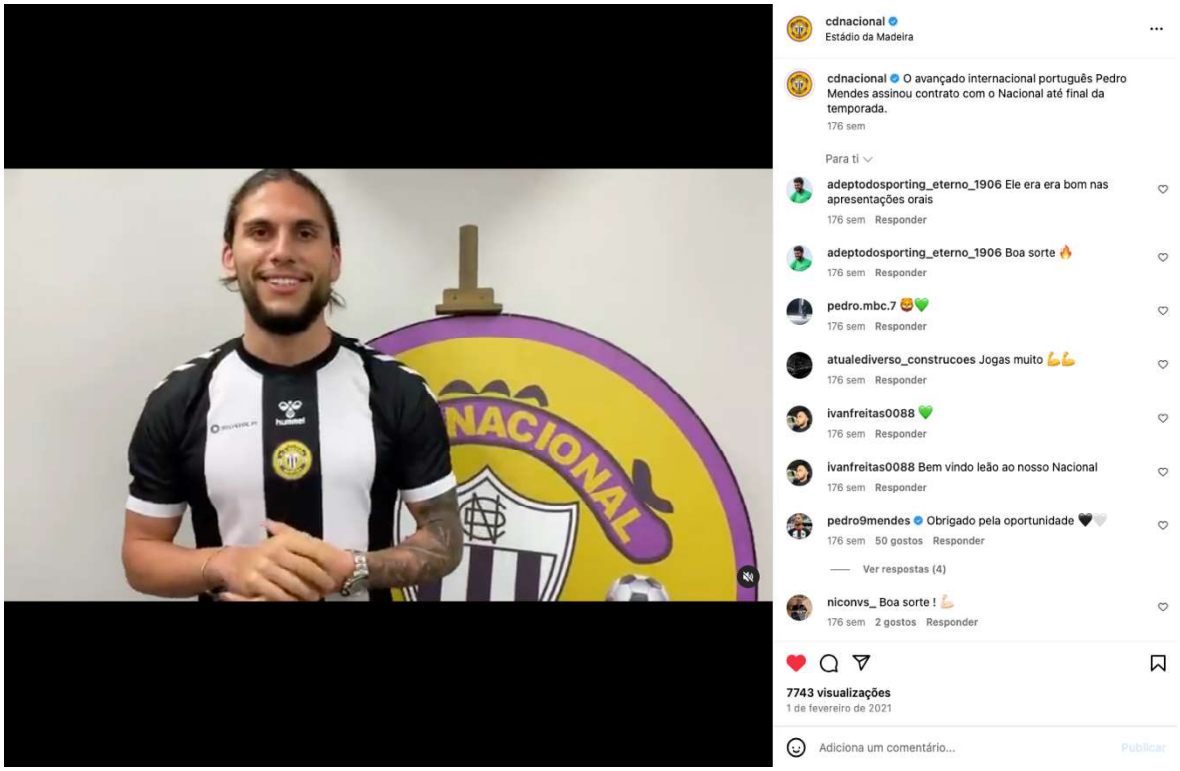
Post 415



Post 416



Post 417



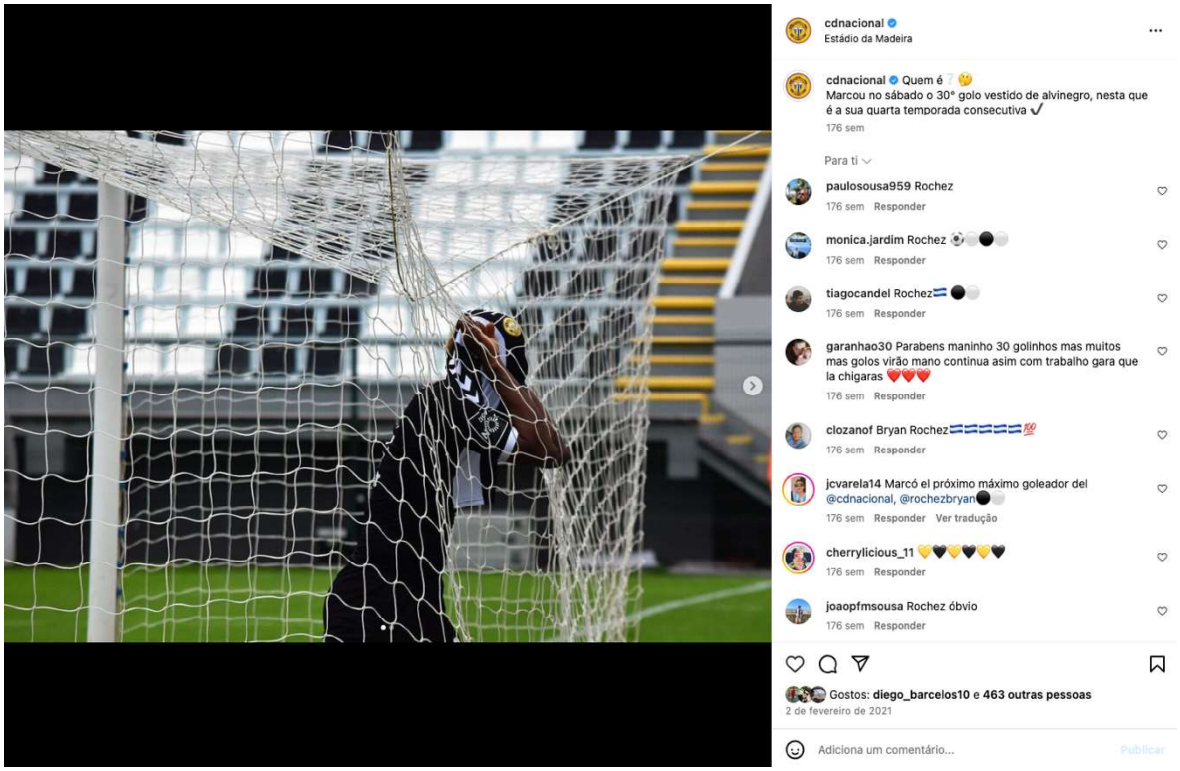
Post 418



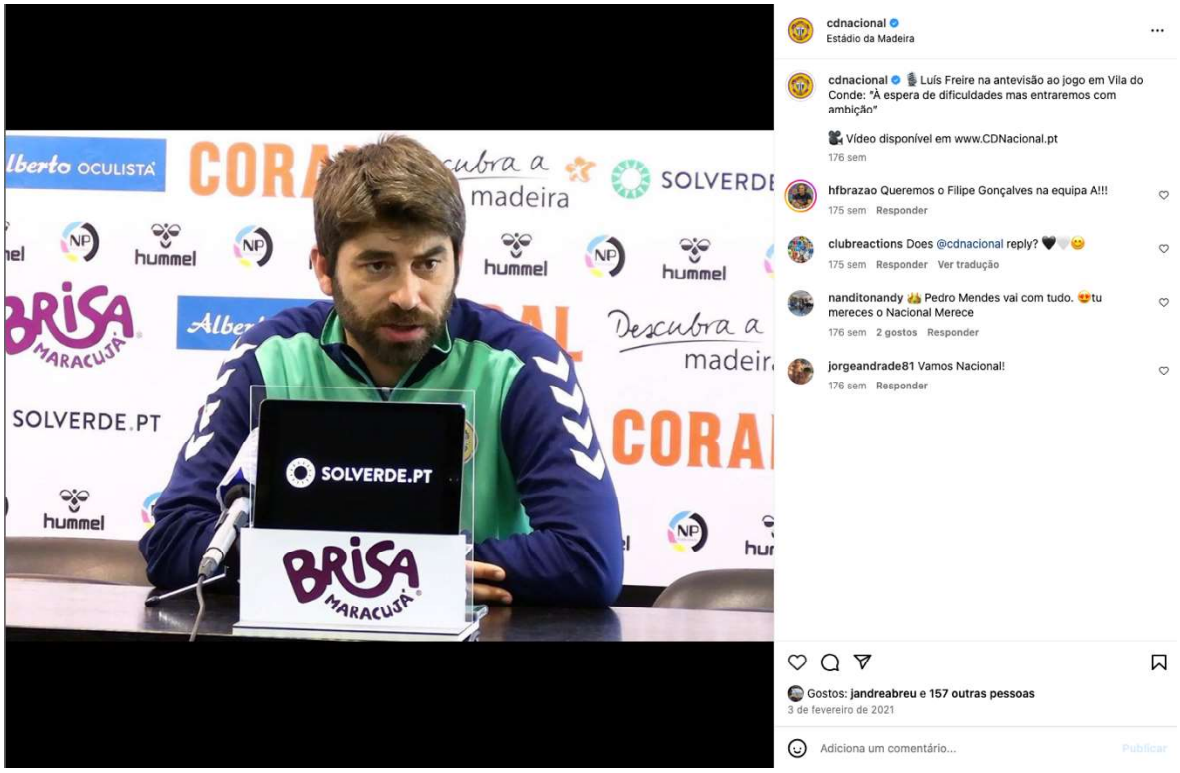
Post 419



Post 420



Post 421



Post 422



Post 423



cdnacional

cdnacional 🎮 A nossa equipa eSports vai disputar o Grupo C no pontapé de saída da Temporada de Primavera da @eligaportugal ⚽ Boa sorte, alvinegros! 👊

175 sem

Gostos: **jandreabreu** e **164 outras pessoas**

5 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 424



cdnacional
Estádio dos Arcos

cdnacional Viagem 17/34! 🚀 É hora de fazeres o teu prognóstico 🔥

Usufrui de uma aposta grátis de 5€ no registo com o código NACIONAL5 👉 https://sol-ver.de/3jnHejM

Editada · 175 sem

.sousa..18 Porque puseram o bryan riascos a marcar primeiro se ele nem convocado se foi

175 sem Responder

poliveiraa7 Não aceito menos que uma vitória! Joguem com vontade, mostrem o que é saber jogar à bola. Dia de estreias, as novas contratações devem começar a jogar já, vêm com vontade de mostrar o que valem!

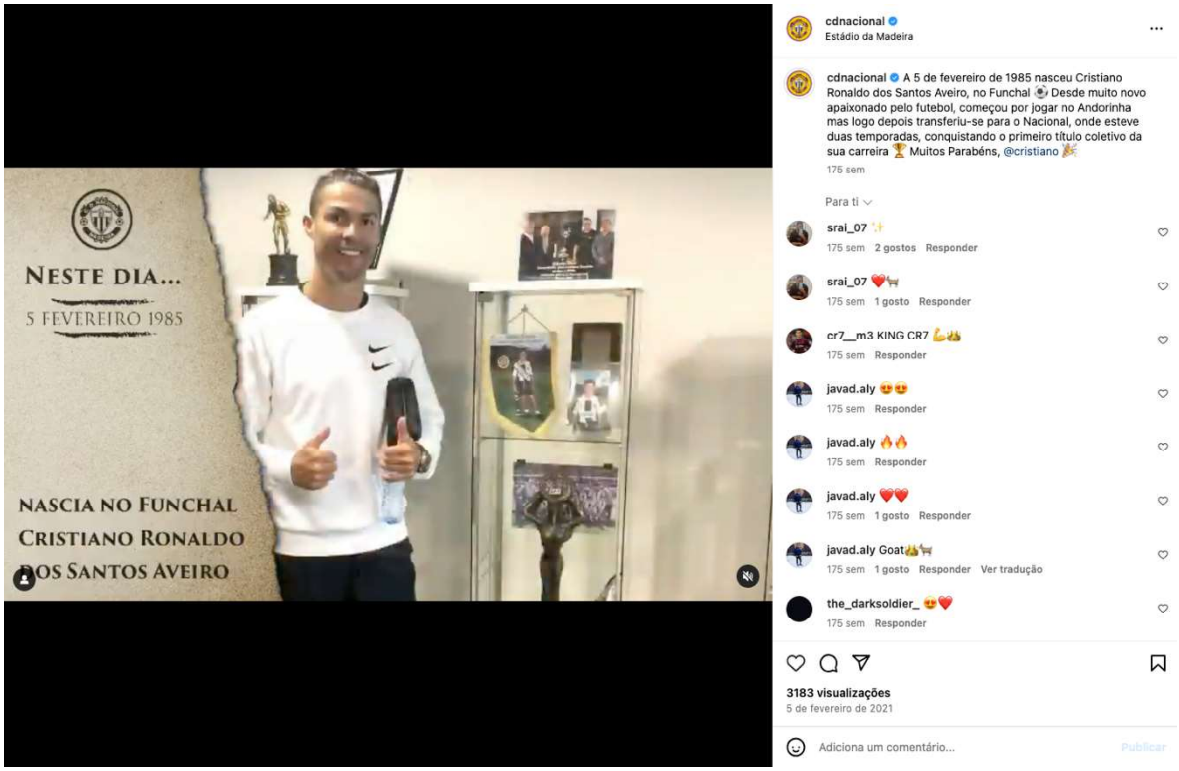
175 sem Responder

115 gostos

5 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 425



Post 426



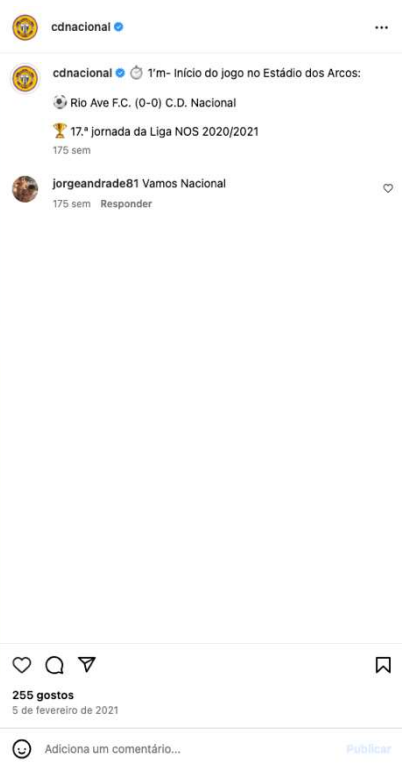
Post 427



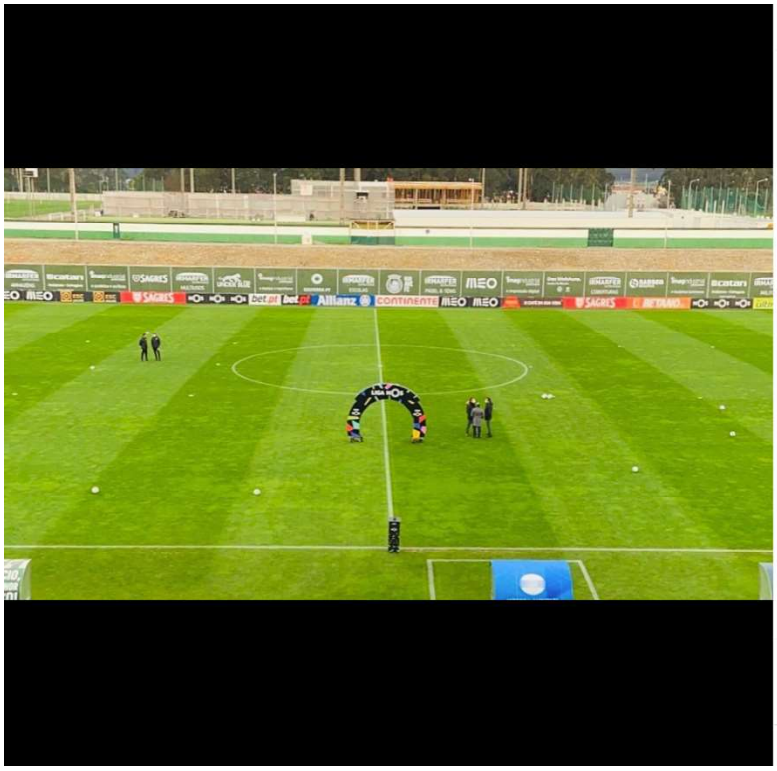


Post 428





Post 429



cdnacional

cdnacional ⏱ 45'm- Tempo de intervalo no jogo no Estádio dos Arcos:

⚽ Rio Ave F.C. (0-0) C.D. Nacional

🏆 17.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

175 sem

Para ti

efreitas36 👏❤️

175 sem Responder

efreitas36 Parabens !a toda equipa tecnica e jogadores jogamos com raça alvinegra nao sofremos golos boa defesa ! No penalti tenho a dar parabens a um grande guarda redes! A equipa esta bem melhor temos de jogar em conjunto e finalizacao marcar troxemos um ponto! Muito bem mas nao gamos nada! Temos capacidade para mais! Uma boa viagem até a madeira a todos! Nao esquecem do casaco cascol aqui ha neve....

175 sem Responder

jorgeandrade81 Jogamos muito bem! Muitos parabéns! Viva o Nacional!

175 sem Responder

irina_barwiva Fixing match

175 sem Responder Ver tradução

allex_ferreira Muito bem... se tivéssemos assim em todos os jogos, estávamos confortáveis na tabela!! Vamos lá, NACIONAL, olé, olé!!! ⚫⚪

175 sem 1 gosto Responder

Ver comentários ocultados

Gostos: **jandreabreu** e **197 outras pessoas**

5 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 430



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+6'm- Empate! Resultado final no jogo no Estádio dos Arcos:

⚽ Rio Ave F.C. (0-0) C.D. Nacional

🏆 17.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

175 sem

Para ti

carlitovi Assinalar penálti naquele lance, é uma infâmia

175 sem Responder

jorgeandrade81 Resultado injusto! Merecíamos a vitória! A nossa equipa jogou muito bem! Vamos Nacional!

175 sem 1 gosto Responder

tonkarl_80 Grandissimo @riccardo_piscitelli !!! Grandissima parata. Soprattutto importantissima.

175 sem 1 gosto Responder Ver tradução

nanditonandy Força Pedro Mendes 🔥😍

175 sem 2 gostos Responder

o_nunocarvalho_37 Mais um ponto na luta! Parabéns rapazes

175 sem Responder

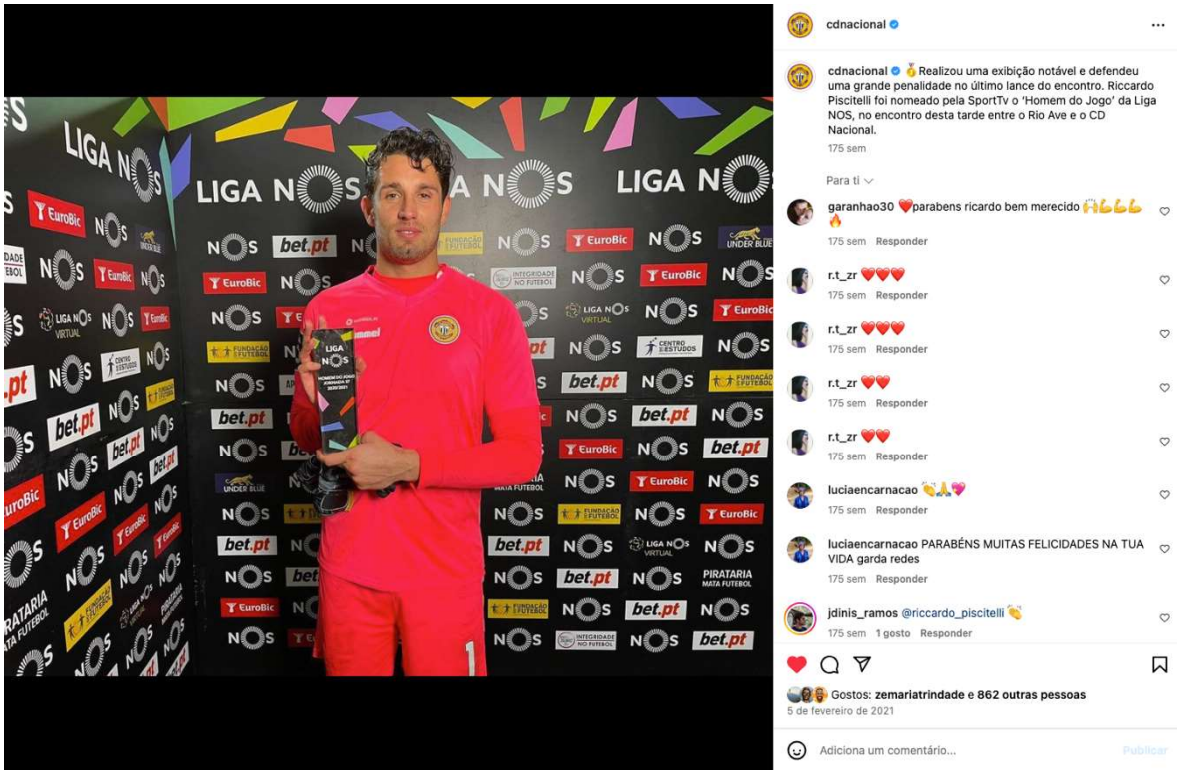
Ver comentários ocultados

1905 visualizações

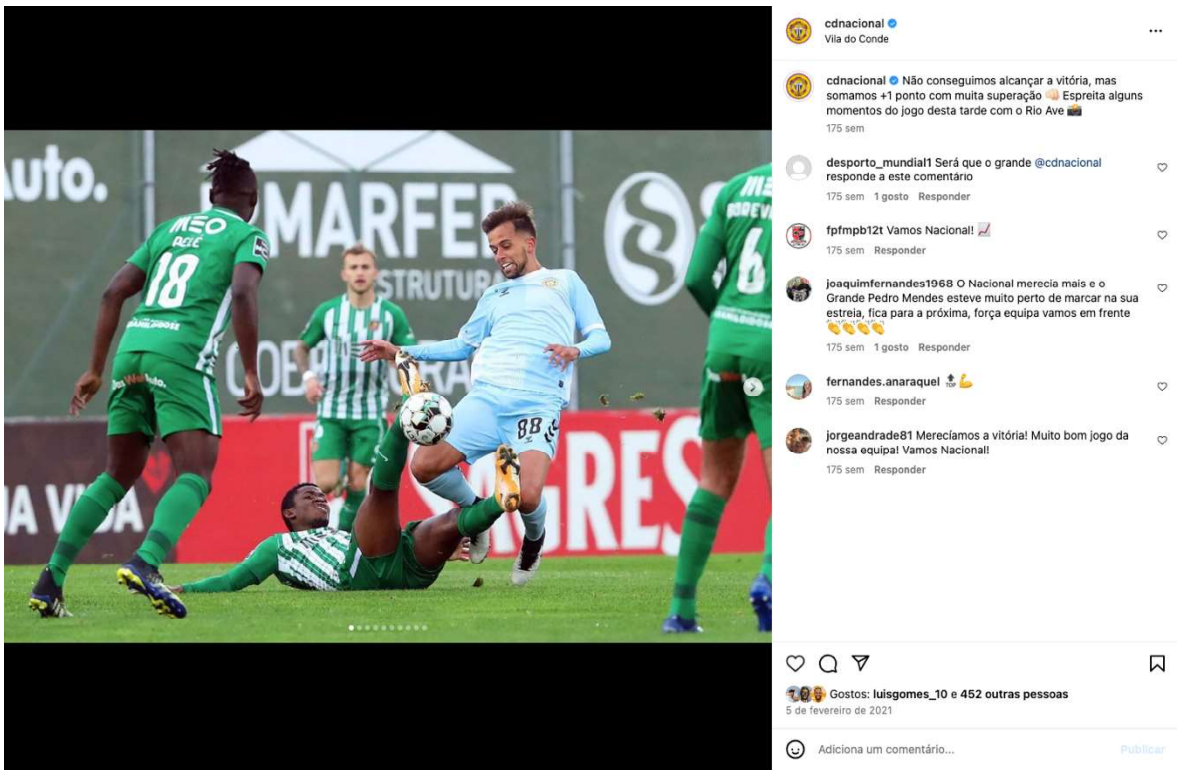
5 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

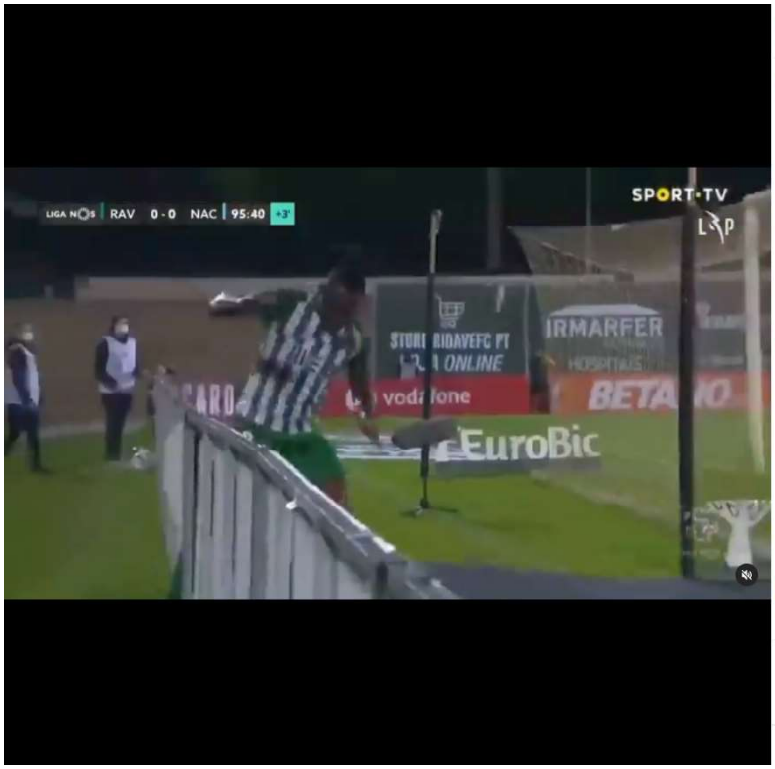
Post 431



Post 432



Post 433





Post 434





Post 435



cdnacional
Funchal

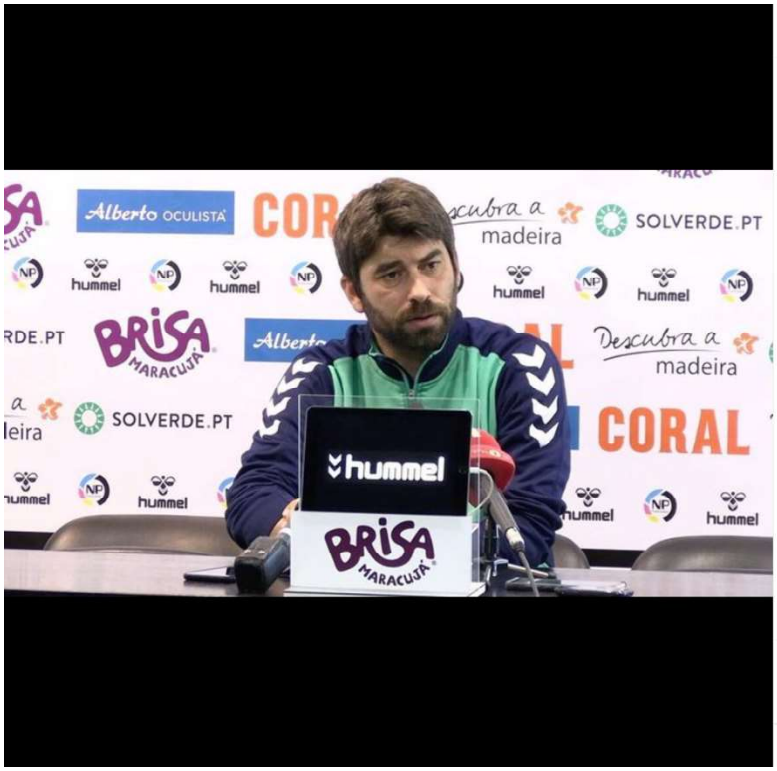
cdnacional As ginastas nacionalistas Sofia Banakh, Maria Augusto e Ema Vieira foram convocadas pela Federação Portuguesa de Ginástica para as Masterclasses a promover online pela selecionadora nacional, Darina Vasileva 🤸‍♀️ Parabéns e boa sorte! 👏

175 sem

177 gostos
6 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 436



cdnacional
Estadio Do Bessa

cdnacional 🎙️ Luís Freire garante respeito pelo adversário mas assegura: "Vamos ao Bessa mostrar valor e qualidade"

📽️ Vídeo disponível em www.CDNacional.pt

175 sem

paulo_s_gouveia Vamos pra ganhar

175 sem Responder

efreitas36 Boa sorte Nacional!❤️💫vamos conseguir Vitória força ambição e fé! Um abraço a toda eccelente equipa tecnica e jogadores! ATENÇÃO nao gamos nada!

175 sem 1 gosto Responder

162 gostos
8 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

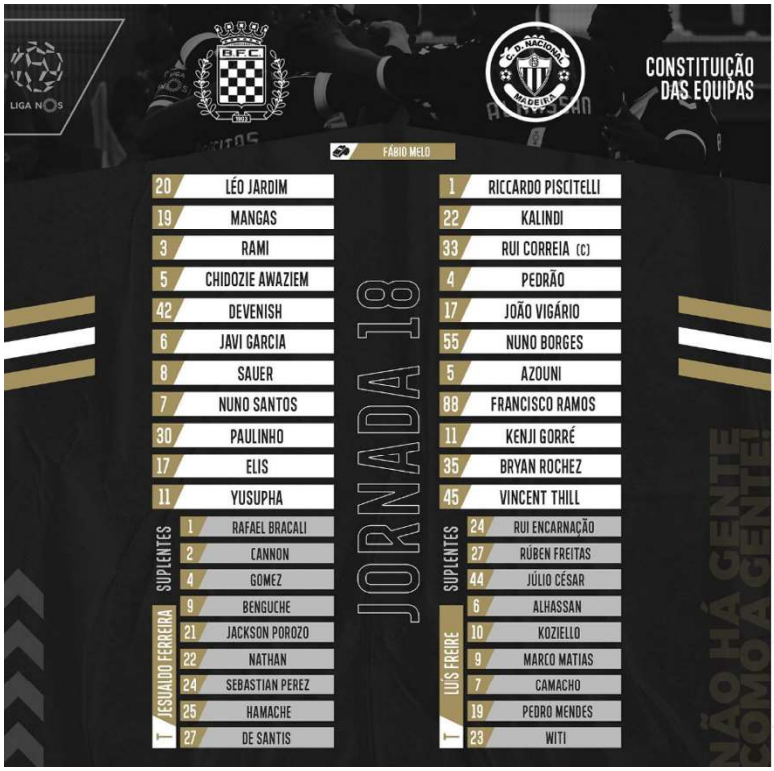
Post 437



Post 438

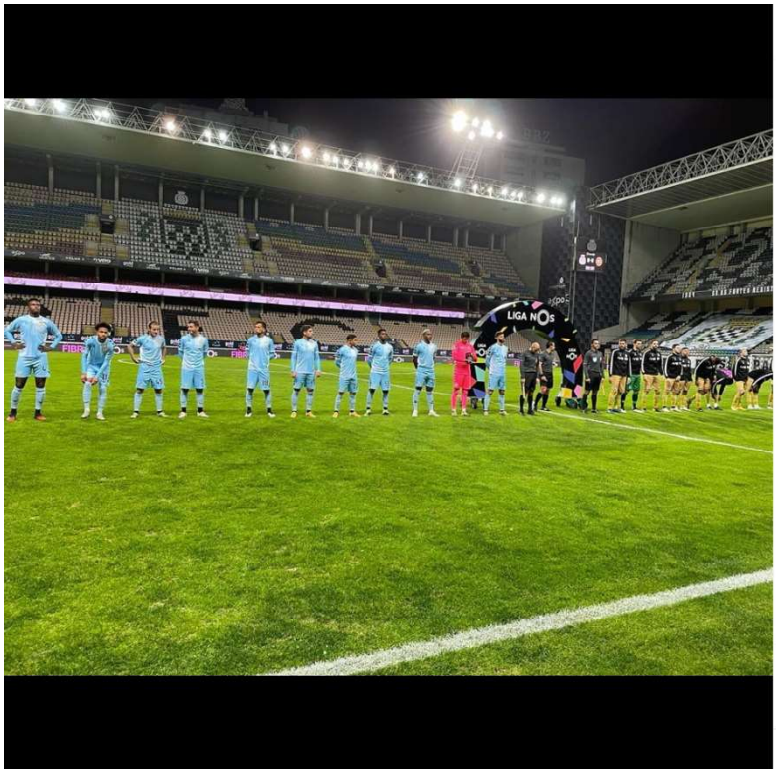


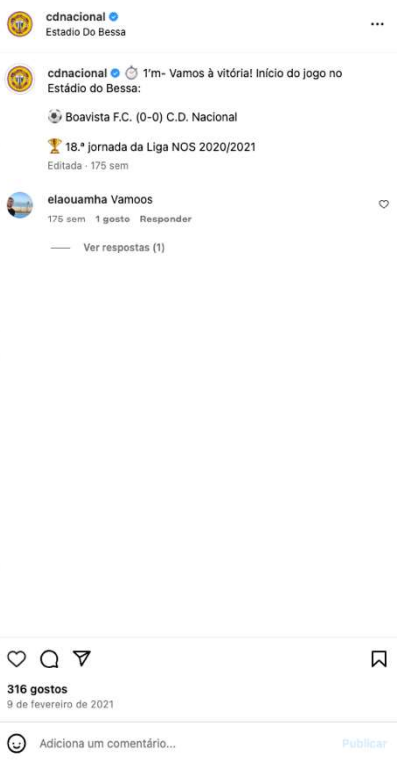
Post 439



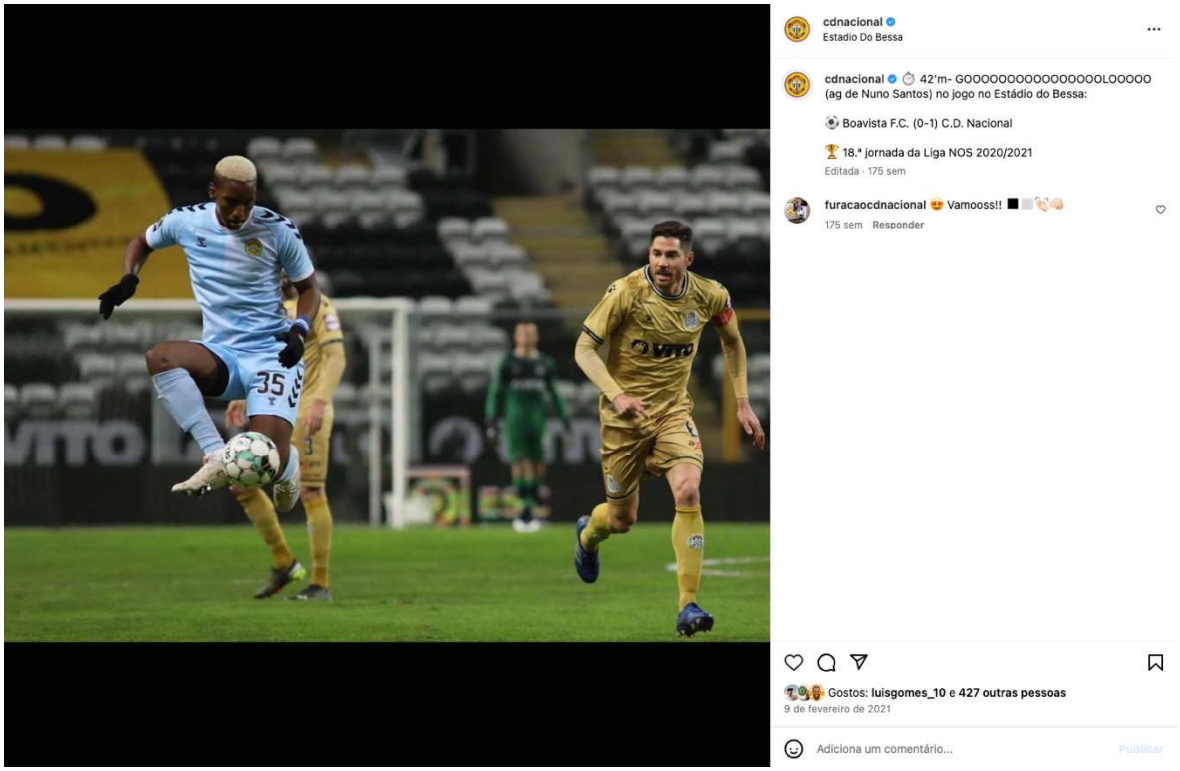


Post 440





Post 441



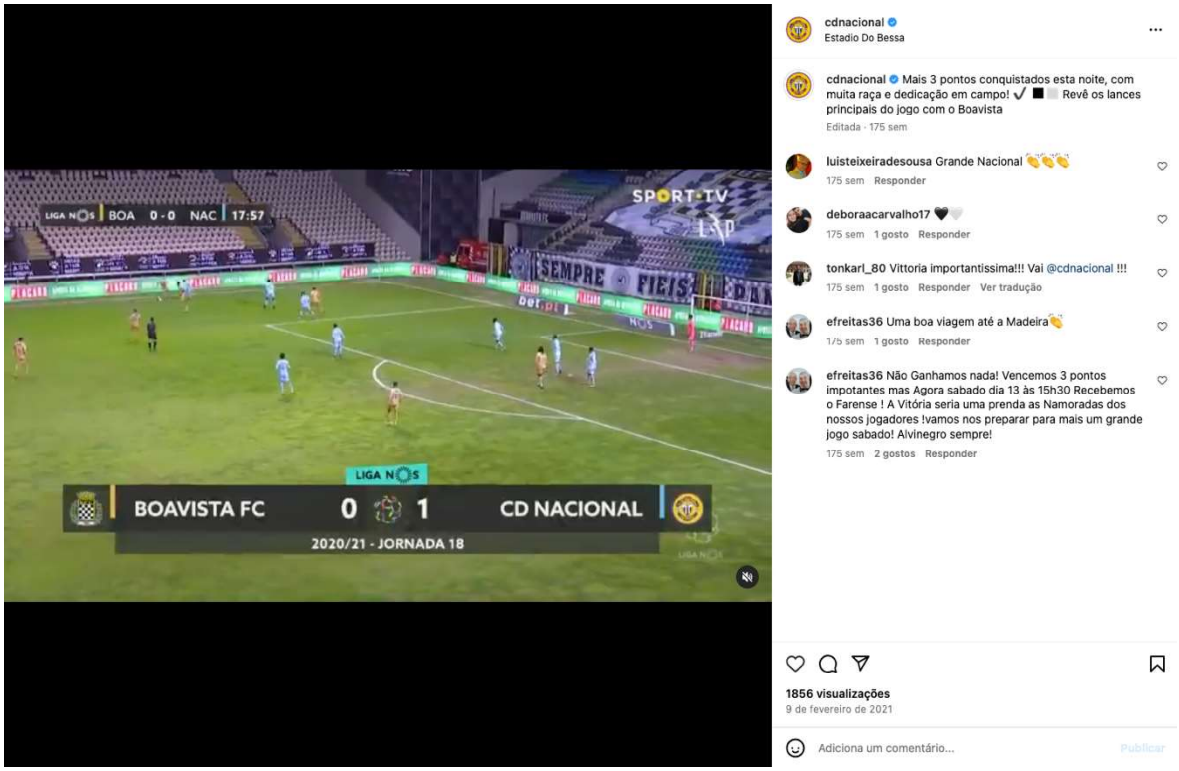
Post 442



Post 443



Post 444



Post 445



Post 446



Post 447



Post 448



Post 449



Post 450



Post 451



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (vs) S.C. Farense

🏆 19.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

174 sem

Para ti

day_aj_lha 🔺🔻🔺🔻🔺🔻🔺🔻🔻🔻🔻🔺🔺🔺🔺

174 sem Responder

day_aj_lha 👎👎👎👎👎👎👎

174 sem Responder

day_aj_lha Squad 😈😈😈

174 sem Responder Ver tradução

day_aj_lha STUPID team

174 sem Responder Ver tradução

furacaocdnacional Vencer será formidável! 😍👏🤞

174 sem Responder

luizantonioo__ VAMOOOOOO! Do 🇧🇷 Na Torcida!

174 sem 1 gosto Responder

joaosousa122 VAMOS NACIONAL VAMOS !!🔥👆⚫⚪

174 sem 1 gosto Responder

sergionunogomesferreira Como sempre o meu desejo uma Vitória ✌ atentos e Unidos e respeitar o adversário

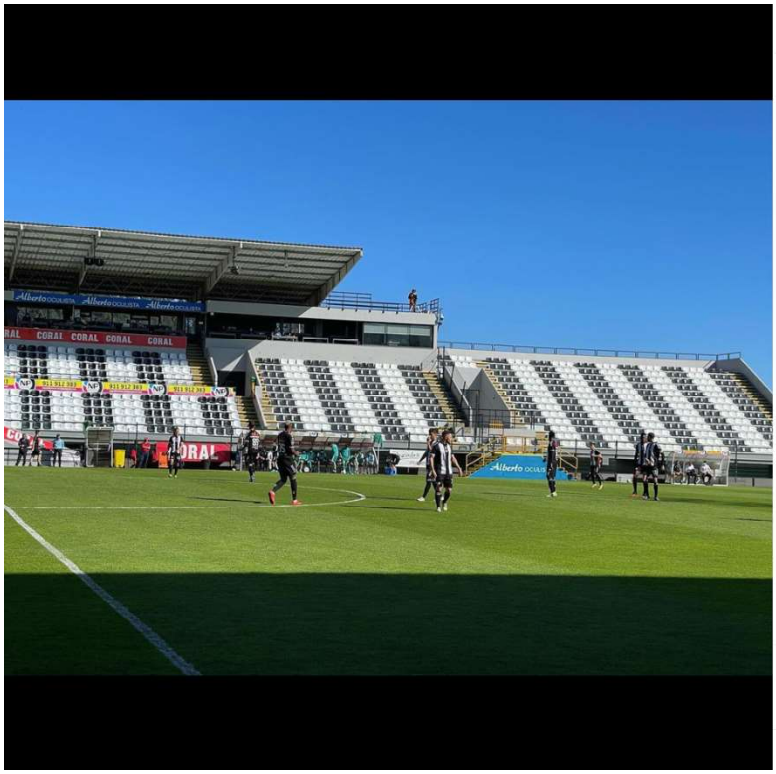
174 sem 1 gosto Responder

177 gostos

13 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 452



cdnacional

cdnacional ⏱ 1'm- Vamos à vitória! Início do jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (0-0) S.C. Farense

🏆 19.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

174 sem

Para ti

mauriciofreitasramos Rua!!!!

174 sem Responder

day_aj_lha 🔺🔺🔺🔺🔺🔺🔺

174 sem Responder

day_aj_lha 😈😈😈😈😈😈

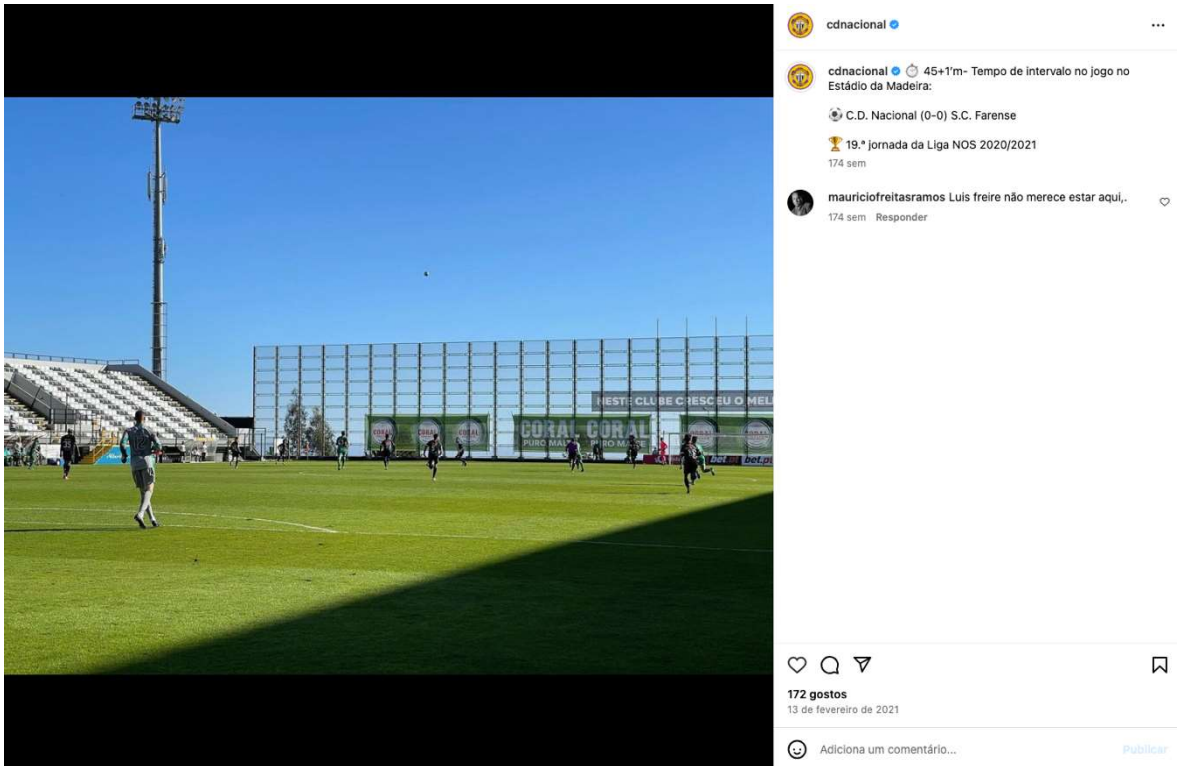
174 sem Responder

day_aj_lha 👎👎👎👎👎👎

174 sem Responder

day_aj_lha 🤢🤮🤮🤮🤮🤮🤮🤢🤮🤢🤮🤮🤮🤮🤢🤮🤢🤮🤮🤮🤮🤮🤮

Post 453



Post 454



Post 455



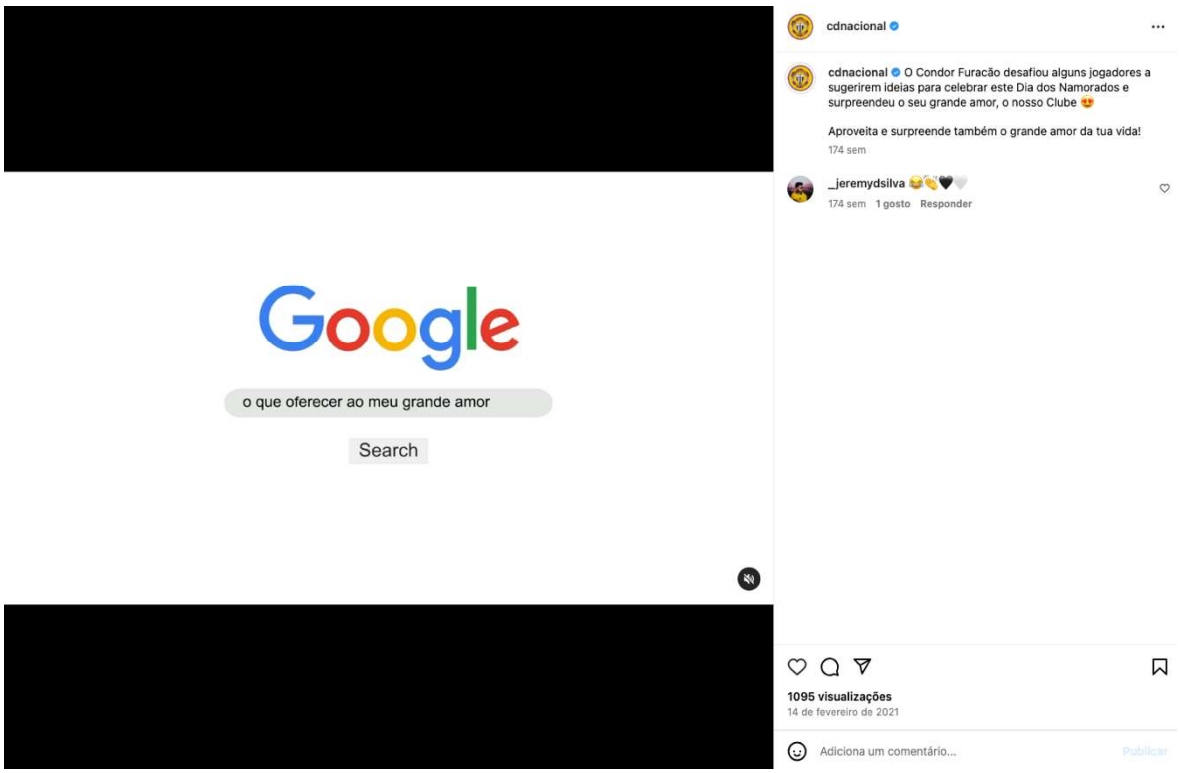
Post 456



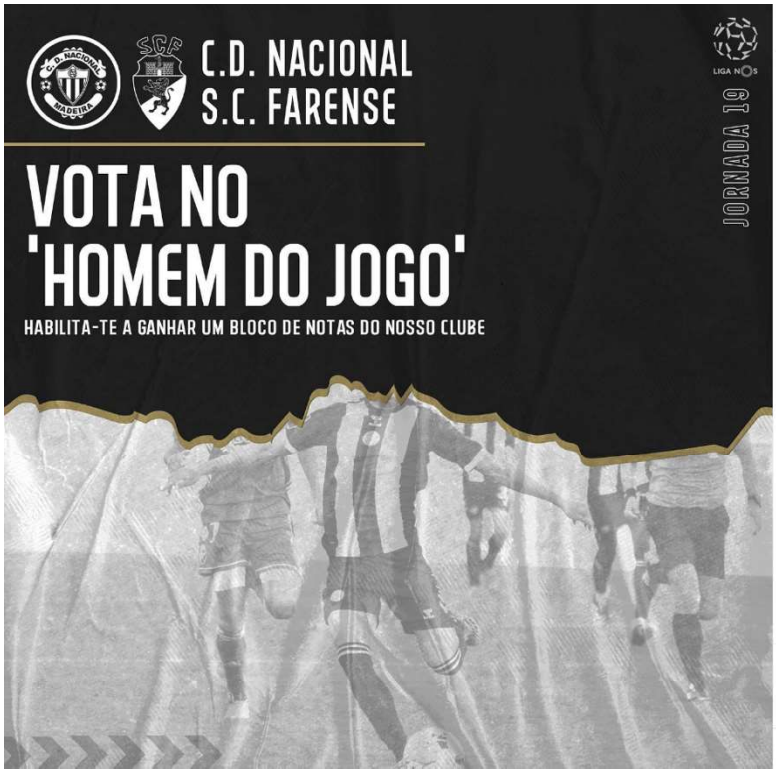
Post 457



Post 458



Post 459



cdnacional

cdnacional Recuperámos uma desvantagem de dois golos mas não conseguimos triunfar. Desafiamos-te a eleger qual foi o 'Homem do Jogo' com o Farense Vota no link até às 23h59 desta 2ª feira e habilita-te a ganhar prémios: https://bit.ly/33JKgs0
174 sem

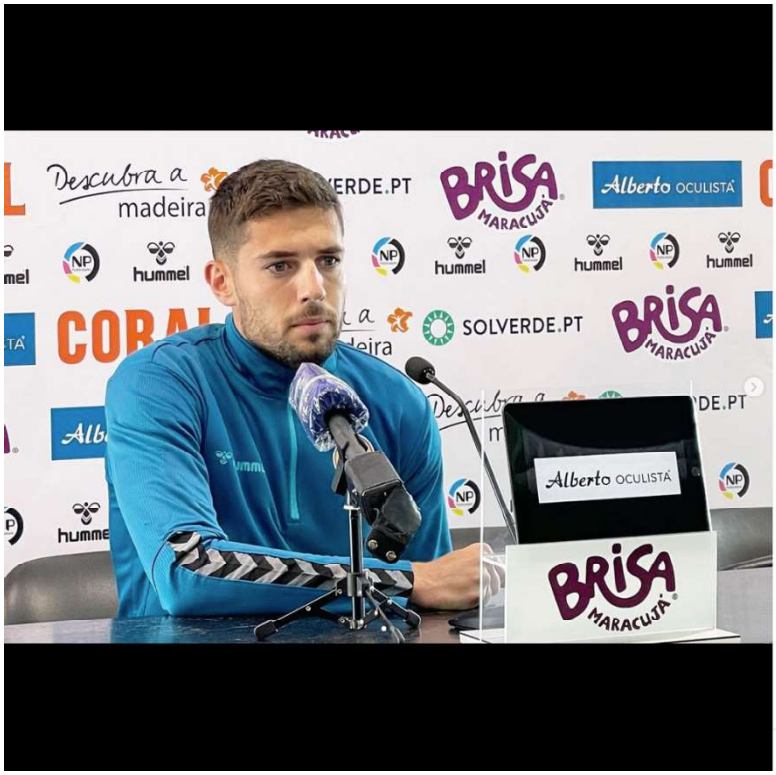
mauriciofreitasramos Luís Freire, oferece de bandeja a vitória ao Farense
174 sem 1 gosto Responder

Ver comentários ocultados

117 gostos
14 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 460



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Marcou um golo para mais tarde recordar João Vigário deixou hoje a garantia: "Corrigir os erros e pontuar já no próximo jogo"

Vídeo disponível em www.CDNacional.pt
174 sem

adilson.meneghelo oficial Isso este jogo de sábado é passado, Avanti CDNacional
174 sem Responder

jorgeandrade81 Um golaço! Parabéns!
174 sem Responder

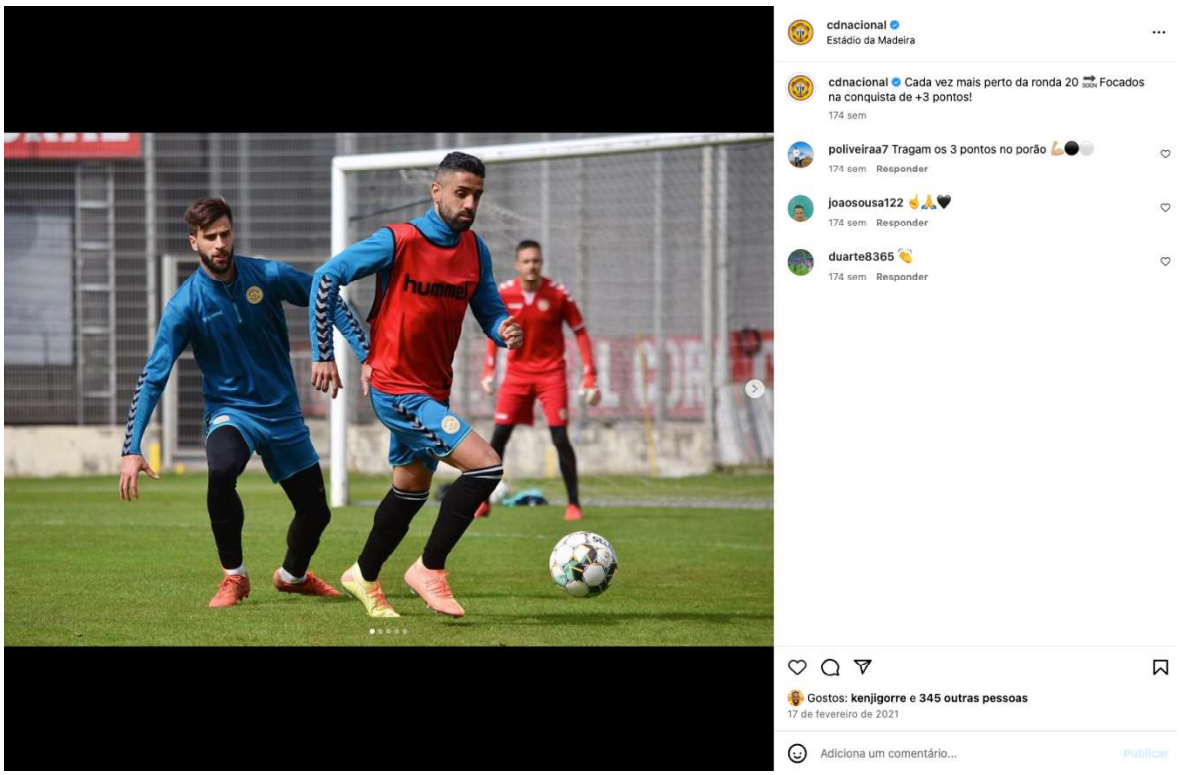
Gostos: _ricardogomes11_ e 331 outras pessoas
15 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 461



Post 462



Post 463



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Foi com um golo memorável que conquistou a preferência dos adeptos alvinegros 🏆 João Vigário venceu a distinção de 'Homem do Jogo' frente ao Farense 👏

173 sem

Gostos: **kenjigorre** e **163 outras pessoas**

18 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 464



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🎙 Luís Freire deixa vincada a meta para o Jamor: "Sermos iguais a nós próprios"

📽 Vídeo disponível em www.CDNacional.pt

174 sem

paulo.nisa Acreditar! Força Nacional💪

173 sem 1 gosto Responder

smfgc Saudações Nacionalistas vamos lá acreditar e rumo à vitória porque nós tbm estamos deste lado torcendo por vocês rapazes do Nacional 🤍🖤🐼

173 sem 1 gosto Responder

joaquimfernandes1968 Vamos lá Nacional ganhar o jogo em Belém, vamos também grande Pedro Mendes marcar grande craque porque tu és um verdadeiro matador👏👏👏👏

174 sem 1 gosto Responder

sergionunogomesferreira Importante pontos 👏

174 sem 1 gosto Responder

Gostos: **maneltrindade1** e **140 outras pessoas**

18 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 465



Post 466

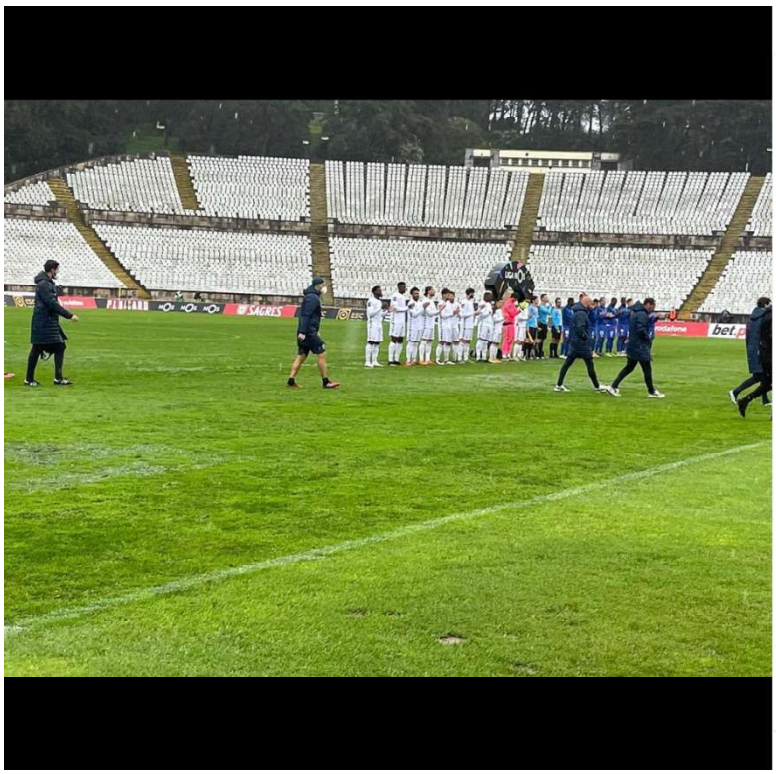


Post 467



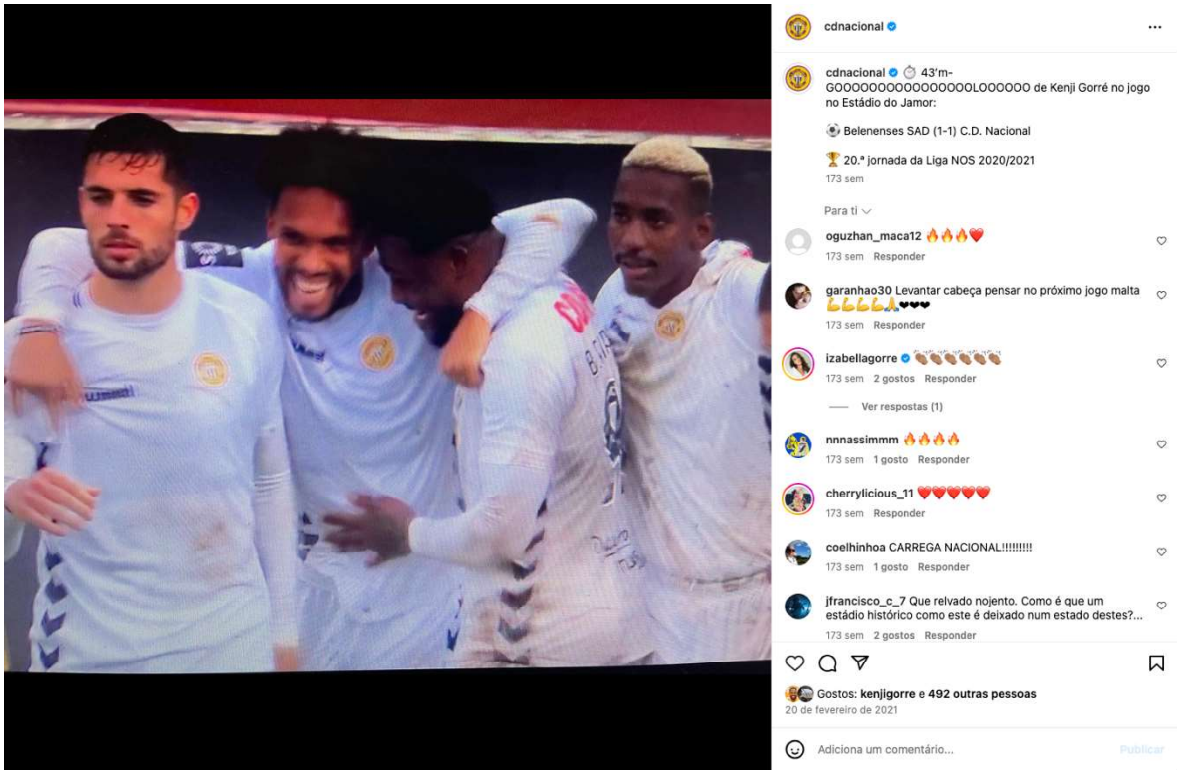


Post 468





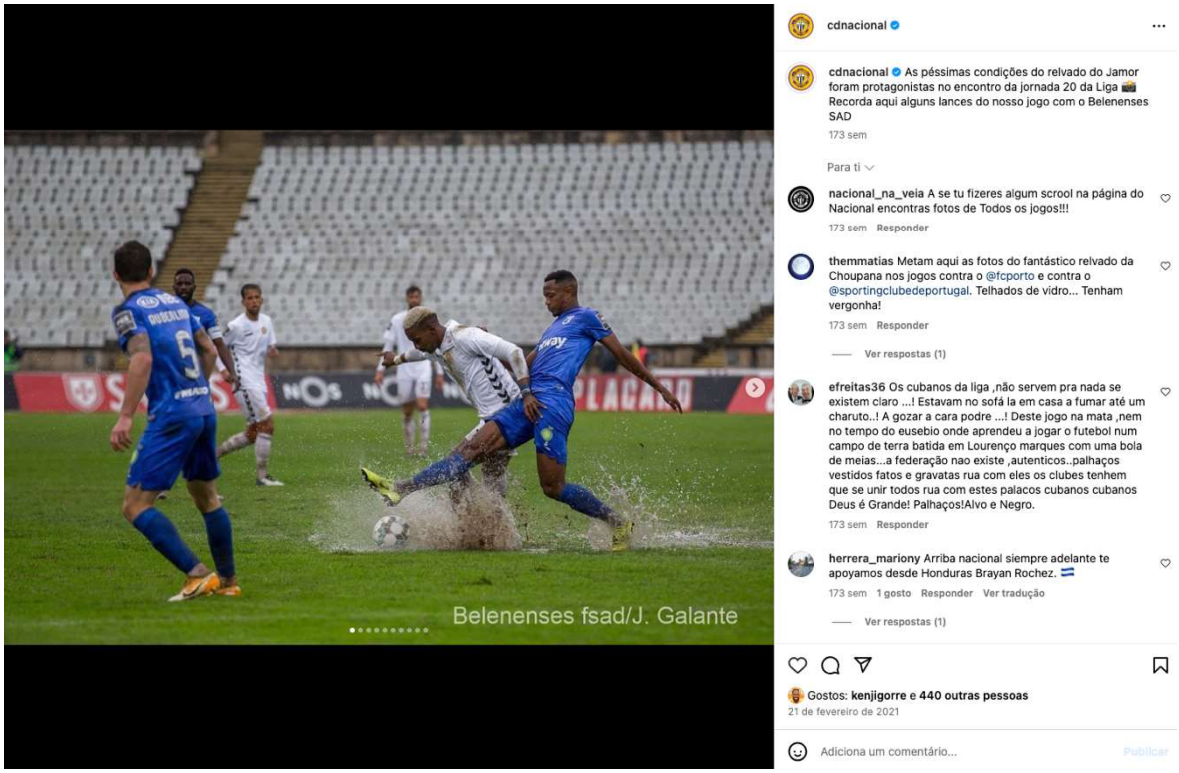
Post 469



Post 470



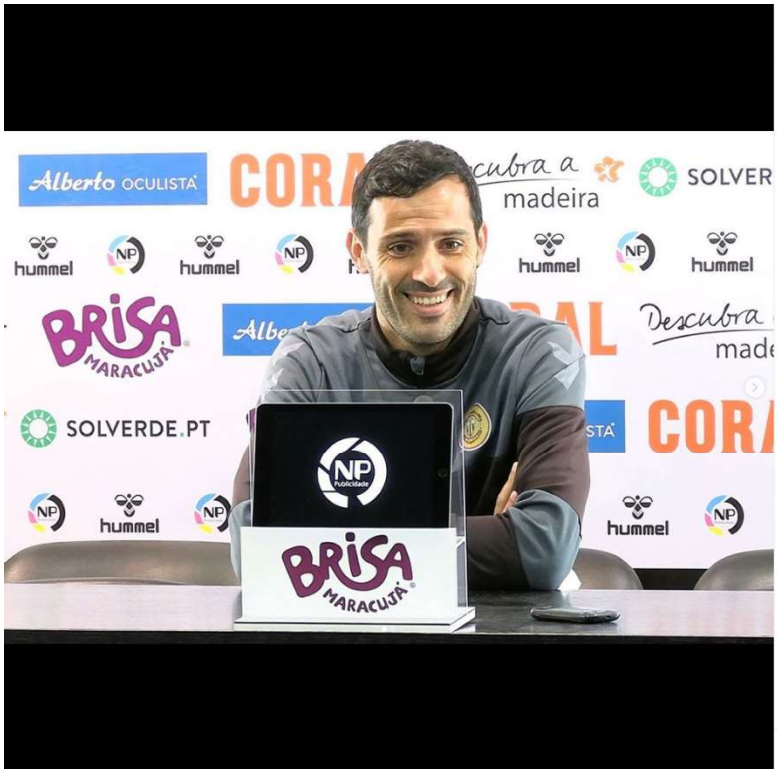
Post 471



Post 472



Post 473



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🎙 Rúben Micael mostra convicção: "Mais cedo ou mais tarde a bola vai entrar"

📽 Vídeo disponível em www.CDNacional.pt
173 sem

joaogomes2010 👏
173 sem Responder

efreitas36 Quanto ao ruben micael o meu amigo do nacional força e vamos vencer ! Eu pago as castanhetas no caniçal um abraço
173 sem Responder

efreitas36 👏Vamos conseguir mais pontos acredito! Somos humildes Deus vai ajudar ! Acredito! Força Nacional somos bons no que fazemos e temos que ter garra e determinação somos alvos e negros! 👏
173 sem Responder

Gostos: **hugo8leme** e **254 outras pessoas**
22 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 474



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Domingo há nova batalha, para triunfar! Arrancou hoje a 'Operação Braga' ✓
173 sem

Para ti

21teresaandrade É preciso ganhar não podem estar sempre a perder ou a empatar um recado para o treinador, faça as substituições mais cedo não é a minutos do fim
173 sem Responder

poliveiraa7 Q
173 sem Responder

poliveiraa7 Pa cima deles! Precisamos de pontos e precisamos de tentar marcar cedo! Até lá é treinar, treinar e treinar! Boa sorte 🙌🔥
173 sem Responder

efreitas36 A equipa tem que jogar concentrada o adversário é forte mas temos equipa para vencer cuidado com as faltas e autogolos ,temos de marcar cedo na 1 parte e jogar com garra! Trazer pontos é fundamental! Um abraço a todos os jogadores e equipa tecnica uma boa viagem ida e regresso !nossa senhora de fatima vai ajudar a esta Vitória acredito é com ela que vamos vencer! Acredito alvo e negro!
173 sem Responder

joaquimfernandes1968 Boa lá equipa preparar bem durante a semana para ganhar ao Braga, força aí Nacional e o numero 19 o grande Pedro Mendes que vai marcar nesse jogo👏👏👏⚽⚽
173 sem Responder

teresafsfernandes Até tenho 😬 medo 😬

Gostos: **kenjigorre** e **433 outras pessoas**
22 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 475



Post 476



Post 477



Post 478



Post 479



Post 480



Post 481



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🗣️ Luís Freire convicto: "Com ambição de conquistar pontos"

📽️ Vídeo disponível na íntegra em www.CDNacional.pt
172 sem

Para ti

mauriciofreitasramos Porque não te calas!!!
172 sem Responder

luisbdenobregateixeira Vamos por 3 prontos forca
172 sem Responder

arashlovestorm39 بیاید دستتام خالی است
172 sem Responder Ver tradução

arashlovestorm39 من به شما و آمریکا اعتماد کامل دارم
172 sem Responder Ver tradução

arashlovestorm39 مگه چه چیزی باید روح دهد تا به من اعتماد کنید
172 sem Responder Ver tradução

arashlovestorm39 دارم دغ میکنم
172 sem Responder Ver tradução

arashlovestorm39 بیا تو رو به خداوند متعال فقط بیا
172 sem Responder Ver tradução

poliveiraa7 2 batatas pá baliza deles, tá a andar! ⚽⚽ Façam um bom jogo! 🔥🙌
172 sem Responder

147 gostos
27 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 482



cdnacional

cdnacional ⏱️ 0'm- Já há equipas oficiais no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (vs) S.C. Braga

🏆 21.ª jornada da Liga NOS 2020/2021
172 sem

Para ti

bernardo_gomes_27 Vamos marítimo crl
172 sem Responder

tiagodsgoncalves Ó benfiquistas aziados o jogo nem foi com vocês e estão aqui a criticar?🤡
172 sem Responder

Ver respostas (1)

robertooprt7 Camacho ???
172 sem Responder

takibekazan2 Gt
172 sem Responder

takibekazan2 Gt
172 sem Responder

takibekazan2 Gt
172 sem Responder

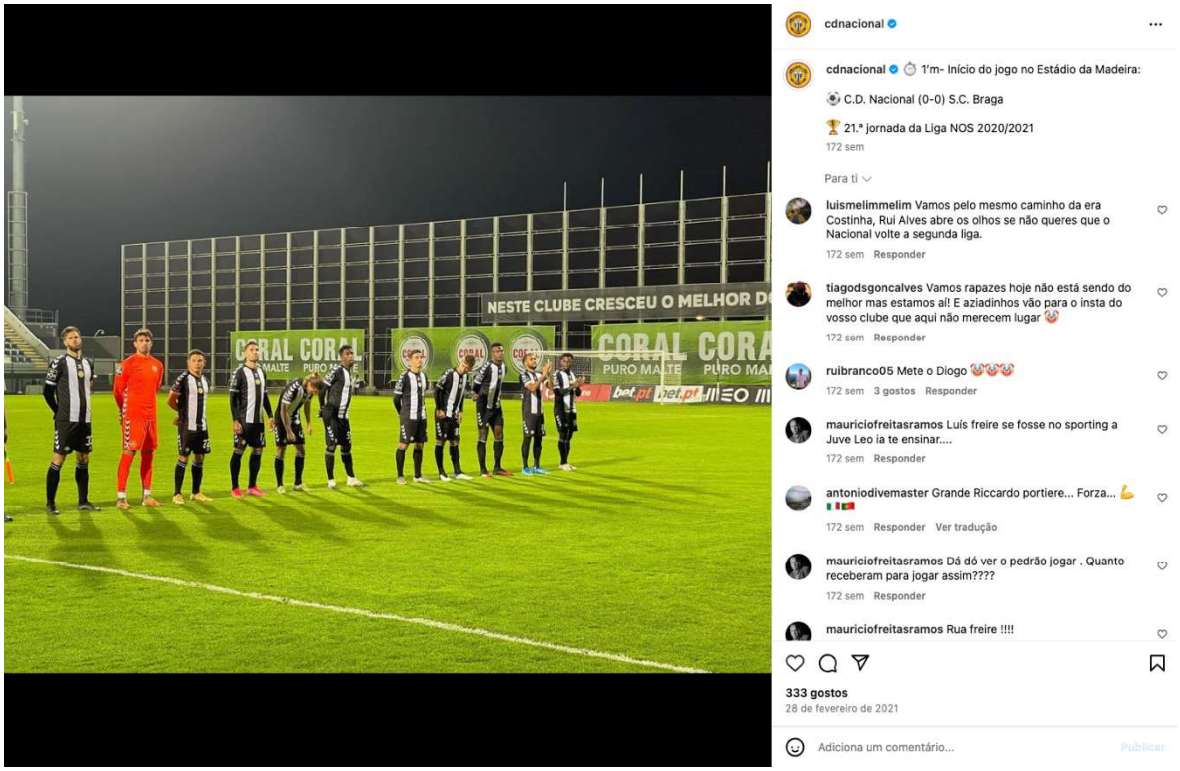
diogo_silva_2830 🔥🔥🔥
172 sem 2 gostos Responder

redarmy1904 Queriam o Diogo Goncalves para adiar o jogo

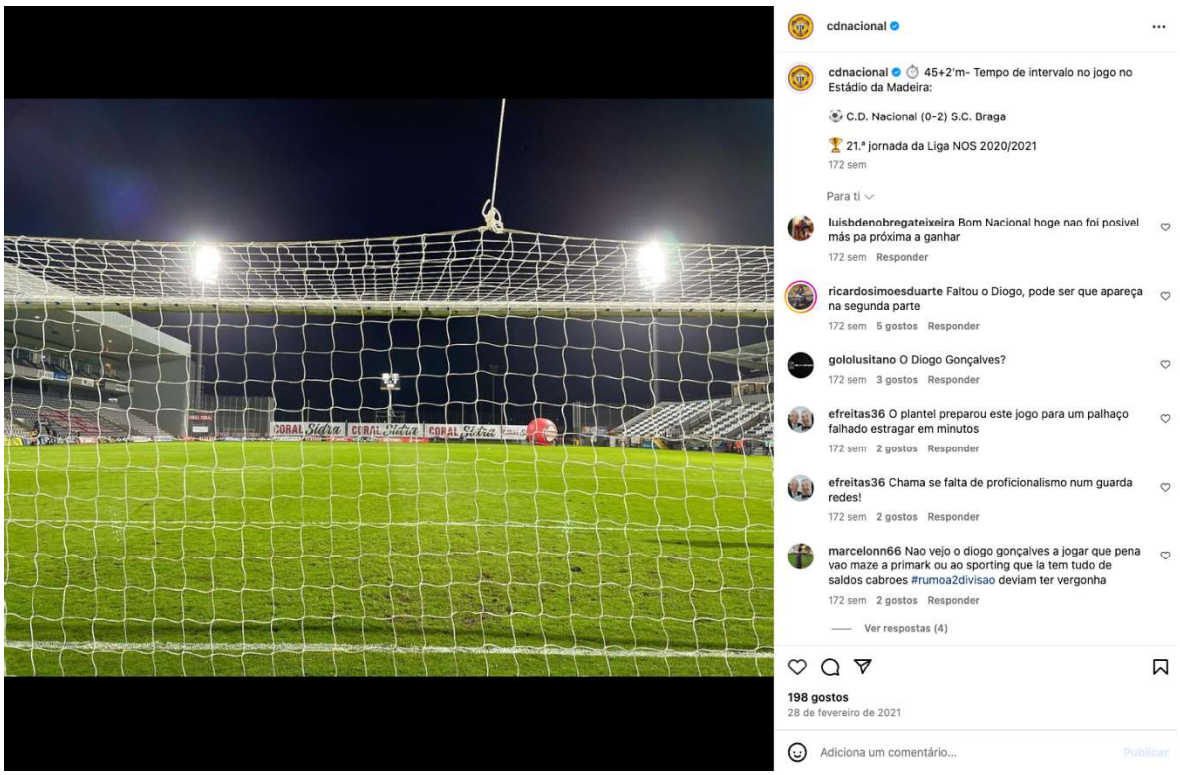
249 gostos
28 de fevereiro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

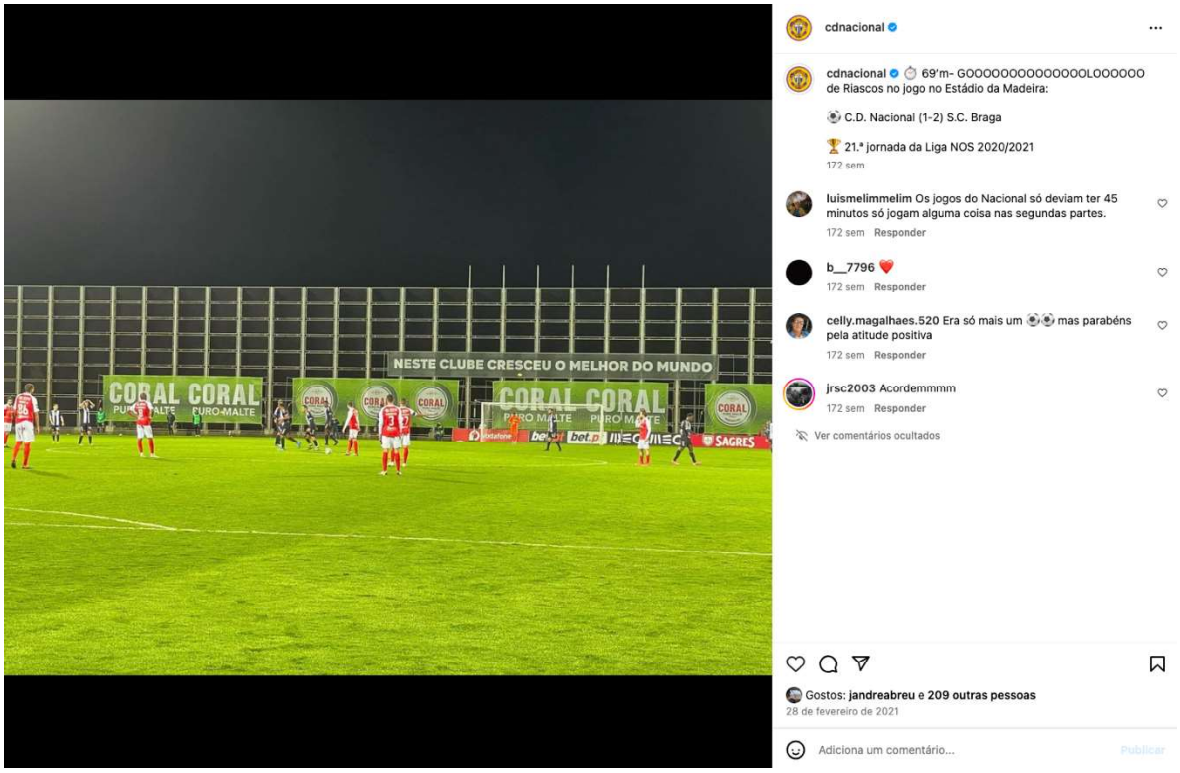
Post 483



Post 484



Post 485



Post 486



Post 487

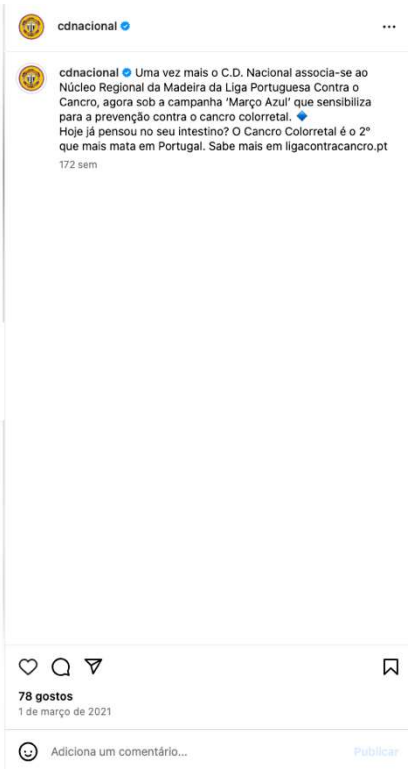


Post 488

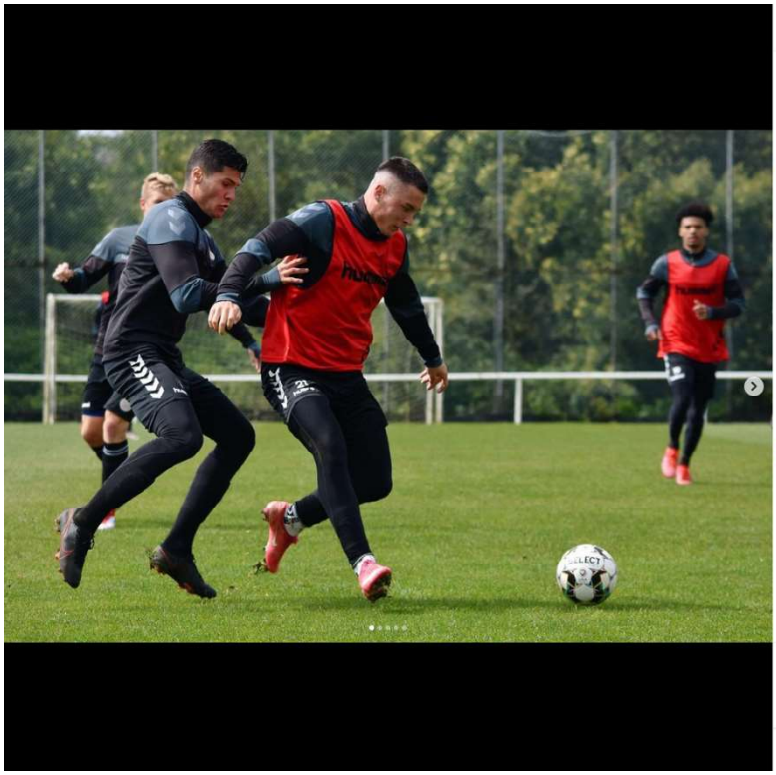


Post 489





Post 490





Post 491



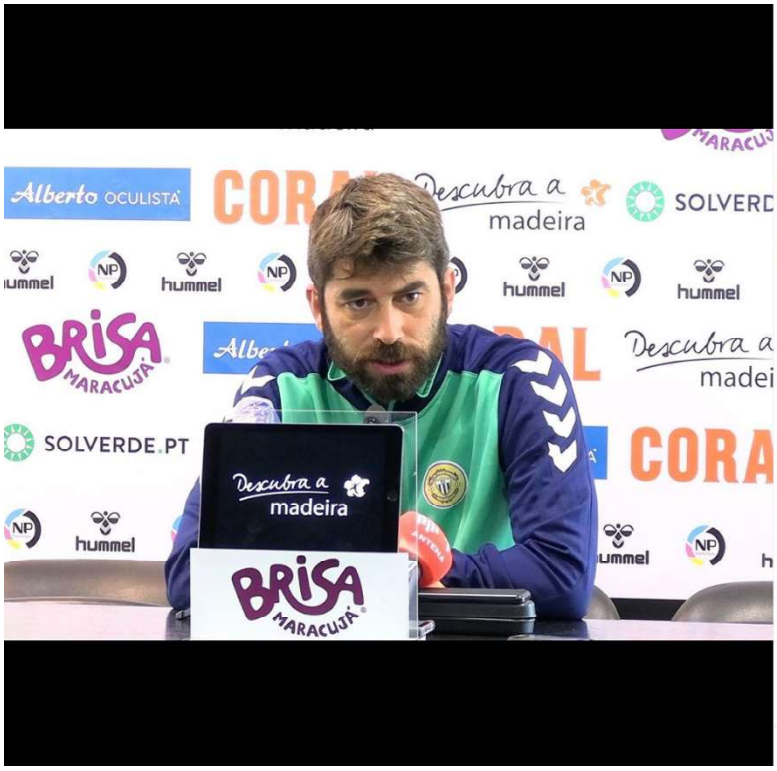
cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Veloz e explosivo 💥, voltou a marcar e deu esperança numa noite difícil. Brayan Riascos foi eleito pelos adeptos o 'Homem do Jogo' frente ao SC Braga 👏
Editada · 172 sem

Gostos: **kenjigorre** e **181 outras pessoas**
3 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 492



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🗣️ Luís Freire assume: "Vamos a Paços com o pensamento na vitória"

📽️ Vídeo disponível na íntegra em www.CDNacional.pt
172 sem

goncalocajelot1234 Sou portista ferranho mas tenho uma grande admiração pelo Nacional
172 sem Responder

goncalocajelot1234 Vamos Nacional para mais uma vitória
172 sem Responder

joaquimfernandes1968 Para ganhar no Paços de Ferreira mete o Pedro Mendes a titular de onde nunca devia ter saído porque estava muito bém, força Nacional e o número 19 sempre vamos à Vitória👍👌👌💪💪👏👏👏
172 sem 2 gostos Responder

129 gostos
3 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 493



Post 494



Post 495



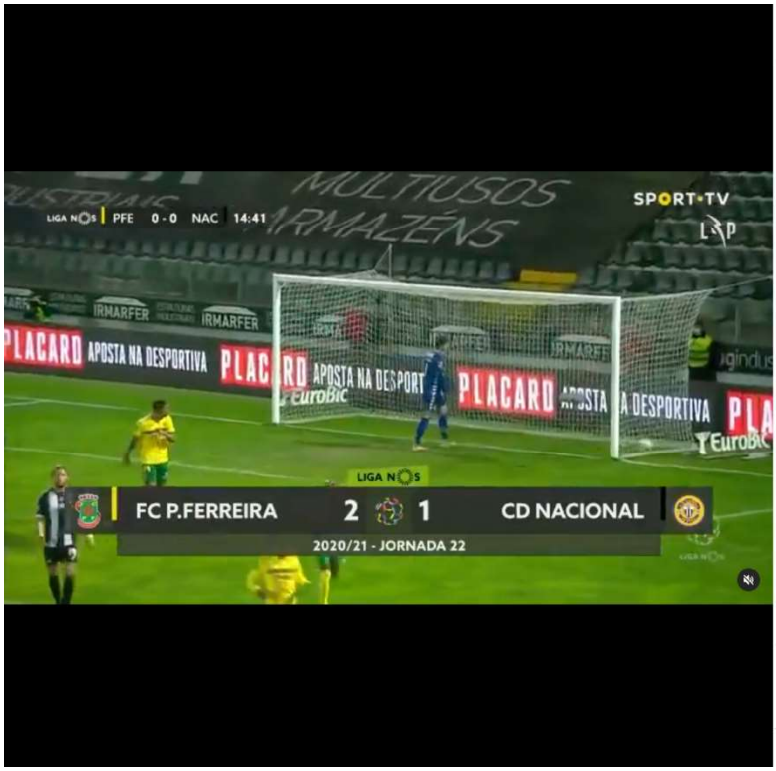


Post 496





Post 497



cdnacional
Estádio da Capital do Móvel

cdnacional ⏱ 90+3'm- Resultado final no jogo no Estádio Capital do Móvel:

⚽ F.C. Paços de Ferreira (2-1) C.D. Nacional

🏆 22.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

Editada · 171 sem

1720 visualizações
5 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 498



cdnacional

cdnacional O jogo na Capital do Móvel não rendeu pontos aos nossos alvinegros 🐞 Agora entra no campo da votação e elege qual foi o 'Homem do Jogo' com o FC Paços de Ferreira 🔘Vota no link até às 23h59 de Domingo e podes ganhar prémios: https://bit.ly/33JKgs0
171 sem

Para ti

norbertomanuelandrade O homem do jogo tem sido os árbitros.
171 sem Responder

norbertomanuelandrade A direcção. Não abrem o bico e gostam das arbitragens que vão levar o clube à 2 liga.
171 sem Responder

j_velosa O árbitro
171 sem Responder

pedrovicentte_ Pedrão
171 sem Responder

camdaki_kizofficall 👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏👏
171 sem Responder

camdaki_kizofficall 😮😮😮
171 sem Responder

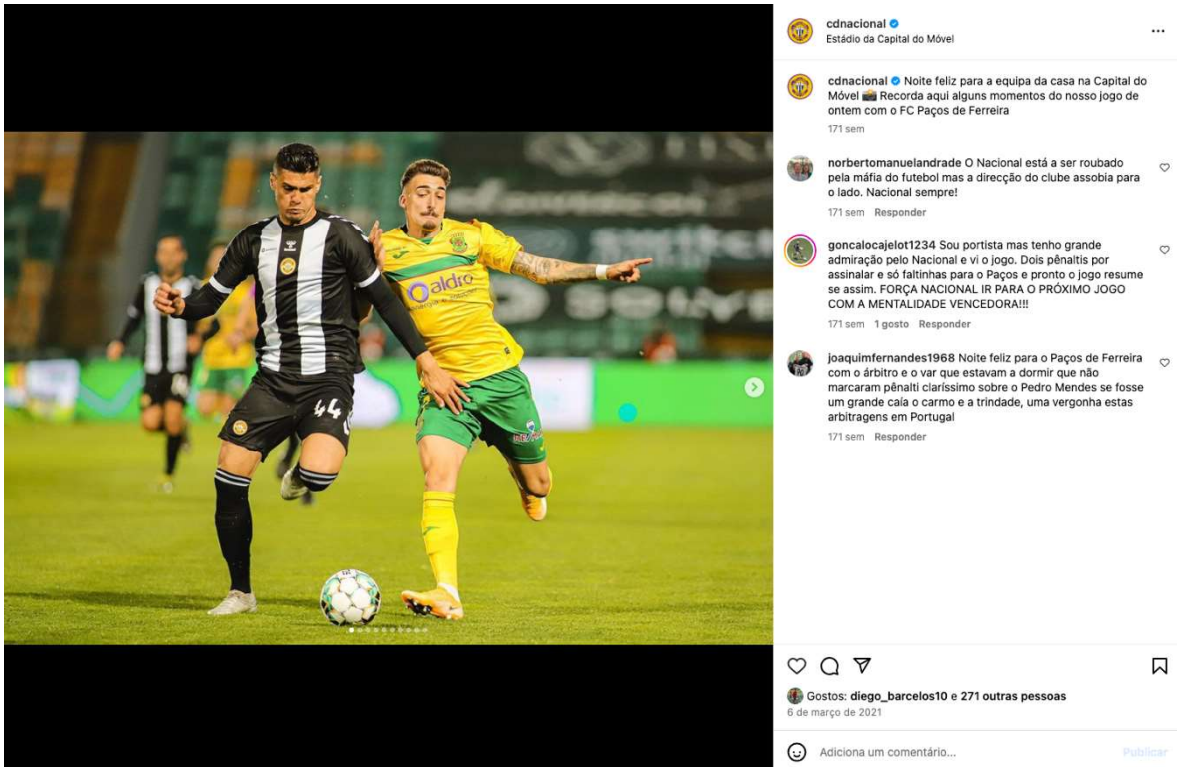
camdaki_kizofficall 👏
171 sem Responder

camdaki_kizofficall 👏

106 gostos
6 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

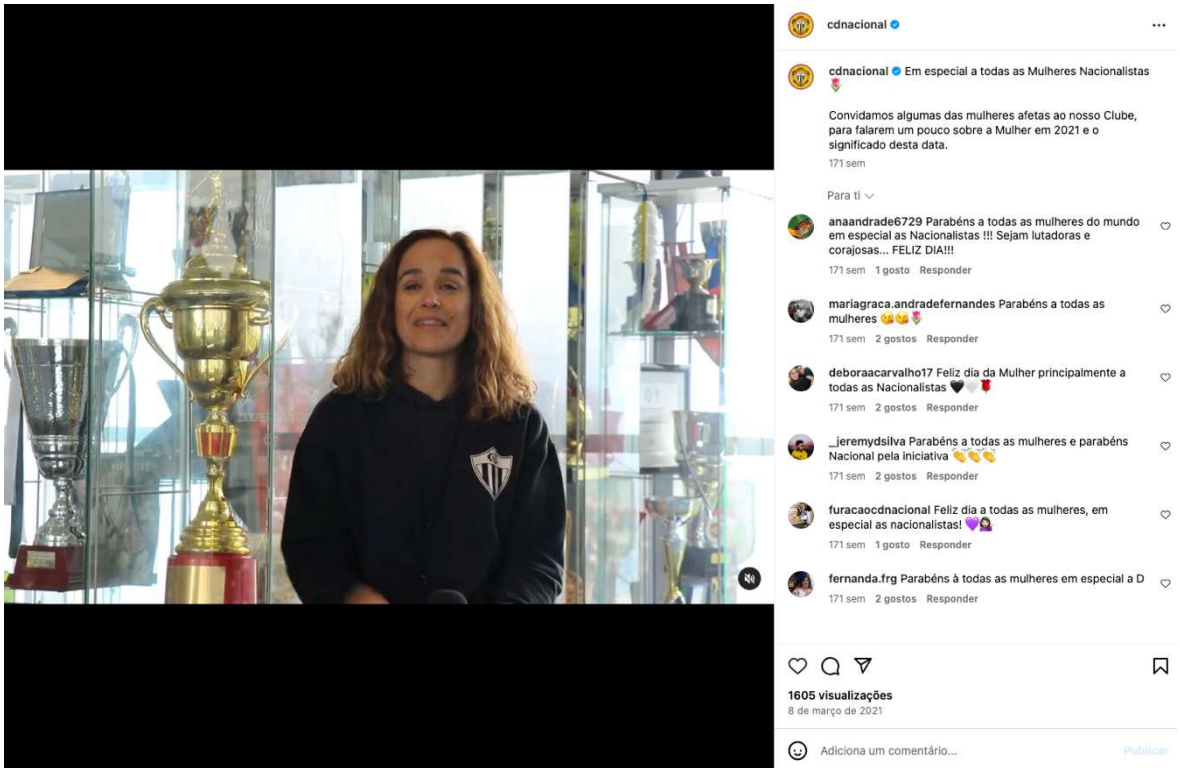
Post 499



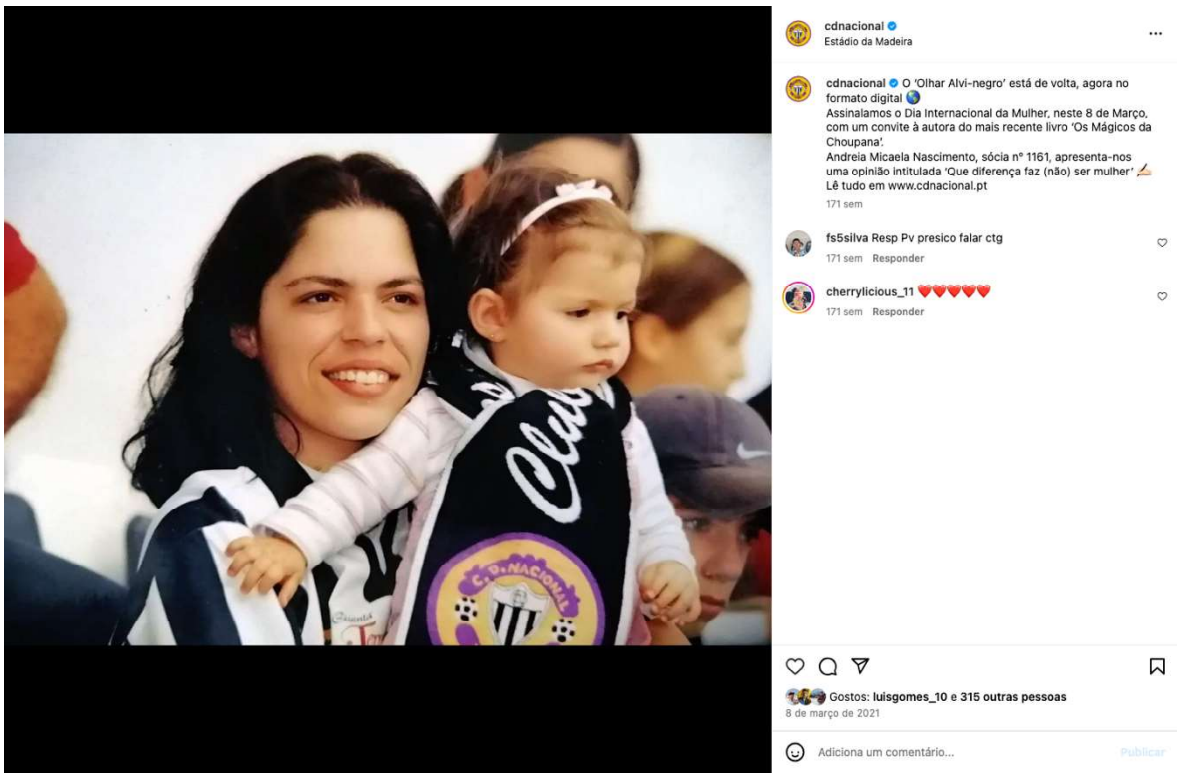
Post 500



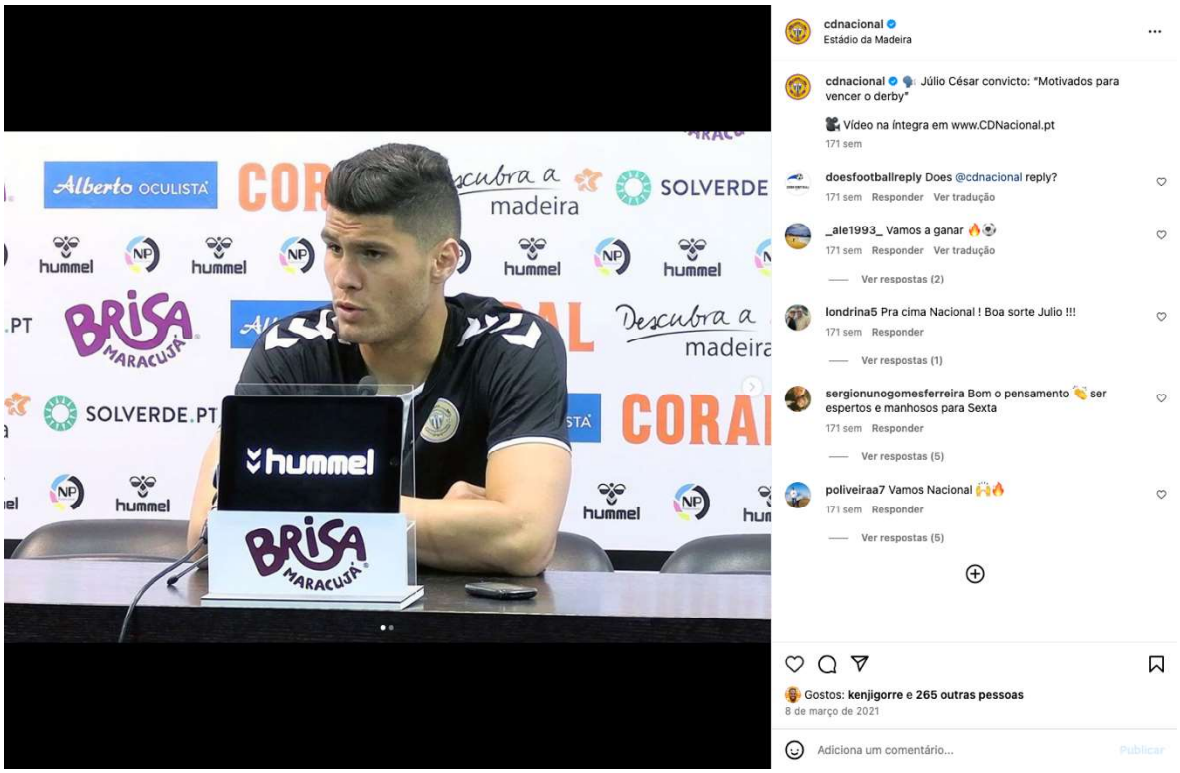
Post 501



Post 502



Post 503

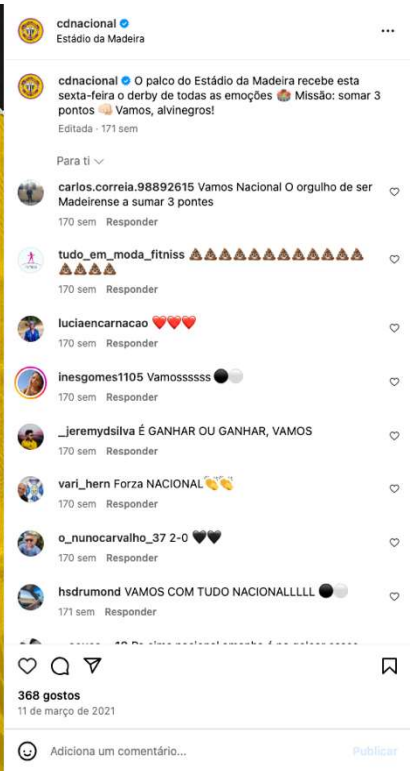


Post 504



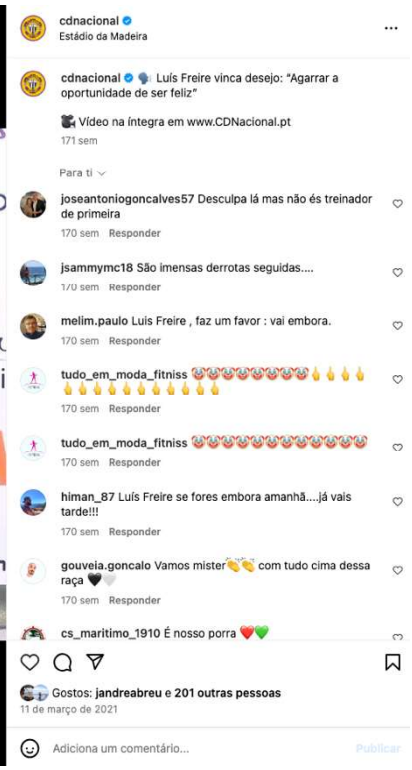
Post 505





Post 506





Post 507



cdnacional

cdnacional #ApoiaOTeuClube - Cria a tua Instagram Story
Giveaway Camisolas Oficiais e Apostas Grátis!
Participa / Sabe mais em @solverde.pt

A @solverde.pt, patrocinadora oficial do nosso clube, apoia o futebol e quer ouvir a tua voz de apoio!

Faz uma instagram story de apoio ao nosso clube com a conta em modo público, identifica na story @solverde.pt e @cdnacional e habilita-te a ganhar uma camisola oficial autografada e 25€ em apostas grátis!

Participa também via comentário no sorteio de apostas grátis de 10€ na publicação #ApoiaOTeuClube ➡️ Instagram da @solverde.pt

Editada · 170 sem

819 visualizações
12 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 508



cdnacional

cdnacional 0'm- Já há equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (vs) Marítimo

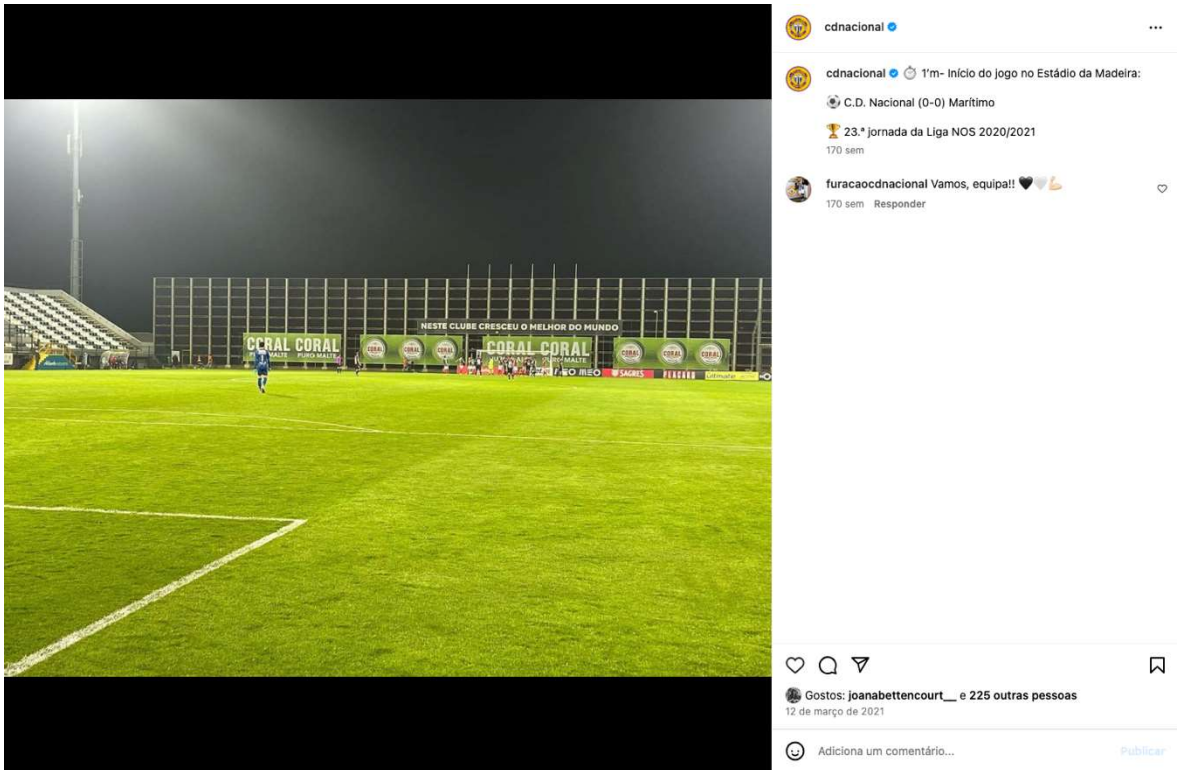
🏆 23.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

170 sem

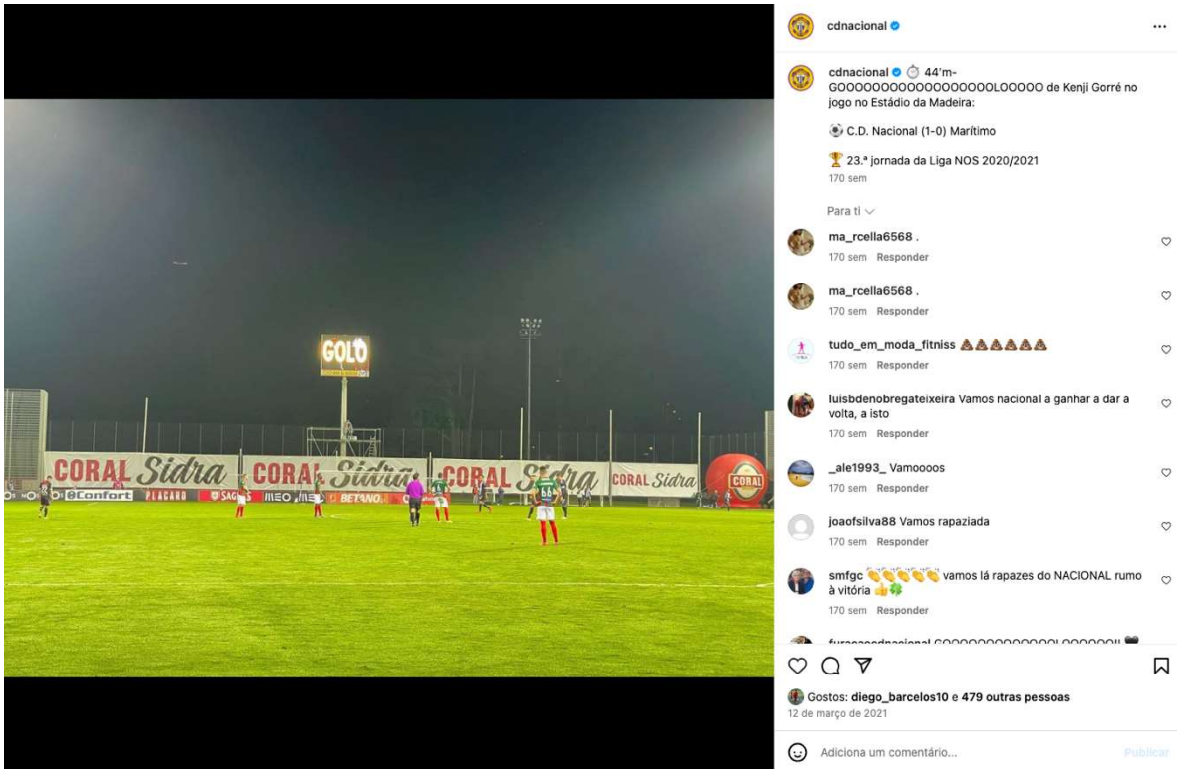
Para ti

tudo_em_moda_fitniss ❤️❤️❤️

Post 509



Post 510



Post 511



cdnacional

cdnacional 45+2'm- Intervalo no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (1-0) Marítimo

23.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

170 sem

tyars1

170 sem Responder

tyars1 UGLY club

170 sem Responder Ver tradução

mdasilva.marques FREIRE RUAAAAAA.... VAI PARA A LIGA DOS CAMPEÕES #*#*#

170 sem Responder

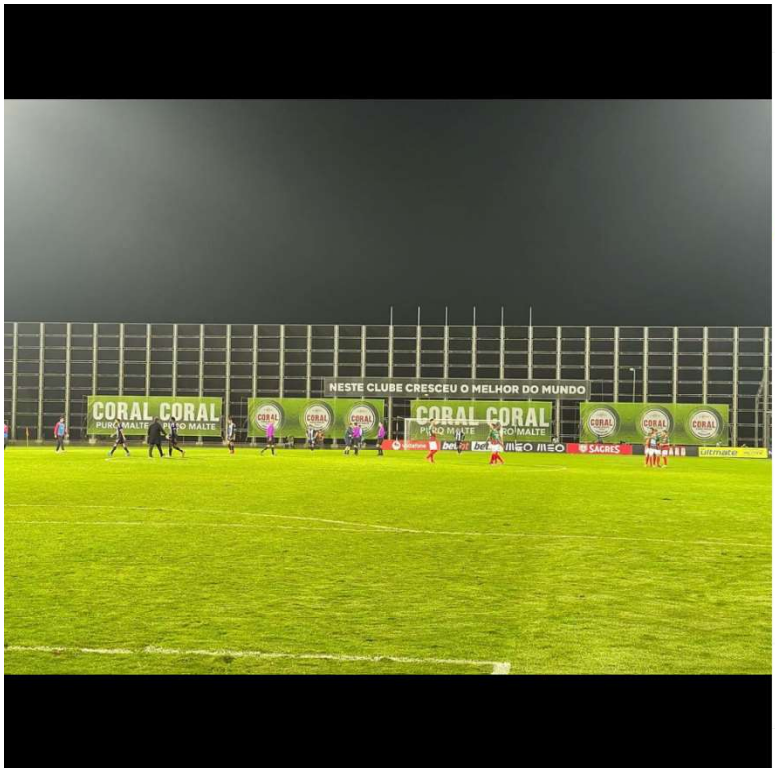
Ver comentários ocultados

231 gostos

12 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 512



cdnacional

cdnacional 90+6'm- Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (1-2) Marítimo

23.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

170 sem

Para ti

ricardosimoesduarte Ganda Rodrigo Pinho

170 sem Responder

jhumbertofreitas muito mau

170 sem Responder

yolo_yolo1987 Têm um treinador natural da Madeira de seu nome Leonel Pontes que garantidamente fazia um melhor papel no @cdnacional .

170 sem Responder

tonkarl_80 Vencer é um hábito. Infelizmente, perder também. (Vince Lombardi)

170 sem Responder

nunobg6

170 sem Responder

jsammymc18 A nossa gentinha não está animada....

170 sem Responder

leon.el7 Fuck

170 sem Responder

tyars1 LOSER Club with LOUSY coach

301 gostos

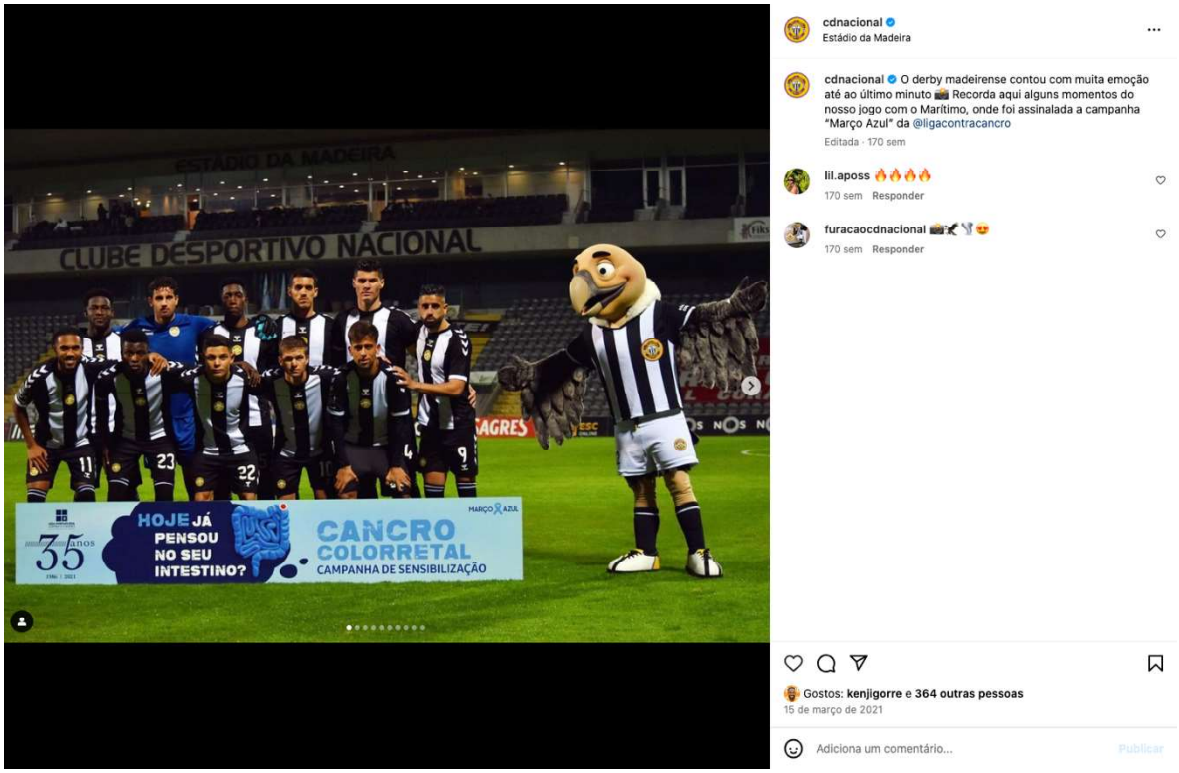
12 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

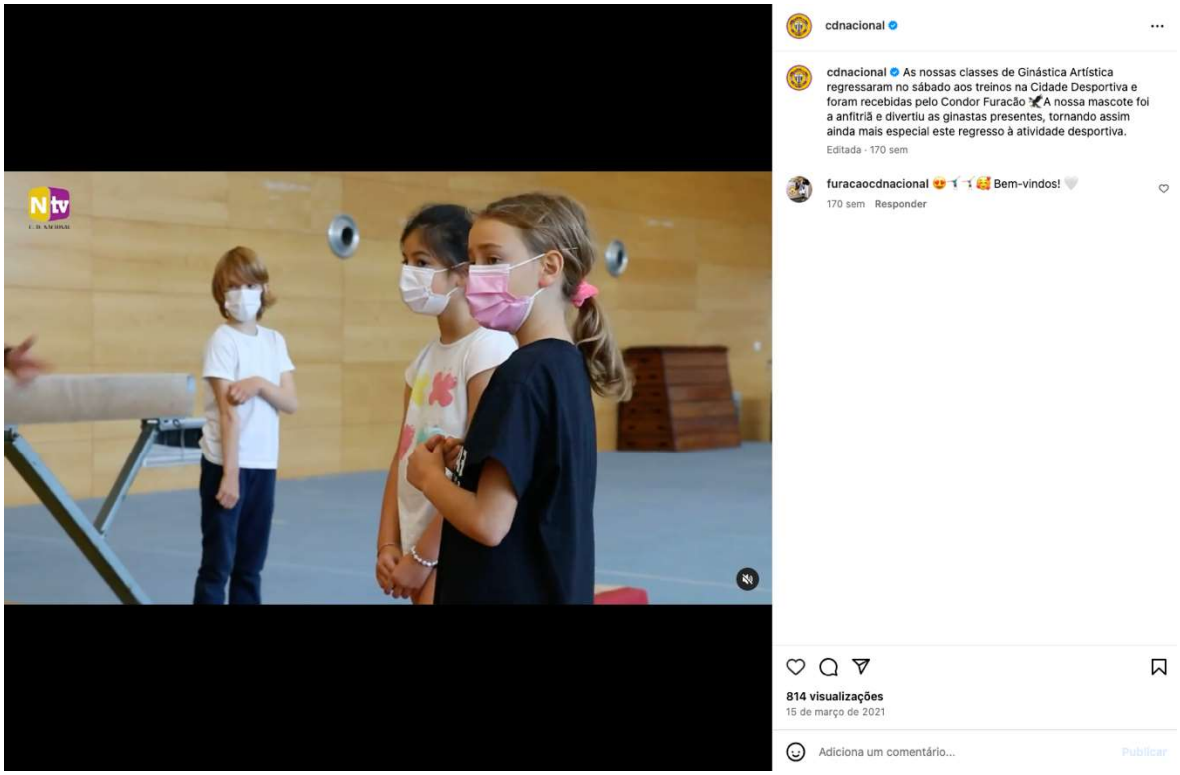
Post 513



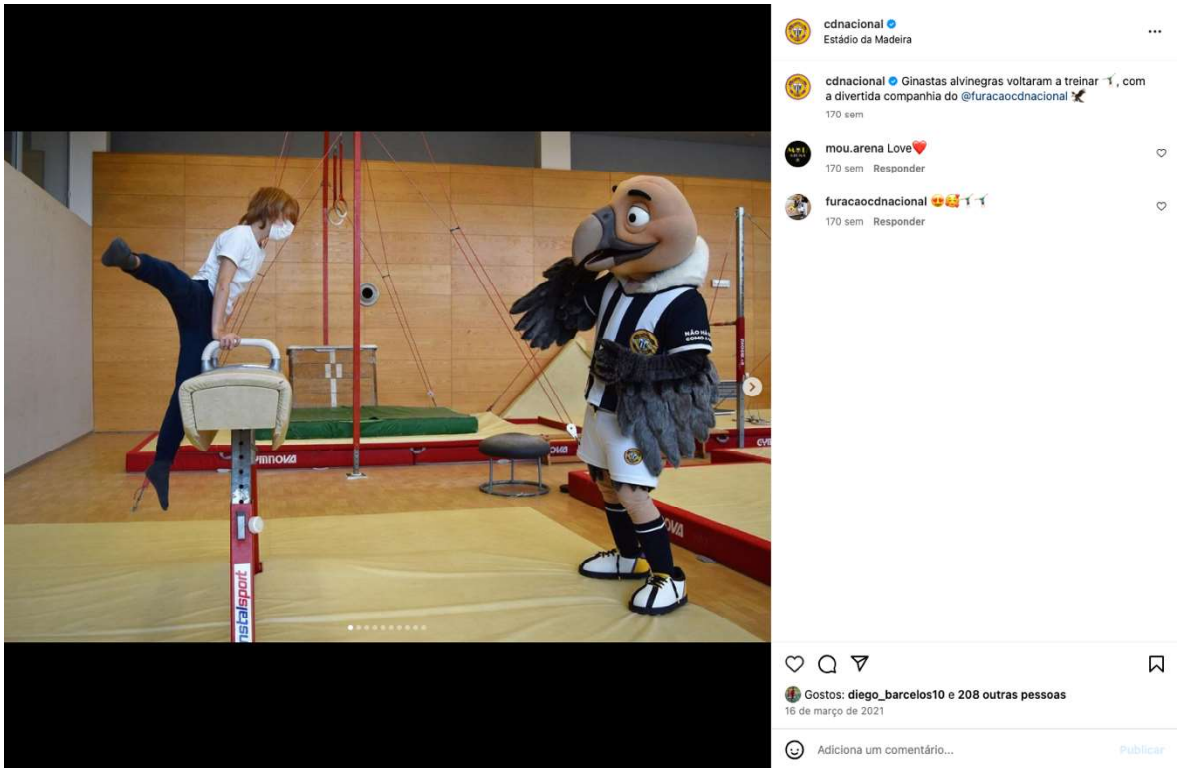
Post 514



Post 515



Post 516



Post 517



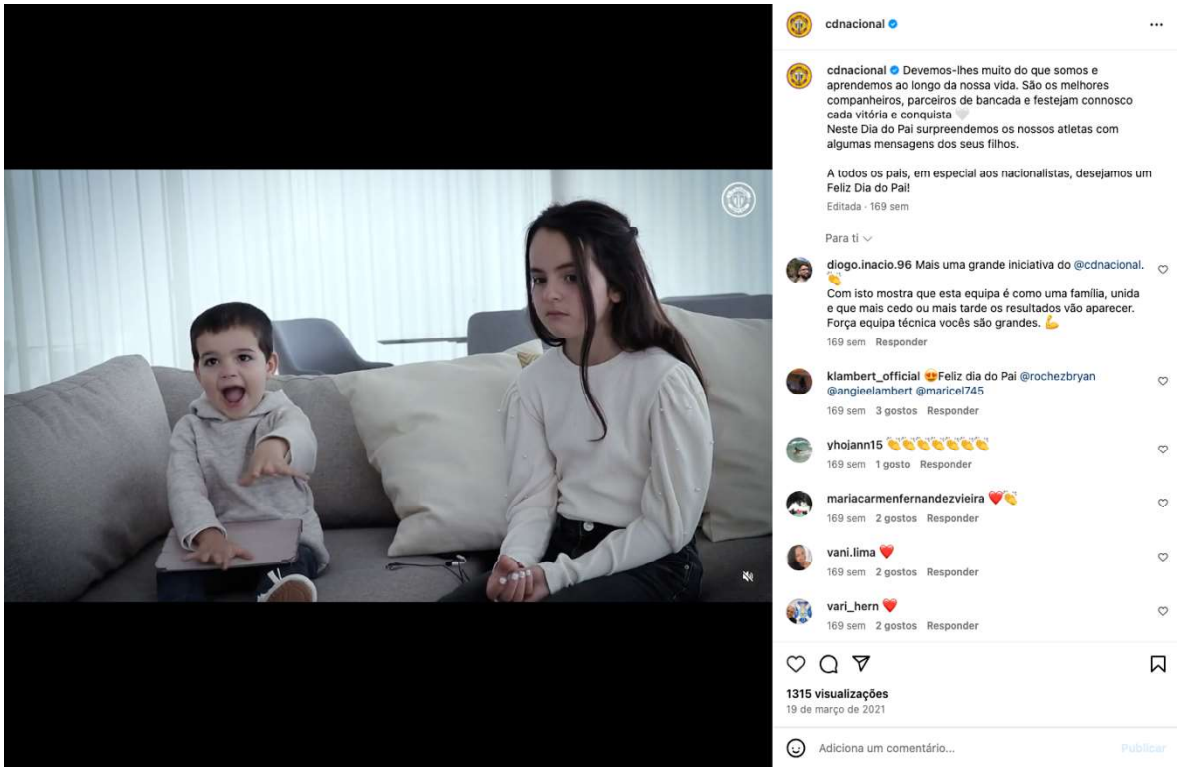
Post 518



Post 519



Post 520



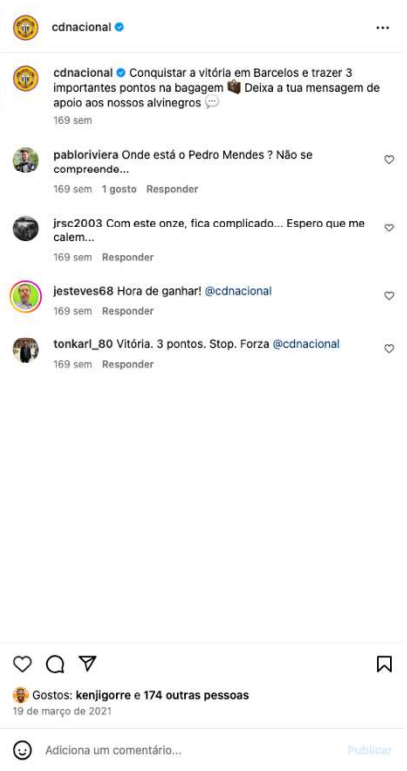
Post 521





Post 522





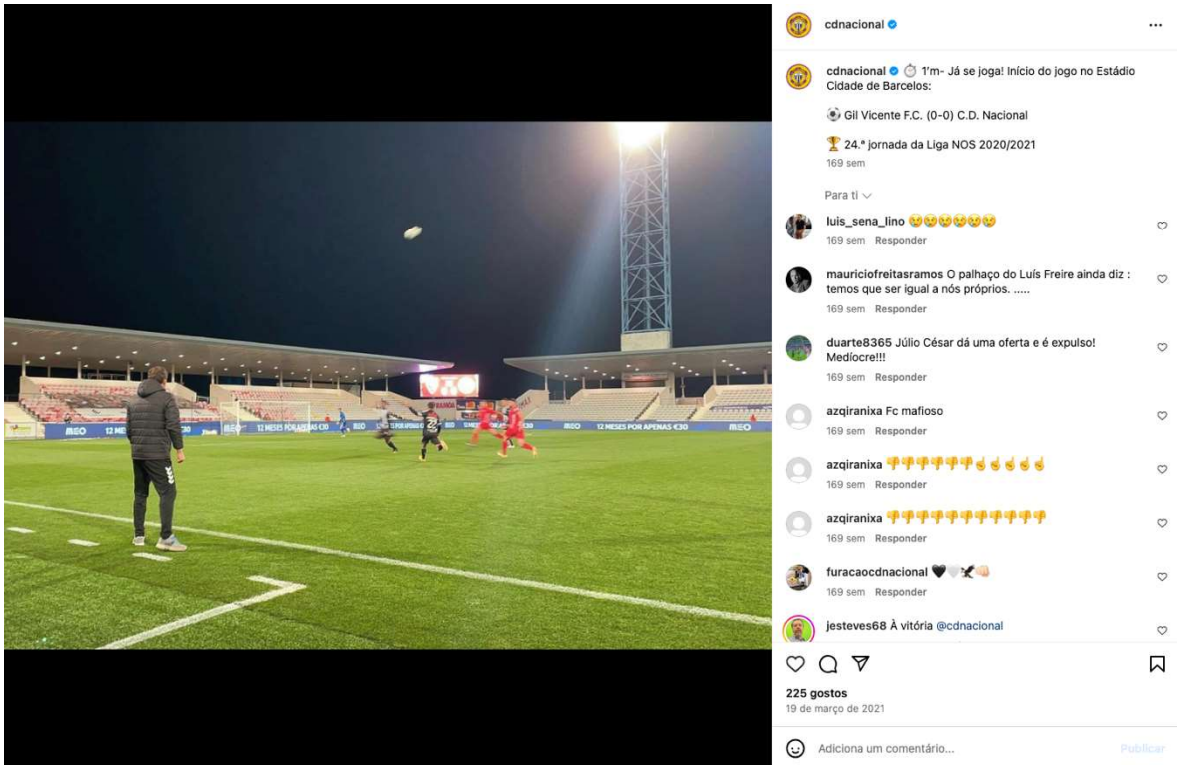
Post 523



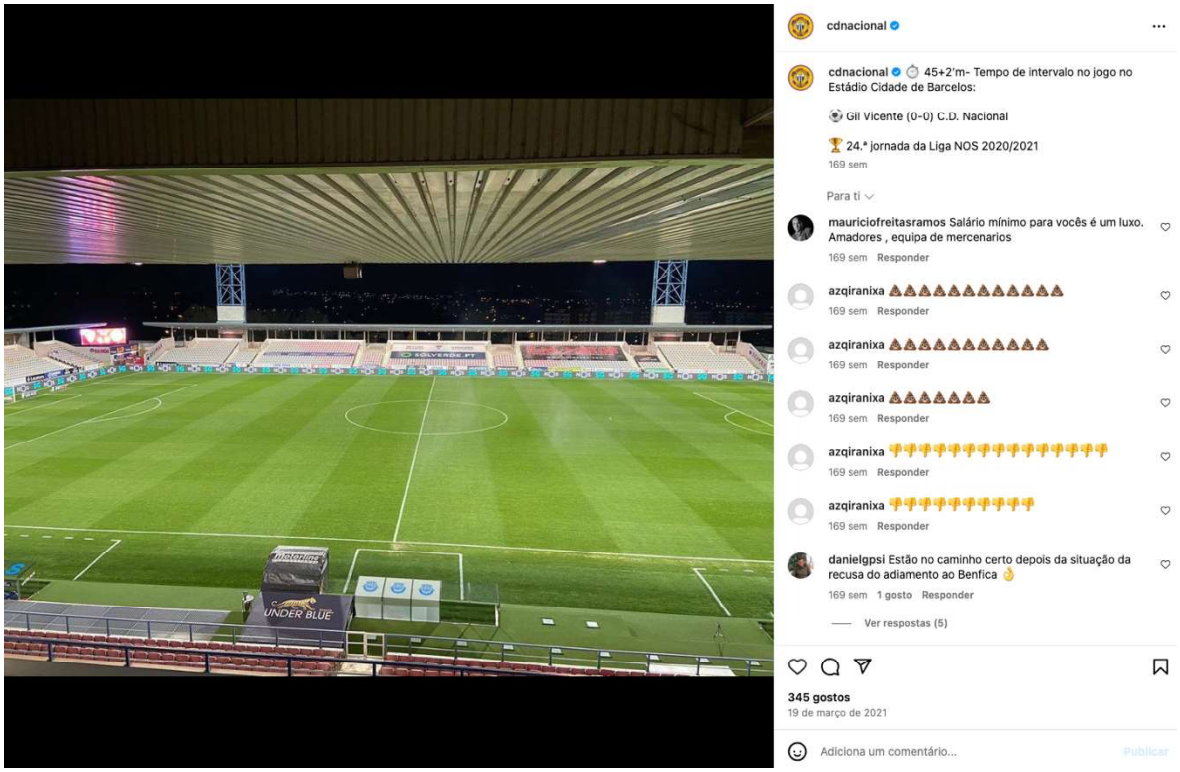
Post 524



Post 525



Post 526



Post 527



cdnacional

cdnacional 90+5'm- Resultado final no jogo no Estádio Cidade de Barcelos:

Gil Vicente F.C. (2-0) C.D. Nacional

24.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

169 sem

Para ti

dancklersilva

169 sem Responder

jrsc2003 Devolvam o Nosso Nacional. Estão a nós conduzir para a 3ª descida seguida da primeira liga pá segunda... Algo se passa dentro do clube, e os sócios não sabem de nada.. E preciso mudança. O Freire já devia ter saído logo DPS do apito final no derby, se não já antes. Ganhem tomates e arranjem alguem mais capaz para que possamos ainda ter esperança que isto não passa de um susto

169 sem Responder

marcojgoncalves Qualquer equipa de 1ª divisão que jogue com um defesa central como o Júlio César....arrisca-se a descer.

169 sem Responder

joaopmartins_tgr Ou muda a atitude ou em último ficamos

169 sem 2 gostos Responder

fg_00001234 Olá segunda liga outra vez

169 sem Responder

fg_00001234 OHMEUDEUSBRUHHH

169 sem Responder

2277 visualizações

19 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 528



cdnacional

cdnacional O Futebol Profissional em Portugal uniu-se para apelar à sensibilização para a importância do respeito pela raça, etnia ou religião de cada ser humano Afinal, as únicas cores que importam são as da camisola!

169 sem

ligaportugal #RacismoNÃO

169 sem 1 gosto Responder

candelaria21__ Joguem à bola, deixem de tretas!

169 sem 1 gosto Responder

furacaocdnacional A uma só voz, todos dizemos Não ao Racismo!

169 sem 1 gosto Responder

Ver respostas (1)

ruanrogerrr7 Ainda vou jogar nessa equipe !

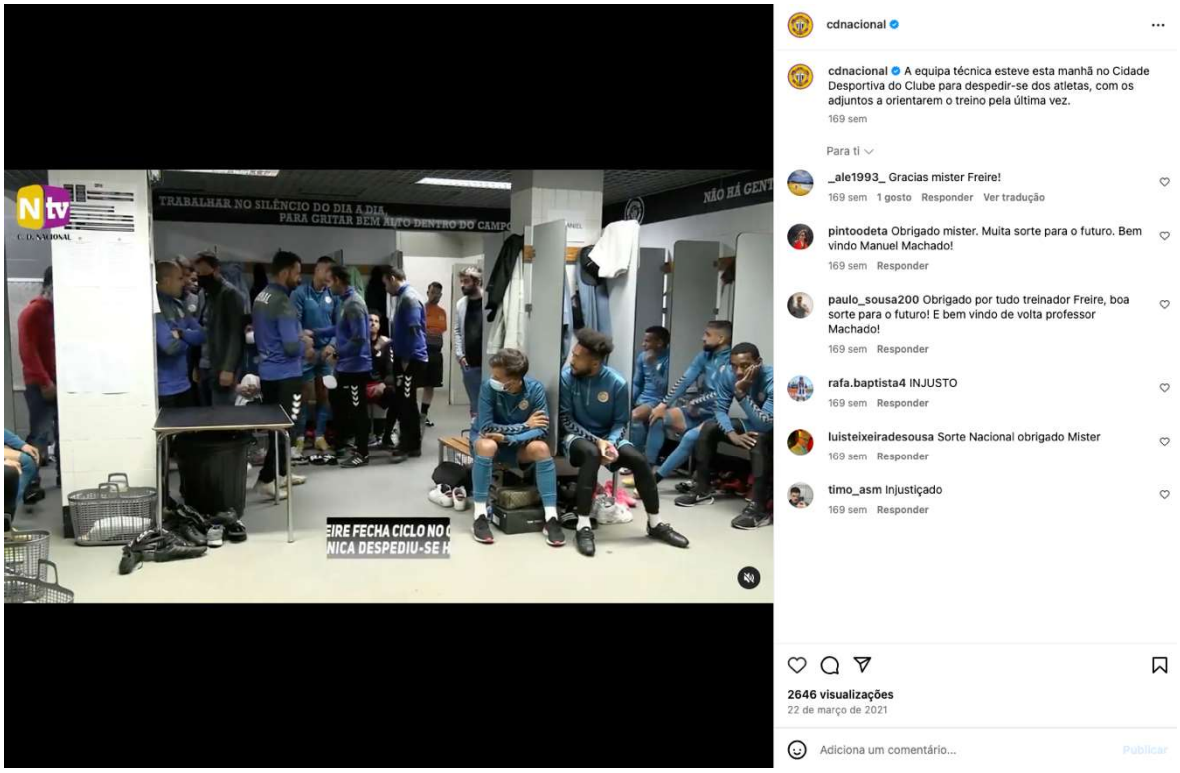
169 sem Responder

280 gostos

20 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 529



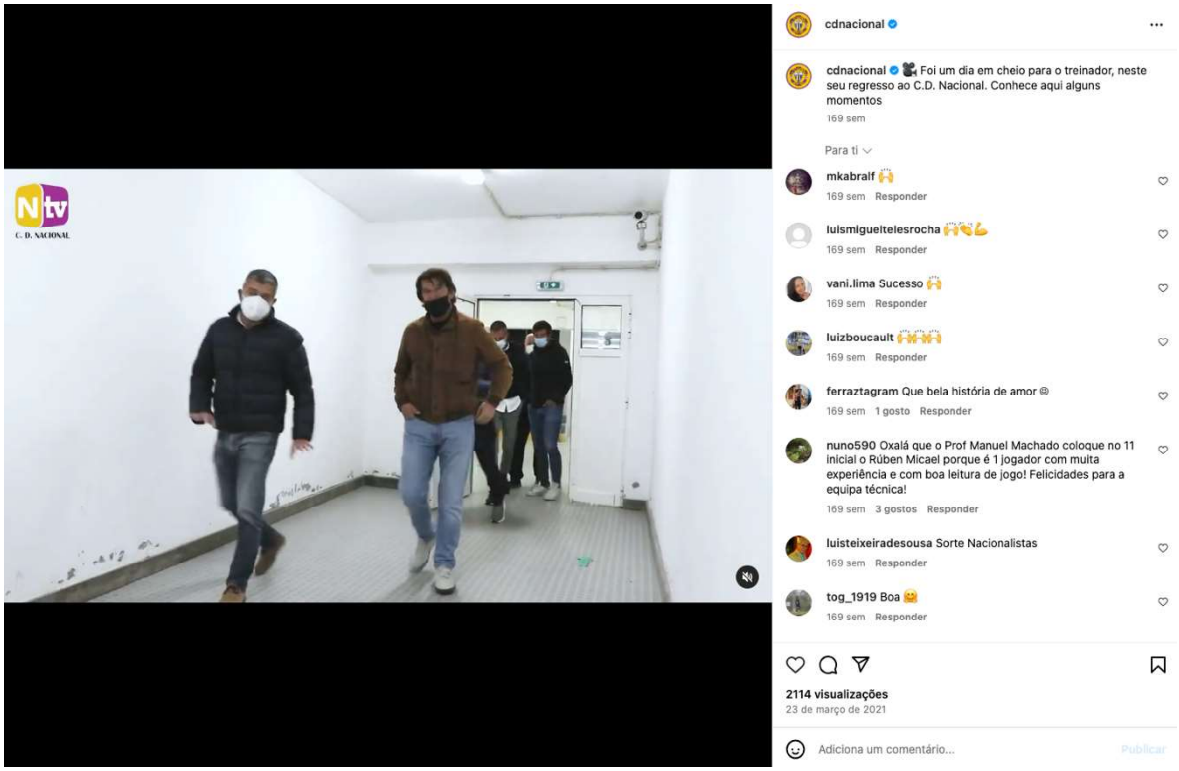
Post 530



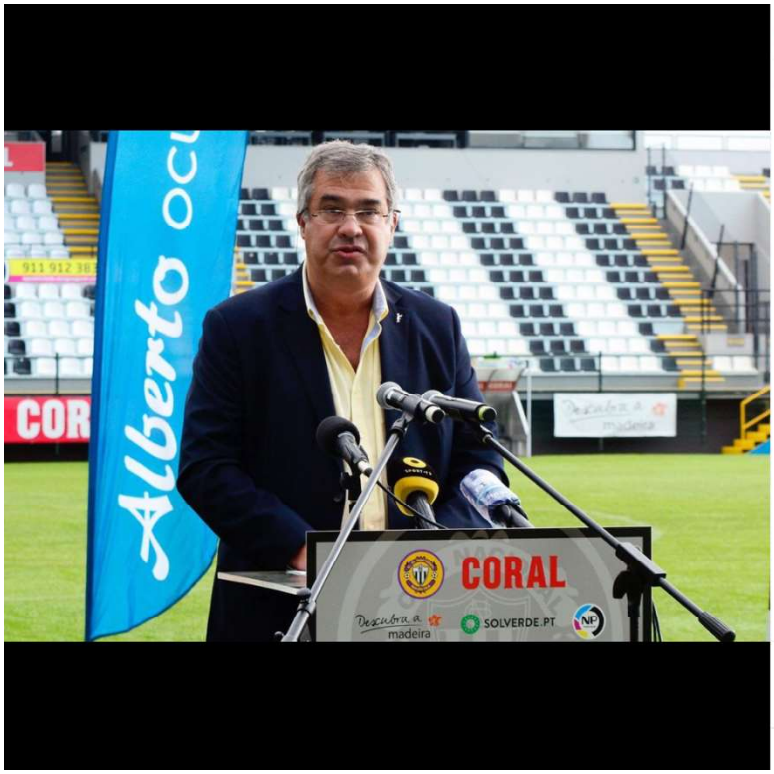
Post 531



Post 532



Post 533



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional "Olhar Alvi-negro" Há mais de 40 anos um grupo de adeptos juntou-se e criou o 'Grupo Os Alvi-negros', que debate e dedica-se a acompanhar o dia-a-dia do Clube. Esta semana temos um artigo escrito por Emanuel Drumond, atual presidente, que nos relata um pouco da história deste grupo de apoio ✍ Lê tudo em www.CDNacional.pt
169 sem

ricardojopestana Era bom que o Presidente dos Alvi-Negros conhecesse melhor a história do grupo
169 sem Responder

lucia.reis.92351
169 sem Responder

Gostos: **jandreabreu** e **255 outras pessoas**
24 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 534



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Plantel alvinegro cumpre sessão bidiária ✅
Editada · 169 sem

joaquimfernandes1968 Força aí Nacional e Grande Pedro Mendes vamos dar a volta à situação com muito trabalho e querer👏👏👏👏
168 sem Responder

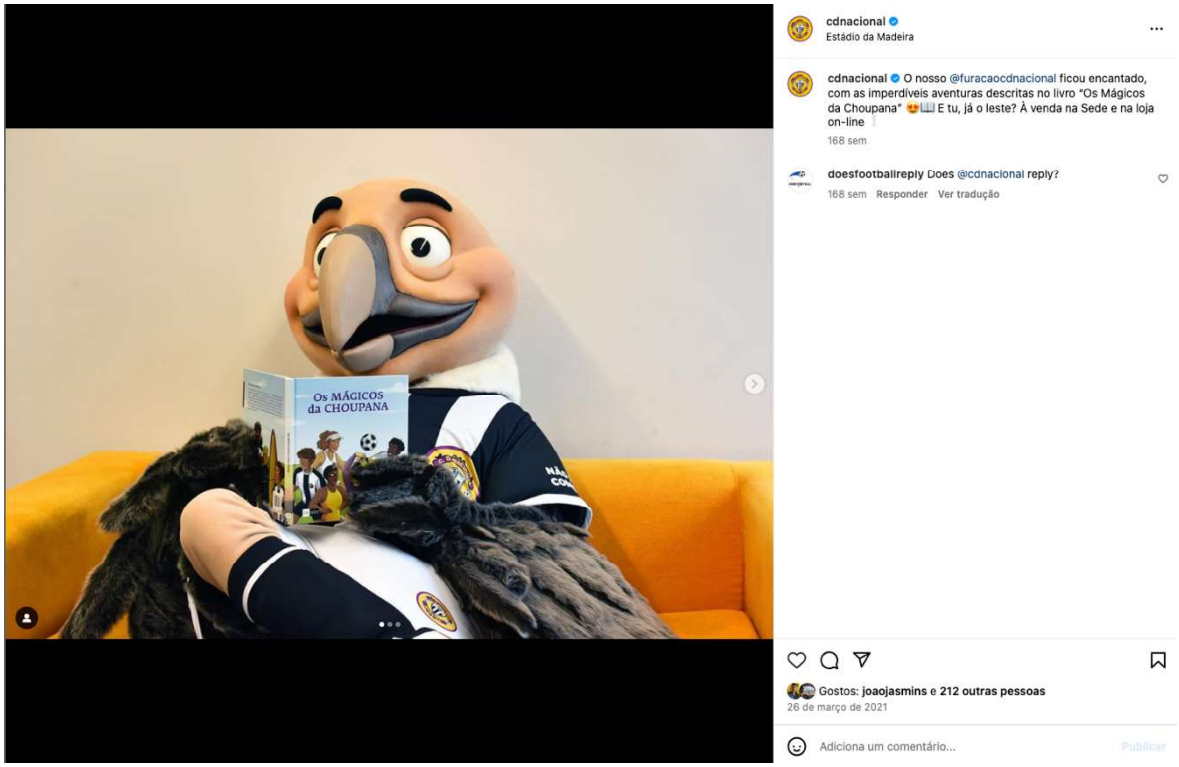
vitorrrrfaria Treinos Bi diários já há muito que não se fazia isso
169 sem Responder

ale1993 Trabajar duro y en serio!
169 sem Responder Ver tradução

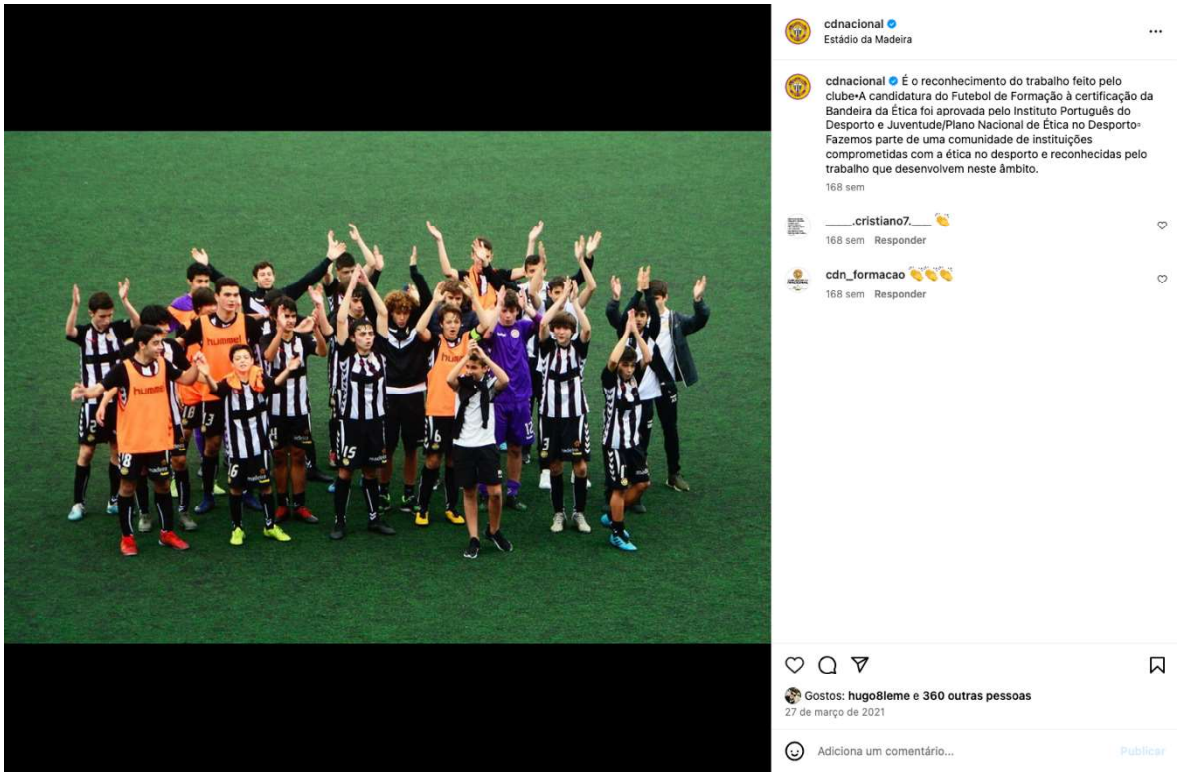
Gostos: **jandreabreu** e **521 outras pessoas**
25 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

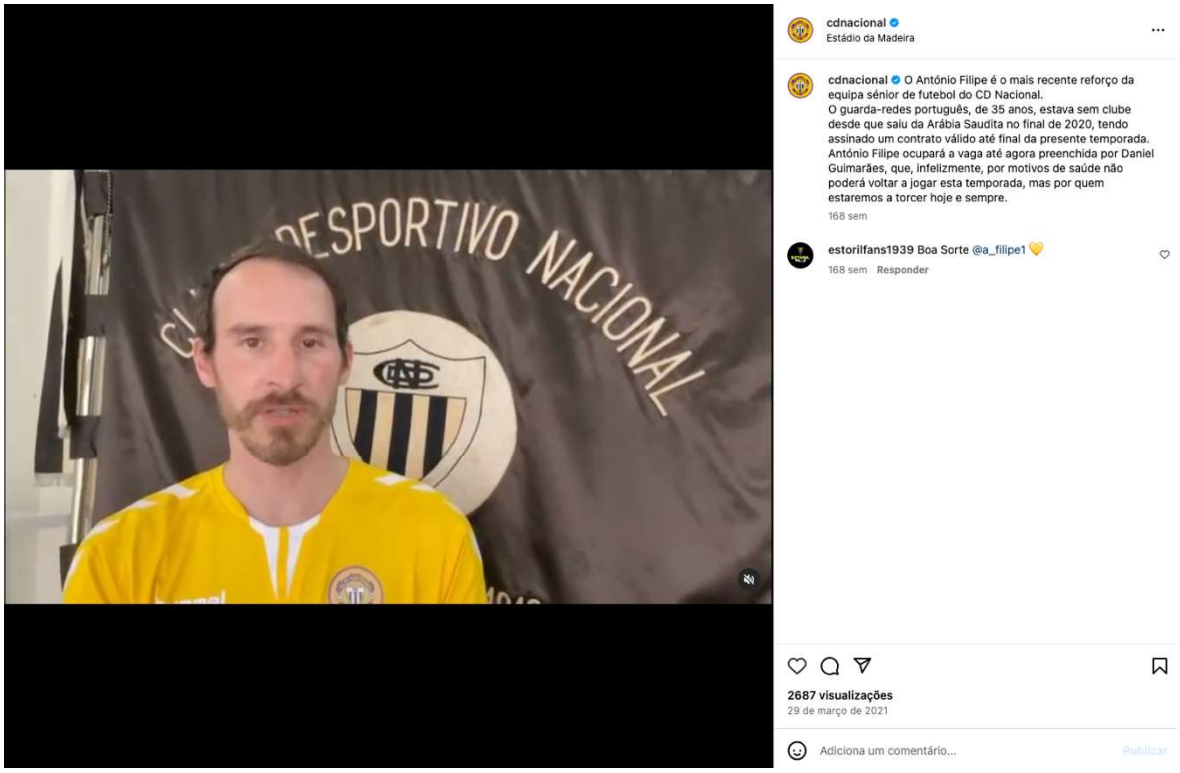
Post 535



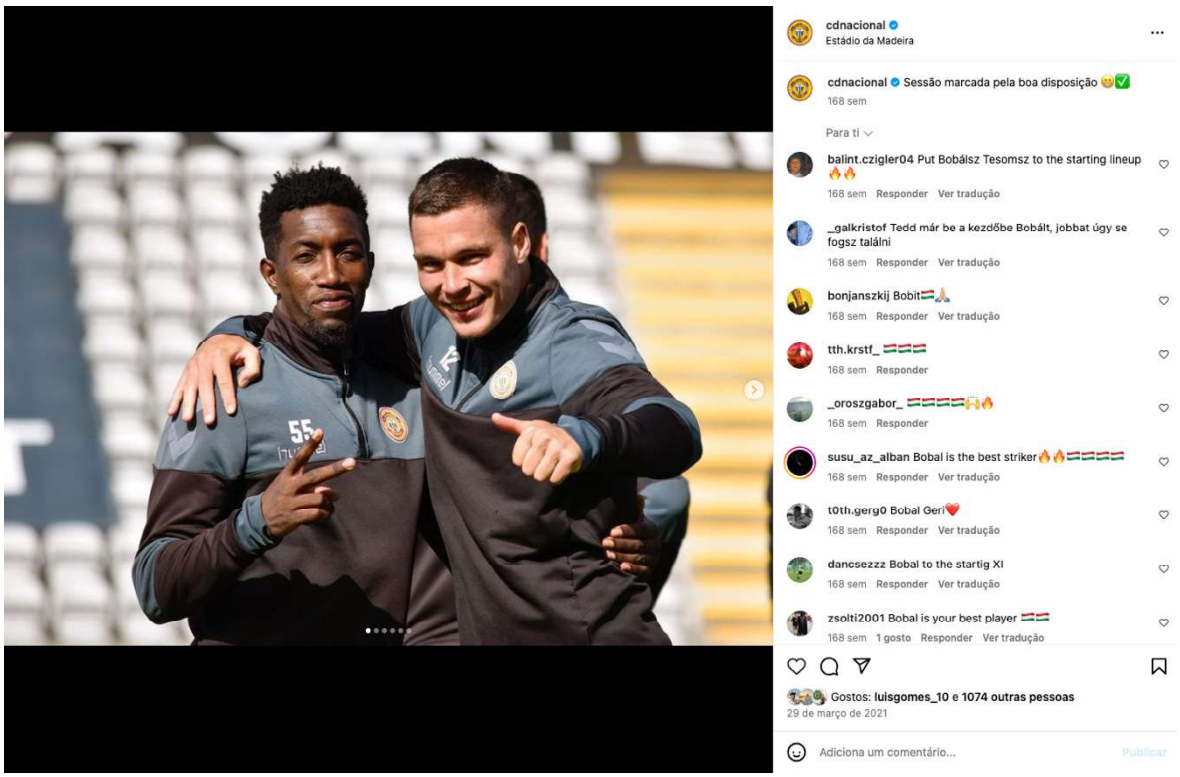
Post 536



Post 537



Post 538



Post 539



cdnacional

cdnacional Demonstrou a habitual segurança no meio-campo alvinegro em Barcelos Nuno Borges conquistou a eleição pelos adeptos do 'Prémio Homem do Jogo' frente ao Gil Vicente

168 sem

205 gostos

30 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 540



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Sem parar, na preparação para o Portimonense

168 sem

ewsport Bom treino a todos! A caminho de "E-W-S"

168 sem Responder

duarte8365

168 sem Responder

Gostos: **kenjigorre** e **394 outras pessoas**

31 de março de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 541



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🗣️ Manuel Machado antevê estreia diante do Portimonense: "Importante mas não decisivo"

📽️ Vídeo na íntegra em www.CDNacional.pt
168 sem

Para ti

craques_futebol_portugues__ Vai ser um jogo muito interessante e disputado
168 sem Responder

joaquimfernandes1968 Vamos ganhar e recuperar terreno,viva o Nacional e o Grande Pedro Mendes sempre 👏👏👏👏
168 sem Responder

ewsport O grande senhor treinador eloquente voltou! Felicidades
168 sem 1 gosto Responder

alyghazal ❤️❤️
168 sem 2 gostos Responder

Ver respostas (3)

nanditonandy Força equipa ,Pedro Mendes vai com tudo garra força determinação como sempre 😍
168 sem 2 gostos Responder

angelareismelim ❤️❤️❤️❤️
168 sem Responder

ale1993 🔥💣

Gostos: **maistabaco** e **357 outras pessoas**
1 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 542



cdnacional

cdnacional 🏟️ Ambição renovada no regresso à Liga NOS 👊 Vamos, à vitória!
168 sem

Para ti

jrsc2003 Vamossss Nacionallll
168 sem Responder

glmaario Sdv
168 sem Responder

joaosousa122 🔥👏
168 sem Responder

ale1993 Vamos 🔥
168 sem Responder

jorgeandrade81 Vamos Nacional!
168 sem Responder

rgouveiamusic Bora!!!! 🙌
168 sem Responder

sergionunogomesferreira Vamos 👍✌️
168 sem Responder

uchenna_890 😍
168 sem Responder

Gostos: **luisgomes_10** e **238 outras pessoas**
1 de abril de 2021

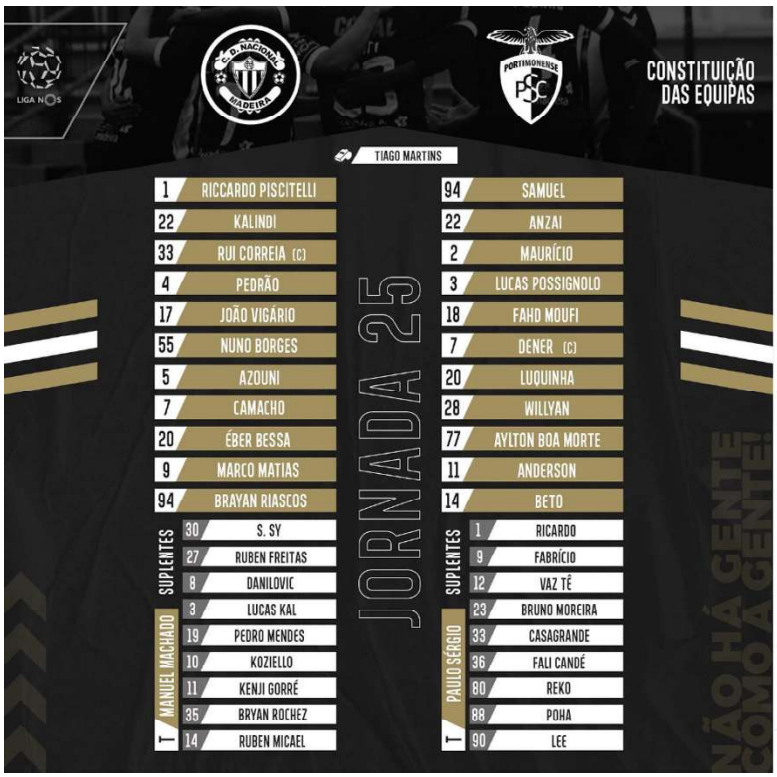
Adiciona um comentário... Publicar

Post 543



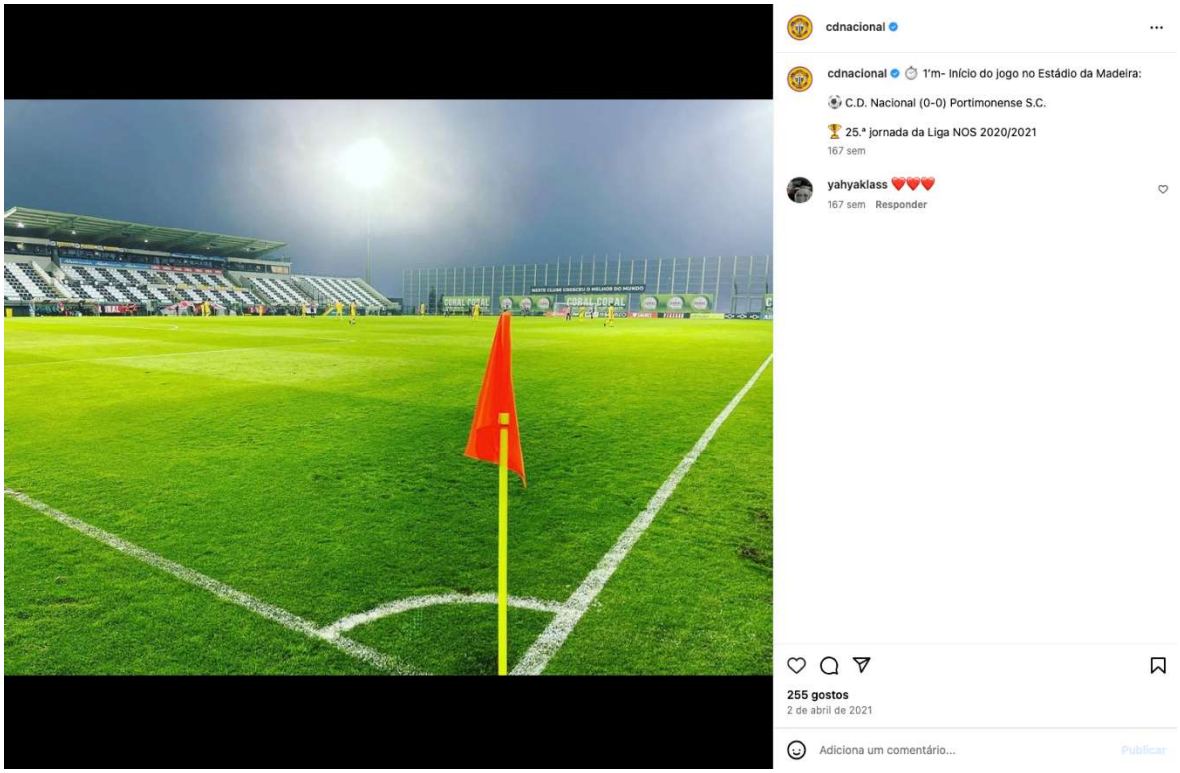


Post 544

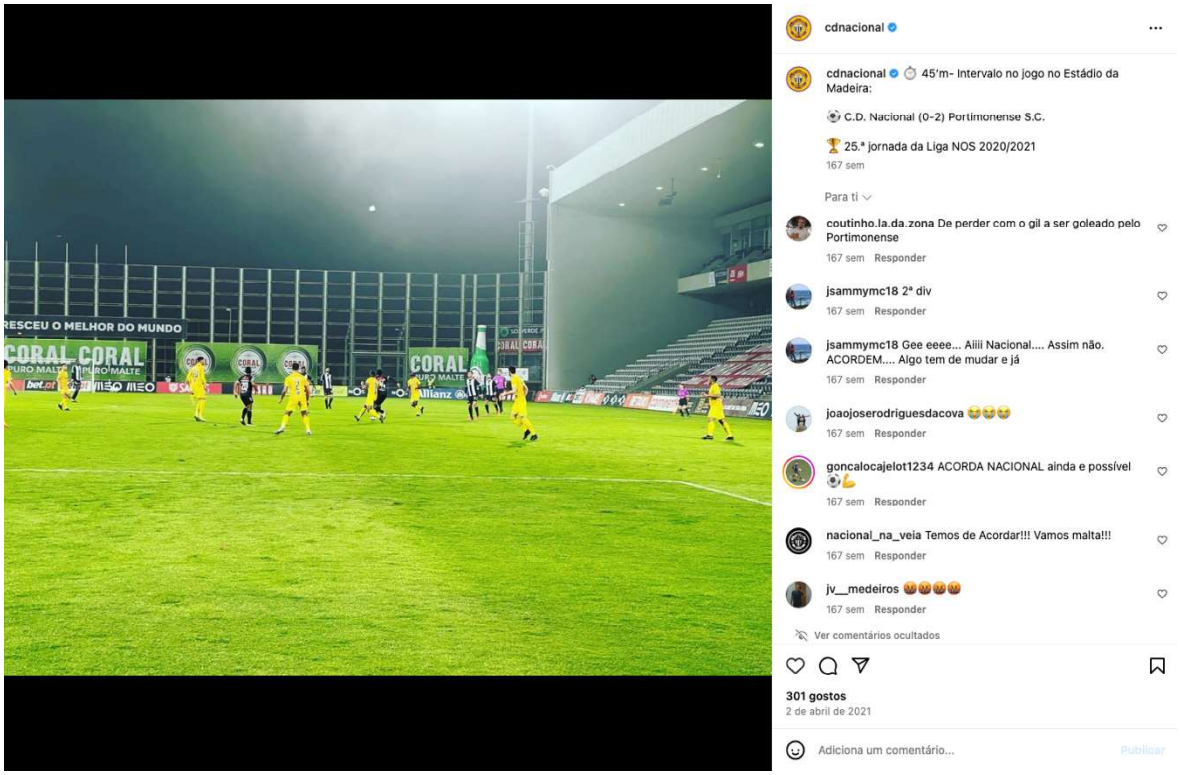




Post 545



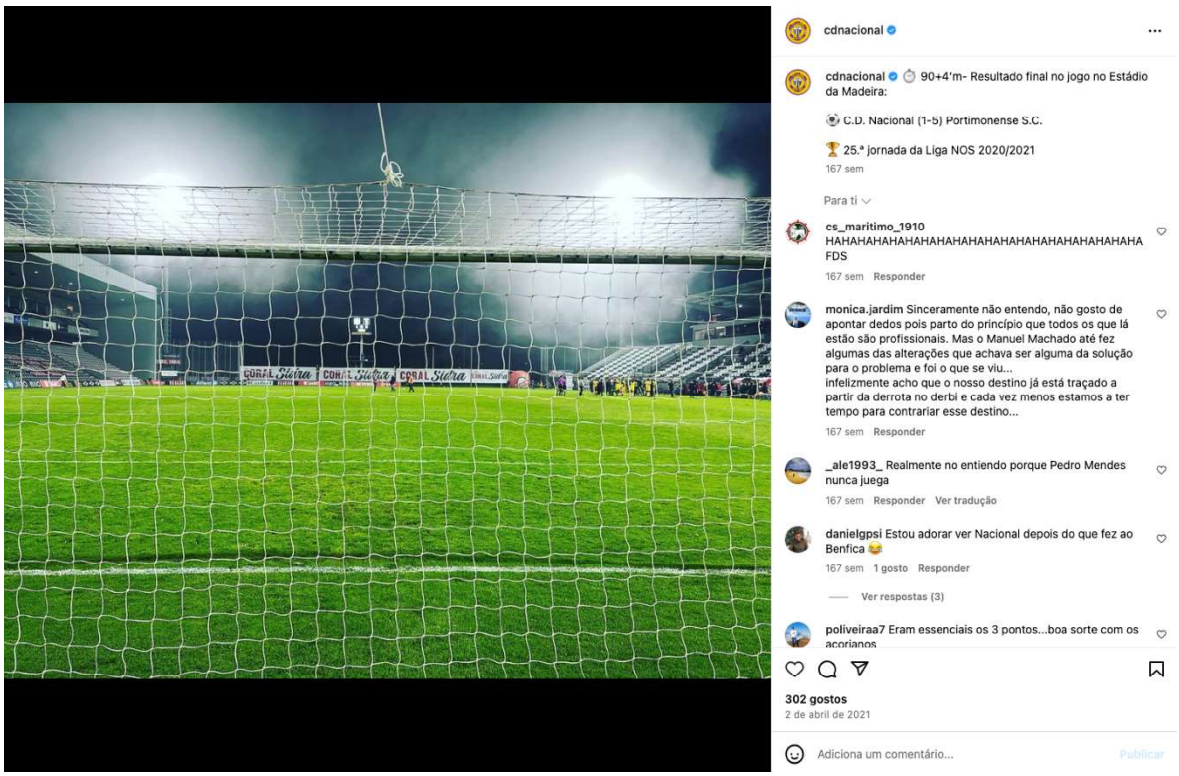
Post 546



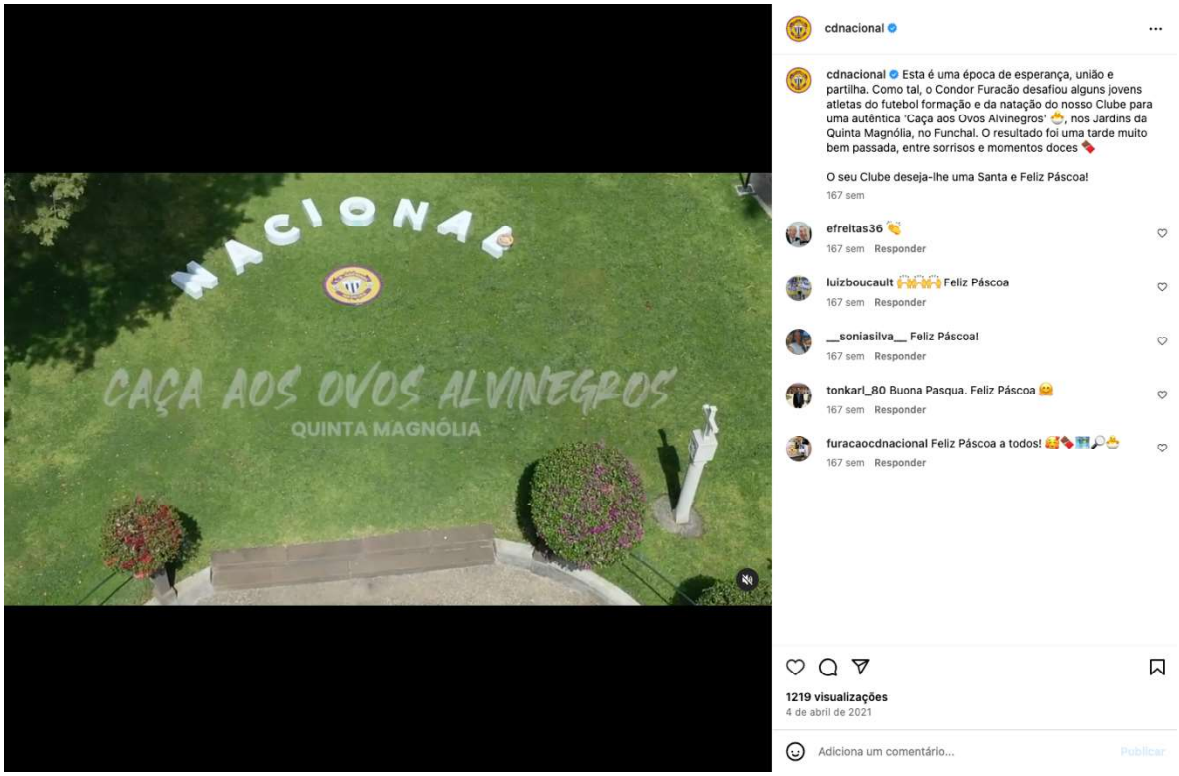
Post 547



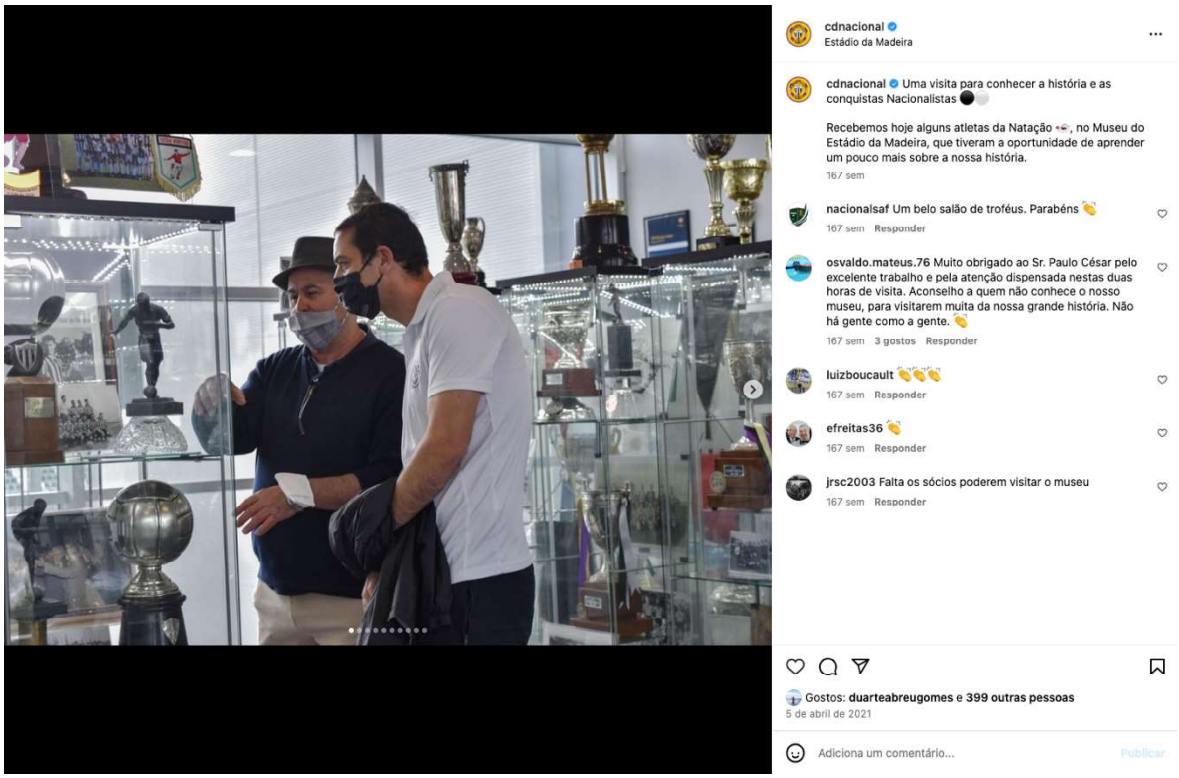
Post 548


cdnacional
cdnacional 90+4'm- Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:
C.D. Nacional (1-5) Portimonense S.C.
25.ª jornada da Liga NOS 2020/2021
167 sem
Para ti
cs_maritimo_1910 HAHAHAH

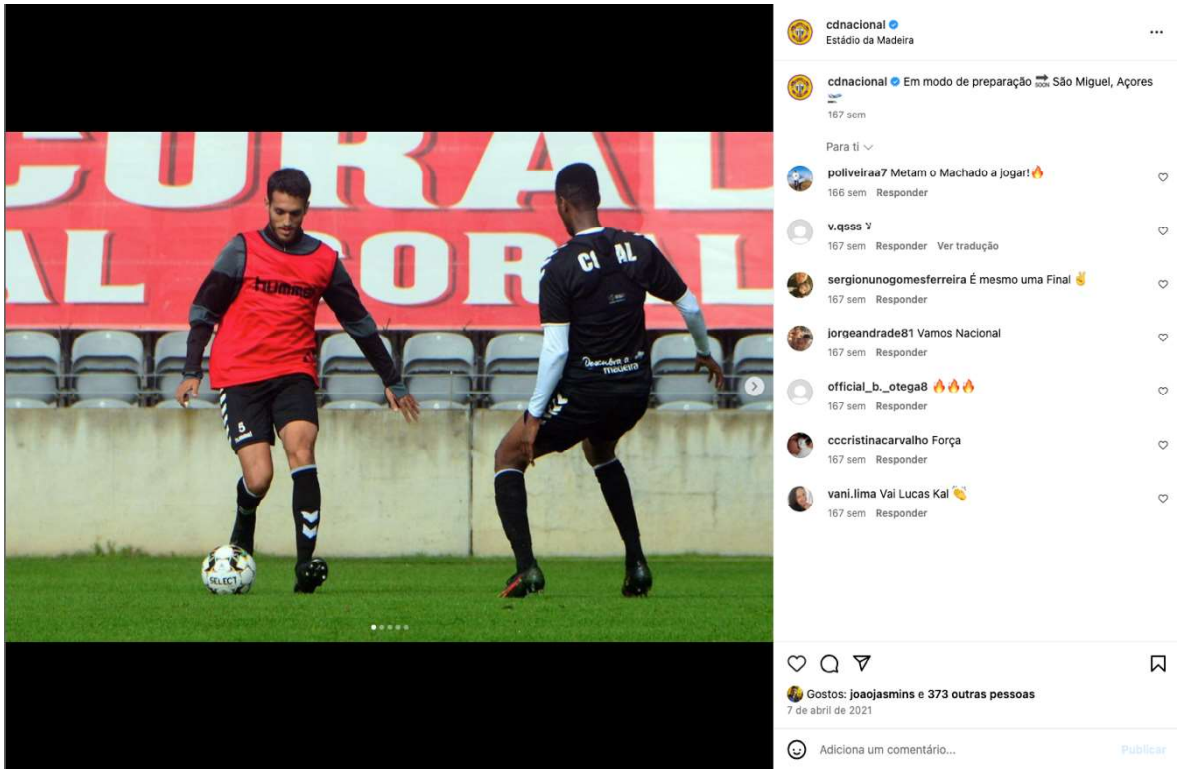
Post 549



Post 550



Post 551



Post 552



Post 553



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🗣️ Manuel Machado otimista para deslocação aos Açores: "Acredito num bom resultado"

📽️ Vídeo na íntegra em www.CDNacional.pt
167 sem

Para ti

_tomas_guerschman_ Estão a espera de um bom resultado "5-1"
166 sem Responder

pabloriviera Mete o pedro Mendes professor!!!
166 sem Responder

jorgeandrade81 Vamos Nacional!
166 sem 1 gosto Responder

jsammymc18 Papa
166 sem Responder

jsammymc18 T de ser desta... Senão...
166 sem Responder

joaopfmsousa Espero que um bom resultado não seja um empate. Temos de jogar pra ganhar. Temos de ter raça e acreditar até ao fim. Se o conseguirem fazer estão a honrar a linda camisola que vestem.⚫⚪
166 sem Responder

sergionunogomesferreira Podemos não ser mais fortes mas temos que ser mais espertos, inteligente, manhosos no sentido sério da palavra
166 sem Responder

Gostos: **jandreabreu** e **217 outras pessoas**
9 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 554



cdnacional

cdnacional 🏆⚽ Passatempo - Glória do Clube
Ganha uma aposta grátis de 25€ com a tua resposta!

Um lateral-direito com mais de 250 jogos pelo Nacional e um capitão mítico do nosso clube, até 2011. De quem falamos?

Para participar apenas tens que:

👉 Seguir-nos e também à @solverde.pt
👉 Comentar com a tua resposta sobre quem é a glória de que falamos.

Participa até ao fim do dia 14 de Abril de 2021. A Solverde.pt irá atribuir a oferta dia 15 de Abril de 2021!

Consulta os termos e condições desta oferta no Facebook da Solverde.pt, na publicação referente a este passatempo!
166 sem

Para ti

_o_paulo_andre Bruno Patacas
166 sem Responder

matarobalos Bruno Patacas
166 sem Responder

joanagaspr Bruno patacas
166 sem Responder

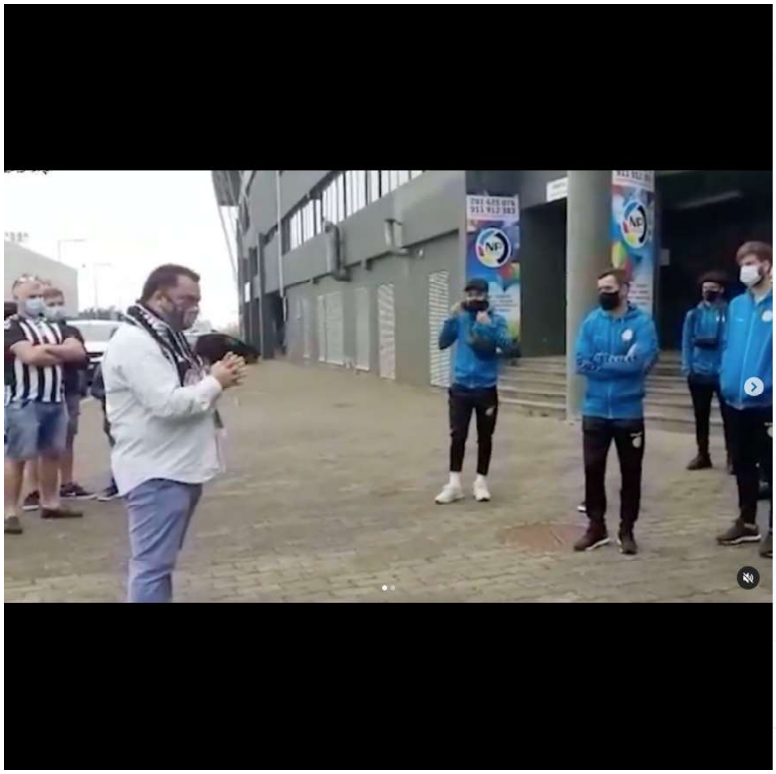
andrefscampos_ Patacas
166 sem Responder

janico98 Bruno Patacas
166 sem Responder

161 gostos
10 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 555



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Antes da viagem para os Açores, os adeptos alvinegros fizeram questão de manifestar o seu apoio e confiança à nossa equipa. Todos juntos vamos superar esta fase!

Não há gente como a gente! ■■

166 sem

Para ti

filipe.costa.58511276 👏
166 sem Responder

__soniasilva__ 🤍🖤
166 sem Responder

duarteabreugomes ⚫⚪⚫⚪
166 sem 1 gosto Responder

nelson.rosado99 Força Nacional 👏💪⚪⚫❤
166 sem Responder

luizboucault 👏👏👏
166 sem Responder

jorgeandrade81 Muito bem Eduardo! Vamos Nacional!
166 sem Responder

sofialobo_2004 força CDN
166 sem Responder

_scatarinacosta Orgulho fazer parte desta família! Orgulho por ter feito parte deste apoio na partida para os Açores! Juntos somos mais fortes e o nosso apoio incondicional está

Gostos: **maneltrindade1** e **935 outras pessoas**
10 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 556



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio de São Miguel:

⚽ C.D. Santa Clara (vs) C.D. Nacional

🏆 26.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

166 sem

marcojgoncalves Mas que onze é este?!?!?!
166 sem Responder

joaquimfernandes1968 Com Pedro Mendes de fora é derrota pela certa, é tudo mais do mesmo enfim
166 sem Responder

viitorjesus Que onze é este?!?!? Meu Deus, já fomos....
166 sem Responder

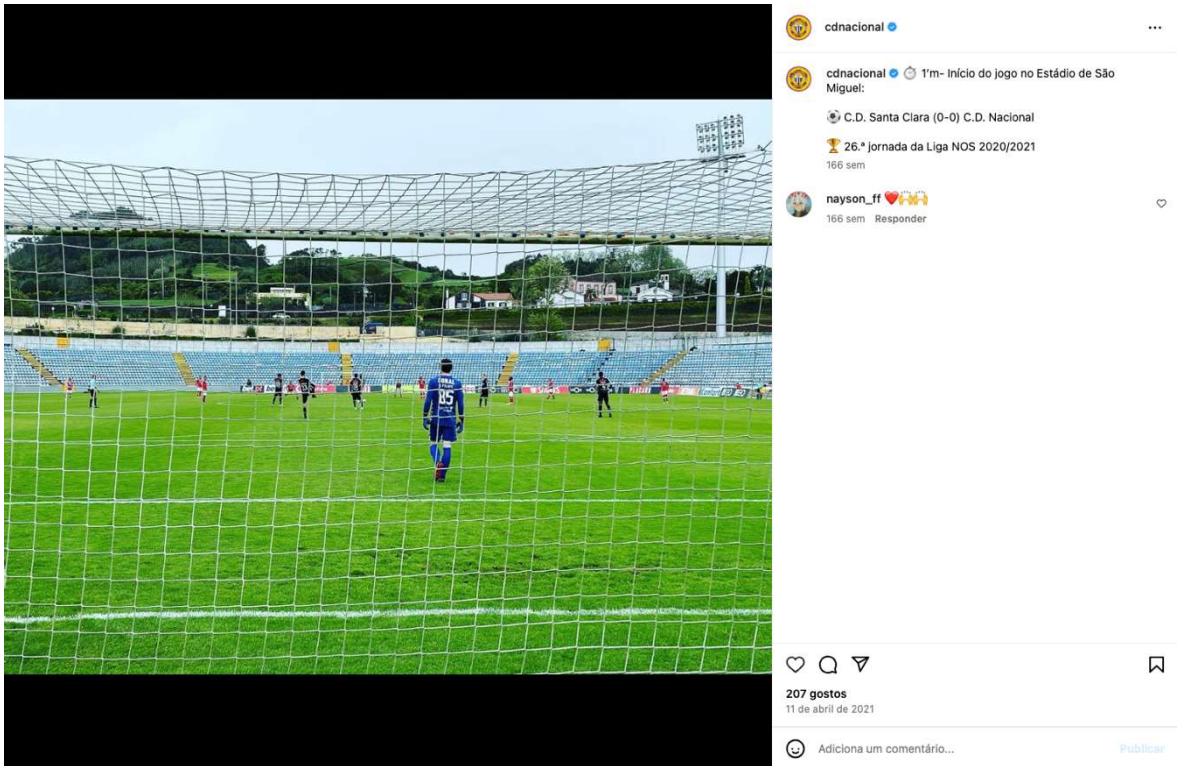
anapaula6571 👏❤
166 sem Responder

andre_jesus21 Sem Riascos e sem o Camacho.. O Machadinho quer mesmo que o Nacional desce novamente de divisão.. Impressionante!
166 sem Responder

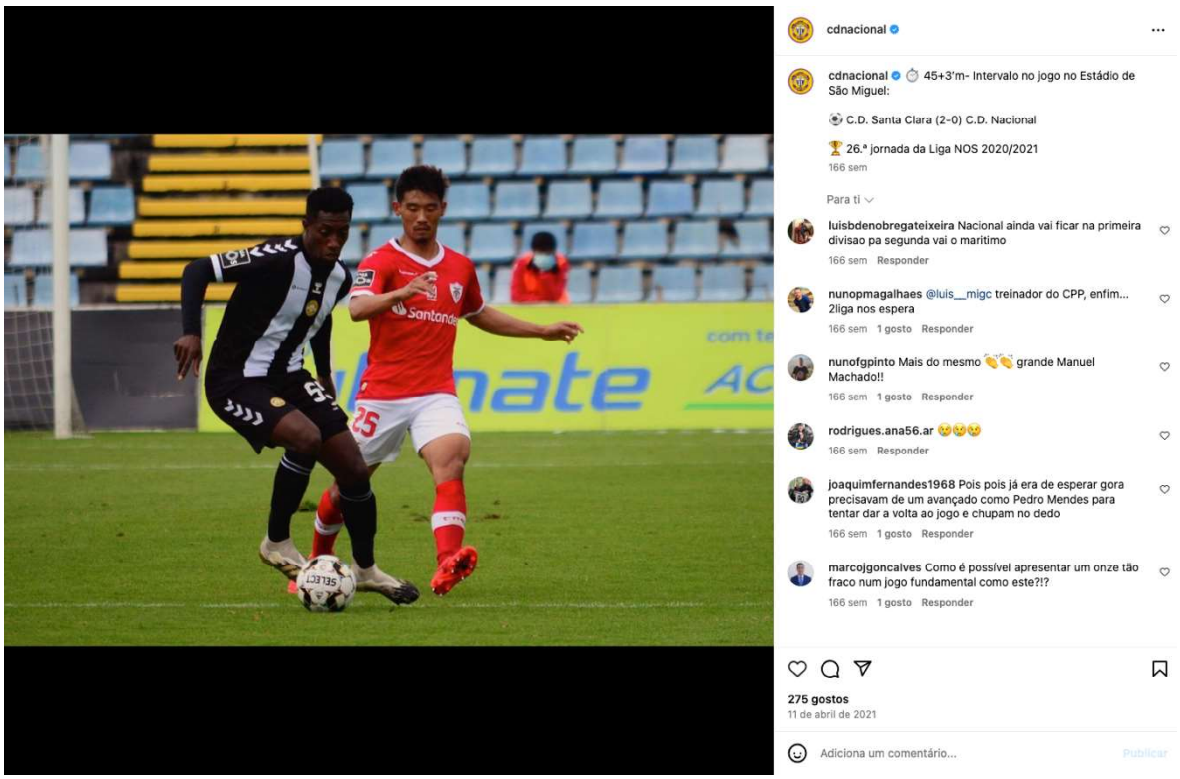
245 gostos
11 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

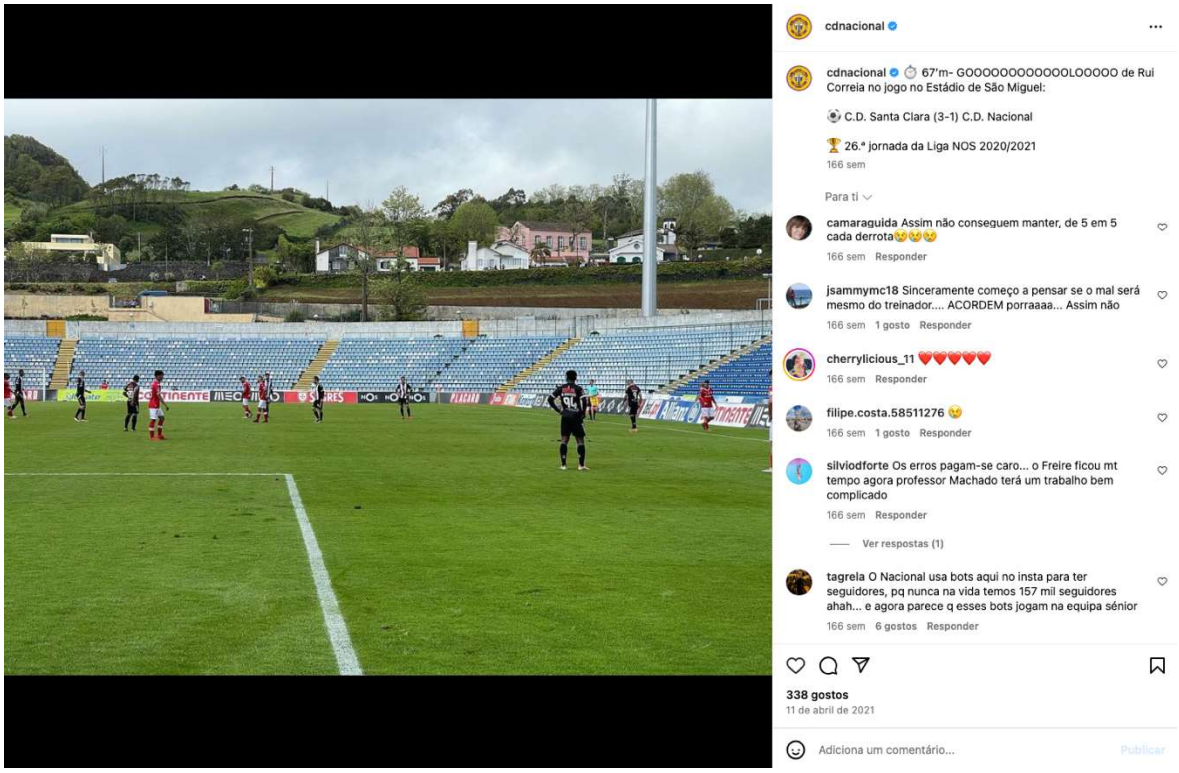
Post 557



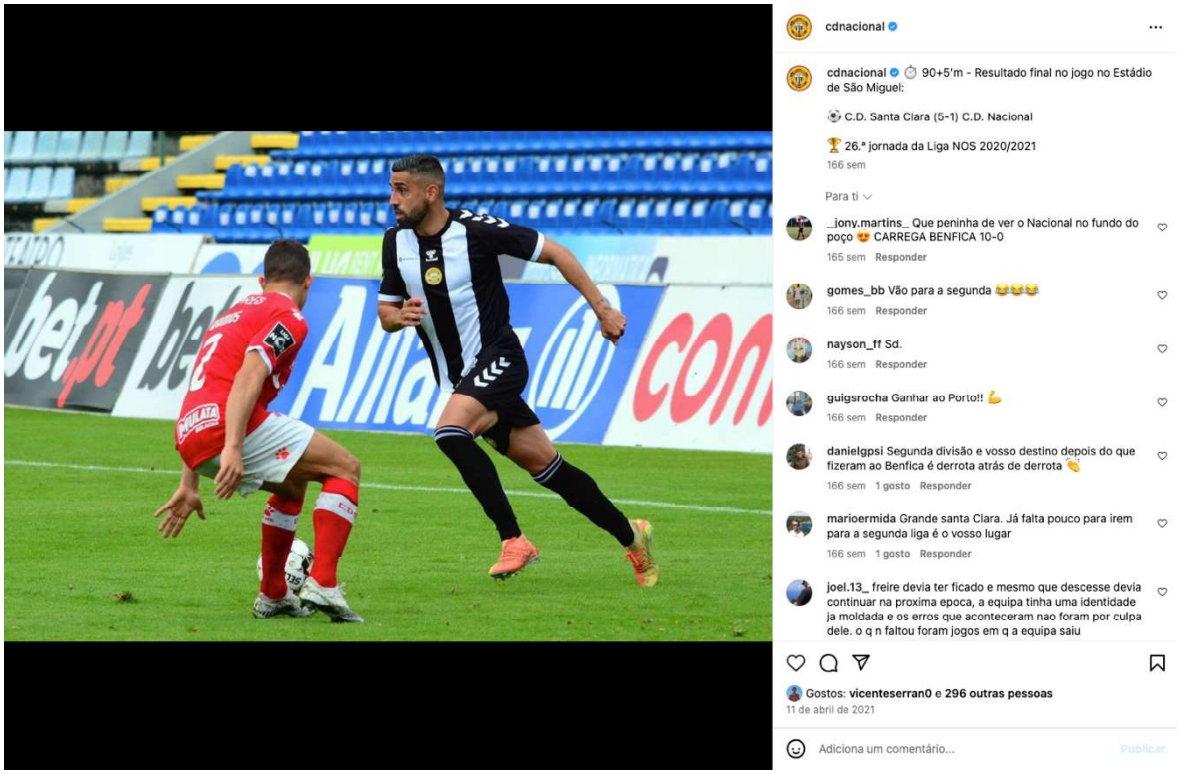
Post 558



Post 559



Post 560



Post 561



Post 562



Post 563



cdnacional

cdnacional A arte na Ginástica Artística Nacionalista 🤸

Neste Dia Mundial da Arte, recordamos o Movimento Bezugo executado pelo ginasta nacionalista Filipe Bezugo durante o Mundial de Tiangin (China), em 1999. Passados dez anos, a Federação Internacional de Ginástica passou a designar este exercício como 'Movimento Bezugo', um movimento de nota máxima de dificuldade na modalidade 🤸

166 sem

jorgeandrade81 Grande Bezugo!❤️

166 sem 1 gosto Responder

Ver comentários ocultados

1259 visualizações

15 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 564



cdnacional

cdnacional De volta a casa e com um jogo grande ➡️ O próximo embate é já este domingo com o FC Porto 👊 Deixa a tua mensagem de apoio aos nossos alvinegros 💬

165 sem

mcsousa4646 Bora Nacional, é para acabar com os tripeiros... Honrem a história do clube e ganhem 3 pontos hj

165 sem 1 gosto Responder

manel.canelas FORCA NACIONAL, DESTRUAM O PORTO💪💪

165 sem 1 gosto Responder

pspsocceragency Greetings from Miami, Florida! Let's go CD Nacional @rochezbryan 🙌🔥A romperla!

165 sem 2 gostos Responder Ver tradução

joaquimfernandes1968 Vamos acreditar na vitória equipa, se o Pedro Mendes jogar vai marcar e nos dar uma alegria 👏👏👏👏

165 sem 2 gostos Responder

Gostos: jandreabreu e 179 outras pessoas

17 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 565



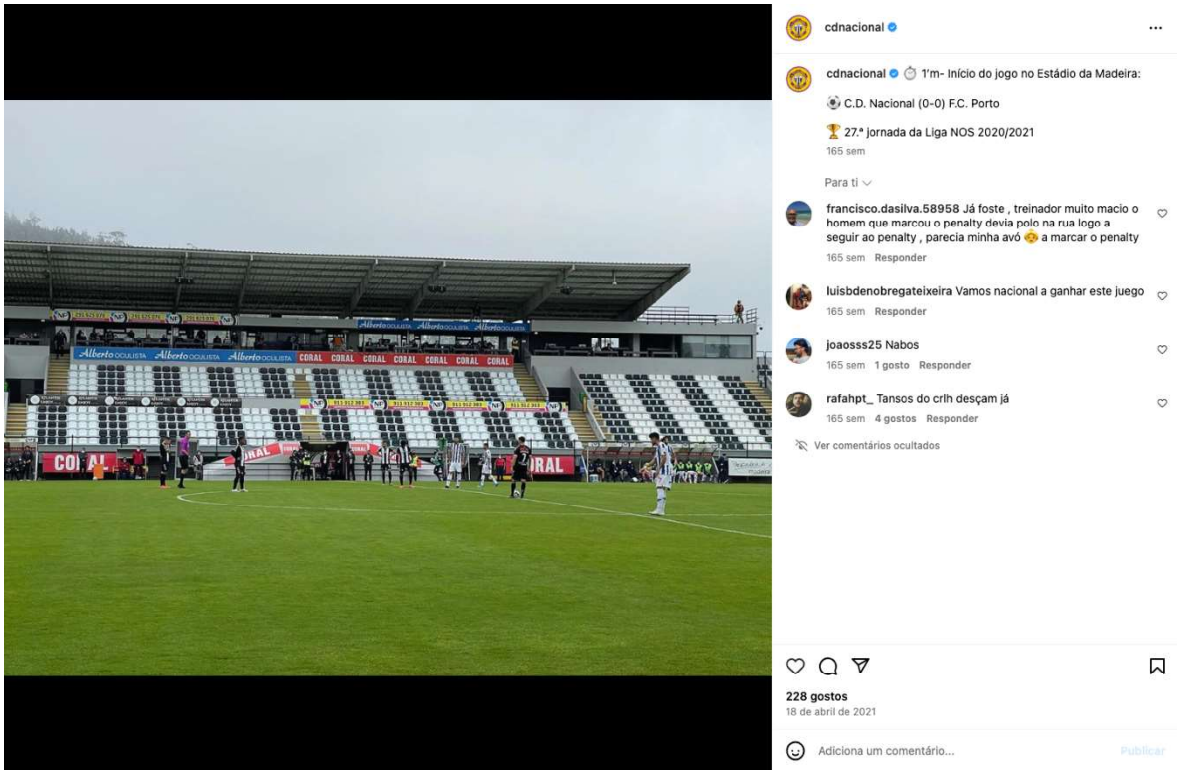


Post 566

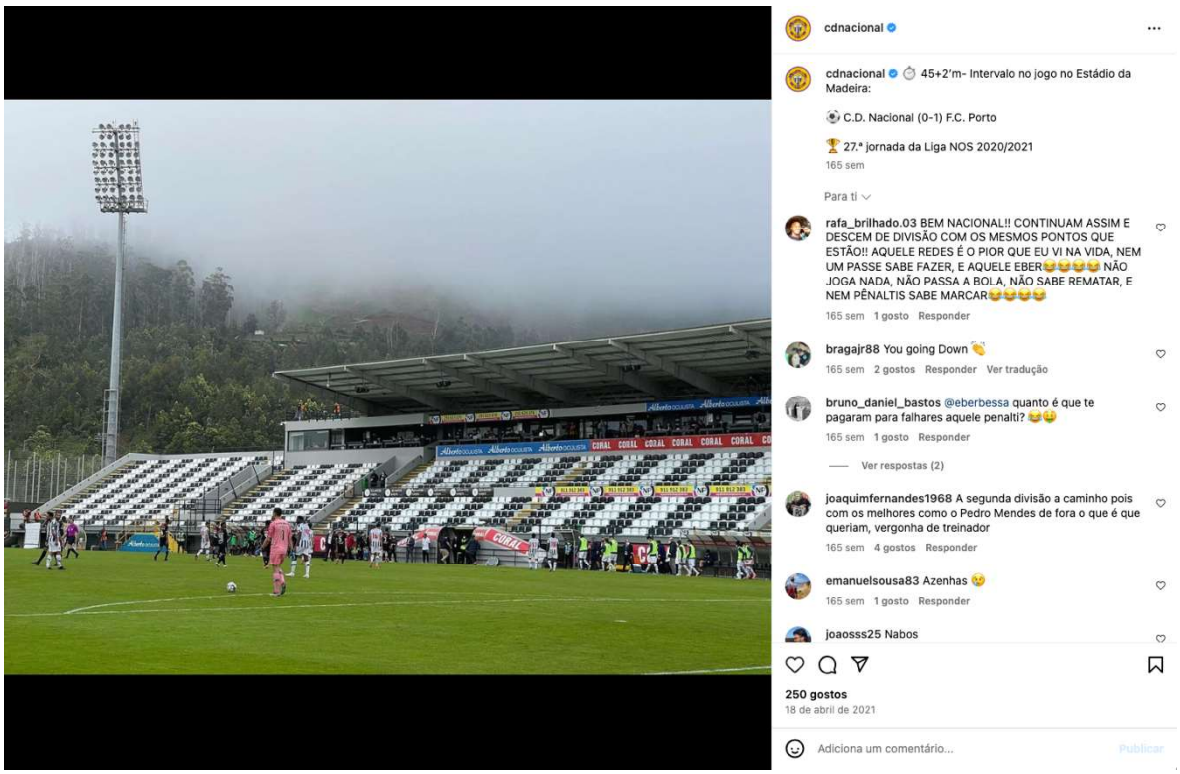




Post 567



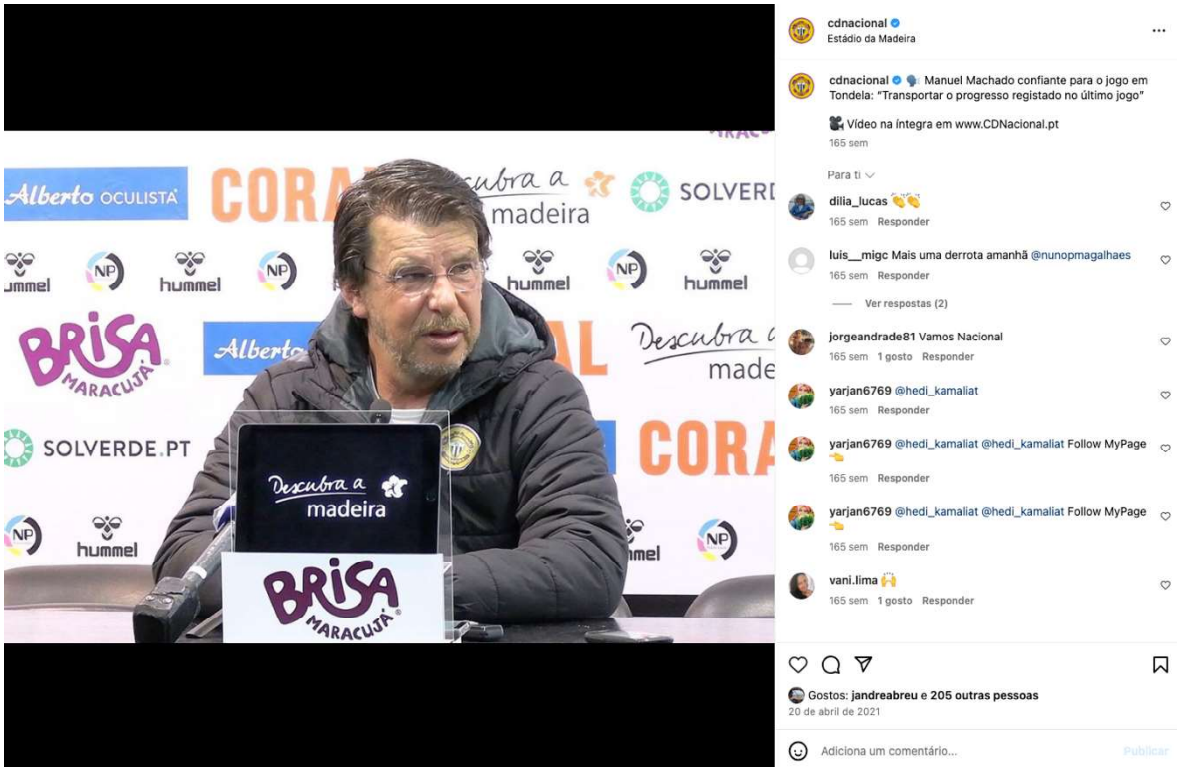
Post 568



Post 569



Post 570



Post 571



Post 572

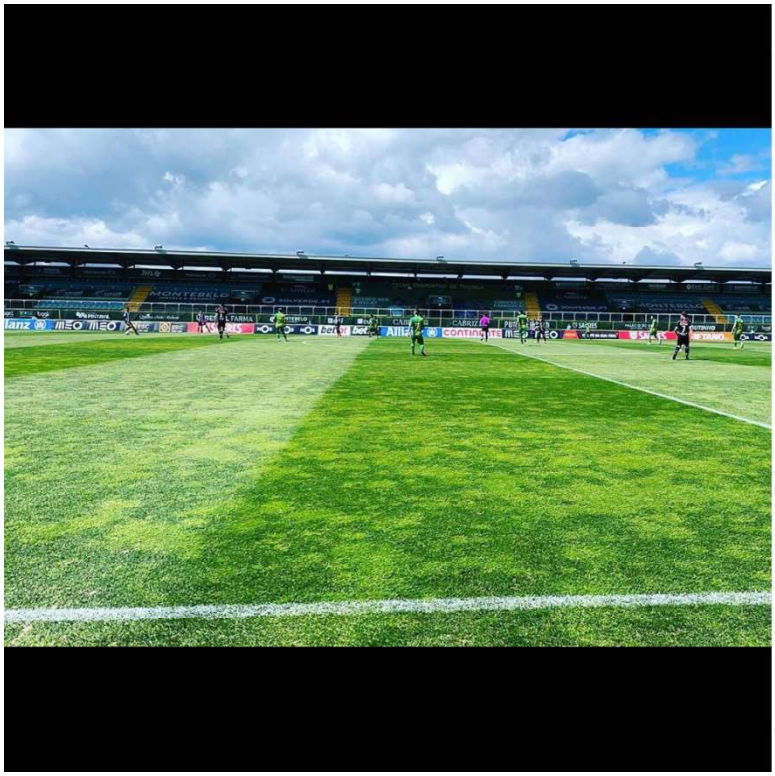


Post 573



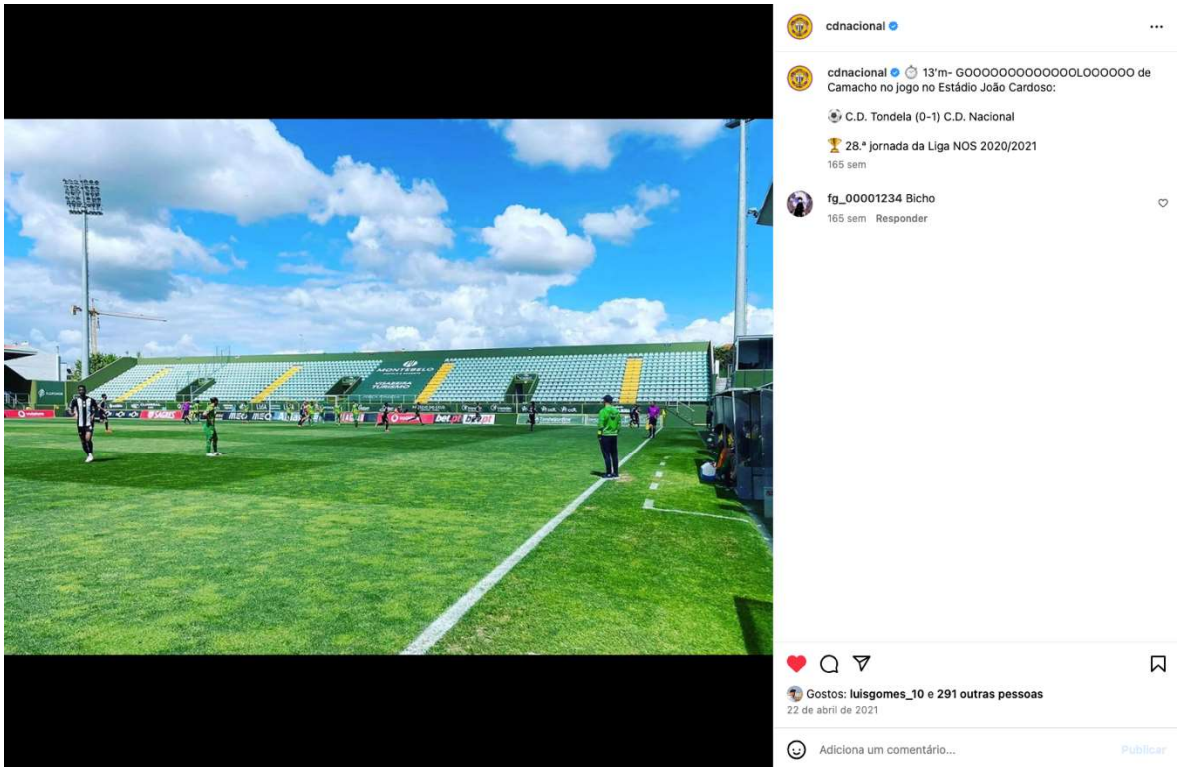


Post 574

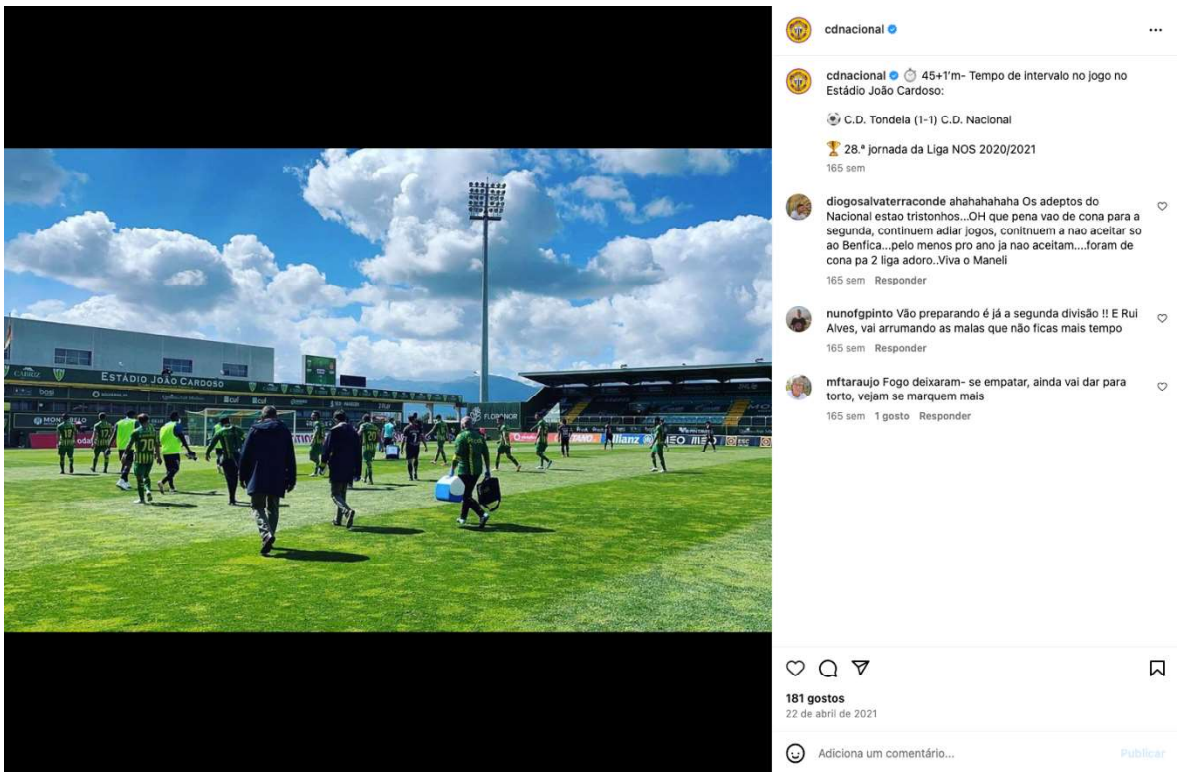




Post 575



Post 576

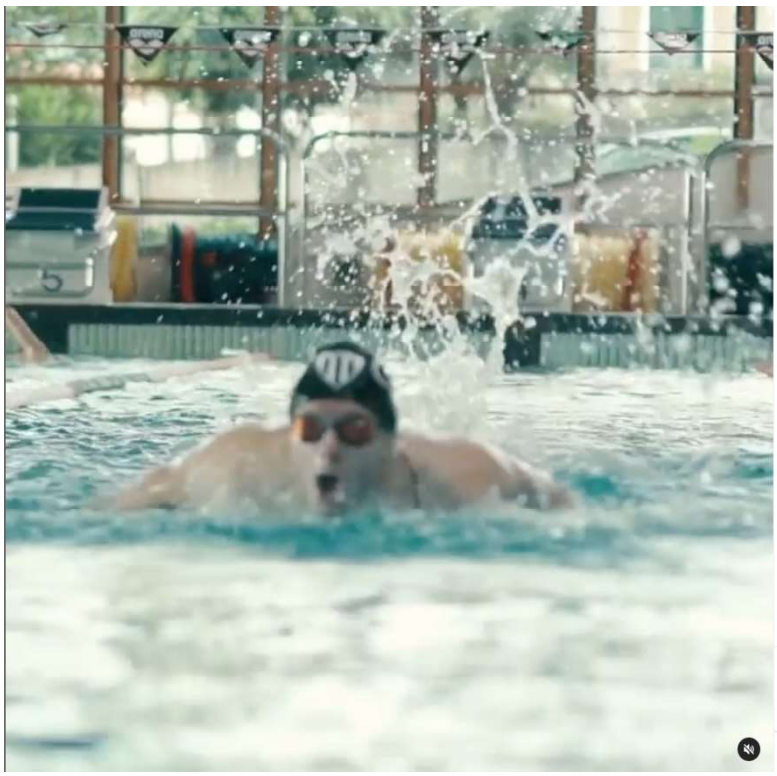


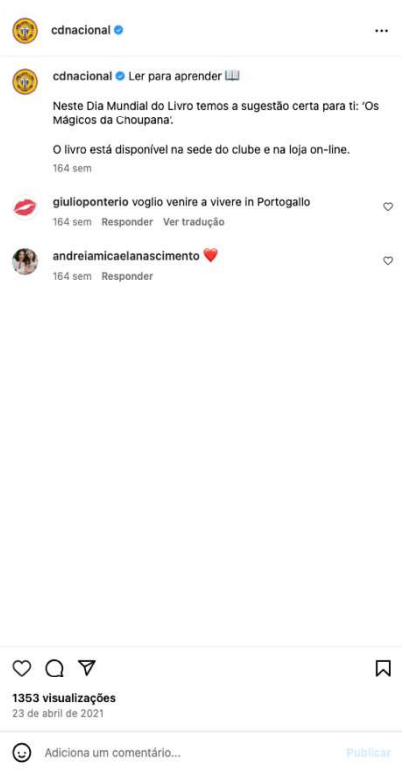
Post 577





Post 578





Post 579



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🗣️: Manuel Machado apela para o jogo desta segunda-feira: "Transformar o progresso em pontos"

📽️ Vídeo na íntegra em www.CDNacional.pt
164 sem

.sousa..18 O presidente devia ir buscar esse treinador no inicio da epoca e nao no meio da epoca quando estamos numa má fase.. nos vamos descer de divisão por culpa do presidente que nao soube rescindir contrato com o luis freire no inicio da epoca para começar com o manuel machado..
164 sem Responder

Ver respostas (1)

mkabralf 🙌
164 sem Responder

rodrigues.ana56.ar Toda a sorte do Mundo! Bora lá jogar com toda a pujança e galardia!
164 sem Responder

efreitas36 Desejo um bom jogo ! e tambem sorte! Bem! Precisamos vamos conseguir !2-1 Acredito! Força e coragem! NACIONAL
164 sem 1 gosto Responder

canalfamiliasoriano Força Nacional
164 sem 2 gostos Responder

Gostos: **jandreabreu** e **210 outras pessoas**
25 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 580



cdnacional

cdnacional ⏱️ 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (vs) Vitória S.C.

🏆 29.ª jornada da Liga NOS 2020/2021
164 sem

vani.lima Força Nacional 👊
164 sem Responder

joaquimfernandes1968 Força Nacional e Grande Pedro Mendes vamos há vitória e mais nada👏👏👏👏
164 sem Responder

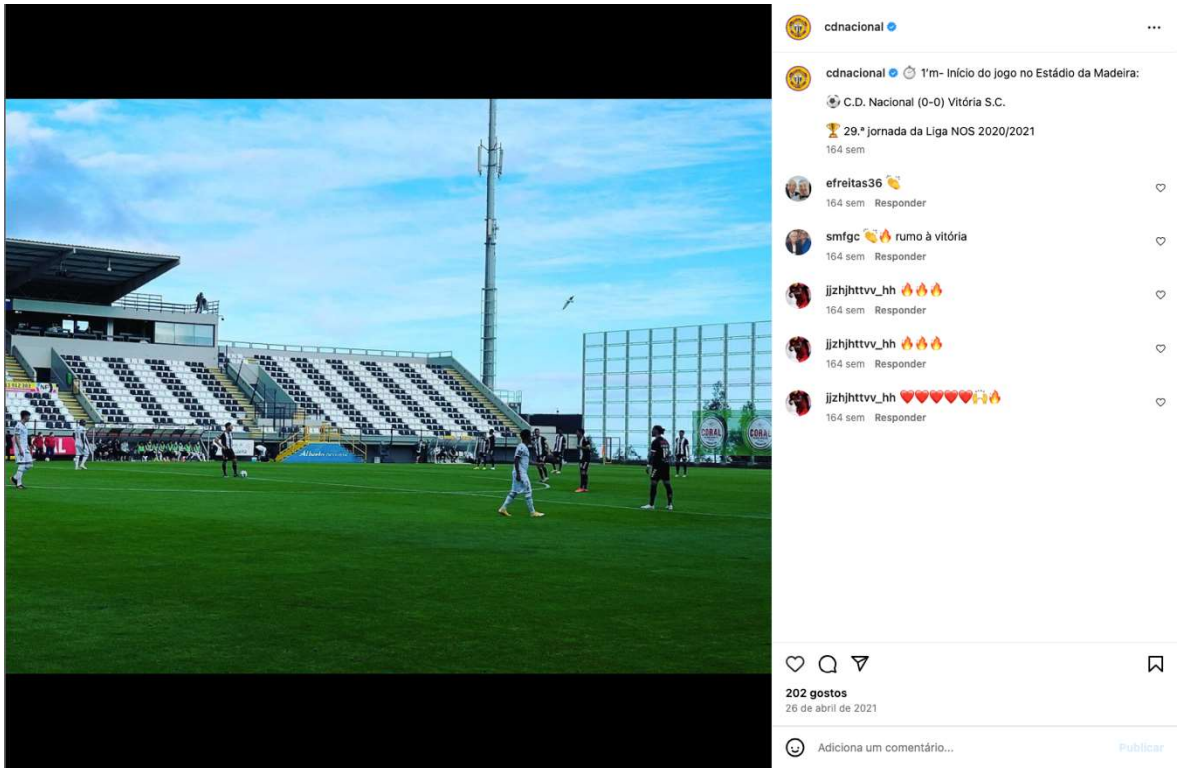
salome_pereia_ Pq Júlio César a lateral esquerdo se temos o vigário???? Onde está o vigário
164 sem Responder

desi____01_ Follow me
164 sem Responder

196 gostos
26 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 581



Post 582



Post 583



cdnacional

cdnacional ⏱ 45+3'm- Tempo de intervalo no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (1-0) Vitória S.C.

🏆 29.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

164 sem

Para ti

sergio_da_silva07 @cdnacional sempre e un soñó jogar Nesta equipa ❤

163 sem Responder

im_sanjoy_sanny ❤️❤️

164 sem Responder

jsammymc18 Valeu mesmo a vitória, porque futebol, mto fraca... Excelente esforço para o meio campo defensivo e à defesa...

164 sem Responder

jsammymc18 Que raio de futebol é esse... Os avançados não correm nem tentam um segundo golo....

164 sem Responder

josepedro.saraiva joguem á bola, passam metade do tempo no chão. Ao menos na próxima época já não nos apanham

164 sem 1 gosto Responder

jsammymc18 Teem de melhor a 2ª parte. Ter mais posse de bola e mais calma na distribuição do esférico

164 sem 1 gosto Responder

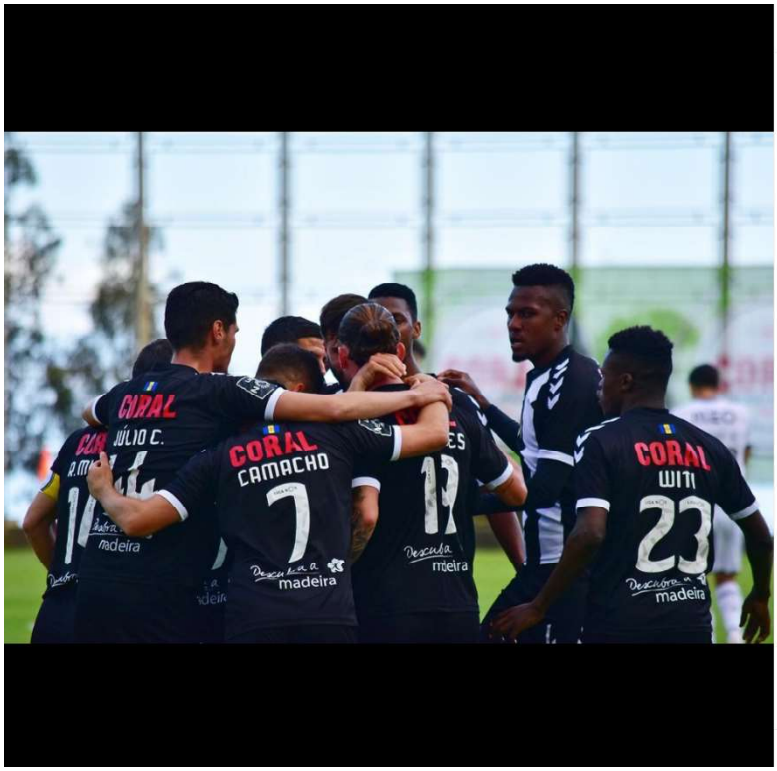
pedro.magro.jose.12 Força Nacional vamos com tudo 🔥

Gostos: **diego_barcelos10** e **272 outras pessoas**

26 de abril de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 584



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+6'm- A vitória é nossa! 👊 Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:

⚽ C.D. Nacional (1-0) Vitória S.C.

🏆 29.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

164 sem

Para ti

luciaencarnacao 👏👏👏👏❤️

163 sem Responder

luciaencarnacao 0❤️❤️

164 sem Responder

ale1993 Luchar, luchar, luchar, luchar hasta el último segundo 💣💣

164 sem Responder Ver tradução

goncalocajelot1234 VAMOS NACIONAL AINDA DÁ PARA A MANUTENÇÃO BORA💪

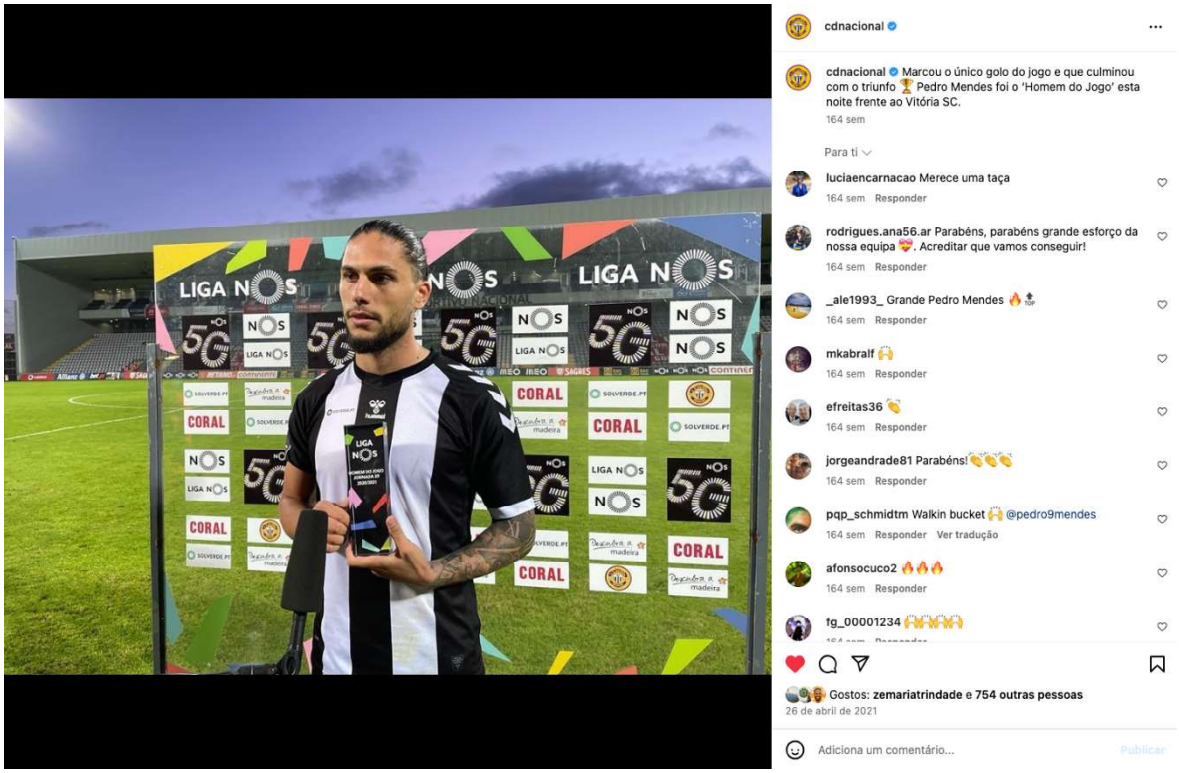
164 sem Responder

joaosousa122 🙌👏

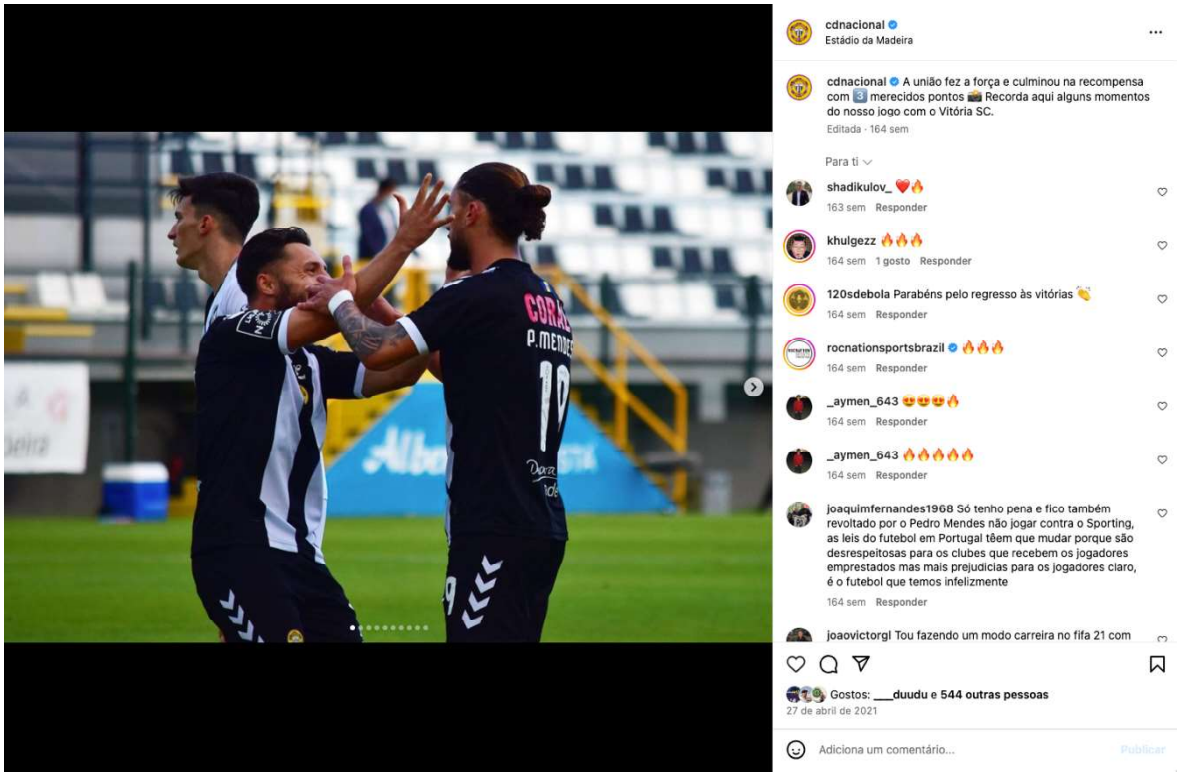
164 sem Responder

official_b._otega8 🔥🔥🔥

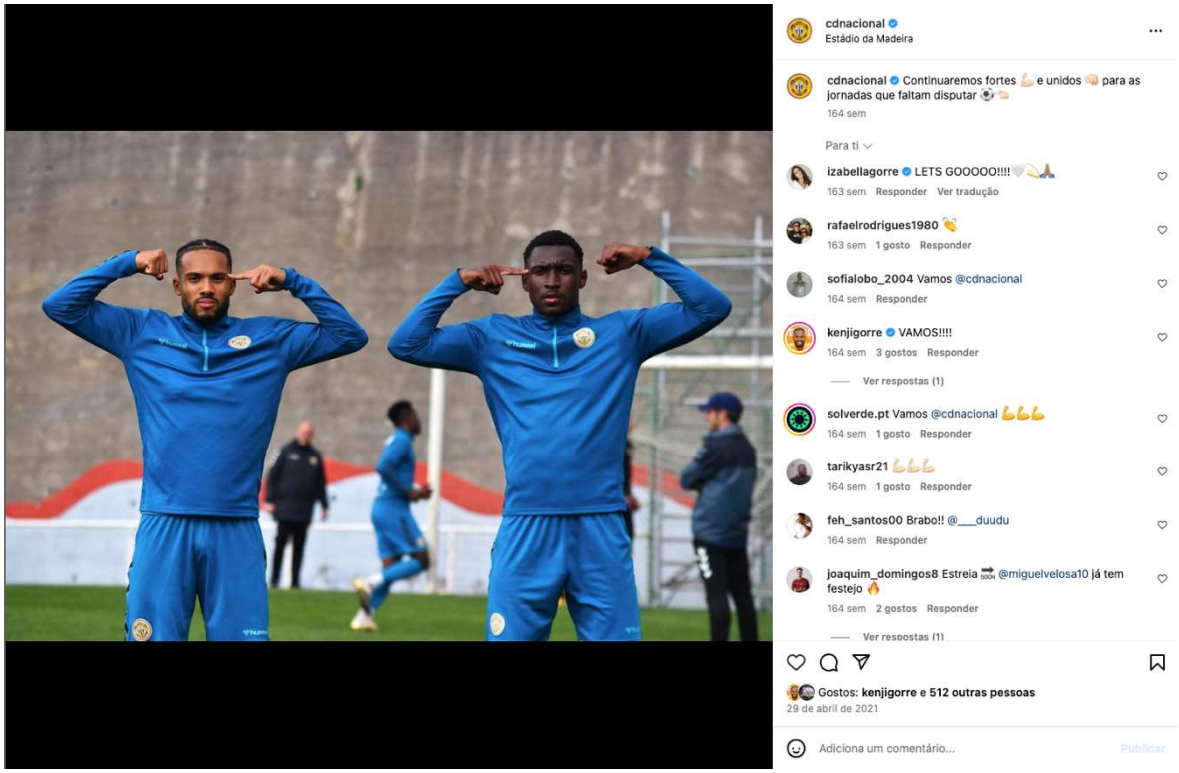
Post 585



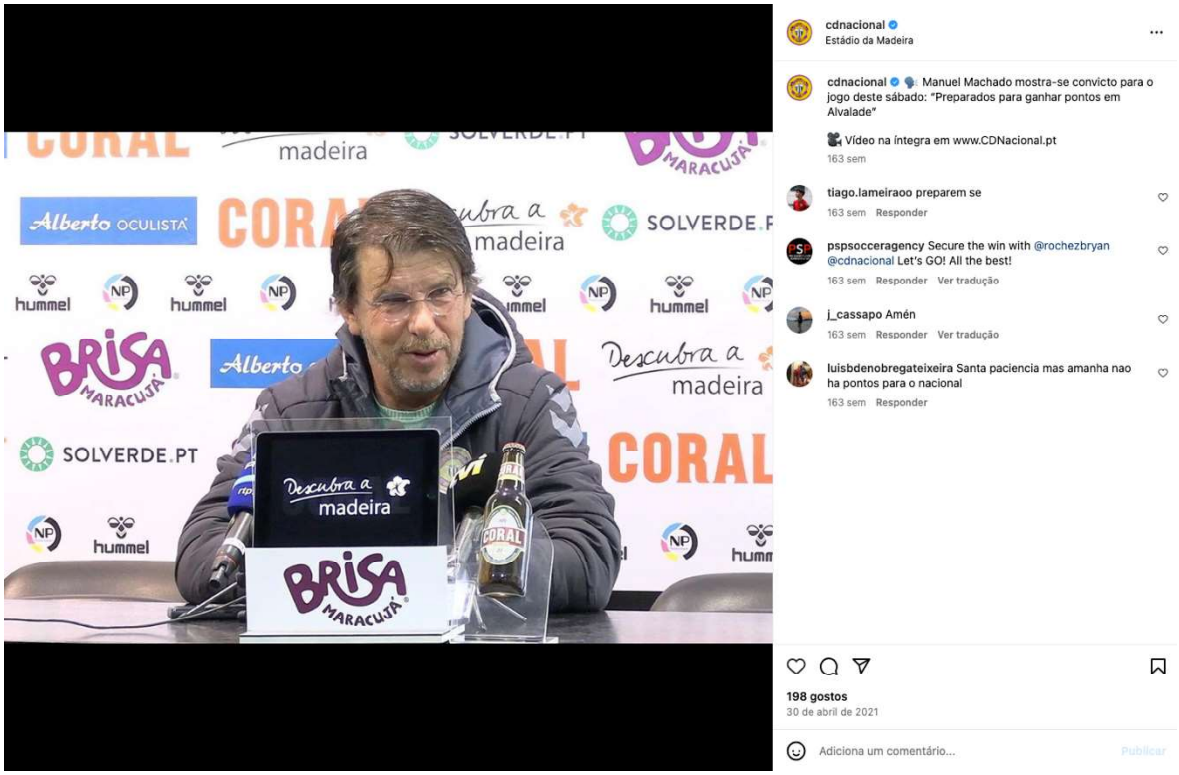
Post 586



Post 587



Post 588



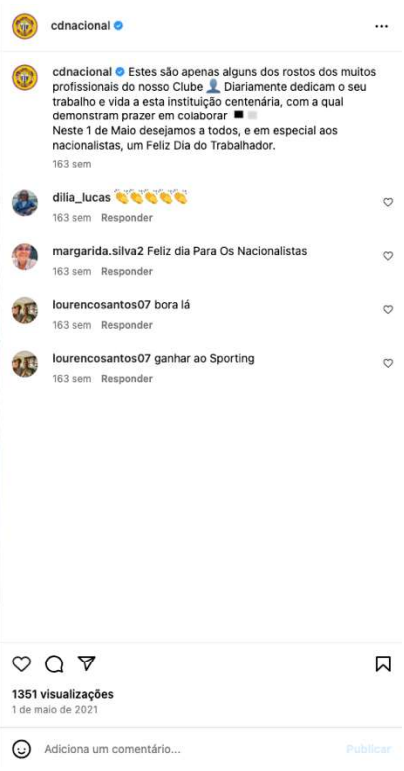
Post 589





Post 590





Post 591



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Face a autorização da Presidência do Governo Regional da Madeira, constante no Jornal Oficial da Região Autónoma da Madeira (JORAM), 1.ª Serie – Número 78 – 4.º Suplemento, número 40, alínea C), decidiu autorizar a retoma da prática desportiva das modalidades de médio risco – futebol e futsal incluídos.

Sendo assim a Direção da Associação Futebol da Madeira (AFM), autorizou a retoma das atividades desportivas (treinos), a partir de amanhã, dia 2 de Maio.

Assim, o Departamento de Futebol Formação do Clube Desportivo Nacional informa que no próximo dia 4 de Maio (Terça-Feira), dará reinicio aos treinos, conforme estipulado no planeamento.

Devemos respeitar as deliberações do Governo Regional, das Autoridades de Saúde, para que todos sigam as orientações e recomendações pois a saúde de TODOS está em primeiro lugar.

163 sem

Gostos: **maistabaco** e **300 outras pessoas**
1 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 592



cdnacional

cdnacional 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio José Alvalade:

Sporting C.P. (vs) C.D. Nacional

30.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

163 sem

ewura.ad 🔥🔥🔥
163 sem 1 gosto Responder

diegoaisa_vlc Where is Thill?
163 sem 1 gosto Responder Ver tradução

goncalocajelot1234 Força Nacional
163 sem 1 gosto Responder

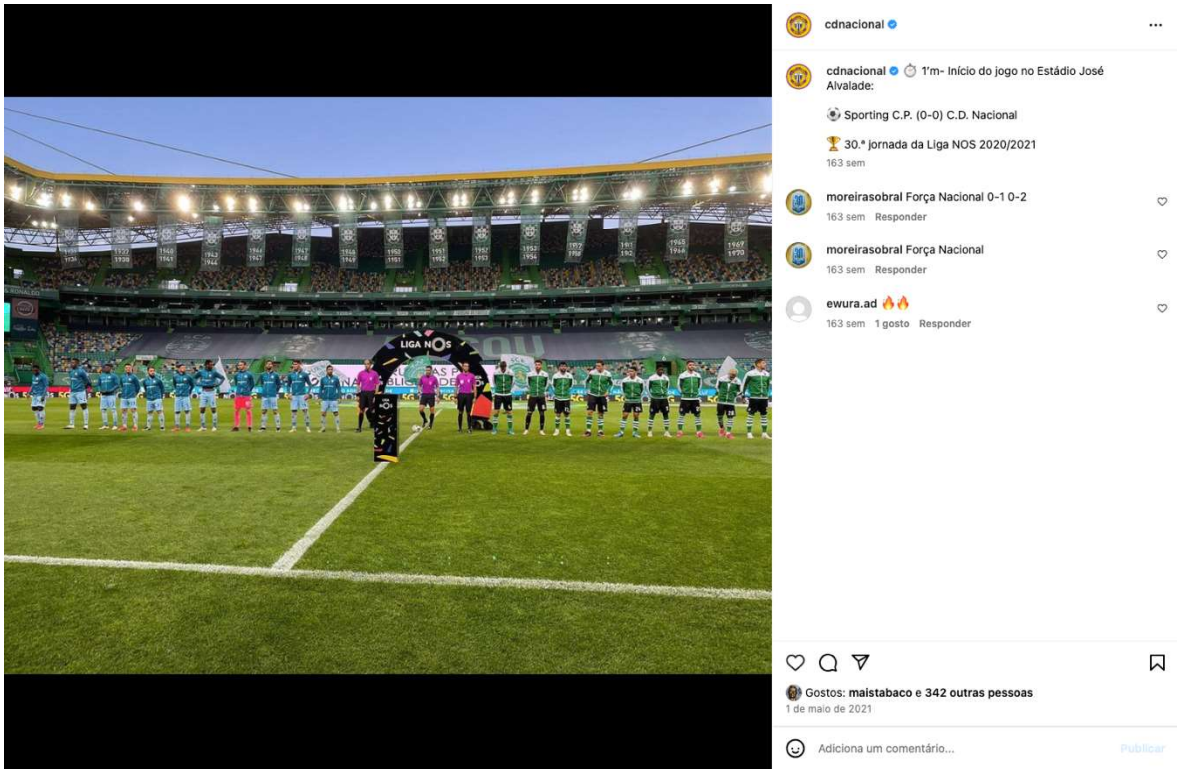
moreirasobral Força Nacional
163 sem 1 gosto Responder

joaquimfernandes1968 Falta aí o Grande Zlatan Pedro Mendes mas infelizmente este futebol é uma miséria em termos de leis e não o deixam jogar, enfim isto nunca muda, és muito Grande Zlatan para a semana marcas ao Moreirense👏👏👏👏
163 sem 2 gostos Responder

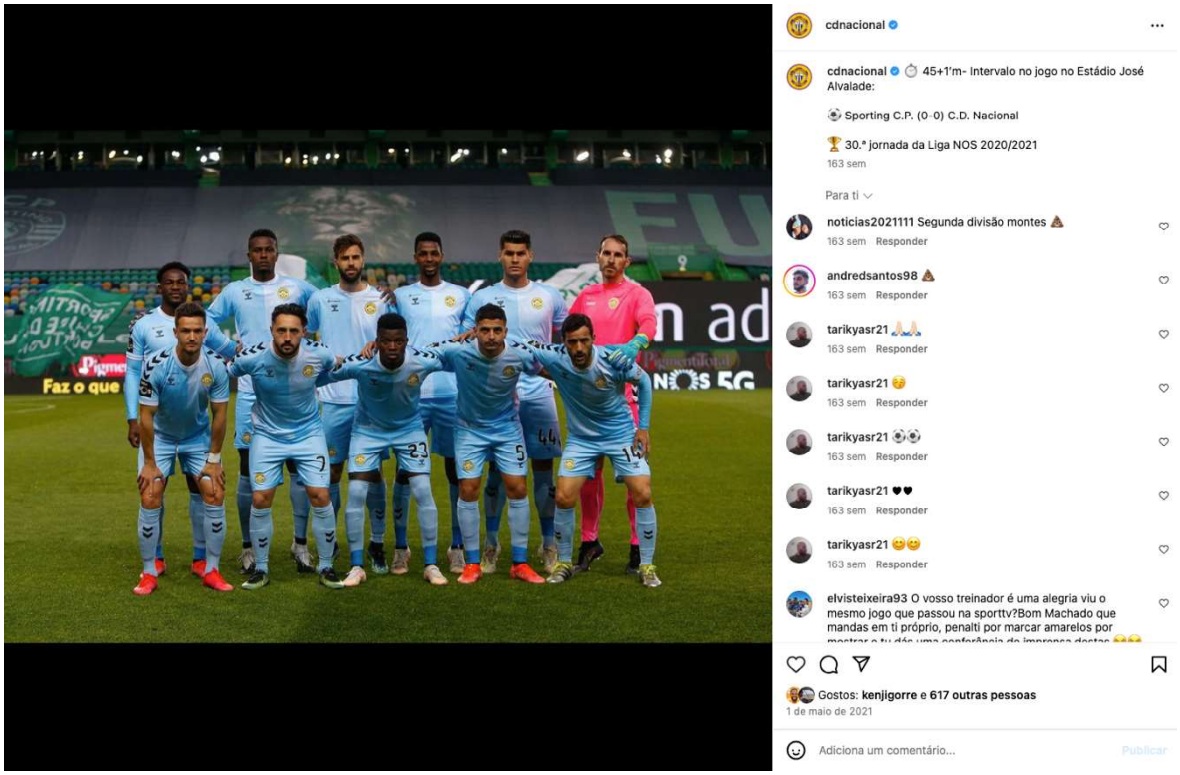
241 gostos
1 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

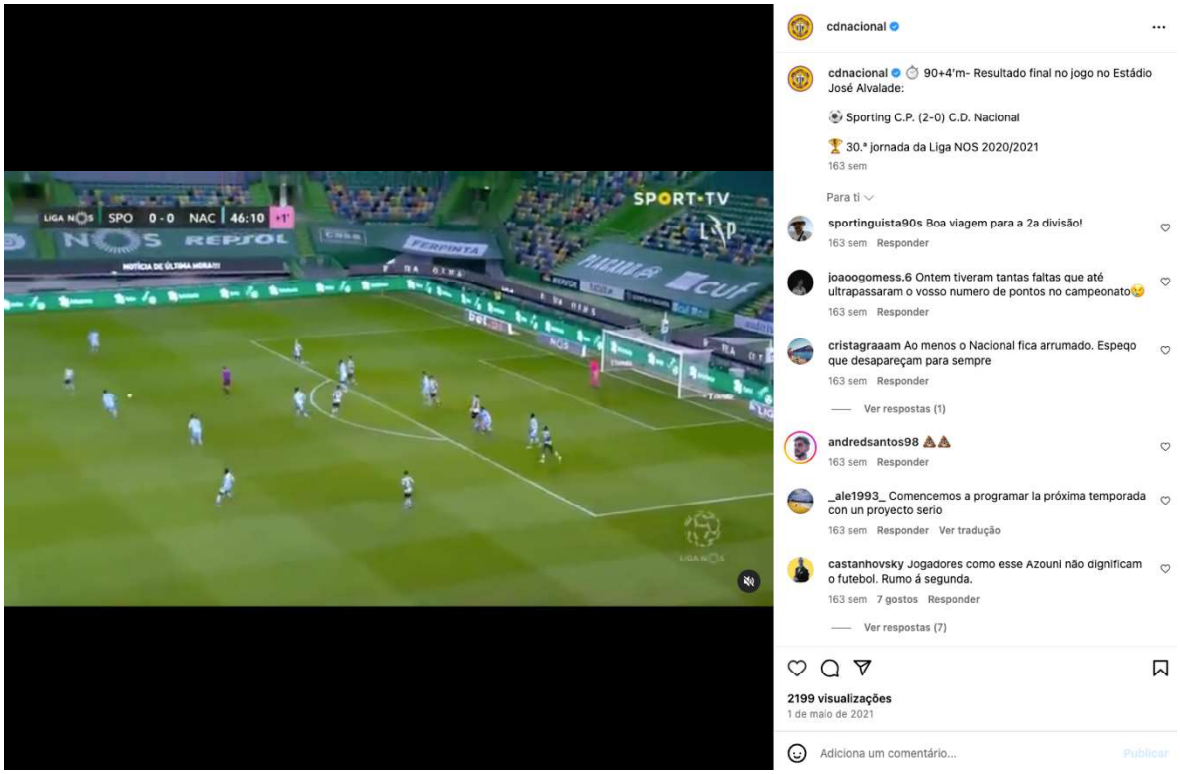
Post 593



Post 594



Post 595



Post 596



Post 597



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🗣️ Manuel Machado deixa o repto para o jogo em Moreira de Cónegos: "Subtrair a ansiedade e adicionar pontos"

📽️ Vídeo na íntegra em www.CDNacional.pt
163 sem

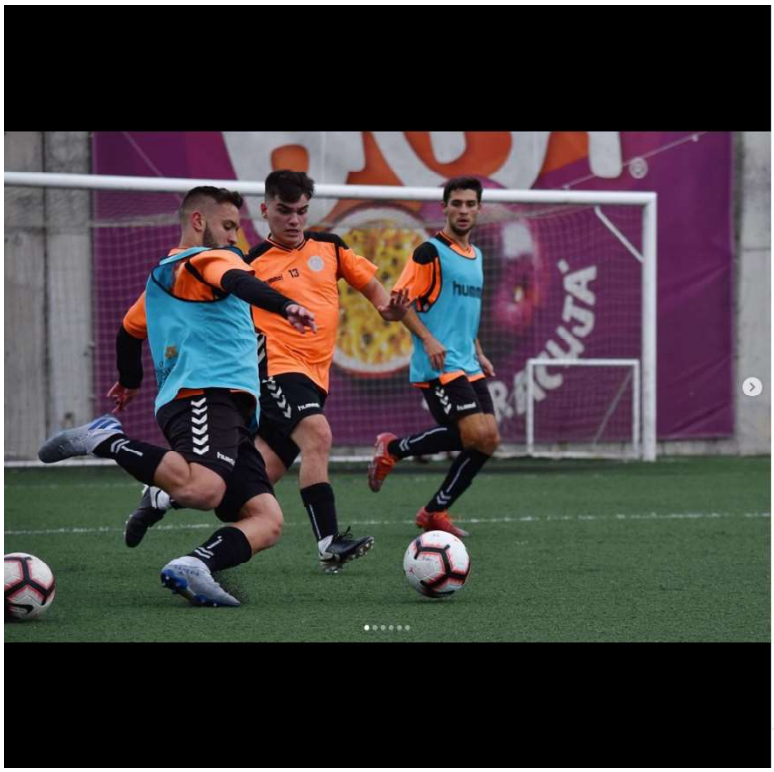
valentinawayne_ #soscolombia 🇨🇴
163 sem Responder

jfrancisco_c_7 Siga equipa, ainda acreditamos
163 sem 1 gosto Responder

179 gostos
4 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 598



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Já eram muitas as saudades da bola, do campo e dos colegas de equipa ⚽ Os Juniores foram os primeiros a regressar aos treinos ✔️
163 sem

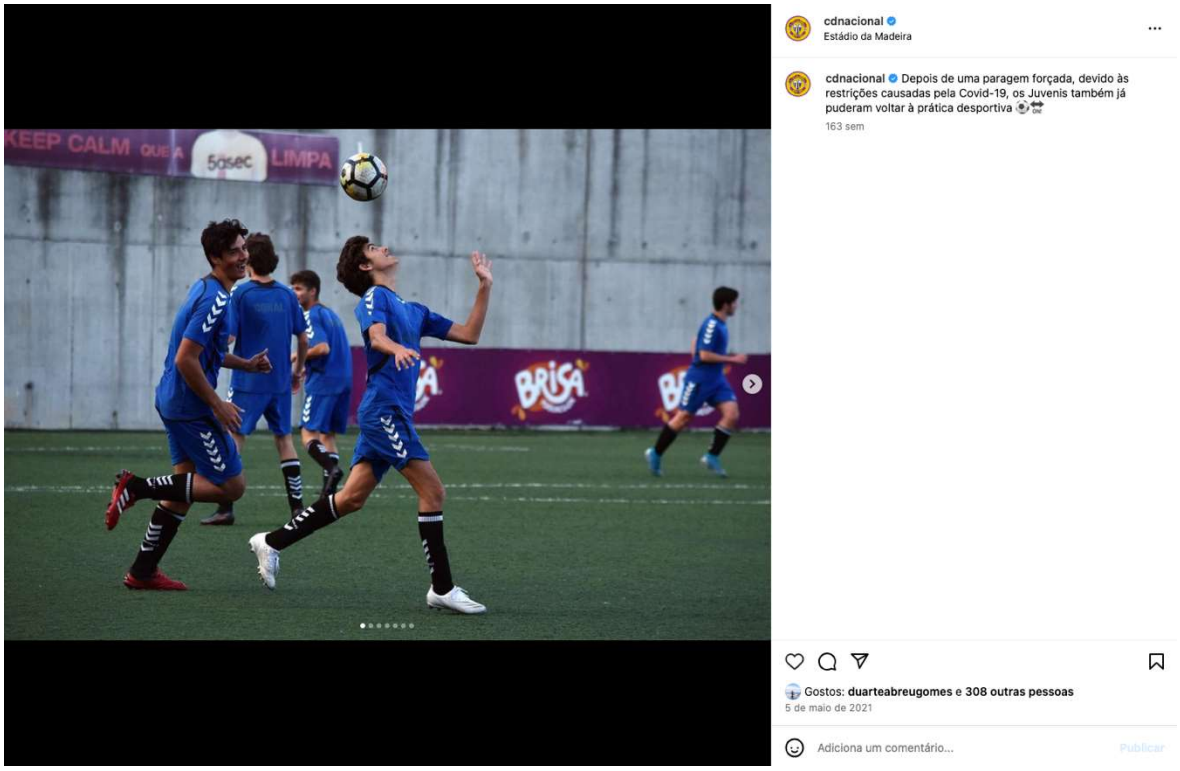
r.ranjan3459 Star
163 sem Responder

r.ranjan3459 Super
163 sem Responder

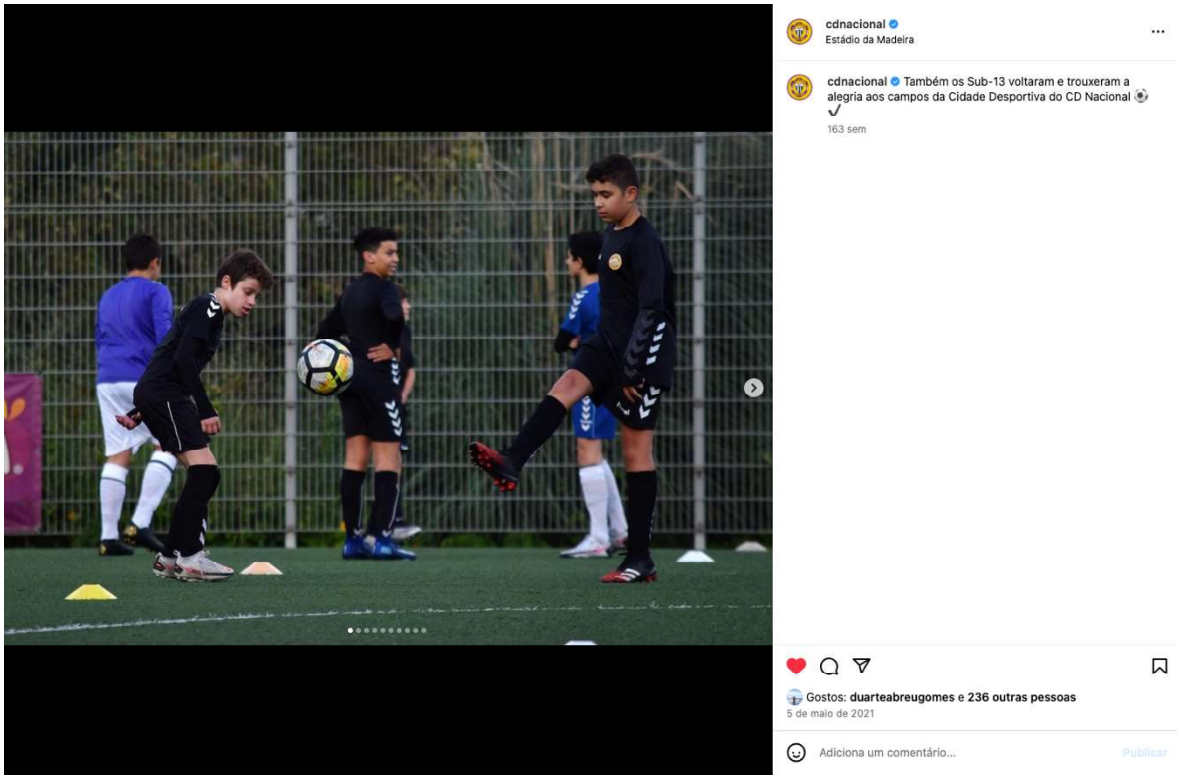
Gostos: **hugo8leme** e **331 outras pessoas**
5 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 599



Post 600



Post 601



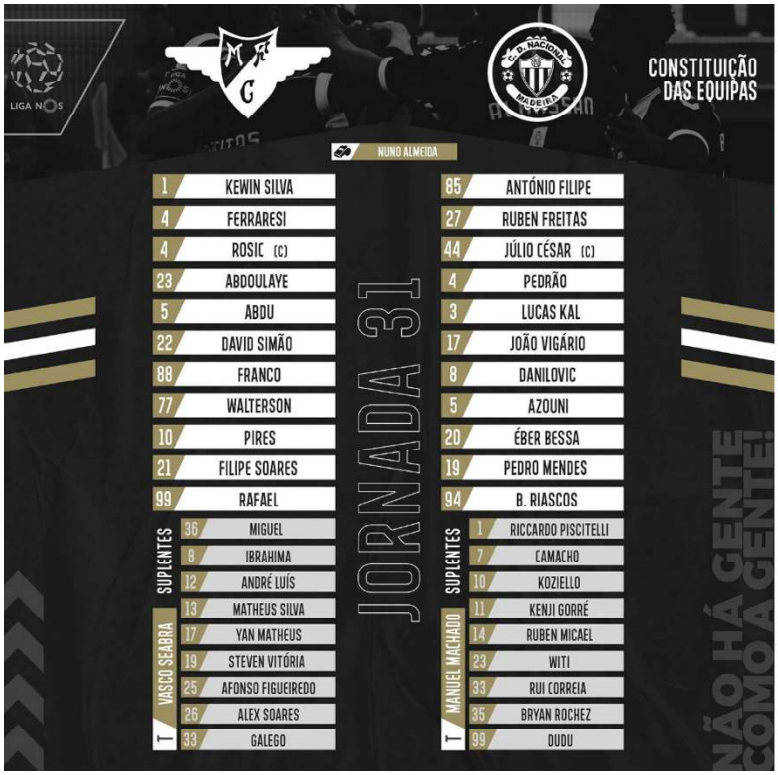
cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Após uma longa paragem, a bola voltou a rolar também nos Sub-10 ⚽✔ Bem-vindos, alvinegros!
163 sem

195 gostos
5 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 602



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm- Equipas oficiais no jogo no Estádio Comendador Joaquim de Almeida Freitas:

⚽ Moreirense F.C. (vs) C.D. Nacional

🏆 31.ª jornada da Liga NOS 2020/2021
163 sem

s.rodrigo7 O camacho no banco?
163 sem Responder

joaquimfernandes1968 Bora lá Grande Zlatan Pedro Mendes marcar golos de onde saíste para o Sporting, força só a vitória interessa o resto é paisagem👏👏👏
163 sem Responder

poliveiraa7 Bobal nos suplentes o jogo passado, este nem no banco...grande marcador em outras épocas, esta nem tem direito a jogar.
163 sem 1 gosto Responder

poliveiraa7 Grande Pedro Mendes a titular!
163 sem Responder

204 gostos
6 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

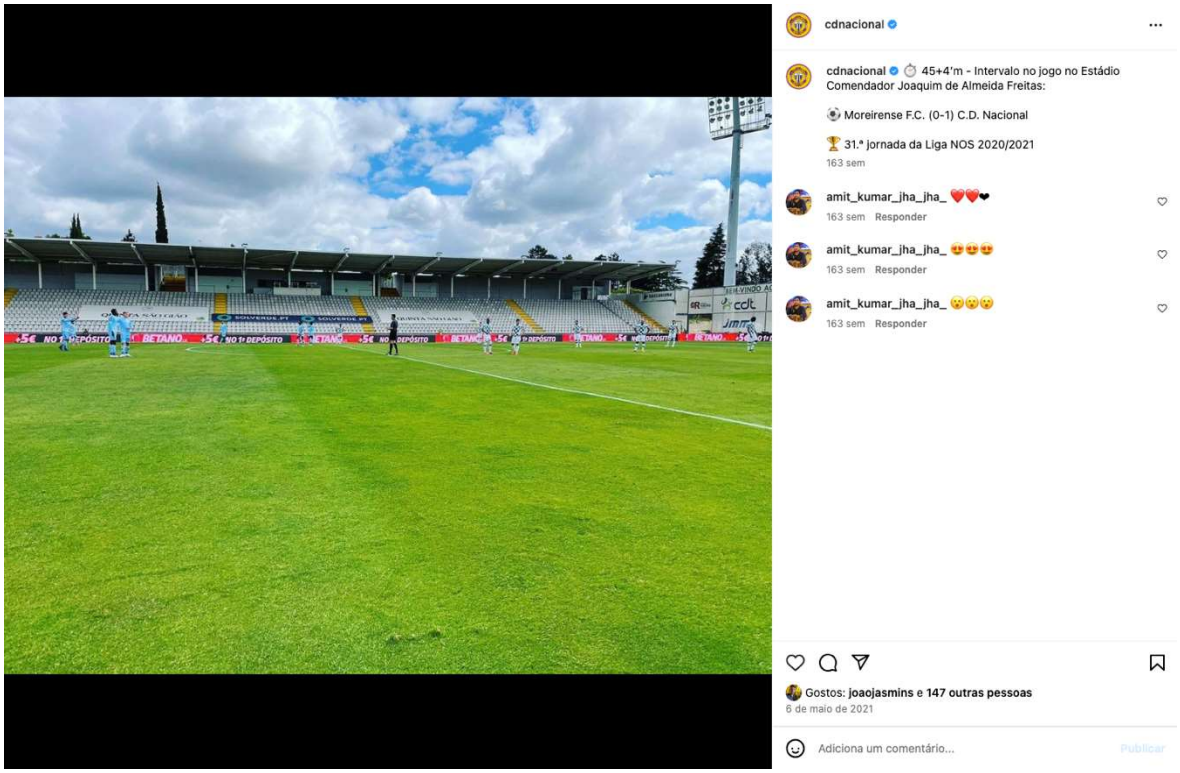
Post 603



Post 604



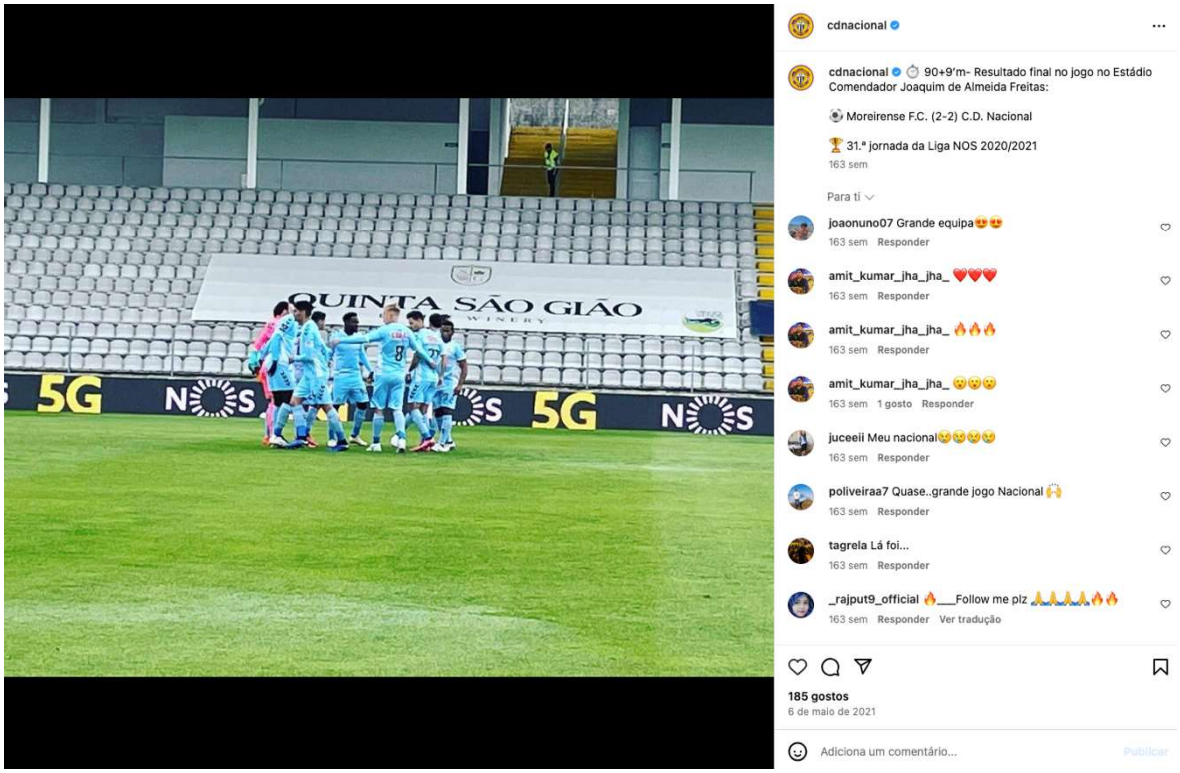
Post 605



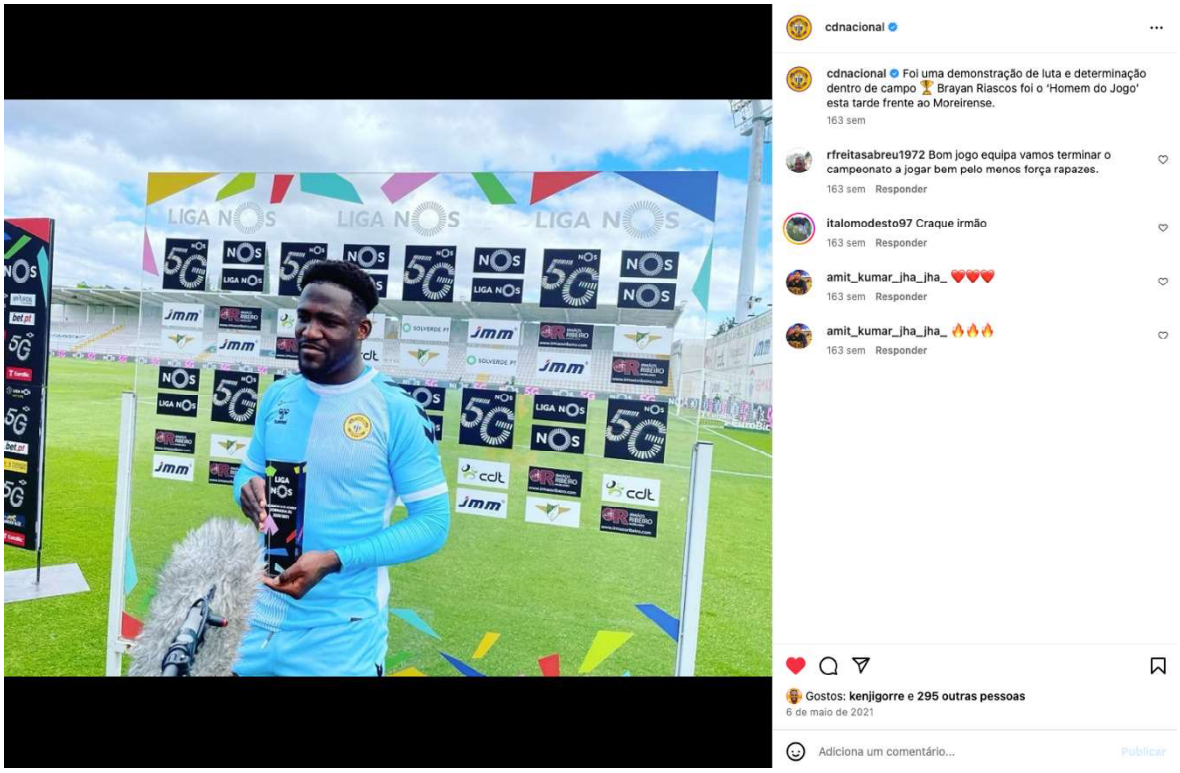
Post 606



Post 607



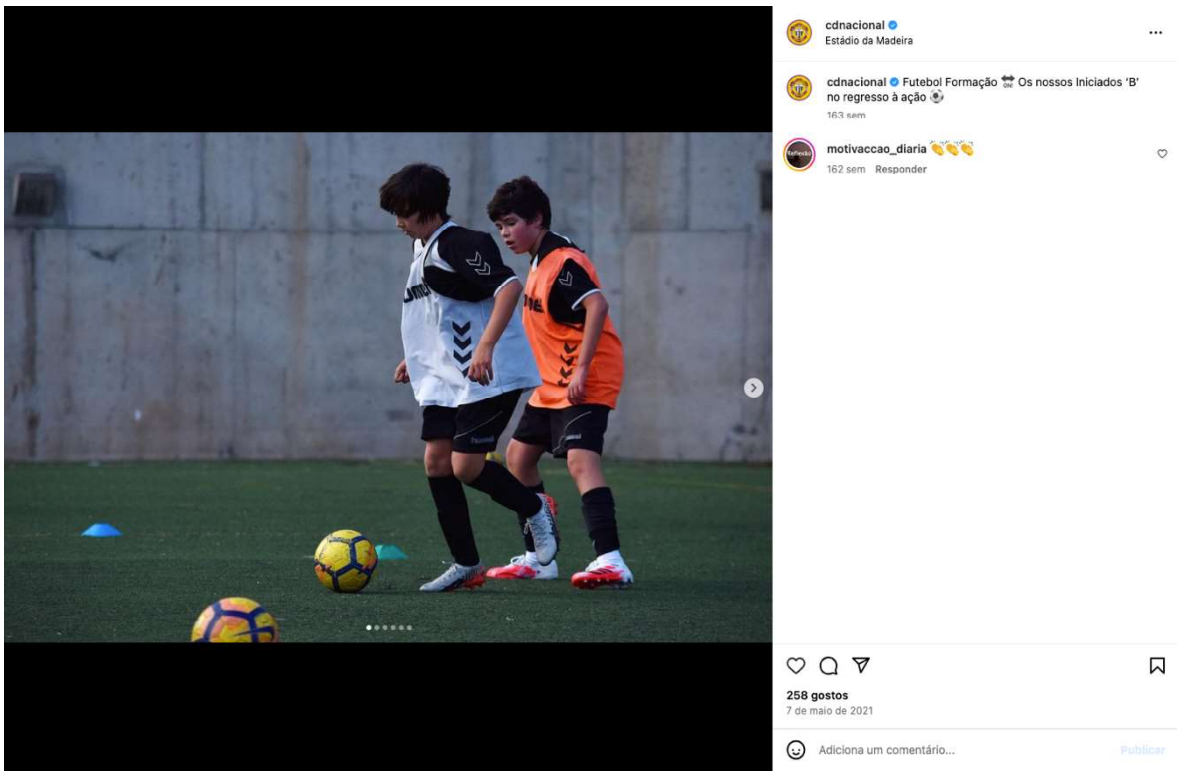
Post 608



Post 609



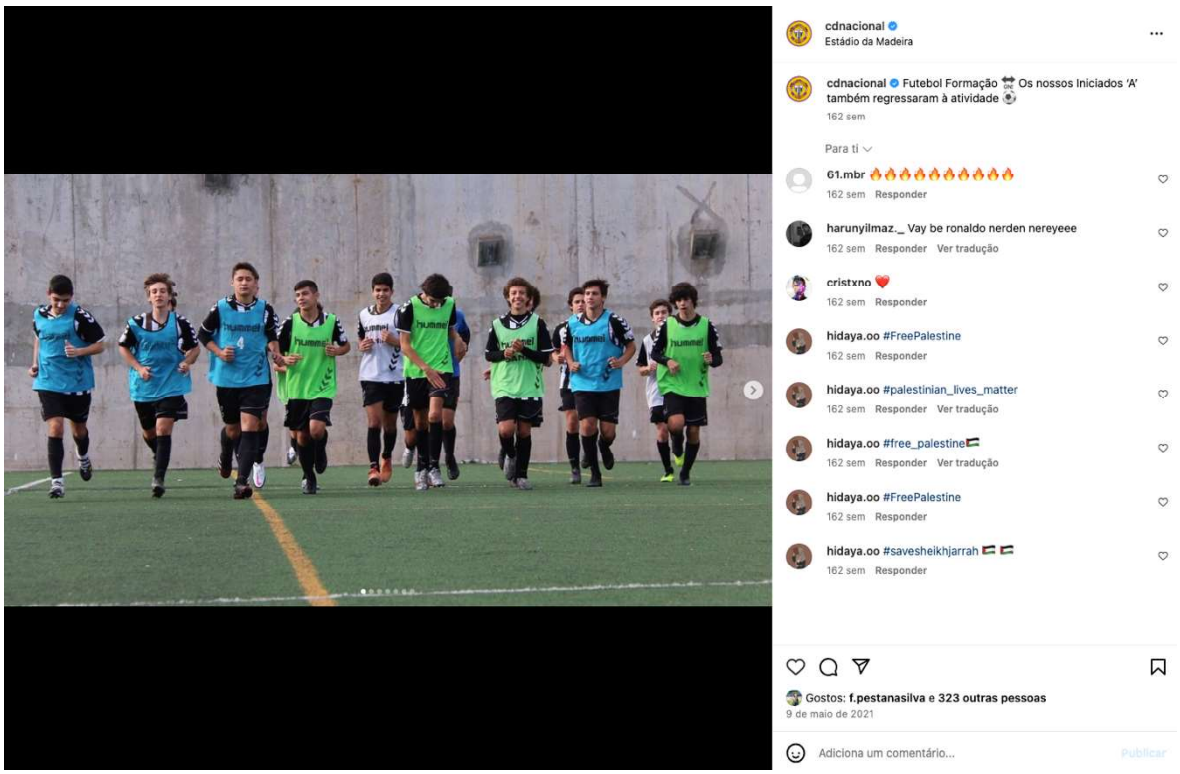
Post 610



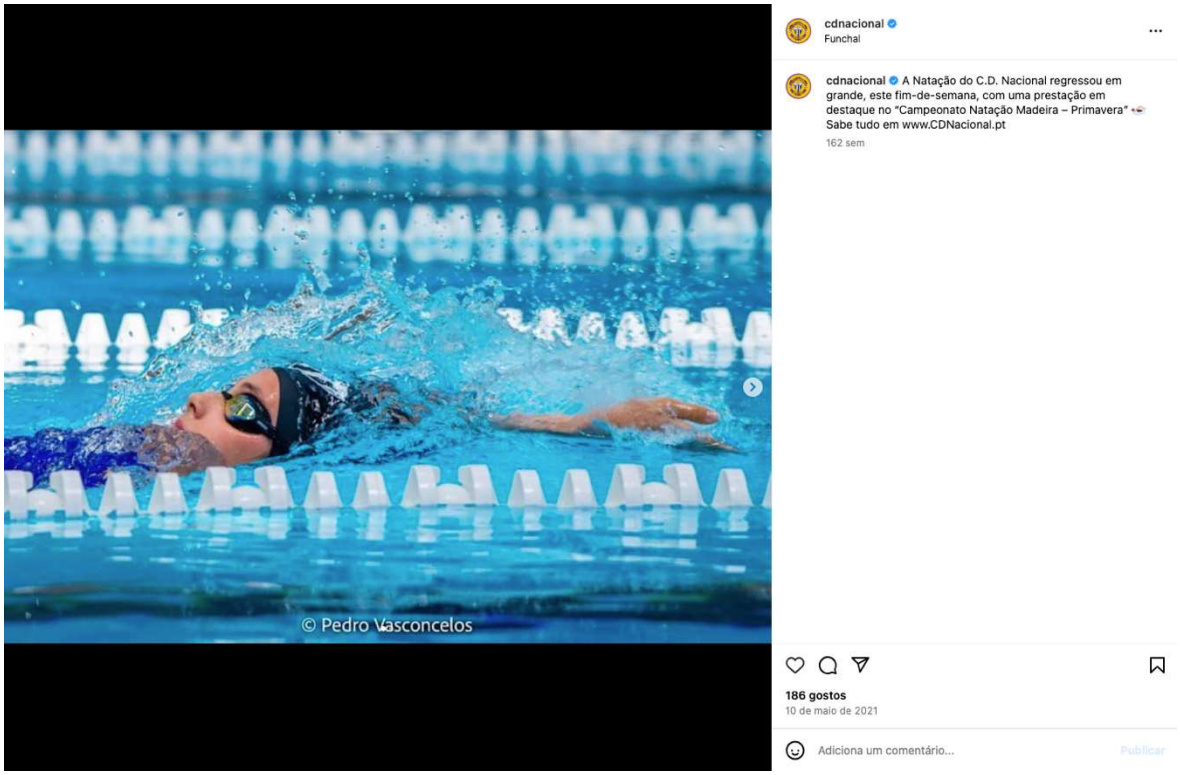
Post 611



Post 612



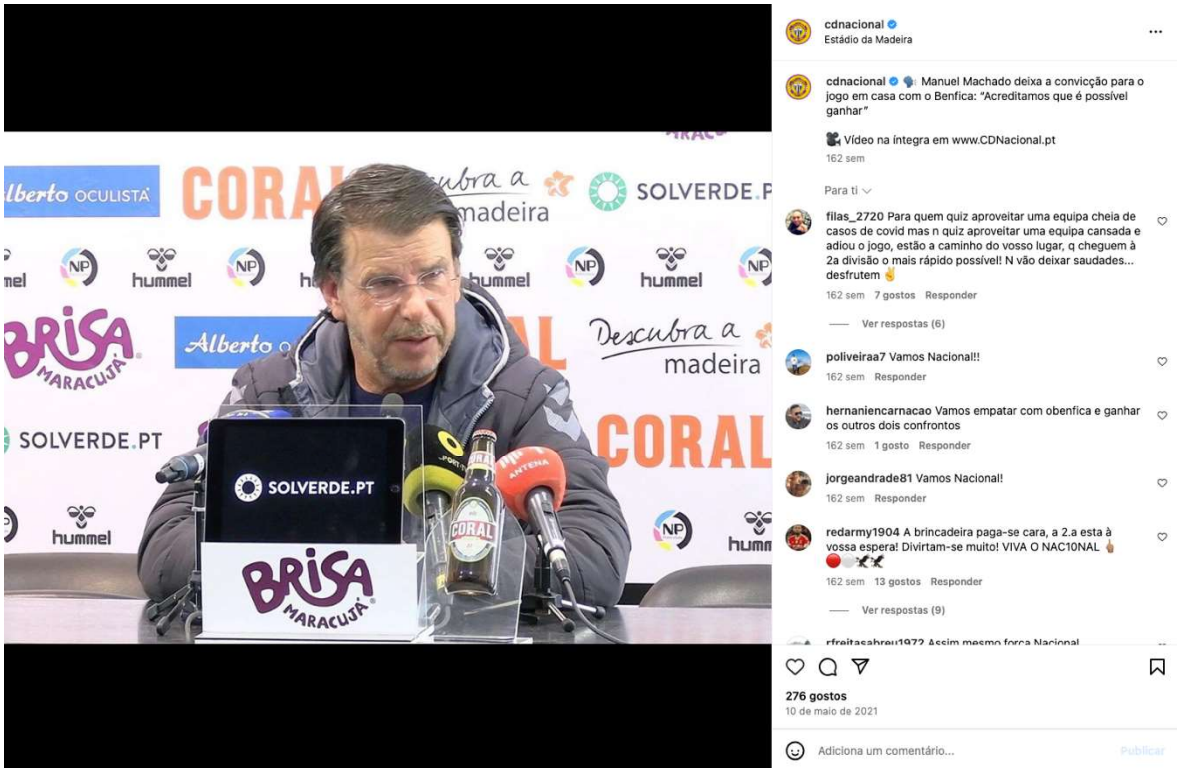
Post 613



Post 614



Post 615



Post 616



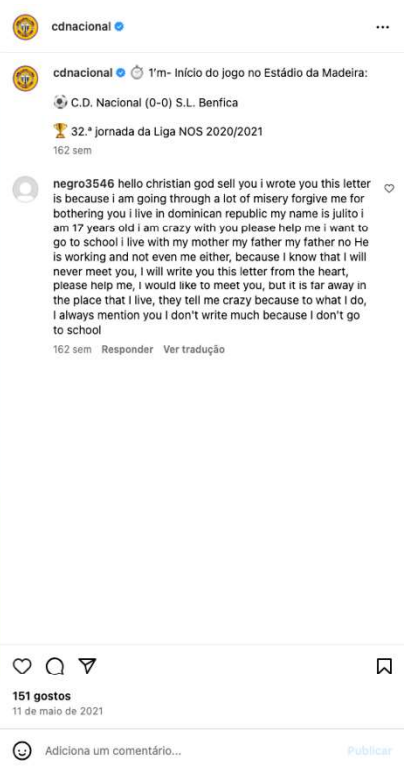
Post 617



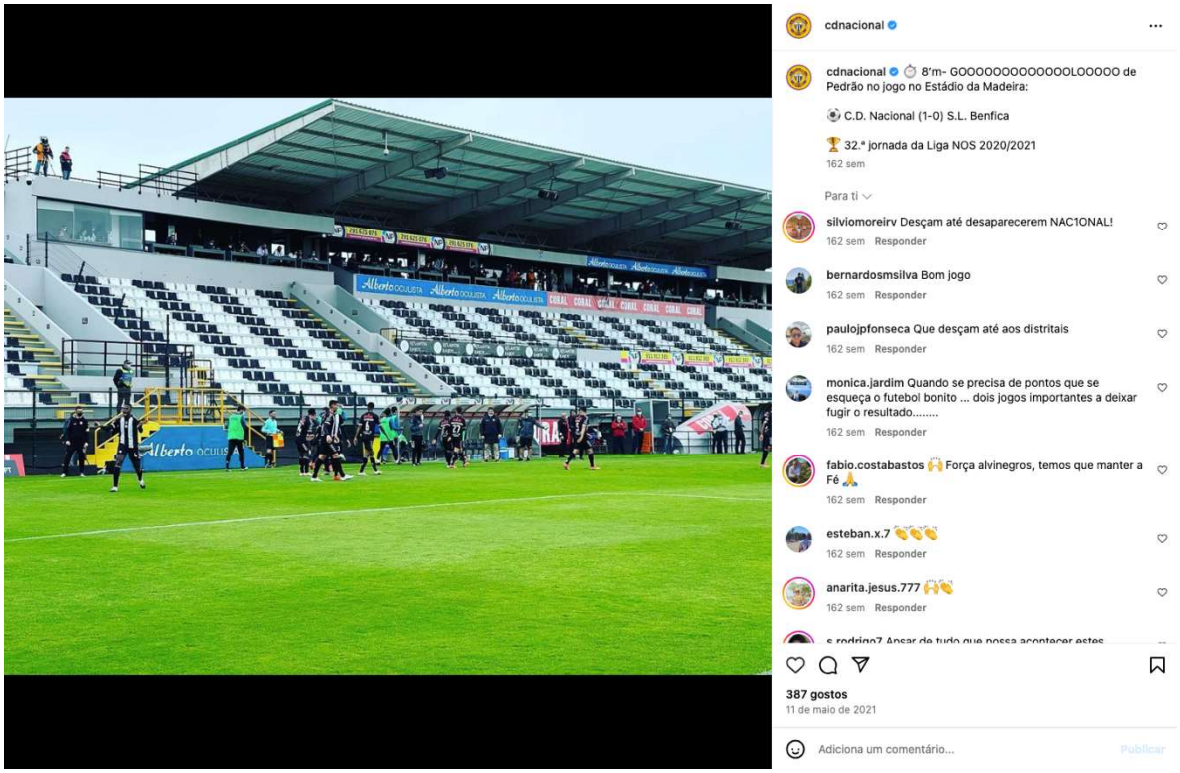


Post 618

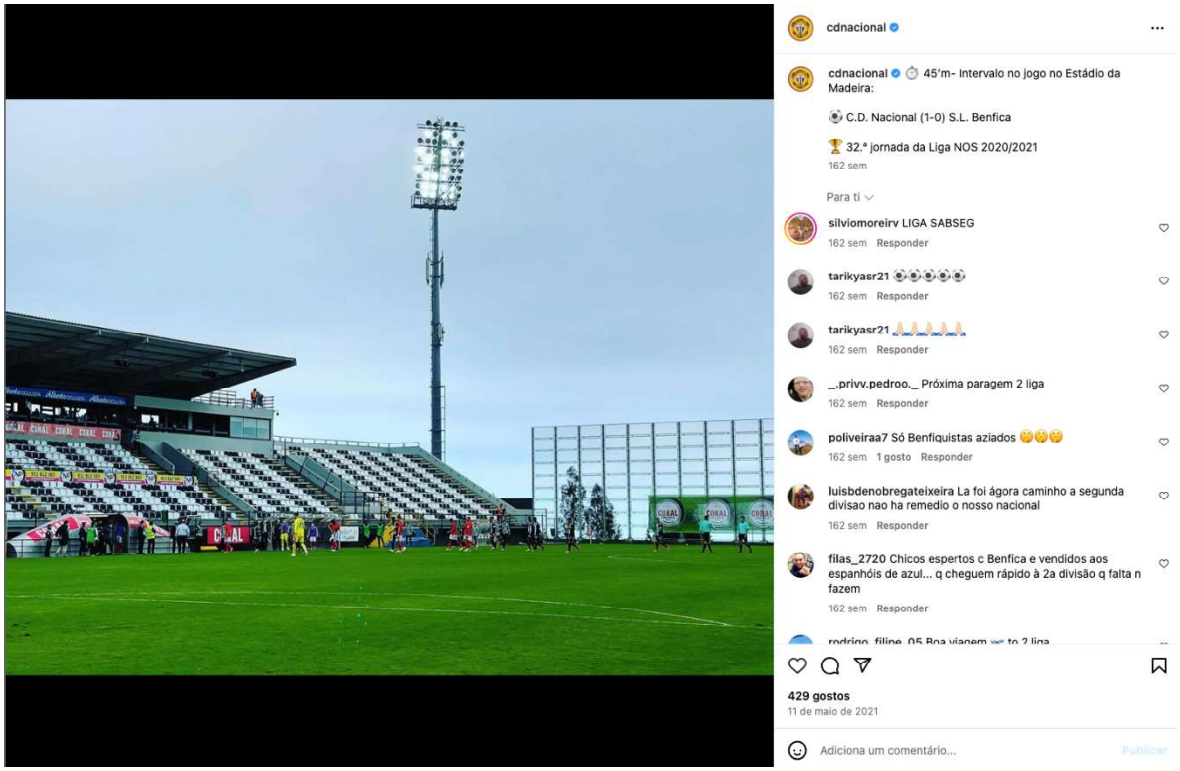




Post 619



Post 620



Post 621



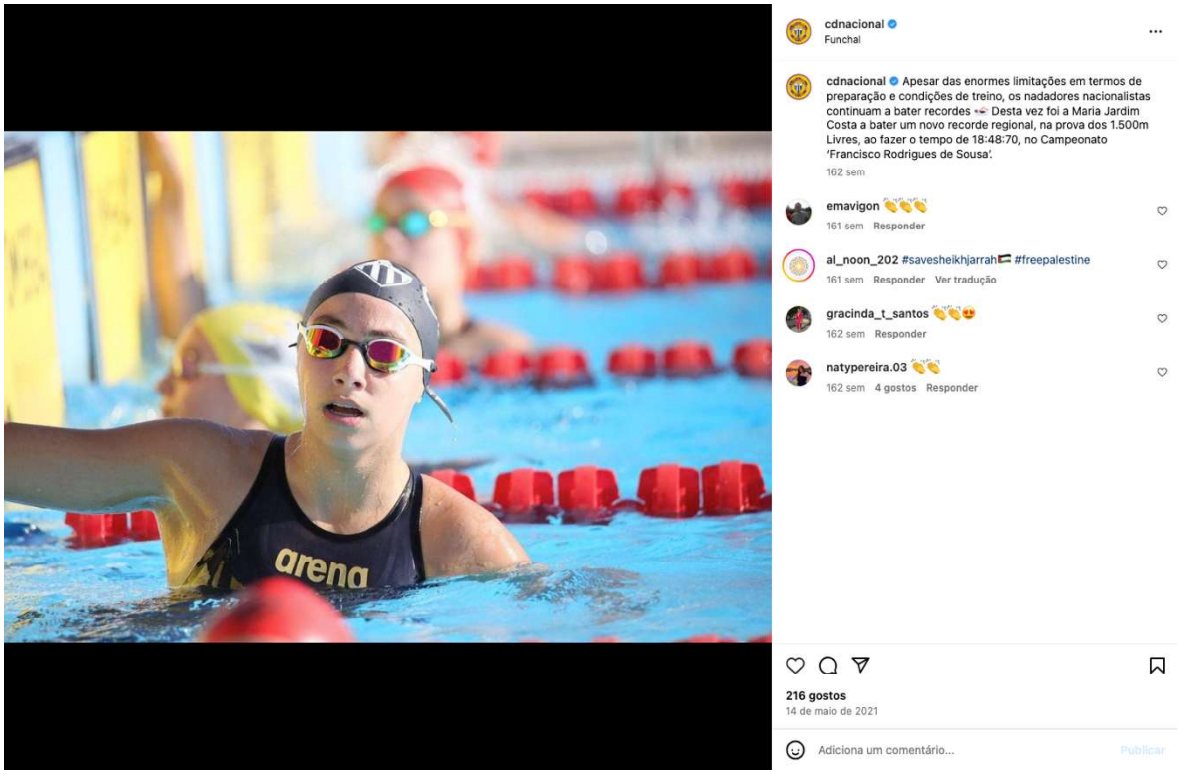
Post 622



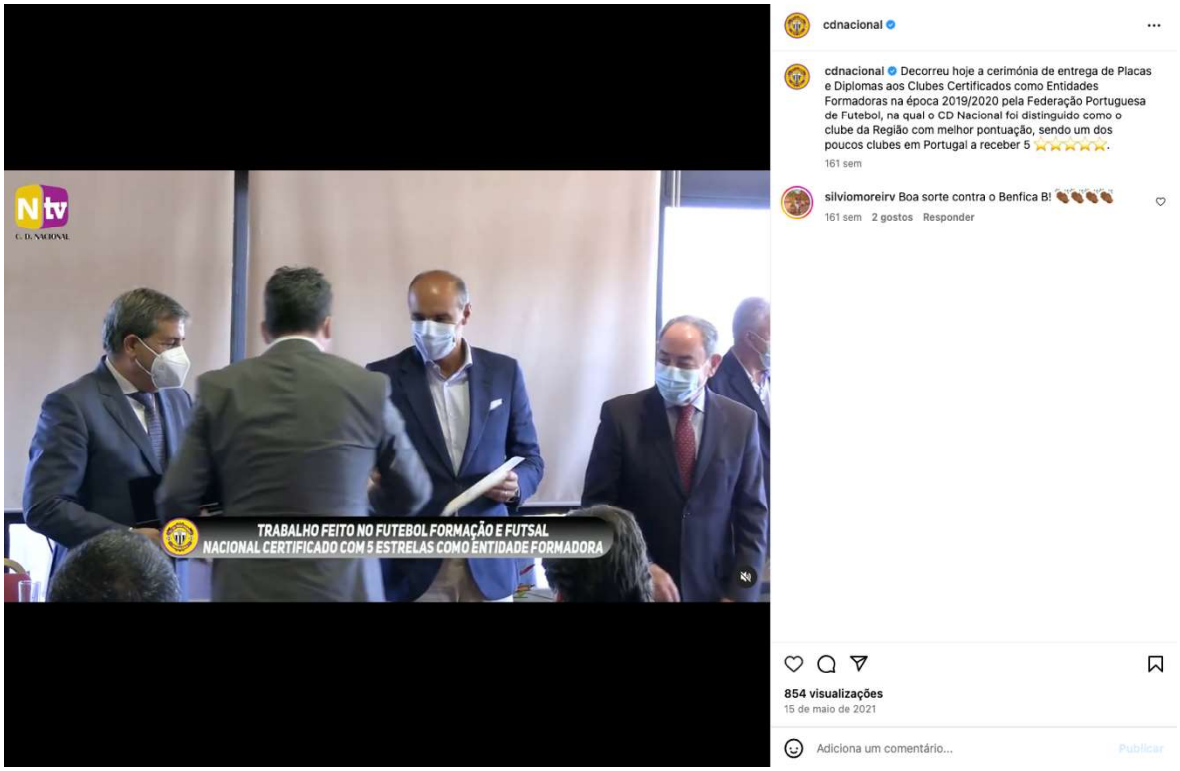
Post 623



Post 624



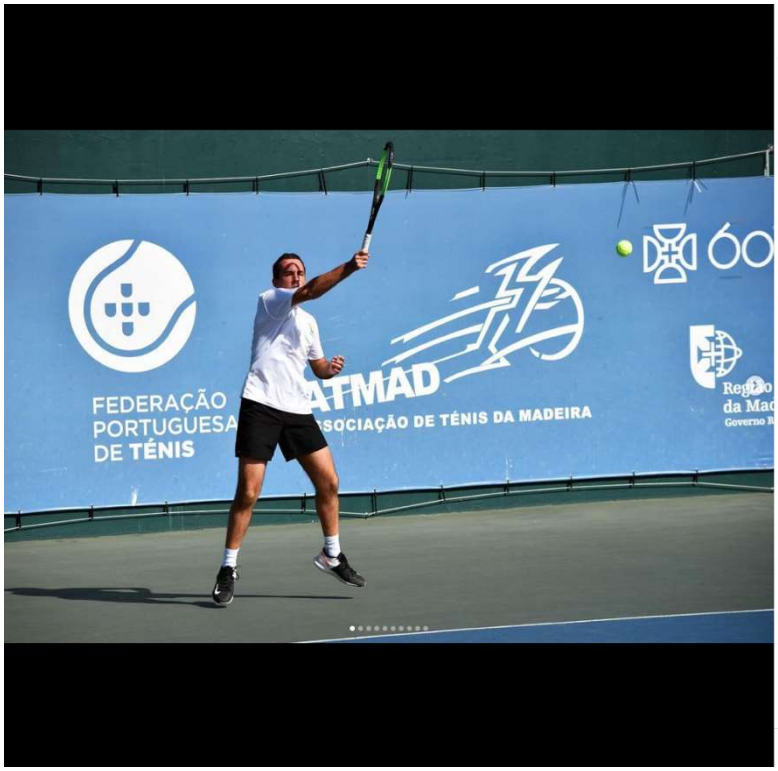
Post 625



Post 626



Post 627



cdnacional
Quinta Magnolia

cdnacional Depois de ontem terem sido disputados muitos jogos, no dia de hoje serão conhecidos os vencedores, nas variantes de singulares masculinos e femininos
161 sem

136 gostos
16 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 628



cdnacional
Famalicão, Portugal

cdnacional 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio Municipal de Famalicão:
F.C. Famalicão (vs) C.D. Nacional
33.ª jornada da Liga NOS 2020/2021
Editada · 161 sem

dermandeniz738 Riascos very bad
161 sem Responder

diegoaisa_vlc Where is Thill??
161 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Ver respostas (4)

cherrylicious_11
161 sem Responder

175 gostos
16 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 629



cdnacional
Famalicão, Portugal

cdnacional ⏱ 1'm- Início do jogo no Estádio Municipal de Famalicão:

⚽ F.C. Famalicão (0-0) C.D. Nacional

🏆 33.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

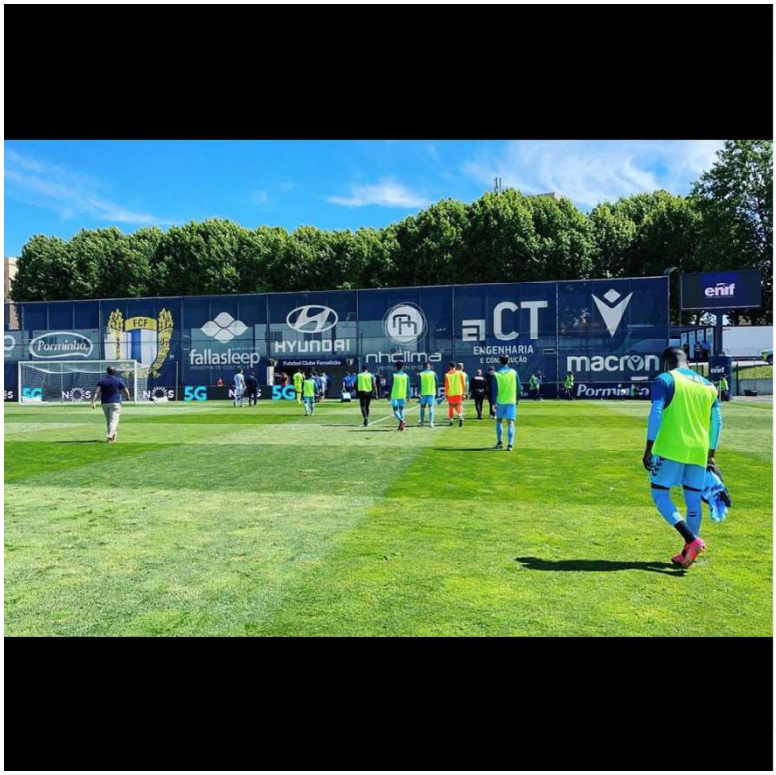
Editada · 161 sem

rezaarbede2021
161 sem Responder

184 gostos
16 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 630



cdnacional

cdnacional ⏱ 45'm- Tempo de intervalo no jogo no Estádio Municipal de Famalicão:

⚽ F.C. Famalicão (1-0) C.D. Nacional

🏆 33.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

161 sem

Para ti

ruben_slb1904 Ja querem adiar o jogo com o Benfica?
161 sem 2 gostos Responder

tiag0f9 Peçam para adiar a descida, pode ser que deixem 🐱 só têm o que merecem 🙏
161 sem 2 gostos Responder

bernardompsilva Chupai
161 sem 2 gostos Responder

camaraguida 😾😾Resta trabalhar para a subida próxima época
161 sem Responder

luisbdenobregateixeira Bom a jogar pa segunda divisao e com Muito tristeza, más la vai ser campeao para voltar otra vez para, a primeira divisao
161 sem Responder

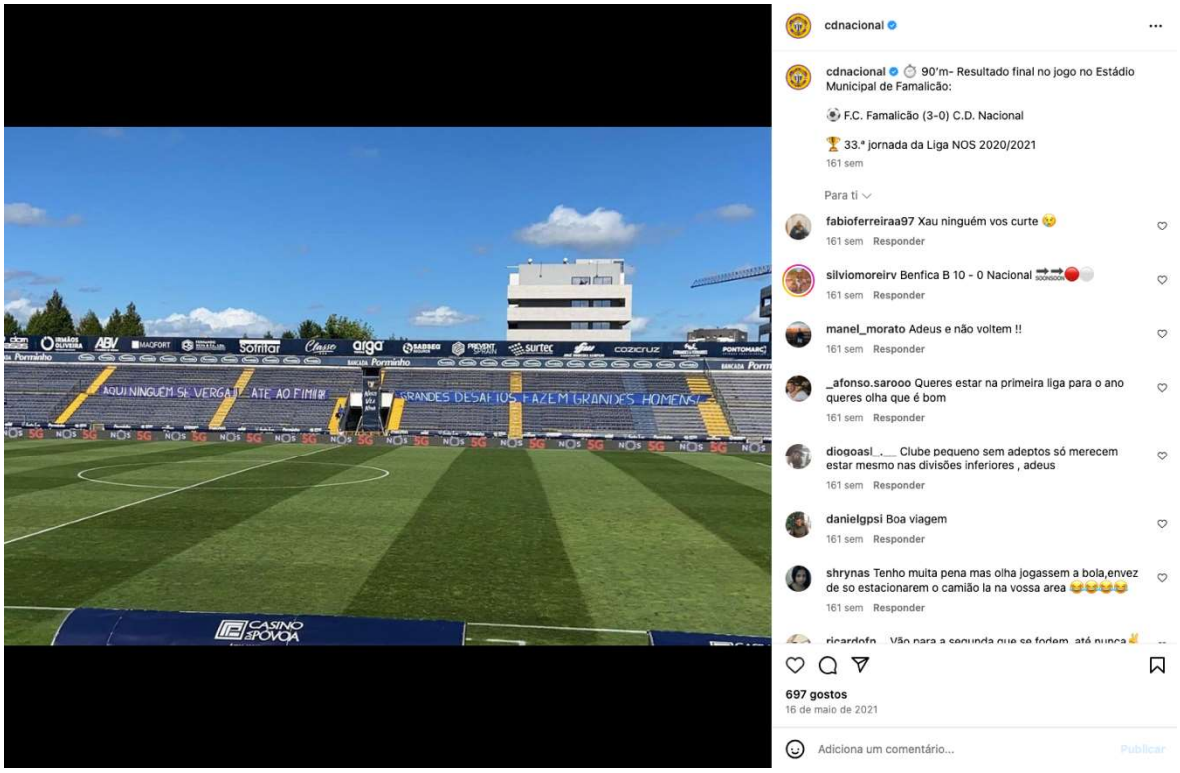
dermandeniz738 jogador de futebol muito ruim ... é péssimo....brayan riascos...
161 sem Responder

dermandeniz738 Sem licença de futebol para este homem 94 number he is joke

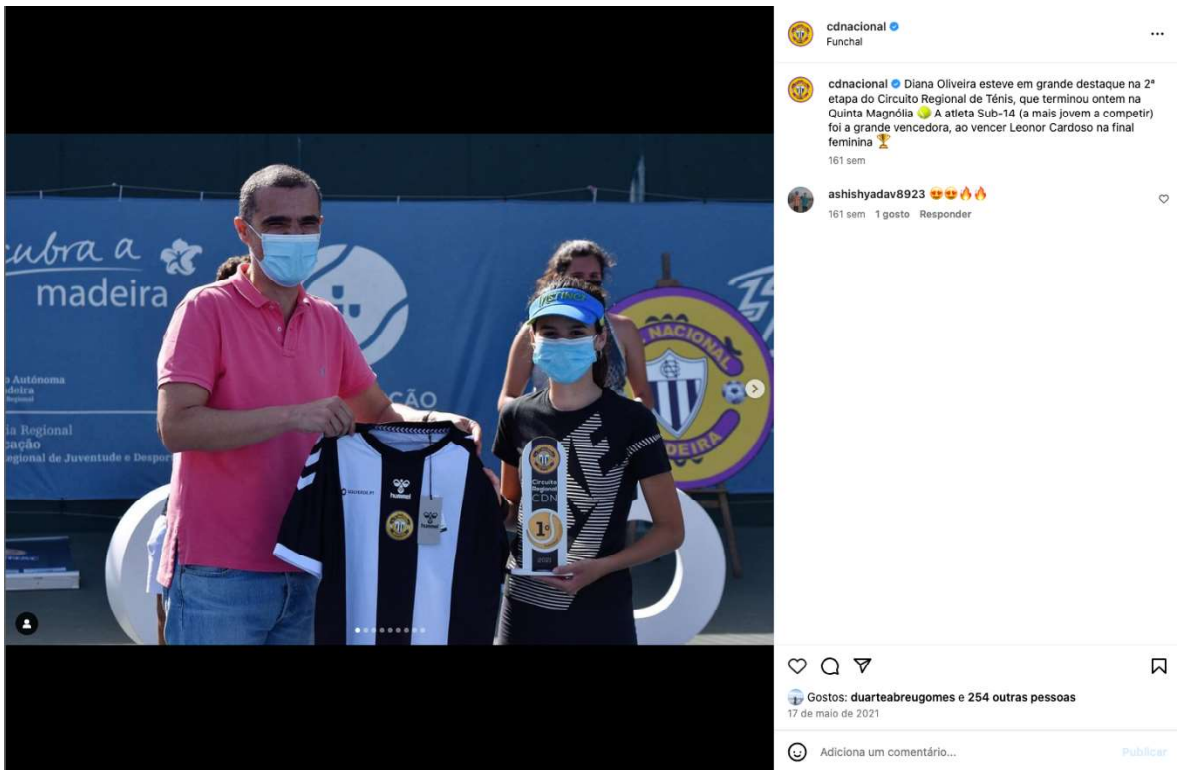
261 gostos
16 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

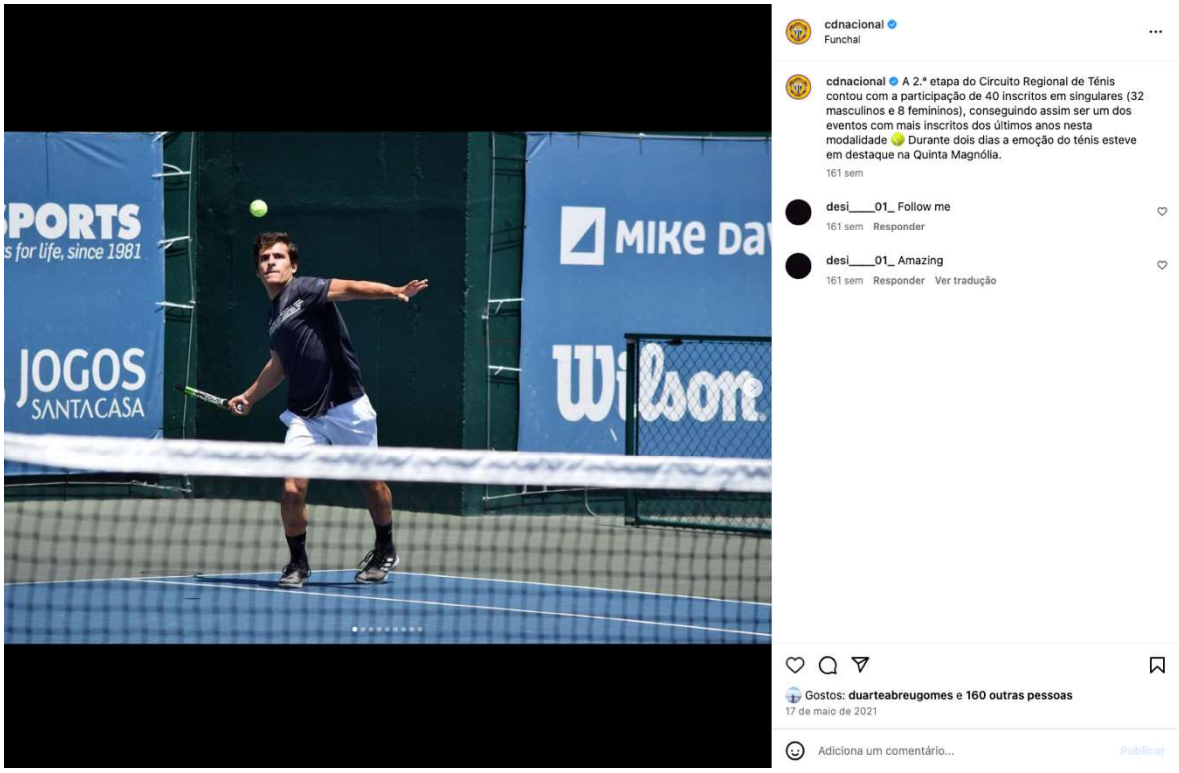
Post 631



Post 632



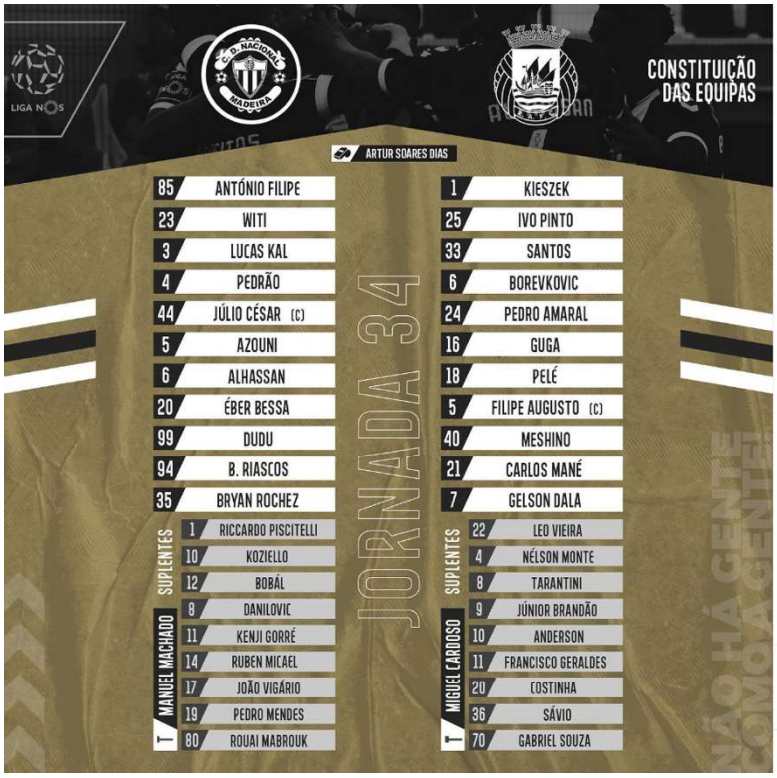
Post 633



Post 634



Post 635



cdnacional

cdnacional 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (vs) Rio Ave F.C.

34.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

161 sem

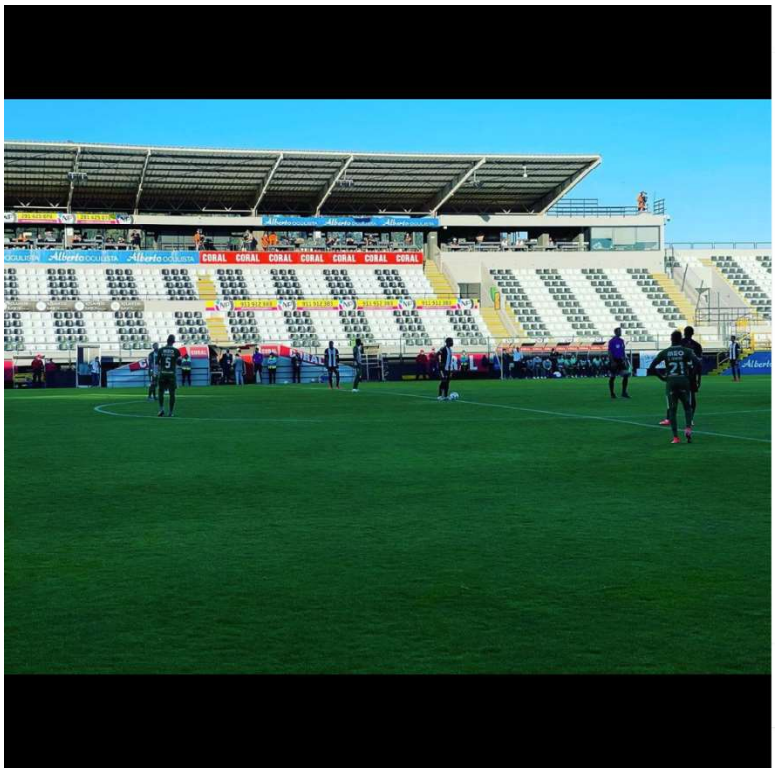
Ver comentários ocultados

148 gostos

19 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 636



cdnacional

cdnacional 1'm- Início do jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (0-0) Rio Ave F.C.

34.ª jornada da Liga NOS 2020/2021

161 sem

151 gostos

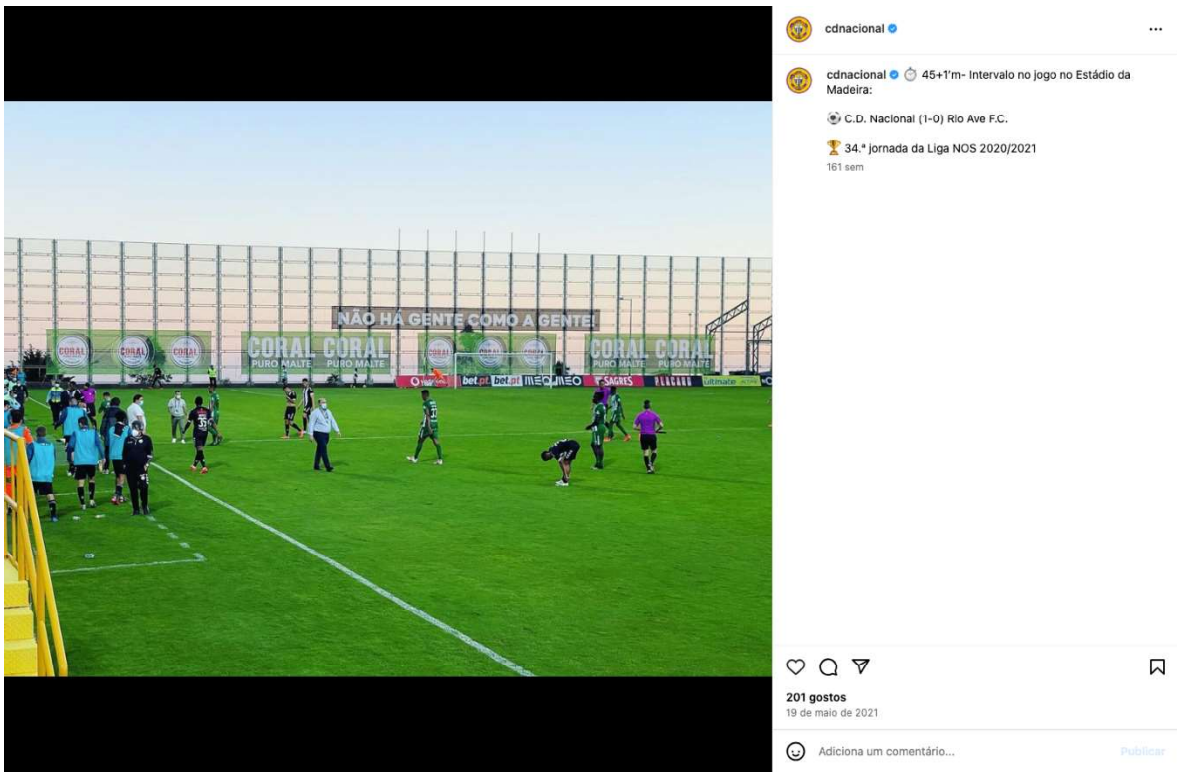
19 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 637



Post 638



Post 639



Post 640



Post 641



cdnacional
Funchal

cdnacional O CD Nacional informa que deu esta tarde entrada nos serviços administrativos do clube uma lista candidata às eleições para os órgãos sociais do clube no triénio 2021/2024, lista essa que tem como candidato a presidente da direção o eng.º Rui Alves.

O prazo para a entrega de candidaturas termina amanhã, dia 21 de maio, pelas 18 horas.

O acto eleitoral decorrerá no dia 1 de junho.

161 sem

jsammymc18 Sera altura de mudança????

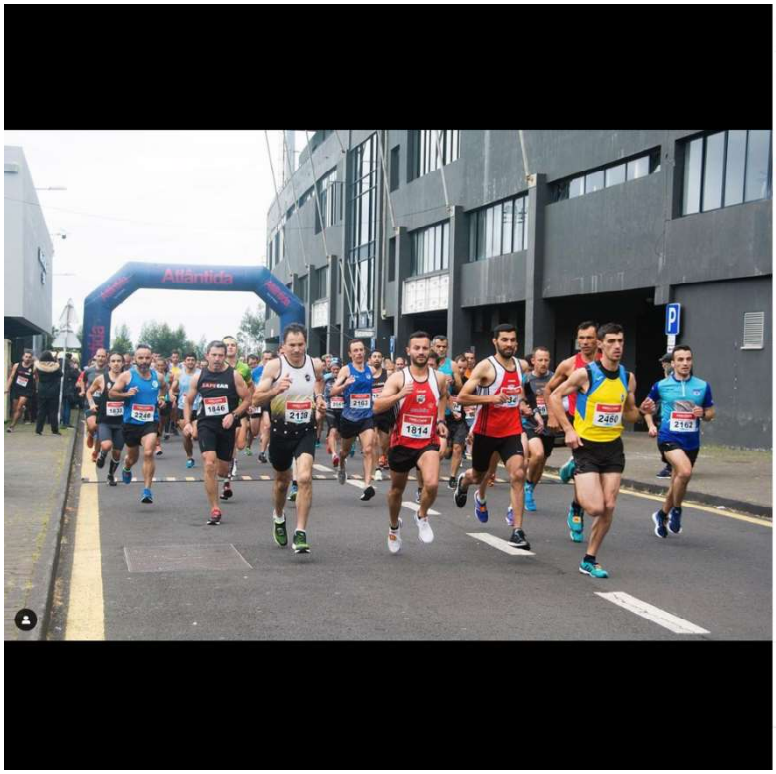
161 sem 1 gosto Responder

1814 visualizações

20 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 642



cdnacional

cdnacional Amanhã é dia de corrida 🏃. Está de volta o Circuito CD Nacional / @bioforma_lojadasaude em Atletismo 🏃. Contamos com a tua presença, às 9h30, na Cidade Desportiva 🏟

161 sem

motivaccao_diaria Bravos👏👏👏

161 sem Responder

192 gostos

21 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 643



cdnacional
Funchal

cdnacional O CD Nacional informa que deu esta tarde entrada nos serviços administrativos do clube uma segunda lista candidata às eleições para os órgãos sociais do clube no triénio 2021/2024, lista essa que tem como candidato a presidente da direção o eng.º Daniel Meneses.

O prazo para a entrega de candidaturas termina hoje, dia 21 de maio, pelas 18 horas.

O acto eleitoral decorrerá no dia 1 de junho.

160 sem

Para ti

emavigon 👏👏👏
160 sem Responder

jrsc2003 👏👏👏 Por um futuro melhor
160 sem Responder

mendes1356 👏👏👏👏
160 sem Responder

luismelimmelim Também eu nunca o fis como nunca aoareceu uma segunda lista, como alternariva.
160 sem Responder

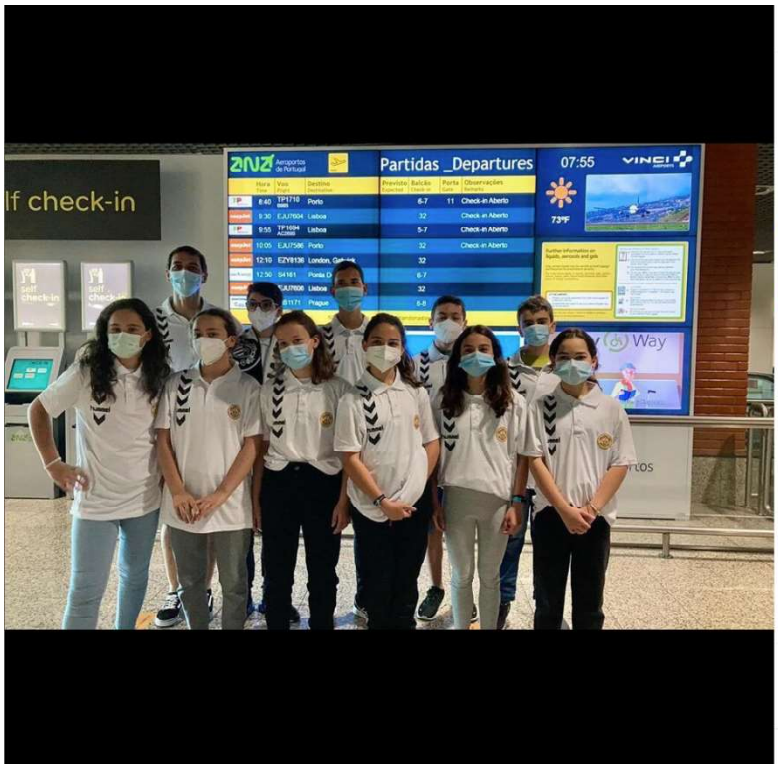
jsammymc18 👏👏👏👏👏. Lá estarei para votar... E sim tenho as cotas em dia🤘🤘
160 sem Responder

zouhair_dexter79 ❤️❤️❤️❤️
160 sem Responder

Gostos: **jandreabreu** e **448 outras pessoas**
21 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 644



cdnacional

cdnacional A Natação do C.D. Nacional disputará nos próximos dois fins-de-semana (22-23 maio e 29-30 maio) as primeiras competições nacionais após a longa paragem devido à pandemia 🏊 Sabe tudo em www.CDNacional.pt
161 sem

_649715 ❤️❤️❤️❤️❤️
160 sem Responder

manelifcosta Vamos nacional não à gente como a gente 🔥🔥
161 sem 1 gosto Responder

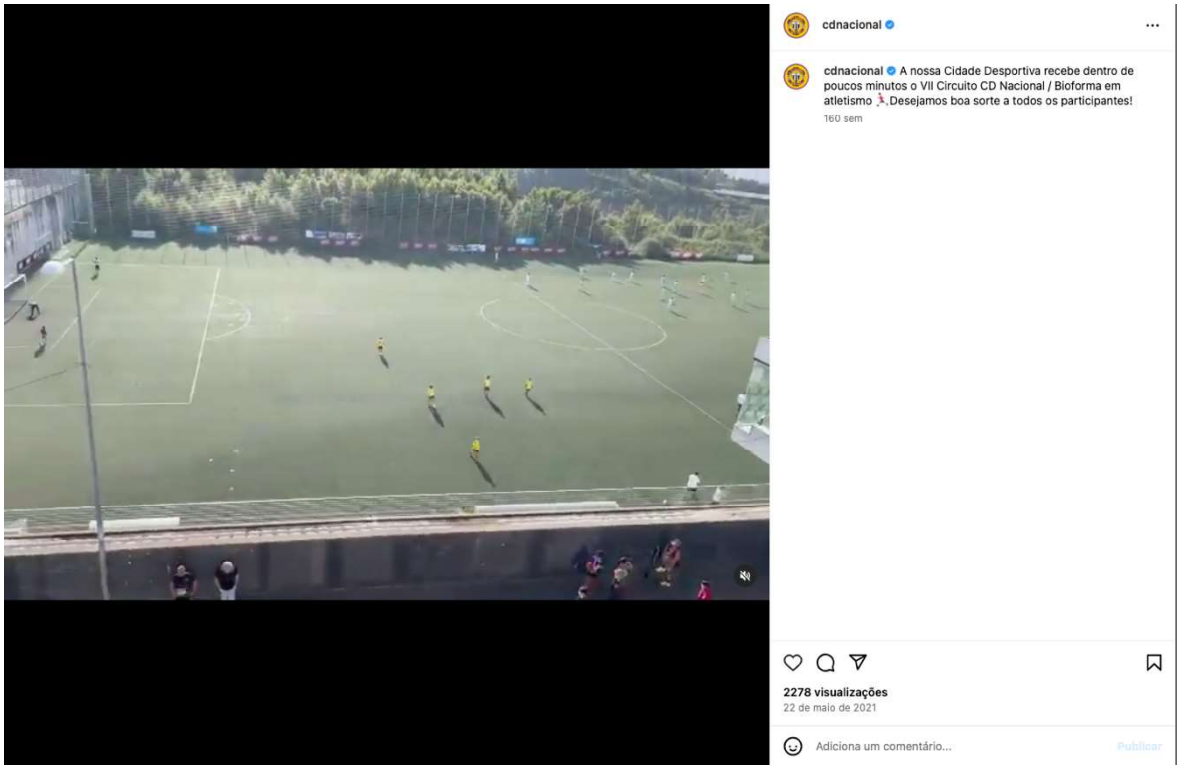
motivaccao_diaria 👏👏👏
161 sem Responder

kausain_sk ❤️❤️
161 sem Responder

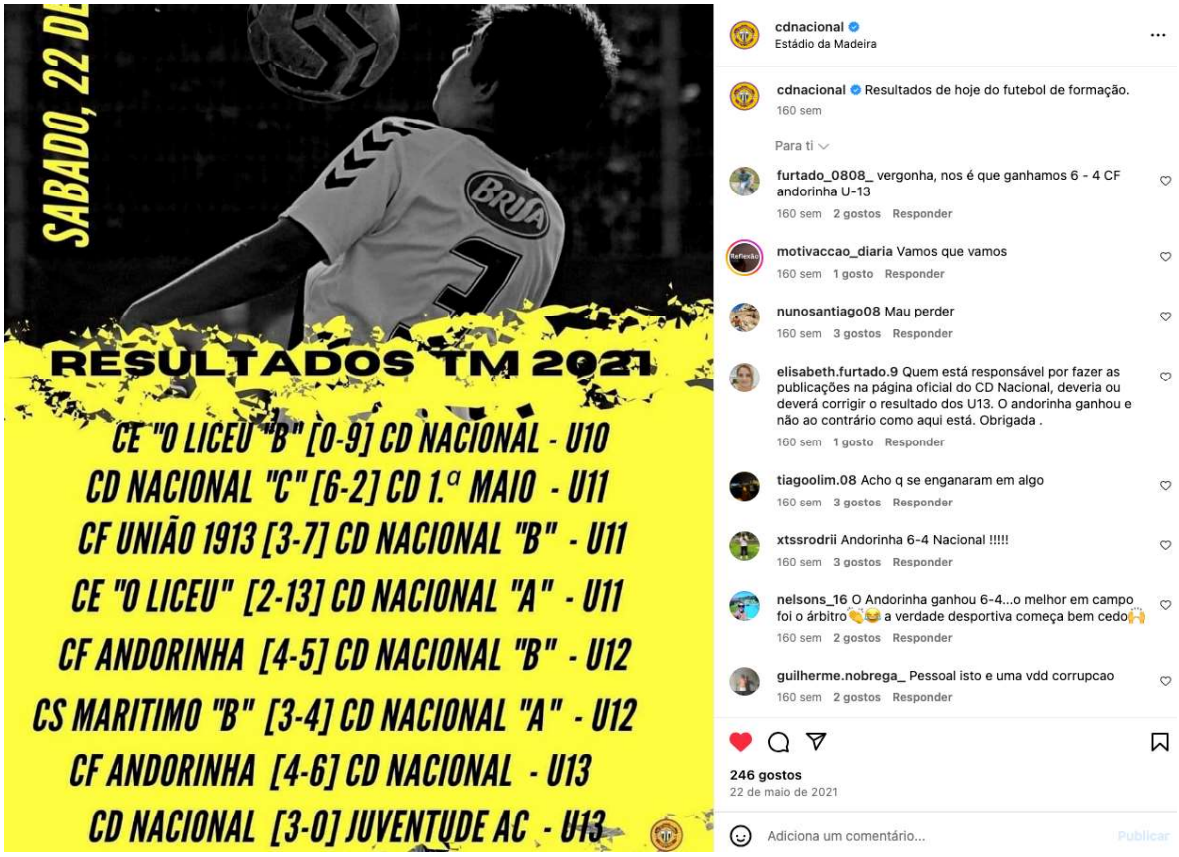
248 gostos
21 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 645



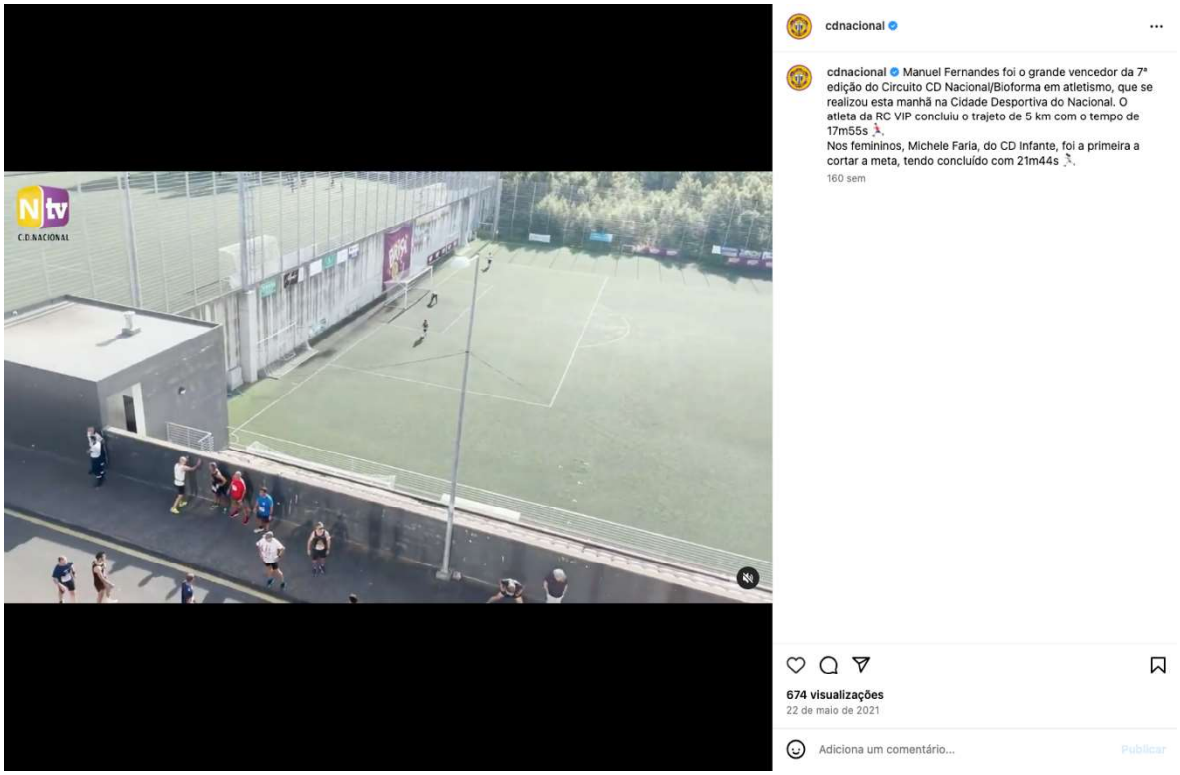
Post 646



Post 647



Post 648



Post 649



cdnacional

cdnacional Futebol de formação. Resultados de hoje
160 sem

144 gostos
23 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 650



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Sérgio Vieira vai ser o treinador da equipa sénior de futebol do CD Nacional na temporada 2021/22.

Na sequência da reunião mantida hoje entre o técnico e a administração, foi acordada a celebração de um contrato válido por uma temporada.

Bem vindo ao nosso clube, Sérgio!
160 sem

Para ti

overdadeirofutebolportugues Regressem depressa à 1 liga vamos @cdnacional . Boa sorte na caminhada
160 sem Responder

_joaopedro__02 NÃO DEIXEM O GORRÉ SAIR!!!!!
160 sem Responder

fabio.costabastos Esperamos que o Sérgio Vieira faça no Nacional o que fez no Farense e que nos coloque na I Liga
160 sem Responder

joaonuno07 Bem-vindo!!
160 sem Responder

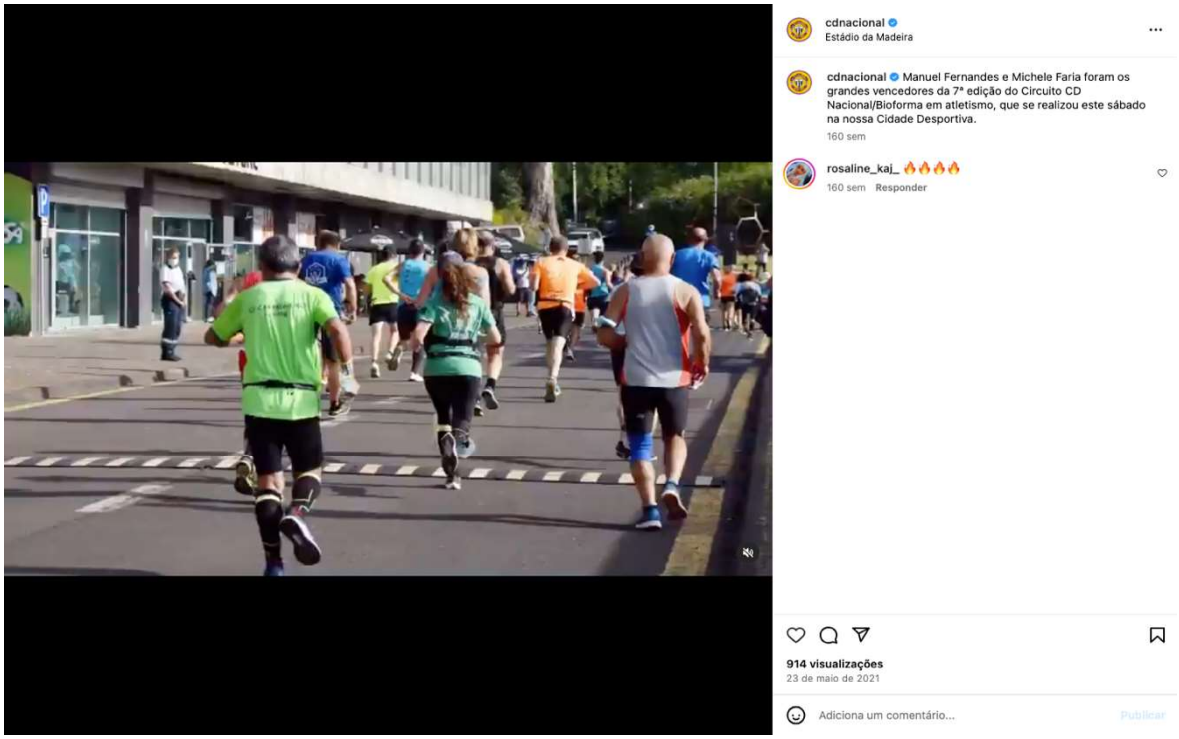
adilson.meneghelloficial Olhao presidente ai! Sem bigode...abcs
160 sem 2 gostos Responder

poliveiraa7 O gajo que fez descer o Farense foi a melhor opção que o Nacional conseguiu encontrar. Estão de parabéns 🔥👏
160 sem 1 gosto Responder

Gostos: luisgomes_10 e 446 outras pessoas
23 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 651



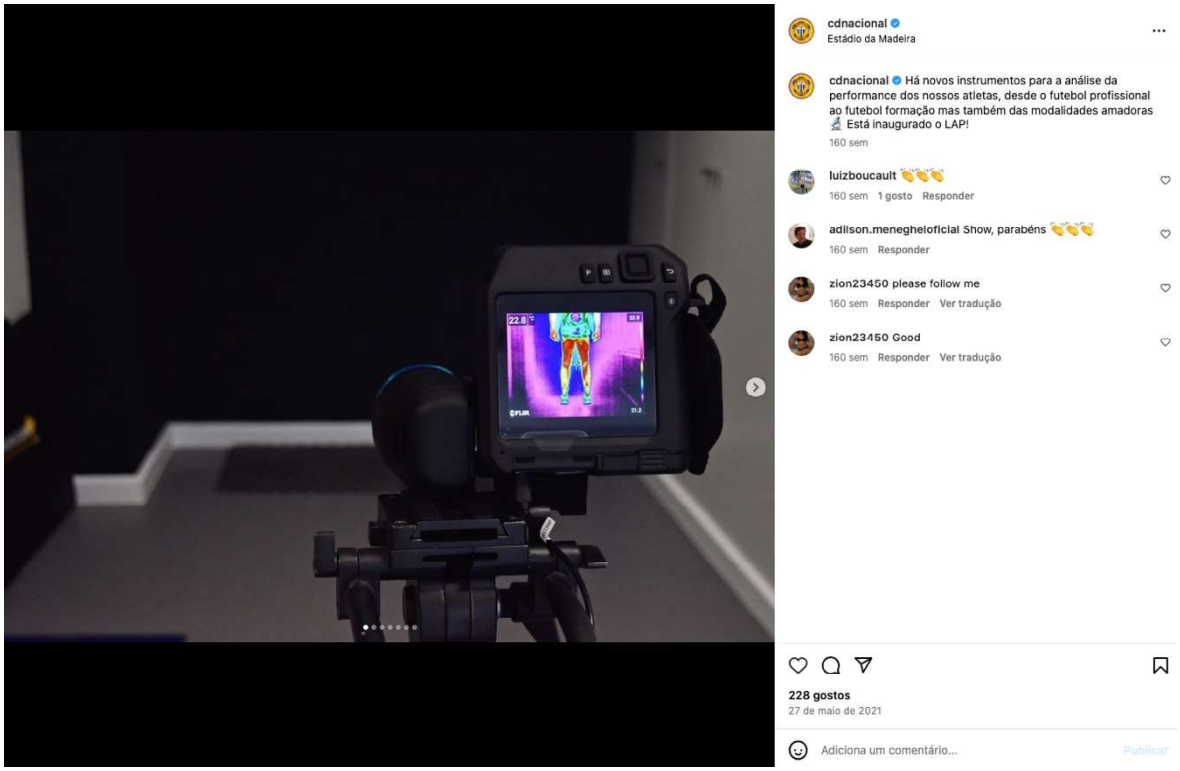
Post 652



Post 653



Post 654



Post 655



cdnacional

cdnacional Os nadadores do CD Nacional vão estar presentes este fim-de-semana no Torneio Zonal Sul, em Rio Maior, na categoria de juvenis, juniores e seniores
A comitiva alvi-negra é composta por Valentina Gonçalves, Inês Câmara, Margarida Freitas, Júlia Dias, Maria Costa, Maria Ferreira, Matim Gonçalves, André Dias, Tony Silva, Luís Gouveia, Paulo Alves Rui Fernandes e o treinador Osvaldo Mateus

Marcam presença nesta competição 463 atletas em representação de 67 clubes.

160 sem

241 gostos

28 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 656



cdnacional
Rio Maior

cdnacional Luís Galvão Gouveia e Inês Cruz Câmara começaram de forma brilhante o Torneio Zonal Juvenis, Juniores e Absolutos (Zona Sul), que está a decorrer em Rio Maior. Os nadadores alvinegros conquistaram duas medalhas de ouro, nos 200metros mariposa Parabéns e boa sorte a todos os atletas!

Editada · 159 sem

natypereira.03 @luisggouveia uiii

159 sem 1 gosto Responder

pedro_alves__06 Rei!!

159 sem 2 gostos Responder

mariafreitascosta_

159 sem 2 gostos Responder

jrsc2003 És grande @luisggouveia

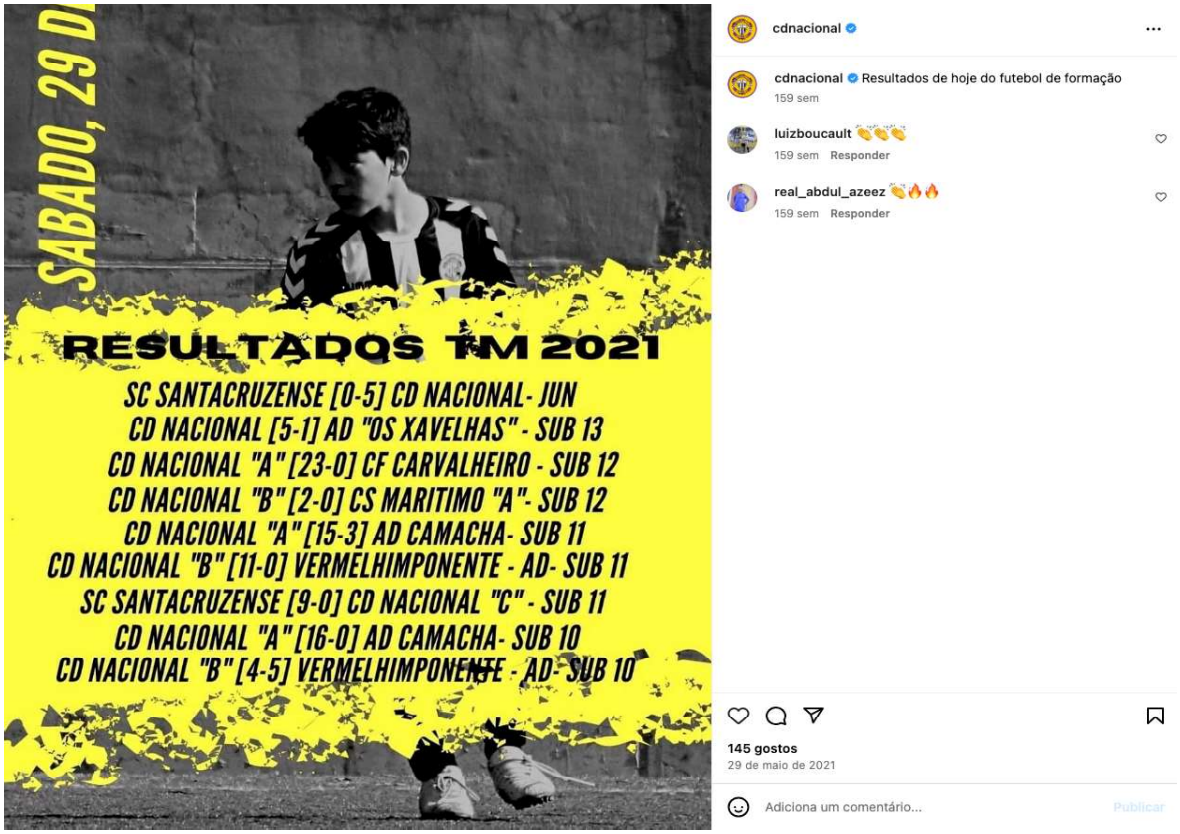
159 sem 2 gostos Responder

290 gostos

29 de maio de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

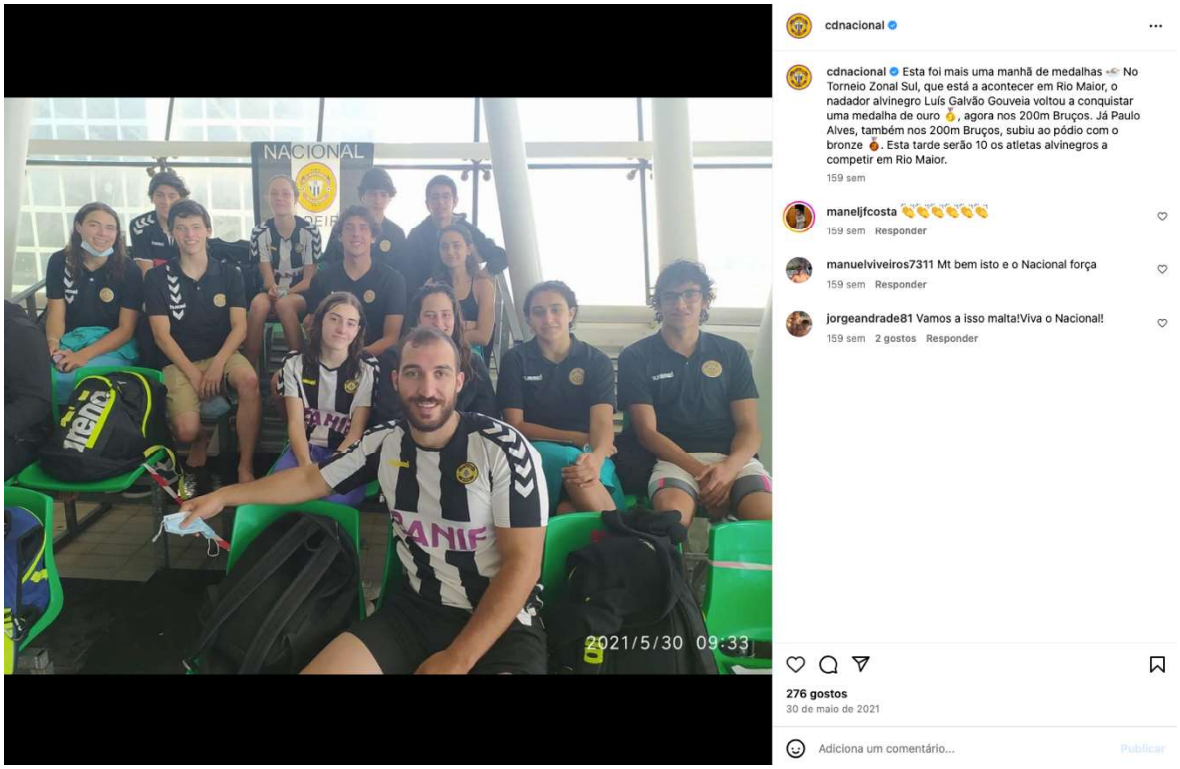
Post 657



Post 658



Post 659



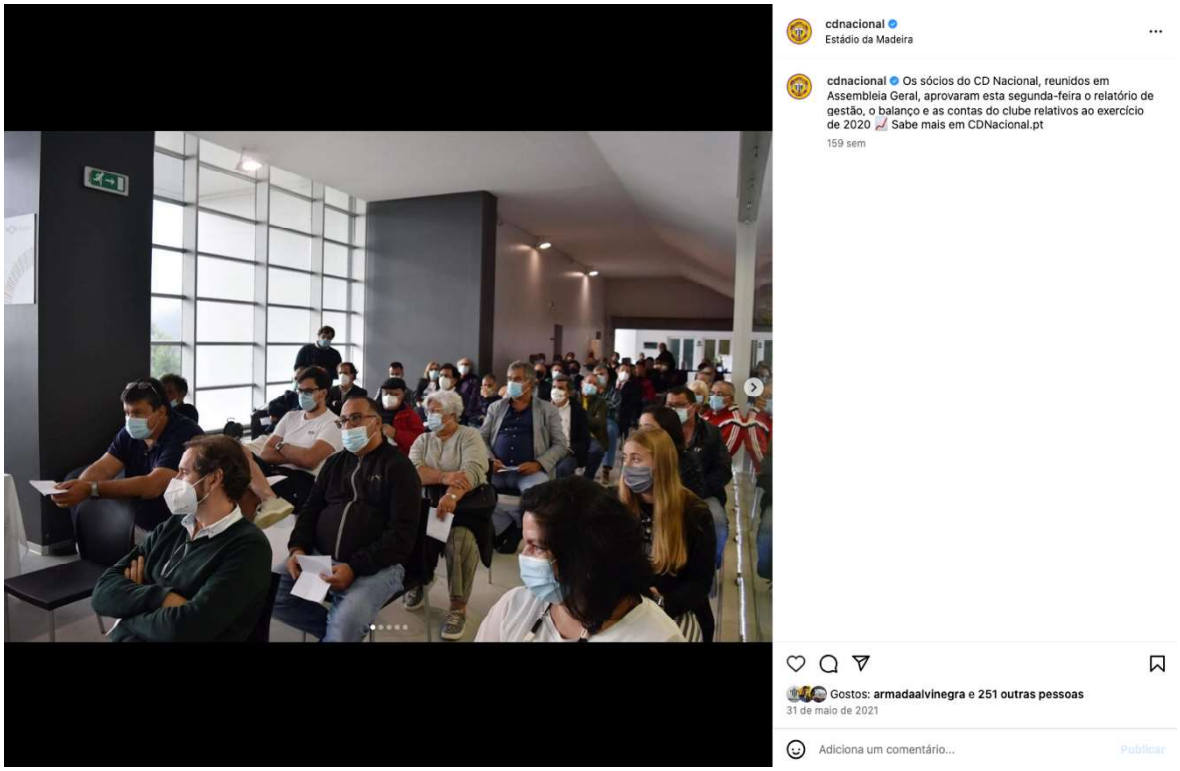
Post 660



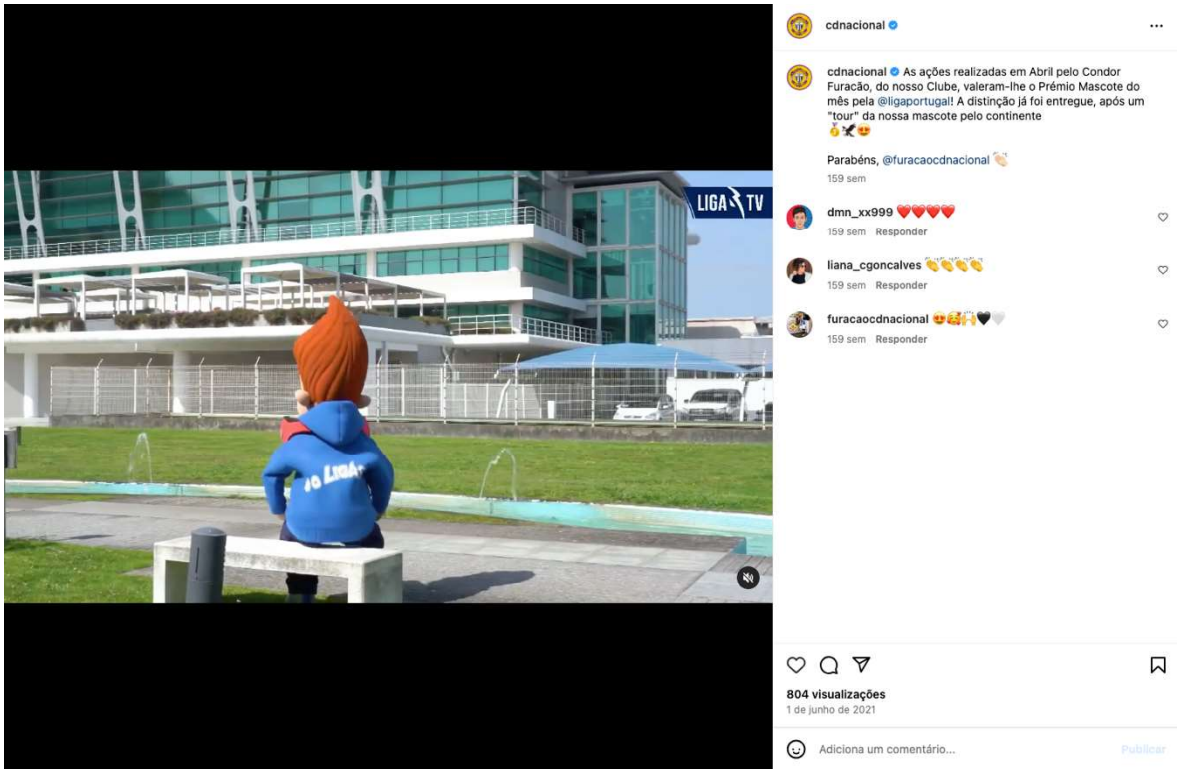
Post 661



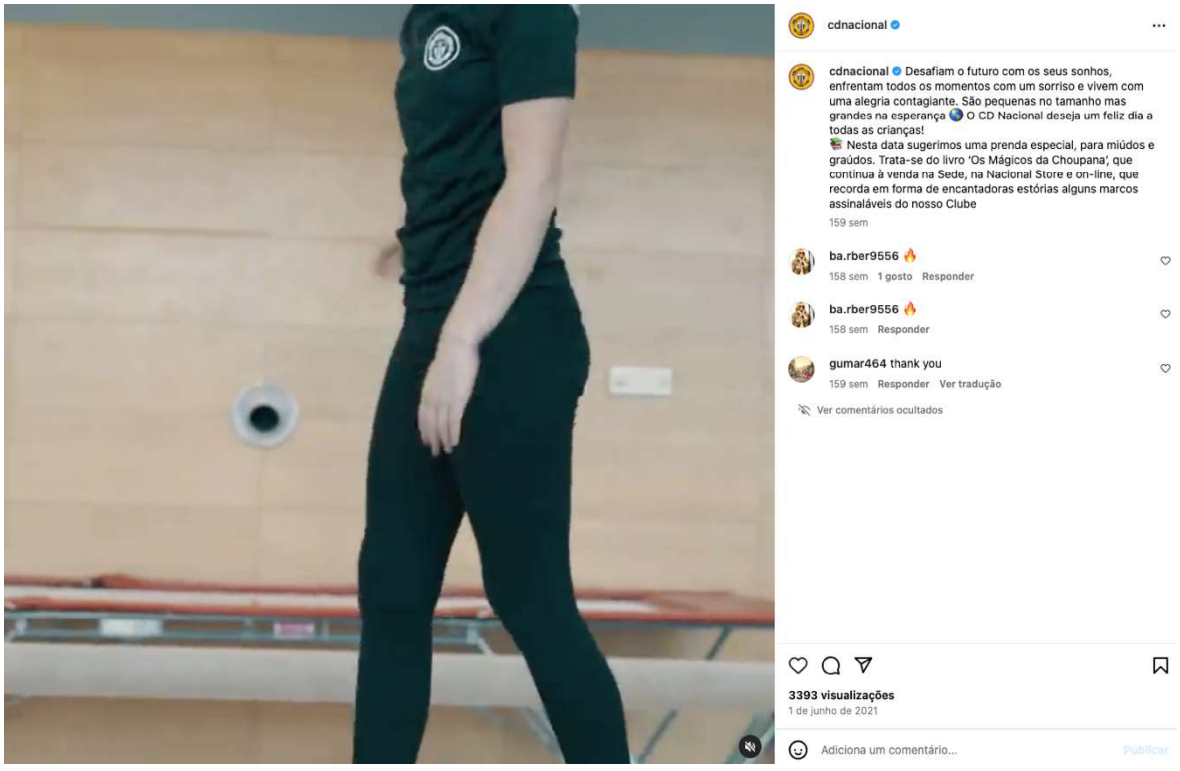
Post 662



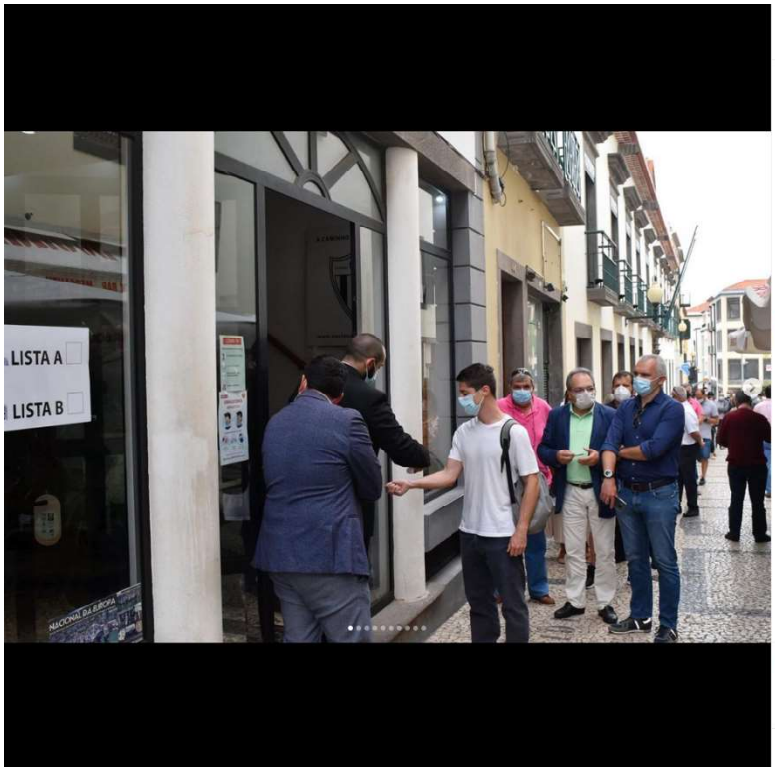
Post 663



Post 664



Post 665



cdnacional
Funchal

cdnacional Quando faltam menos de 2 horas para o fecho das urnas, cerca de 480 sócios alvi-negros já exerceram o seu direito ao voto, para as eleições que vão definir hoje os órgãos sociais do Clube Desportivo Nacional para o triénio 2021-2024.
O ato eleitoral irá decorrer até às 20h00 na Sede do Clube, na Rua do Esmeraldo nº 46.
Editada · 159 sem

azam__7576 🔥🎉😍😍😍😍
159 sem Responder

alinaradiaz_1 I need to play in the team please help me
159 sem Responder Ver tradução

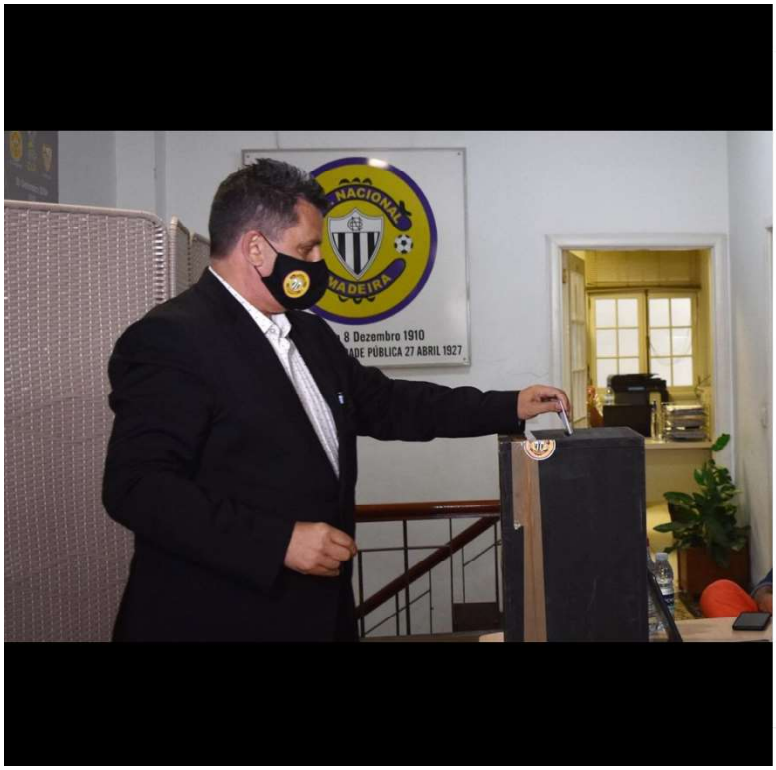
vitor_costa1972 2018,2021?? Não obrigado,sofri demais,siga em frente 2021/2024
159 sem Responder

jsammymc18 Será desta???
159 sem Responder

Gostos: **jandreabreu** e **345 outras pessoas**
1 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 666



cdnacional

cdnacional Rui António Macedo Alves, que liderava a Lista A, foi hoje reeleito presidente da Direção do Clube Desportivo Nacional, com 437 votos a favor.
O candidato da Lista B, Daniel Menezes, recebeu 168 votos.
Na maior participação de sempre registada no ato eleitoral para os órgãos sociais do Clube Desportivo Nacional, 610 sócios efetivos alvinegros exerceram durante o dia de hoje o seu direito ao voto, que decorreu na Sede do Clube. Na contagem de votos apenas 4 foram considerados nulos e 1 apresentava-se em branco.
Cerca de 65% dos 935 sócios que estavam elegíveis para o efeito, fizeram questão de marcar presença num momento de relevo da nossa instituição.

Porque não há gente como a gente!
159 sem

Para ti

jemnobrega 👏👏👏👏👏👏
159 sem Responder

azam__7576 😍😍😍😍😍😍😍
159 sem Responder

d.m.a.b.r Pois niguen quere mudar mas boa sorte
159 sem Responder

adilson.meneghelo oficial Parabéns Presidente, orgulho de ter feito parte deste Centenário Clube.
159 sem Responder

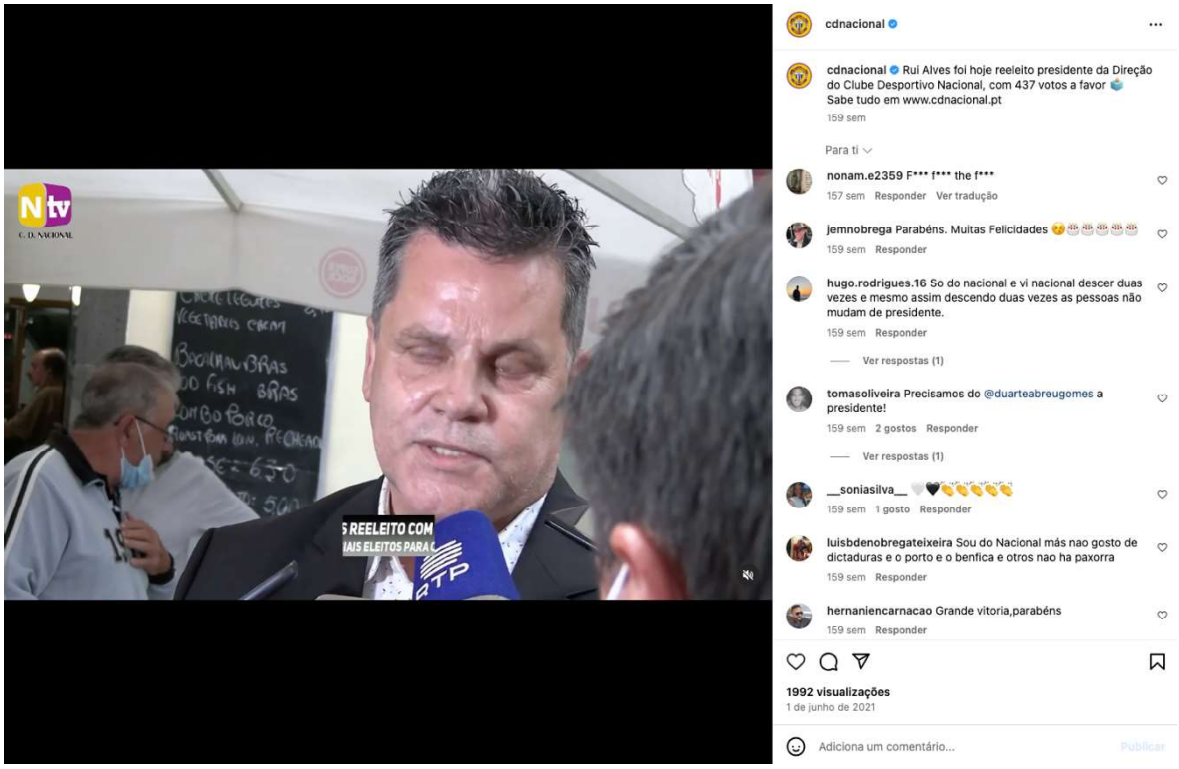
ribeiropaulina 👏Parabéns eng. Rui Alves
159 sem Responder

joaogomes2010 Parabéns Rui Alves. Como AlviNegro

Gostos: **hugo8leme** e **491 outras pessoas**
1 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 667



Post 668



Post 669



cdnacional

cdnacional Resultados de hoje do futebol de formação
159 sem

164 gostos
3 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 670



cdnacional
Pavilhão Do Caniçal

cdnacional A classe de competição da Ginástica Rítmica do CD Nacional compete este sábado no Campeonato Regional de 1ª Divisão, que terá lugar no Pavilhão Gimnodesportivo do Caniçal 🤸 As provas têm início às 16h55, mas devido à pandemia Covid-19, não será possível a presença de público no interior do recinto.
159 sem

raheem_m_a 😍😍
158 sem Responder

they_call_raj__ https://instagram.com/inkandfableraj?utm_medium=copy_link
159 sem Responder

222 gostos
4 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 671



cdnacional

cdnacional Futebol de formação. Resultados de hoje
158 sem

fg_00001234
158 sem Responder

raheem_m_a
158 sem Responder

Gostos: **f.pestanasilva** e **188 outras pessoas**
5 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 672



cdnacional

cdnacional Tem 29 anos, joga preferencialmente com o pé direito e conhece bem esta casa 👤 Qual é o nosso primeiro reforço para a época 2021/2022?
158 sem

Para ti

john_lopez_morris_53 👏👏
158 sem Responder

fisioterapeutarobbiebraz Vitinho
158 sem Responder

a_b_d_u_r_r_a_h_m_a_n_ Awesome 👏👏👏
158 sem Responder Ver tradução

jsammymc18 Vitor Gonçalves ou o Jota
158 sem Responder

santiagoconceicao.09 Finalmente um jogador decente!!
158 sem 1 gosto Responder

pedrosilva8855 Vitor Gonçalves
158 sem Responder

pietro9255 Rochez a diez goles de convertirse en el máximo goleador en la historia del naciona de madeira
158 sem Responder Ver tradução

joaonuno07 Vítor Gonçalves
158 sem Responder

jorgeandrade81 O Jota é mais novo!

Gostos: **zemariatrindade** e **496 outras pessoas**
6 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

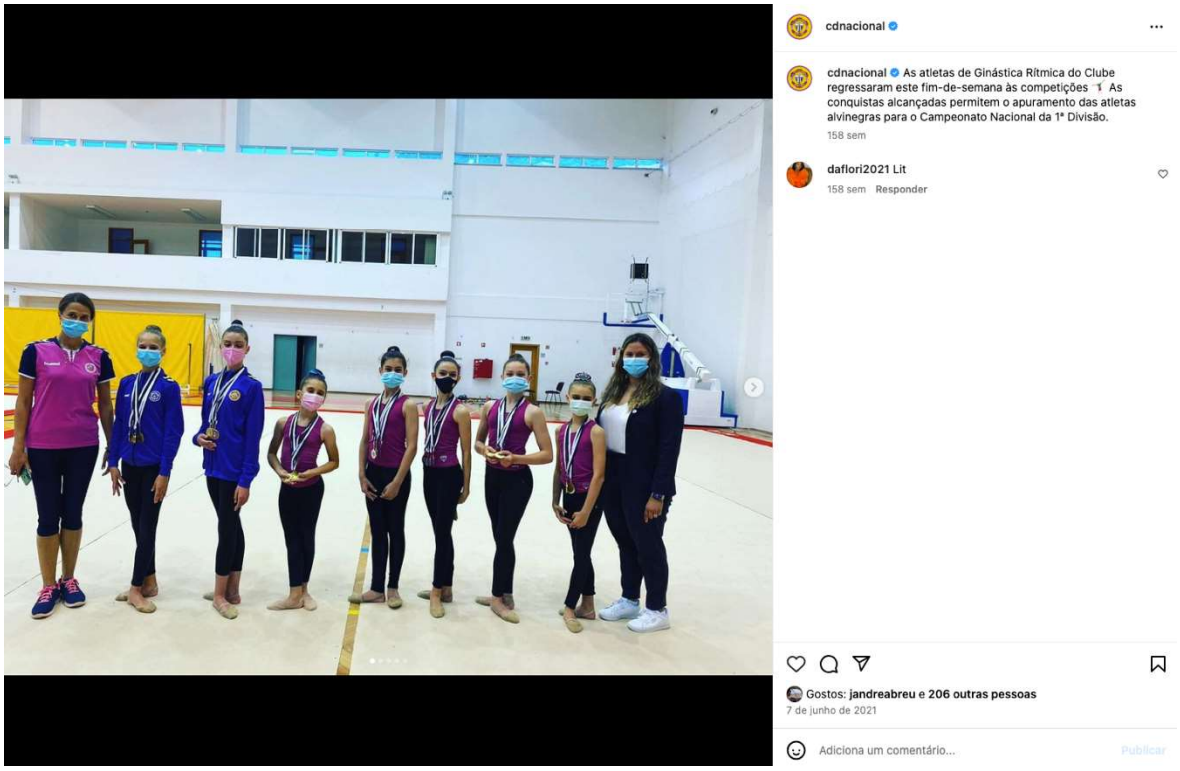
Post 673



Post 674



Post 675



Post 676



Post 677



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Dos juniores do CD Nacional à titularidade na Seleção A de Portugal. Muitos parabéns por mais esta etapa cumprida, Rui Silva 👊
Editada · 158 sem

nartey7517 Hi
157 sem Responder

pedrosousa1970 É um orgulho que Rui Silva @ruisilva_1 esteja ligado aos dois clubes dos quais sou sócios (CDN desde 1986 e Sporting desde 1994), pela sua estreia no Estádio José Alvalade. Sei que será o sucessor de Rui Patrício. E que se voltar a Portugal ajude sempre o nosso Nacional. Saudações nacionalistas e leoninas
157 sem Responder

ruisilva_1 Obrigado @cdnacional 💪
158 sem 7 gostos Responder

ramsrup___bishnoi__0029 Follow me please
158 sem Responder Ver tradução

Gostos: diego_barcelos10 e 579 outras pessoas
9 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 678



cdnacional

cdnacional Futebol de formação: resultados de hoje
158 sem

shzuzbeti Olá, sou o Rayan, moro na Tunísia e sou jogador de um time que joga na primeira divisão, a classe média. Tenho 16 anos. Jogo como lateral-direito. Tenho alta velocidade, chute forçа e solidez defensiva. Isso é o que me torna o capitão do time. Quero fazer uma experiência com o seu clube e me contratar, e se você quiser minhas habilidades, enviarei um vídeo ❤️❤️🔥
158 sem Responder

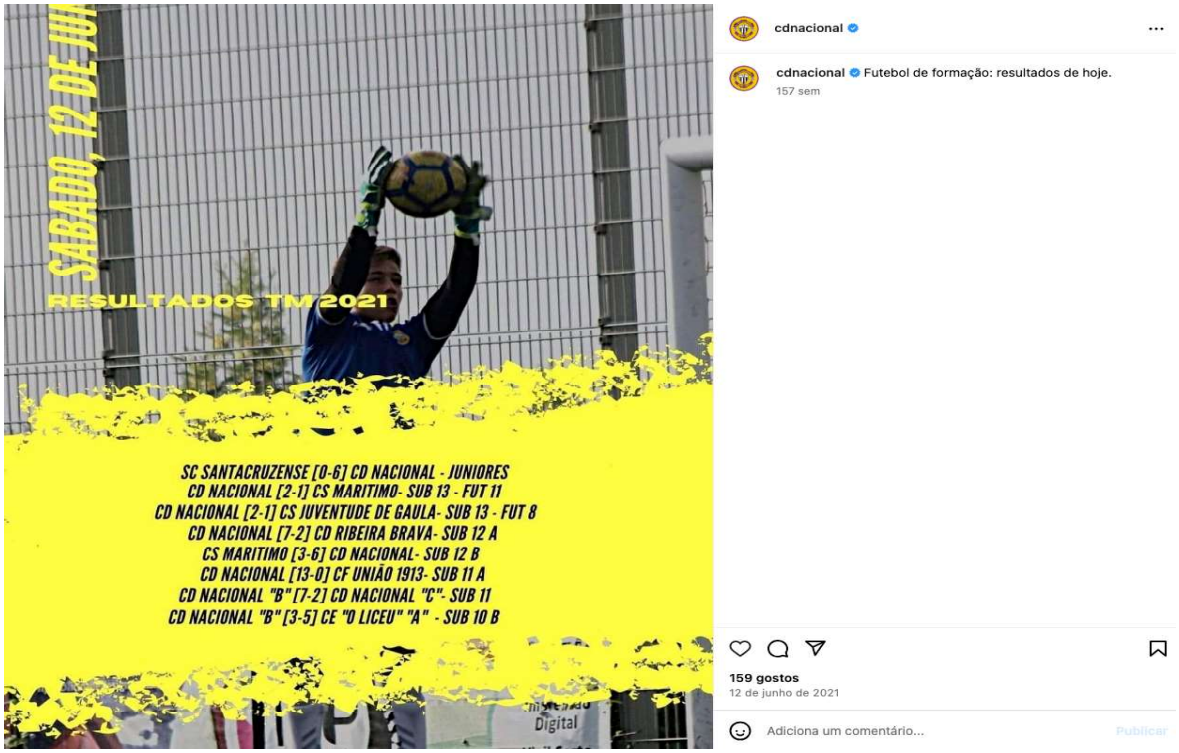
183 gostos
10 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

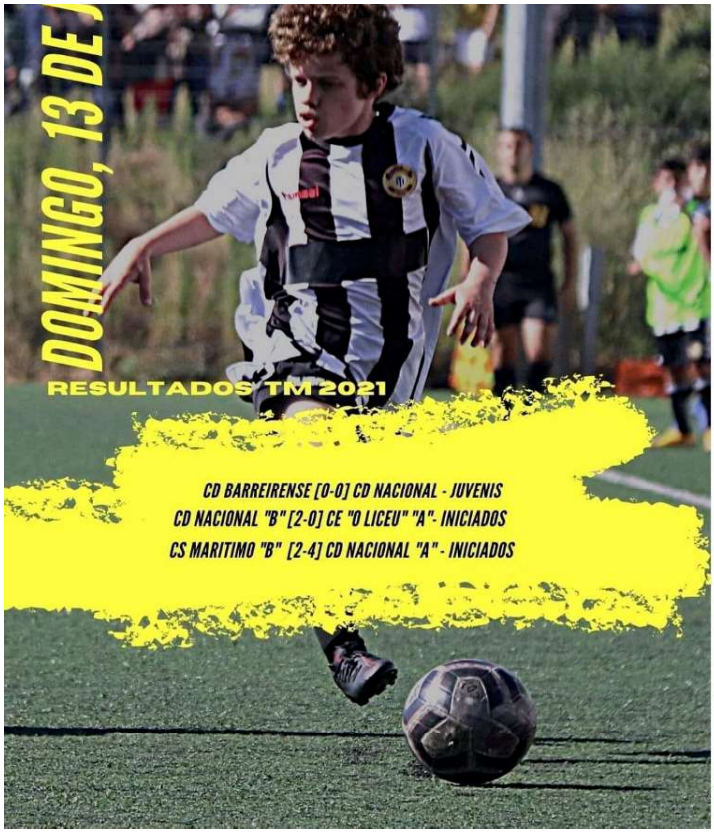
Post 679



Post 680



Post 681



cdnacional

cdnacional Futebol de formação. Resultados de hoje.
157 sem

203 gostos
13 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 682



cdnacional
Funchal

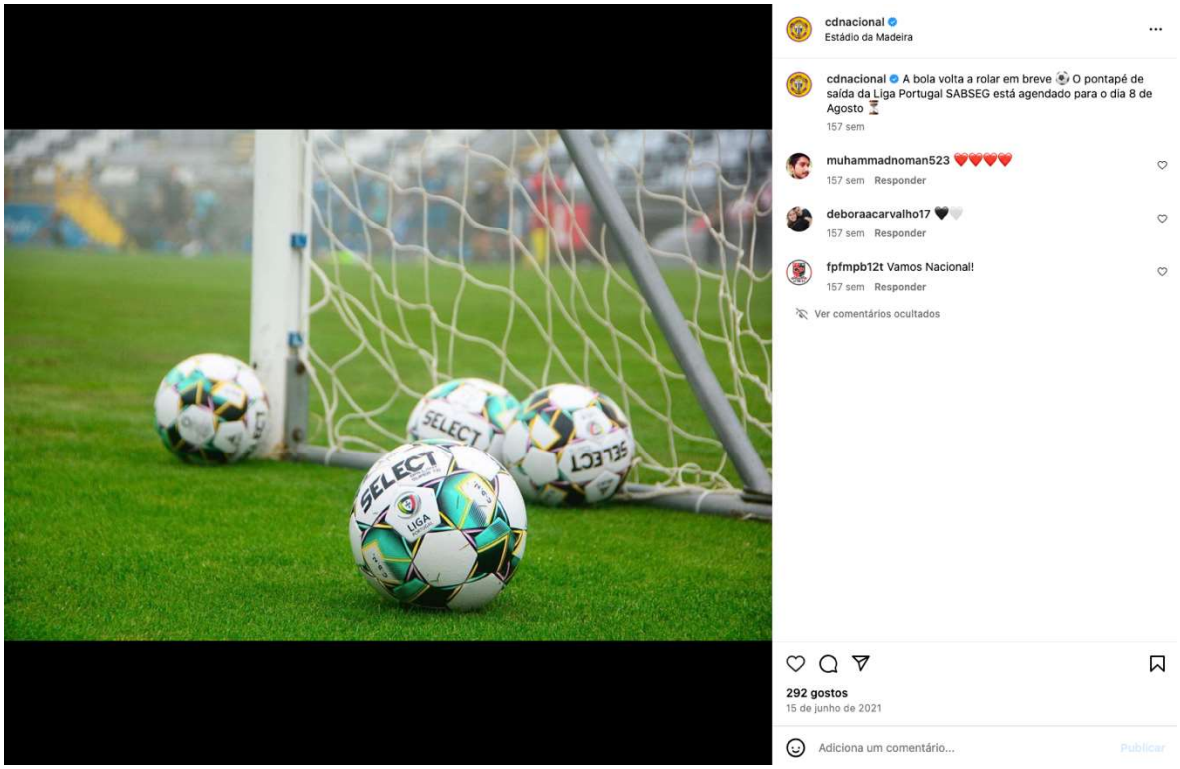
cdnacional A Rampa do Monte / Município do Funchal vai para a estrada no próximo sábado, com 37 equipas inscritas 🏁 Mais info em www.cdnacional.pt
157 sem

luizboucault 🔥🔥🔥
157 sem Responder

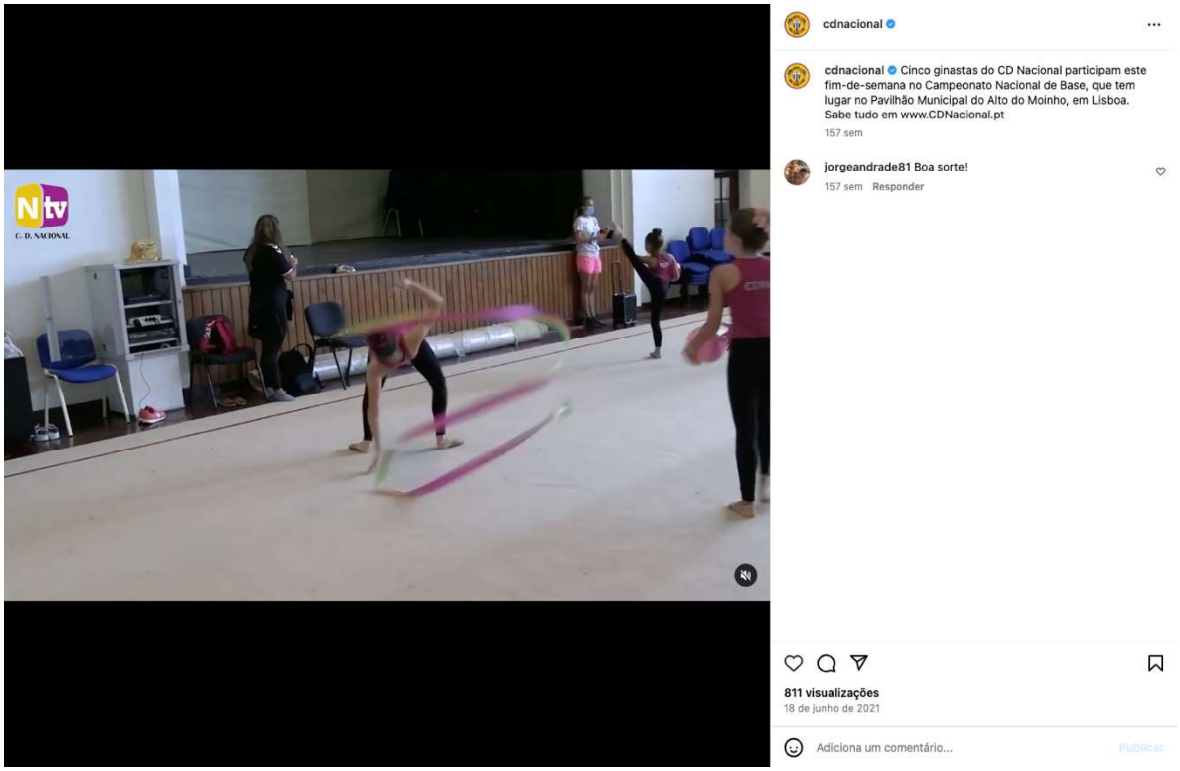
179 gostos
14 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 683



Post 684



Post 685



cdnacional

cdnacional O Kick-Off 2021-22 terá lugar na quinta-feira, 8 de Julho, a partir das 17H30, no Centro de Congressos Alfândega do Porto

Editada · 157 sem

100 gostos

18 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 686



cdnacional

cdnacional Futebol de formação: resultados de hoje

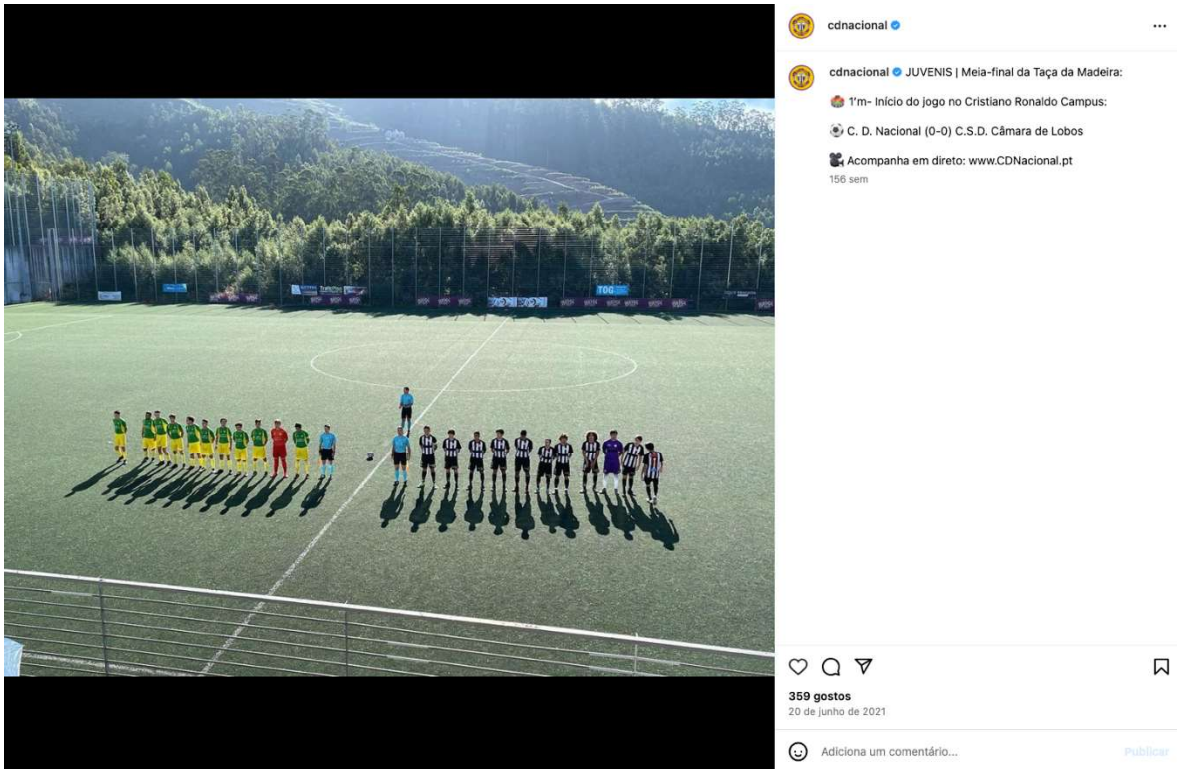
156 sem

140 gostos

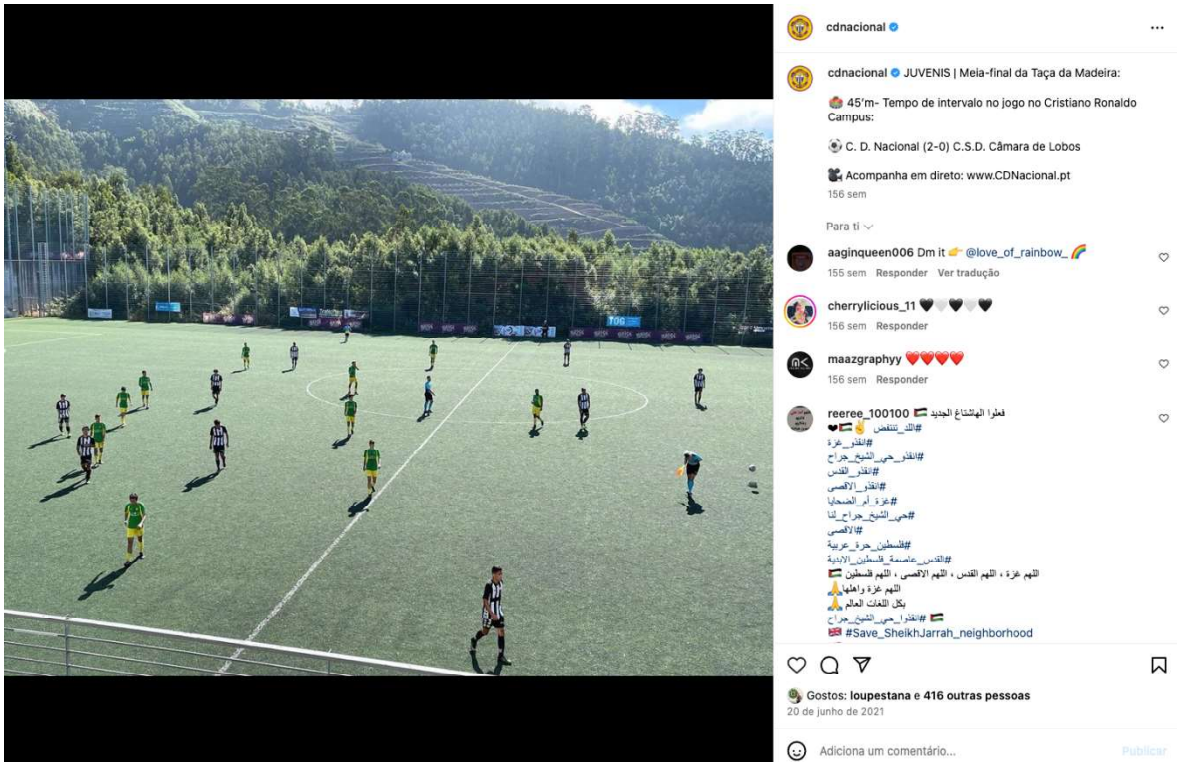
19 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

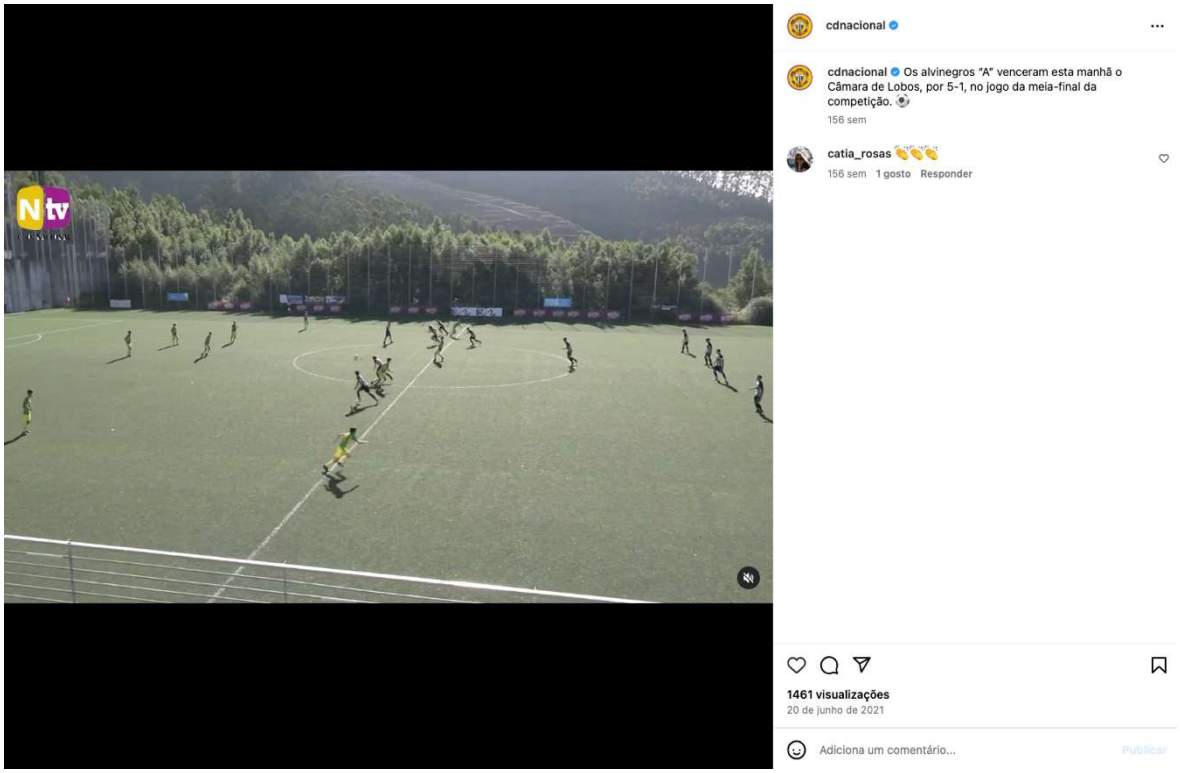
Post 687



Post 688



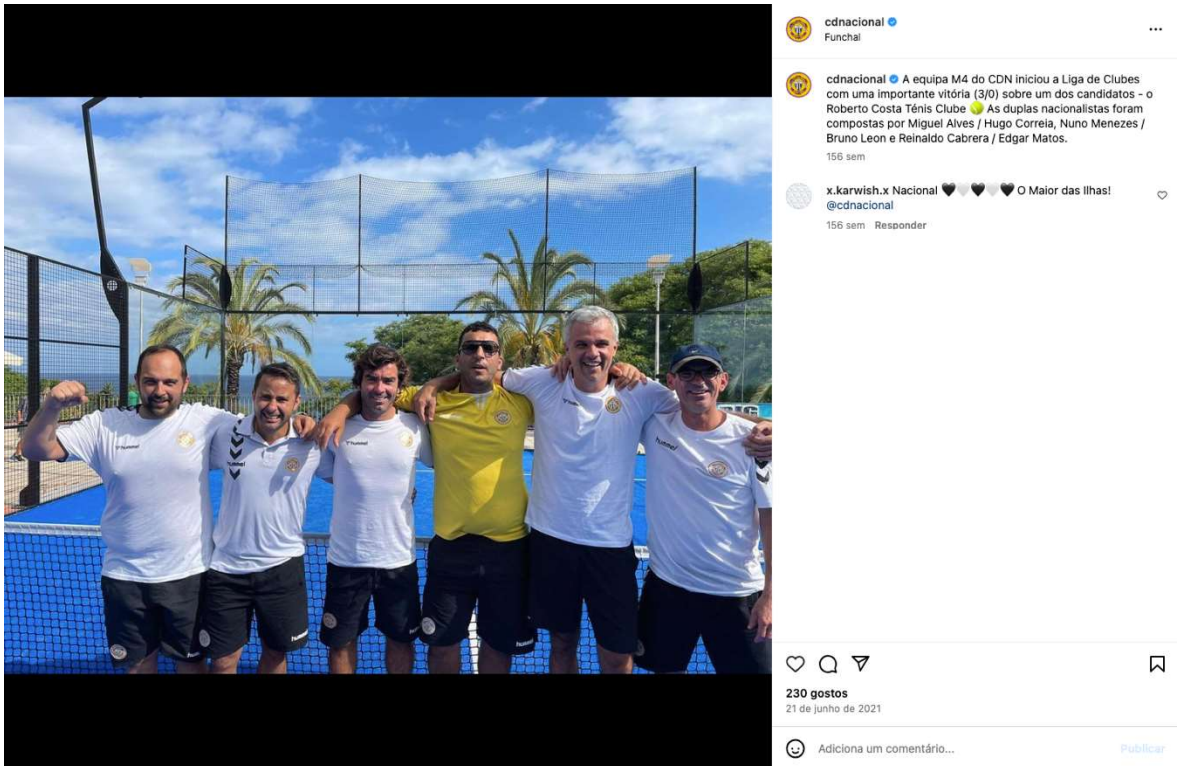
Post 689



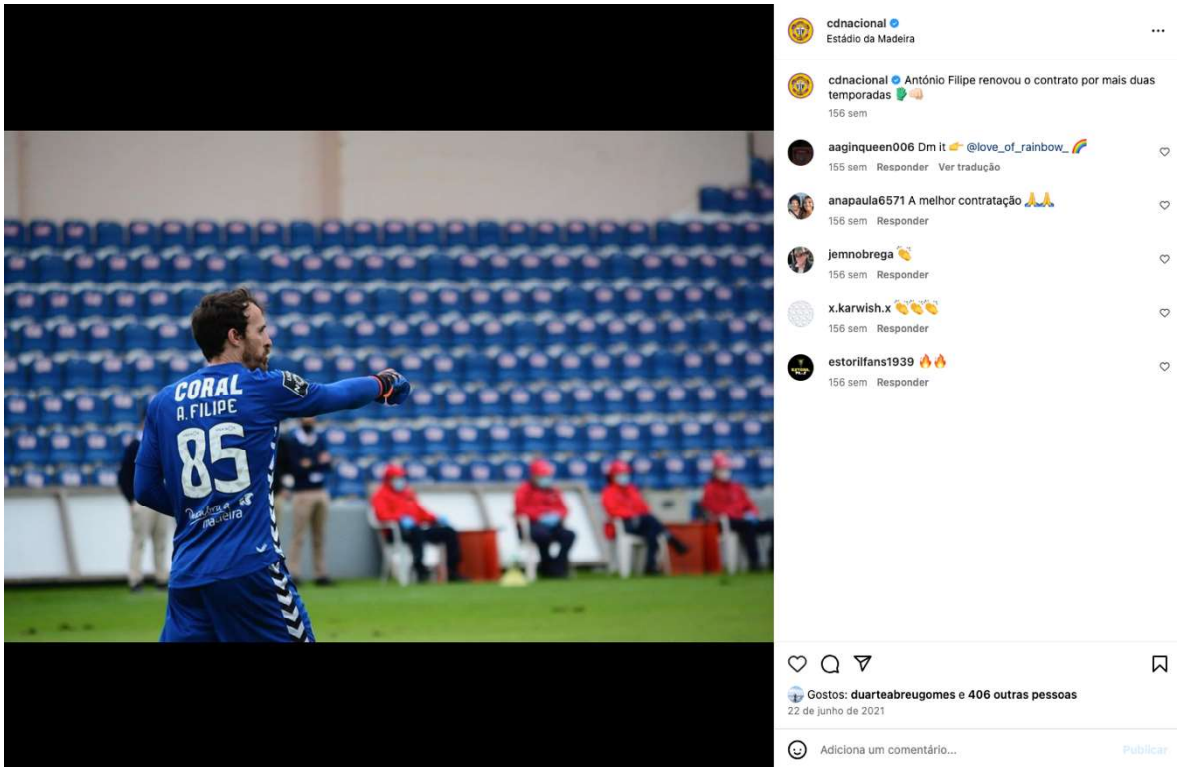
Post 690



Post 691



Post 692



Post 693



cdnacional

cdnacional O mais recente reforço do plantel profissional para 2021/2022 regressa a uma casa que o viu crescer Estreou-se como atleta profissional na época 2011/12, tendo depois cumprido 134 jogos oficiais com a camisola alvinegra Quem é?
156 sem

Para ti

vitor_costa1972 Jota de regresso
156 sem Responder

poliveiraa7 Bem vindo de volta a casa! Agora é hora de arranjar novos atacantes!
156 sem Responder

cherrylicious_11
156 sem Responder

santiagoconceicao.09 Jota
156 sem Responder

pedrosilva8855 Nuno campos
156 sem Responder

joaopmartins_tgr Grande Jota!! Muita sorte neste regresso para ti e para o grande Nacional @garcesjota8
156 sem 1 gosto Responder

Gostos: **diego_barcelos10** e **687 outras pessoas**
23 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 694



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Foi nesta casa que fez a sua formação e estreou-se como profissional em 2011/2012, tendo depois cumprido 134 jogos com a camisola alvinegra O médio madeirense João Garcês, mais conhecido por Jota, assinou um contrato válido por duas temporadas Bem-vindo, Jota!
156 sem

Para ti

celly.magalhaes.520 Boa parabéns Jota
156 sem Responder

news__futebol Tranferencia postada no meu perfil Aí
156 sem Responder

news__futebol
156 sem Responder

angelofreitas755 Boa sorte amigo grande abraço
156 sem Responder

jsammymc18 Bem vindo de volta
156 sem Responder

emavigon Bem vindo a casa Capitão. Votos de muito sucesso para a nova época.
156 sem 1 gosto Responder

susana.olim.5
156 sem 1 gosto Responder

pauloo.gomeess The King @garcesjota8
156 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Gostos: **guilhermevieira96** e **836 outras pessoas**
23 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 695



cdnacional
Região Autónoma da Madeira

cdnacional Conheces um local onde nunca te sentes aborrecido?! Um local onde consegues sempre encontrar uma experiência perfeita para cada pessoa?! Um local onde te sentes feliz e onde pertences?! 😍
Este local é a Madeira e o Porto Santo 😉 Perde-te no nosso mundo de experiências únicas 🙂 @visitmadeira
Editada · 156 sem

_pulod_tjk_ 🙌🙌
156 sem Responder

982 visualizações
24 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 696



cdnacional

cdnacional A Taça da Madeira, em futebol formação, tem este fim-de-semana o seu momento decisivo e são várias as equipas do CD Nacional apuradas para as respetivas finais 🏆 As cores alvinegras estarão assim em destaque nos jogos decisivos destas competições regionais. Conheça a agenda de jogos em www.CDNacional.pt e apoie as nossas equipas! ⚽
156 sem

hamidreza_nadi_008 ❤️❤️❤️❤️
156 sem Responder

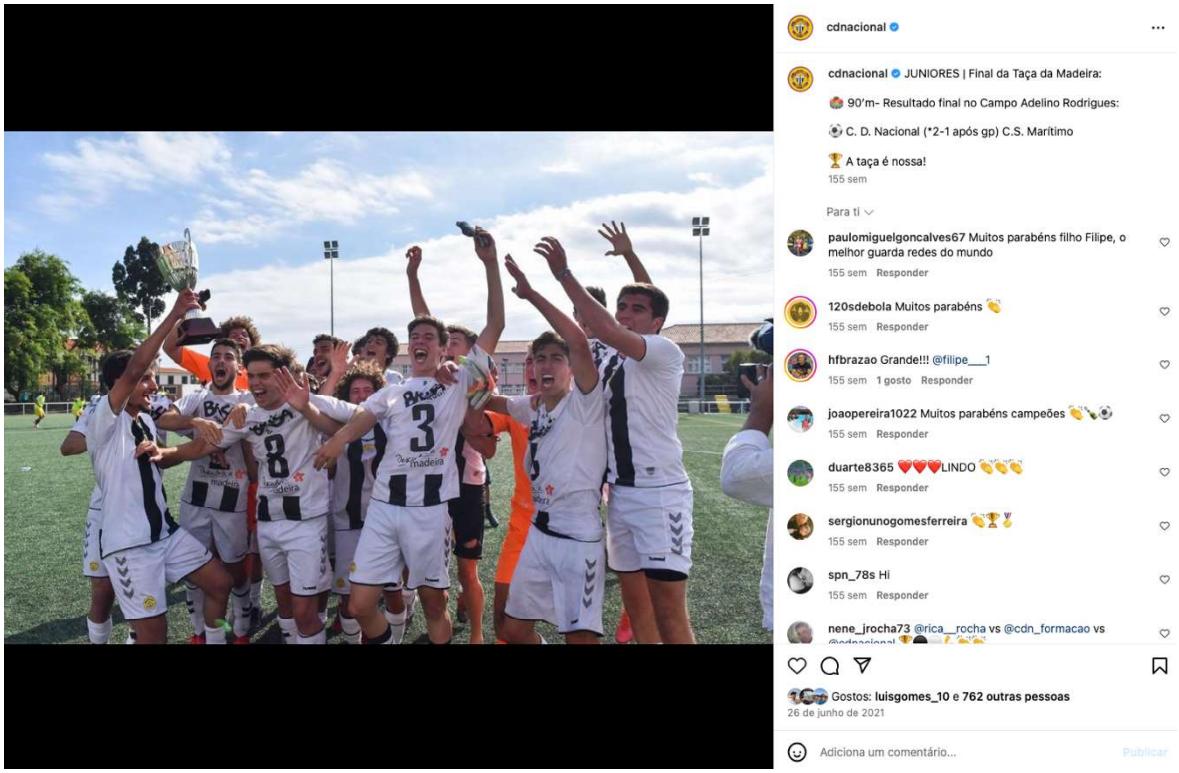
333 gostos
25 de junho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 697



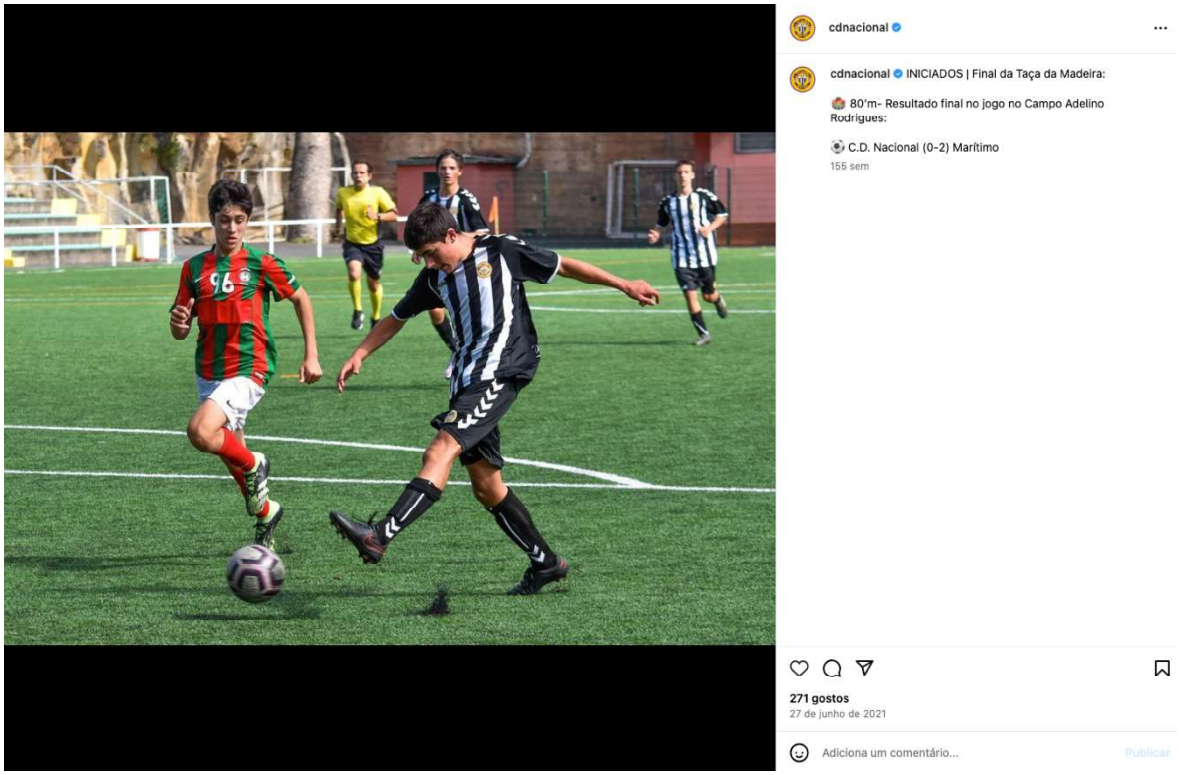
Post 698



Post 699



Post 700



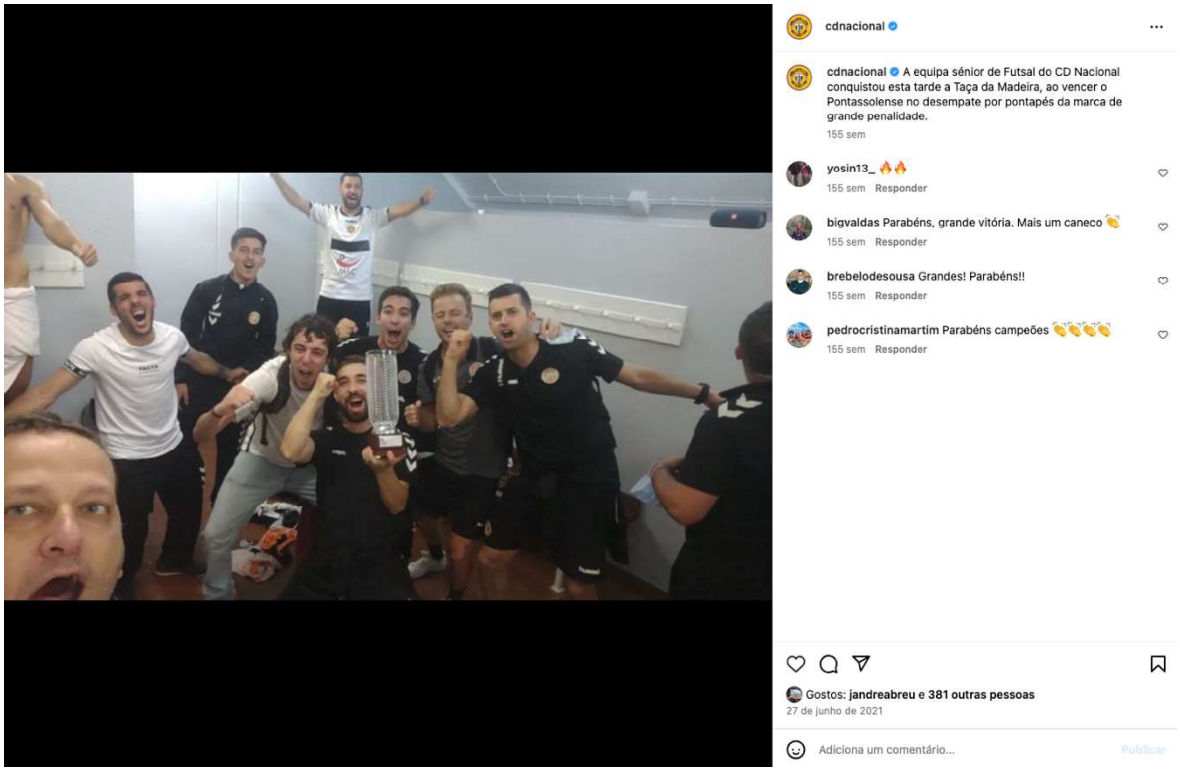
Post 701



Post 702



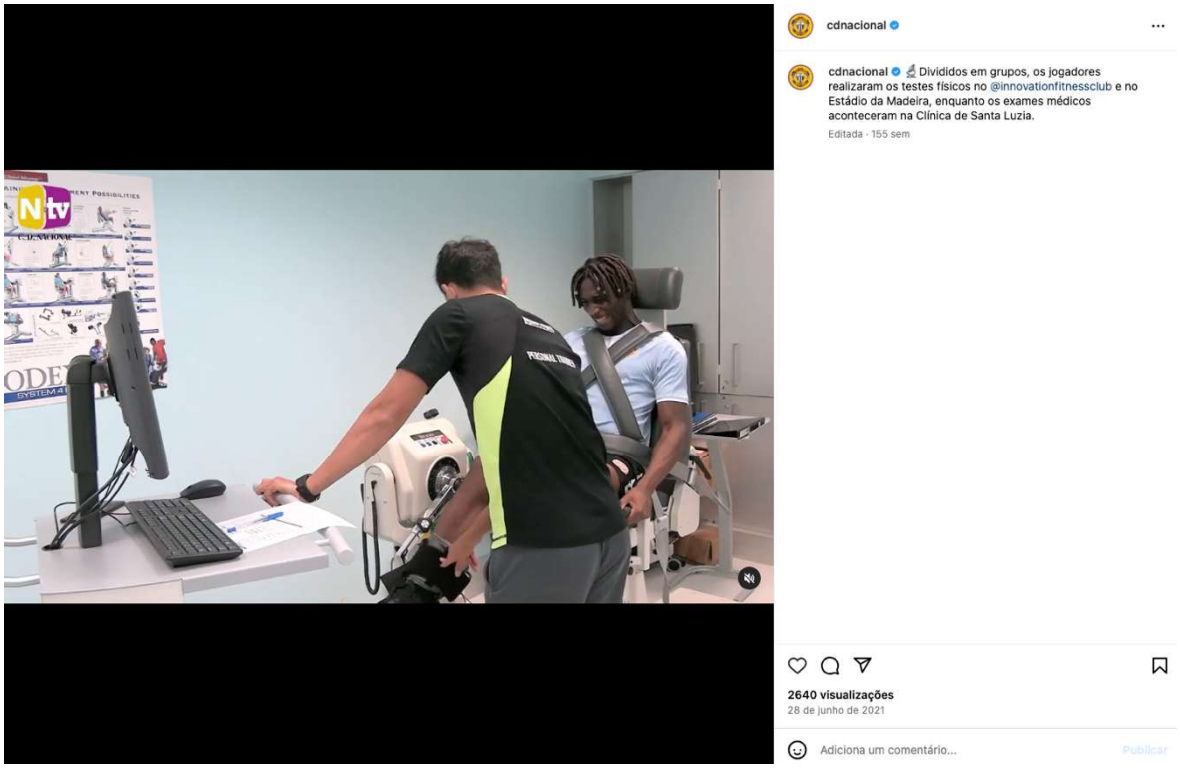
Post 703



Post 704



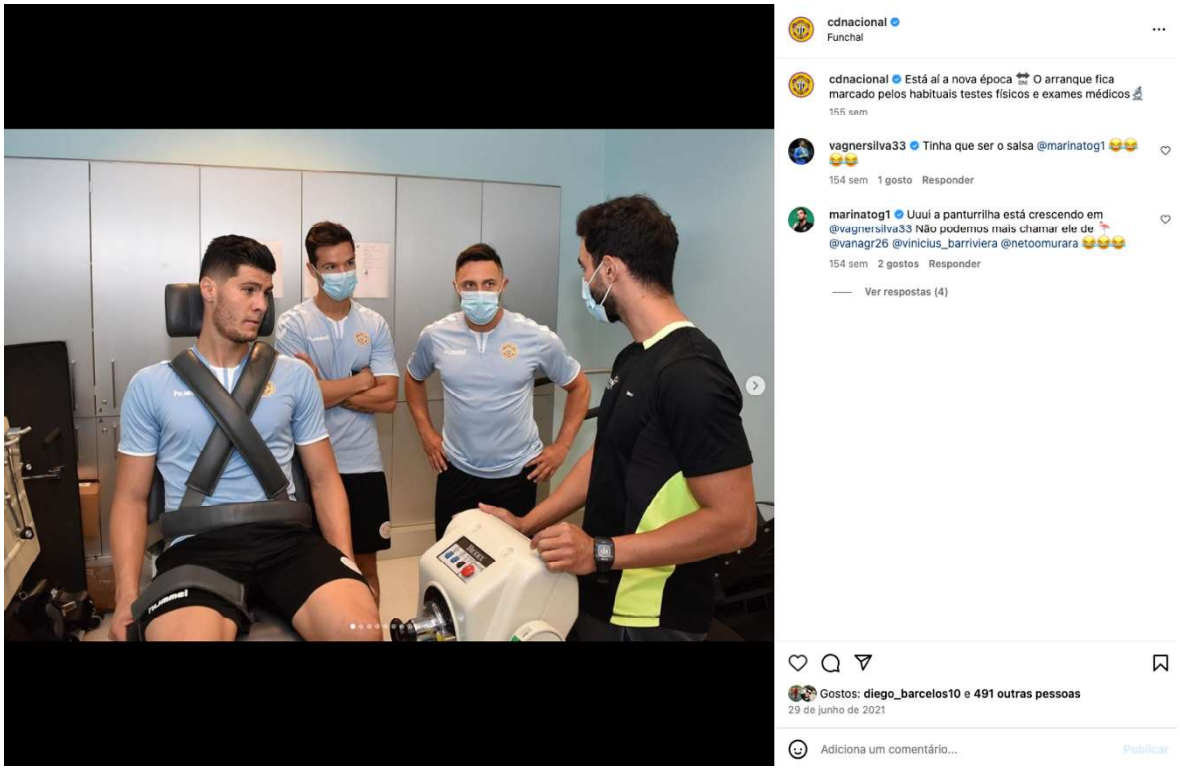
Post 705



Post 706



Post 707



Post 708



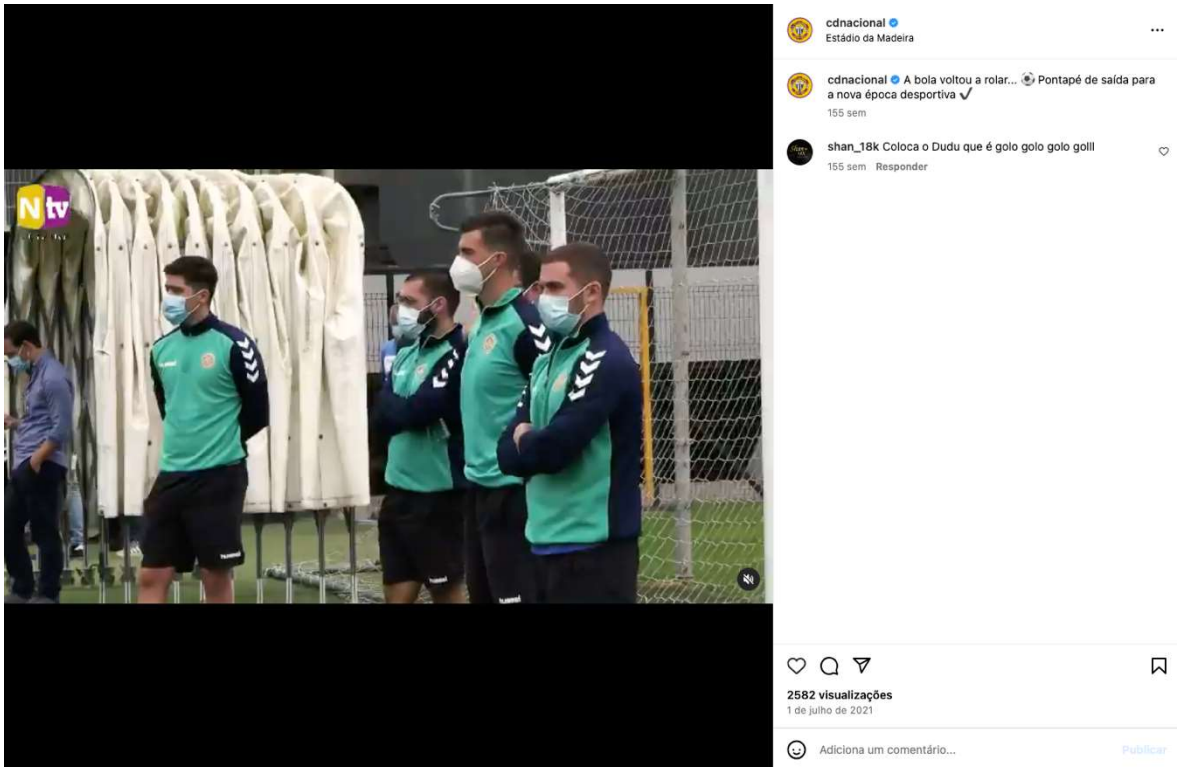
Post 709



Post 710



Post 711



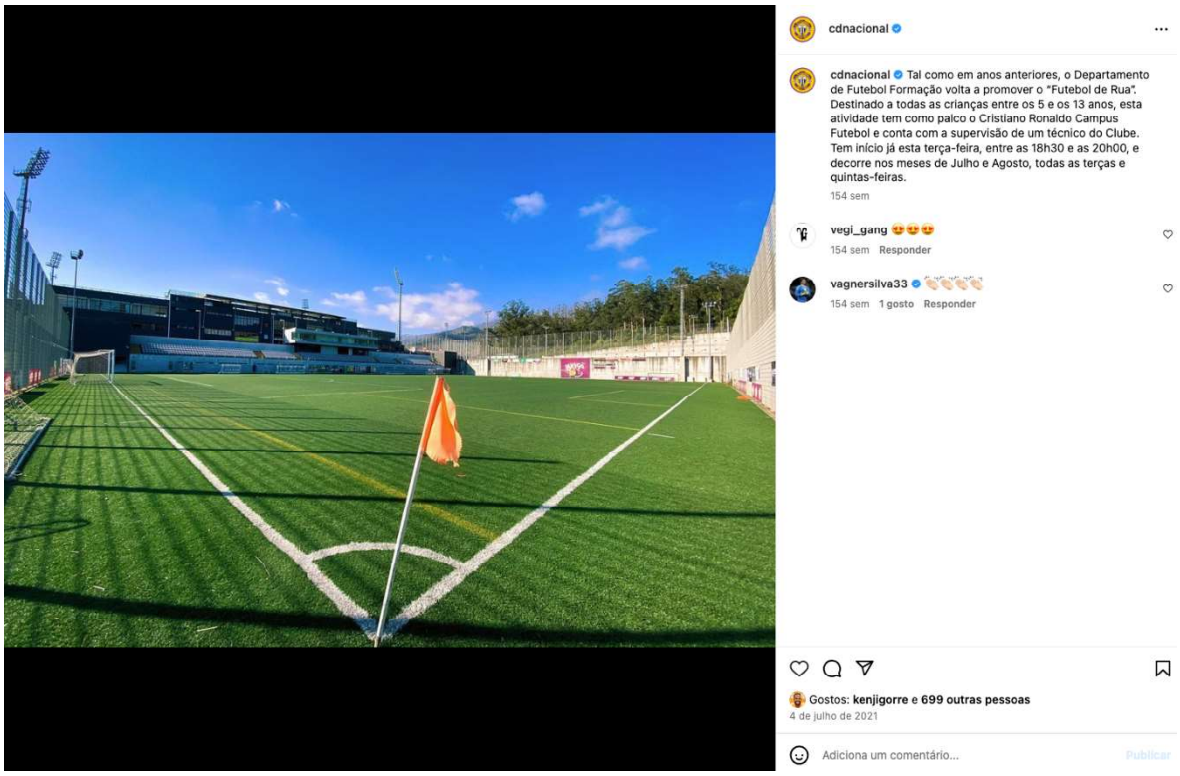
Post 712



Post 713



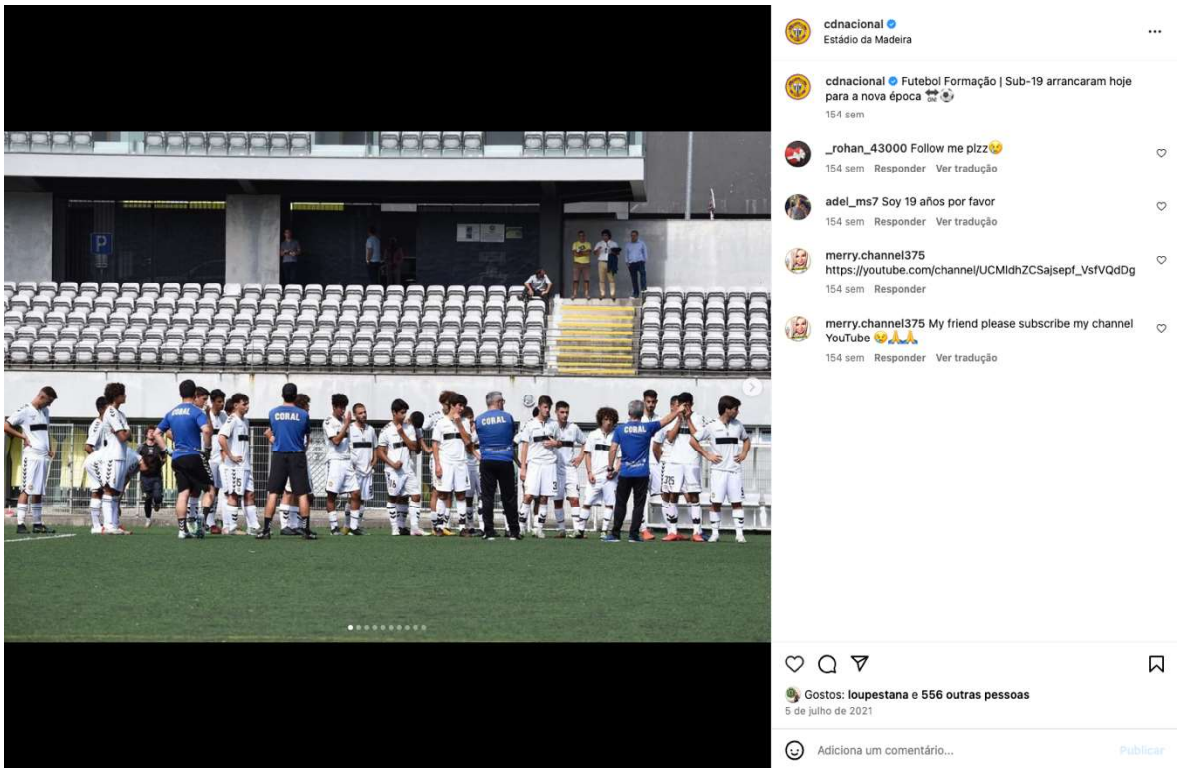
Post 714



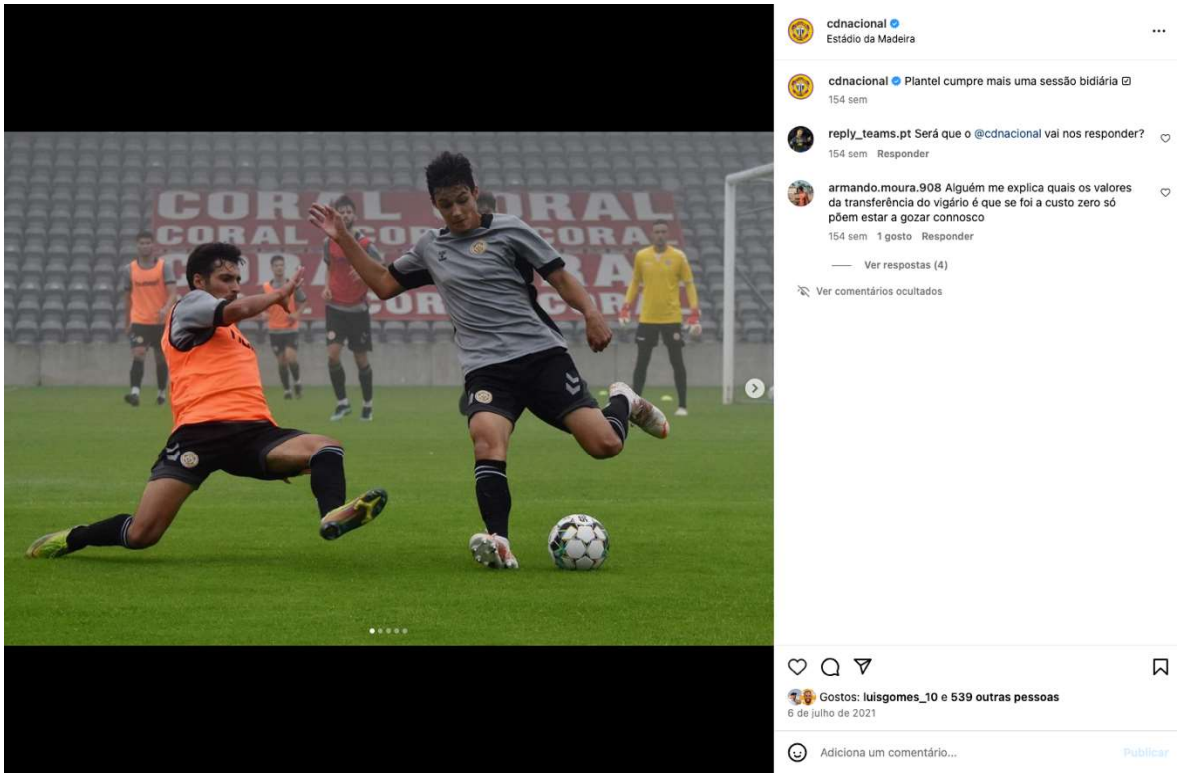
Post 715



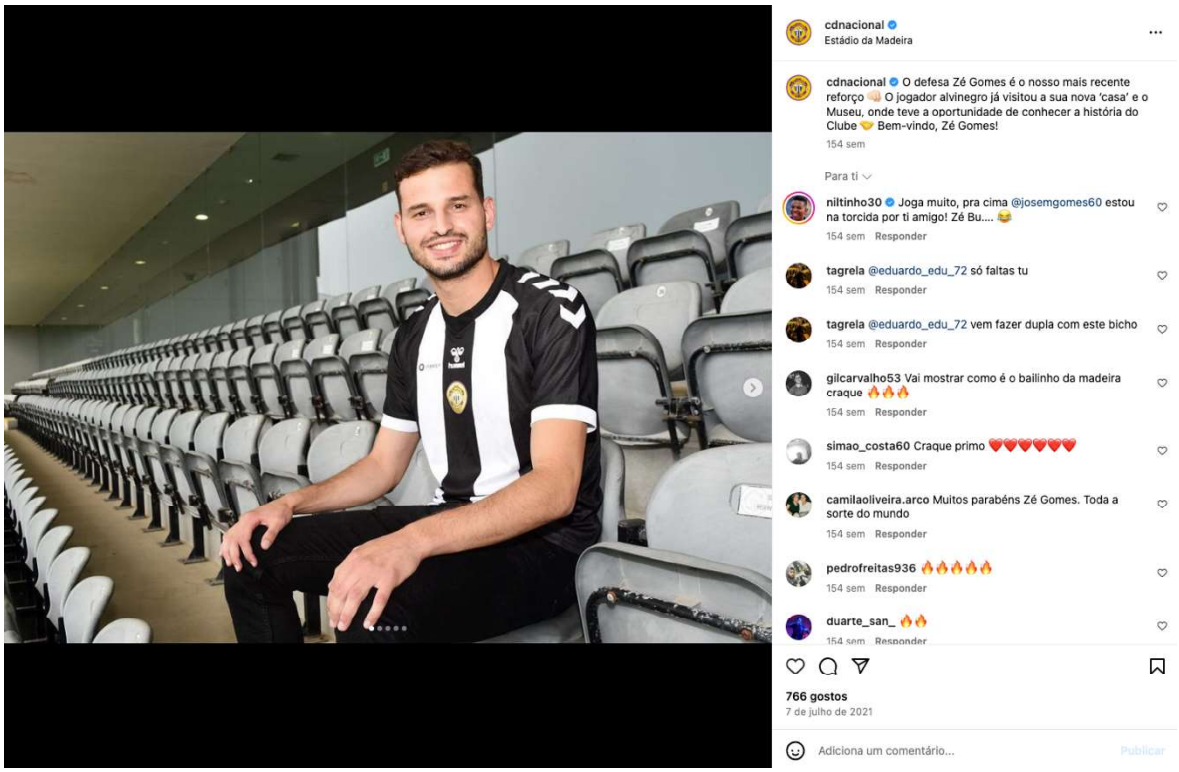
Post 716



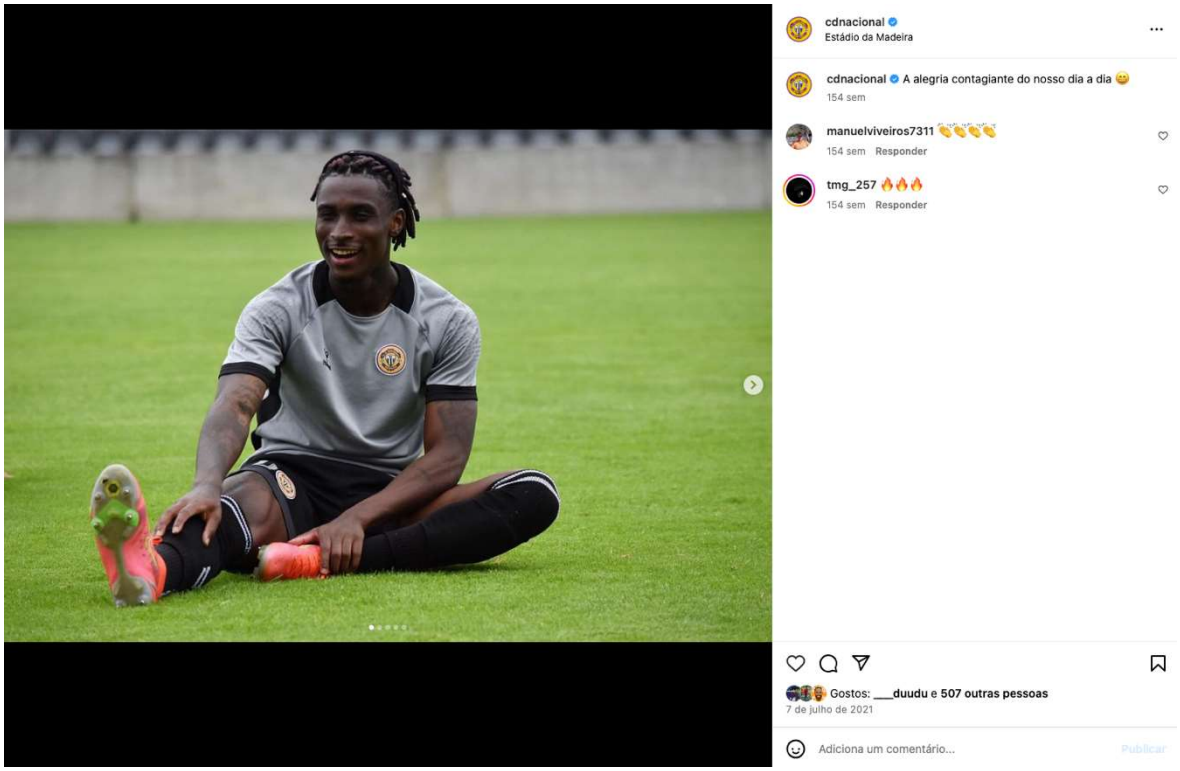
Post 717



Post 718



Post 719



Post 720



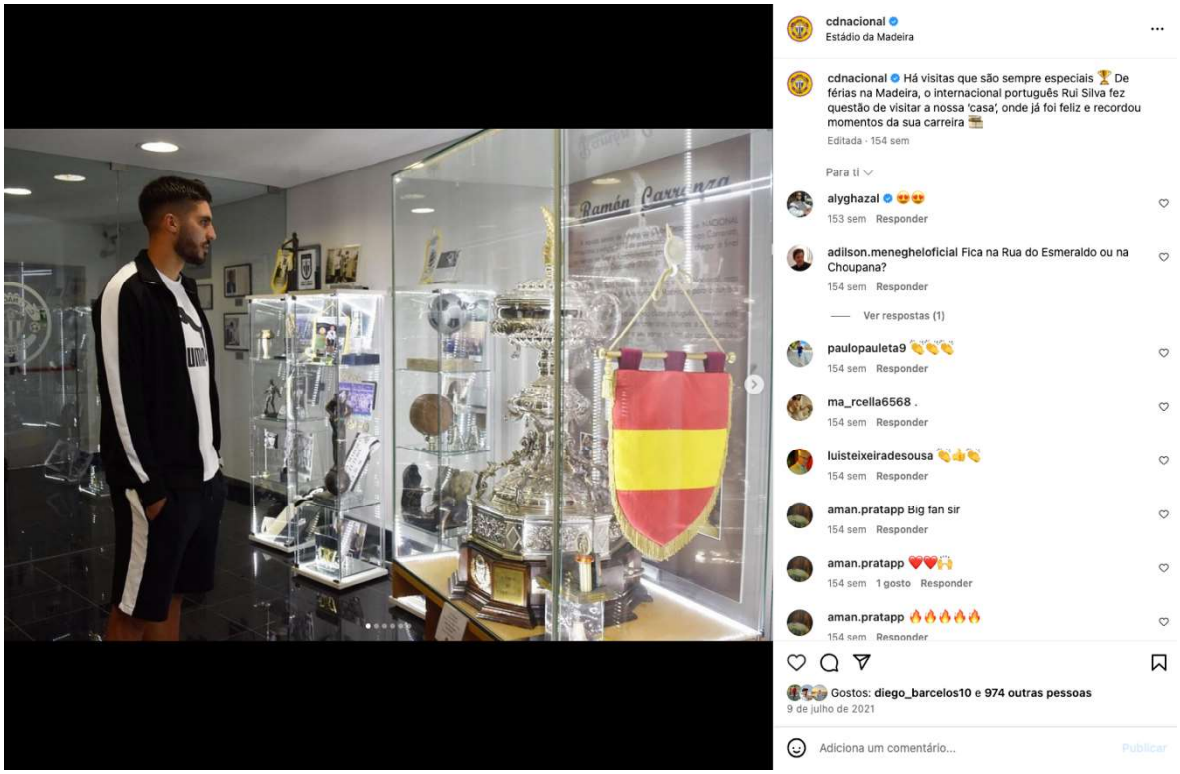
Post 721



Post 722



Post 723



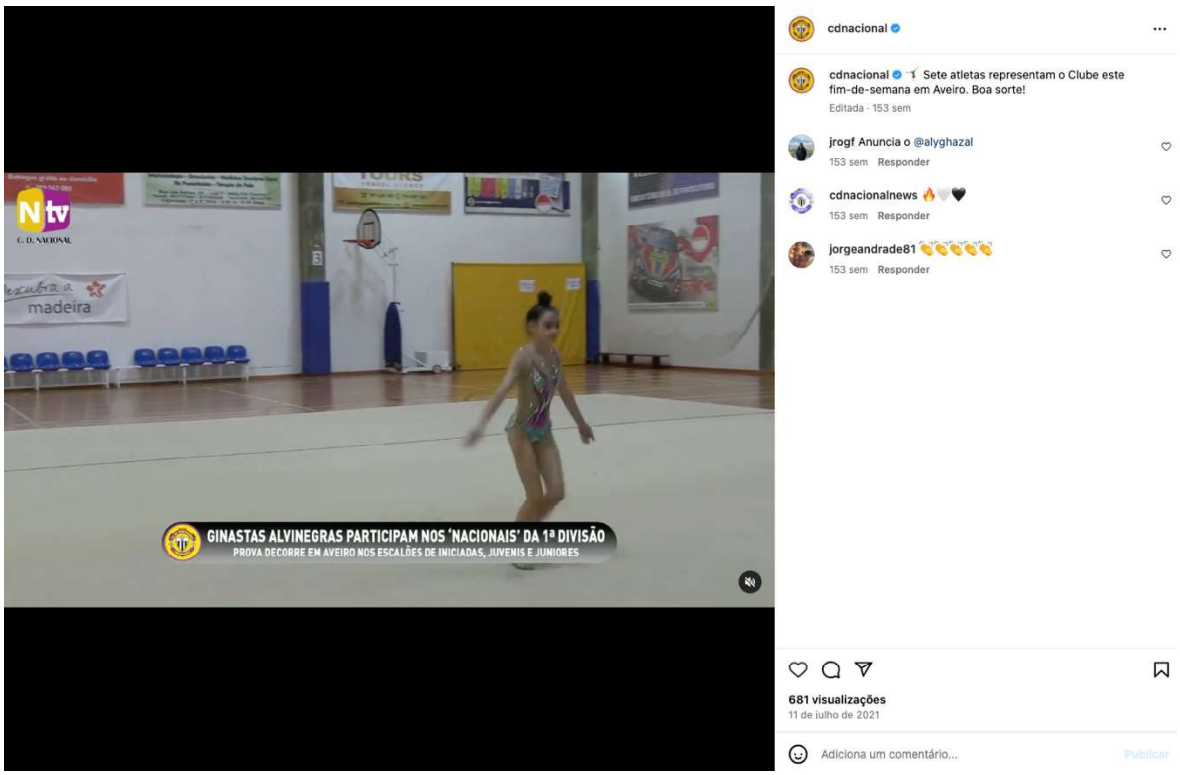
Post 724



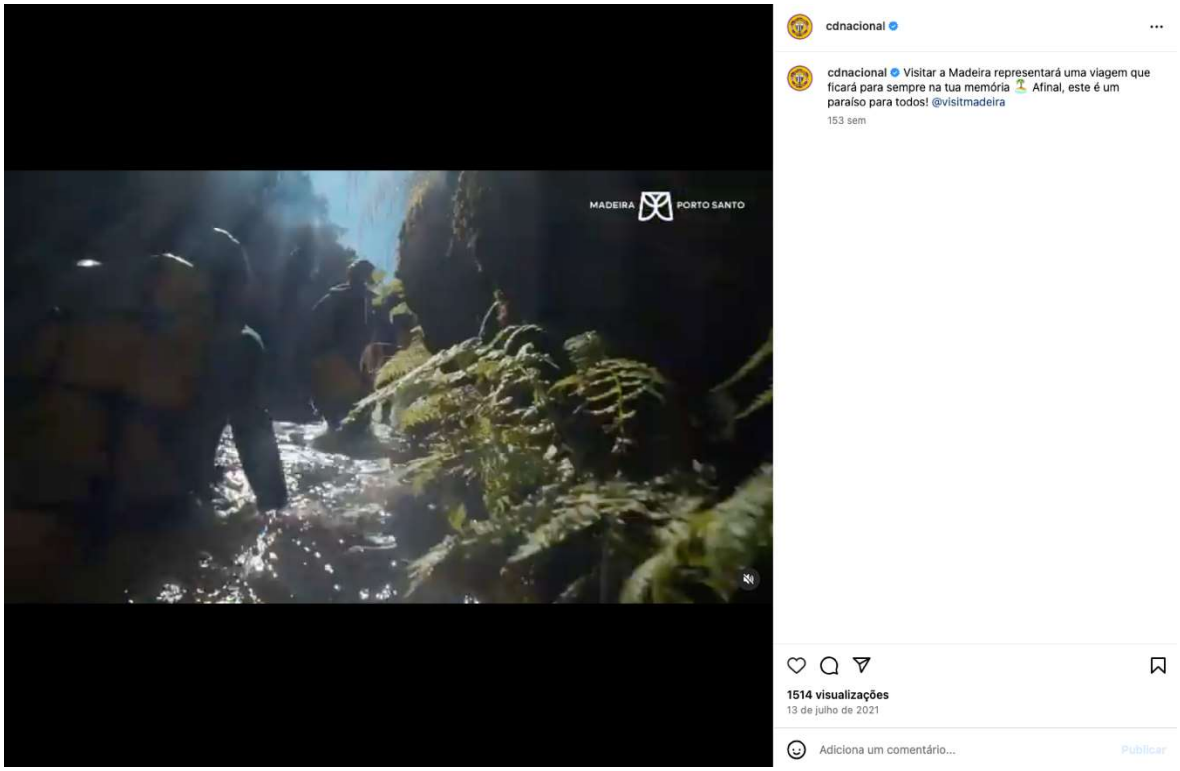
Post 725



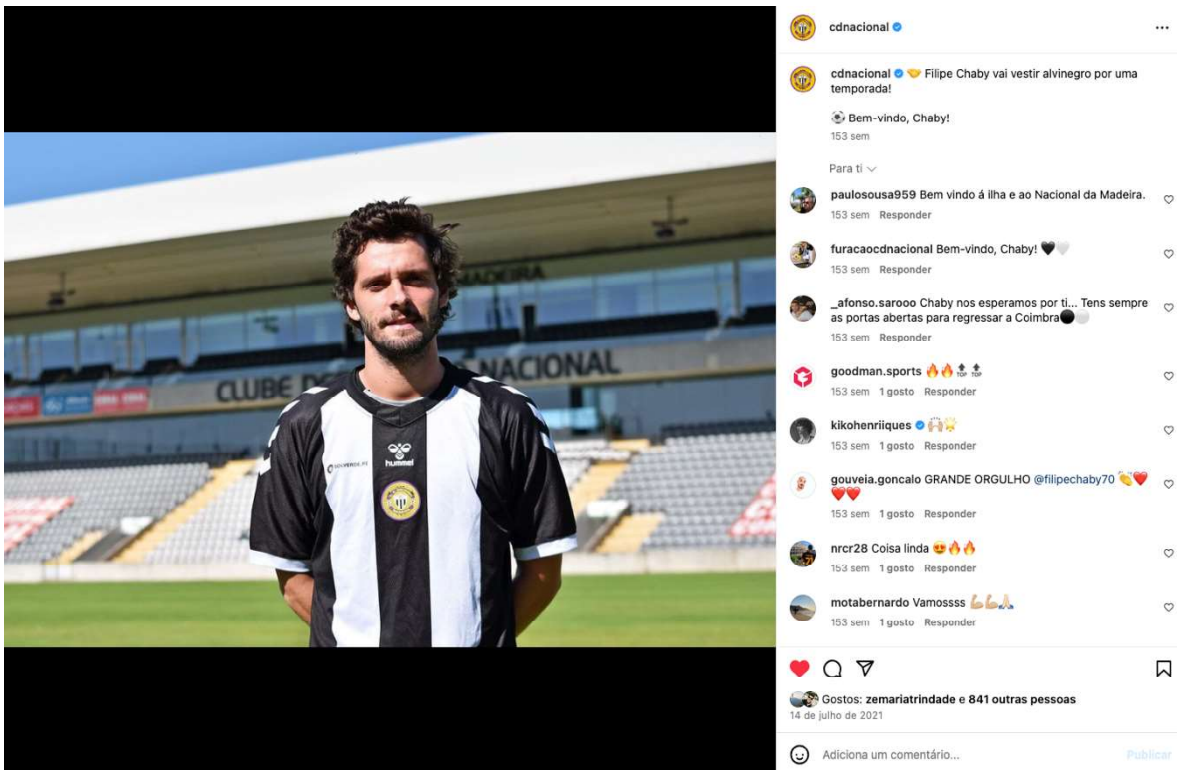
Post 726



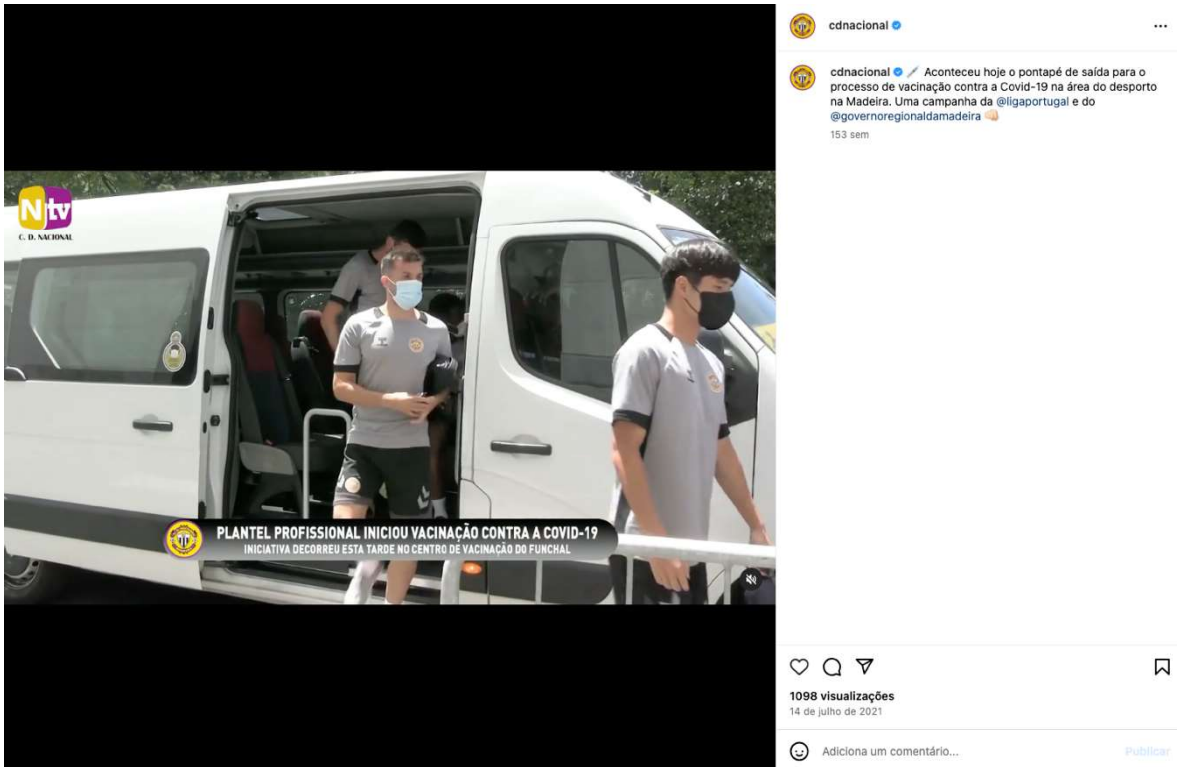
Post 727



Post 728



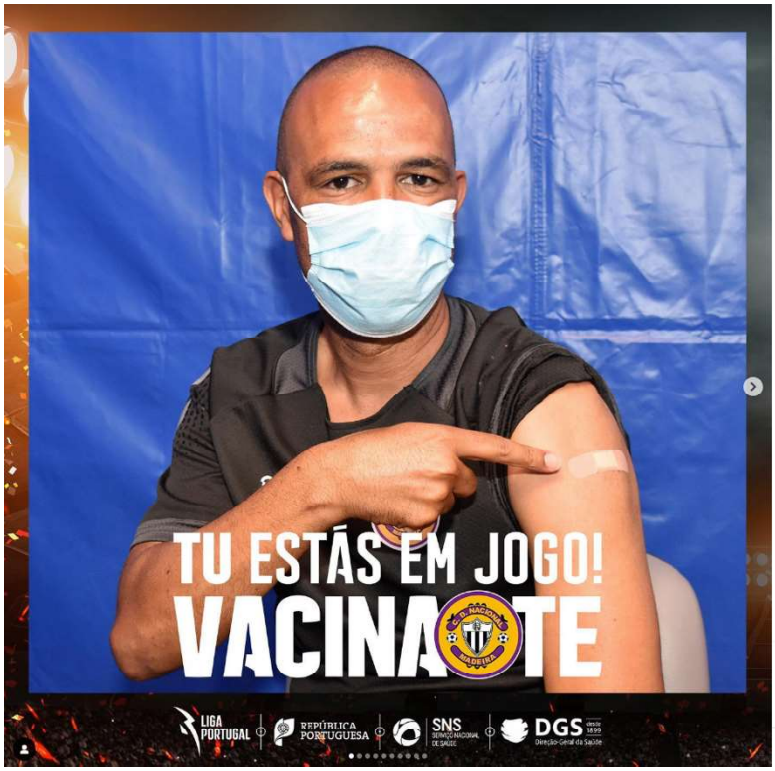
Post 729



Post 730



Post 731



cdnacional
Funchal

cdnacional Vacinados somos mais fortes! 👉💪

Tu estás em jogo! Vacina-te!
153 sem

Para ti

yahya.6694 🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧🤧
152 sem Responder

camaraguida Já 😂
153 sem Responder

milugo55 Ótima iniciativa. Parabéns CDN
153 sem Responder

cdnacional #tuestasemjogo #vacinate #EstamosOn #DGS #SNS #LigaPortugal #CDNacional #SESARAM #madeirasafe
153 sem Responder

prakashshahh_ 🙌🙌
153 sem Responder

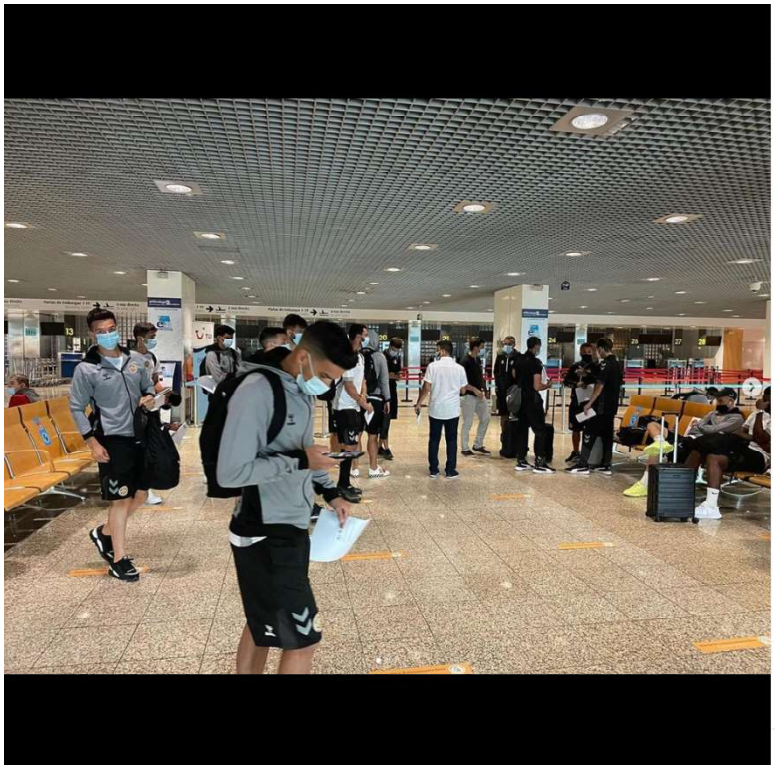
prakashshahh_ 👏👏
153 sem Responder

furacaocdnacional 🤍🖤🤍
153 sem 1 gosto Responder

Gostos: **duarteabreugomes** e **457 outras pessoas**
15 de julho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 732



cdnacional
Aeroportos da Madeira

cdnacional 🧳 Malas feitas ✓

🛫 Próximo Destino: Penafiel
153 sem

Para ti

remya_menon5 😍😍😍
152 sem Responder

cdnacionalnews VAMOS NACIONAL! GANHAR E GANHAR 🤍🖤
153 sem Responder

___ricardopaulocamara121 👏👏👏👏👏
153 sem Responder

divino_dorneles Boa sorte !!! Êxito na temporada
153 sem Responder

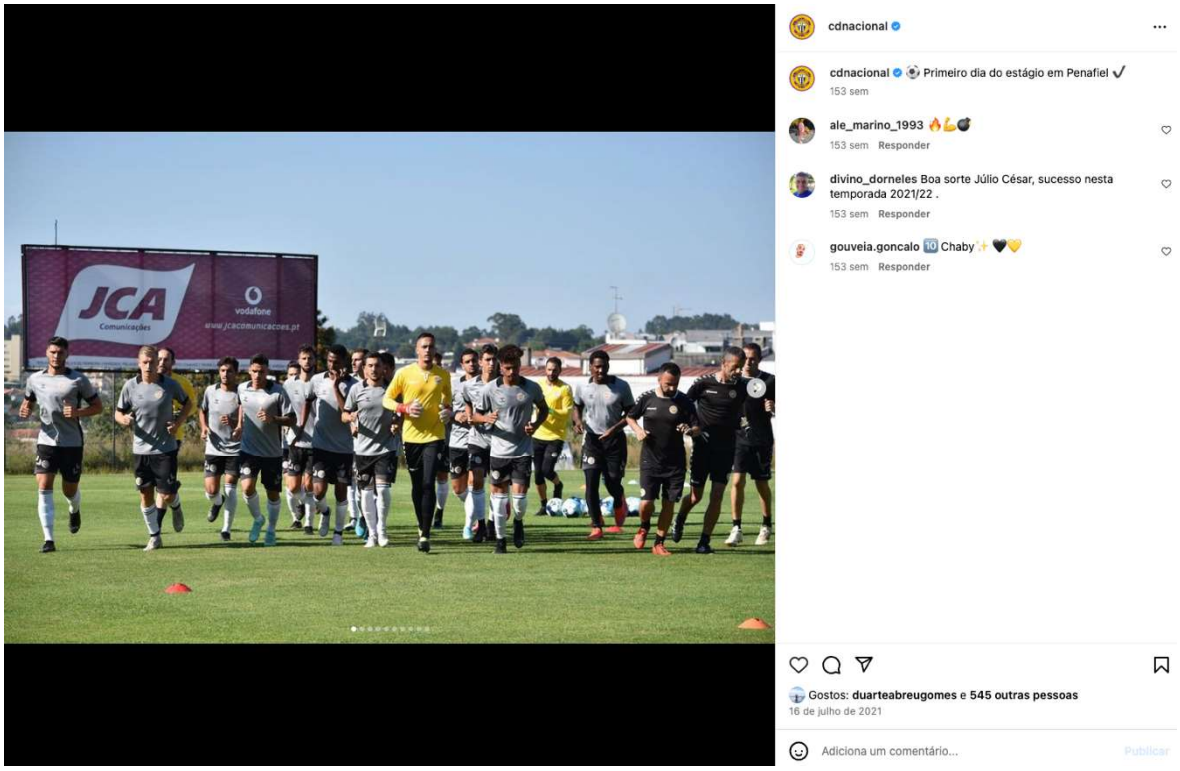
vari_hern FORZA NACIONAL 👏👏❤️
153 sem Responder

duarte8365 Bom estagio e bons jogos!
153 sem Responder

Gostos: **___duudu** e **606 outras pessoas**
16 de julho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

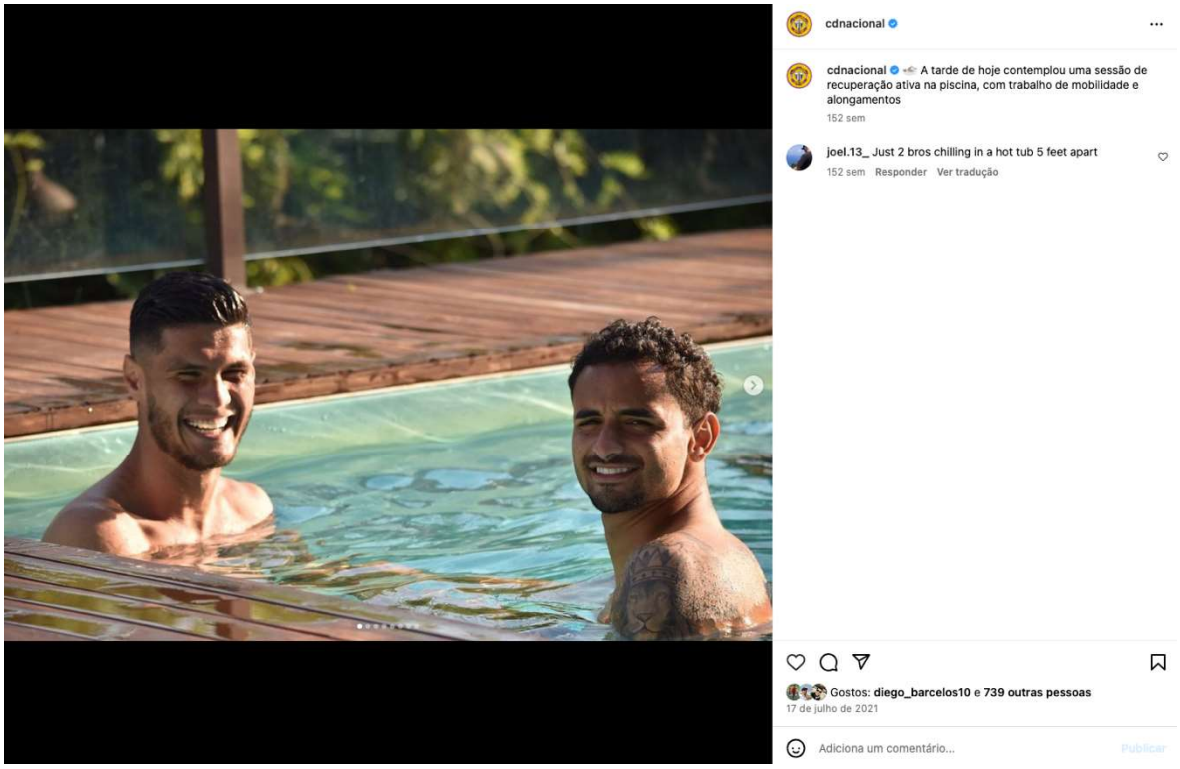
Post 733



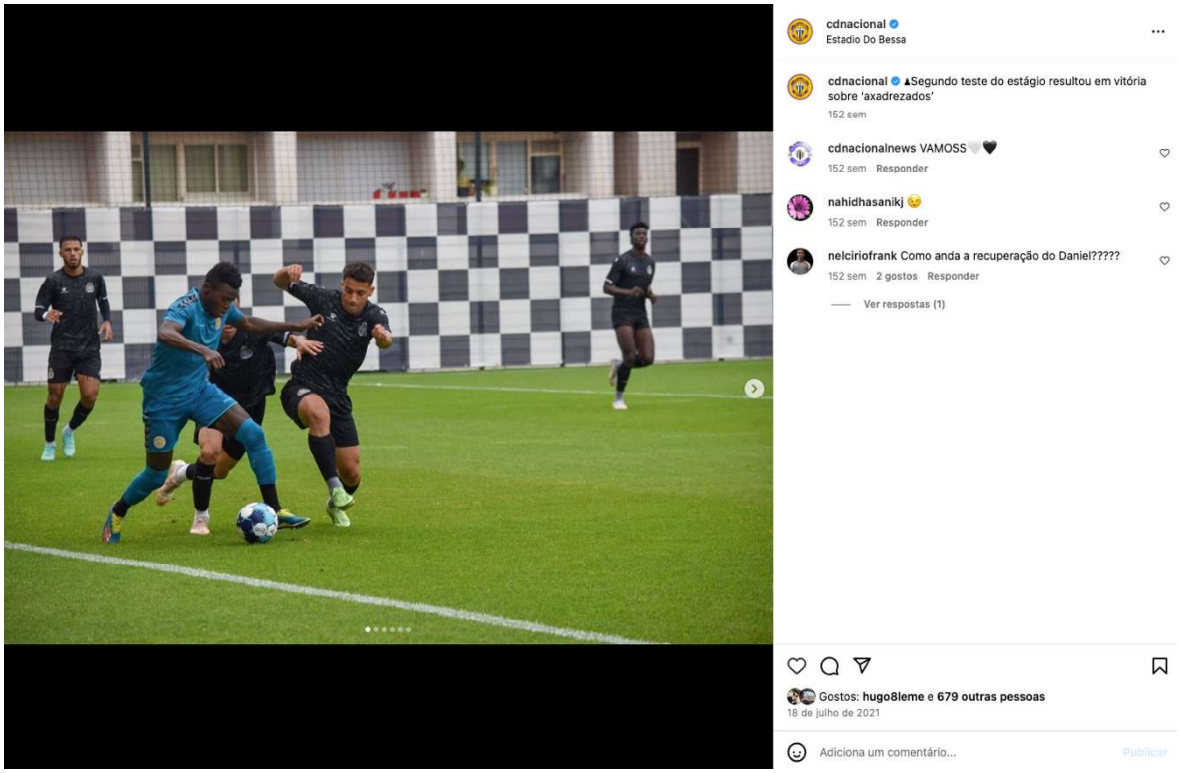
Post 734



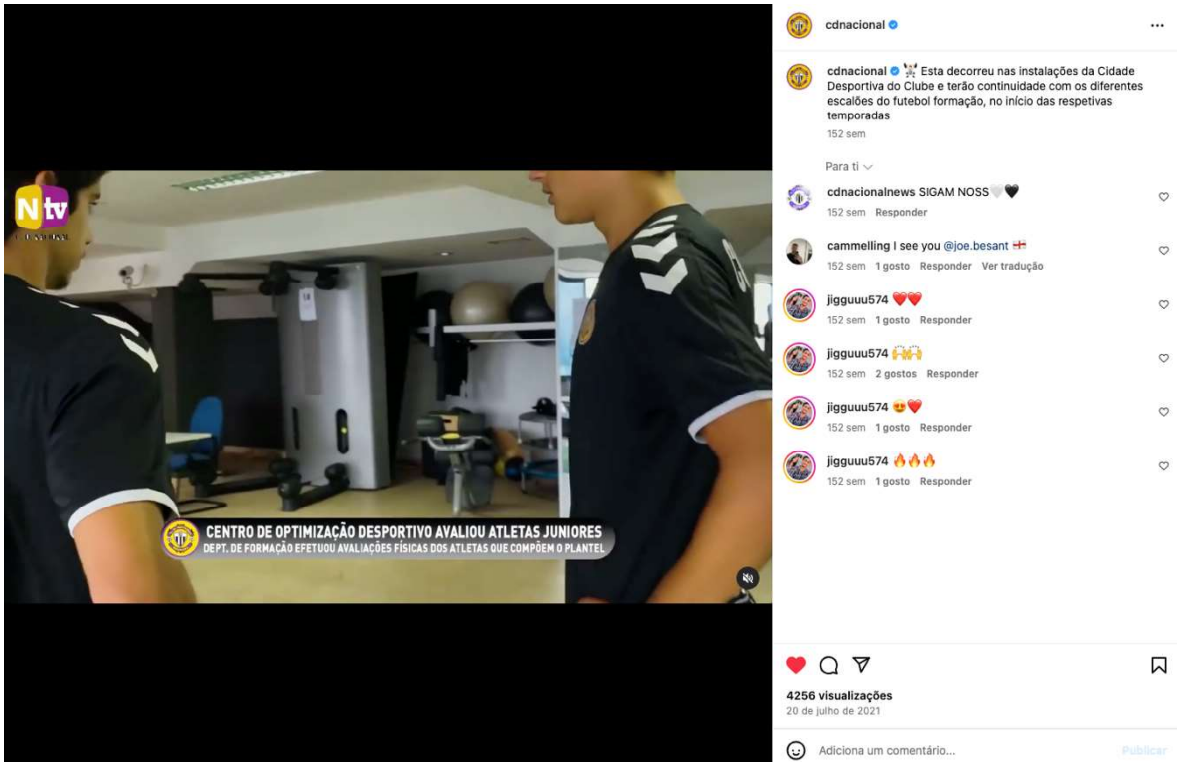
Post 735



Post 736



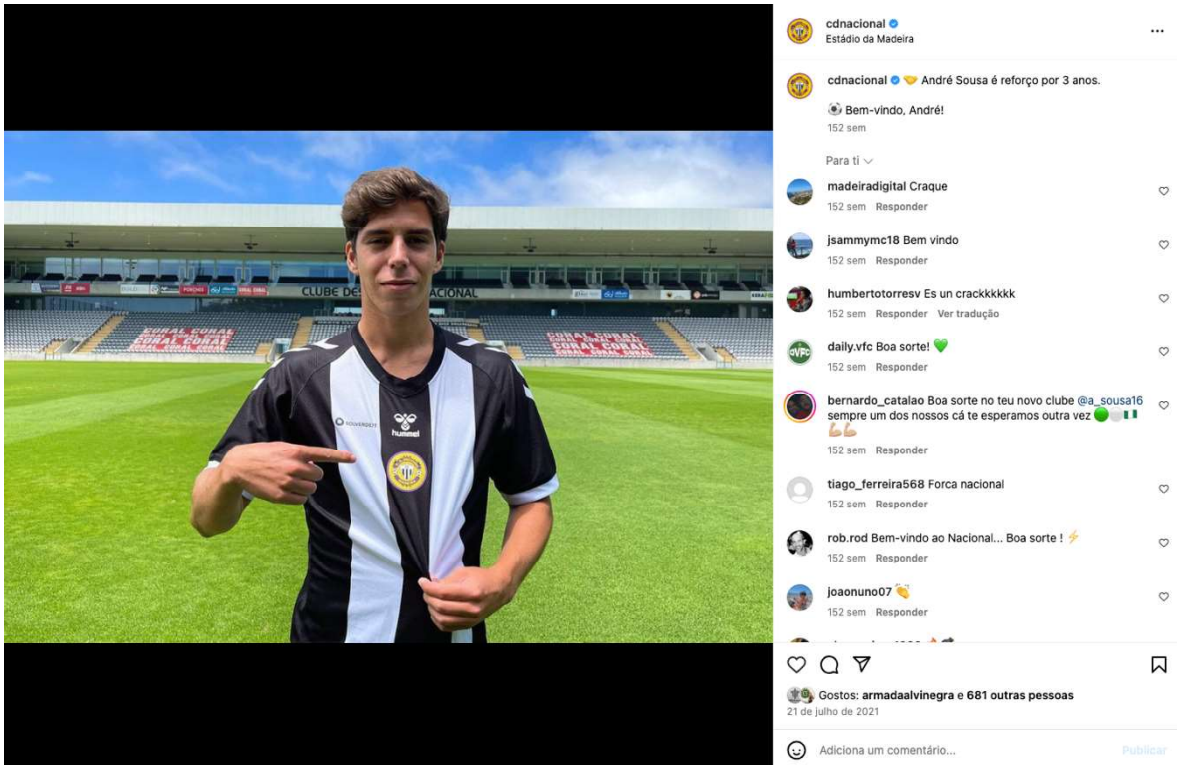
Post 737



Post 738



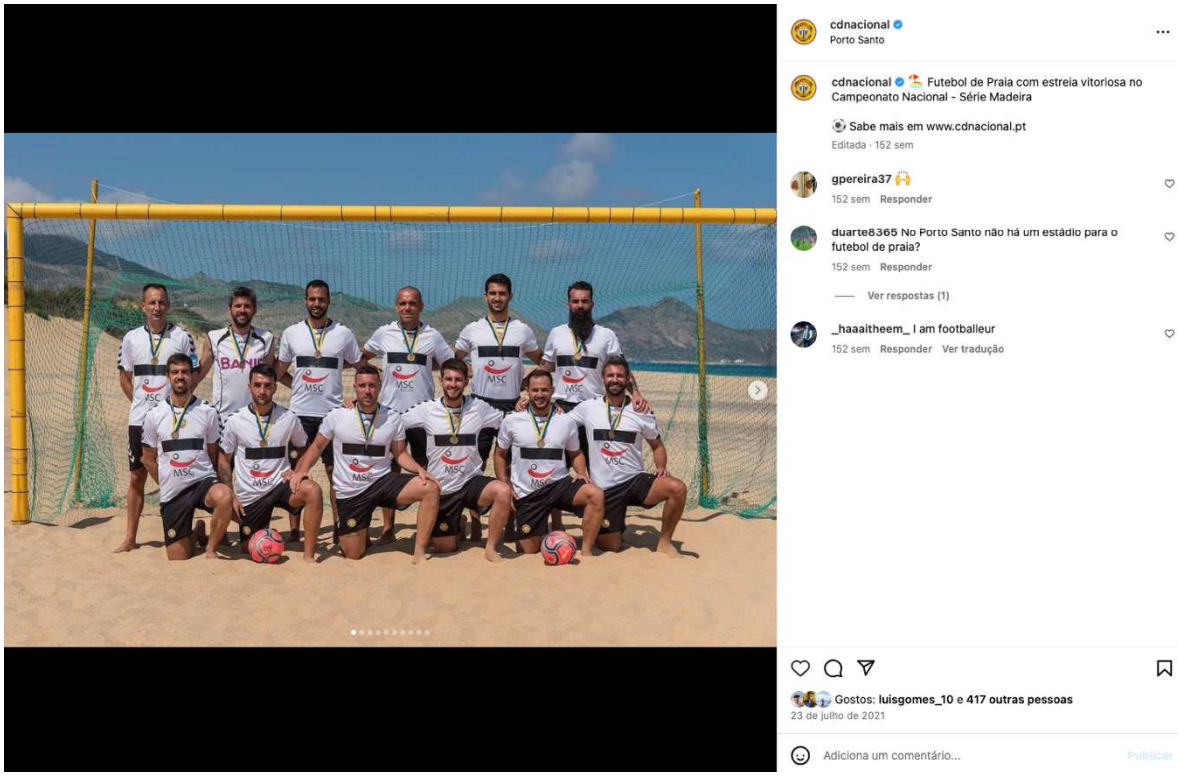
Post 739



Post 740



Post 741



Post 742

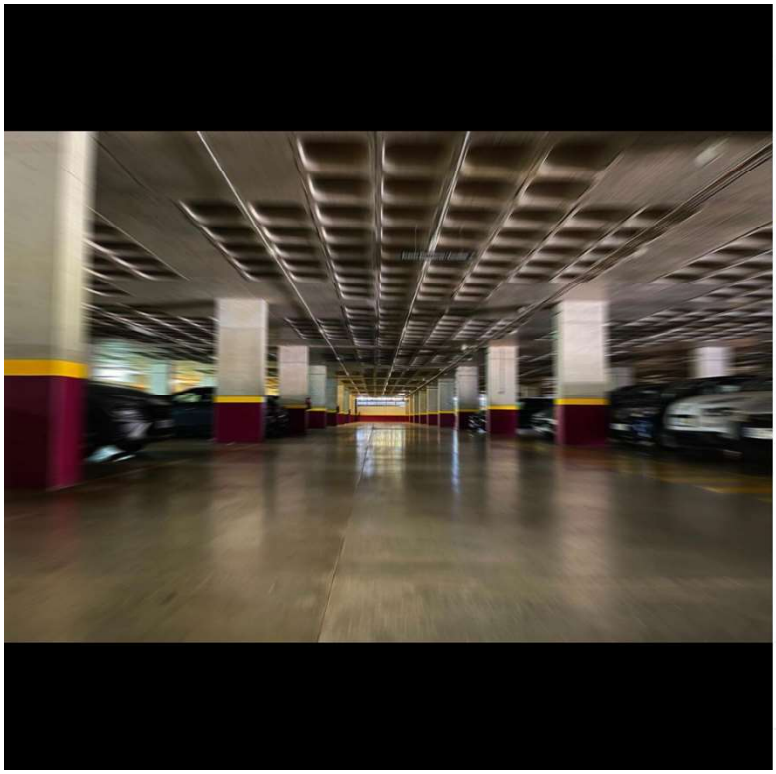


Post 743



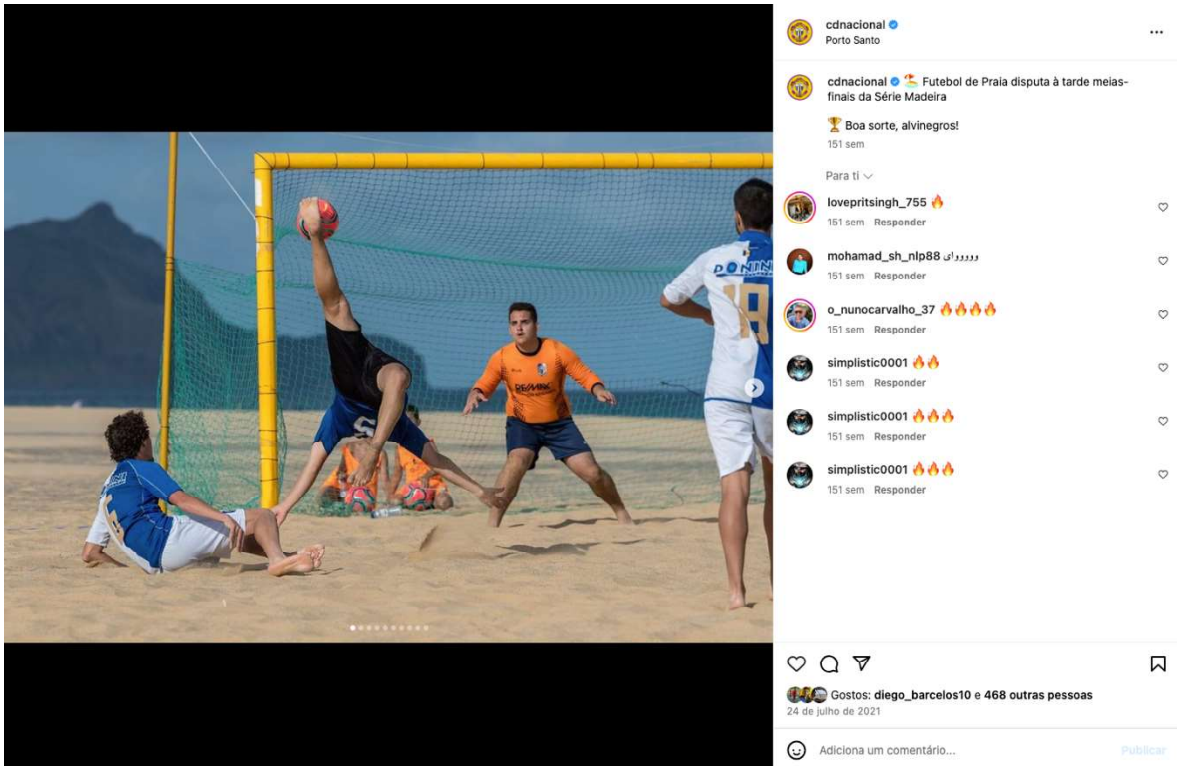


Post 744

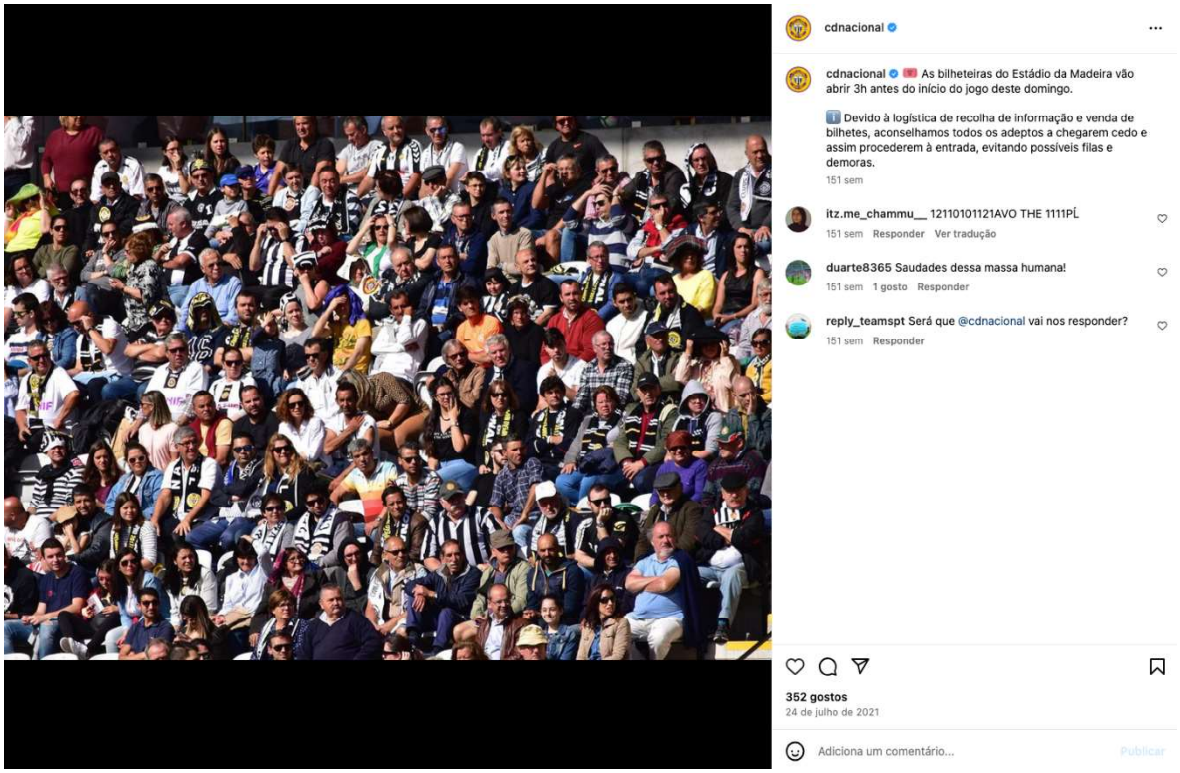




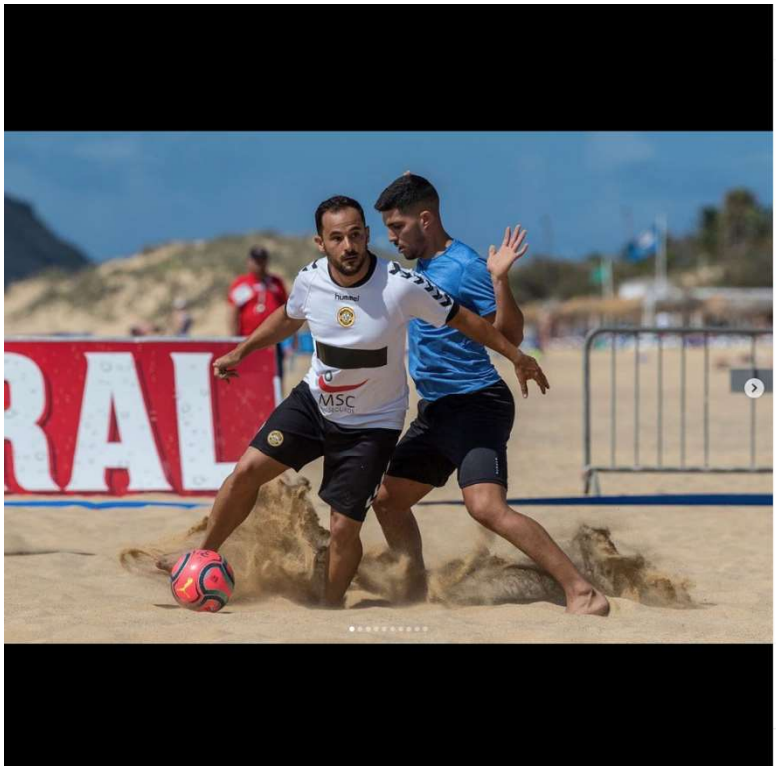
Post 745



Post 746



Post 747



cdnacional
Porto Santo

cdnacional 🏆 Futebol de Praia disputa a final no Porto Santo

(11h30) VS Juventude de Gaula

Boa sorte, alvinegros!

151 sem

lovepritsingh_755 🔥

151 sem Responder

lovepritsingh_755 ❤️🔥

151 sem Responder

futbol.team.replies Será que o @cdnacional vai nos responder? ⚫⚪

151 sem Responder

jorgeandrade81 Vamos Nacional!

151 sem Responder

Gostos: **hugo8leme** e **334 outras pessoas**

25 de julho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 748



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm- Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

⚫ C.D. Nacional (vs) Estoril Praia ⚪

🏆 1.ª fase da Allianz Cup 2021/2022

151 sem

smfgc 👏👏👏👏👏 rumo à vitória rapazes do Nacional. Não Há Gente como a Gente ❤️

151 sem Responder

diegoaisa_vlc31 Where is Thill?😢😭

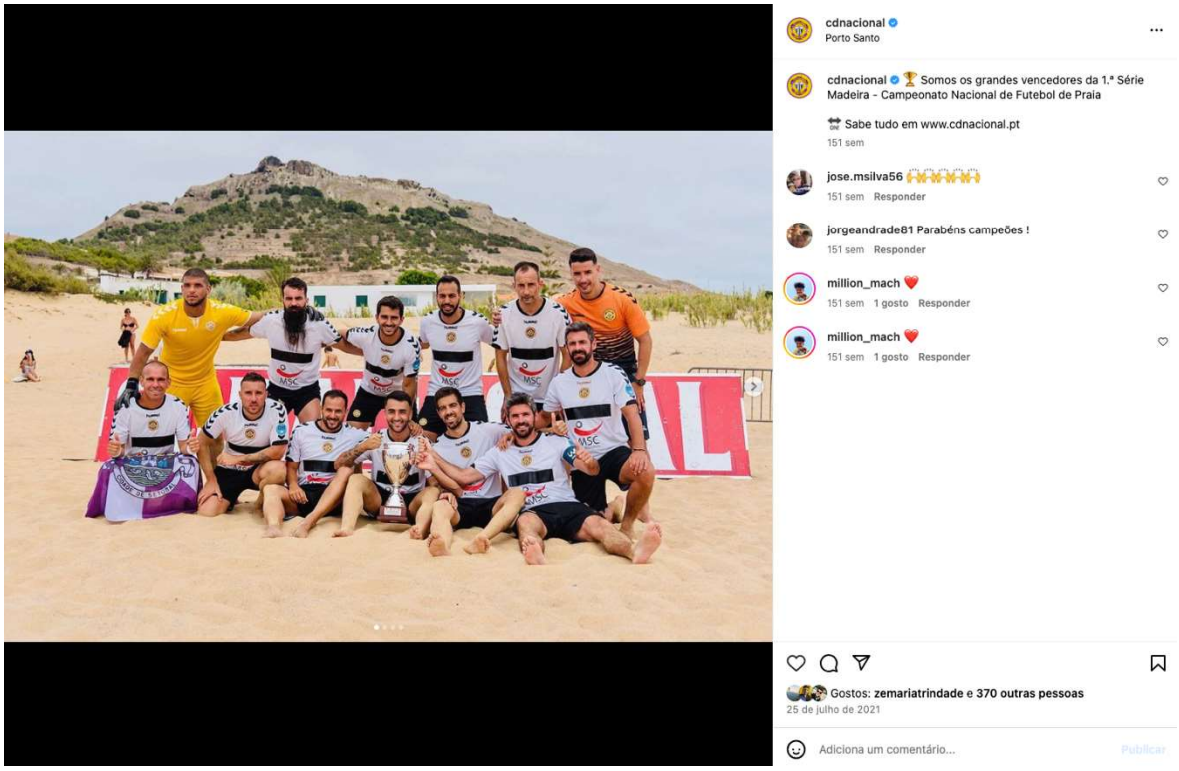
151 sem Responder Ver tradução

Gostos: **kenjigorre** e **306 outras pessoas**

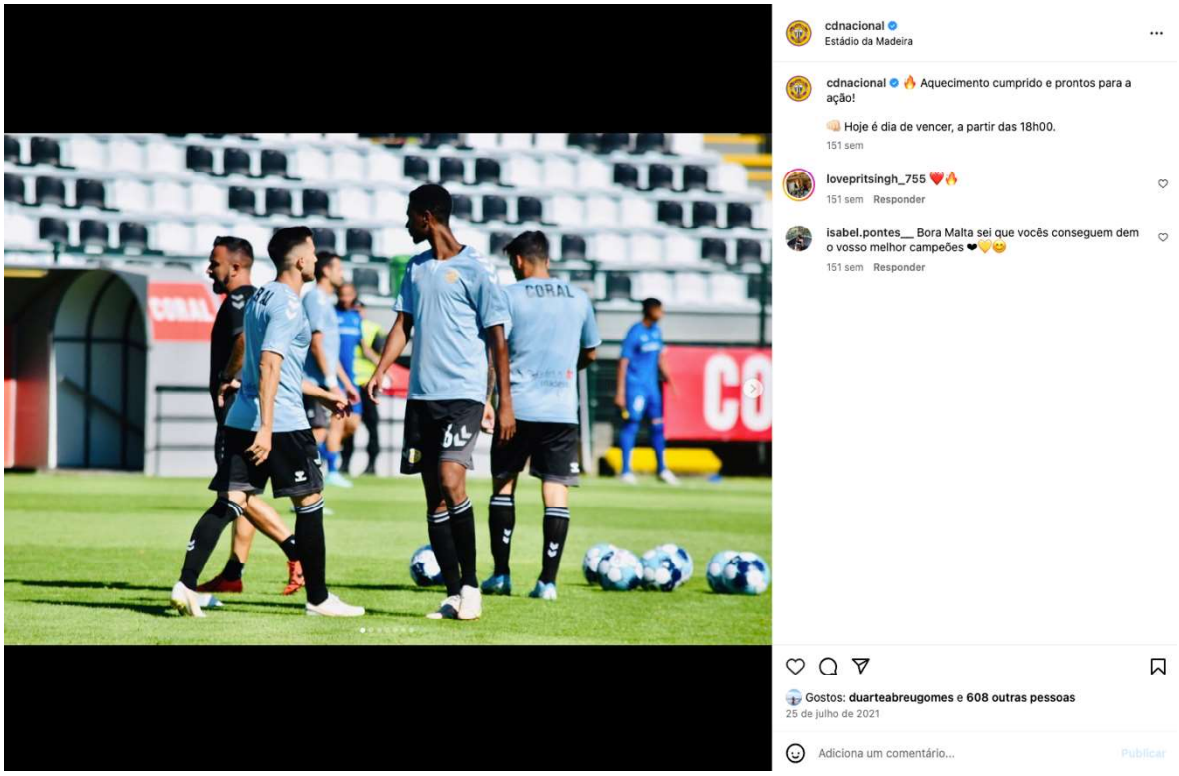
25 de julho de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

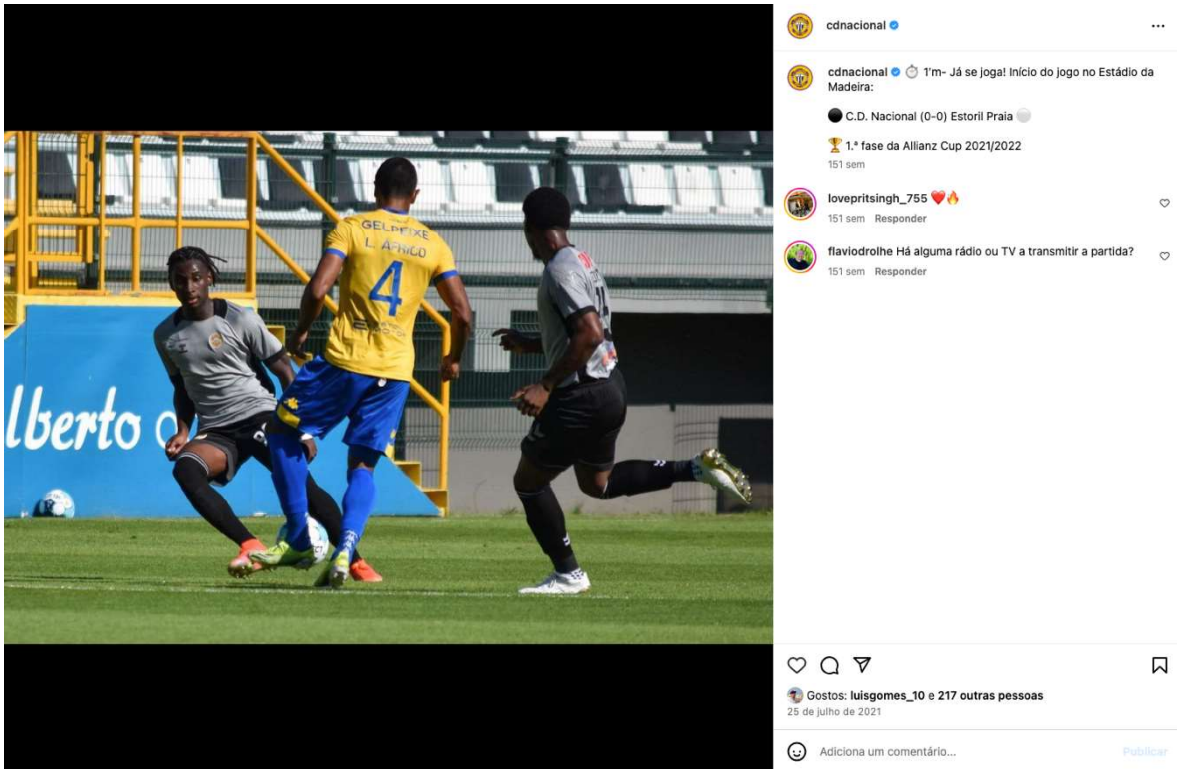
Post 749



Post 750



Post 751



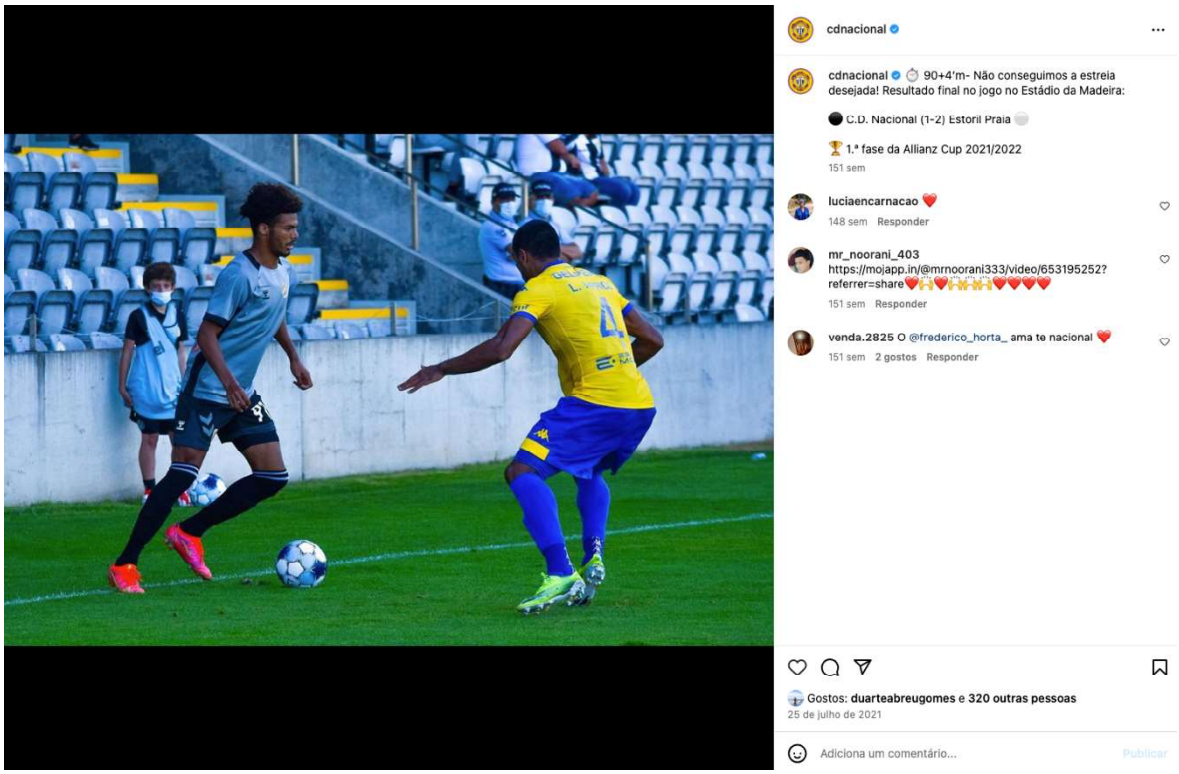
Post 752



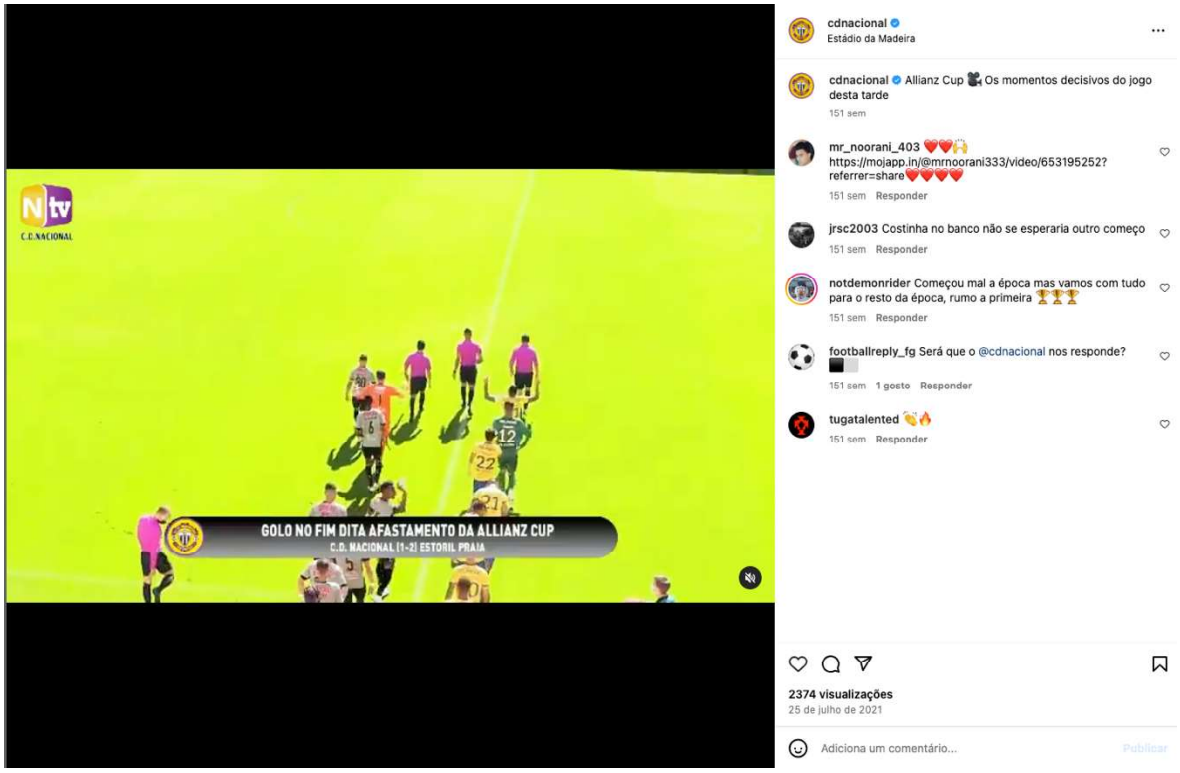
Post 753



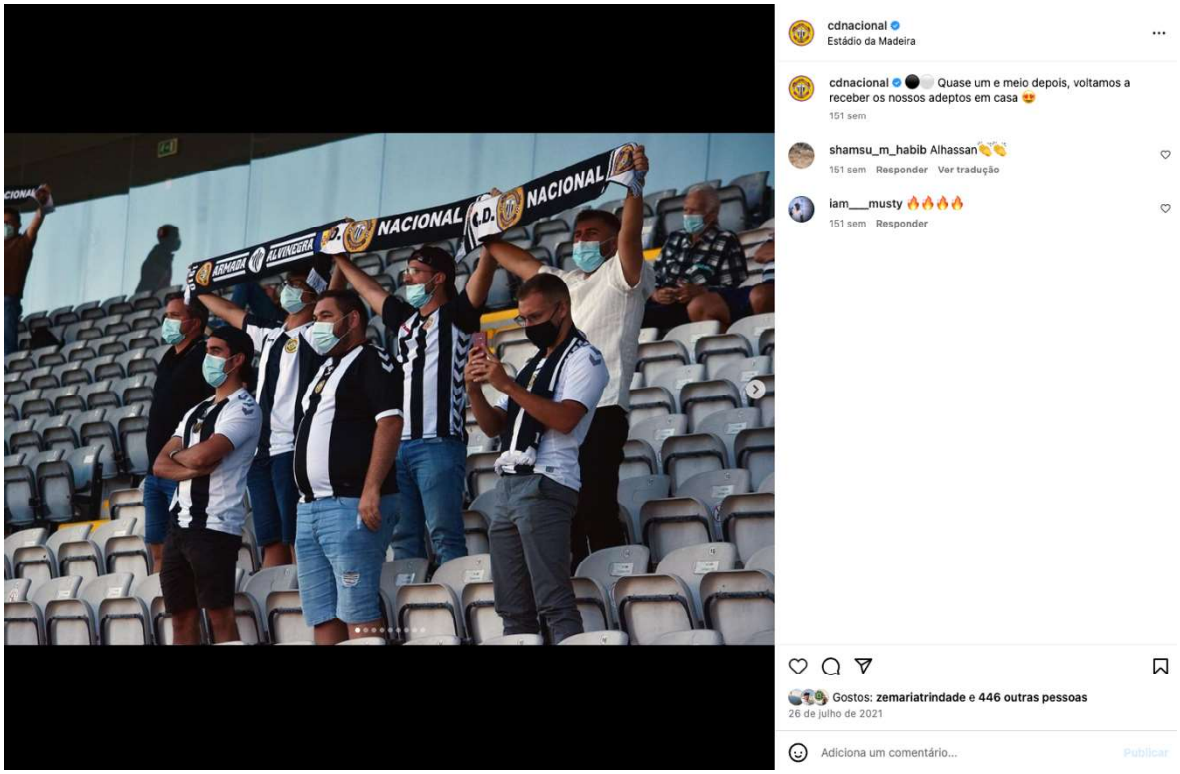
Post 754



Post 755



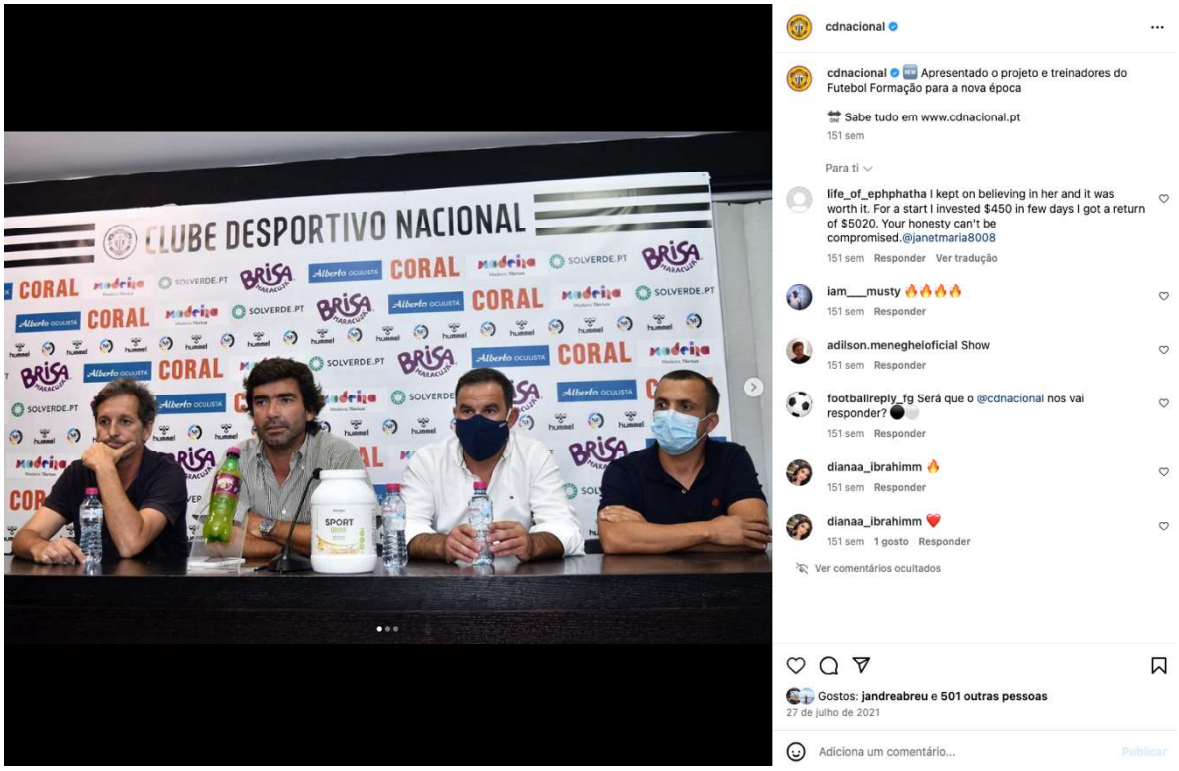
Post 756



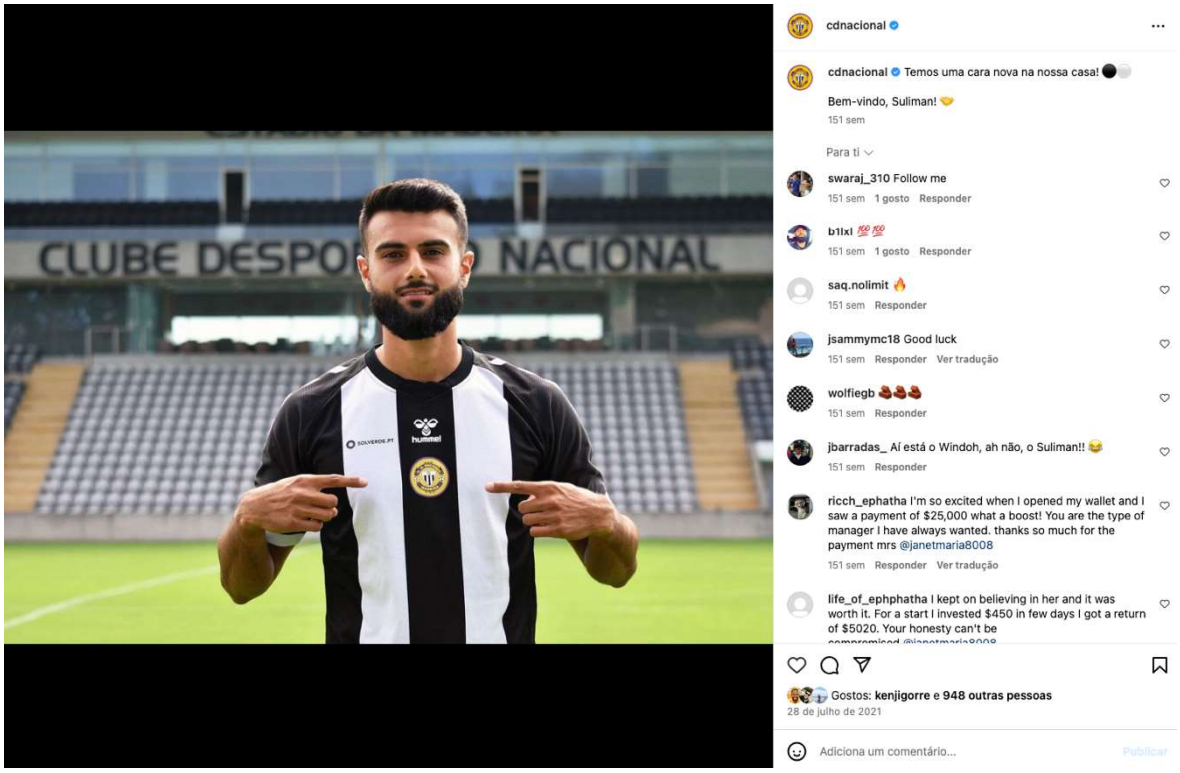
Post 757



Post 758



Post 759



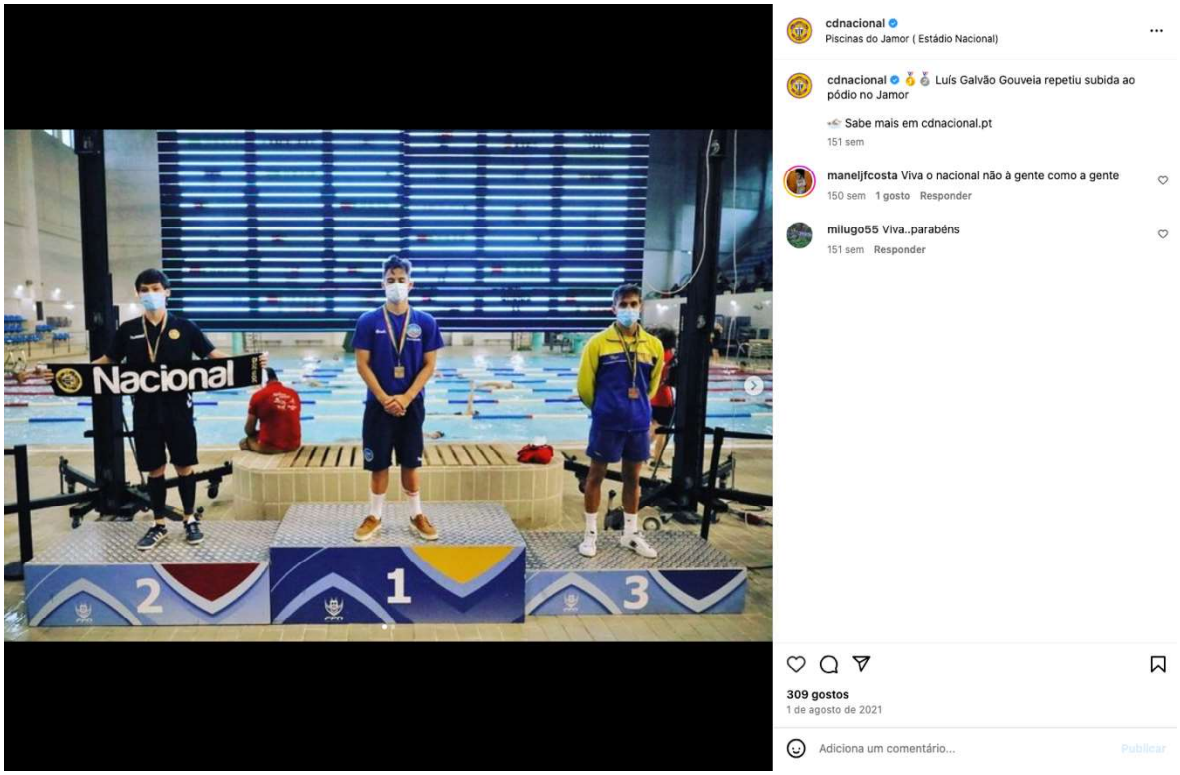
Post 760



Post 761



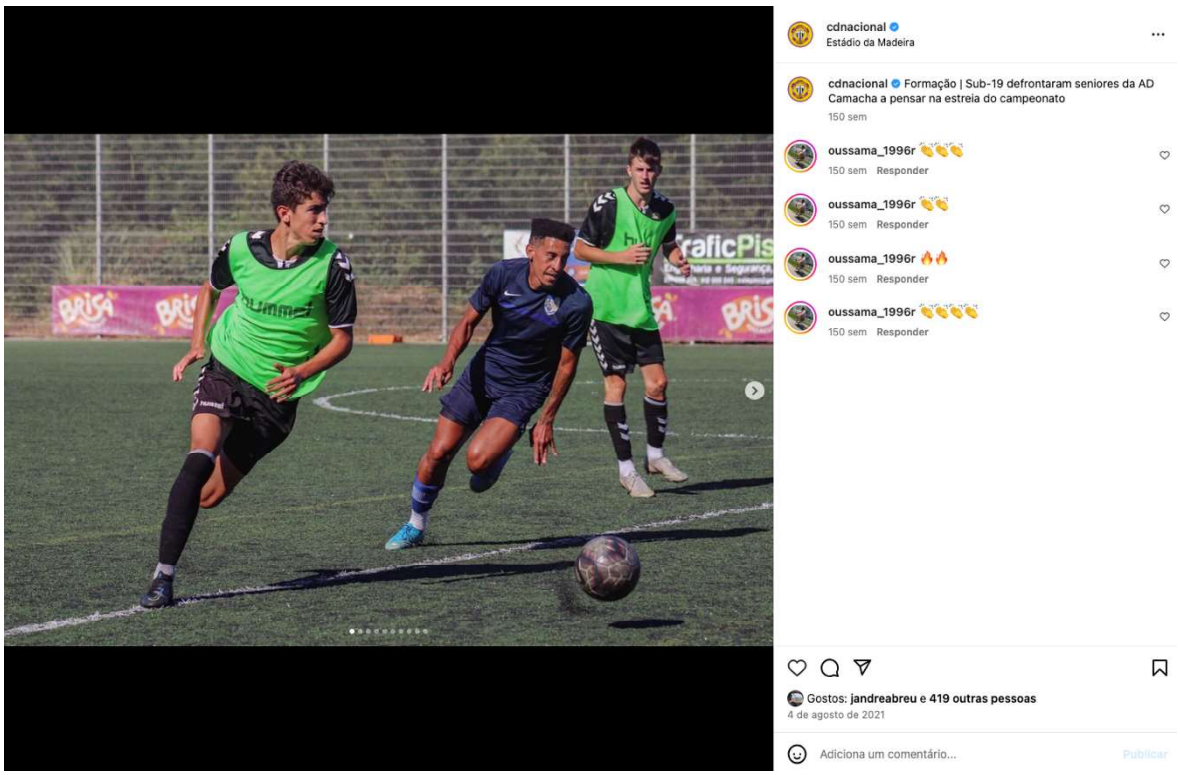
Post 762



Post 763



Post 764



Post 765



cdnacional

cdnacional A equipa de futebol de praia do Nacional defronta amanhã o São Domingos, pelas 11h30, para os quartos-de-final do Campeonato Nacional.

O jogo terá transmissão televisiva no Canal 11.

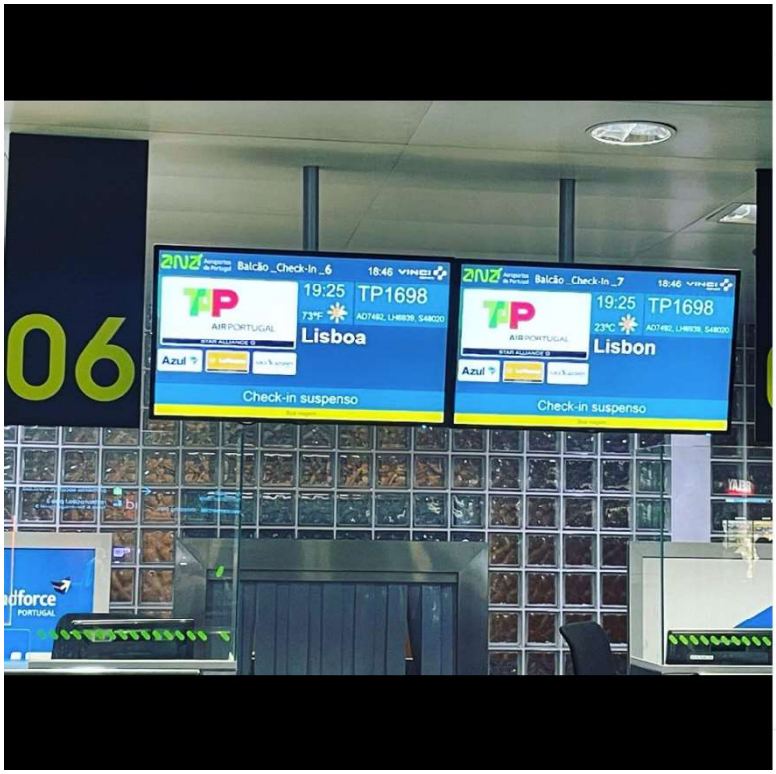
Editada · 150 sem

Gostos: **joaojasmins** e **147 outras pessoas**

5 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 766



cdnacional

cdnacional Devido às más condições meteorológicas registadas durante o dia de hoje no Aeroporto da Madeira, o voo em que viajaria a equipa do CD Nacional com destino a Lisboa, o TP1698, foi cancelado.

ℹ️ Assim informamos que o jogo da jornada 1 da Liga Portugal 2, entre o S.L. Benfica 'B' e o C.D. Nacional, foi adiado para a próxima segunda-feira, no Benfica Campus.

150 sem

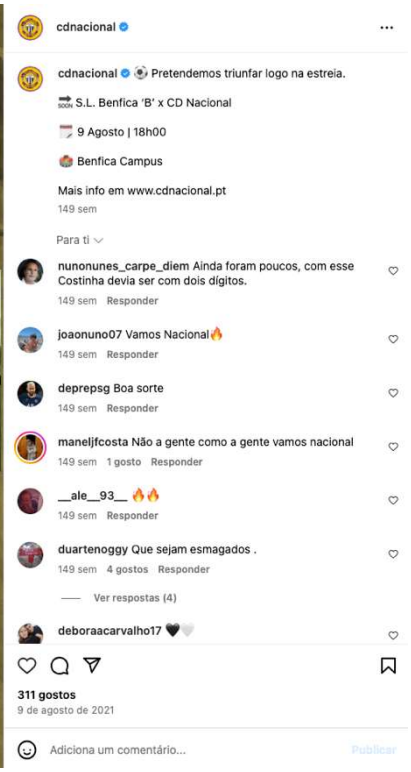
239 gostos

7 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

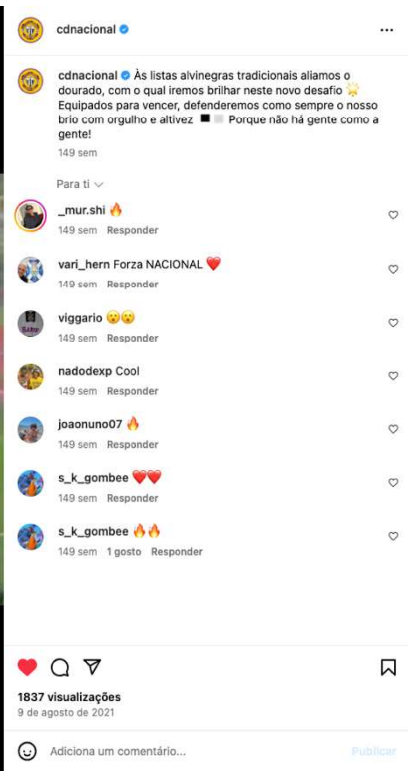
Post 767





Post 768





Post 769





Post 770





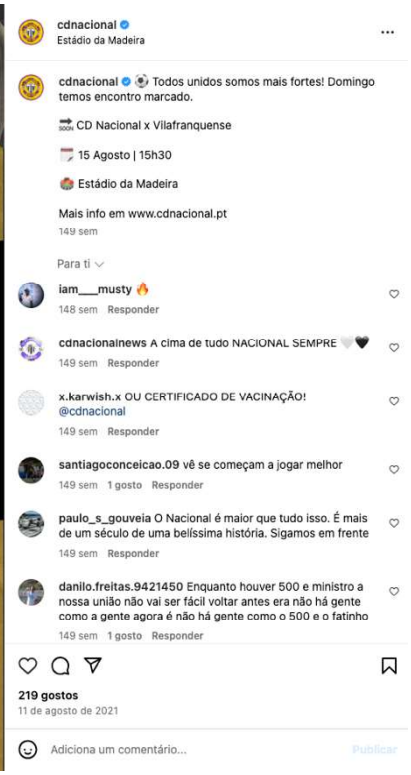
Post 771





Post 772





Post 773



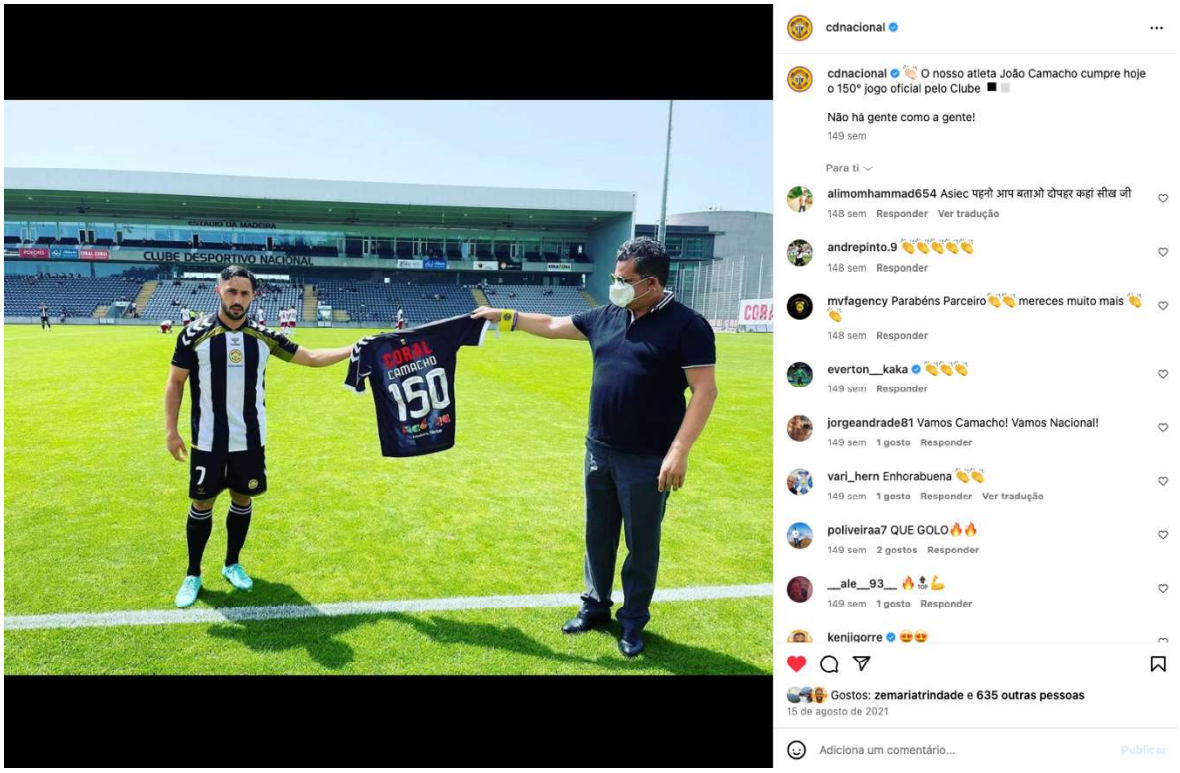


Post 774

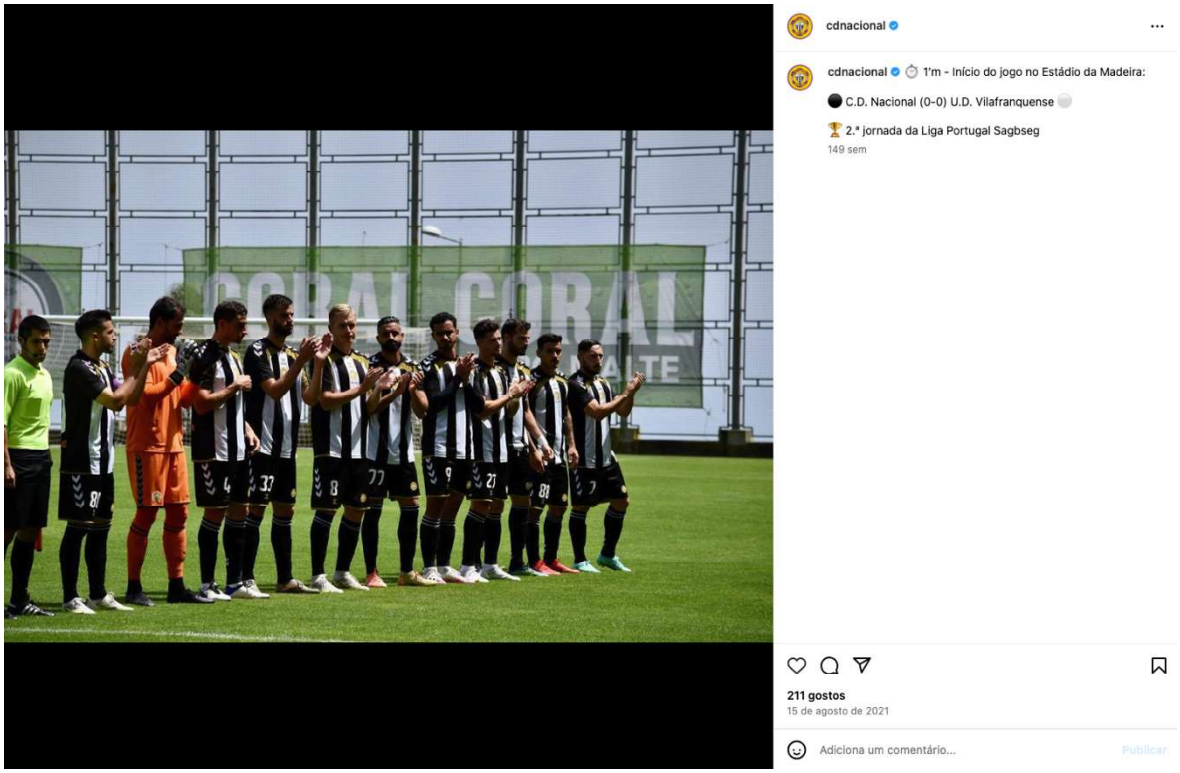




Post 775



Post 776



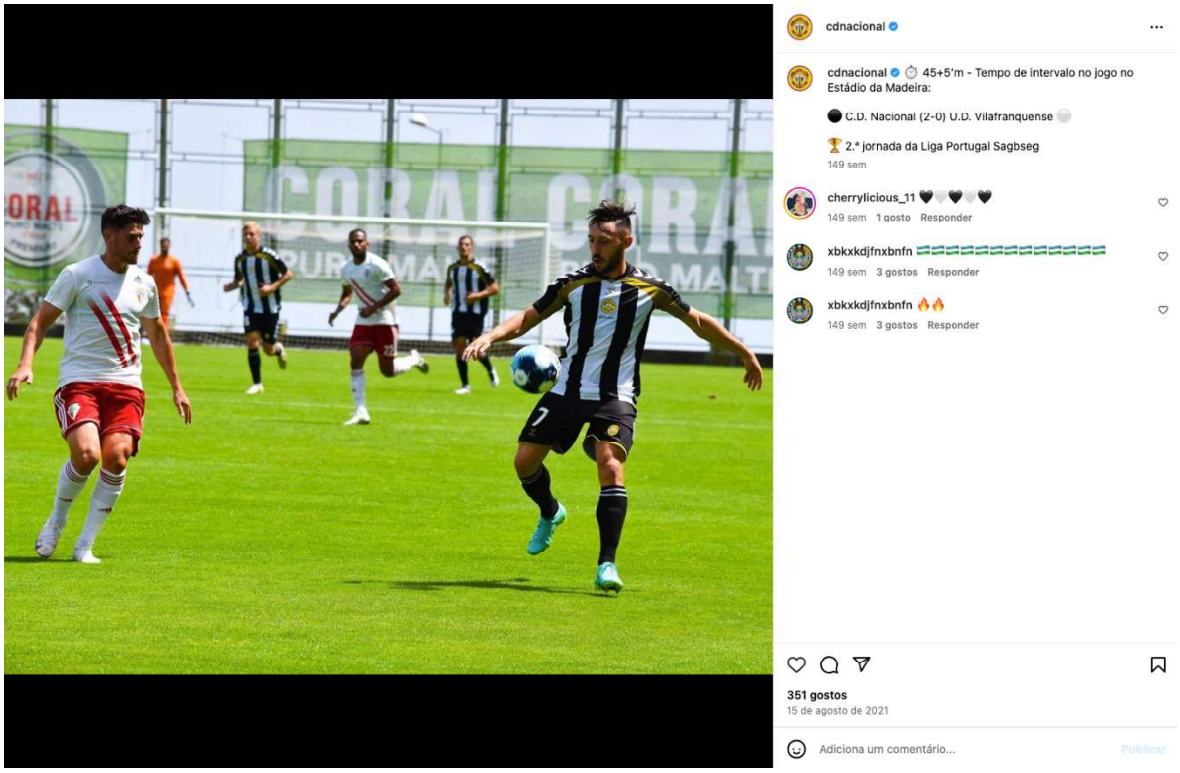
Post 777



Post 778



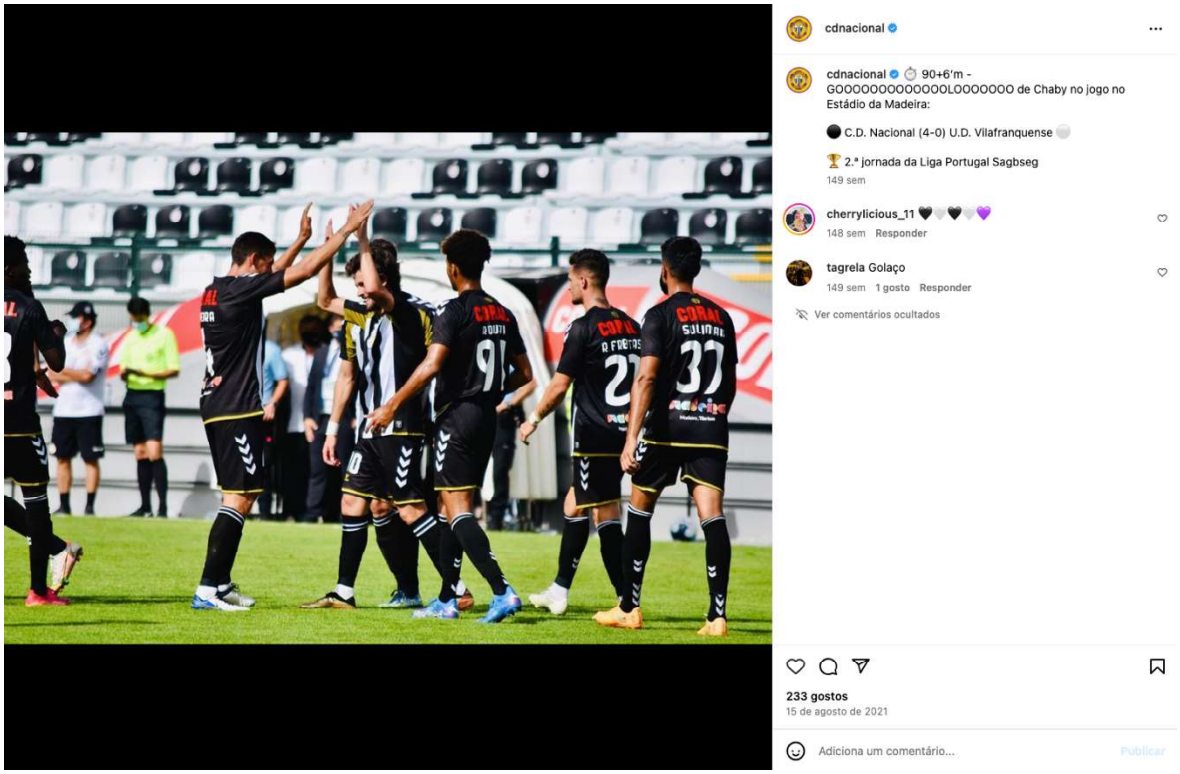
Post 779



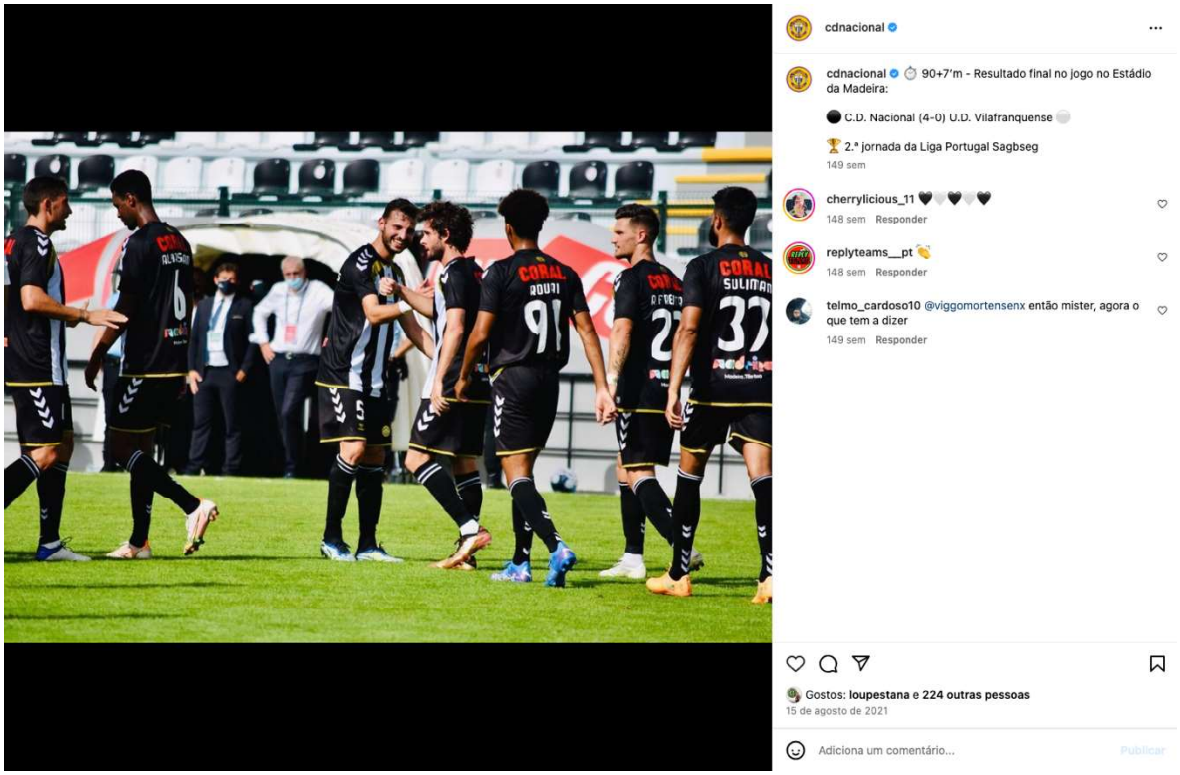
Post 780



Post 781



Post 782



Post 783



cdnacional

cdnacional 🏆 João Camacho foi eleito o "Homem do Jogo" esta tarde, no jogo da jornada 2 da Liga Portugal Sabseg 👏
149 sem

Para ti

joaogomes2010 Parabéns Camacho. Que alcances muitos êxitos desportivos esta época. 150º jogo pelo Nacional também é obra que muitos desejariam alcançar. Um abraço.
148 sem Responder

poliveiraa7 Craque 🔥👏
149 sem Responder

jose.msilva56 👏👏👏
149 sem Responder

camaraguida 👏👏
149 sem Responder

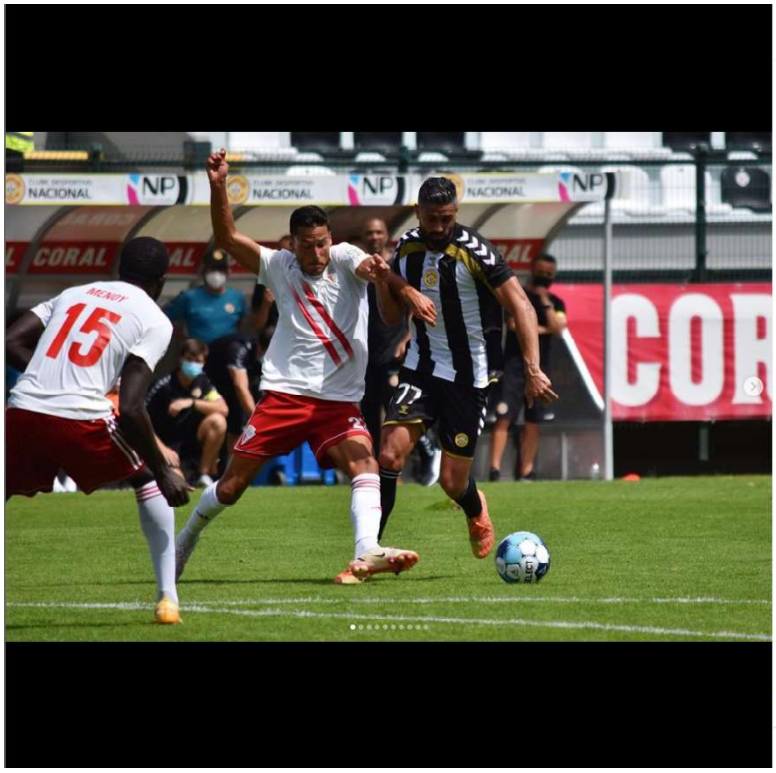
cdnacionalnews 🙌
149 sem Responder

__ale__93__ 👏💪🔥
149 sem Responder

Gostos: _ricardogomes11_ e 537 outras pessoas
15 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 784



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Jornada 2: Missão cumprida ✔ Os 3 pontos ficam em nossa casa👊
149 sem

nhghbccg 👏👏
148 sem Responder

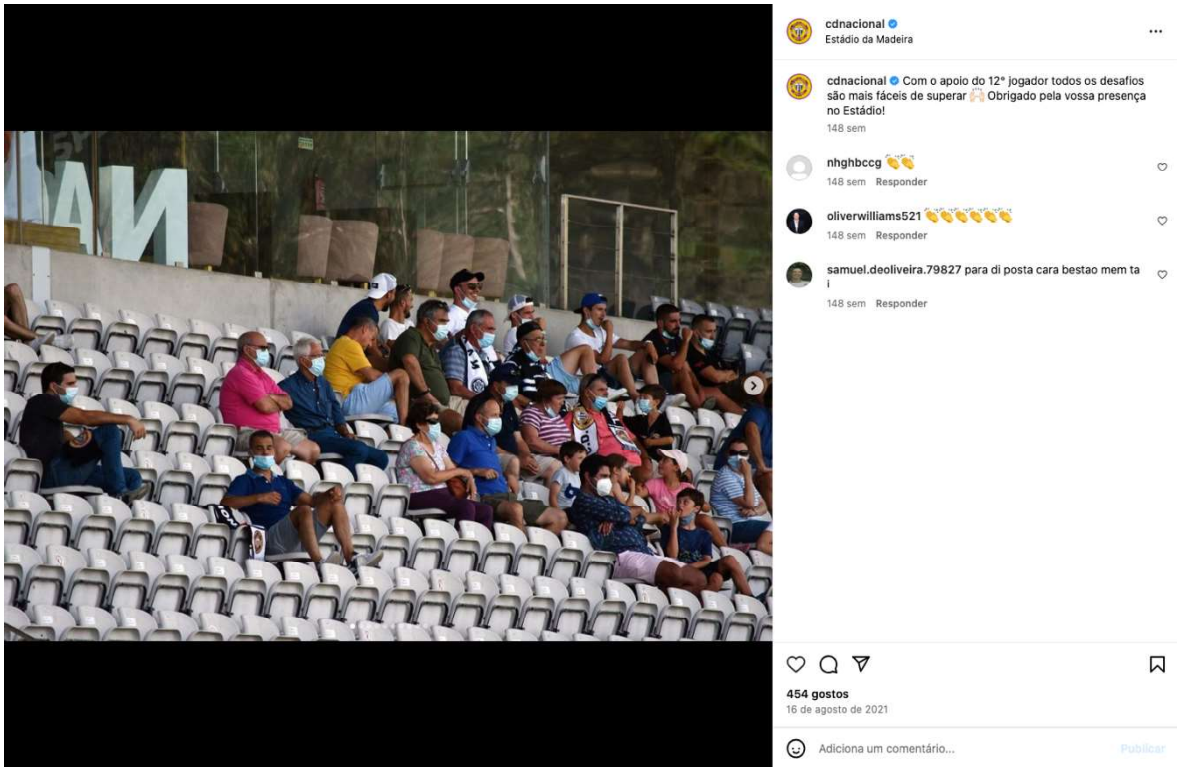
deboraacarvalho17 Força rapazes 🖤🤍
149 sem Responder

weirsky3890 I'm Mike Weirsky, the winner of the lottery winner of the$273m in NJ. I'm helping those who are in need giveaway 💗💗💯💯
149 sem Responder Ver tradução

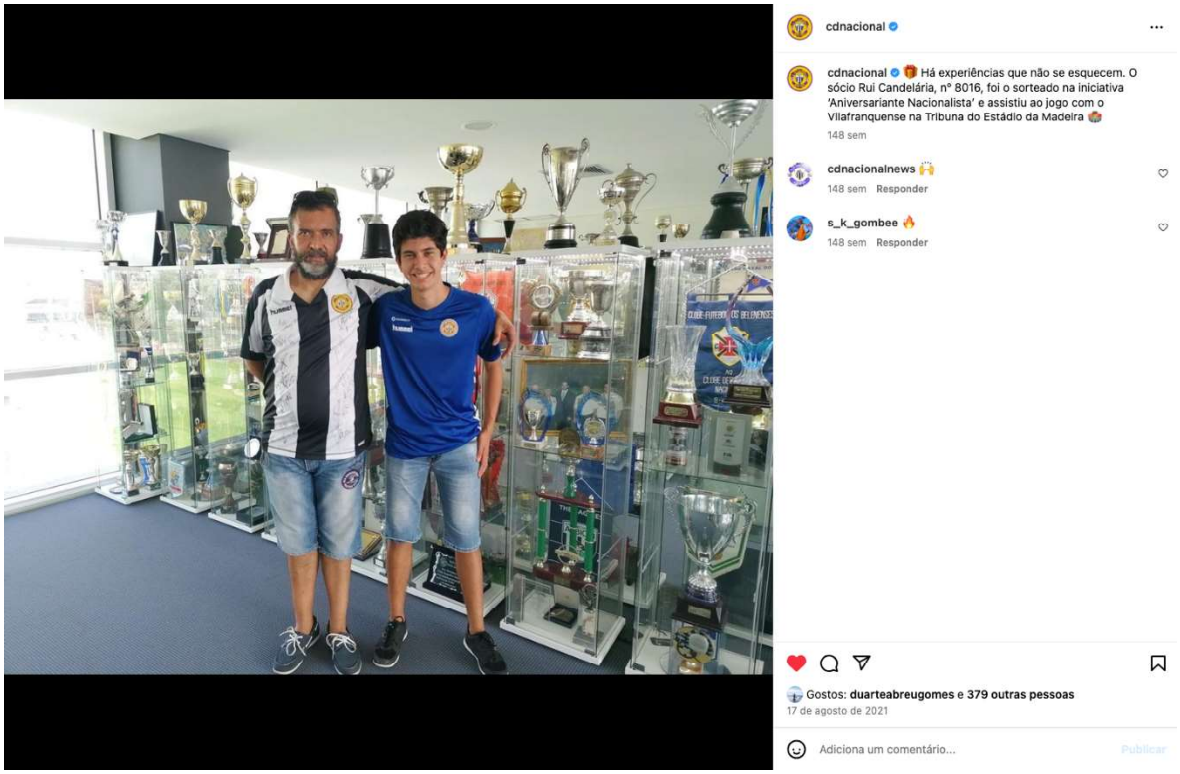
Gostos: kenjigorre e 386 outras pessoas
15 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 785



Post 786



Post 787



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Trabalhar no caminho para mais um triunfo
Jornada 3 da Liga
Editada · 148 sem

seraquevaoresponder Será que o @cdnacional nos vai responder?
148 sem Responder

Gostos: joaojasmins e 334 outras pessoas
18 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 788



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Futebol Formação | Sub-16 e Sub-17 arrancaram hoje para a nova temporada
148 sem

darbisdebarros Top
148 sem Responder

Gostos: leo_rjfaria e 461 outras pessoas
19 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 789



cdnacional

cdnacional Já votaste na Madeira para os World Travel Awards 2021? 🌎🚀 Sabe mais em @visitmadeira

Editada · 148 sem

vari_hern ❤️mi islita de mi amor❤️

148 sem Responder Ver tradução

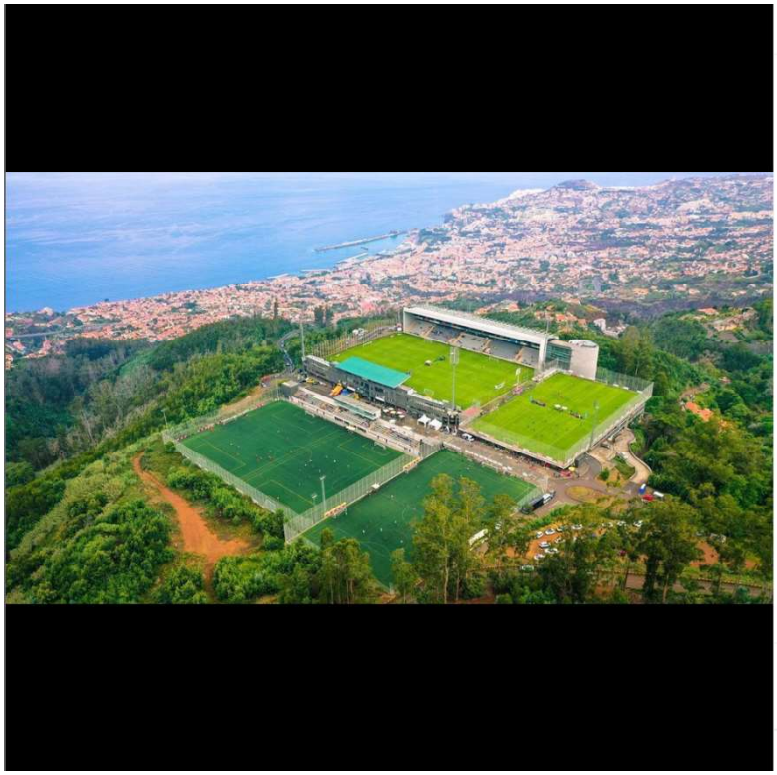
Ver respostas (1)

1022 visualizações

20 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 790



cdnacional

cdnacional É com orgulho que pertencemos a esta cidade, única pela sua diversidade. Encantadora e com uma beleza invulgar, festeja hoje mais uma data especial. Parabéns, Funchal! 🗺️

@visitfunchalofficial

148 sem

Para ti

panamaeconomictours 😍😍😍🙌

144 sem Responder

marcosalexandre.costa.7 👏👏👏

147 sem Responder

matheuscoutinho12 Sr Alfredo ainda está vivo? Saudade desse lugar perfeito!!! Viva a Funchal!

148 sem 1 gosto Responder

felipegabriel11 Saudades desse lugar incrível! ❤️

148 sem 1 gosto Responder

kv_banna_malingra Follow me

148 sem 1 gosto Responder

Ver respostas (1)

juninhonayaraarcanjo Saudades desse lugar maravilhoso e encantador 🍉🍉❤️⚽ viva a ilha da Madeira (Funchal)

148 sem 1 gosto Responder

fpfmpb12t #parabénsfunchal

148 sem 1 gosto Responder

Gostos: armadaalvinegra e 532 outras pessoas

21 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

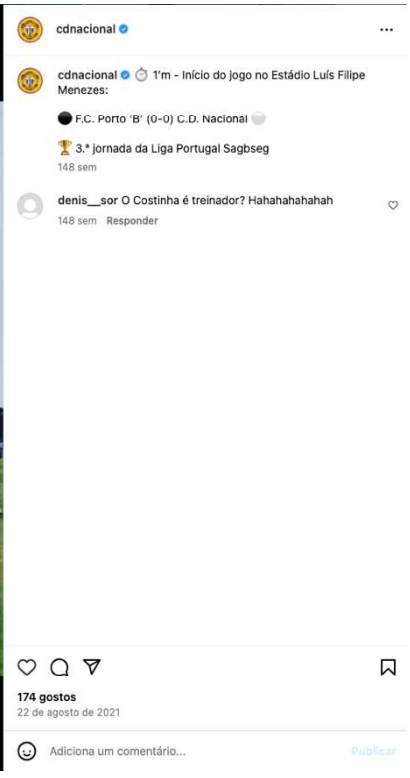
Post 791





Post 792





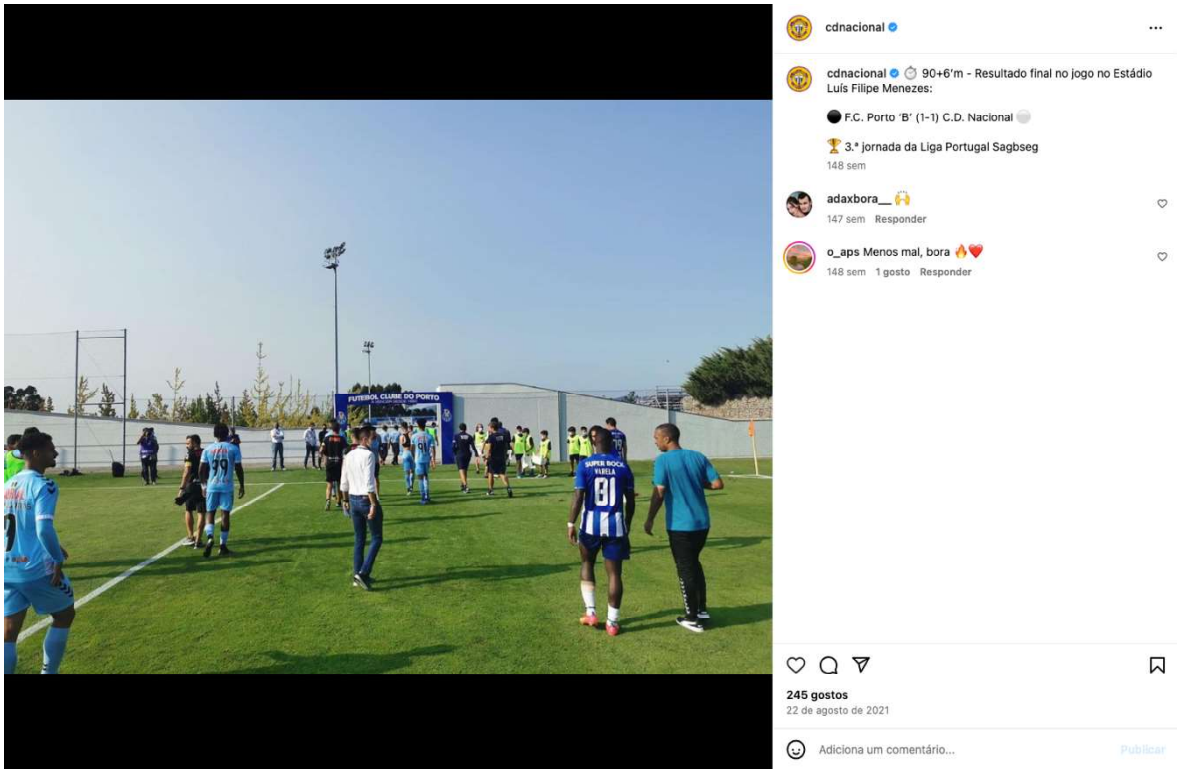
Post 793



Post 794



Post 795



Post 796



Post 797



Post 798



Post 799



Post 800



Post 801



Post 802



Post 803



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Boubou Konté é o mais recente membro da nossa família.

Bem-vindo, Konté!
147 sem

doesfootballreply Will @cdnacional reply to this comment? 👋🙏❤️
147 sem 1 gosto Responder Ver tradução

joaogabrieell__ Bruno Alves
147 sem Responder

jsammymc18 Veio de Onde??
147 sem Responder

jadsonlima50 good night I would be interested in an attacking midfielder, born in 1999, 1.79 tall, 77 kg kicks well with both. At the moment I'm looking to open a door for a possible evaluation for the athlete. Currently, he will compete in of the Ceará professional championship. He can play from center forward as well because he has a great finish. Thank you in advance for the opportunity
147 sem Responder Ver tradução

Ver respostas (1)

Gostos: **hugo8leme** e **612 outras pessoas**
27 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 804



cdnacional

cdnacional 🕛 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

⚫ C.D. Nacional (vs) Varzim S.C. ⚪

🏆 4.ª jornada da Liga Portugal Sagbseg
147 sem

yashpreet_855 🔥
147 sem Responder

kv_banna_malingra Follow me
147 sem Responder

kv_banna_malingra Follow me
147 sem Responder

sergionunogomesferreira 2-0
147 sem Responder

Ver comentários ocultados

184 gostos
28 de agosto de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

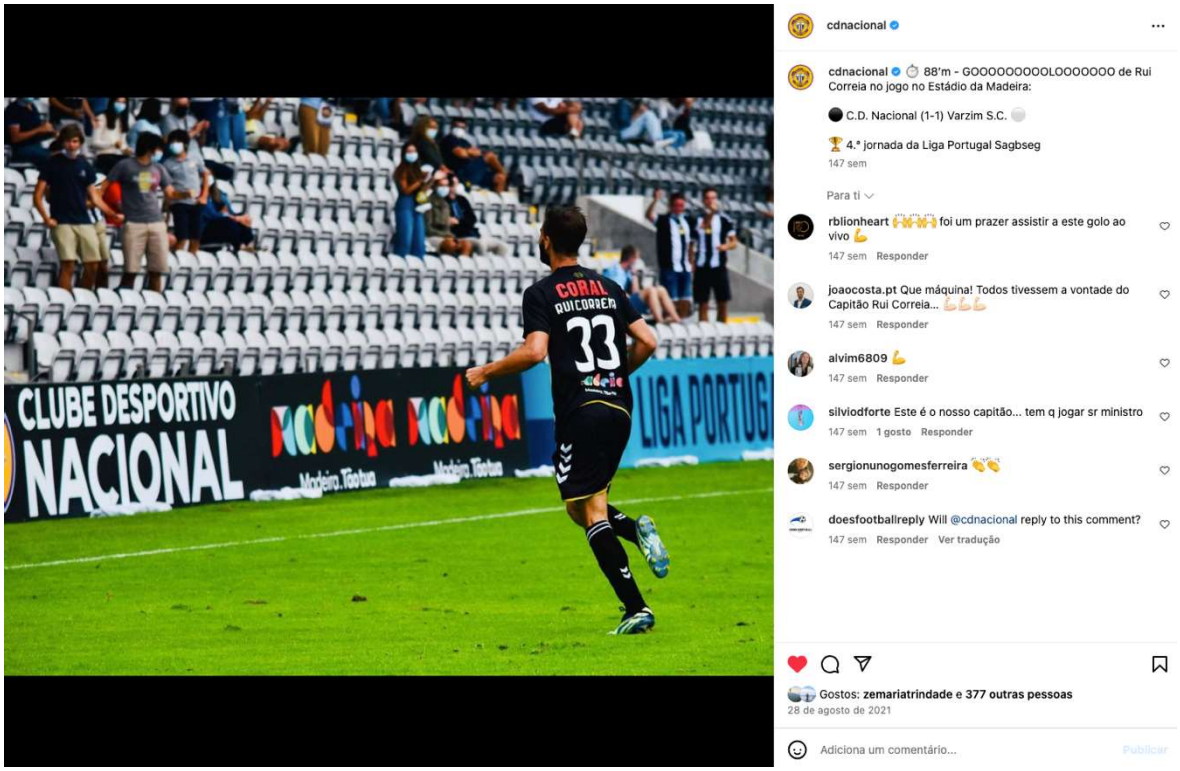
Post 805



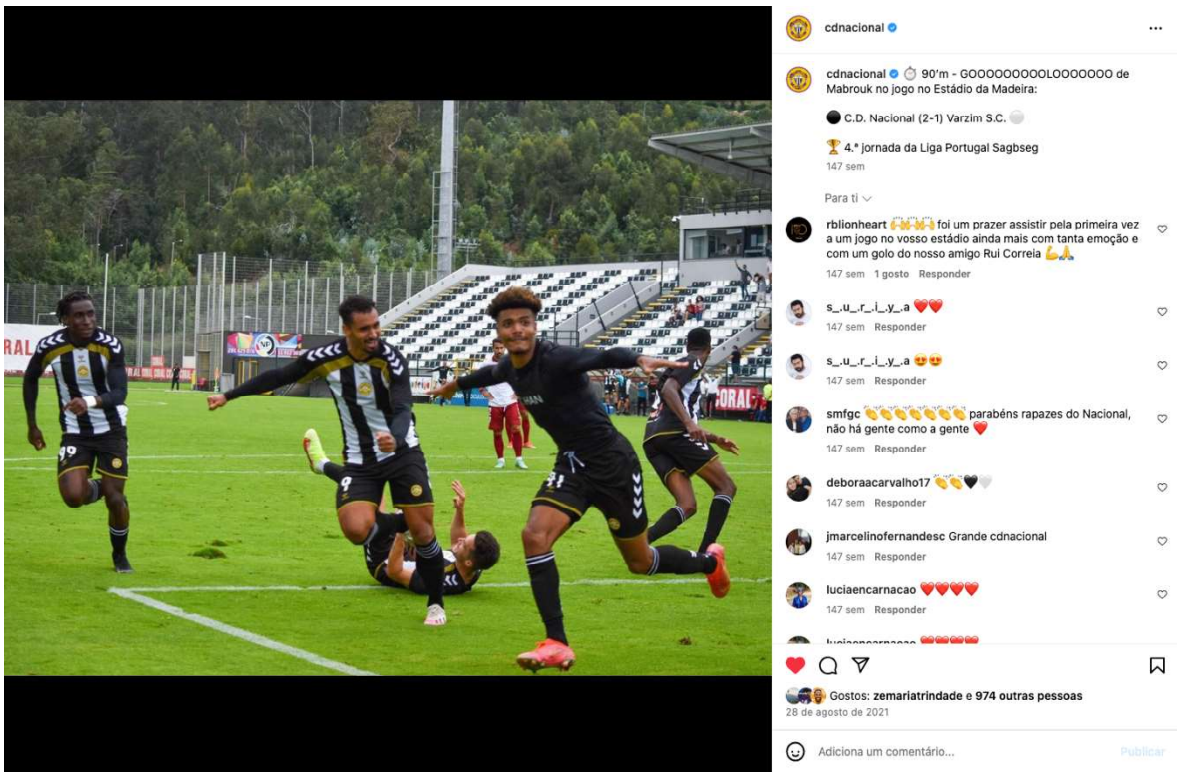
Post 806



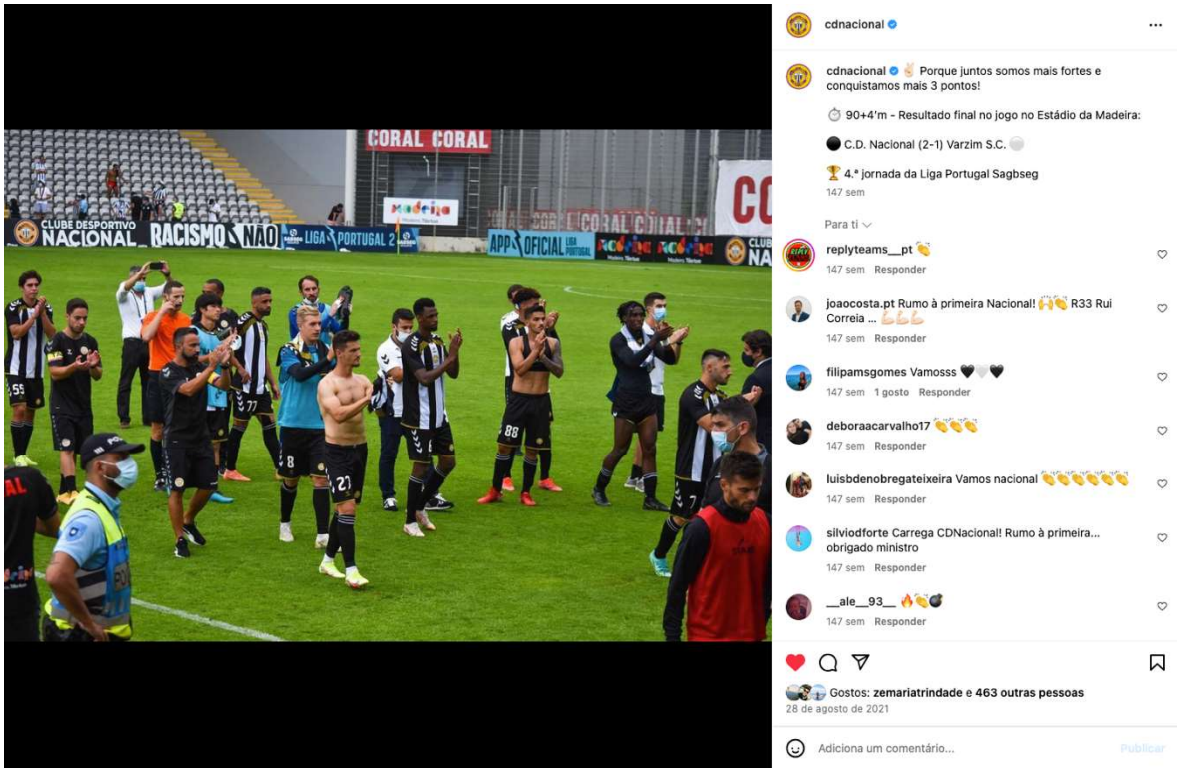
Post 807



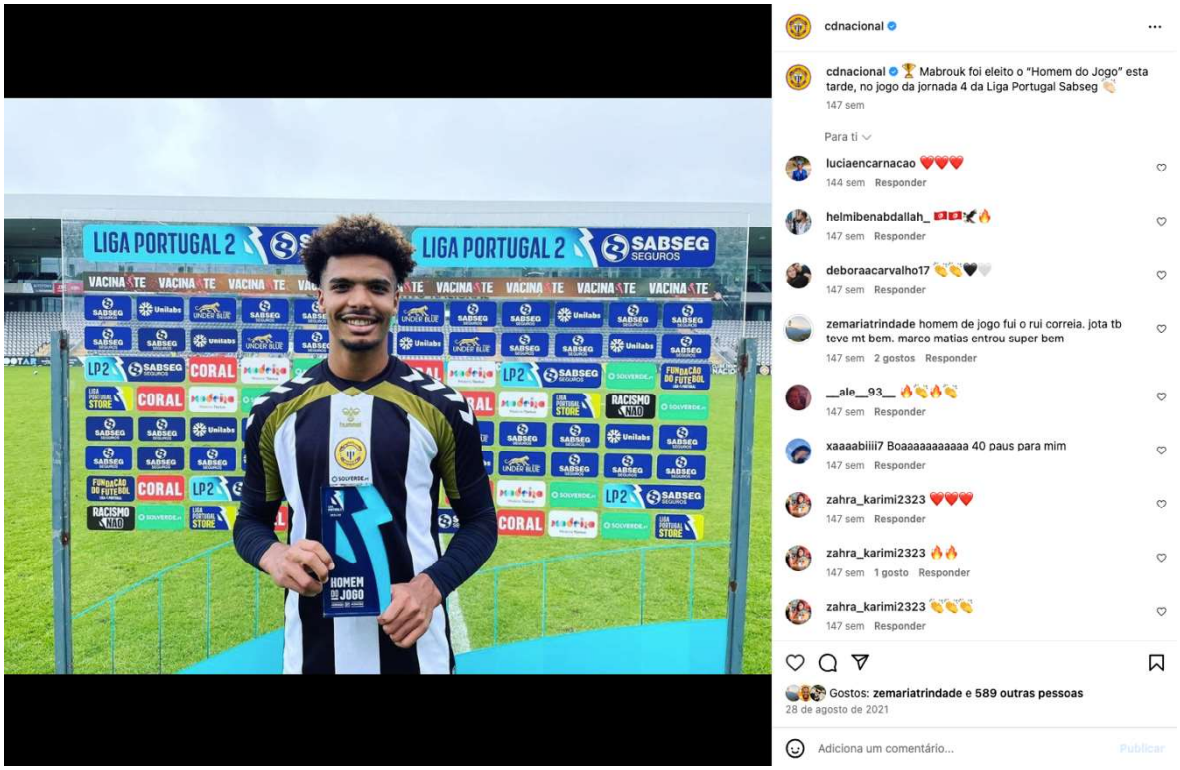
Post 808



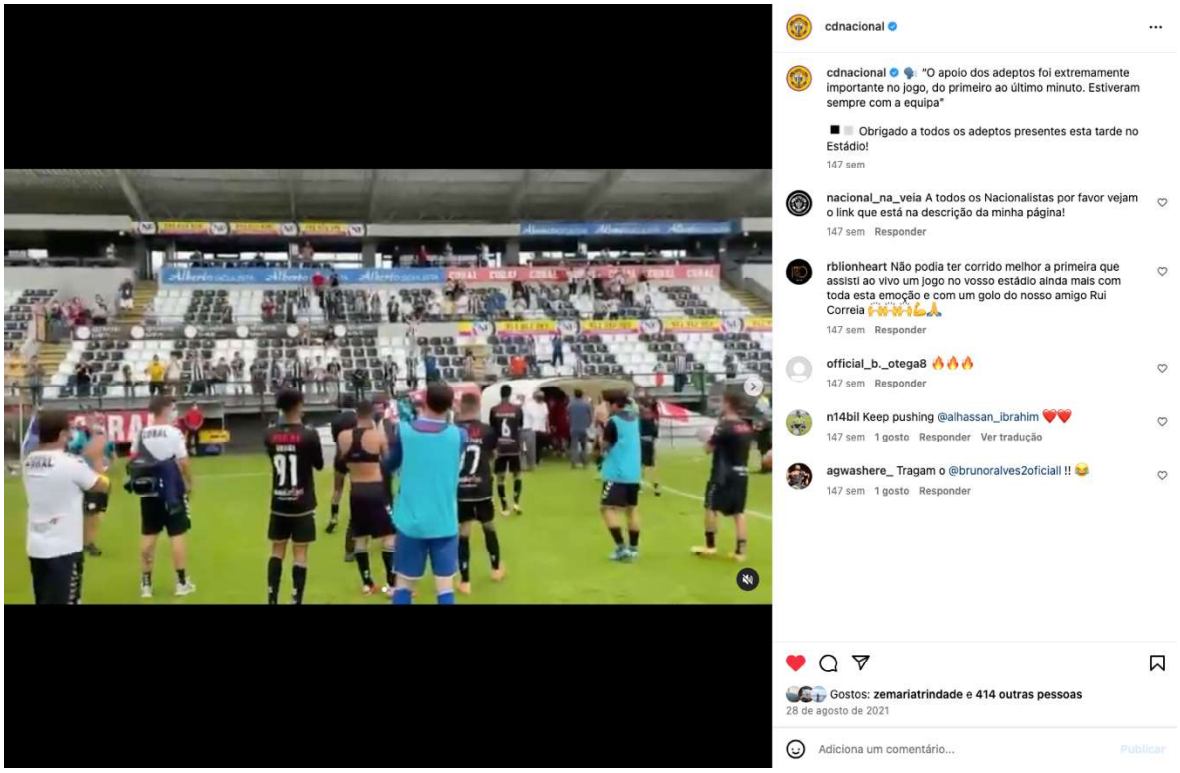
Post 809



Post 810



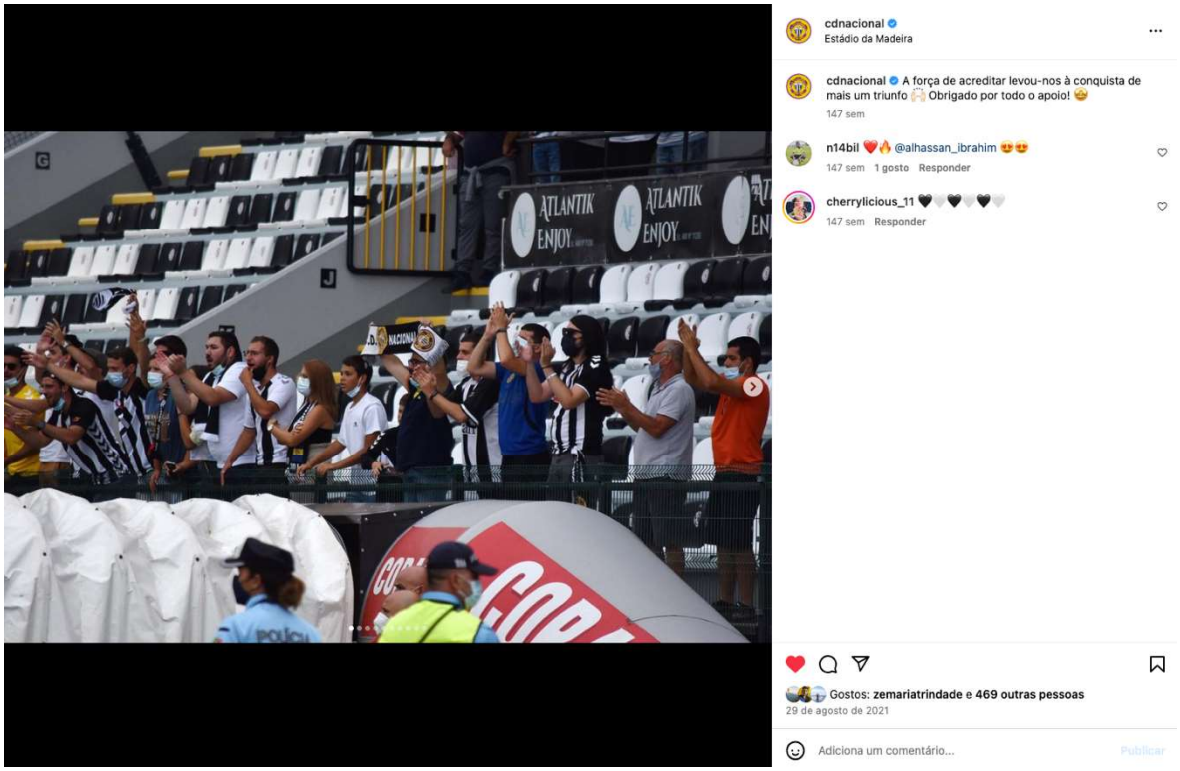
Post 811



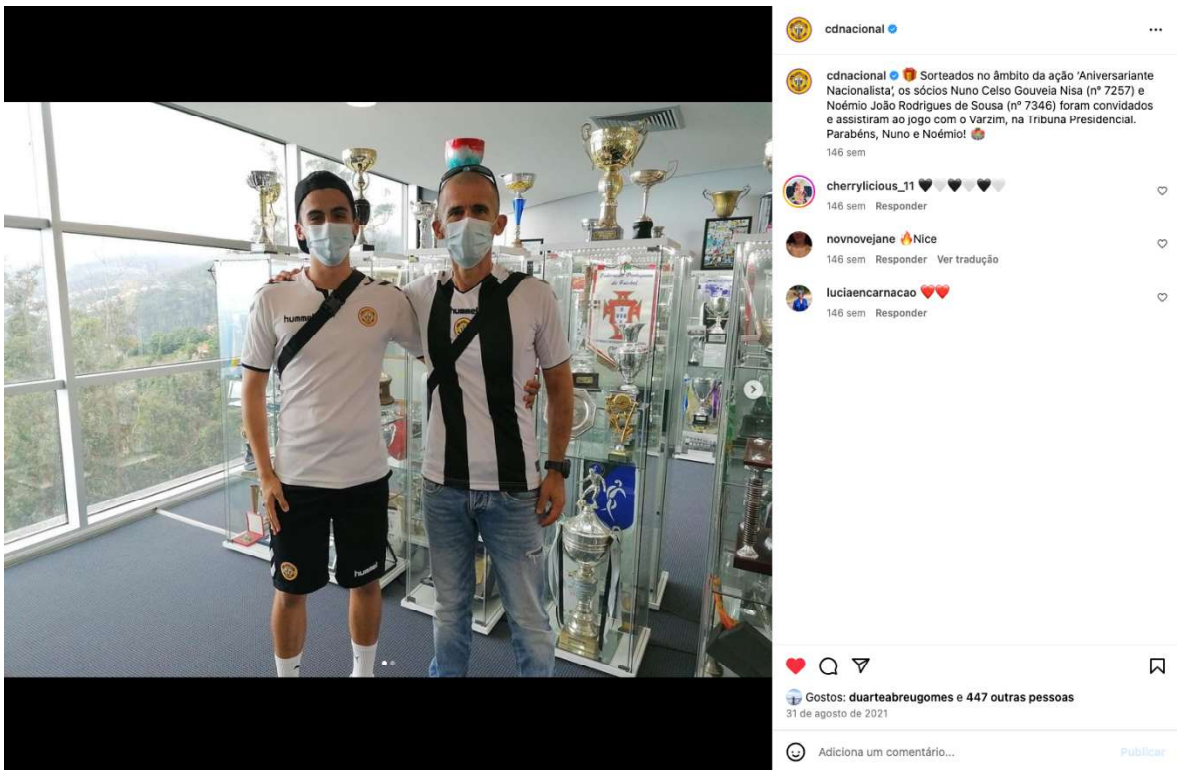
Post 812



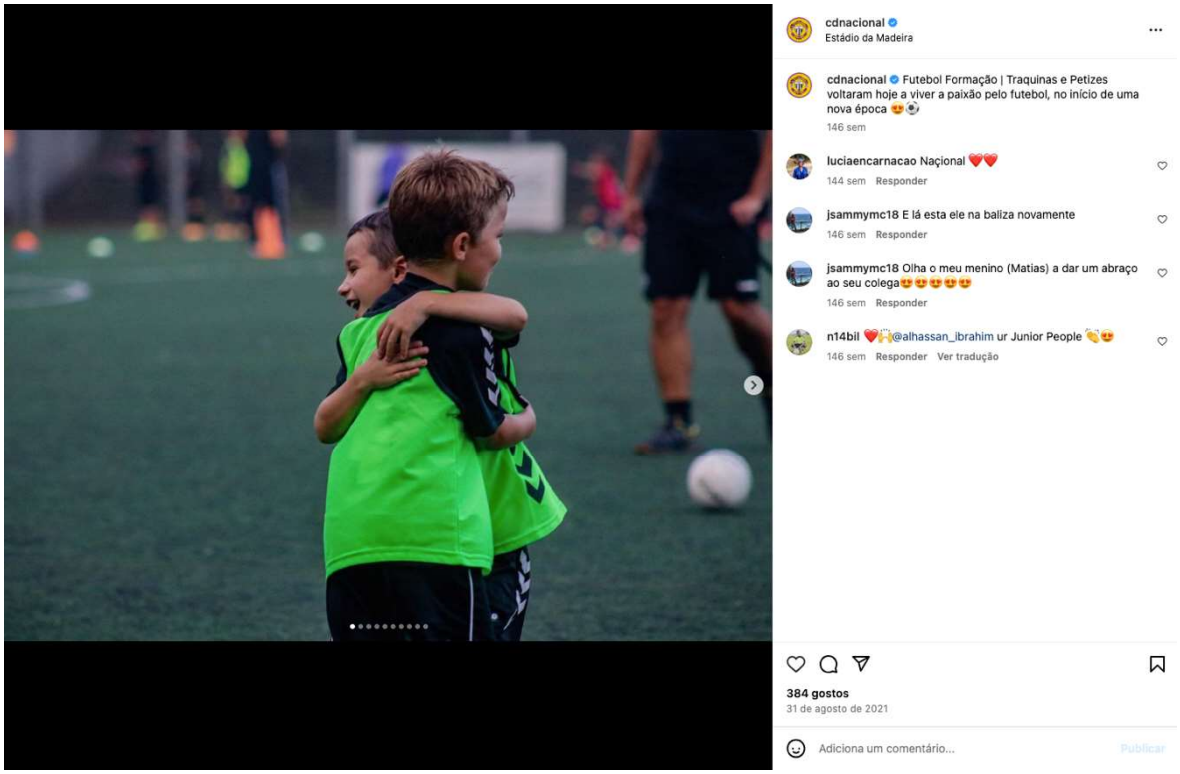
Post 813



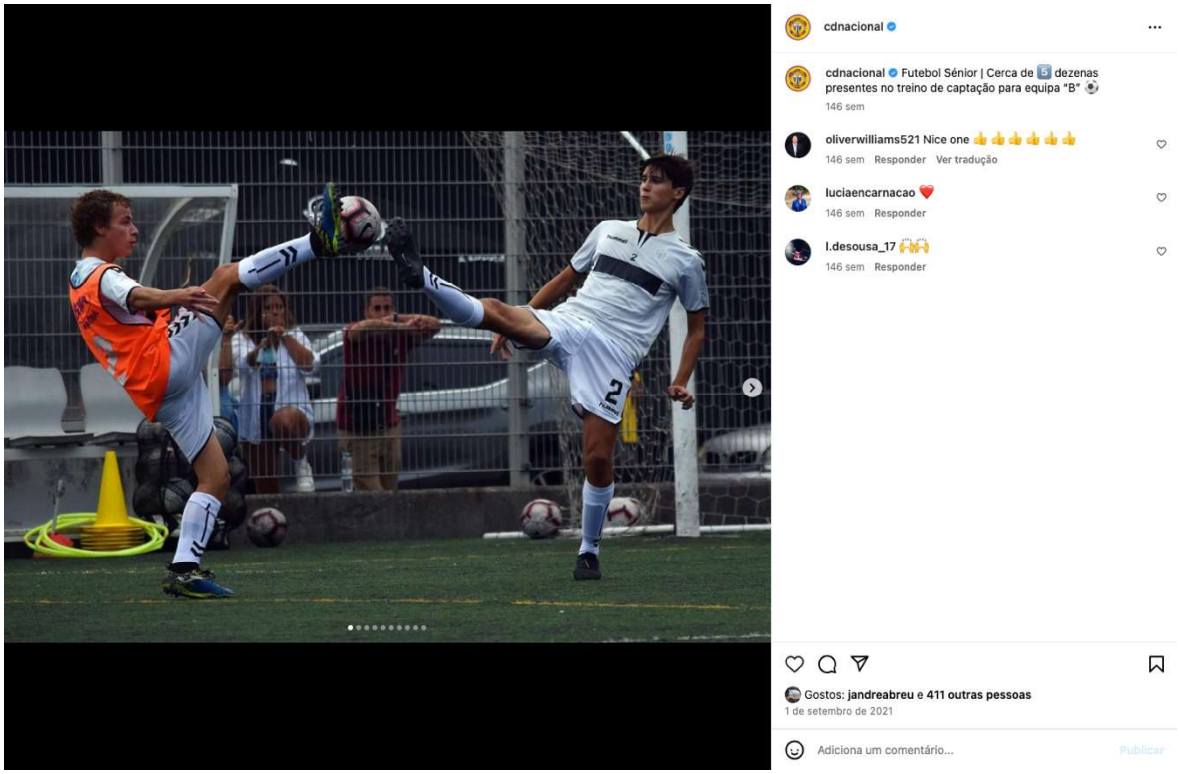
Post 814



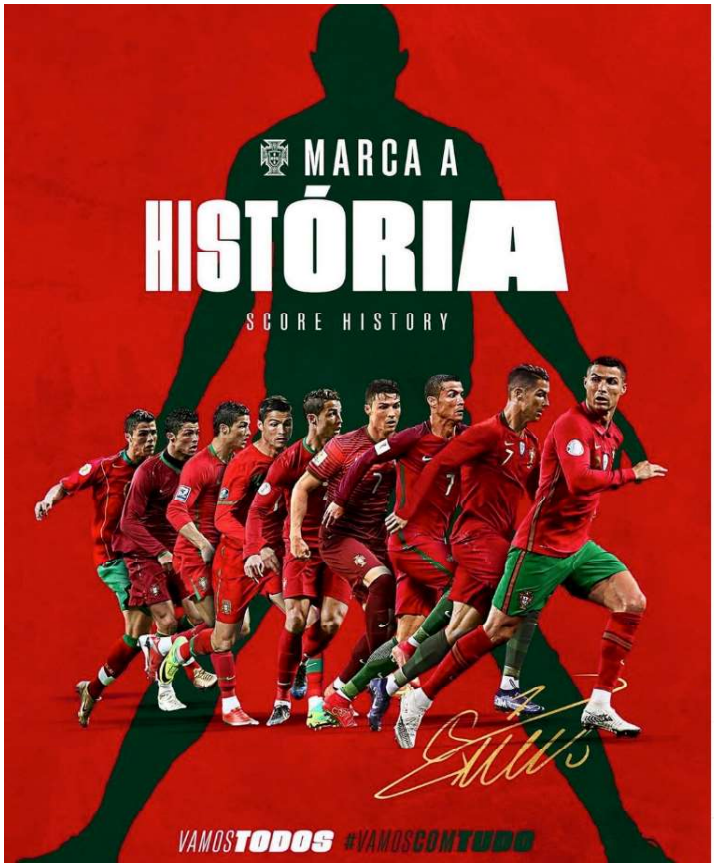
Post 815



Post 816



Post 817



cdnacional

cdnacional 111 momentos de glória, que deixam uma marca na história 🥇 Mais um recorde para o Melhor do Mundo! Parabéns, @cristiano 😍👏
Editada · 146 sem

Para ti

shezan_khalifa_ 🔥
146 sem Responder

shezan_khalifa_ ❤️❤️❤️
146 sem Responder

shezan_khalifa_ 🙌🔥🔥
146 sem Responder

shezan_khalifa_ 😮😮
146 sem Responder

shezan_khalifa_ 😶
146 sem Responder

shezan_khalifa_ 😍😍
146 sem 1 gosto Responder

oliverwilliams521 👏👏👏
146 sem Responder

thiiago.hn 👏👏👏
146 sem Responder

ayrton_chs I FNDAAAA
146 sem Responder

Gostos: **zemariatrindade** e **817 outras pessoas**
1 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 818



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Futebol Formação | Benjamins e Infantis regressaram aos relvados, no início de uma nova época ⚽
146 sem

Para ti

darbisdebarros ❤️
146 sem Responder

shezan_khalifa_ 👏
146 sem Responder

shezan_khalifa_ 😍😍
146 sem Responder

ballnoorr 🔥
146 sem Responder

ex_pol_mb_aminu ❤️❤️❤️👏👏
146 sem Responder

s_k_gombee ❤️
146 sem Responder

Ver comentários ocultados

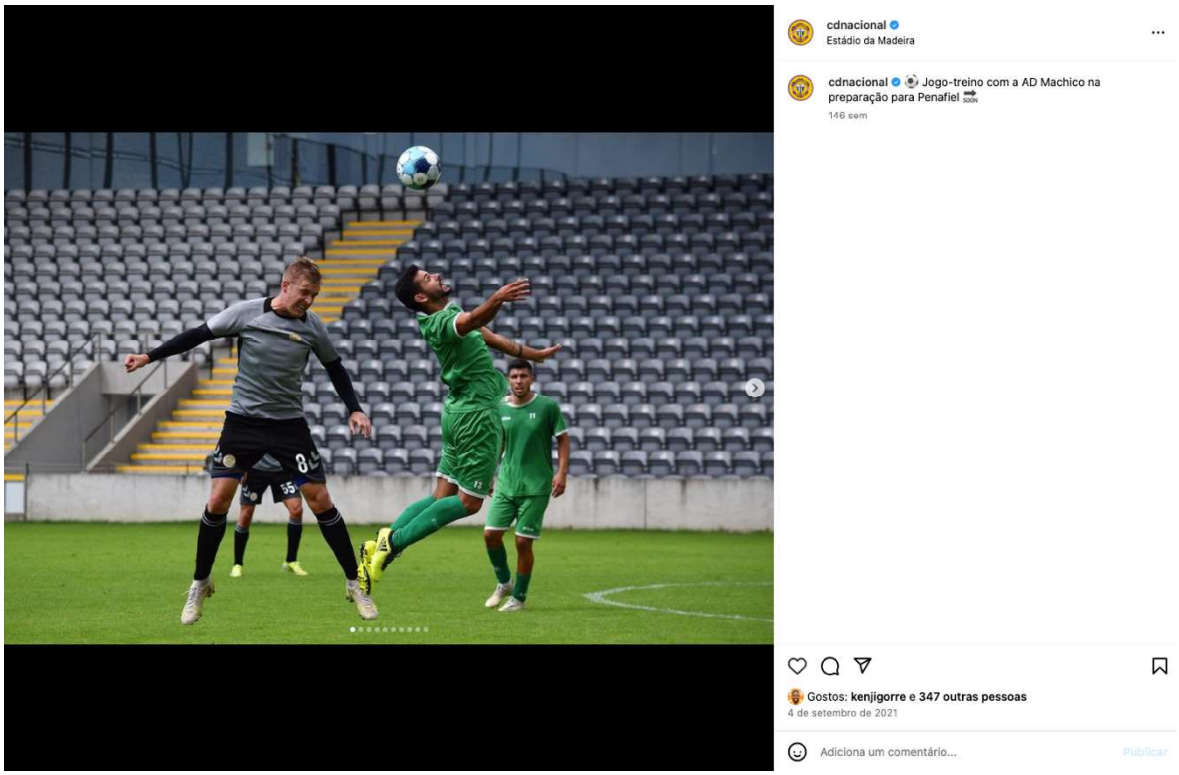
566 gostos
2 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 819



Post 820



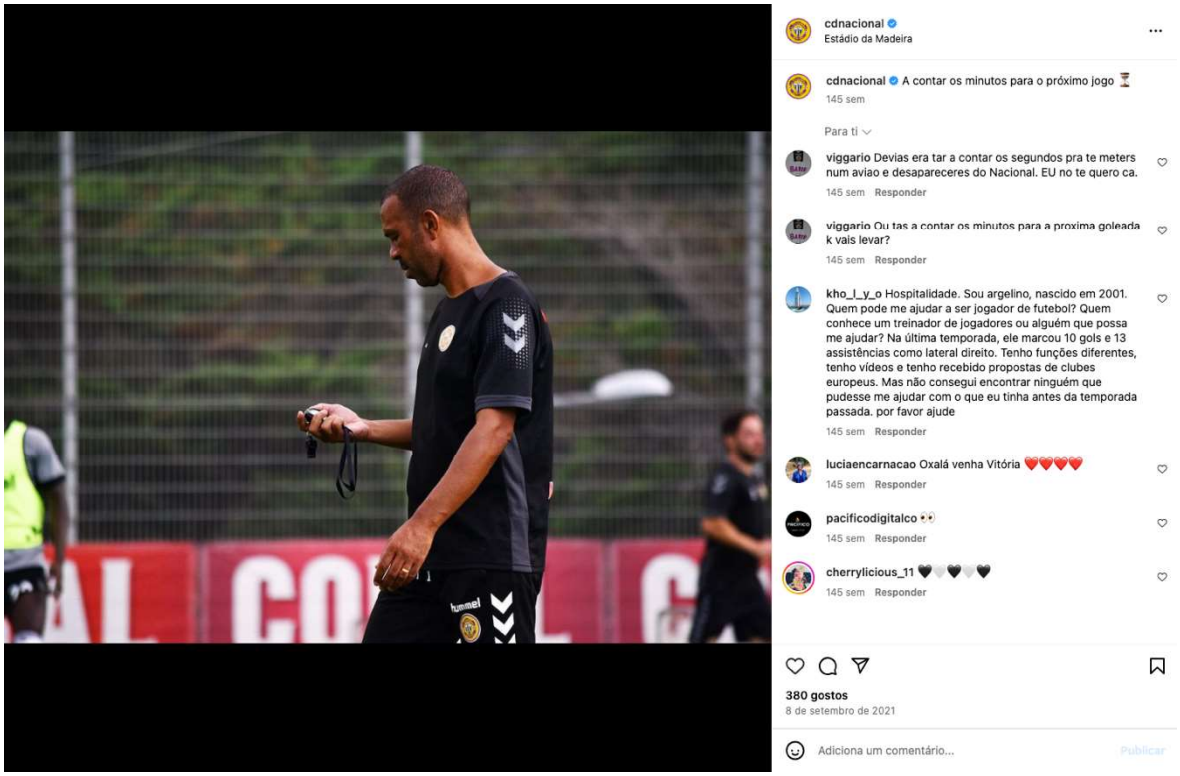
Post 821



Post 822



Post 823



Post 824



Post 825



cdnacional

cdnacional 🏁 Dupla Alexandre Camacho / Pedro Calado venceu este sábado o Rali Município de Câmara de Lobos e Funchal

Sabe tudo em www.cdnacional.pt

145 sem

295 gostos

11 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 826



cdnacional

cdnacional 🕛 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio Municipal 25 de Abril:

⚫ F.C. Penafiel (vs) C. D. Nacional ⚪

🏆 5.ª jornada da Liga Portugal Sagbseg

145 sem

deboraacarvalho17 Vamos 🖤🤍

145 sem Responder

267 gostos

12 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 827



cdnacional

cdnacional 1'm - Início do jogo no Estádio Municipal 25 de Abril:

F.C. Penafiel (0-0) C. D. Nacional

5.ª jornada da Liga Portugal Sagbseg

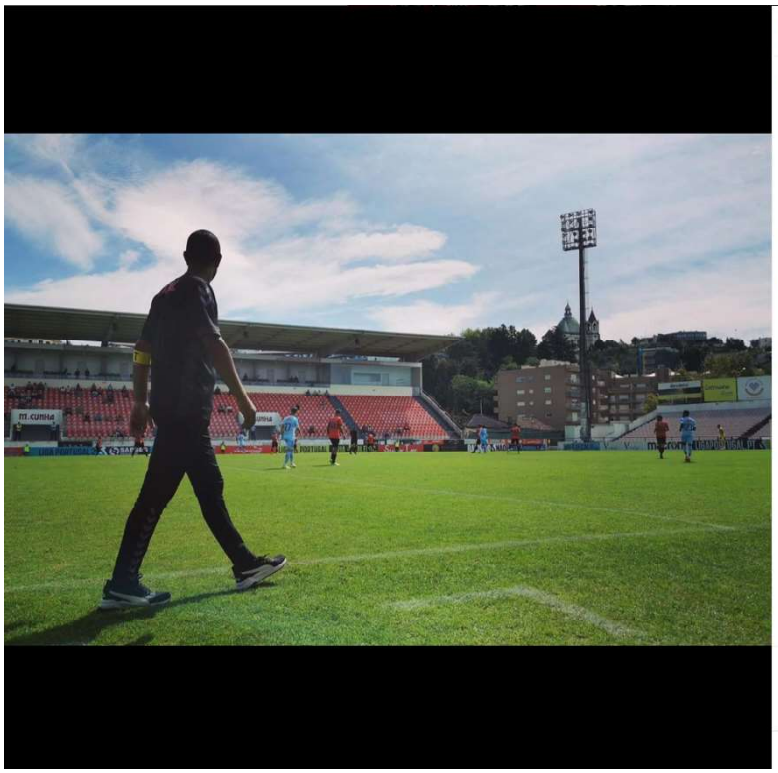
145 sem

144 gostos

12 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 828



cdnacional

cdnacional 90+4'm - Final do jogo no Estádio Municipal 25 de Abril:

F.C. Penafiel (1-0) C. D. Nacional

5.ª jornada da Liga Portugal Sagbseg

145 sem

Para ti

jsammymc18 😭😭. Assim não vamos lá...

145 sem Responder

joaomiguel.gouveia Costadinha pede desculpa e sai mas leva o 500 antes que ele acabe com o nosso Sim nosso NACIONAL

145 sem 1 gosto Responder

responderrapido123 Pior central da segunda liga. Têm melhor certamente

145 sem Responder

Ver respostas (1)

responderrapido123 Suliman fraco fraco fraco

145 sem Responder

jrsc2003 Onde andam os que andaram a vangloriar o Costinha??? Continuem a defende ló... NINGUEM PODE SER MAIOR QUE OS CLUBE... RUA RUI ALVES RUA COSTINHA

145 sem Responder

x.karwish.x 😔😔😔

145 sem Responder

305 gostos

12 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 829



Post 830



Post 831



cdnacional

cdnacional 🗣️: Costinha reagiu ao sorteio da Taça: "Respeitar o adversário mas com ambição de seguir em frente" 🏆.
144 sem

michael.adu.1690671 Vídeo
144 sem Responder

flavia.onofre.75 Tem um grande jogador aqui no Brasil o Gabriel Silva precisa de mostrar o seu talento
144 sem Responder

1994 visualizações
15 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 832



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional ⚽ No regresso a casa, estamos preparados para vencer!

CD Nacional x Casa Pia

19 Setembro | 11h00

Estádio da Madeira

Mais info em www.cdnacional.pt
144 sem

official_b._otega8 🔥🔥🔥
144 sem Responder

n14bil Best of luck and free Injury ❤️🙌@alhassan_ibrahim
144 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Gostos: duarteabreugomes e 270 outras pessoas
16 de setembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

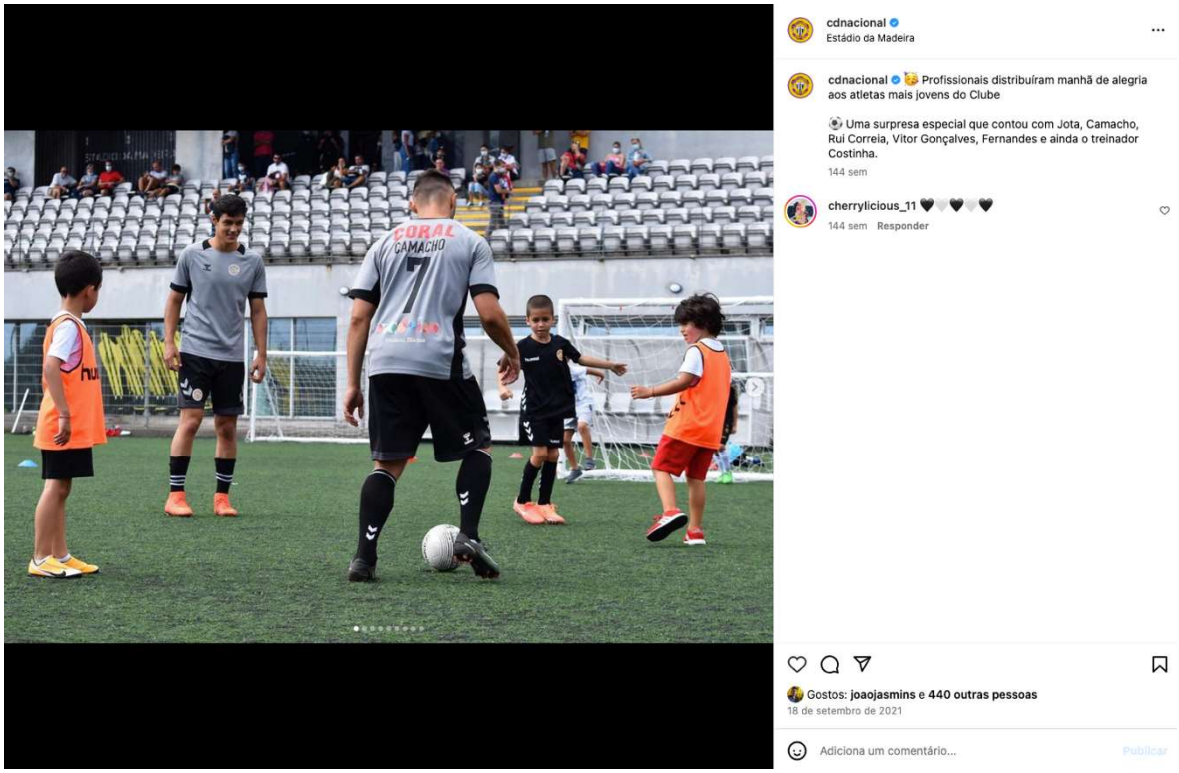
Post 833



Post 834



Post 835

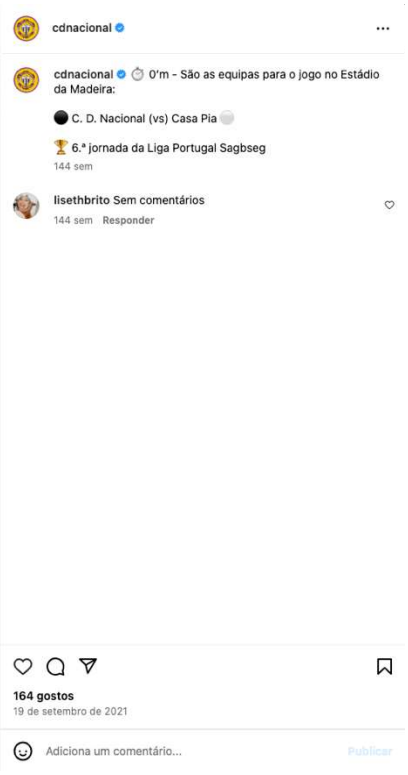


Post 836

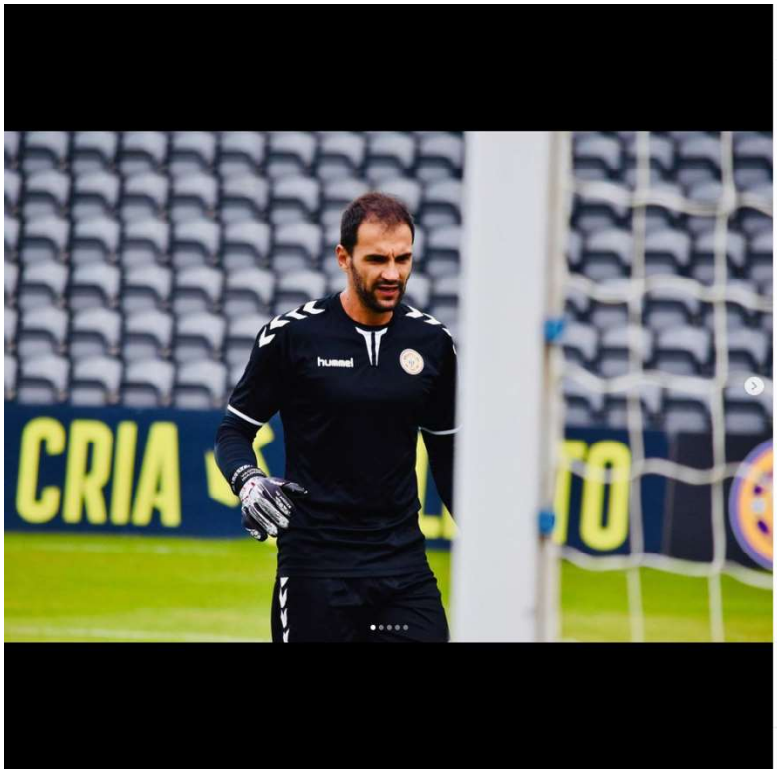


Post 837



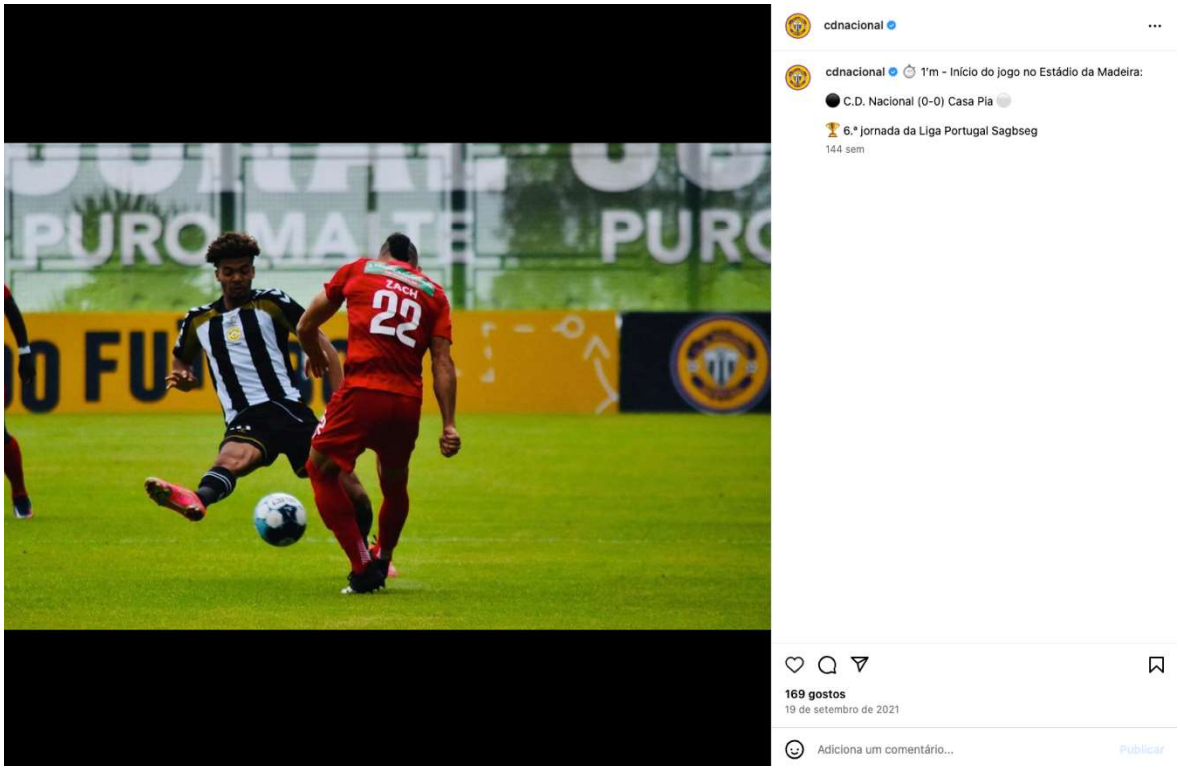


Post 838

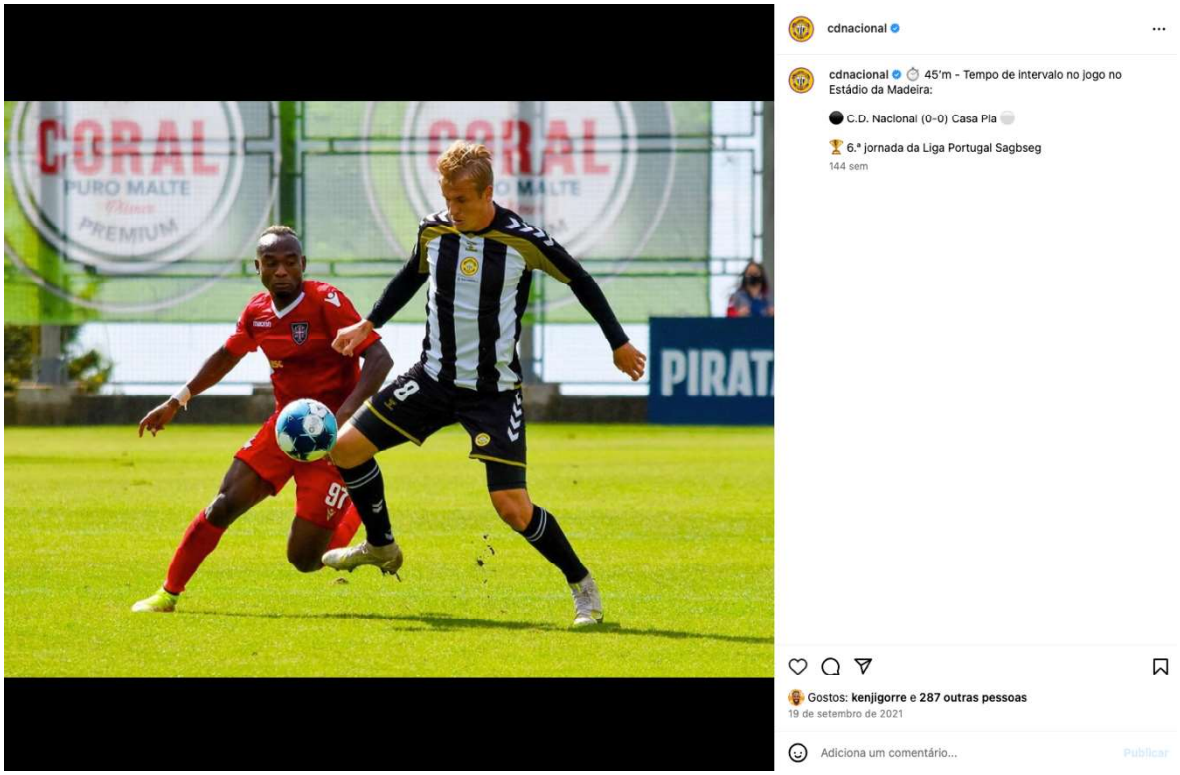




Post 839



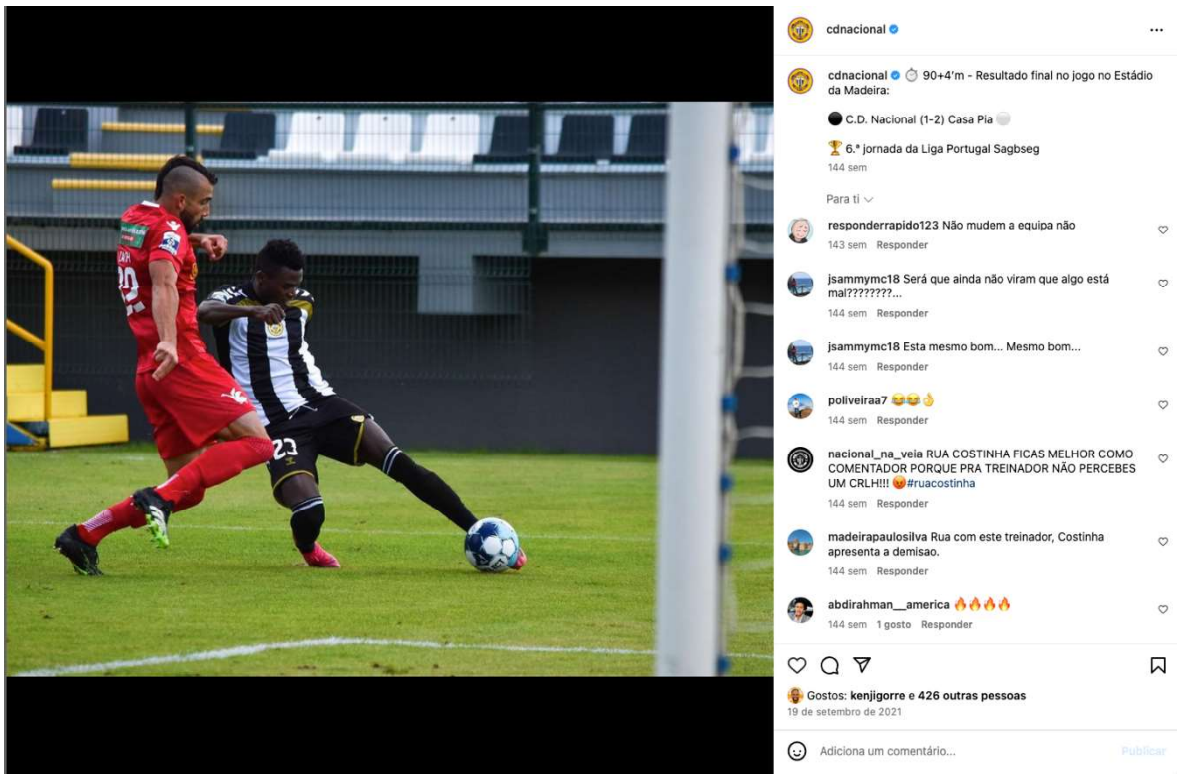
Post 840



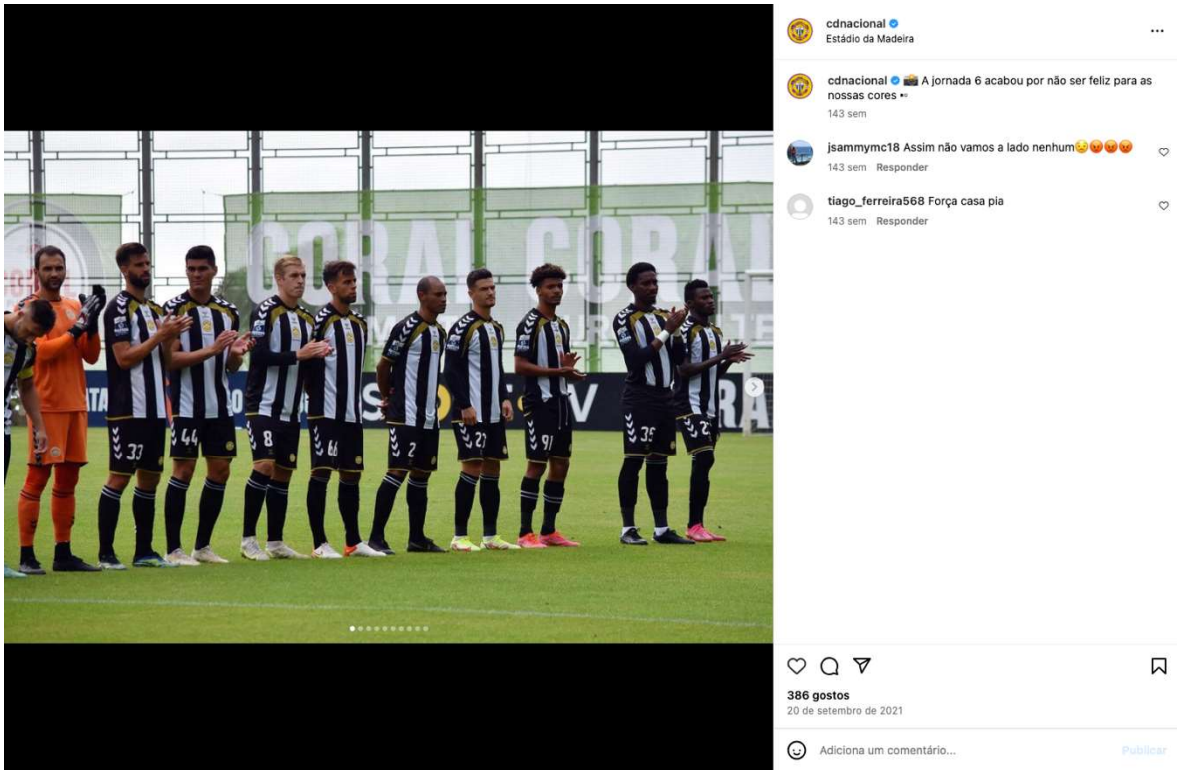
Post 841



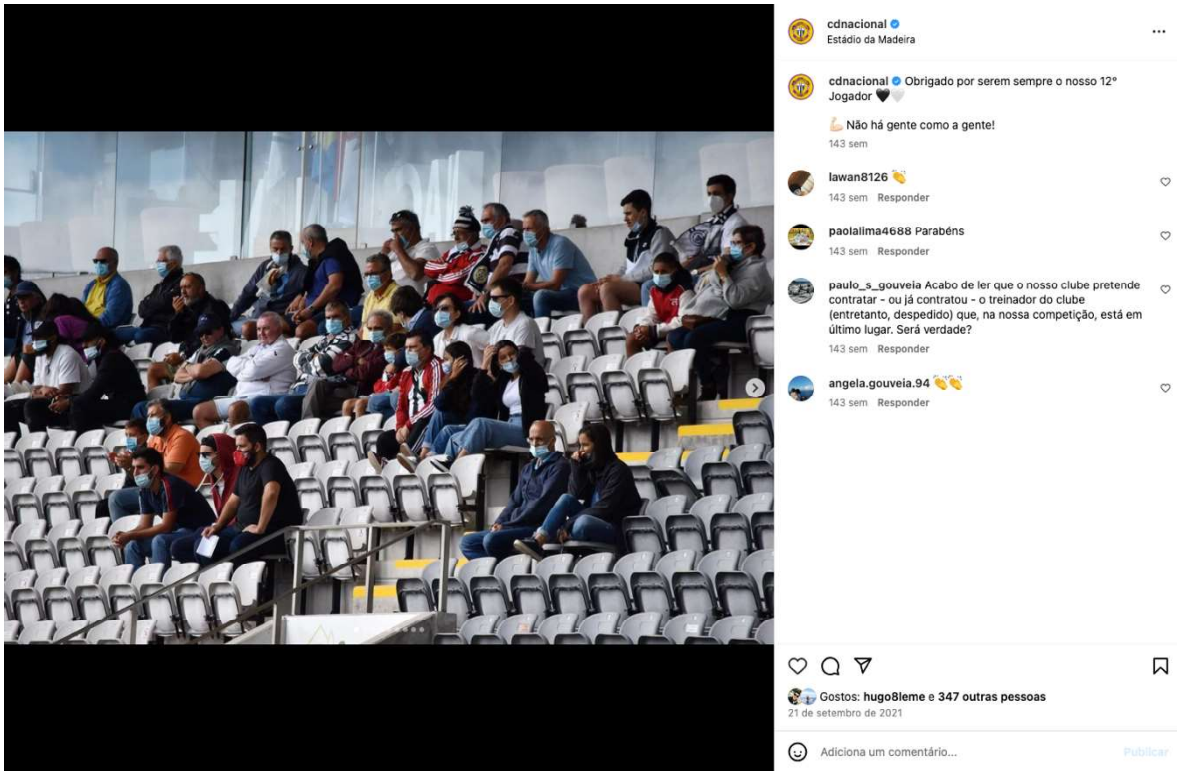
Post 842



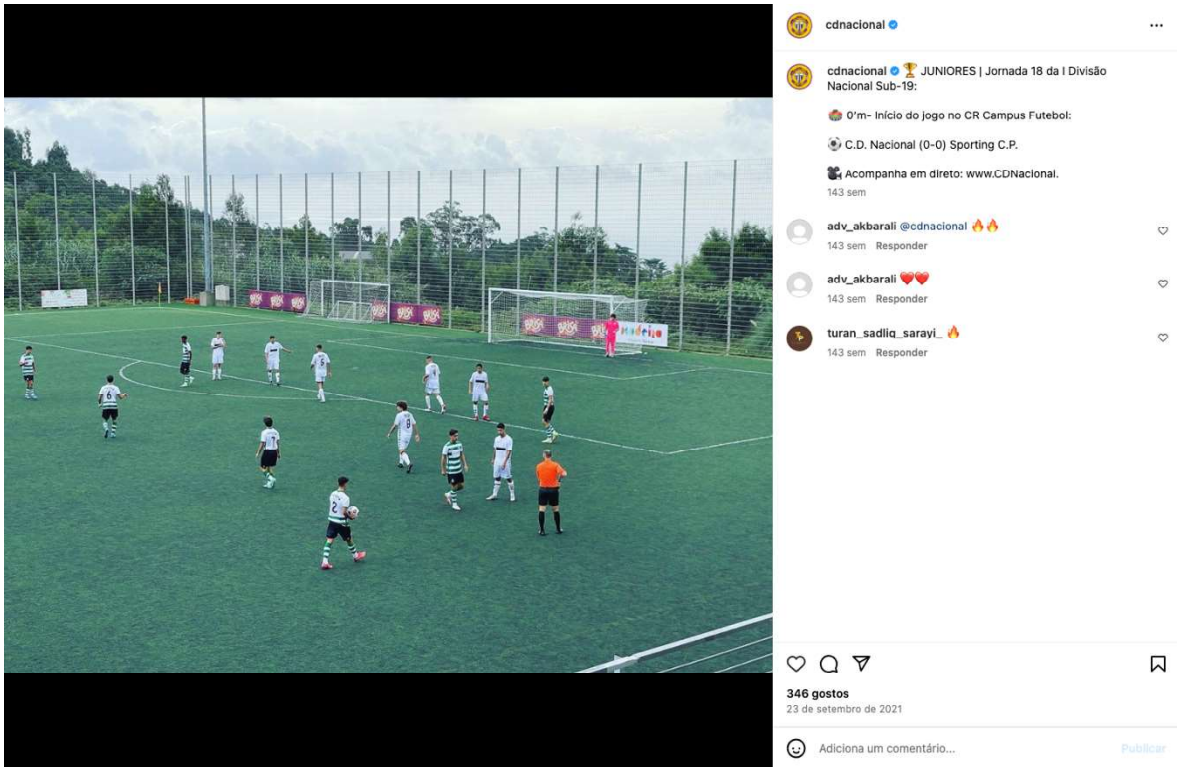
Post 843



Post 844



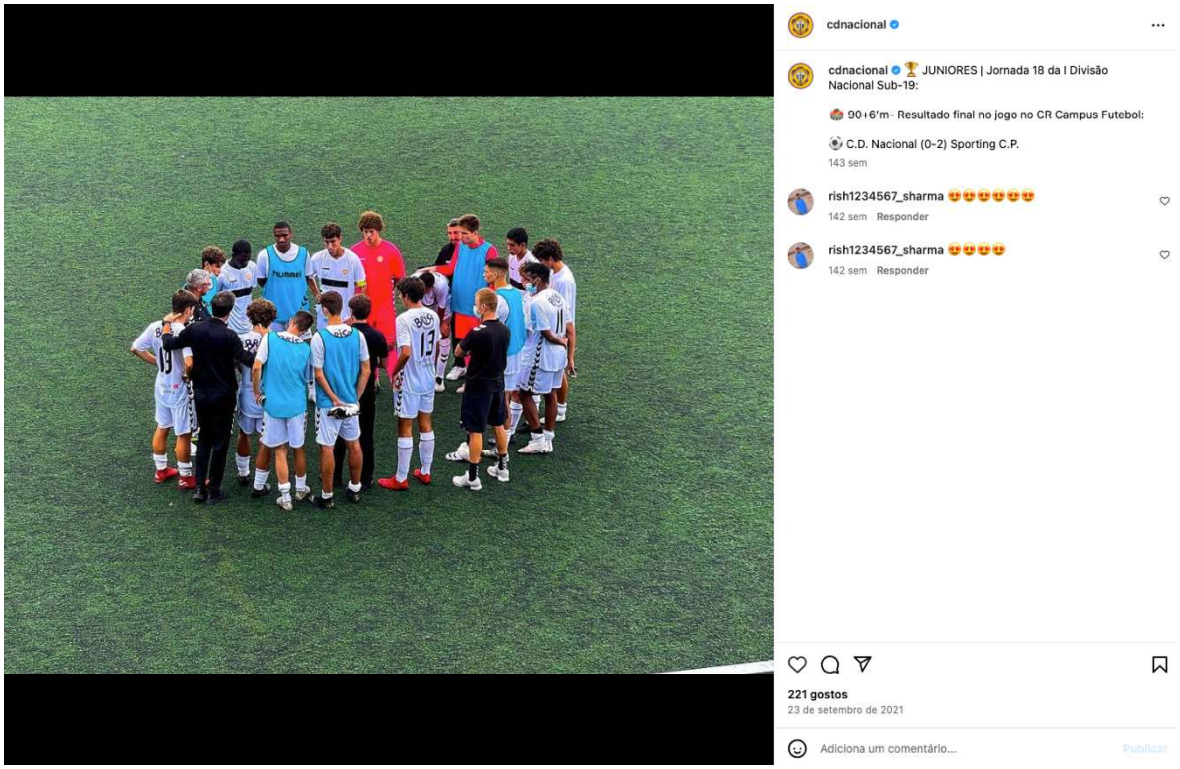
Post 845



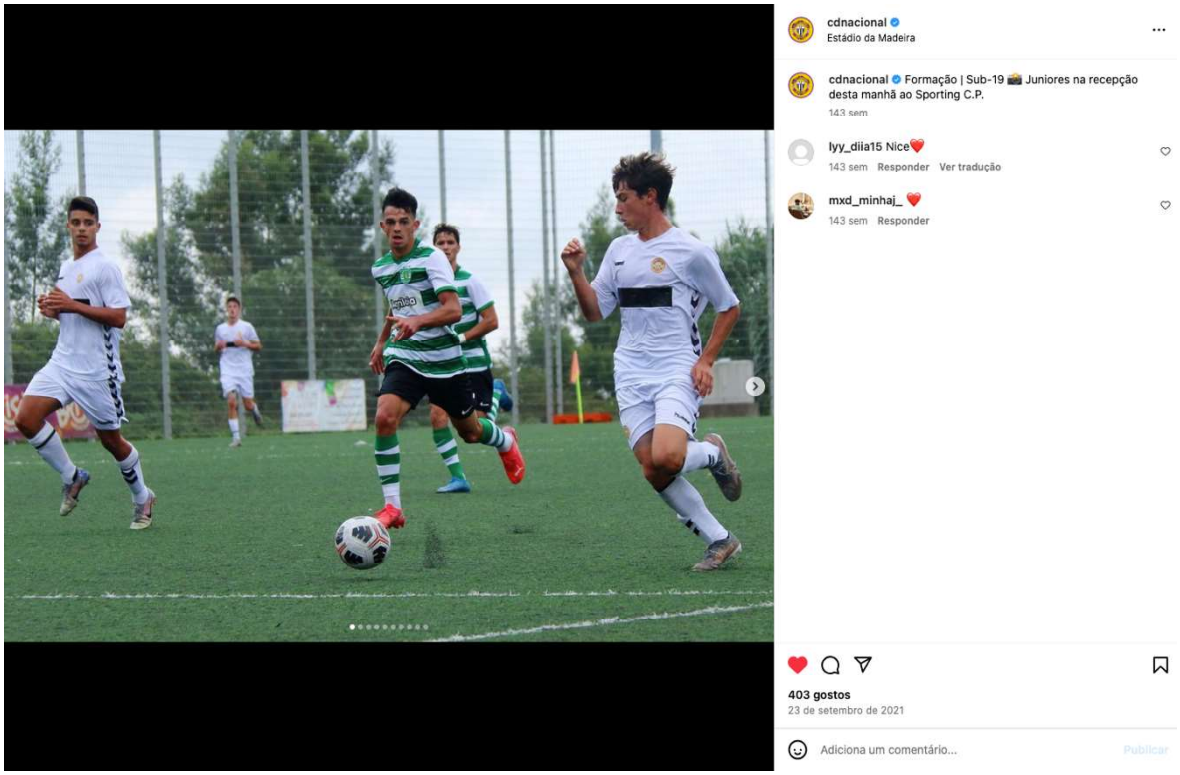
Post 846



Post 847



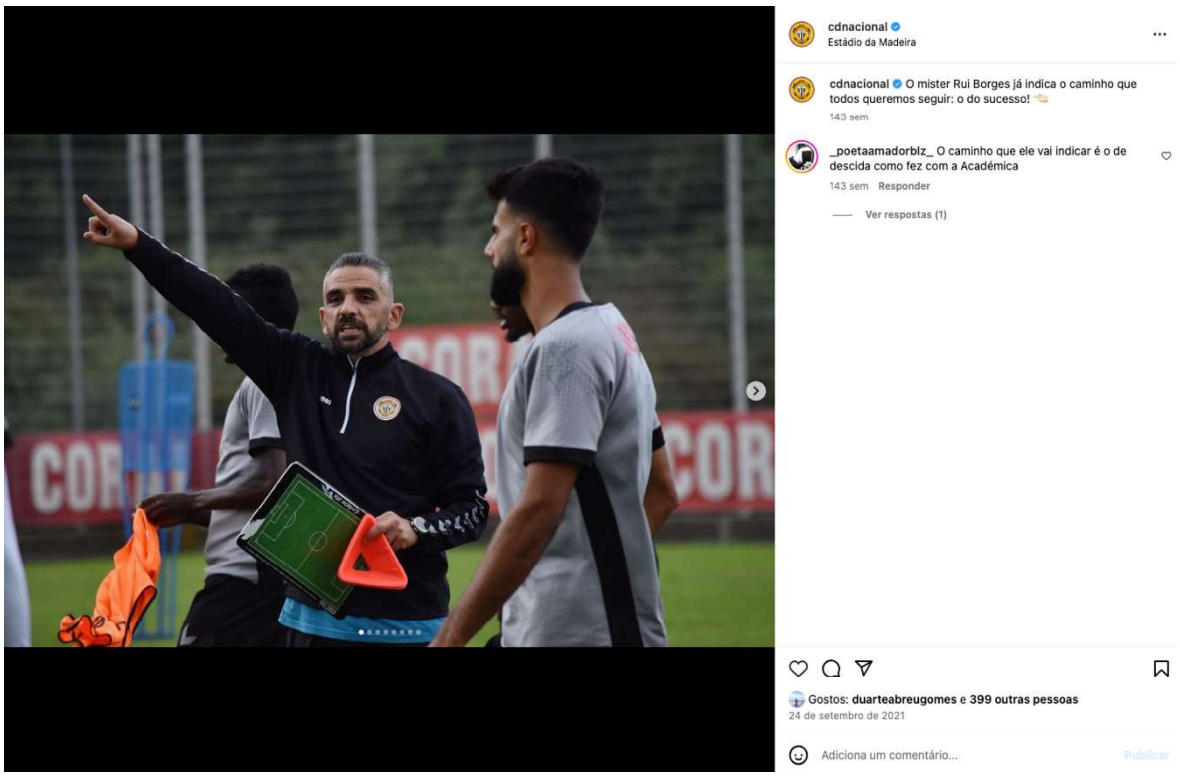
Post 848



Post 849



Post 850



Post 851





Post 852





Post 853



Post 854



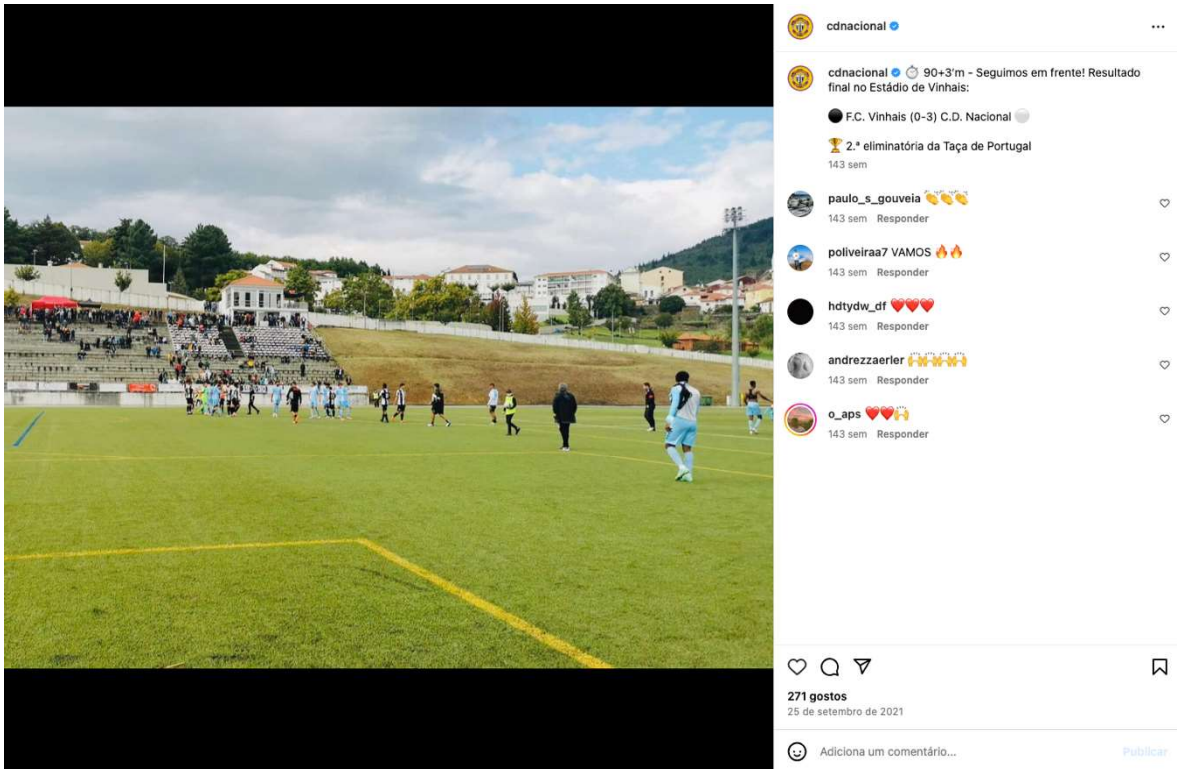
Post 855



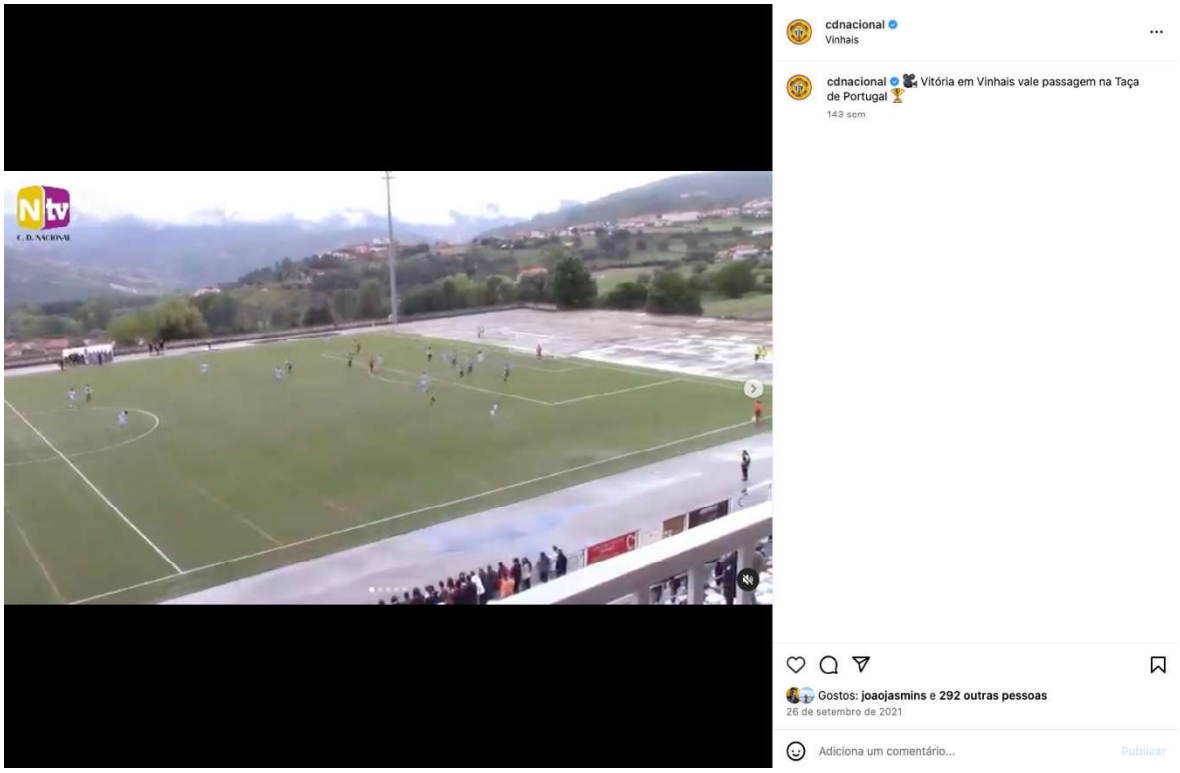
Post 856



Post 857



Post 858



Post 859



Post 860



Post 861

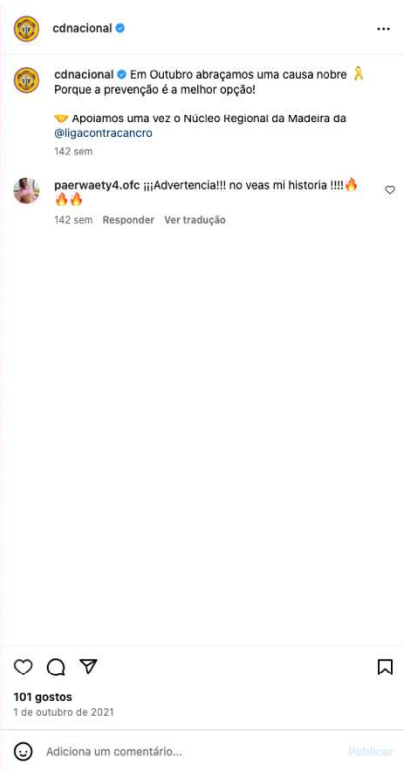


Post 862



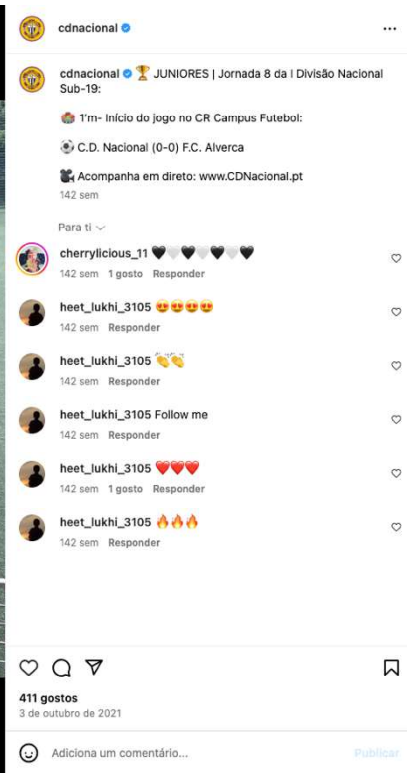
Post 863



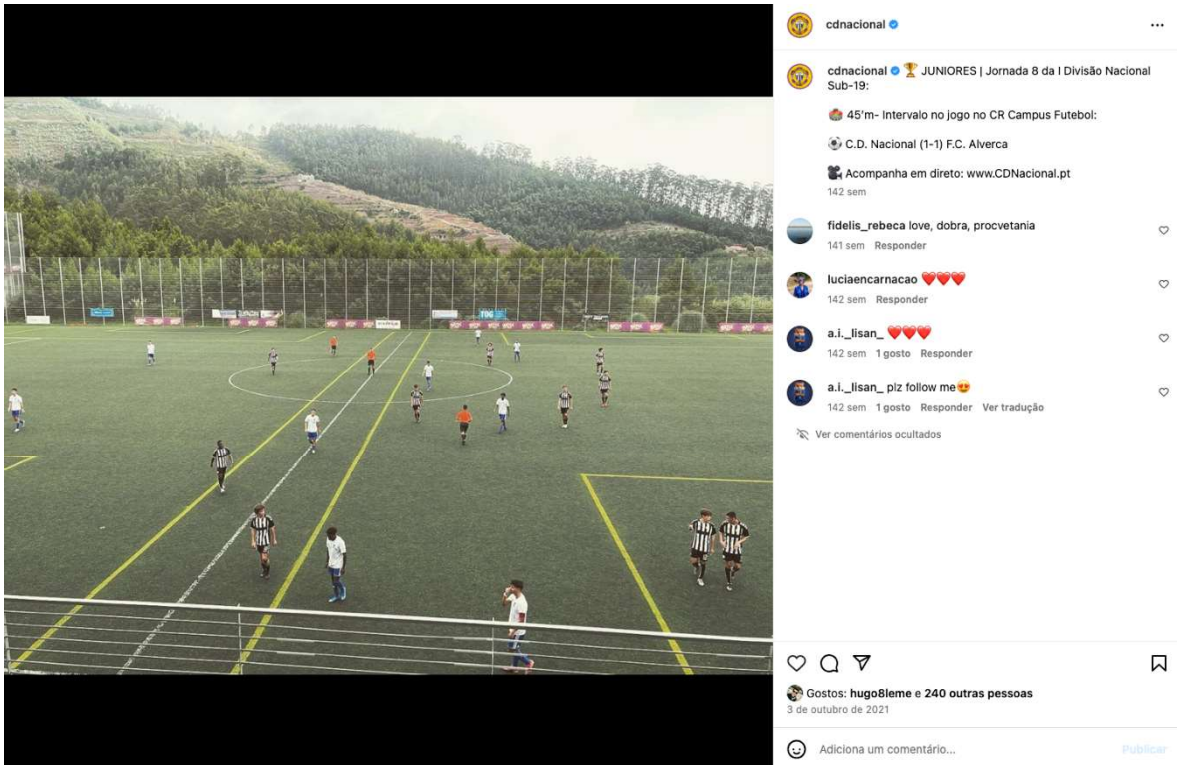


Post 864

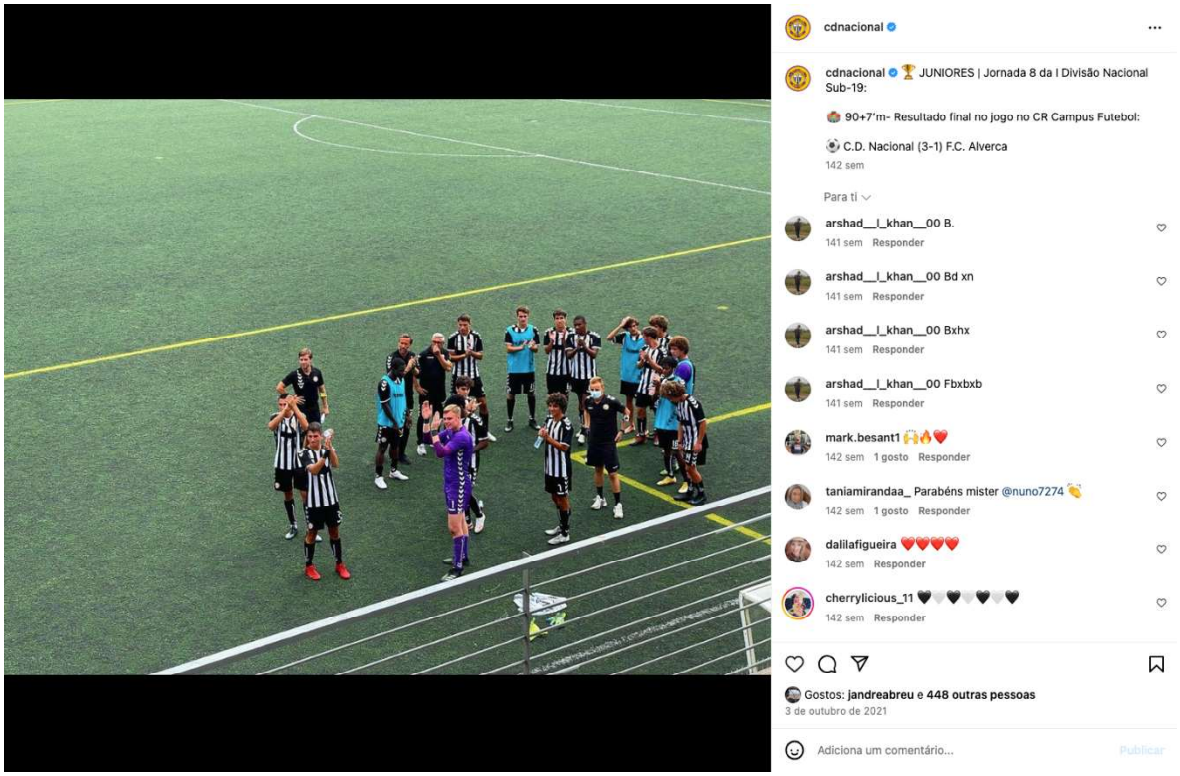




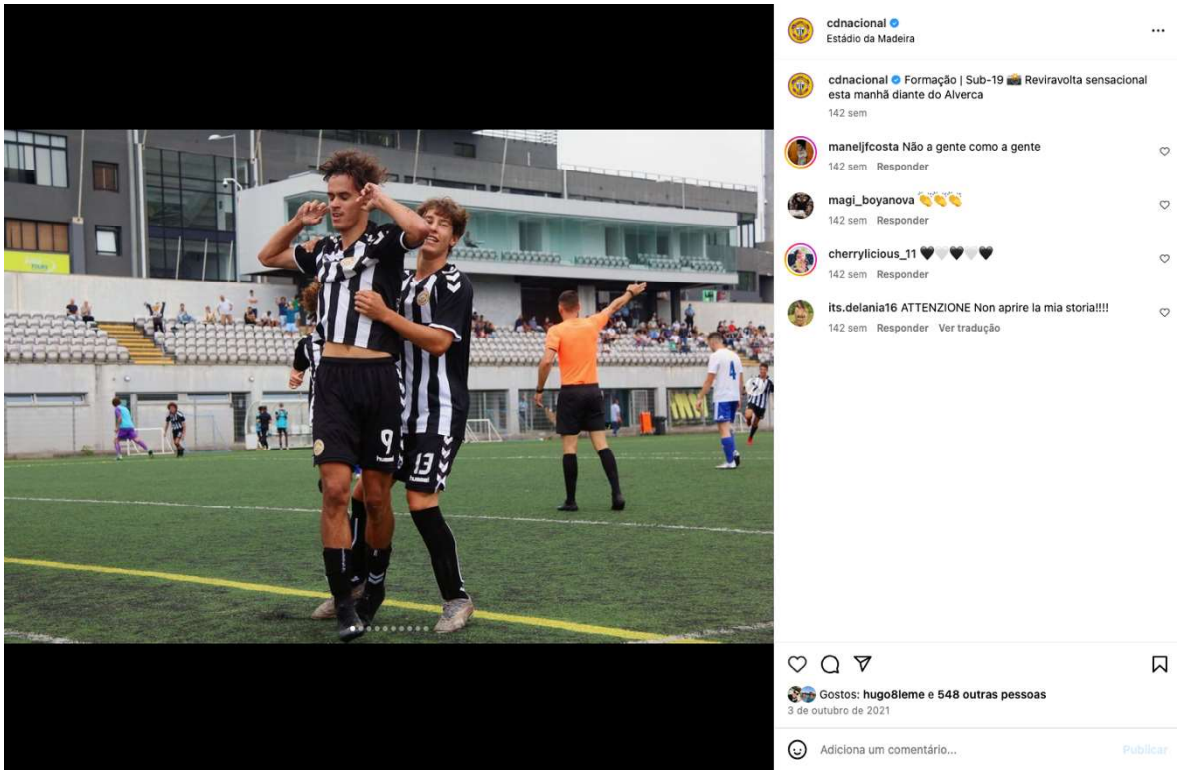
Post 865



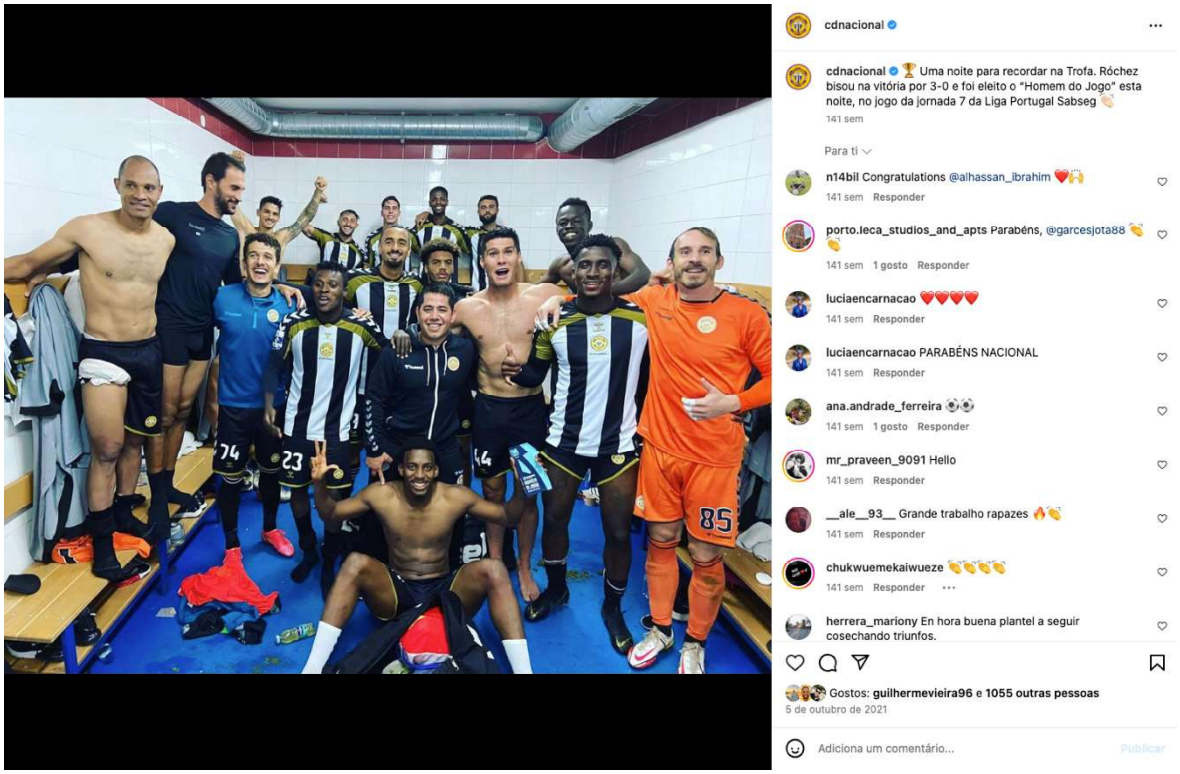
Post 866



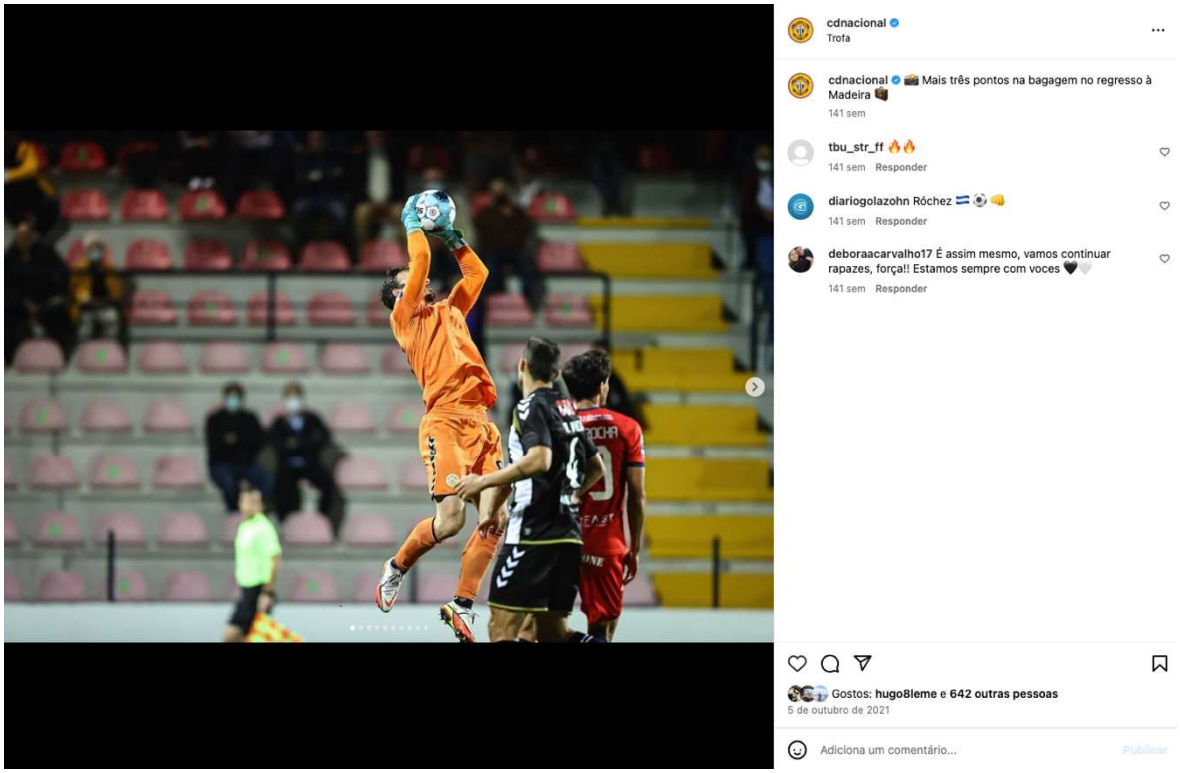
Post 867



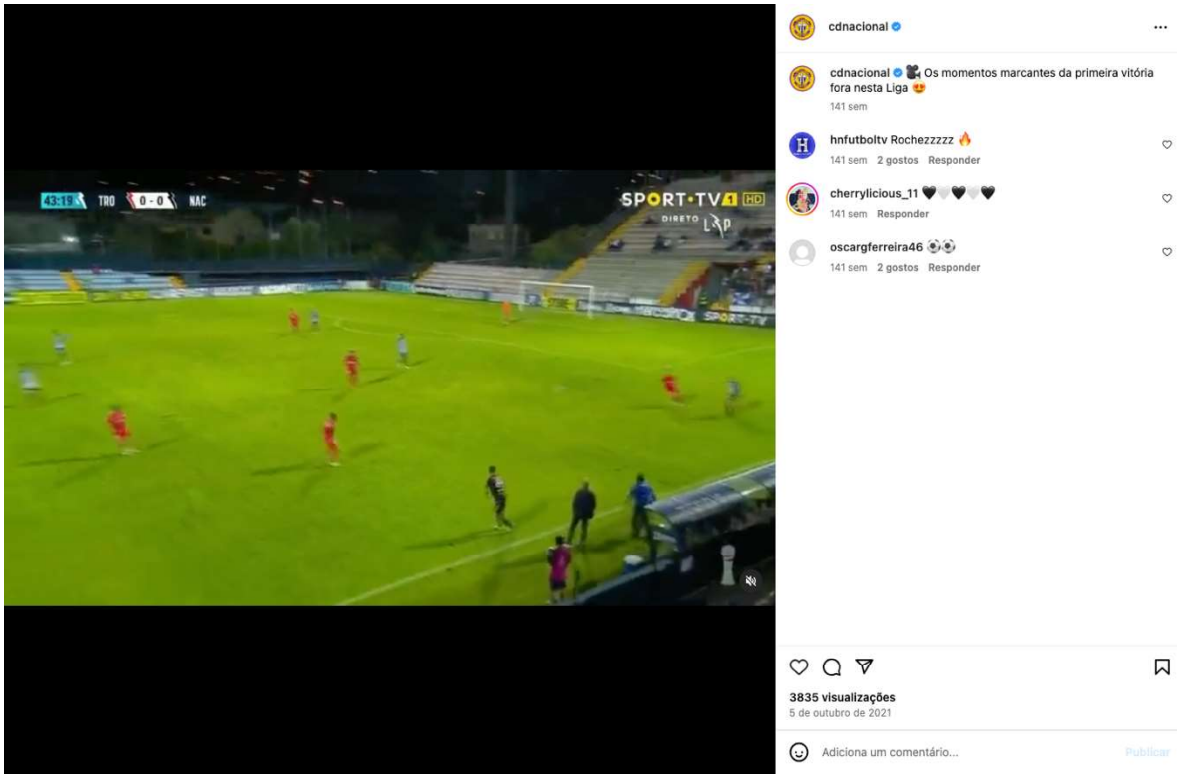
Post 868



Post 869



Post 870



Post 871



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Torneio "João O Velha" consagrou AD Camacha como vencedora 🏆

📸 Mais info e fotos em www.CDNacional.pt

141 sem

Gostos: **hugo8leme** e **260 outras pessoas**

6 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 872



cdnacional

cdnacional 🤸 Ginástica Rítmica já iniciou nova época e tem inscrições abertas

Sabe mais em www.CDNacional.pt

141 sem

viran_patel_02 🔥🔥😍🔥😍🔥😍😍🔥😍🔥🔥

141 sem Responder

105 gostos

7 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 873



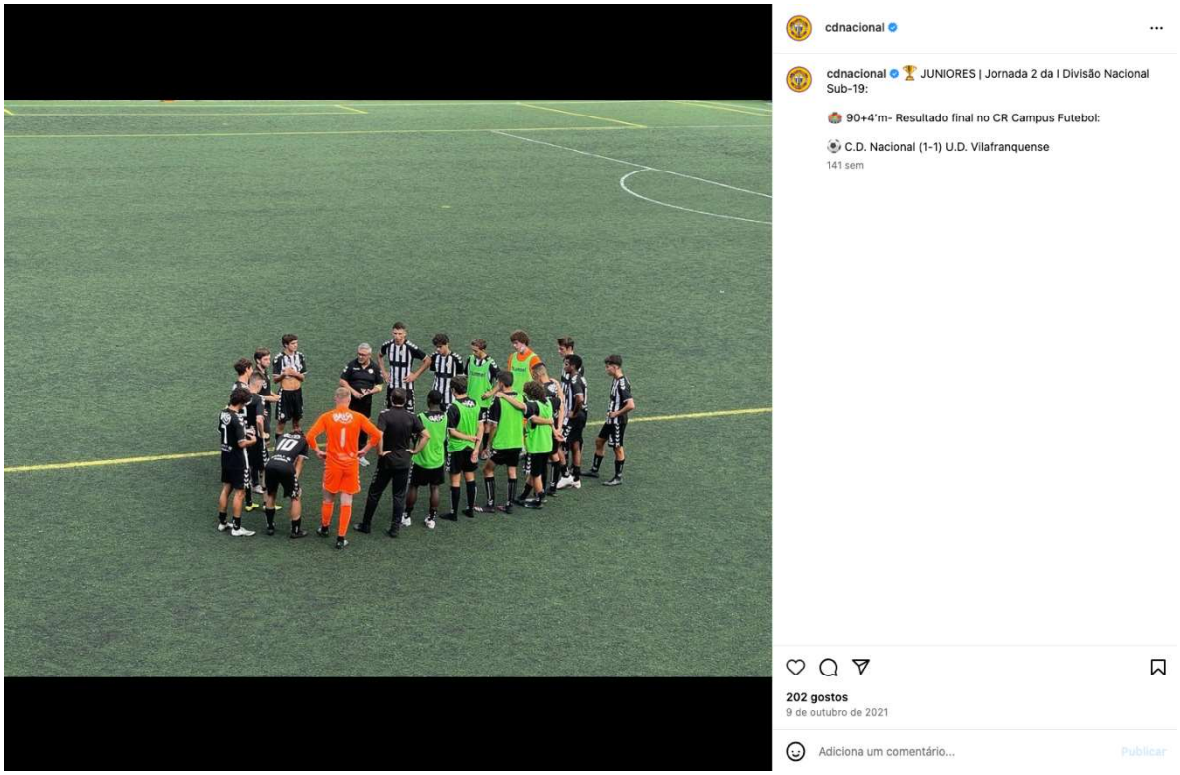
Post 874



Post 875



Post 876



Post 877



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Formação | Sub-19 📸 Jornada em atraso resultou em empate caseiro
141 sem

Gostos: **duarteabreugomes** e **294 outras pessoas**
9 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 878



cdnacional

cdnacional 🕒 0'm - Equipas oficiais no jogo no Estádio José Santos Pinto:

⚫ S.C. Covilhã (vs) C.D. Nacional ⚪

🏆 8.ª jornada da Liga Portugal Sabseg
141 sem

rachel_altoblello потрясно
140 sem Responder Ver tradução

shan_18k Coloca o Dudu , mlk brabo , vai mete golos
141 sem Responder

cherrylicious_11 🖤🖤🖤🖤
141 sem 1 gosto Responder

Gostos: **kenjigorre** e **230 outras pessoas**
10 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 879



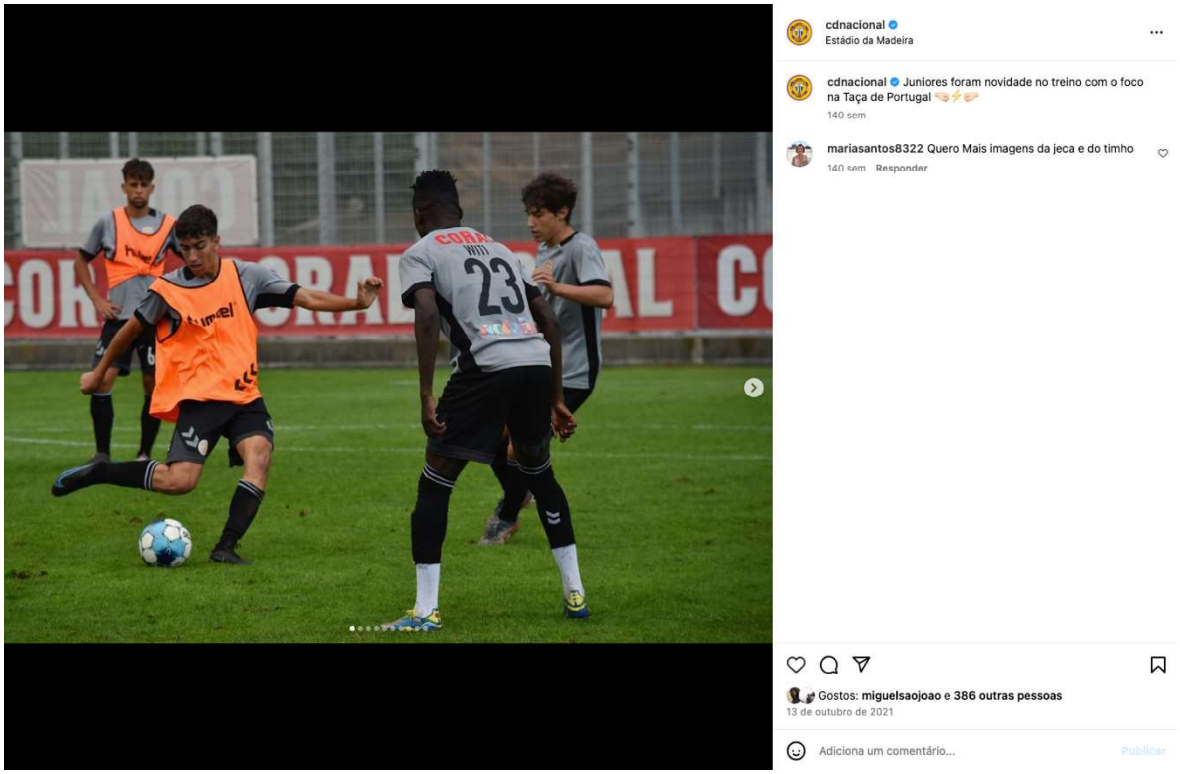
Post 880



Post 881



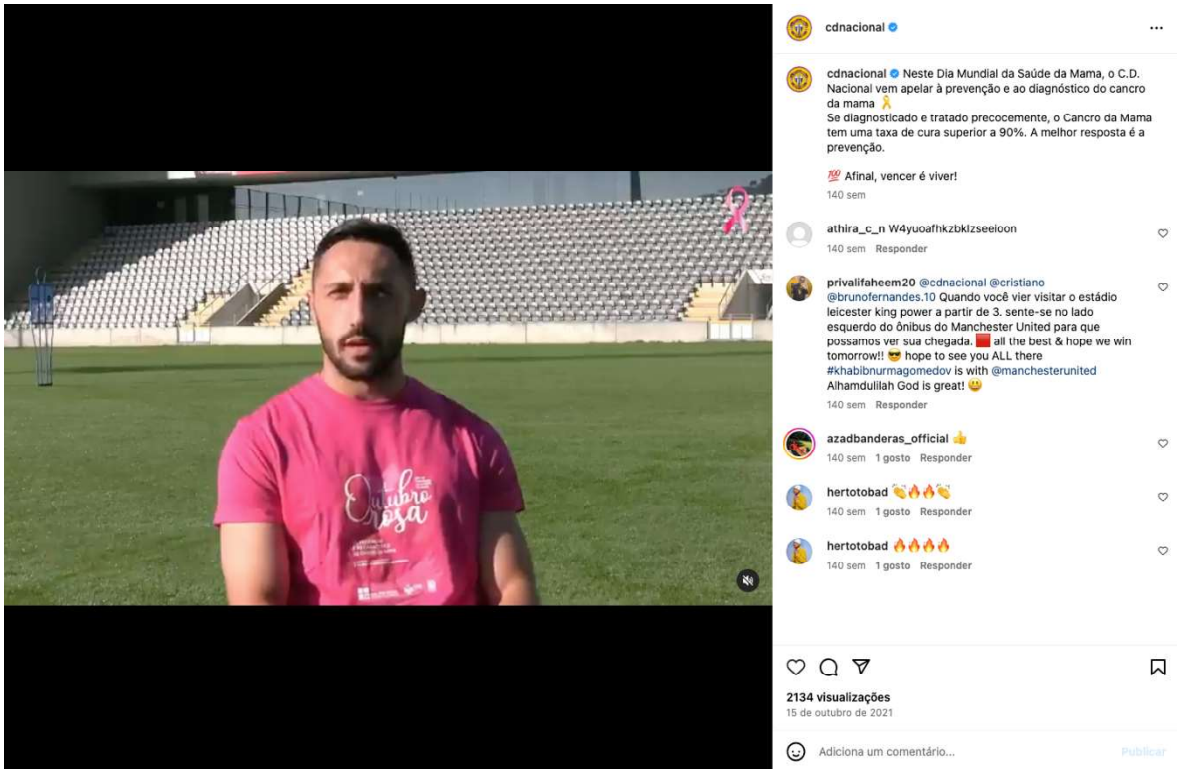
Post 882



Post 883

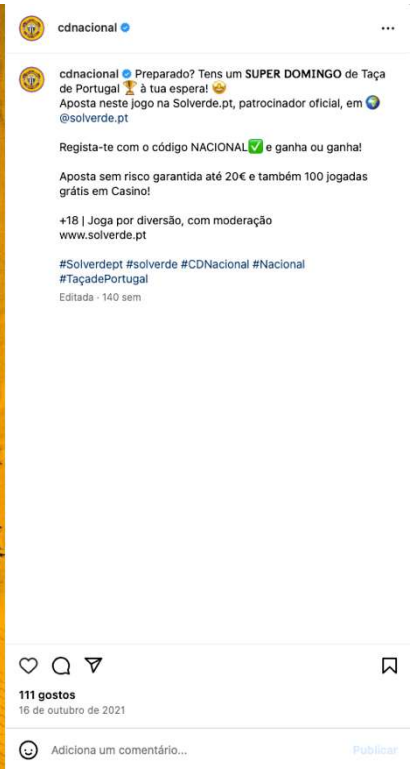


Post 884



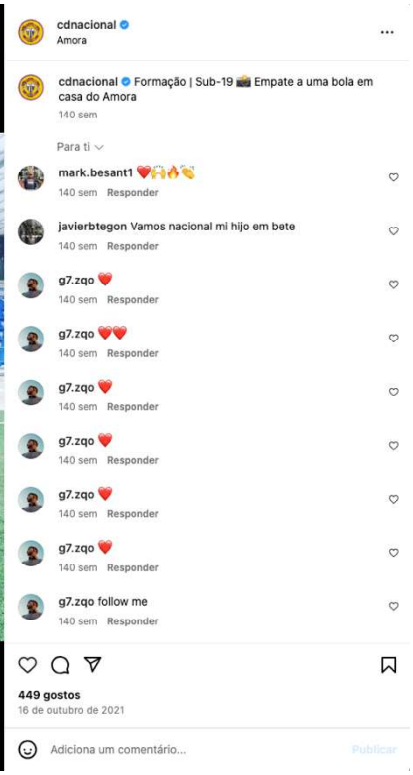
Post 885





Post 886





Post 887



cdnacional

cdnacional 🏆 Futsal inicia época com conquista da Supertaça Regional

•• Não há gente como a gente! 👏

140 sem

Para ti

abhi_shek2_k 🔥🔥🔥
140 sem Responder

abhi_shek2_k 🔥🔥
140 sem Responder

g7.zqo ❤️❤️
140 sem Responder

g7.zqo ❤️❤️
140 sem Responder

g7.zqo ❤️❤️
140 sem Responder

g7.zqo ❤️❤️
140 sem Responder

g7.zqo ❤️
140 sem Responder

the_.wander_black_ 😍😍😍😍
140 sem 1 gosto Responder

Gostos: **joaojasmins** e **441 outras pessoas**
17 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 888



cdnacional

cdnacional 🕐 0'm - Equipas oficiais no jogo no Estádio Marcolino de Castro:

⚫ C.D. Feirense (vs) C.D. Nacional ⚪

🏆 3.ª eliminatória da Taça de Portugal

140 sem

hsdrumond Transmissão?
140 sem Responder

antoniomgcosta Boraaaaaaa 🙌⚫⚪
140 sem Responder

l_dosanasantos Perdi meu marido tô destroçada vendi as coisas de casa pra enterra ele alguém me socorre alguém mata a fome da minha filha por favor
140 sem Responder

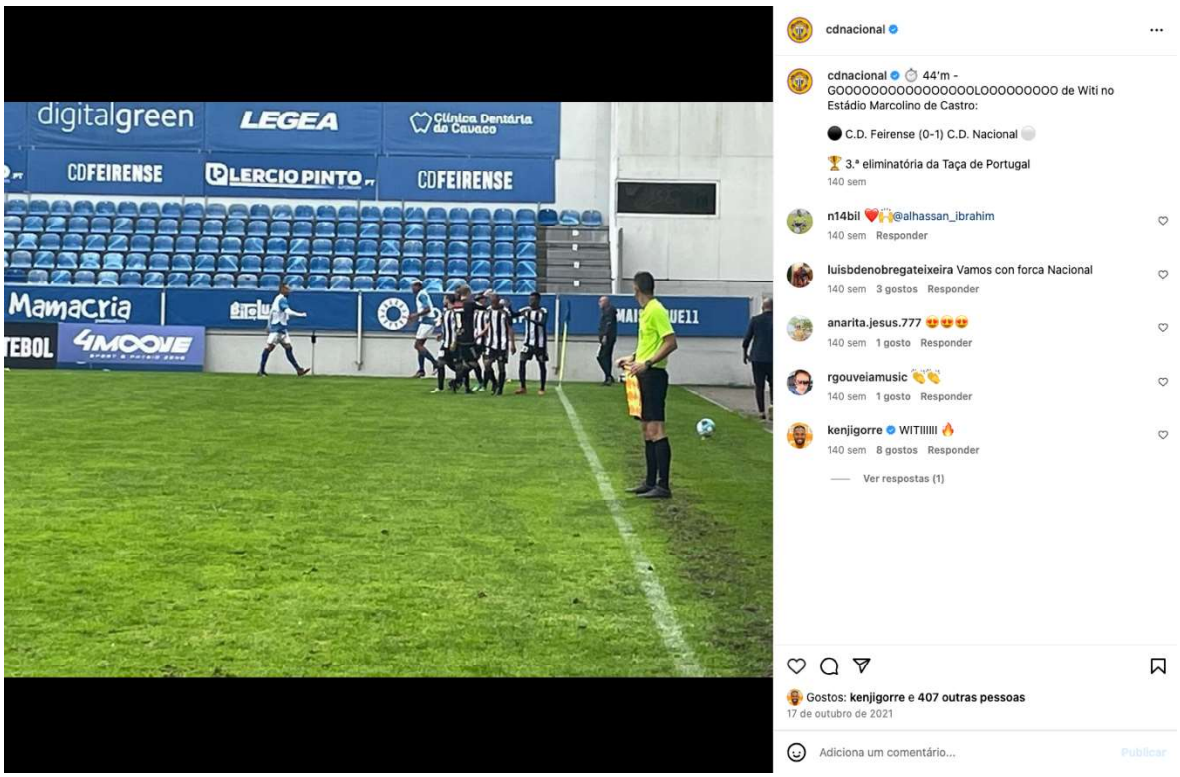
226 gostos
17 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 889



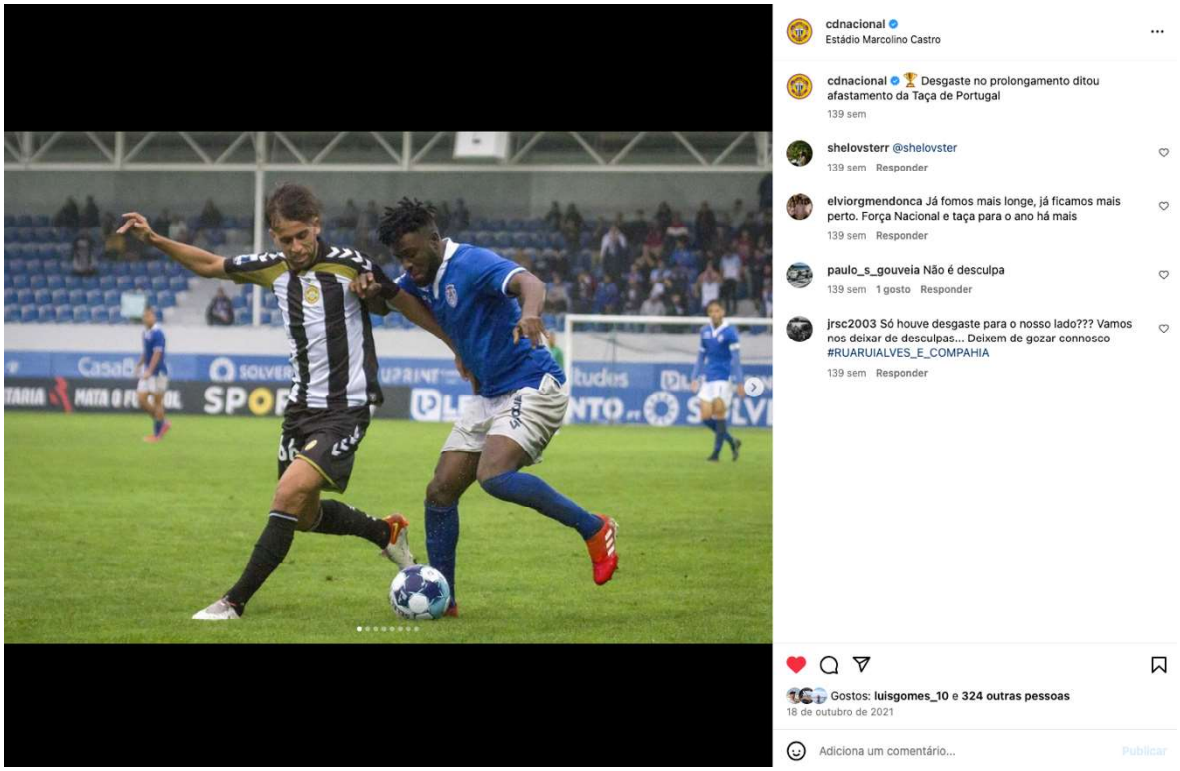
Post 890



Post 891



Post 892



Post 893

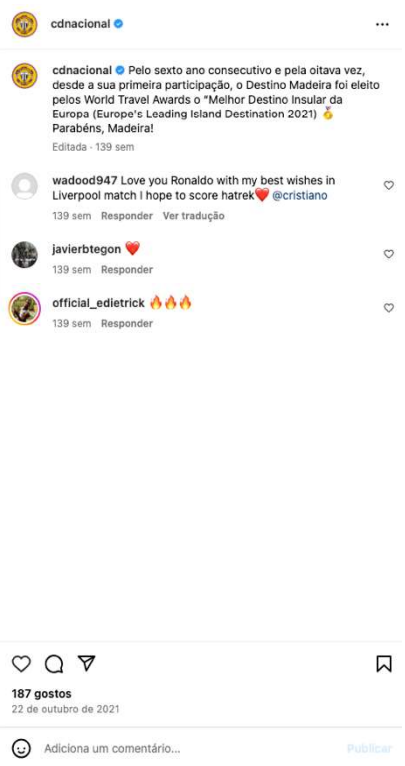


Post 894



Post 895



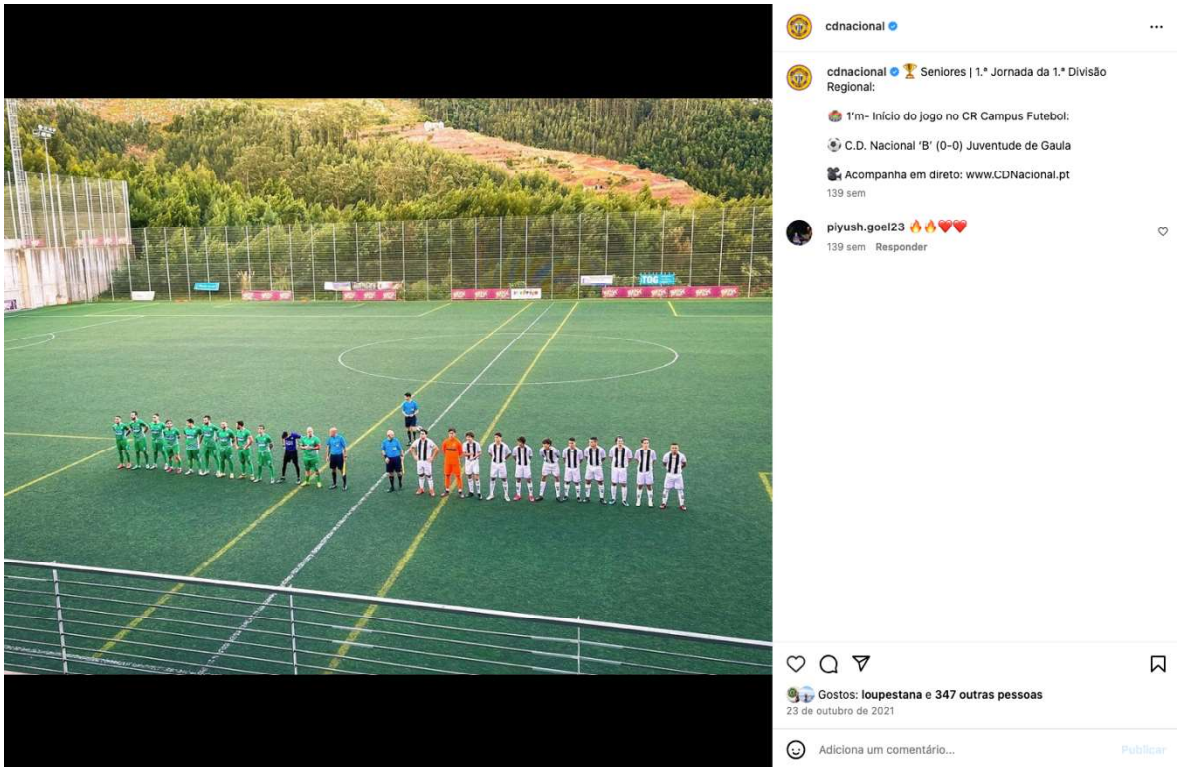


Post 896





Post 897



Post 898



Post 899



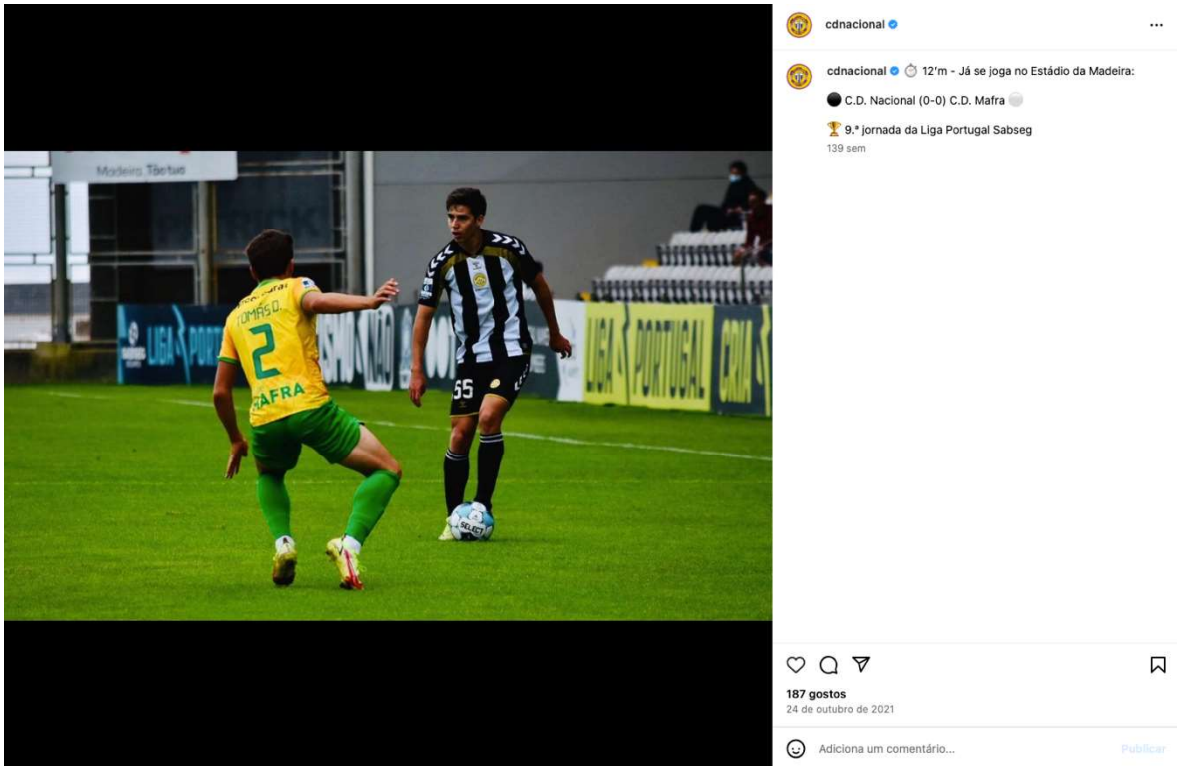


Post 900

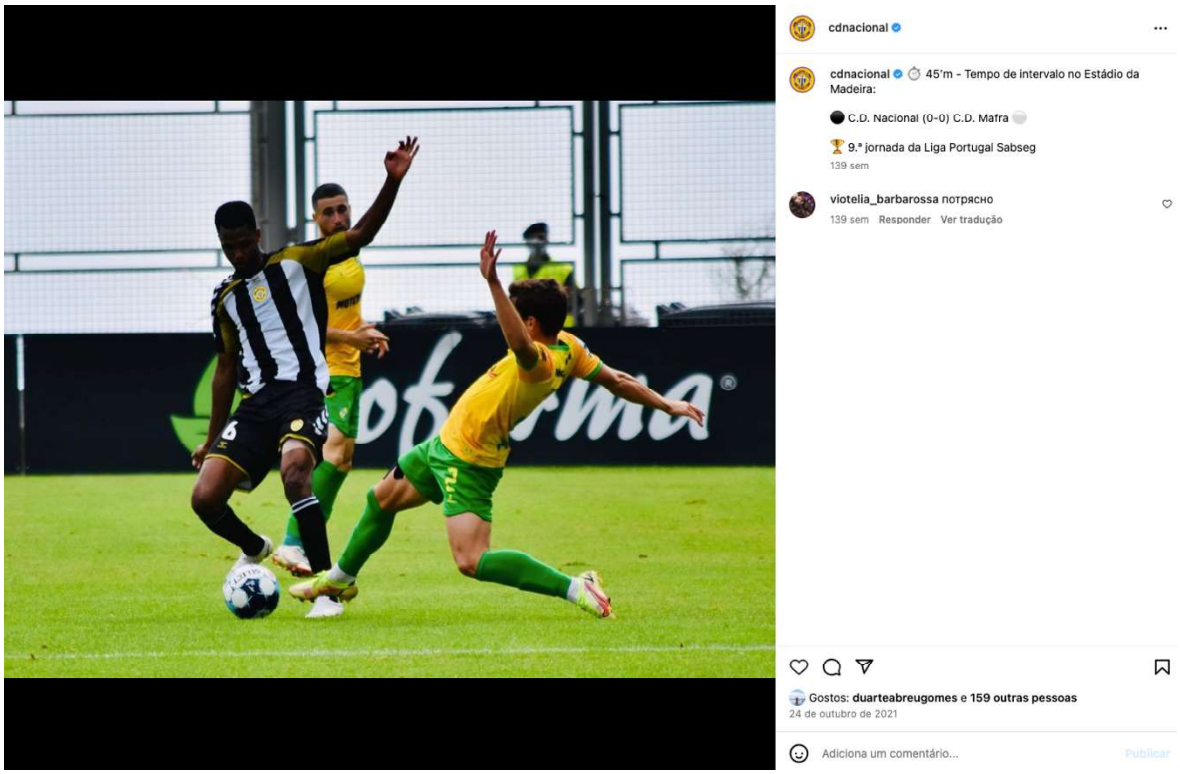




Post 901



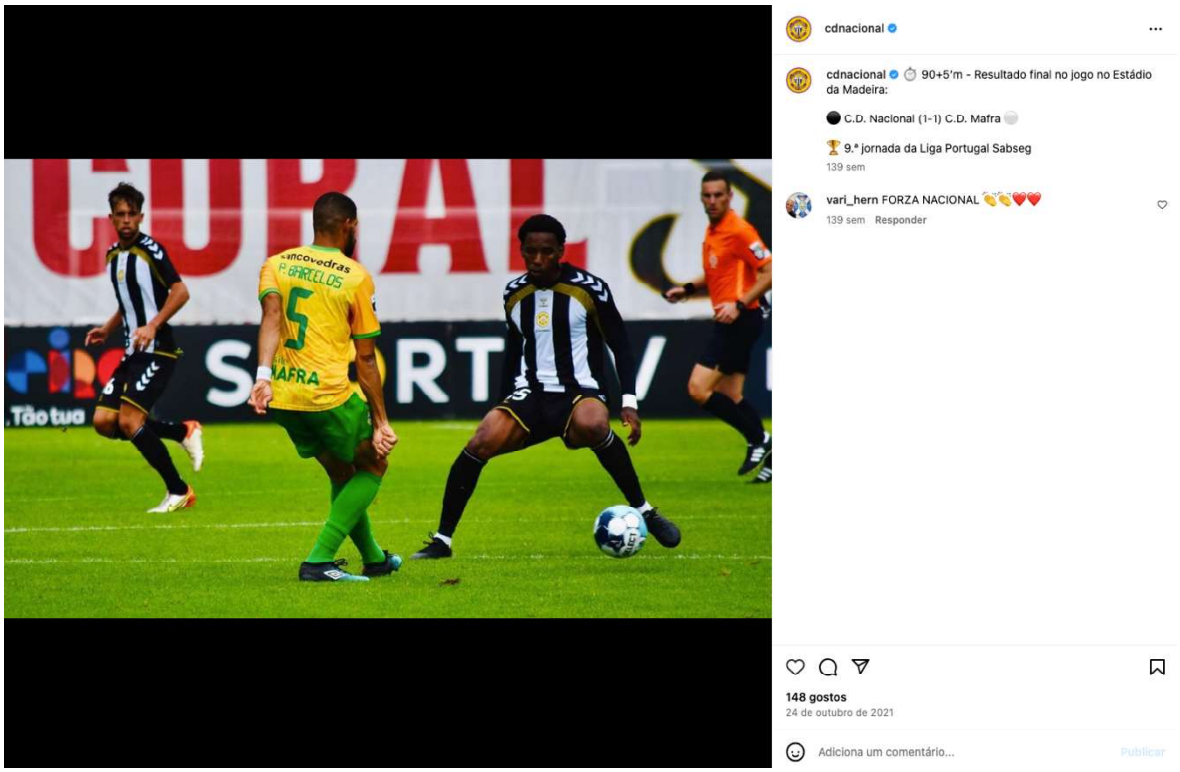
Post 902



Post 903



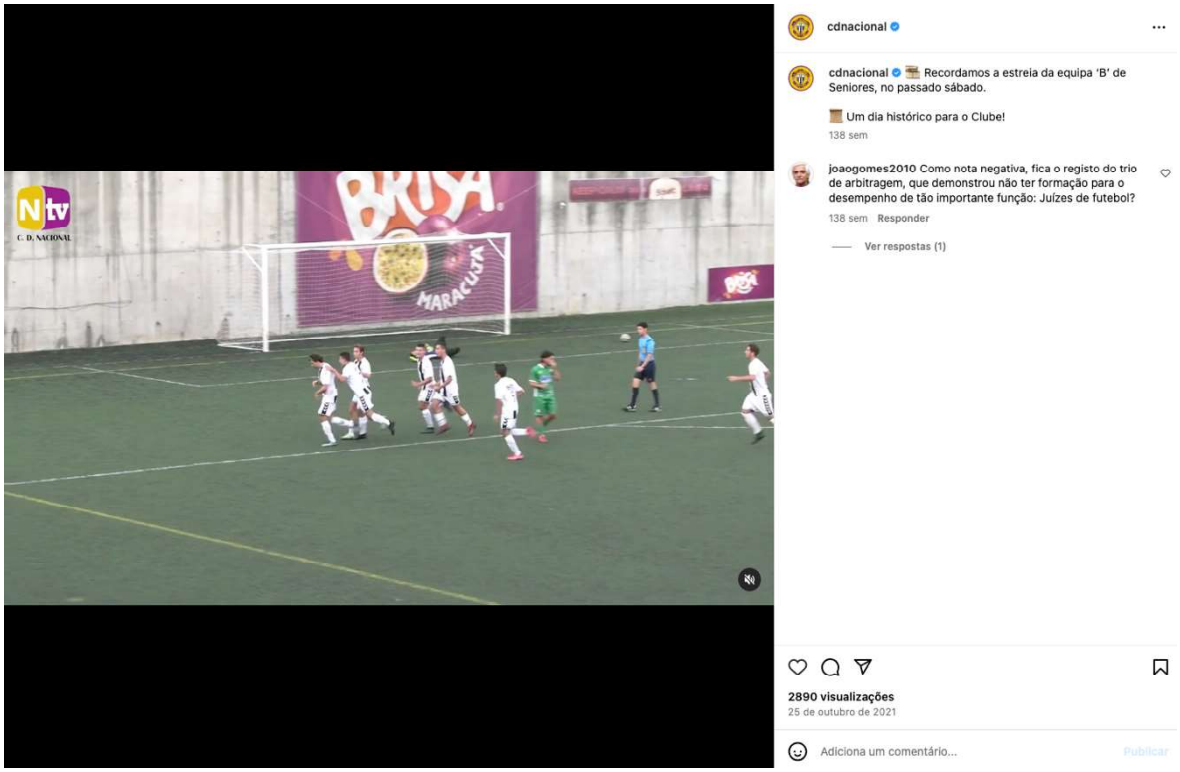
Post 904



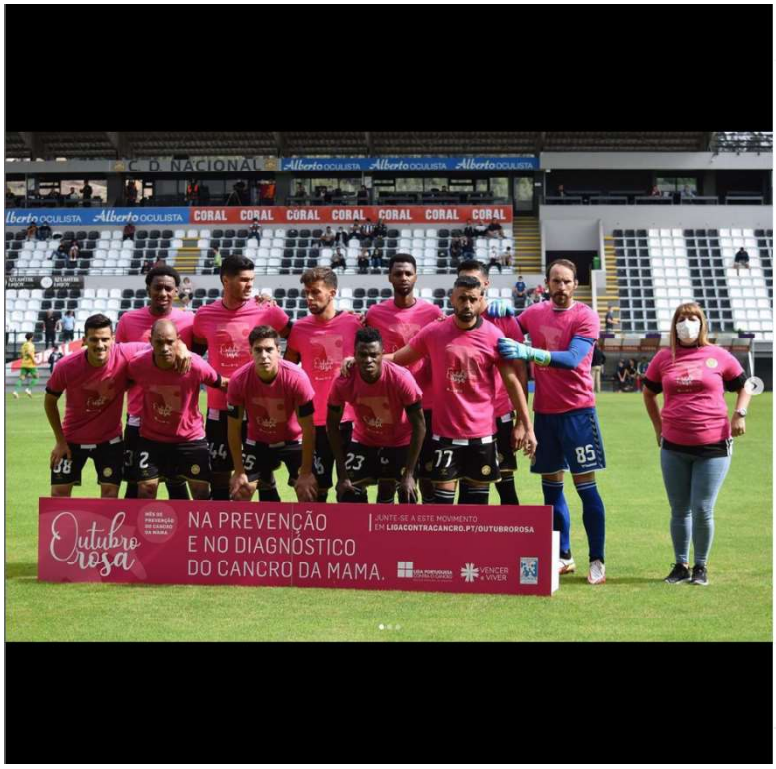
Post 905



Post 906



Post 907



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🎀 Vestidos de Rosa num apelo à prevenção

🤝 Uma parceria com a @ligacontracancro
138 sem

fahimrzh برا چه کشوریه؟
138 sem Responder Ver tradução

luciaencarnacao ❤️❤️❤️
138 sem Responder

official_edietrick 🔥🔥🔥
138 sem Responder

262 gostos
25 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 908



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional ⚽ "Atletas do Mês" do Futebol Formação foram premiados no domingo
138 sem

replyfootballteams Will @cdnacional reply? 🙌
138 sem Responder Ver tradução

Gostos: duarteabreugomes e 378 outras pessoas
26 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

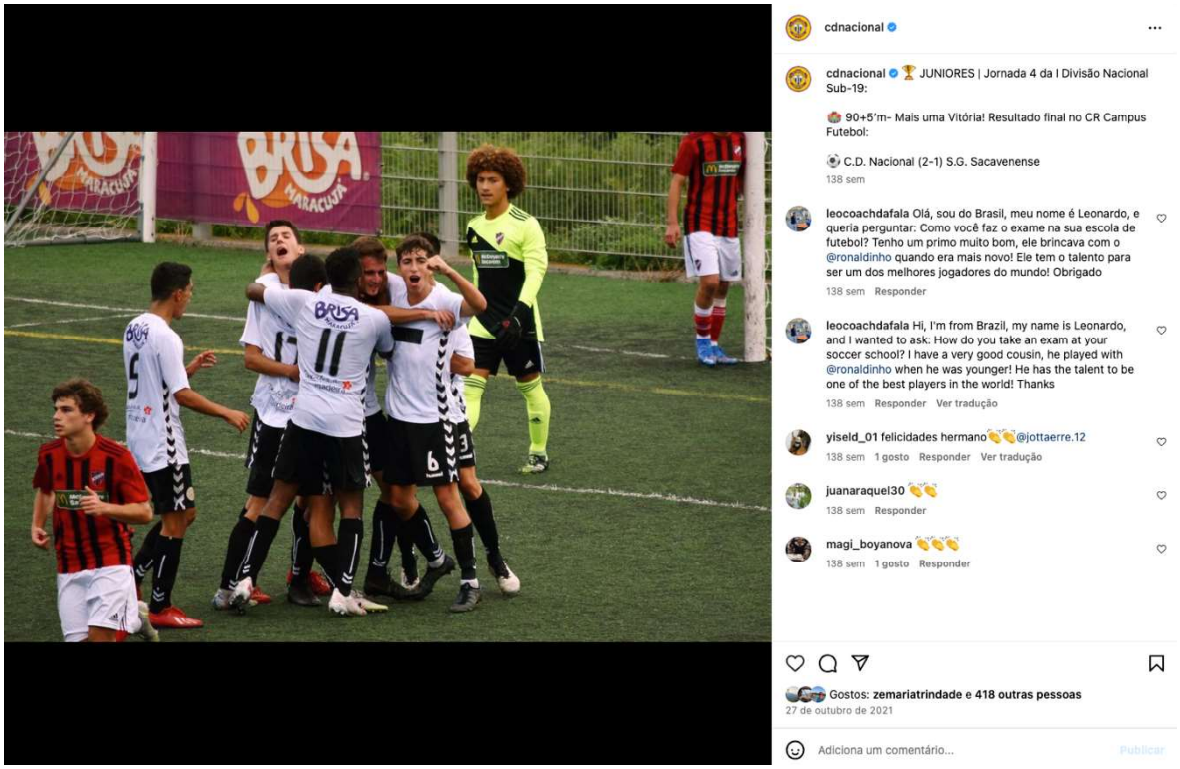
Post 909



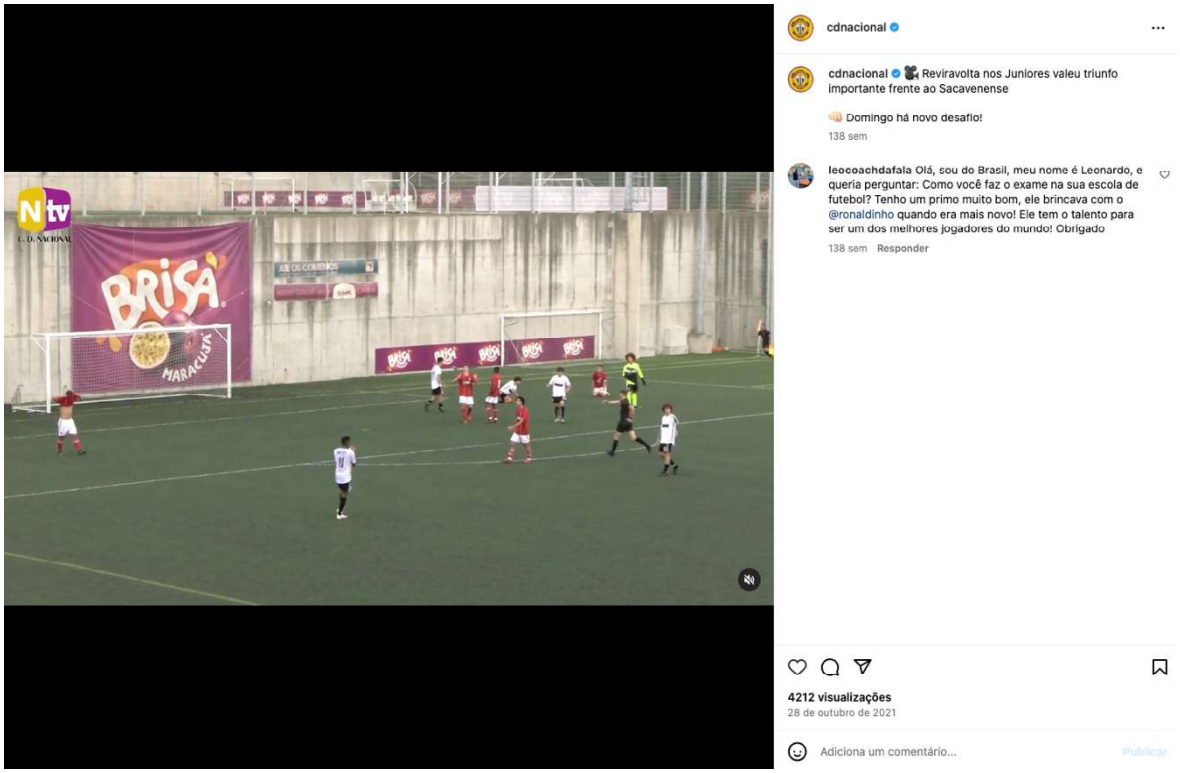
Post 910



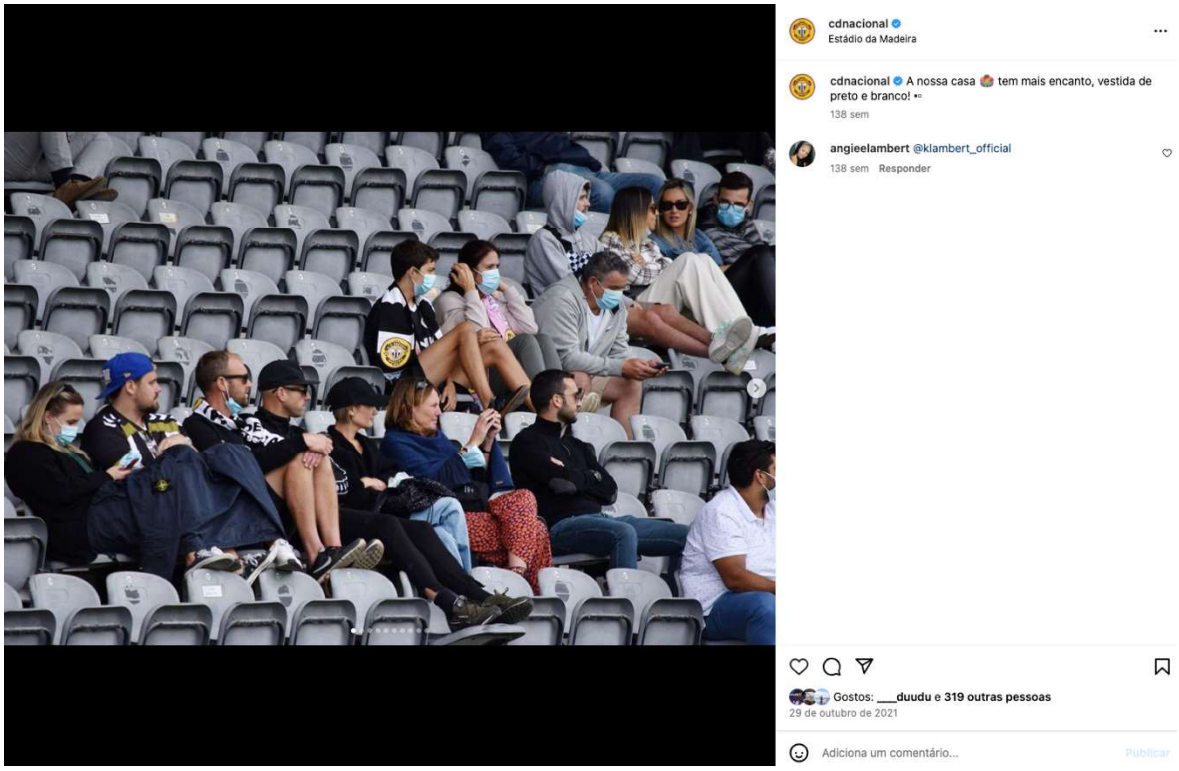
Post 911



Post 912



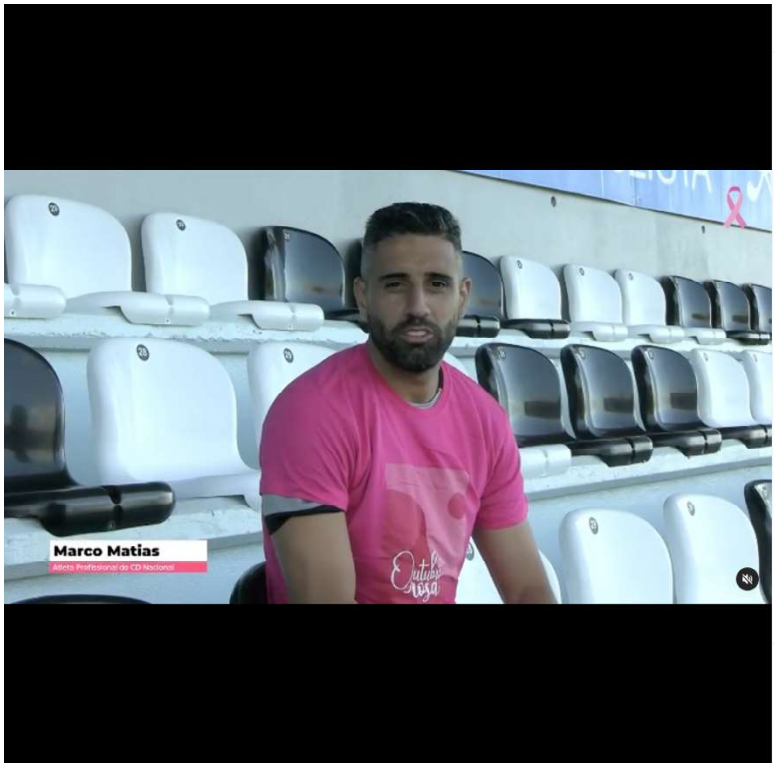
Post 913



Post 914



Post 915



cdnacional

cdnacional Em Outubro vestimo-nos de Rosa 💗 por uma causa nobre.

A prevenção e o diagnóstico do Cancro da Mama é decisiva para o aumento da sobrevivência e manutenção da qualidade de vida da mulher.

🎗 Afinal, vencer é viver!

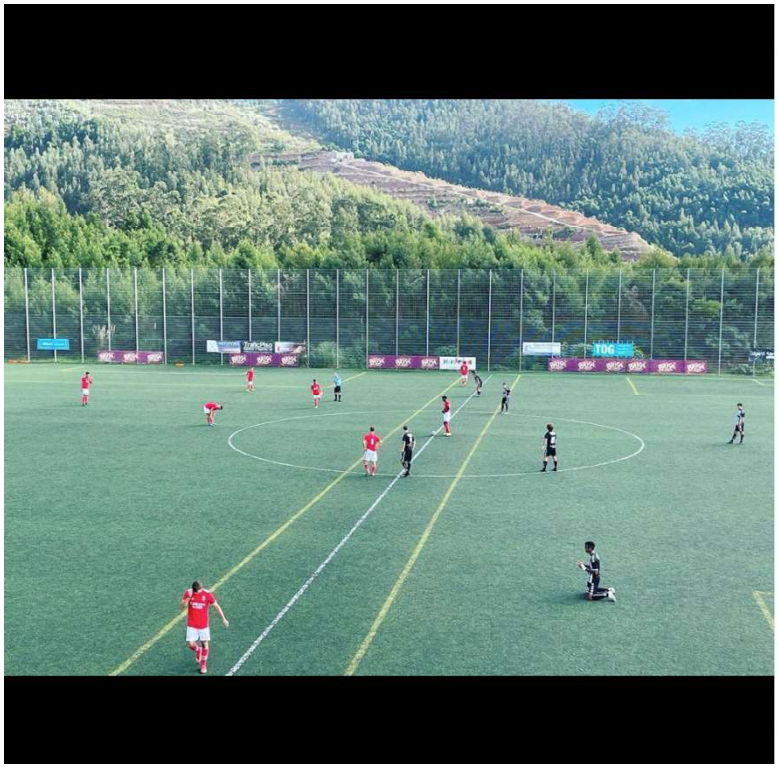
138 sem

1444 visualizações

30 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 916



cdnacional

cdnacional 🏆 JUNIORES | Jornada 11 da I Divisão Nacional Sub-19:

1'm- Já se joga no CR Campus Futebol:

⚽ C.D. Nacional (0-0) S.L. Benfica

Acompanha em direto: www.CDNacional.pt

138 sem

didsy67 Well done Nacional

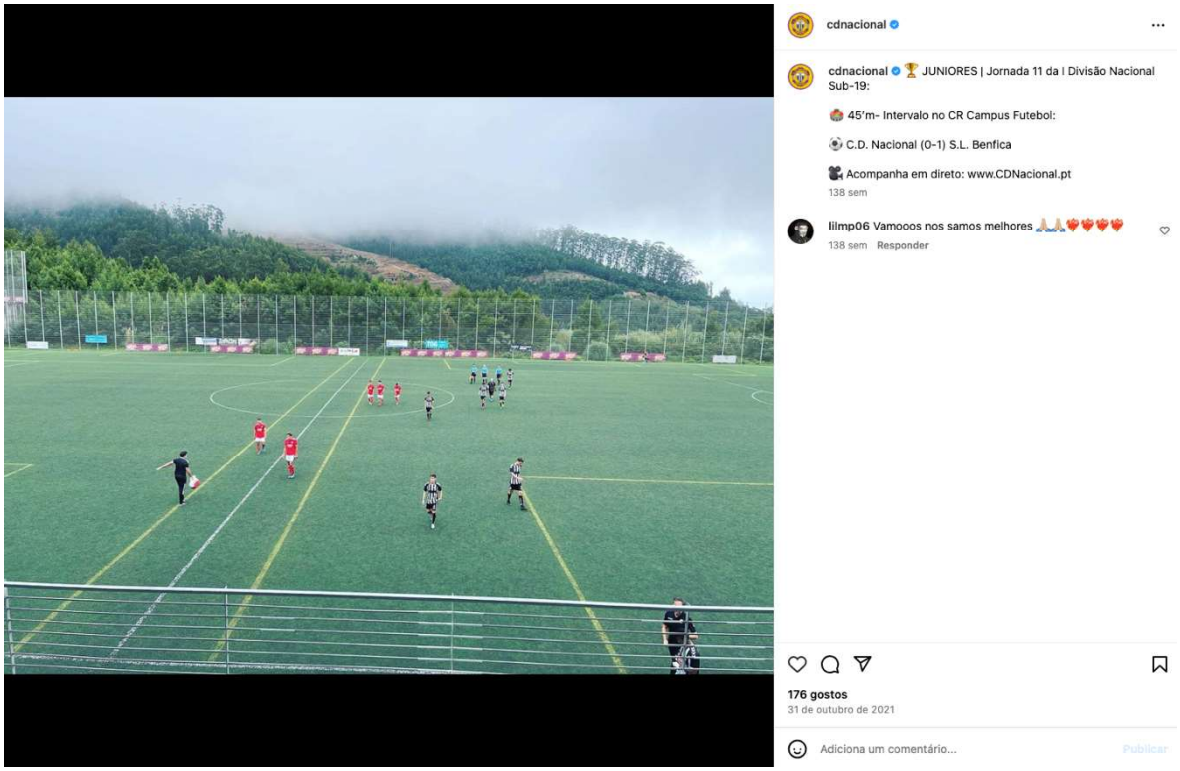
138 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Gostos: **luisgomes_10** e **186 outras pessoas**

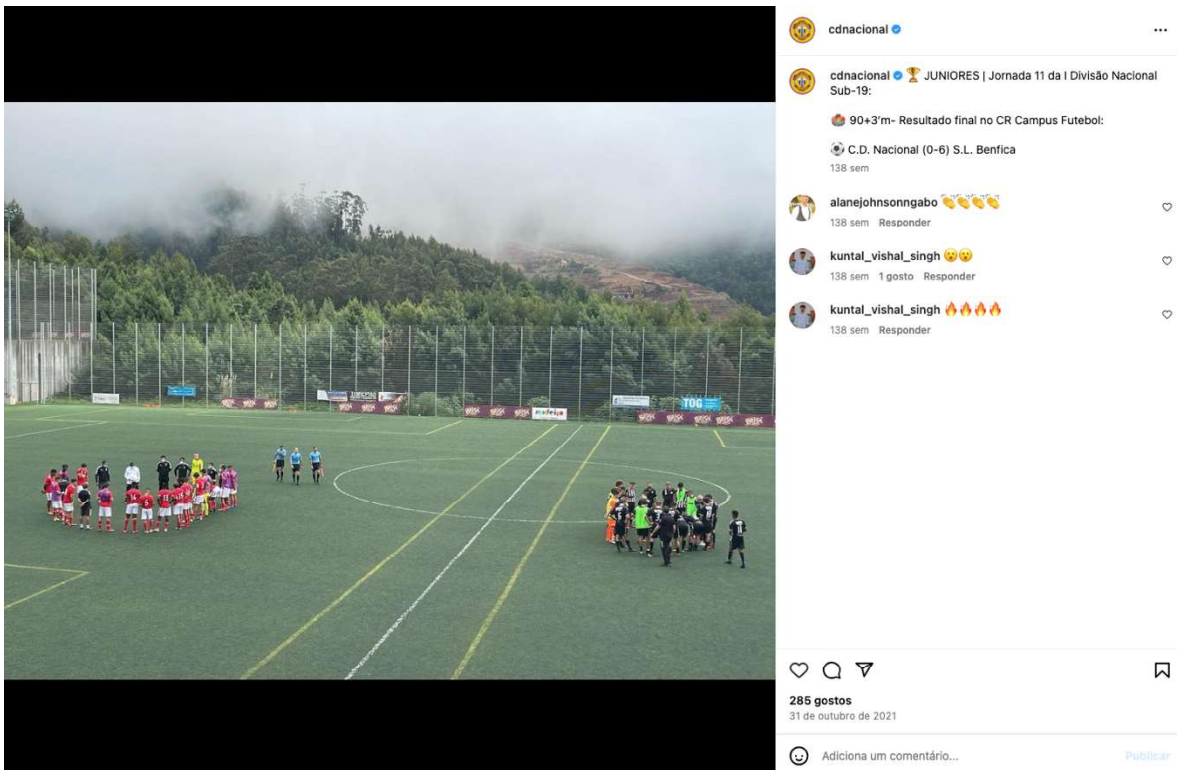
31 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

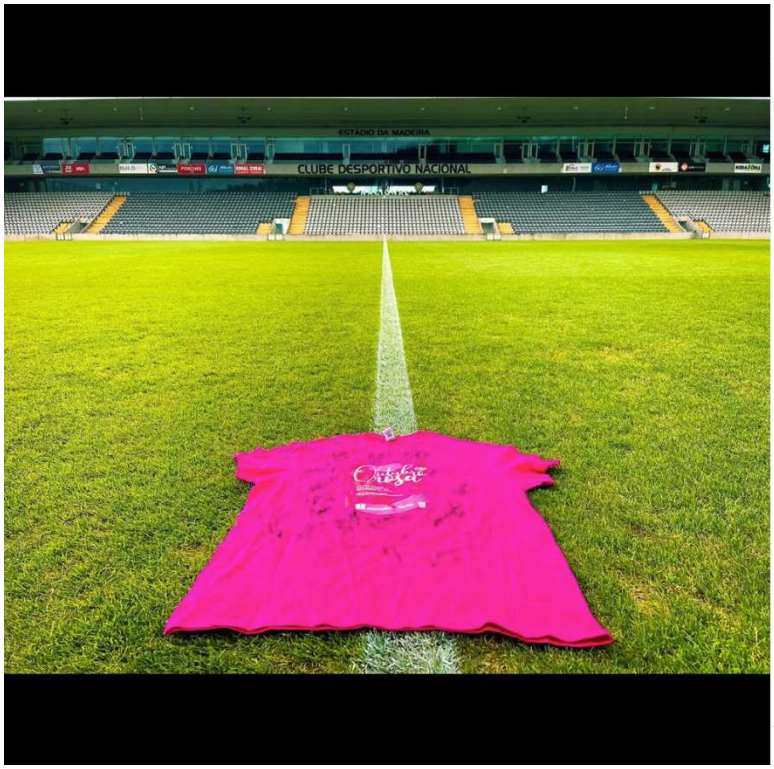
Post 917



Post 918



Post 919



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 💥 Habilita-te a ganhar uma t-shirt "Outubro Rosa" autografada pelo nosso plantel profissional!

↘ Faz "gosto" nesta publicação;
↘ Identifica dois amigos/as nos comentários (as vezes que quiseres);

ℹ️ Participa até às 23h59 do dia 07/11.

138 sem

Para ti

javad.ghobadian.ghadi 🔥🔥🔥
137 sem Responder

smfgc @silviasofia3 @fabiosantoss19
137 sem Responder

filipeemonteiro @vitormonteiro @lourenco.03
138 sem Responder

lourenco.03 @kiko_66_ @filipe_monteiro31
138 sem Responder

ze__silva_ @f__alcaide @goncalo.barao
138 sem Responder

filipamsgomes @asofiasousag @carlitoslb1904
138 sem Responder

filipamsgomes @hgomes29 @paz._interior
138 sem 1 gosto Responder

goncalofigueiraa_ @lourenco.03 @kiko_66_

295 gostos
31 de outubro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 920



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio Cidade de Coimbra:

⚫ Académica (vs) C.D. Nacional ⚪

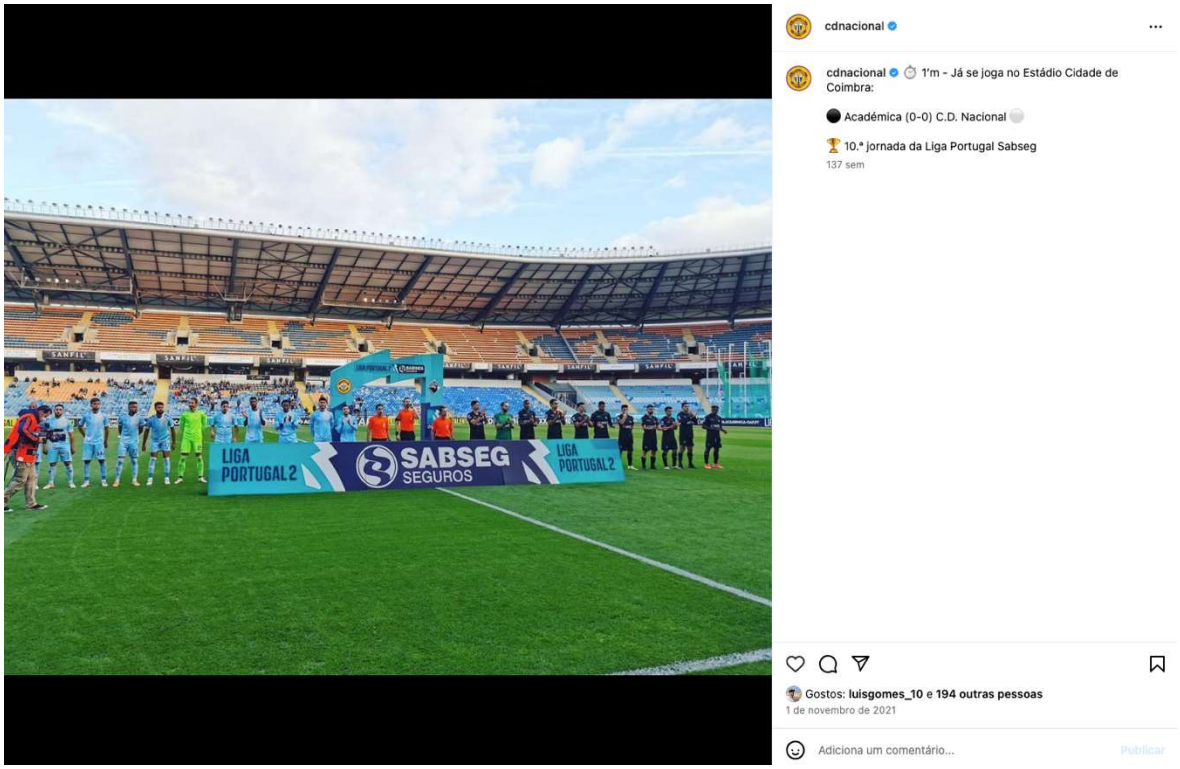
🏆 10.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

137 sem

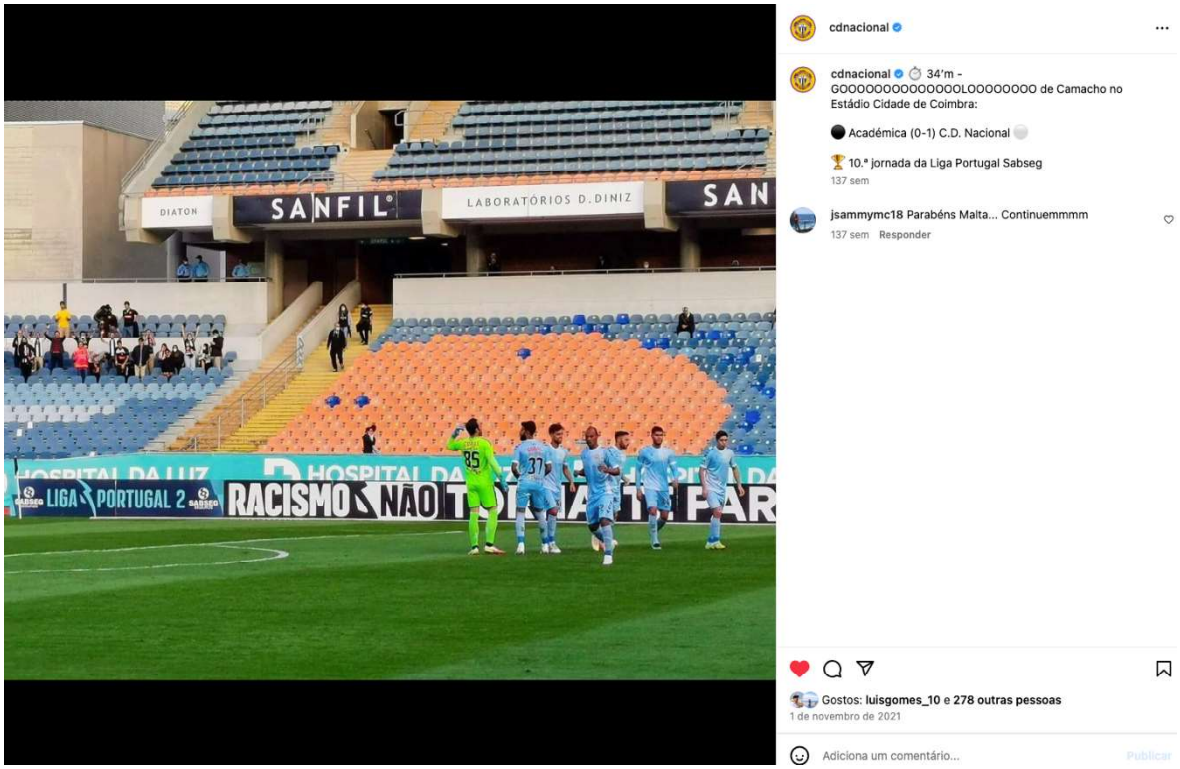
110 gostos
1 de novembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 921



Post 922



Post 923



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+7'm - Mais 3 pontos! 👊 Resultado final no jogo no Estádio Cidade de Coimbra:

⚫ Académica (1-2) C.D. Nacional ⚪

🏆 10.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

137 sem

replyteams__pt 👏

137 sem Responder

Gostos: **luisgomes_10** e **204 outras pessoas**

1 de novembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 924



cdnacional

cdnacional 🏆 Bryan Rochez foi eleito o "Homem do Jogo" esta tarde, no jogo da jornada 10 da Liga Portugal Sabseg 👏

137 sem

tuliomejia76 🇭🇳

137 sem Responder

otoniel1401 One fire🔥 Rochez orgullo catracho😎🇭🇳

137 sem 1 gosto Responder Ver tradução

kenjigorre ROCHEZZZZ 🔥🔥🔥

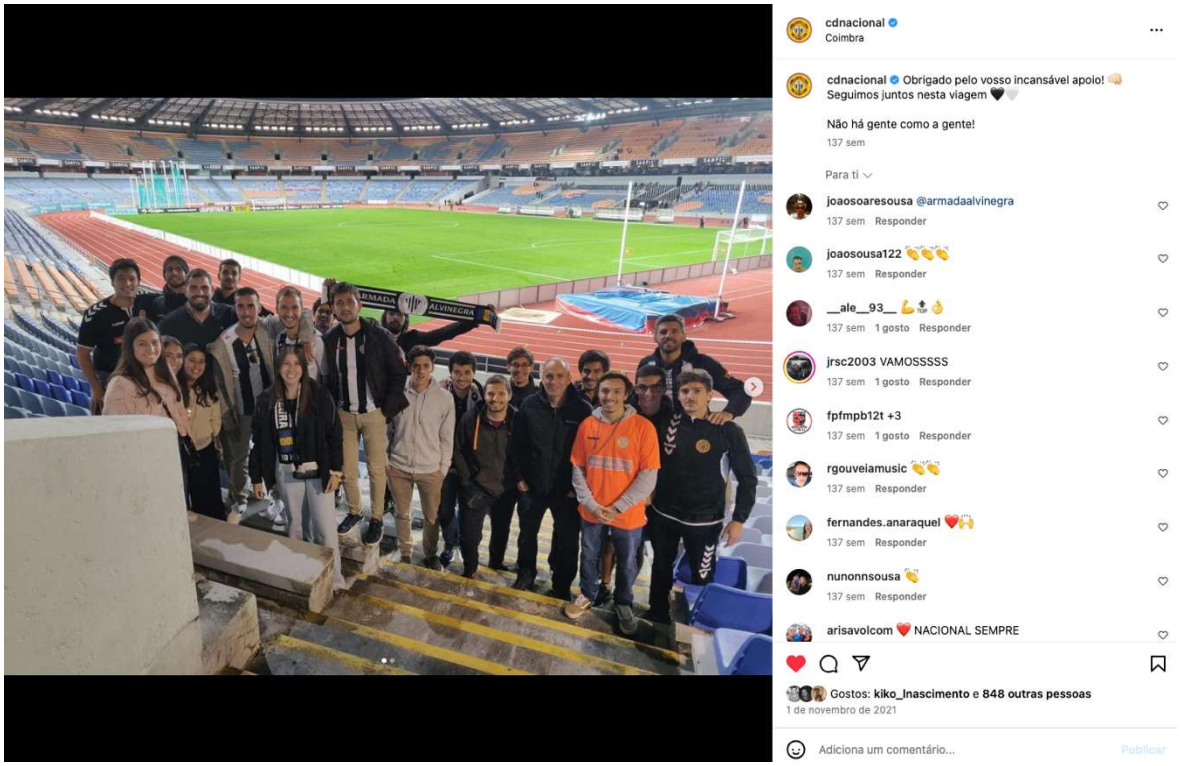
137 sem 2 gostos Responder

Gostos: **___duudu** e **382 outras pessoas**

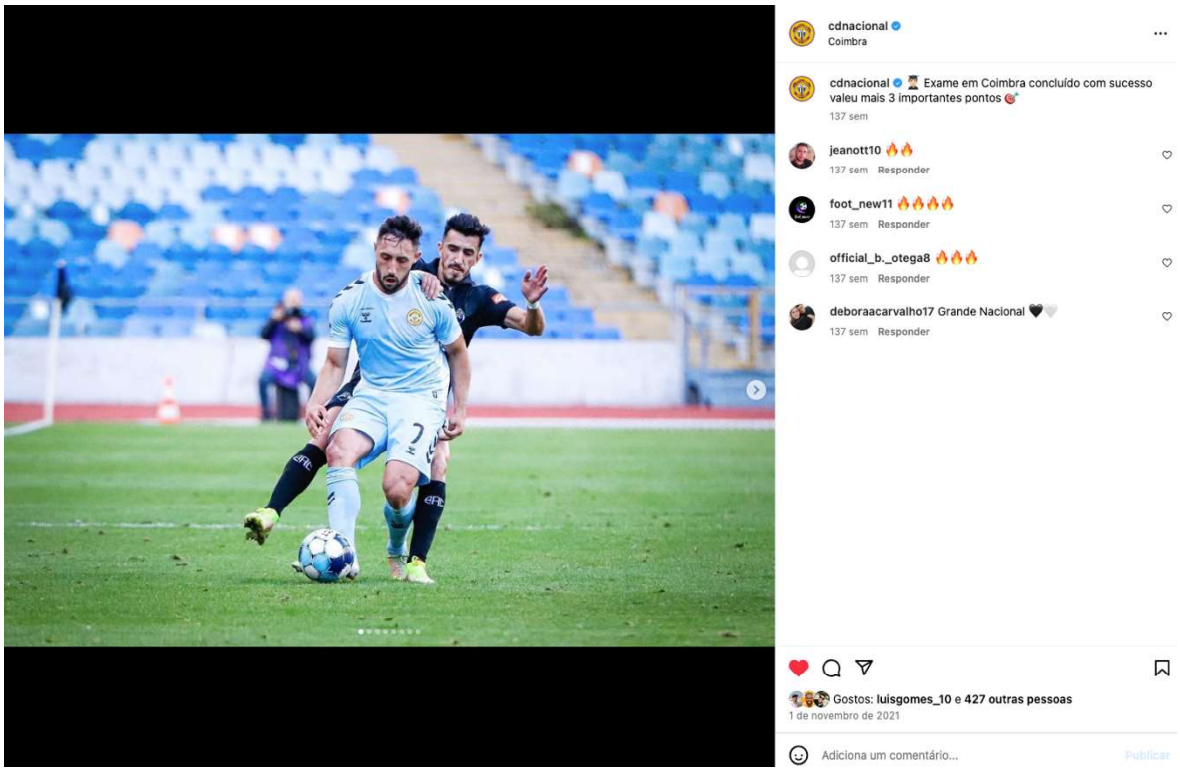
1 de novembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 925



Post 926



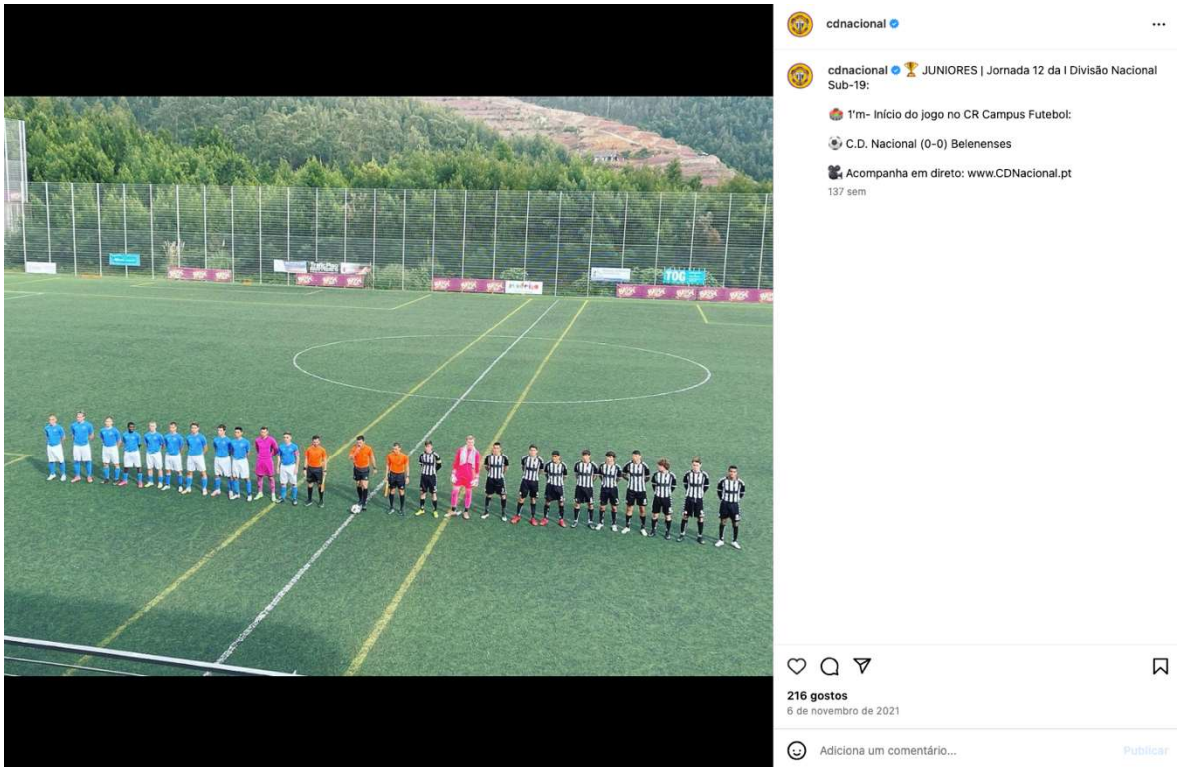
Post 927



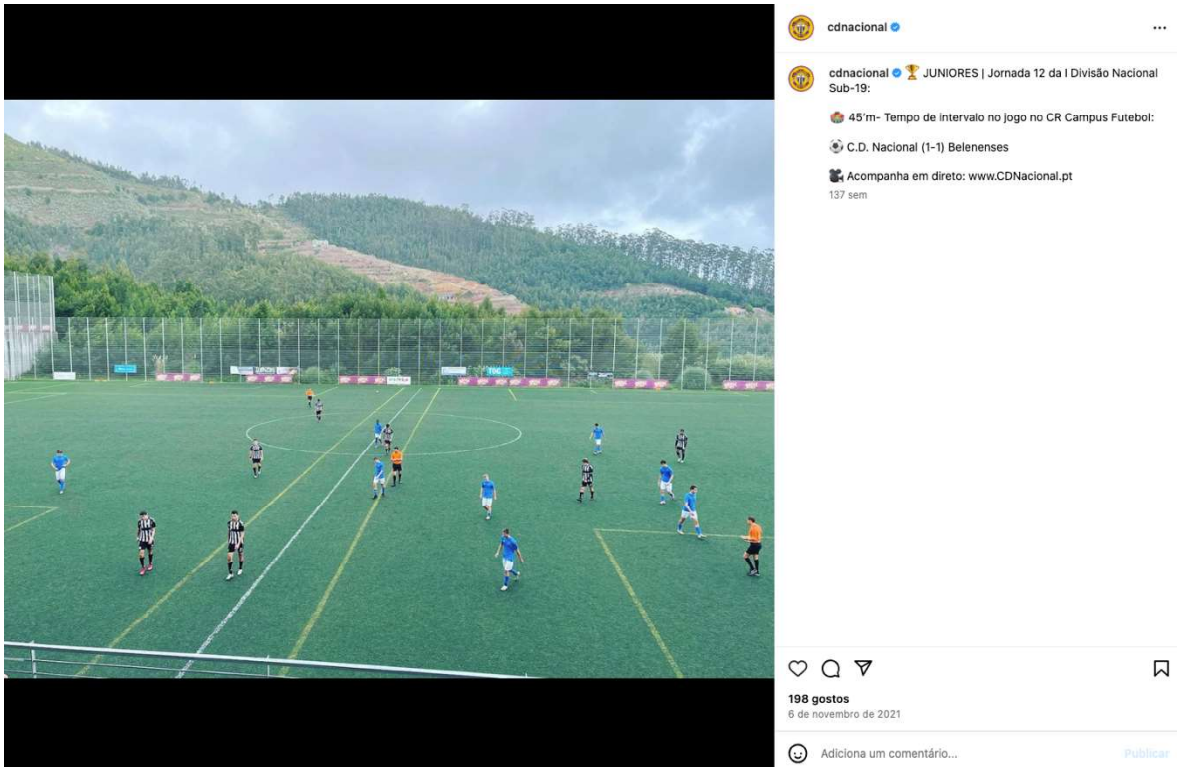
Post 928



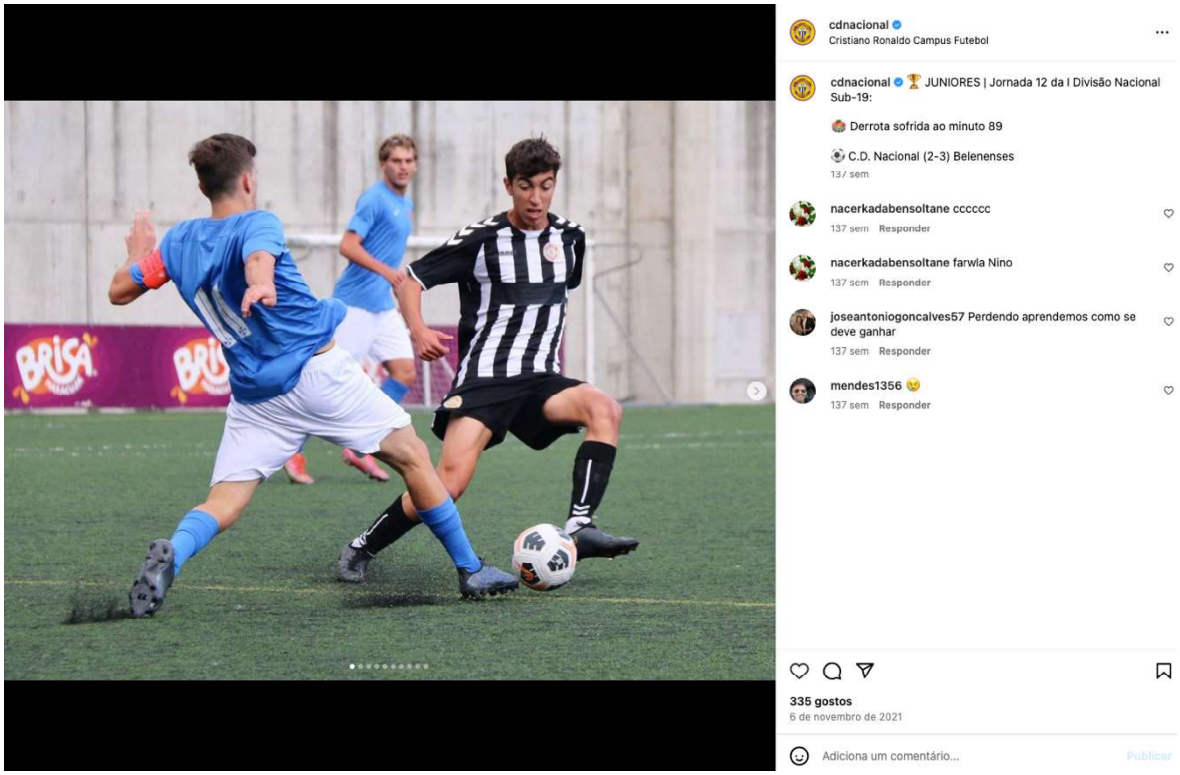
Post 929



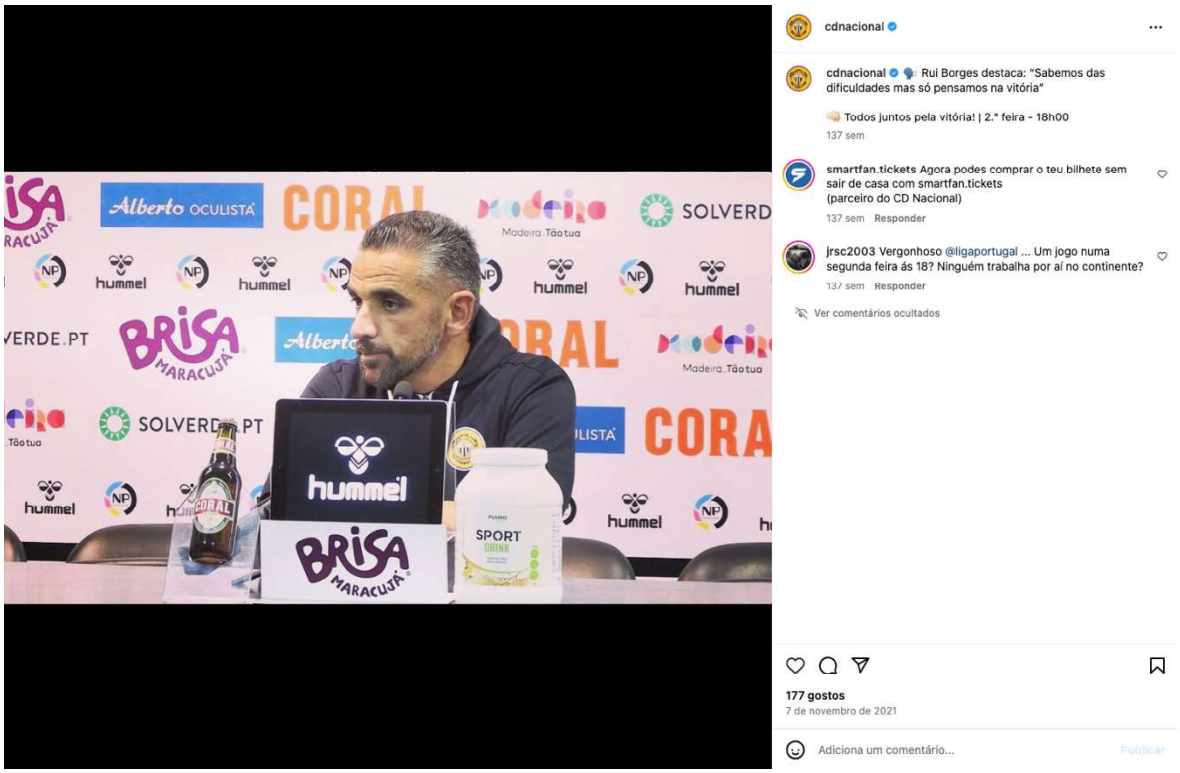
Post 930



Post 931

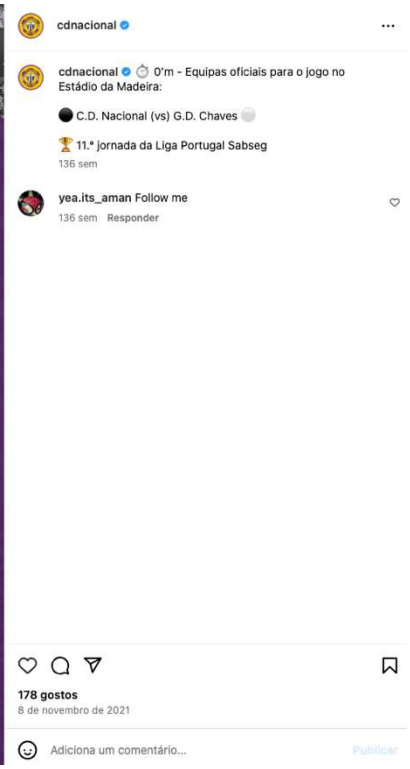


Post 932



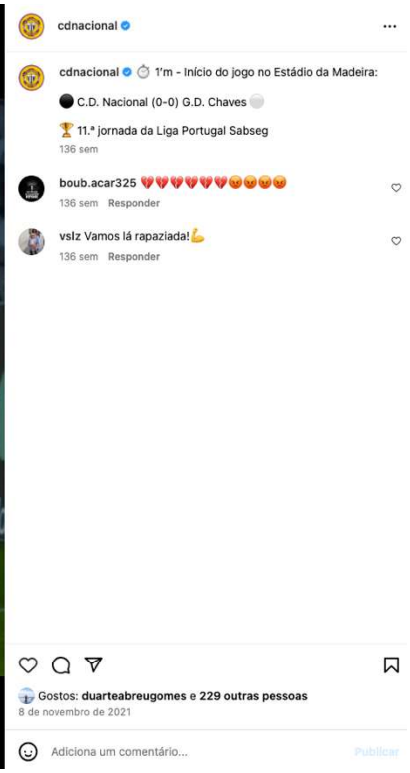
Post 933





Post 934

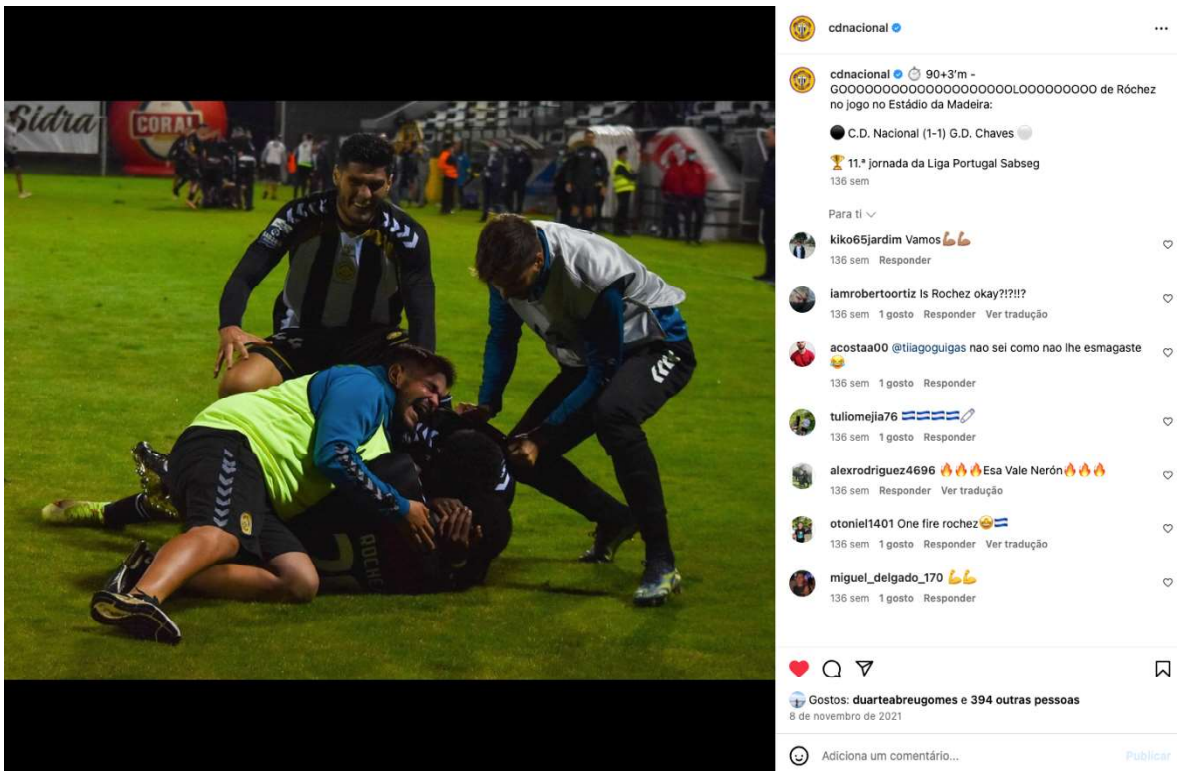




Post 935



Post 936



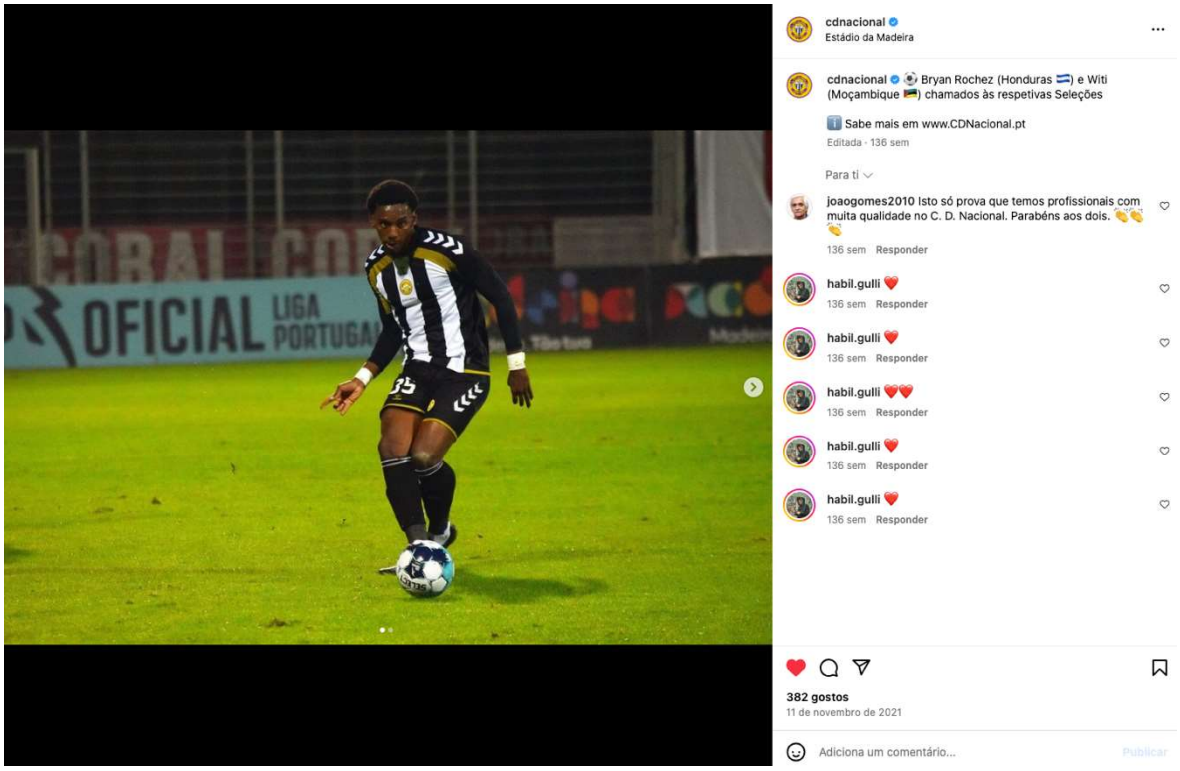
Post 937



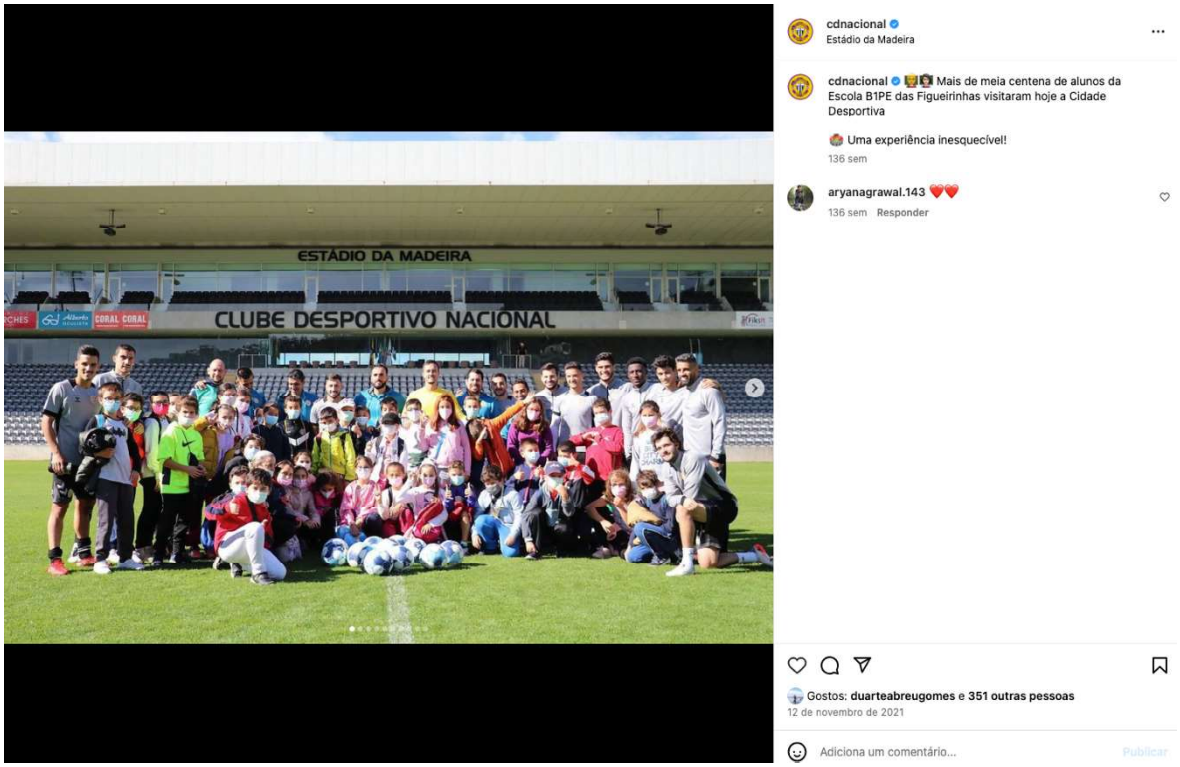
Post 938



Post 939



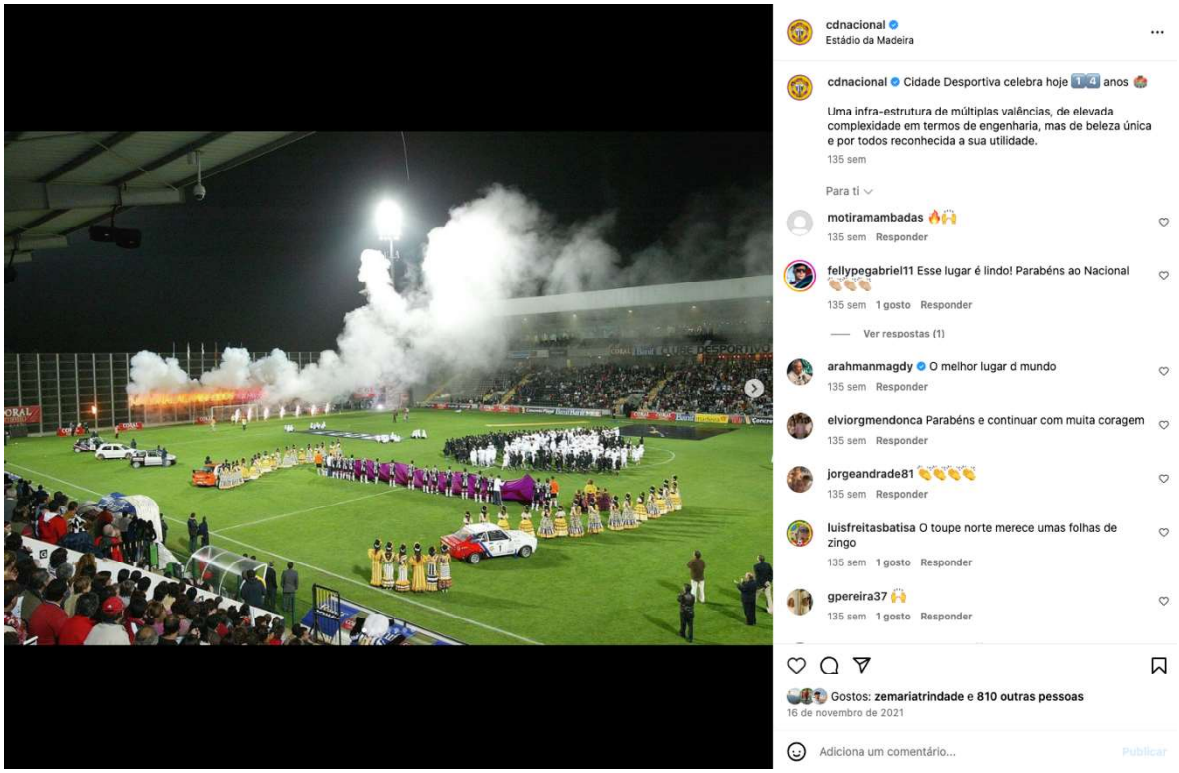
Post 940



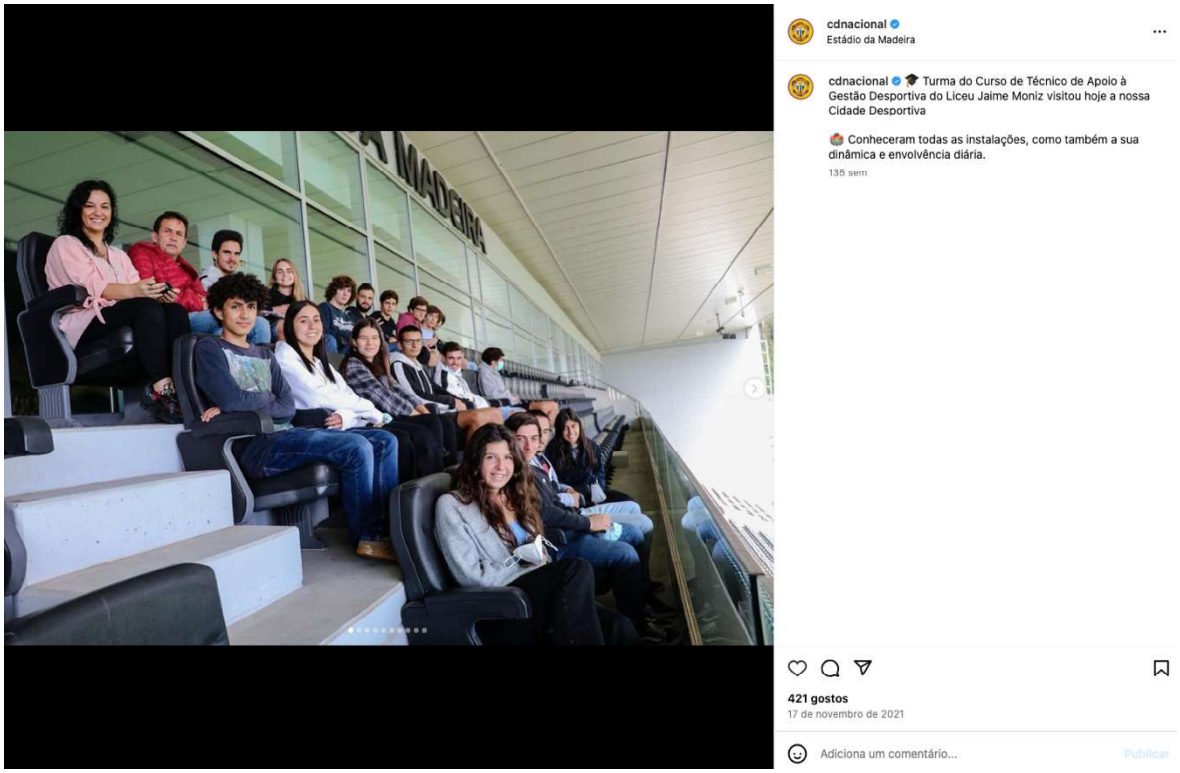
Post 941



Post 942



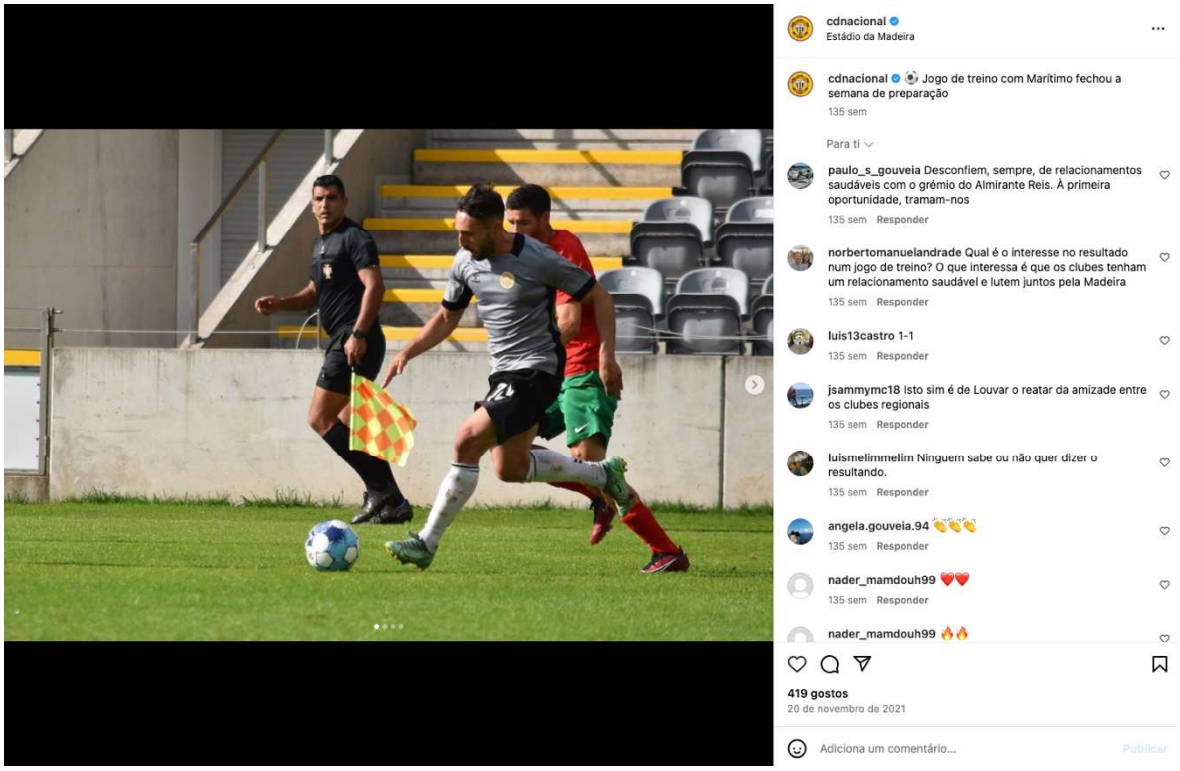
Post 943



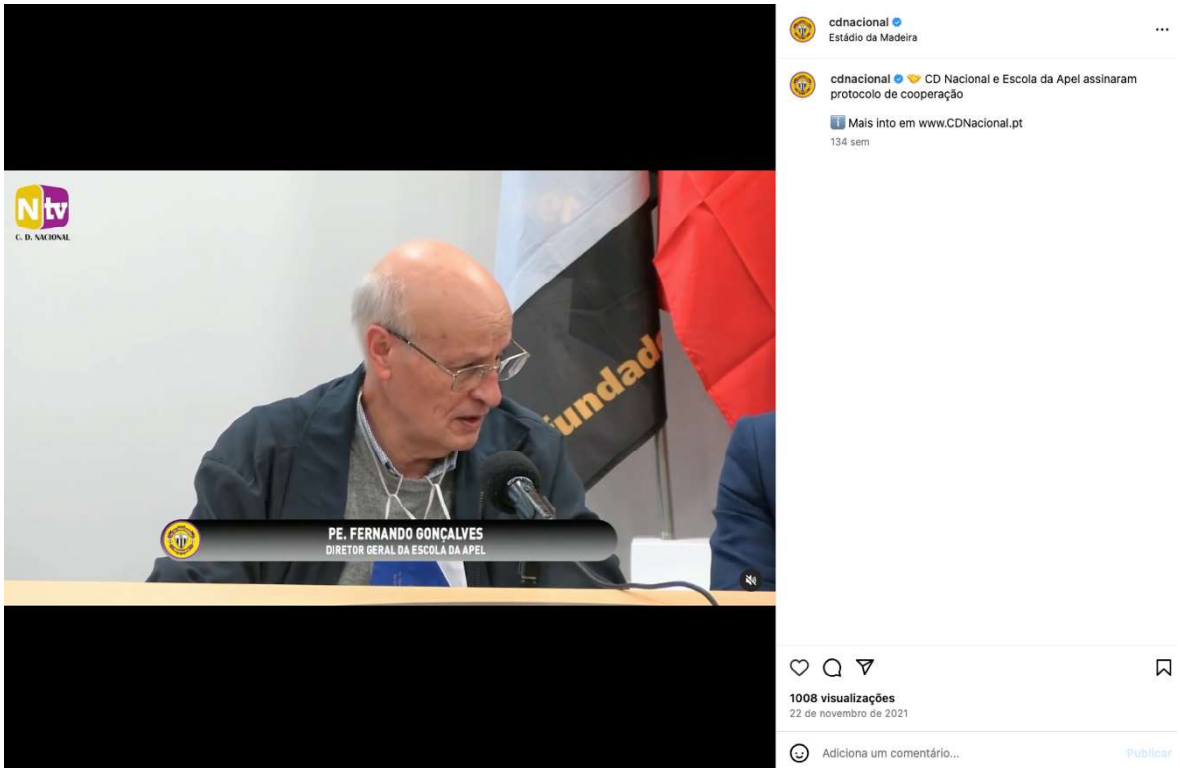
Post 944



Post 945



Post 946



Post 947



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional 🌈 convocado a marcar presença no treino matinal. 😍
134 sem

educsosa @playbuttonsoccer botando pressão 😁🔥
134 sem 1 gosto Responder

Ver respostas (1)

danilivino2 ❤️❤️
134 sem Responder

402 gostos
24 de novembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 948



cdnacional

cdnacional A Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial, tem uma oferta especial para ti!

1 Regista-te com o código NACIONAL em Solverde.pt
2 Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€!

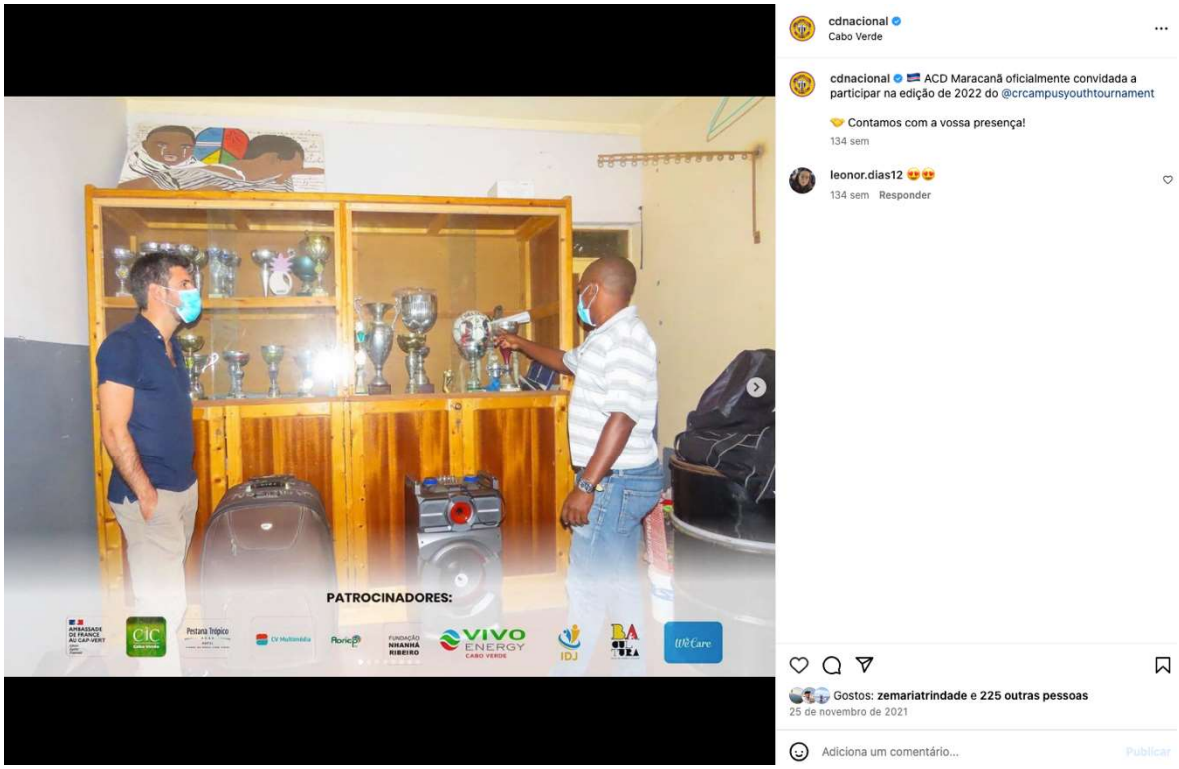
Aproveita a oferta e descobre as melhores odds em apostas desportivas!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt
Editada · 134 sem

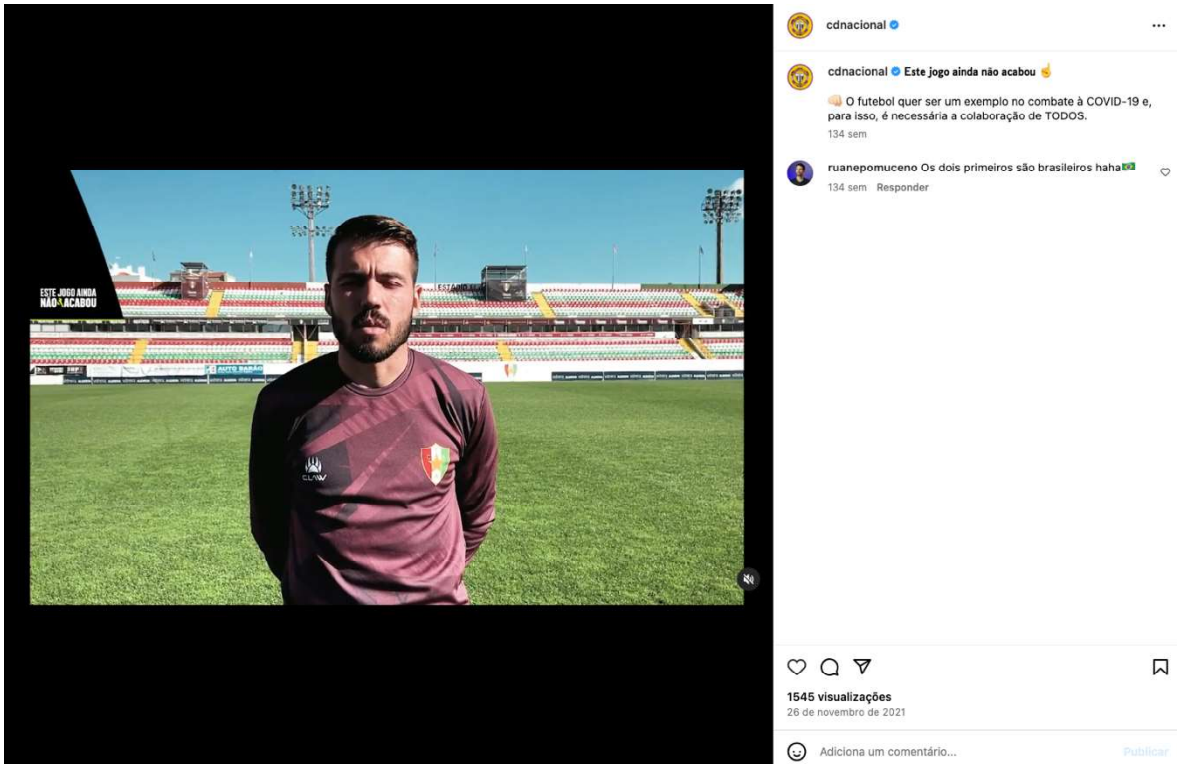
84 gostos
25 de novembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 949



Post 950



Post 951





Post 952

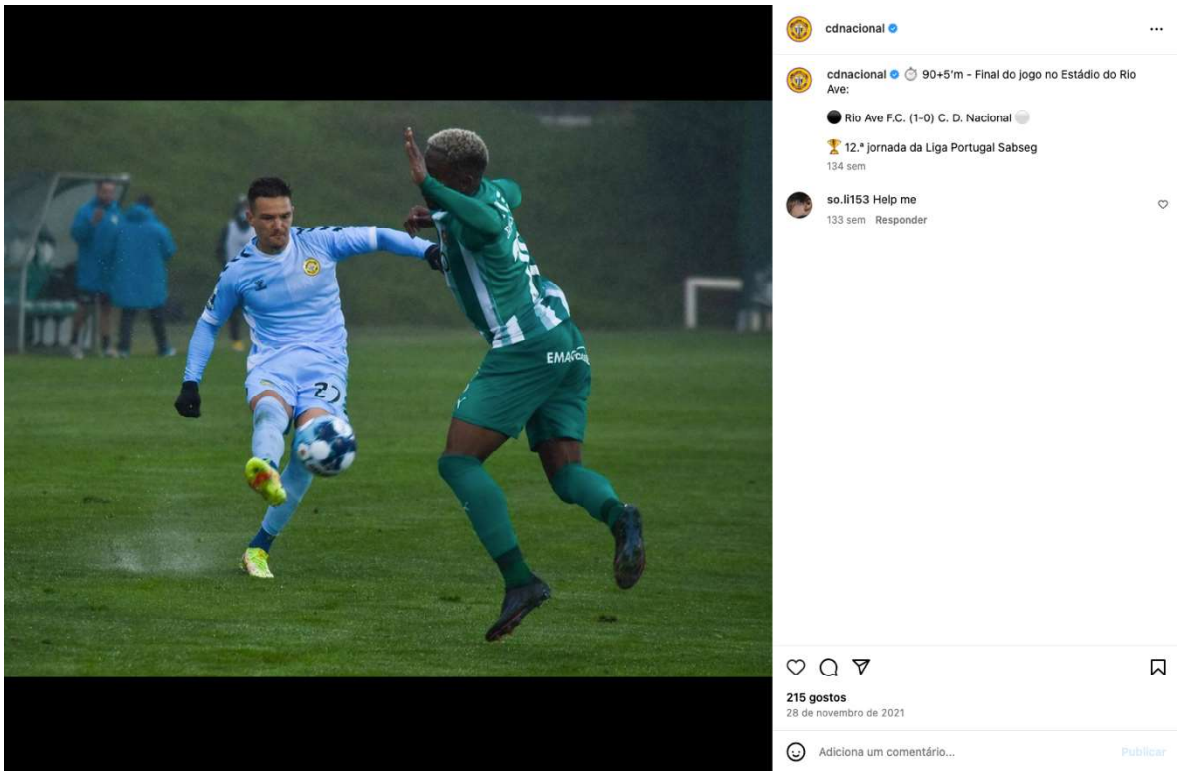




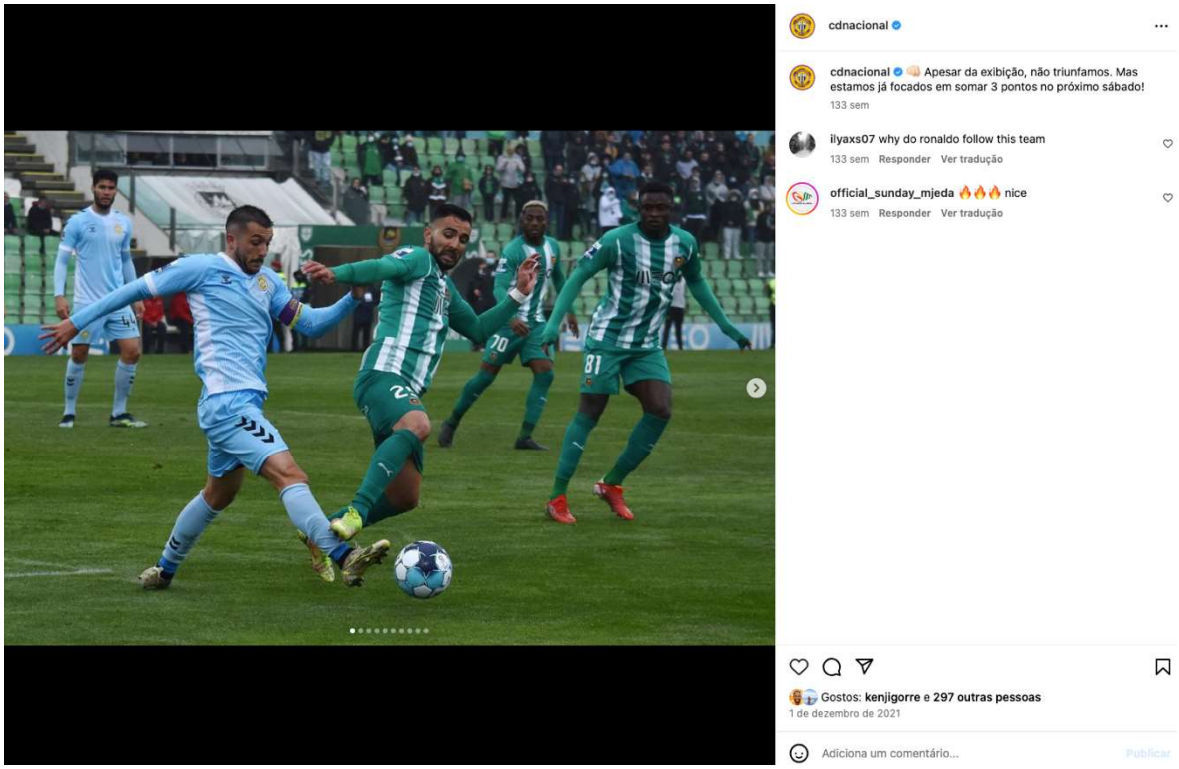
Post 953



Post 954



Post 955



Post 956



Post 957



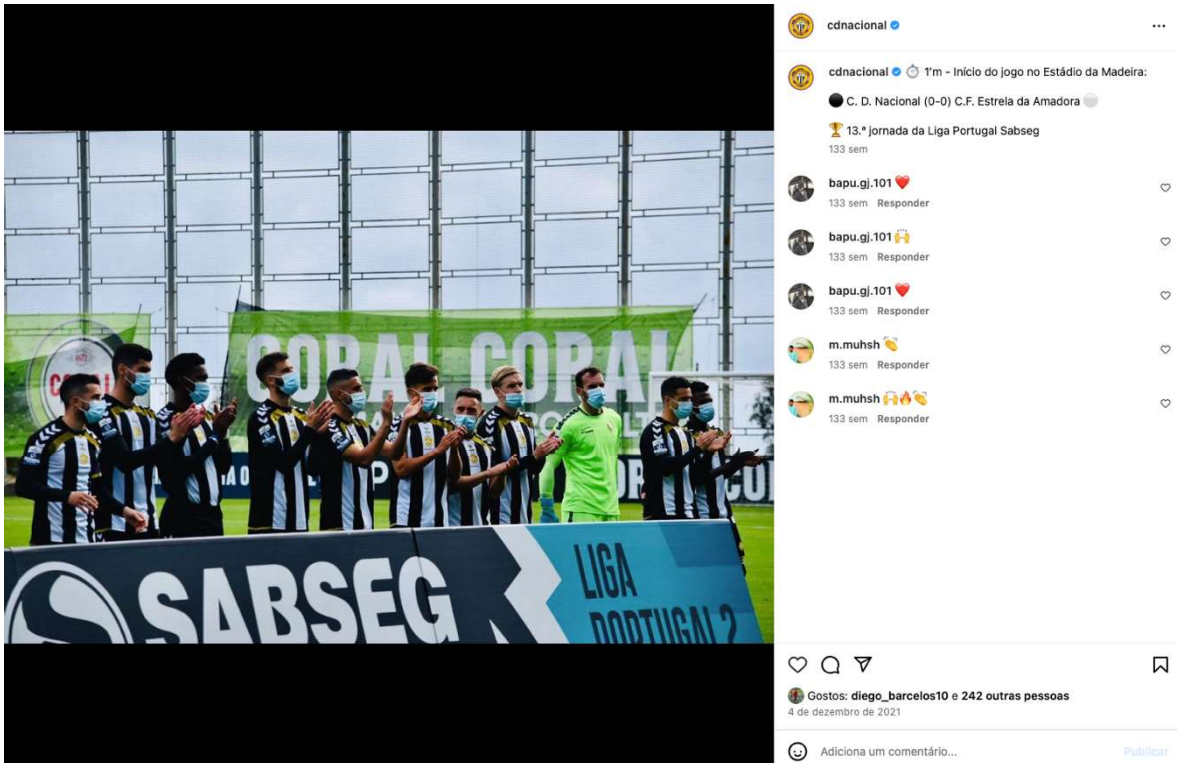


Post 958





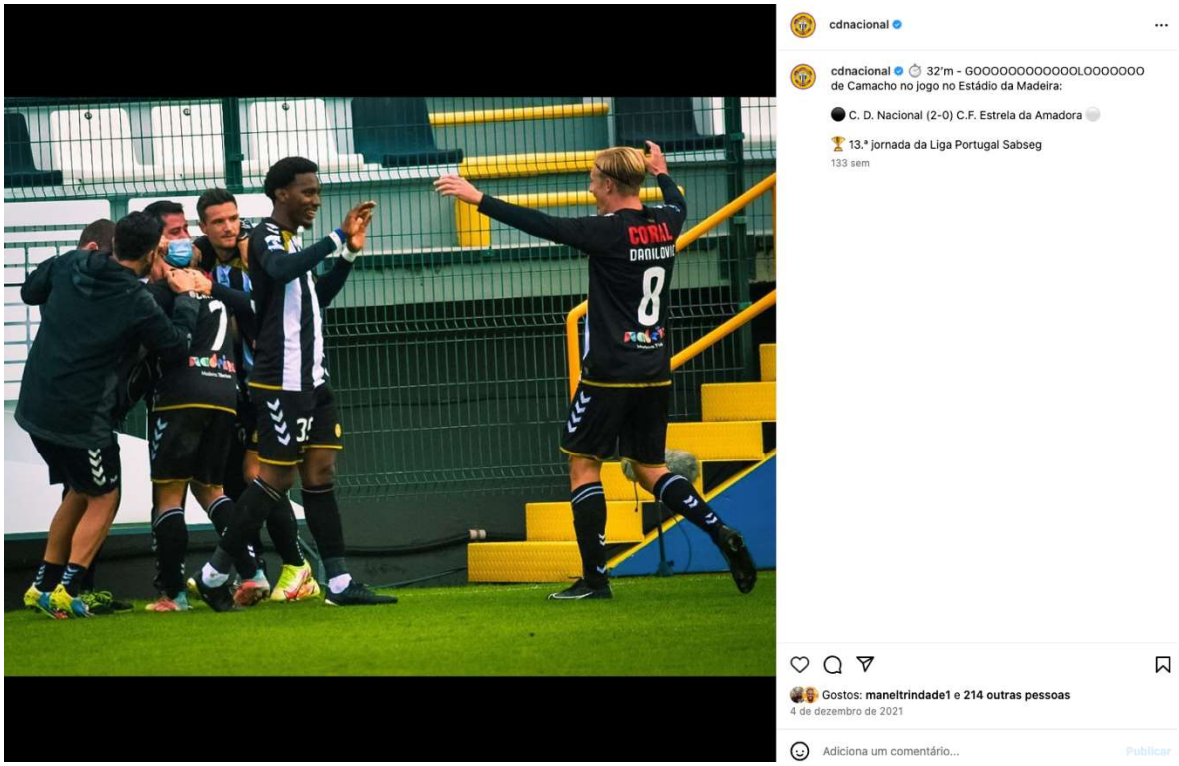
Post 959



Post 960



Post 961



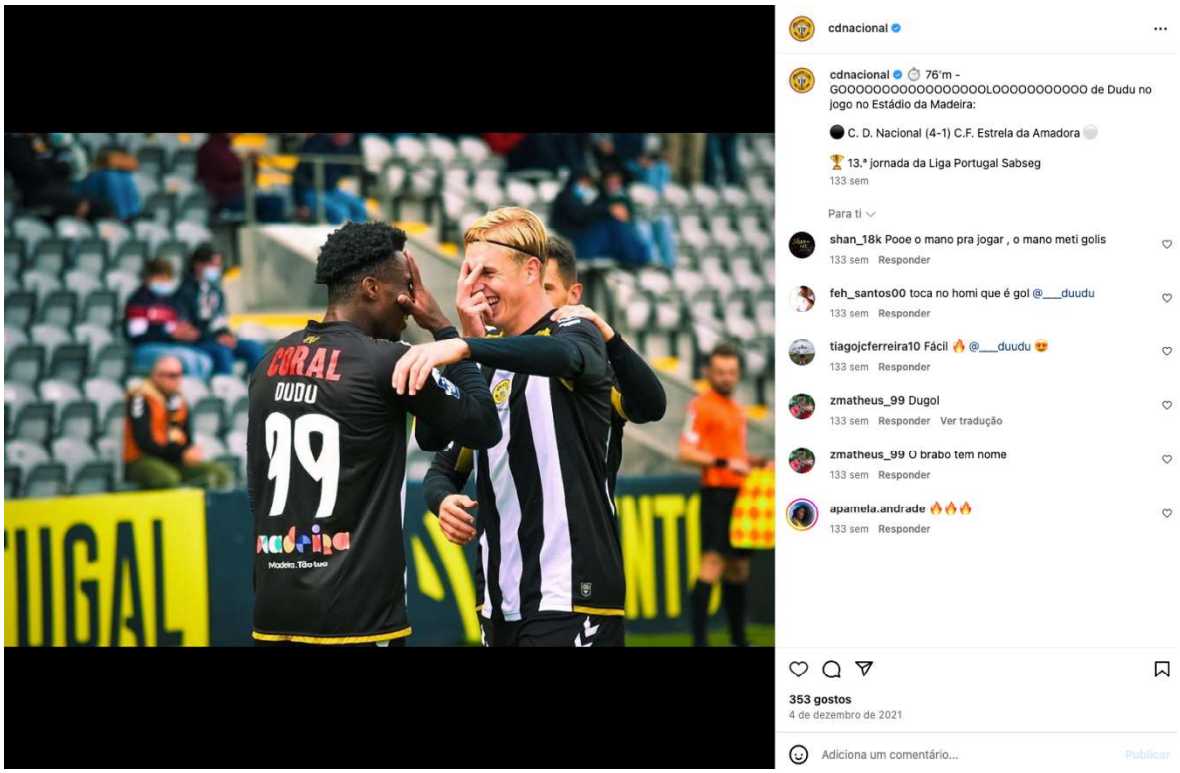
Post 962



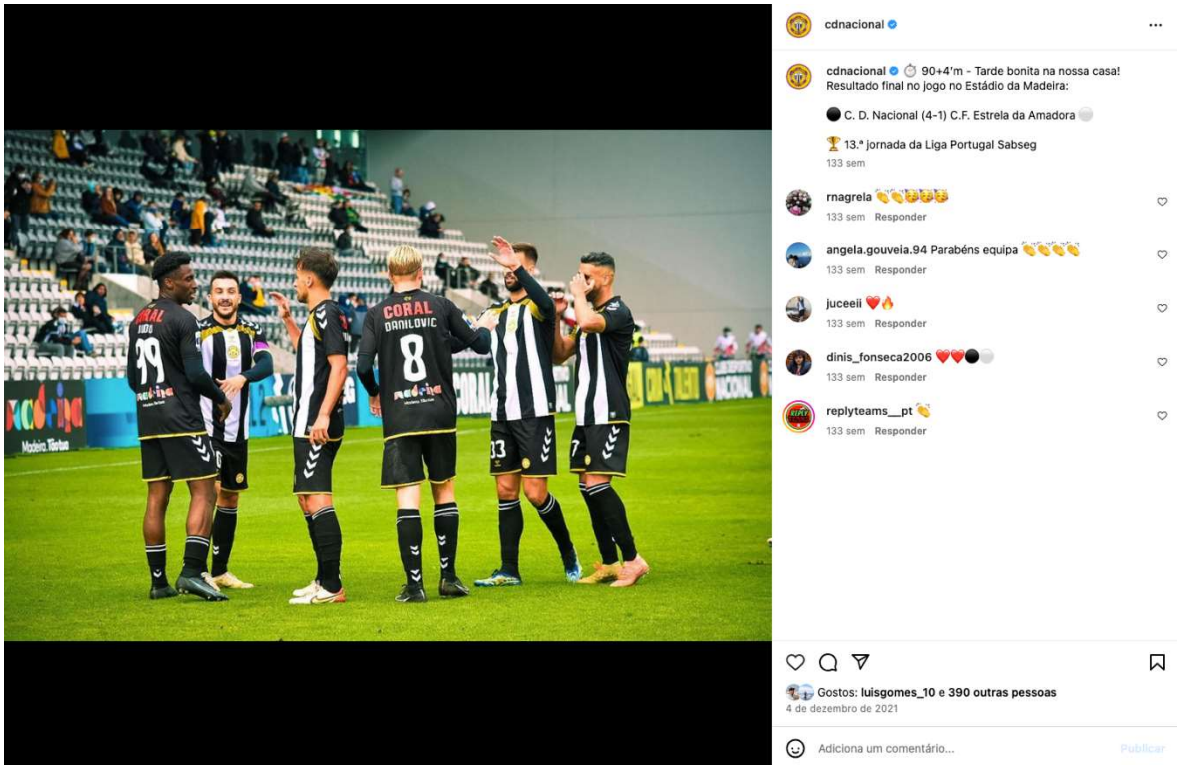
Post 963



Post 964



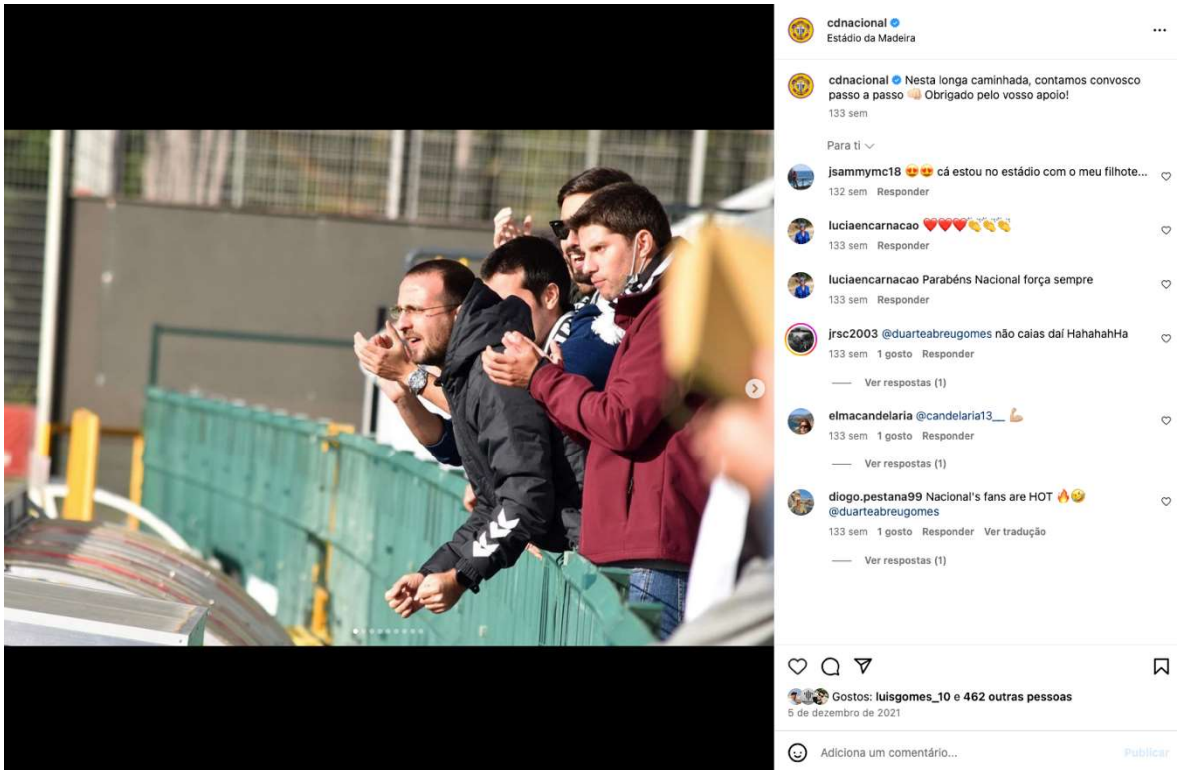
Post 965



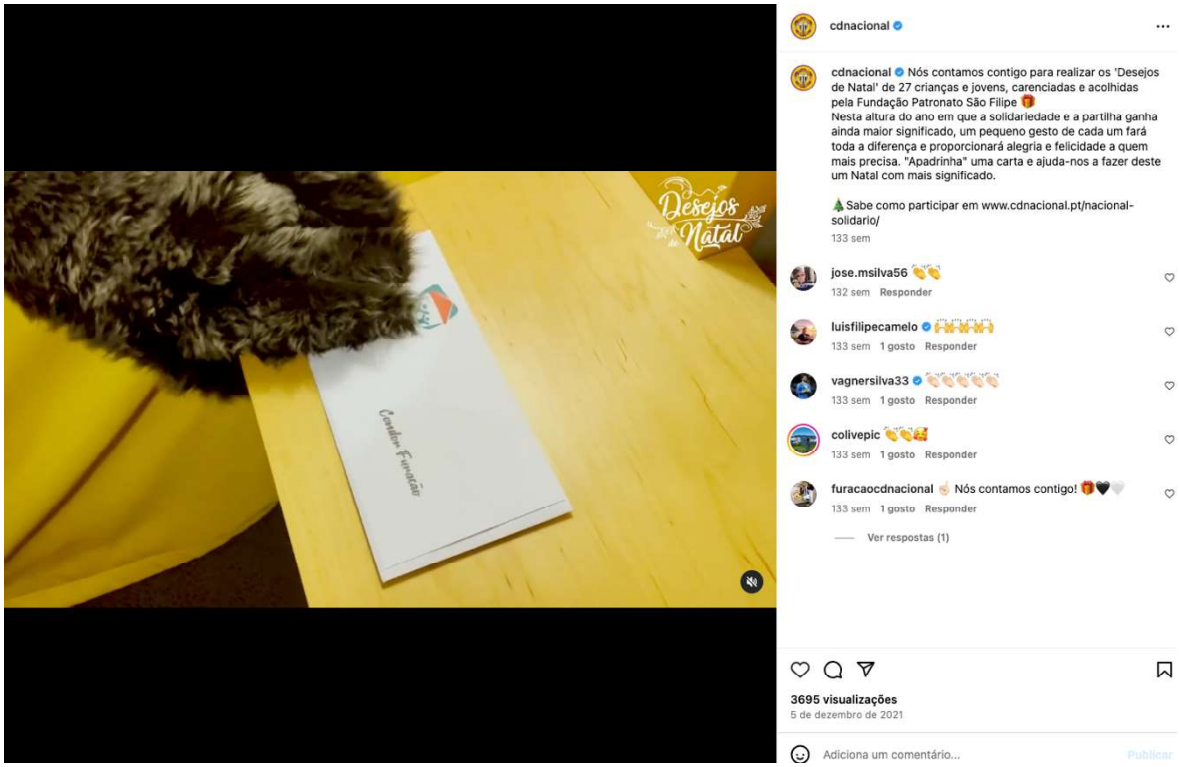
Post 966



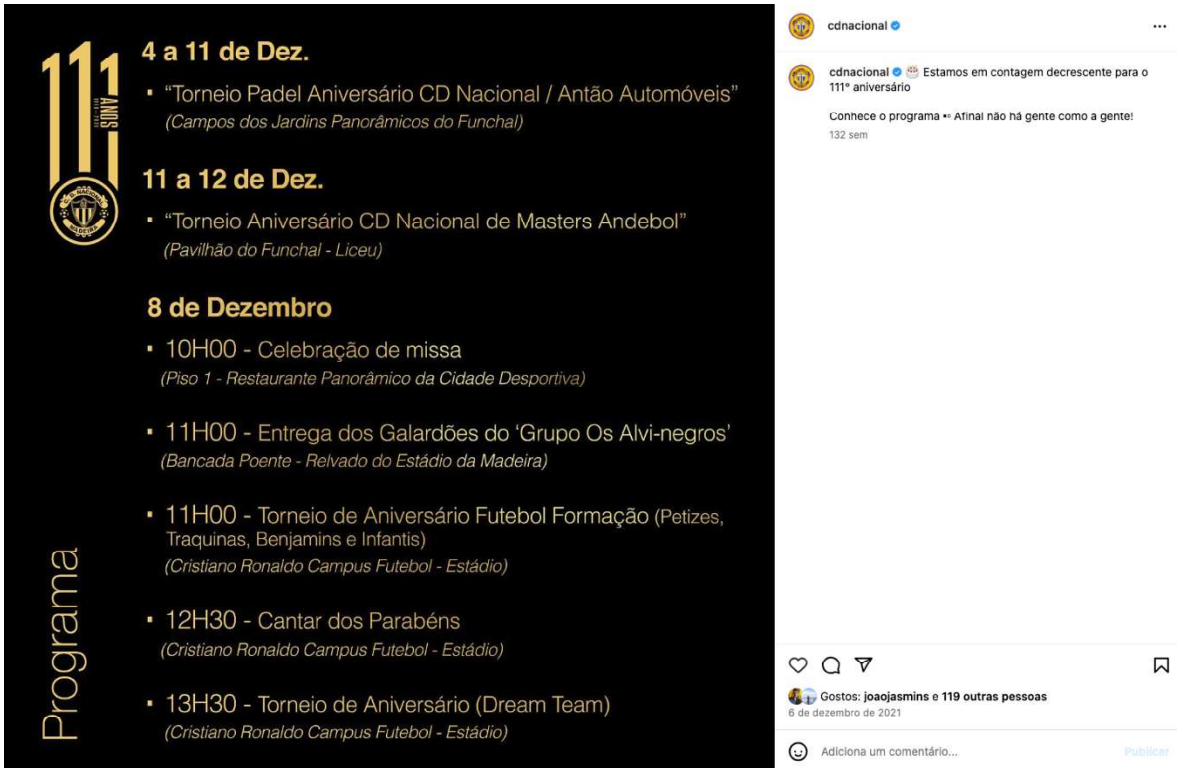
Post 967



Post 968



Post 969



Post 970



Post 971



cdnacional

cdnacional 🎄🎁 O Natal chegou à Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial, com o ***Bónus Express*** e com prémios todos os dias que não podes perder!

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em @solverde.pt
2️⃣ Ganha 100 jogadas grátis em casino e uma aposta desportiva sem risco até 20€!

Aproveita a oferta de Natal e descobre as melhores odds em apostas desportivas!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 132 sem

57 gostos
7 de dezembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 972



cdnacional

cdnacional Foi no dia 8 de Dezembro de 1910, após um jogo, que Antonino Figueira apresentou a ideia da criação de um clube desportivo.

🎂 111 anos depois da sua fundação, o clube está cada vez mais jovem, dinâmico e pujante, sendo por isso hoje um dia de grande festa para todos os nacionalistas.

🎊 Parabéns ao Nacional e a toda a Família Nacionalista!

Não há gente como a gente!

132 sem

Para ti

jose.msilva56 Muitos parabéns NACIONAL O MEU CLUBE DE CORAÇÃO
132 sem Responder

adilson.meneghelofical Parabéns Clube Dedportivo Nacional! Feliz e grato em ter feito parte da família do alvinegro da Madeira...
132 sem 1 gosto Responder

susanafreitasdossantos Parabéns! CDNacional! ,, 🎂🍾🥂⚽⚽⚽⚽⚽⚽
132 sem 1 gosto Responder

marco.ornelas_ Muitos parabéns @cdnacional @cdn_formacao 💪💪💪
132 sem 1 gosto Responder

replyteams__pt 👏
132 sem 1 gosto Responder

rodrigues.ana56.ar PARABÉNS CDNACIONAL, não há

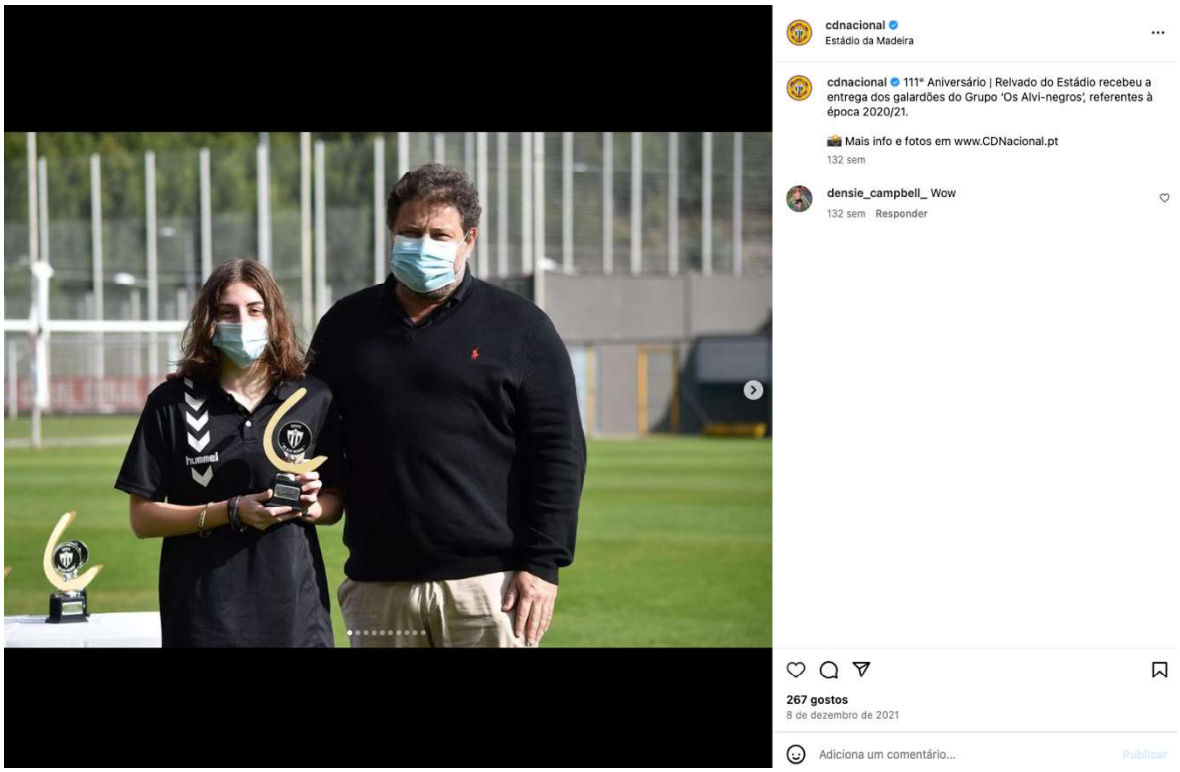
Gostos: **zemariatrindade** e **695 outras pessoas**
8 de dezembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 973



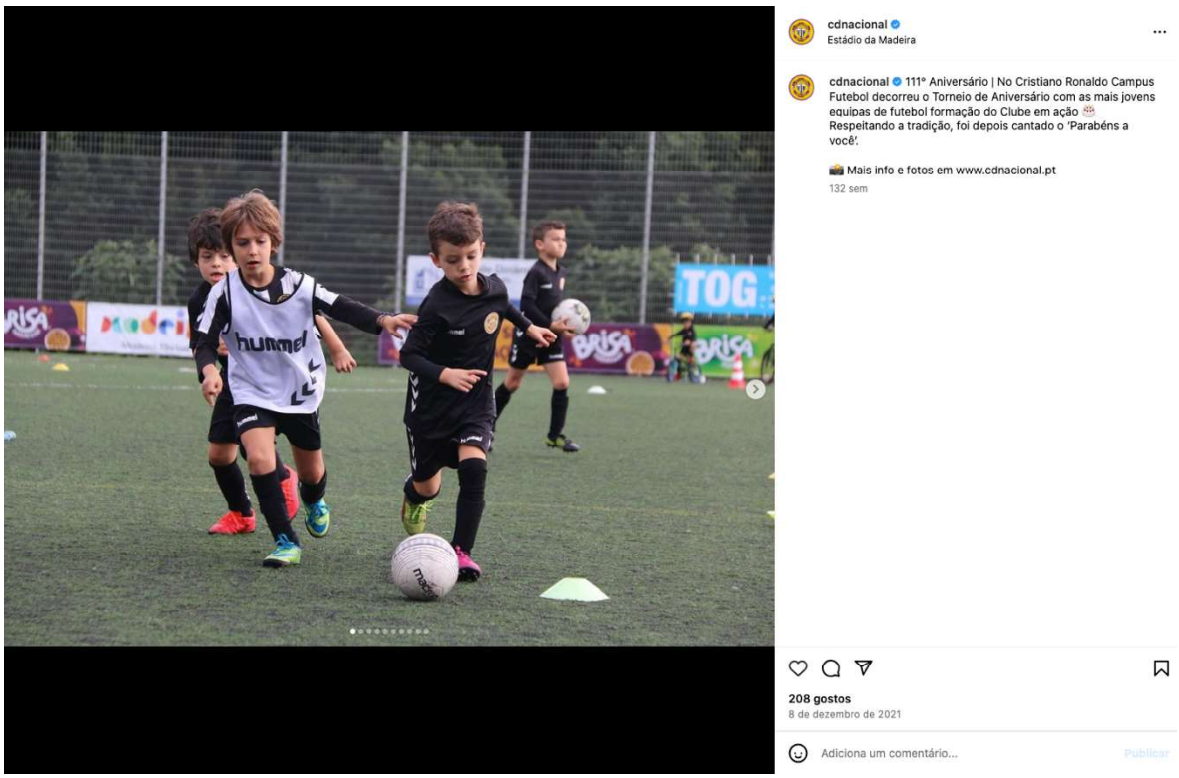
Post 974



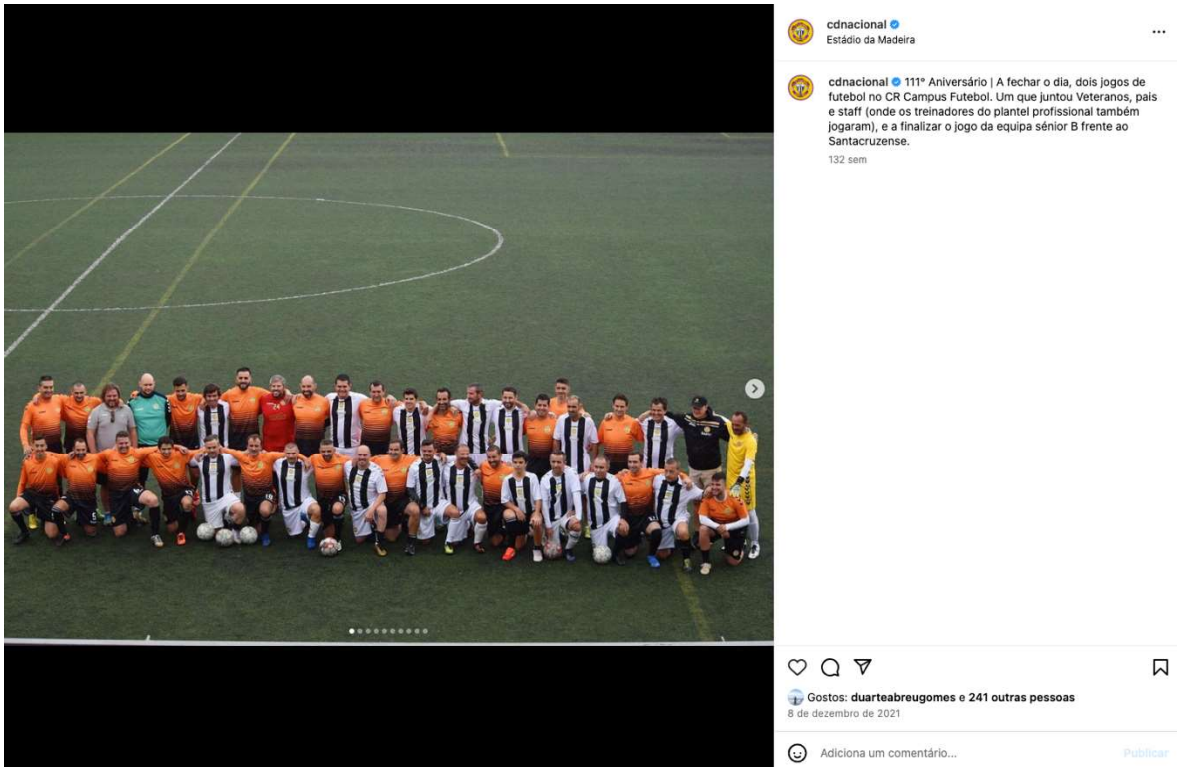
Post 975



Post 976



Post 977

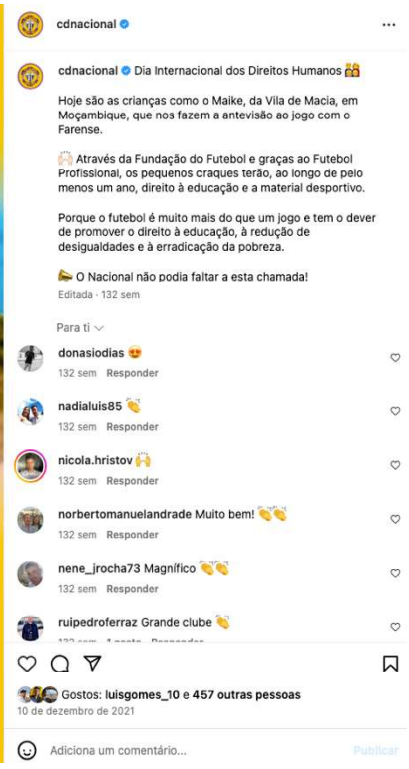


Post 978



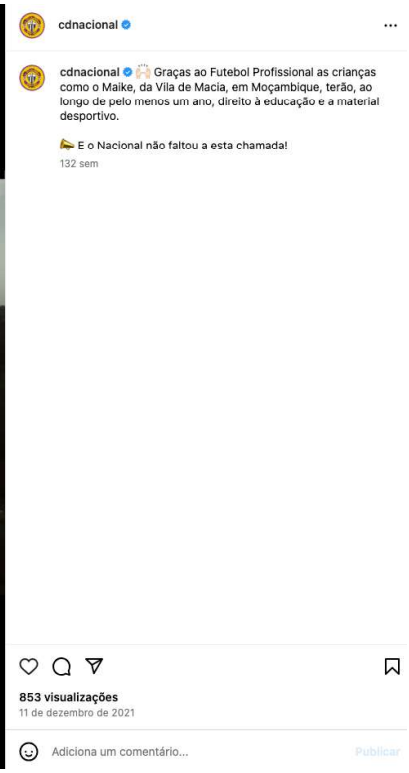
Post 979





Post 980





Post 981



cdnacional

cdnacional ⚽ Seja no sofá ou no estádio vibra com o nosso jogo e com uma aposta sem risco até 20€ na Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial!

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em @solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€!

Aproveita a oferta e descobre as melhores odds em apostas desportivas!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 132 sem

parsousa1996 😍😍😍😍
132 sem Responder

shree_maha_laxmi_designs @first_fly_2021
132 sem Responder

shree_maha_laxmi_designs First 🔥
132 sem Responder Ver tradução

90 gostos
11 de dezembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 982



cdnacional

cdnacional 0'm - Equipas oficiais no jogo no Estádio de São Luís:

S.C. Farense (vs) C.D. Nacional

14.ª jornada da Liga Portugal Sabseg
132 sem

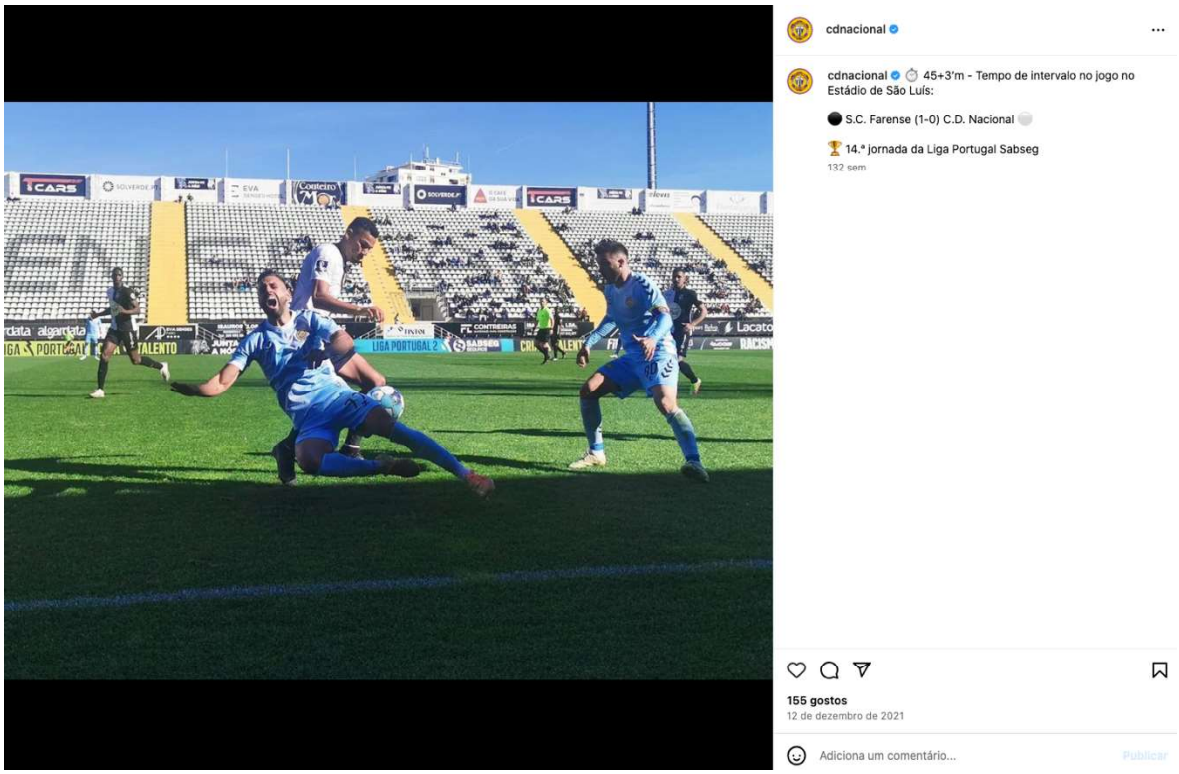
130 gostos
12 de dezembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 983



Post 984



Post 985

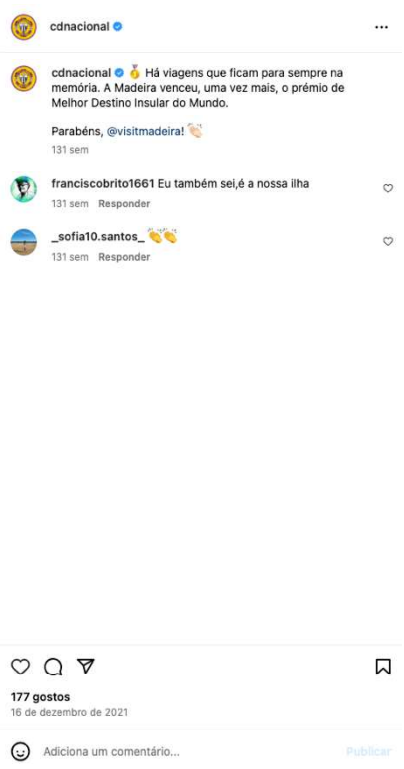


Post 986



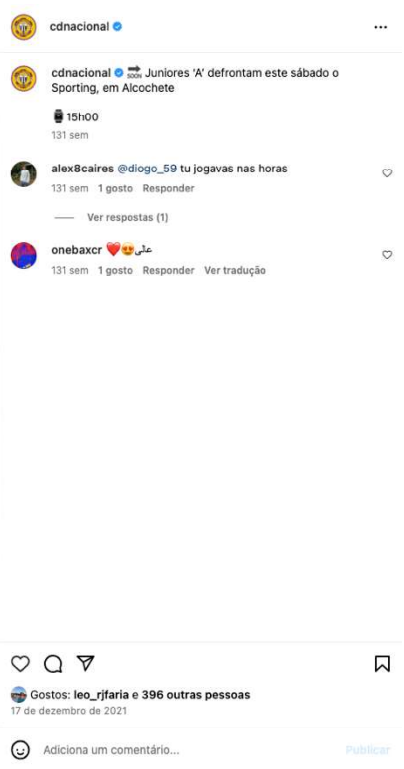
Post 987





Post 988





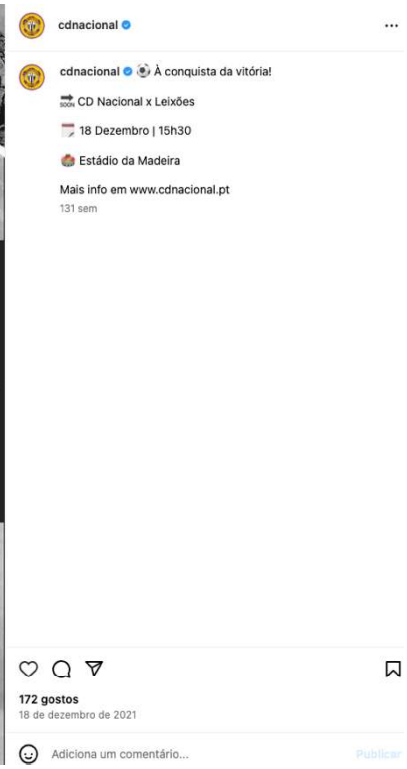
Post 989





Post 990





Post 991





Post 992

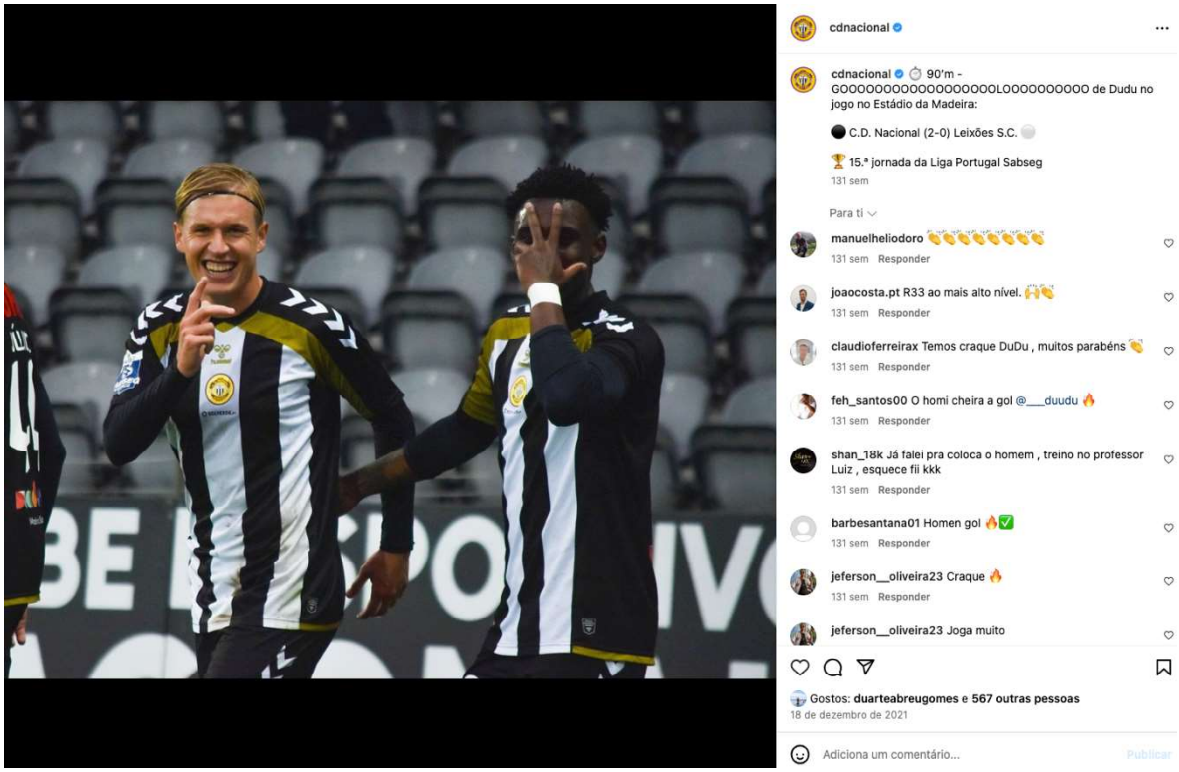




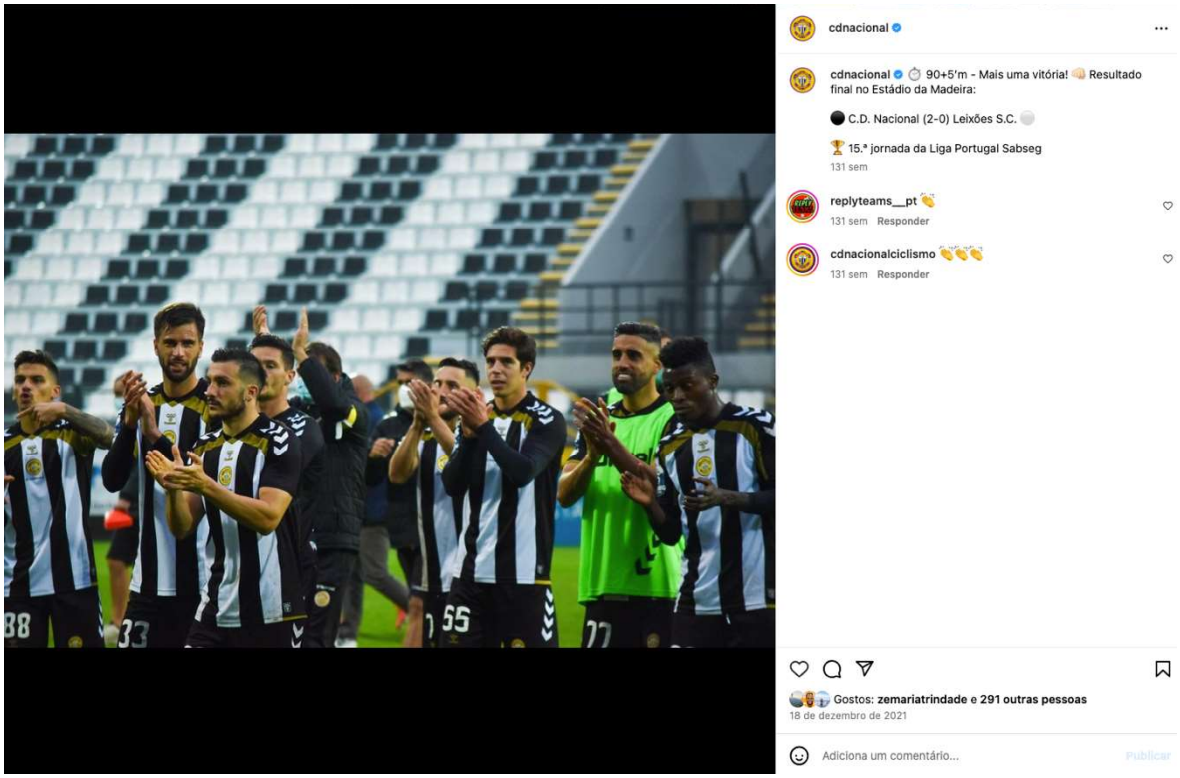
Post 993



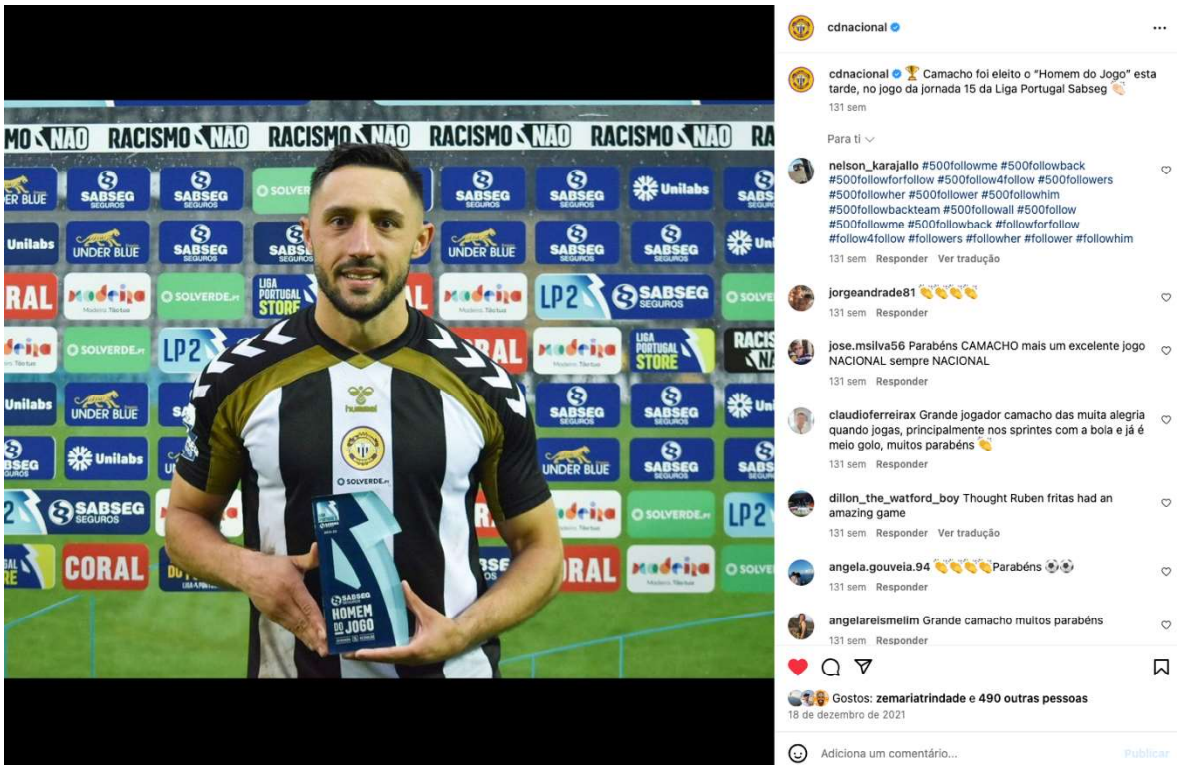
Post 994



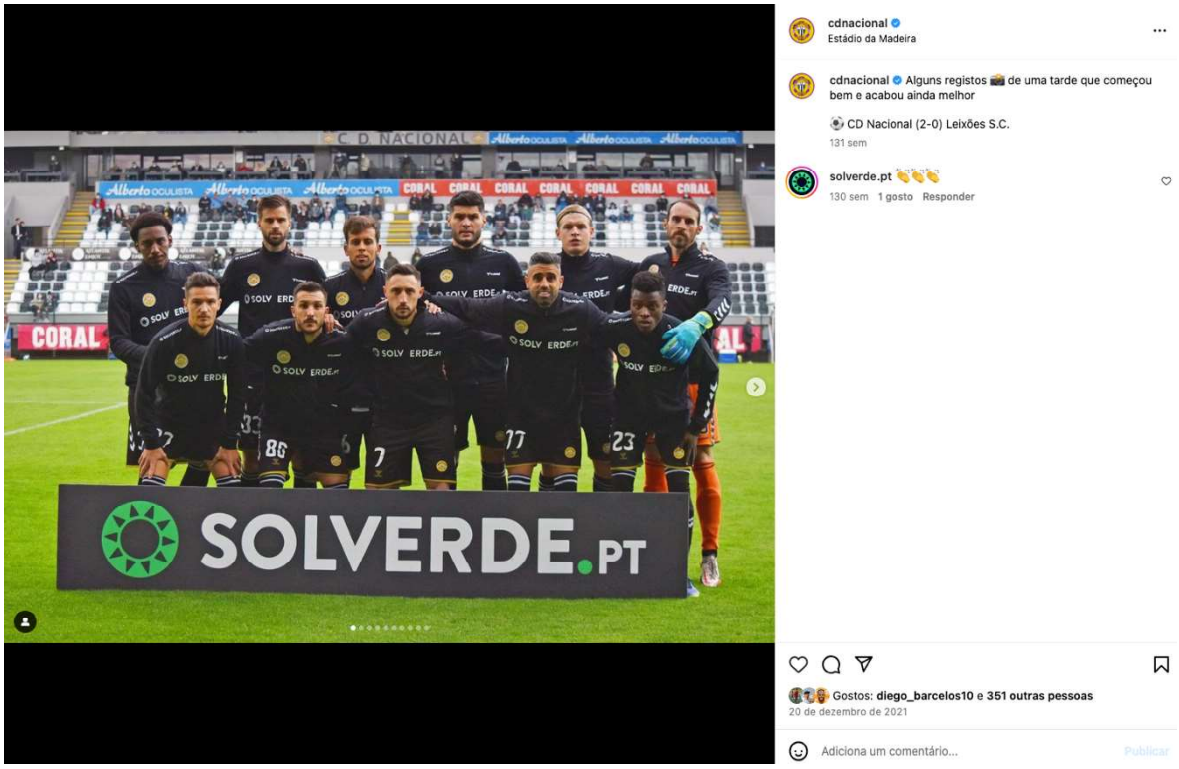
Post 995



Post 996



Post 997



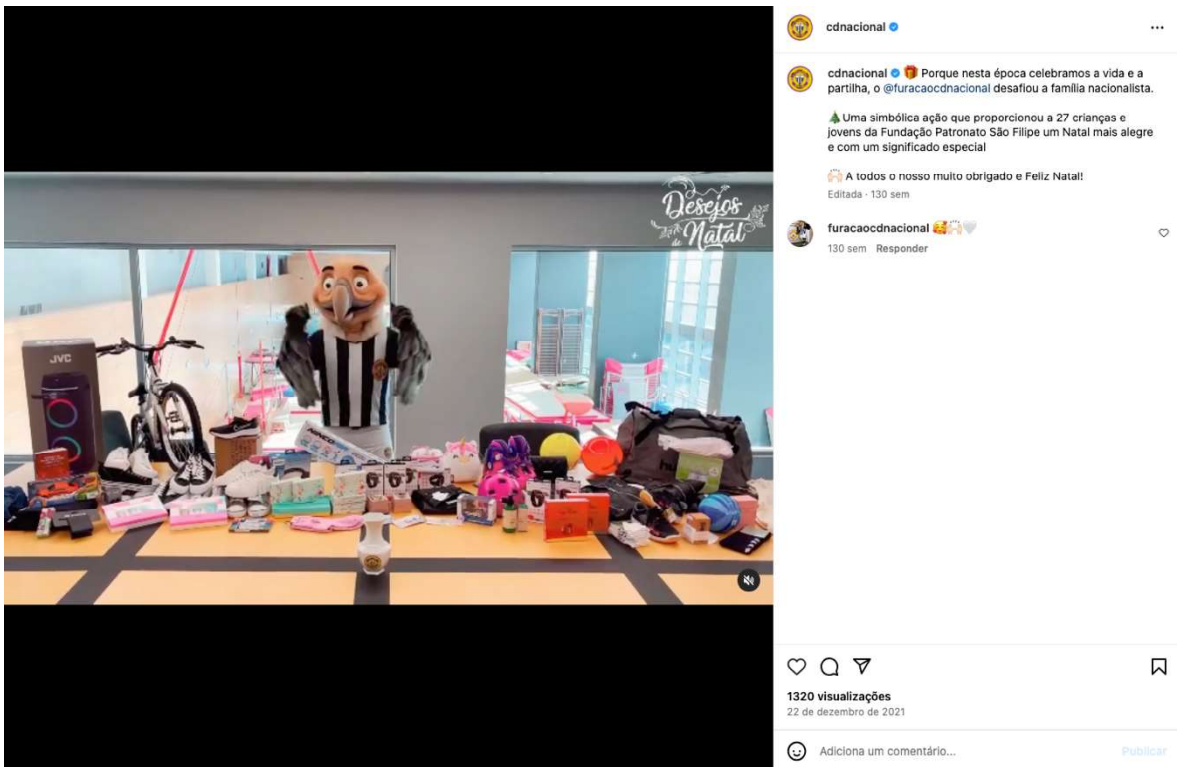
Post 998



Post 999



Post 1000



Post 1001



cdnacional

cdnacional 🎄🎁 Ganha uma aposta desportiva grátis no registo na Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial, com o código NACIONAL em www.solverde.pt
Só tens de ser um dos 200 primeiros! E a tua aposta será creditada em 24 horas!

✅ Com o teu registo também ganhas uma aposta sem risco garantida até 20€ e também 100 jogadas grátis em Casino só por te registares!

Termos e condições da oferta em: https://sol-ver.de/3yKUEyP

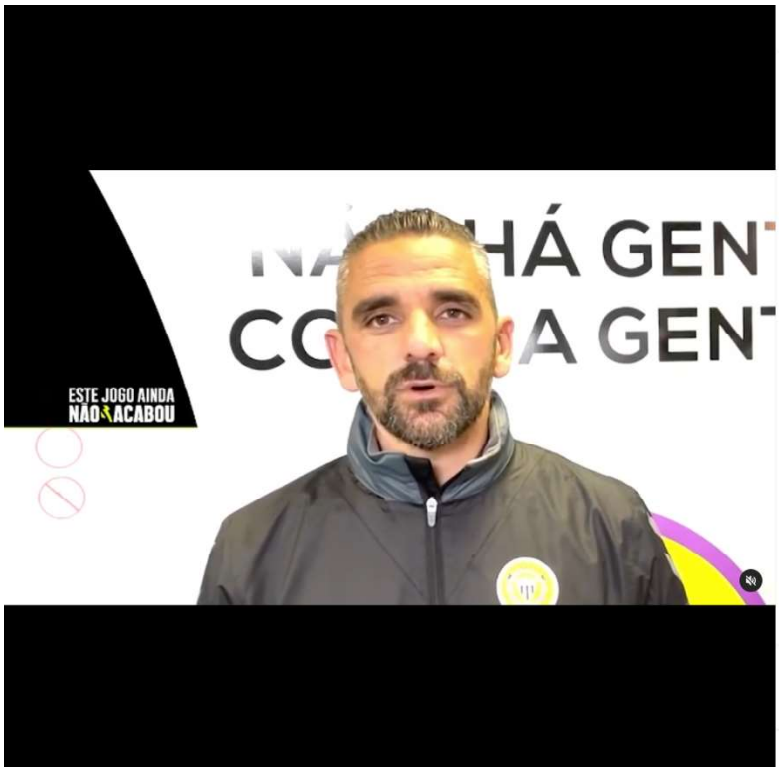
+18 | Joga por diversão, com moderação www.solverde.pt

Editada · 130 sem

117 gostos
23 de dezembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1002



cdnacional

cdnacional **Este jogo ainda não acabou** e a tática 🤦 só pode ser uma: fazer barreira ao vírus e atacar com segurança! 👏

Nesta época natalícia, Liga Portugal, DGS e Sociedades Desportivas voltam a unir-se na sensibilização para as medidas de prevenção e combate ao COVID-19.

Reduz a rede de contactos, realiza o teste e, em caso de sintomas, liga o 808 24 24 24.

Mais do que nunca, a saúde é o maior 🎁!

#LigaPortugal #EsteJogoAindaNãoAcabou #NataisemCOVID #FestejarsemCOVID

130 sem

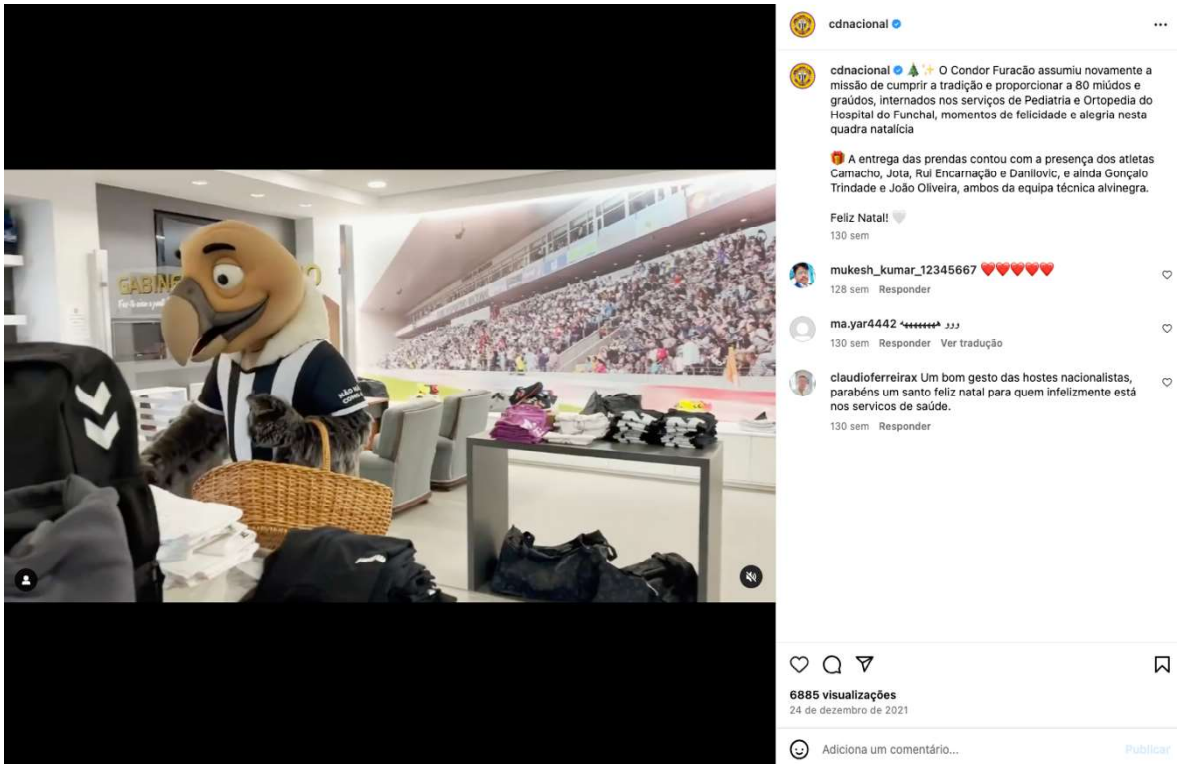
furacaocdnacional 👏 A saúde é a nossa maior vitória! 👍🏻

130 sem Responder

763 visualizações
24 de dezembro de 2021

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1003



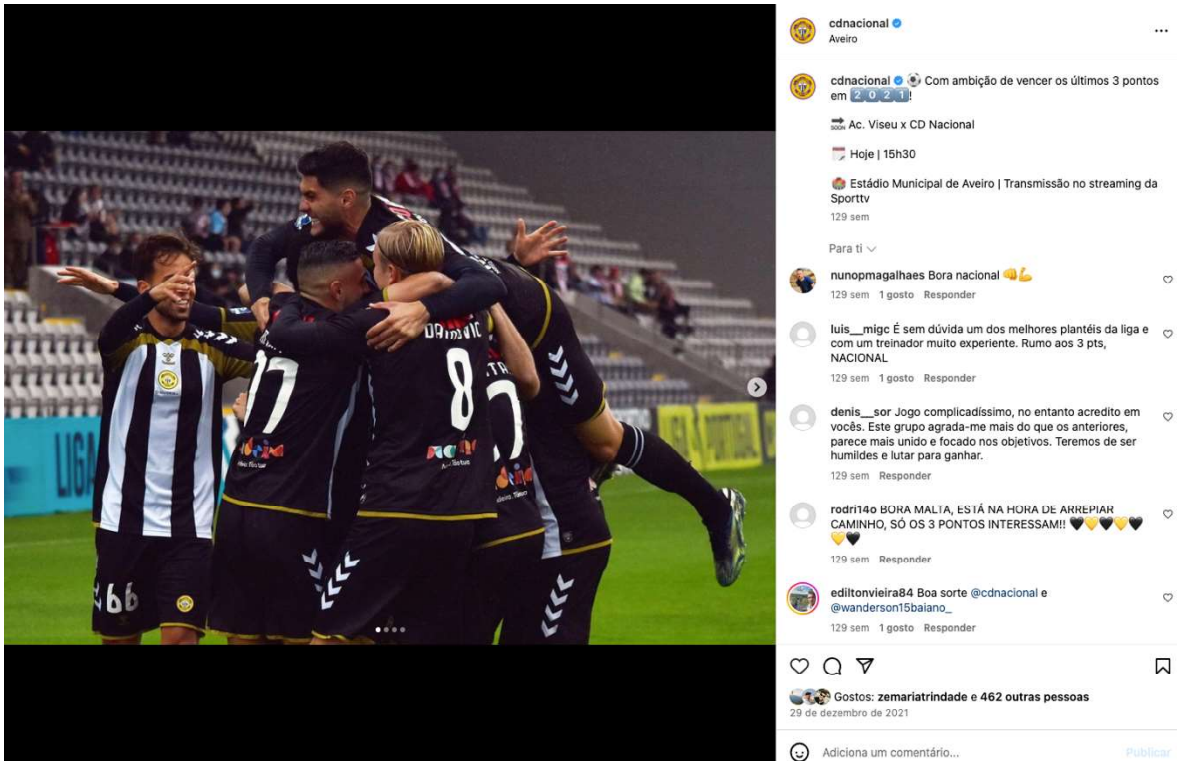
Post 1004



Post 1005



Post 1006



Post 1007



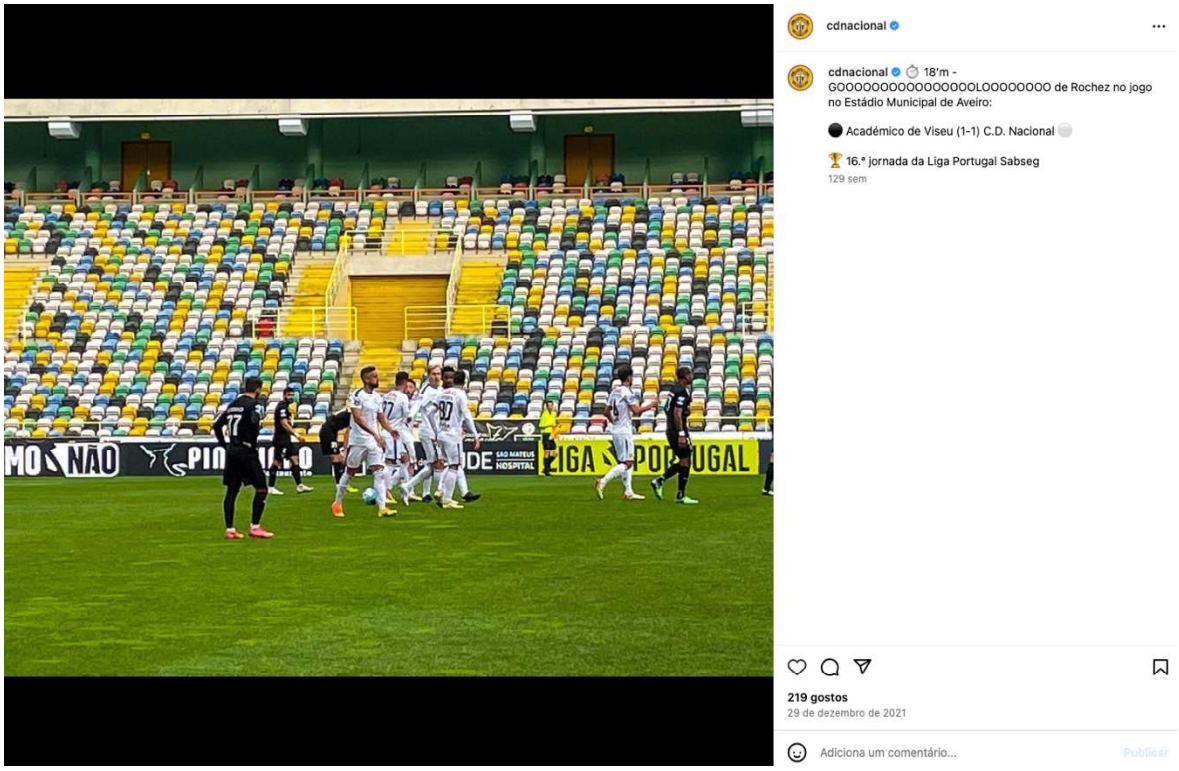


Post 1008

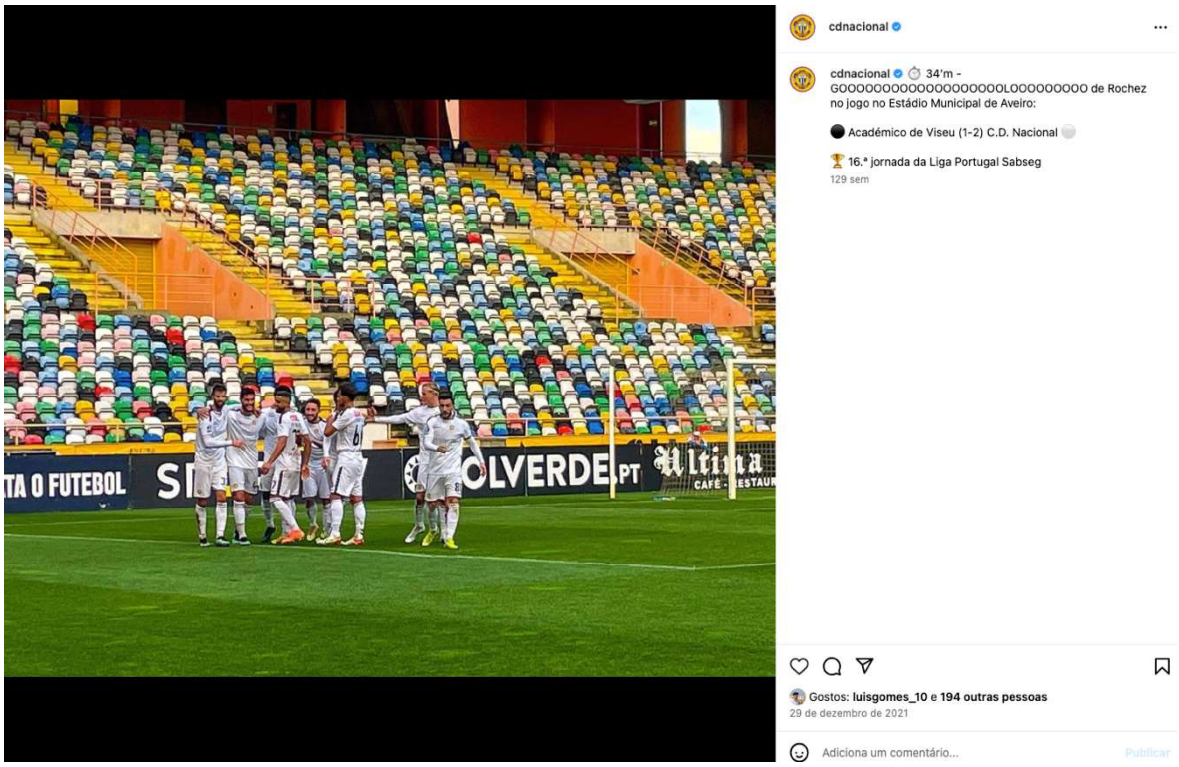




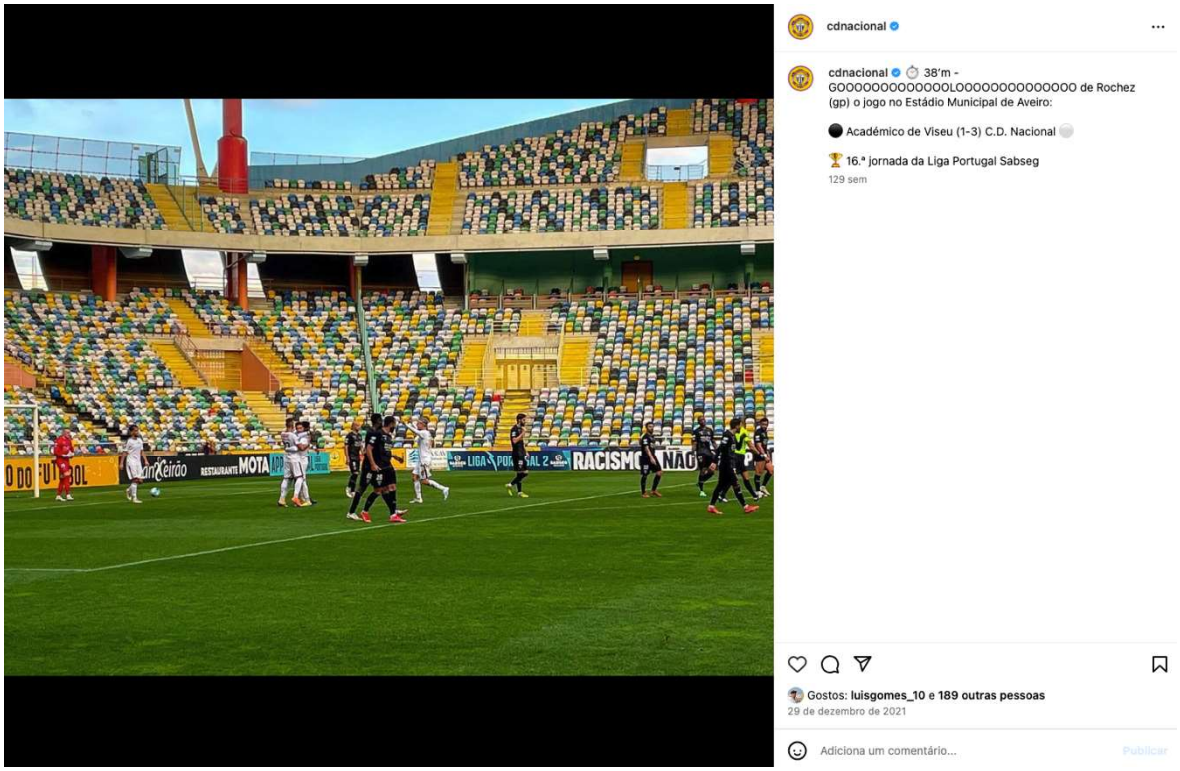
Post 1009



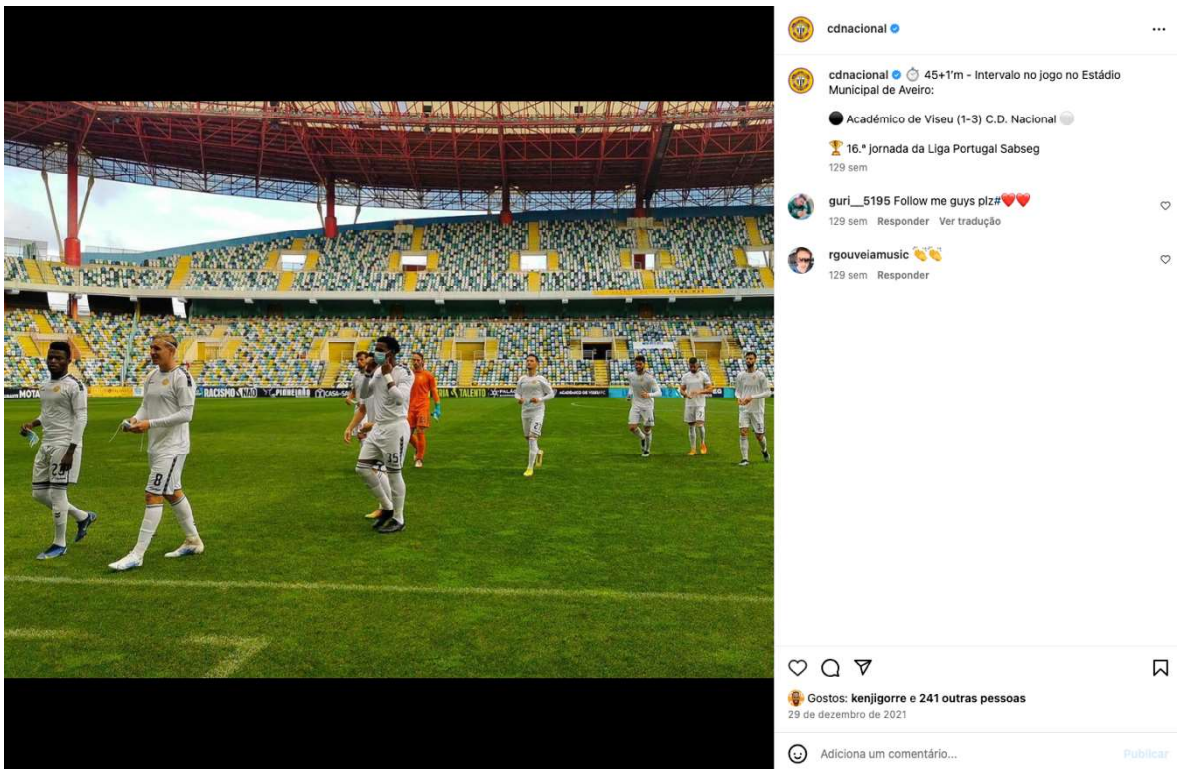
Post 1010



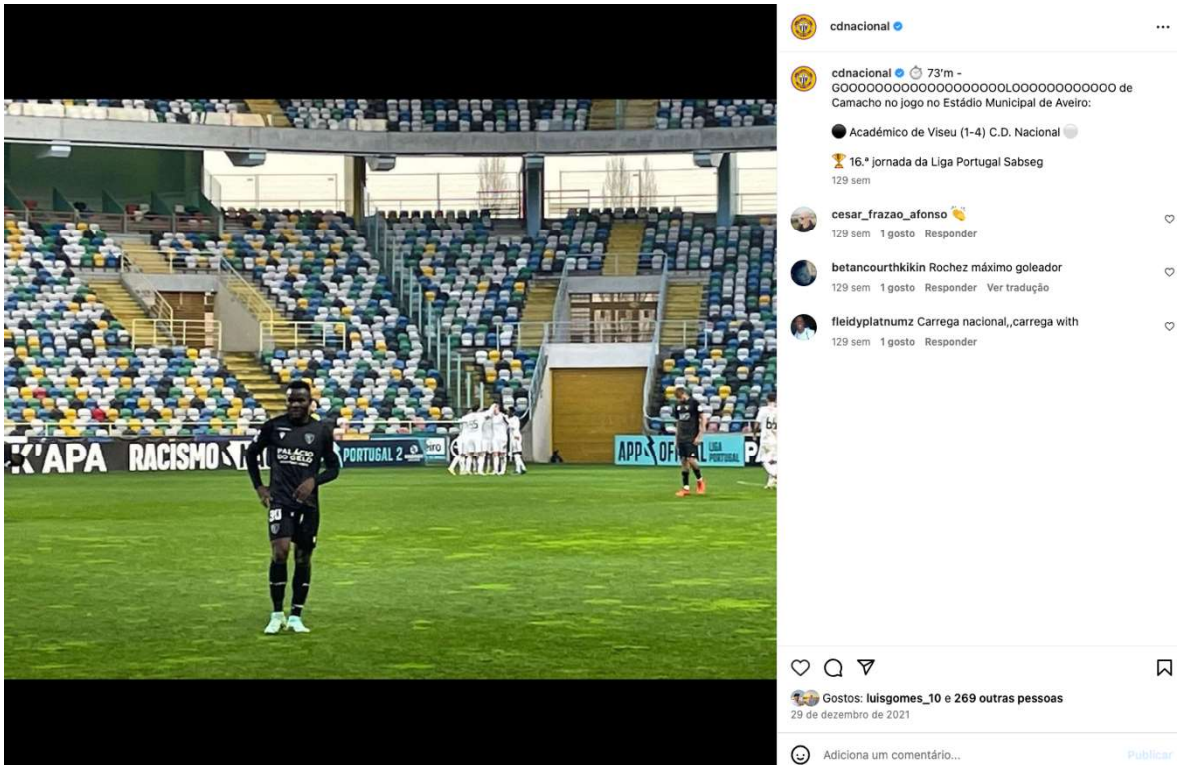
Post 1011



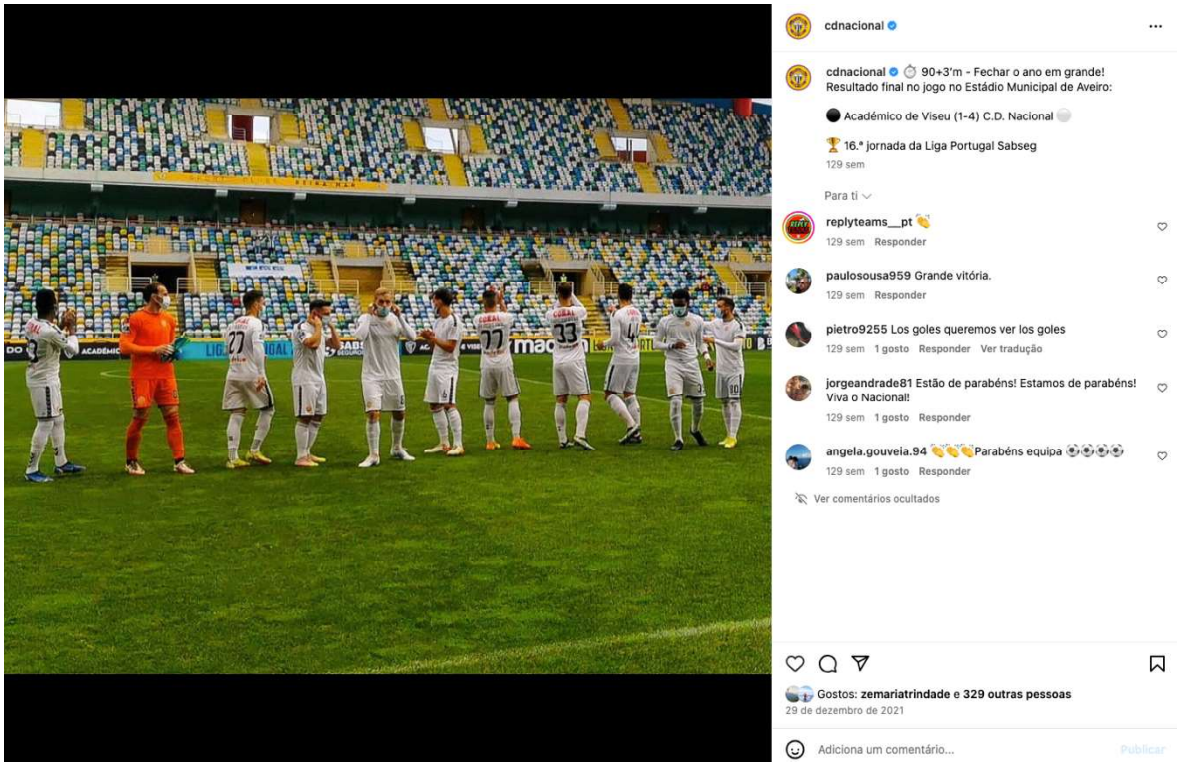
Post 1012



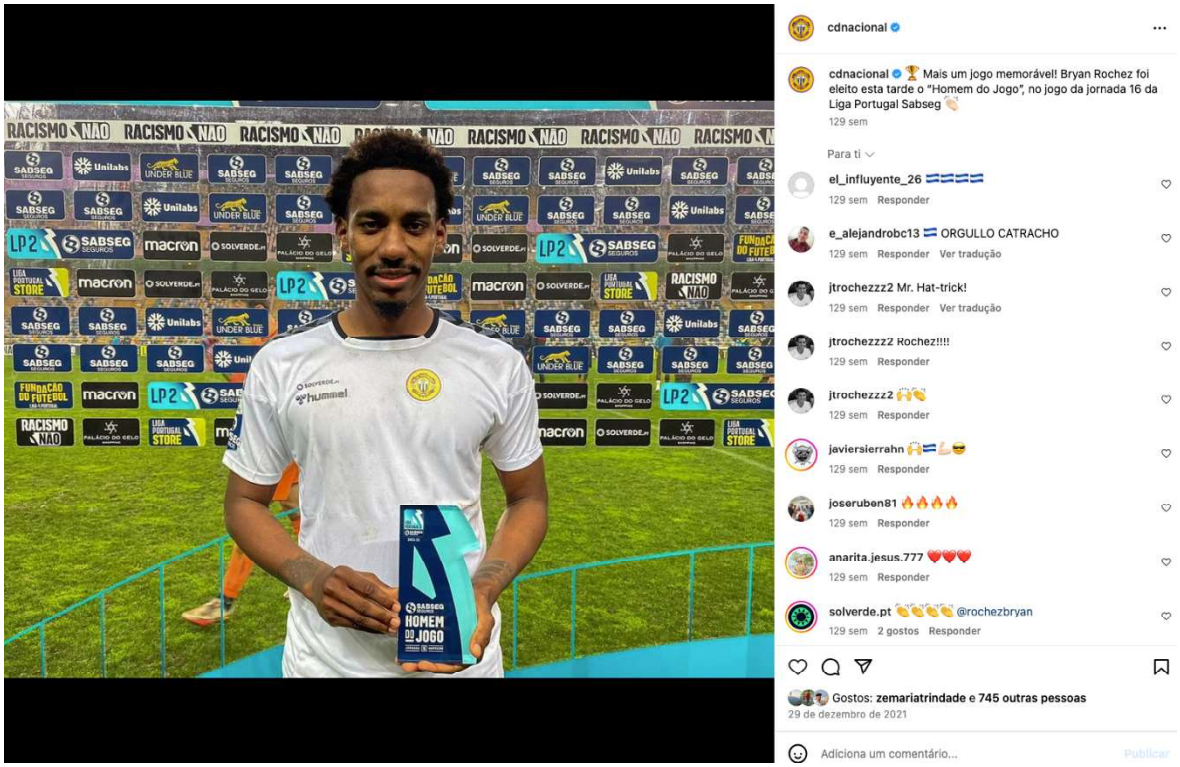
Post 1013



Post 1014



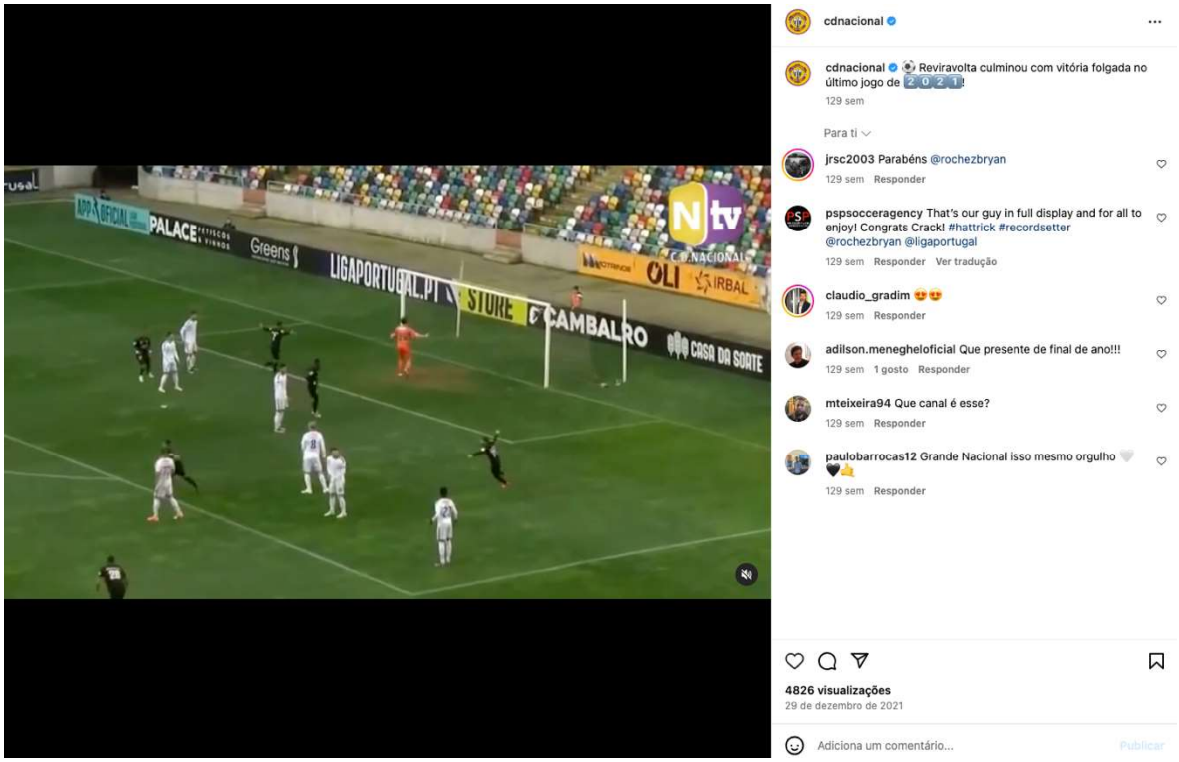
Post 1015



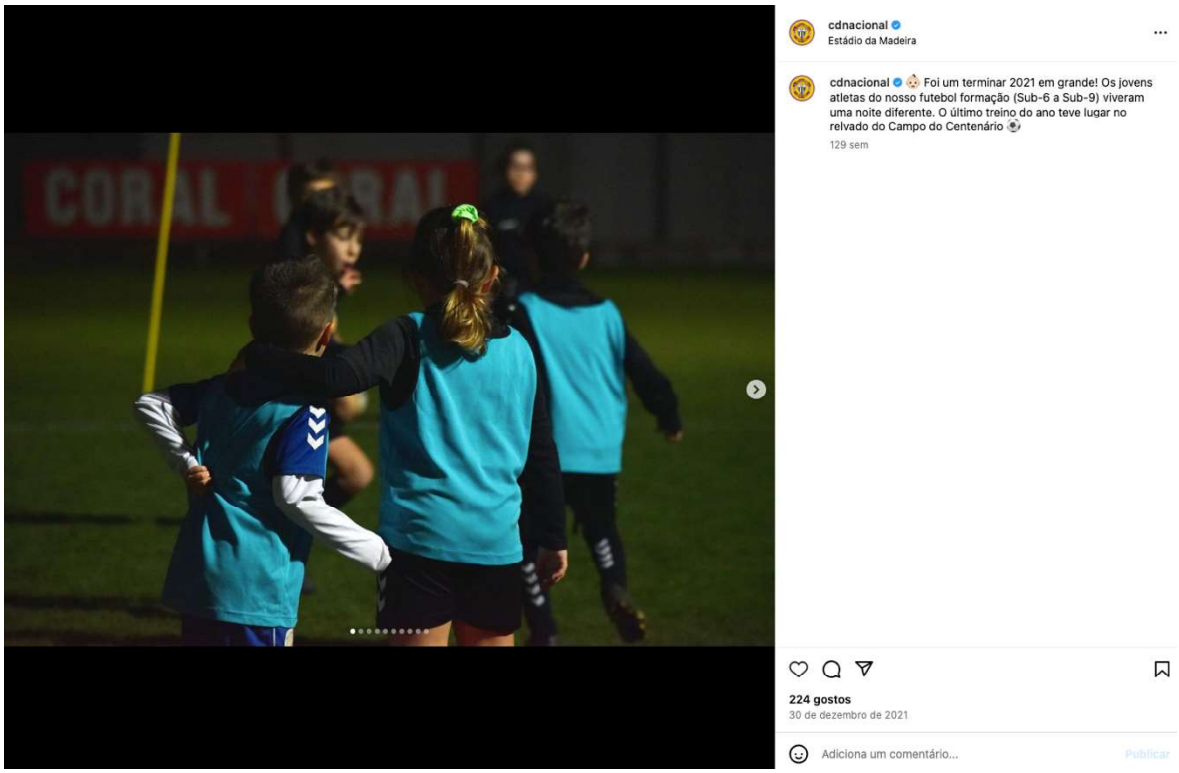
Post 1016



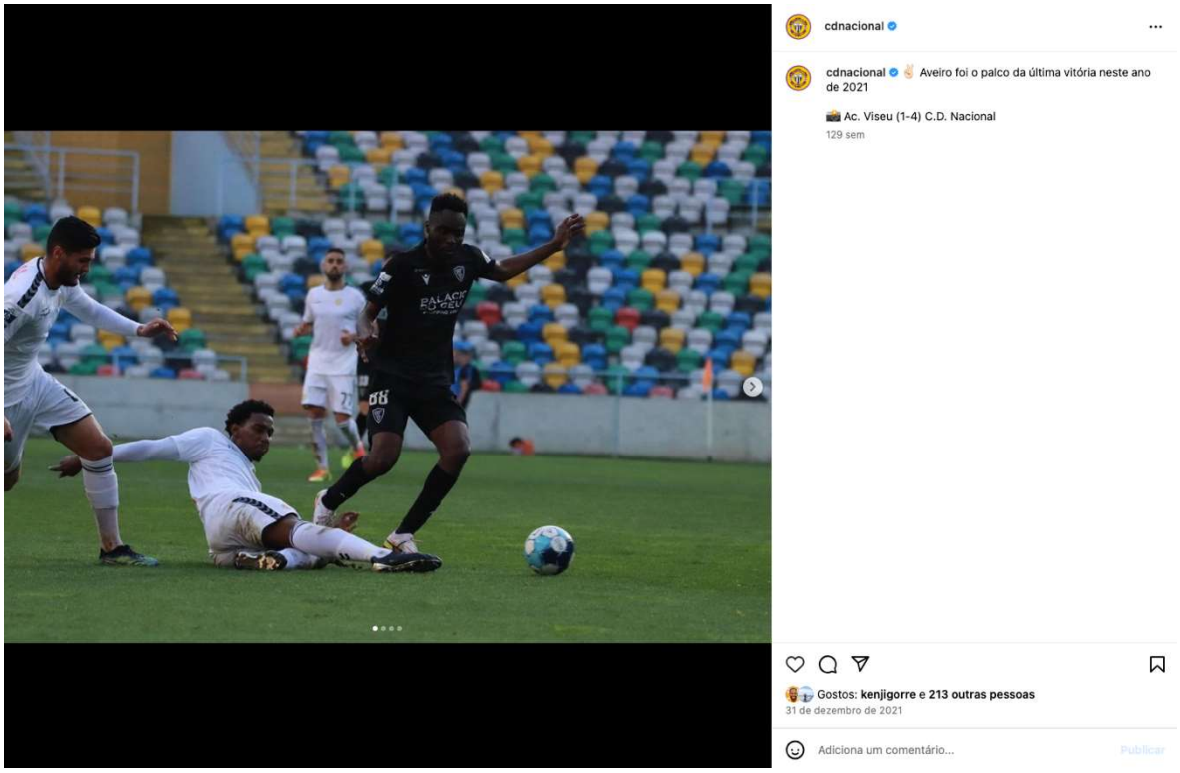
Post 1017



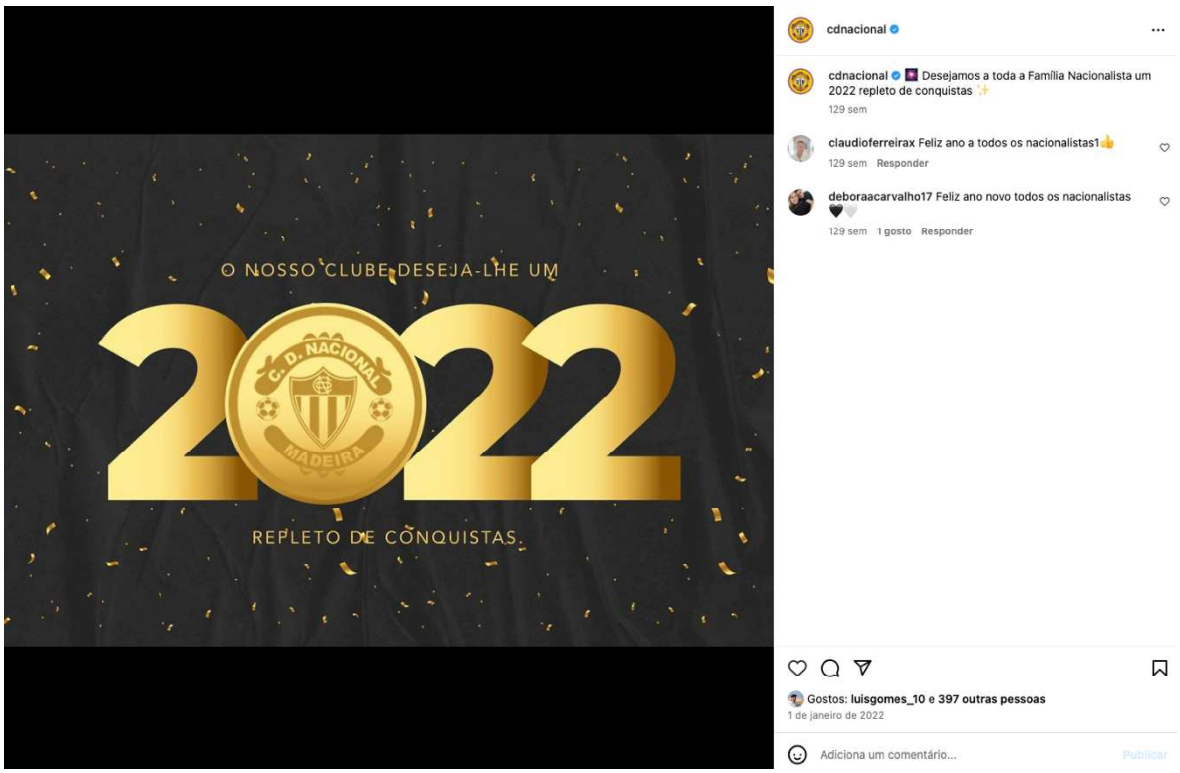
Post 1018



Post 1019



Post 1020



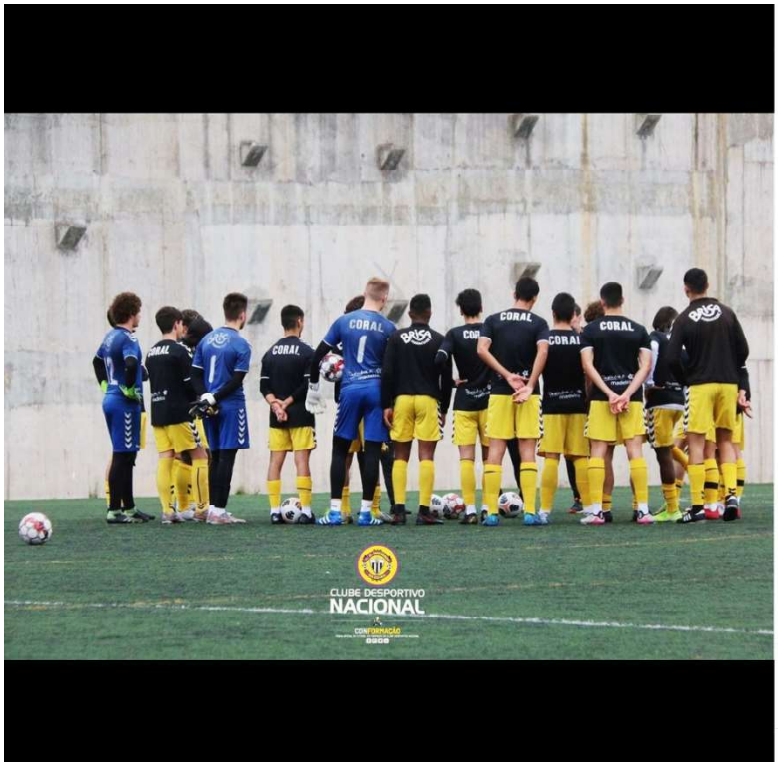
Post 1021



Post 1022



Post 1023



cdnacional

cdnacional 🗓️ Jogo dos Sub-19 com o Alverca alterado para as 17h00 deste sábado

📺 Sabe tudo em www.CDNacional.pt 📸 Obrigado, @fcalverca

128 sem

249 gostos

7 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1024



cdnacional

cdnacional ⚽ Começa o ano em grande com uma aposta sem risco até 20€ e aposta no nosso clube. Ganha ou ganha na Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial.

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em @solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€!

Aproveita a oferta e descobre as melhores odds em apostas desportivas!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 128 sem

Para ti

doesfootballreply Will @cdnacional reply? 🤴 💪
128 sem Responder Ver tradução

broyeurmortel 👊
128 sem Responder

comedy__boy___2x Follow me
128 sem Responder

comedy__boy___2x Follow me guys
128 sem 1 gosto Responder Ver tradução

comedy__boy___2x Guys
128 sem 1 gosto Responder Ver tradução

comedy__boy___2x Follow me
128 sem Responder

comedy__boy___2x I am gay

141 gostos

8 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

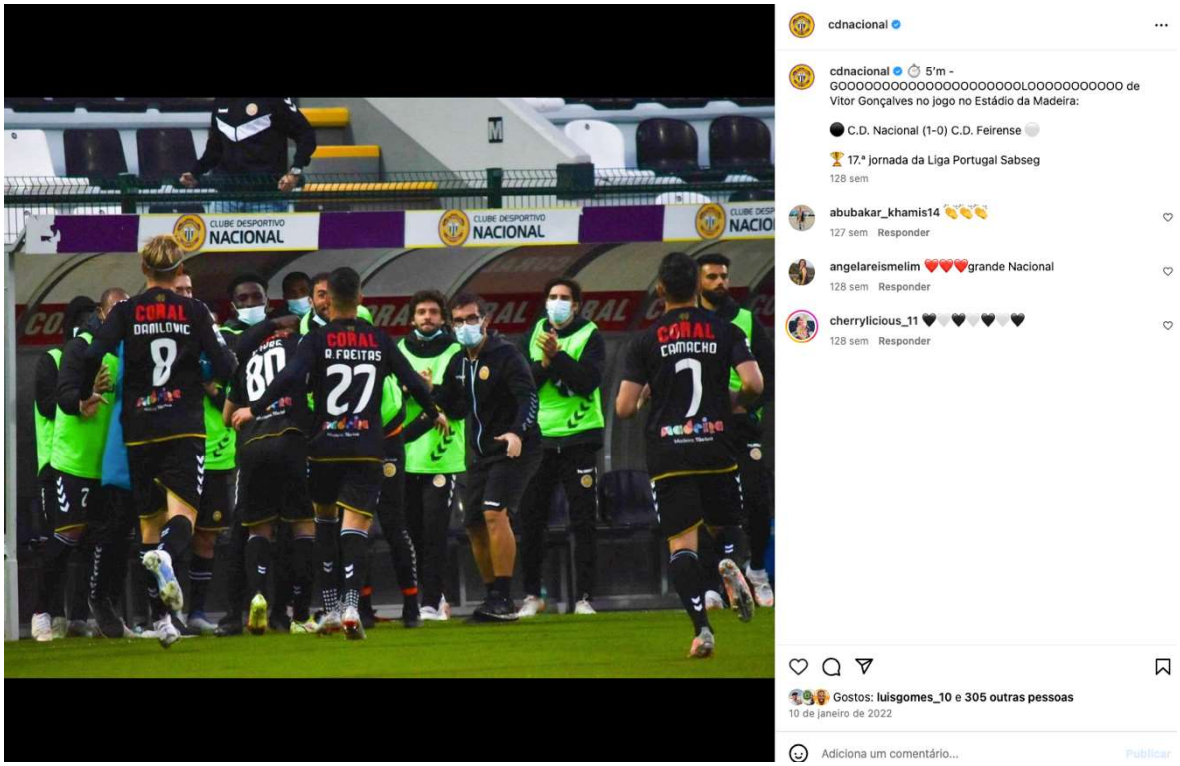
Post 1025



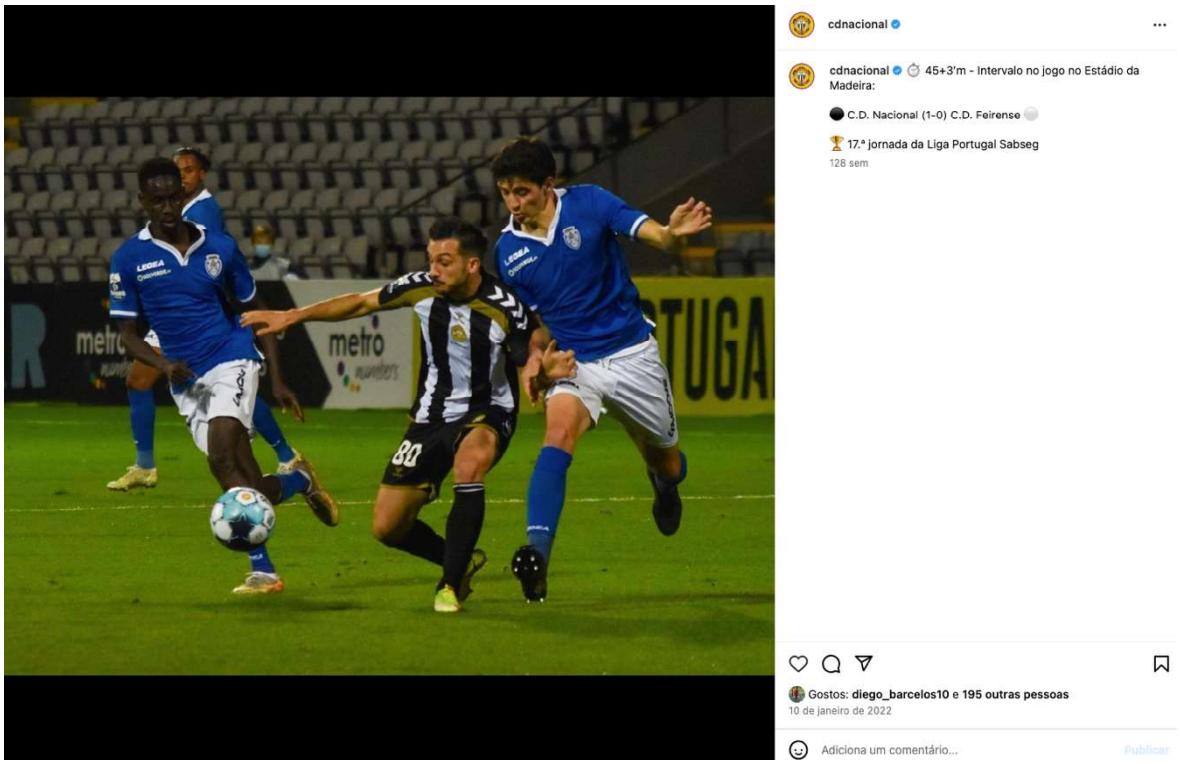
Post 1026



Post 1027



Post 1028



Post 1029



cdnacional

cdnacional ⏱ 72'm - GOOOOOOOOOOOOOOOLOOOOOOO de Rui Correia no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (2-0) C.D. Feirense

🏆 17.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

128 sem

Para ti

rfreitasabreu1972 Melhor resultado que exibição.
128 sem Responder

luisbdenobregateixeira Vamos nacional rumo ao primero lugar e a primeira divisao
128 sem Responder

o_nunocarvalho_37 Rumo à 1 liga!!
128 sem Responder

marioreis95 O António Filipe acho que ter uma cama com lençóis e tudo no próximo jogo... ao q ele se deita! Aproveitem as viagens de avião para o continente pq será a vossa única subida esta época
128 sem Responder

Ver respostas (4)

claudioferreirax Grande golo de antologia, rui correia.
128 sem Responder

_investidor__ Golo não... Golaço😍
128 sem Responder

Ver comentários ocultados

Gostos: **loupestana** e **441 outras pessoas**
10 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1030



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+7'm - Mais uma ronda ganha! 👊 Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (2-1) C.D. Feirense

🏆 17.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

128 sem

Para ti

replyteams__pt 👏
127 sem Responder

churrica1960 Não posso com estes comentadores da Sporttv. Principalmente aquele que já treinou o Nacional. Parece que lhe ficou alguma espinha na garganta
128 sem Responder

jrsc2003 ENORMES... VAMOSSSS #RUMOAPRIMEIRA
128 sem Responder

claudioferreirax Carrega nacional👏
128 sem Responder

rgouveiamusic 🙌👏
128 sem Responder

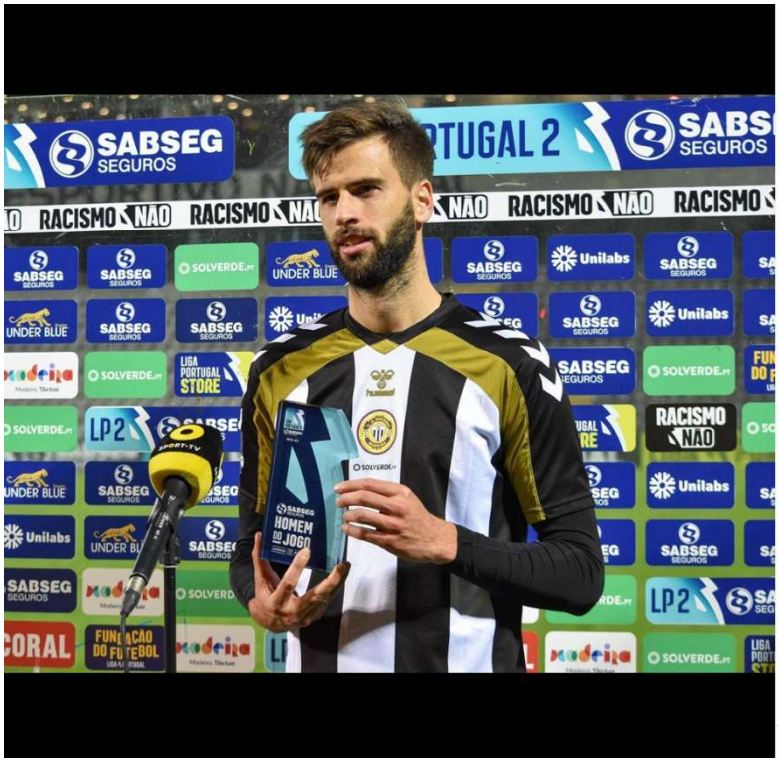
rgouveiamusic 🙌👏
128 sem Responder

tiagoassuncao900 Um exelente jogo de futebol de ambas as partes tirando o que o guarda redes de melhor sabe fazer que é puro Anti jogo tirando isso não sabe fazer mais nada e temos que ser corretos e o futebol português está cada vez a perder mais ritimo derivado a este tipo de situações

Gostos: **diego_barcelos10** e **417 outras pessoas**
10 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1031



cdnacional

cdnacional 🏆 Marcou um golaço que ficará para a história! Rui Correia foi eleito esta noite o "Homem do Jogo", no jogo da jornada 17 da Liga Portugal Sabseg 👏
128 sem

Para ti

teresafsfernandes 👏👏👏👏👏
127 sem Responder

joaogomes2010 Parabéns Rui Correia. Para além deste bonito golo, sempre demonstraste grande qualidade na marcação de livres, quando representaste o Nacional em outras épocas. Gostaria de ver novamente a fazeres isso e a nos dar alegrias idênticas levando o Nacional a muitas vitórias.
127 sem Responder

adao6905 Grande sentido de oportunidade 👏👏👏
127 sem Responder

rafaelrodrigues1980 Top 💪
127 sem Responder

rodrigues.ana56.ar Parabéns
127 sem Responder

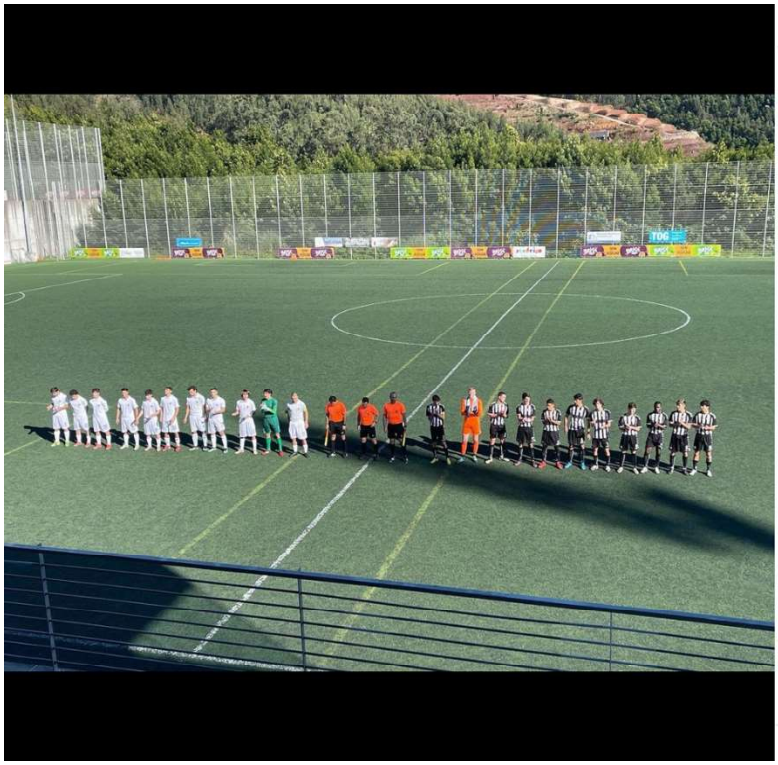
luciaencarnacao ❤️❤️❤️❤️
127 sem Responder

luciaencarnacao Parabéns Rui Correia sempre gostei de ti e de todos felicidades Nacional
127 sem Responder

Gostos: **diego_barcelos10** e **493 outras pessoas**
10 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1032



cdnacional

cdnacional 🏆 JUNIORES | Jornada 14 da I Divisão Nacional Sub-19:

⚽ 5'm- Já se joga no CR Campus Futebol:

⚽ C.D. Nacional (1-0) Académica

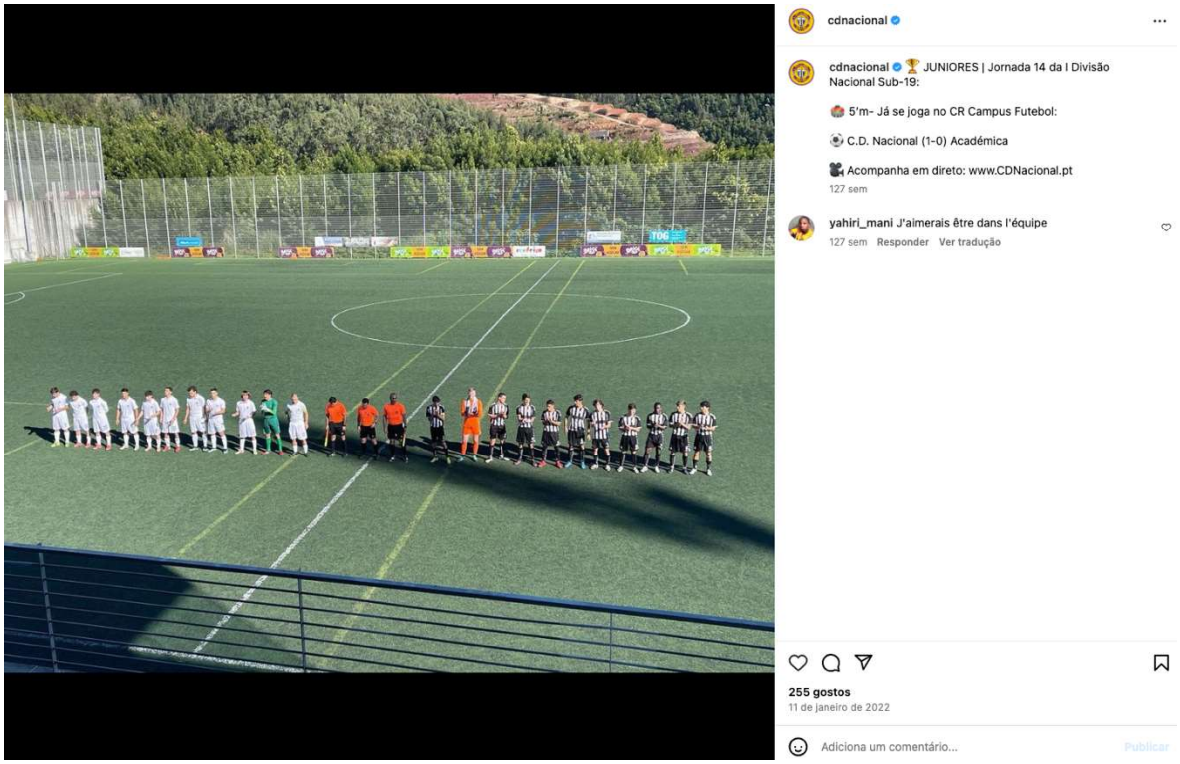
📹 Acompanha em direto: www.CDNacional.pt
127 sem

yahiri_mani J'aimerais être dans l'équipe
127 sem Responder Ver tradução

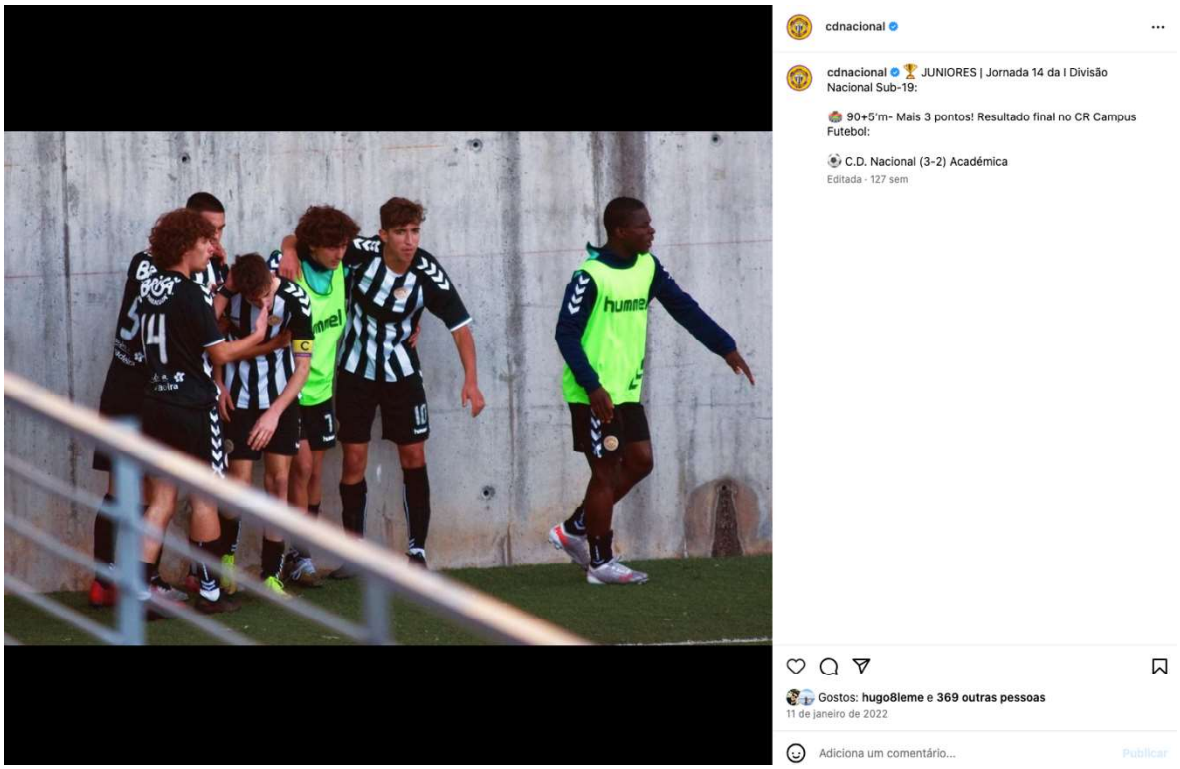
255 gostos
11 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

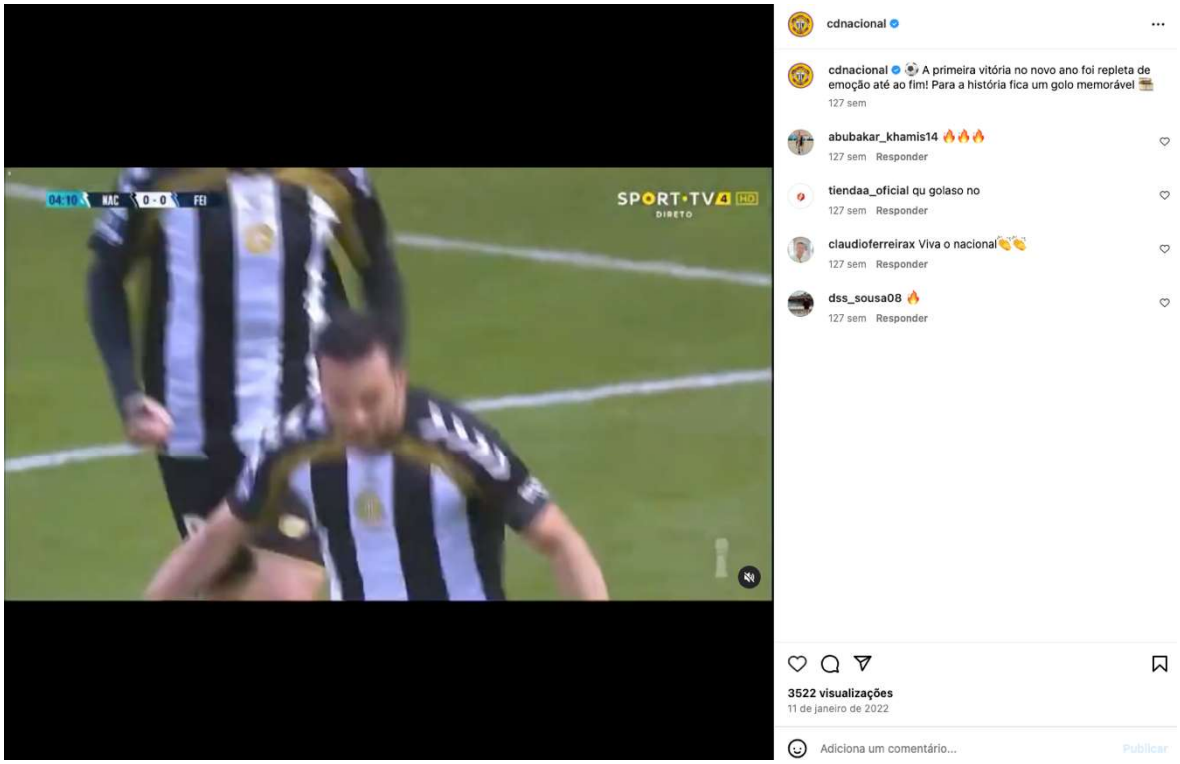
Post 1033



Post 1034



Post 1035

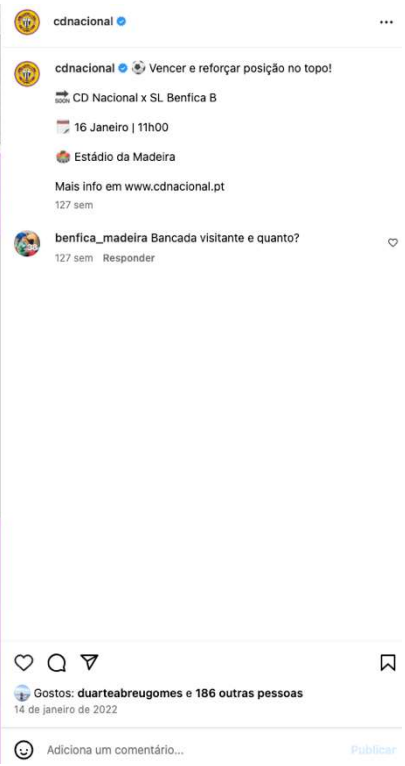


Post 1036

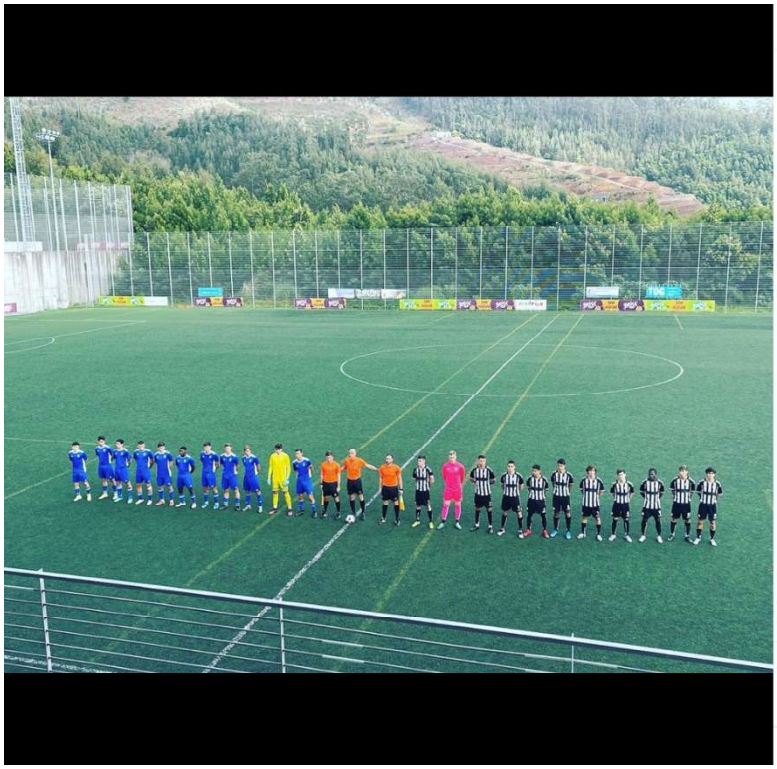


Post 1037



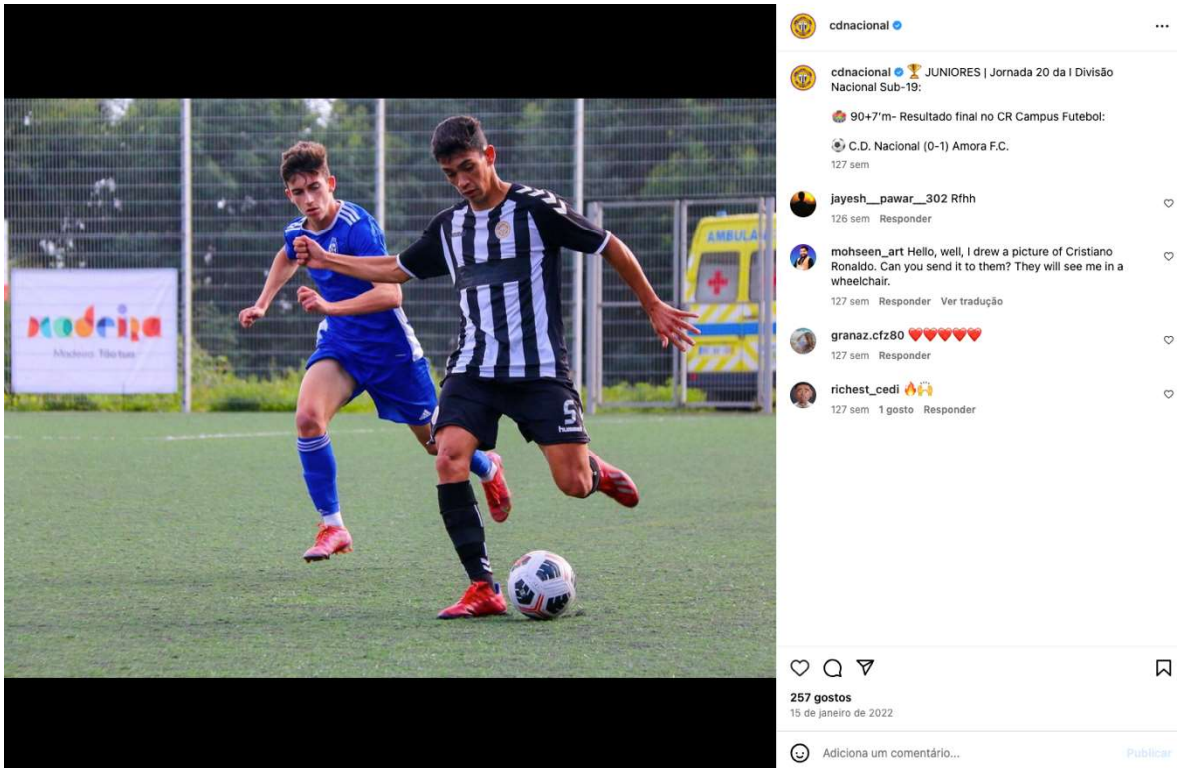


Post 1038

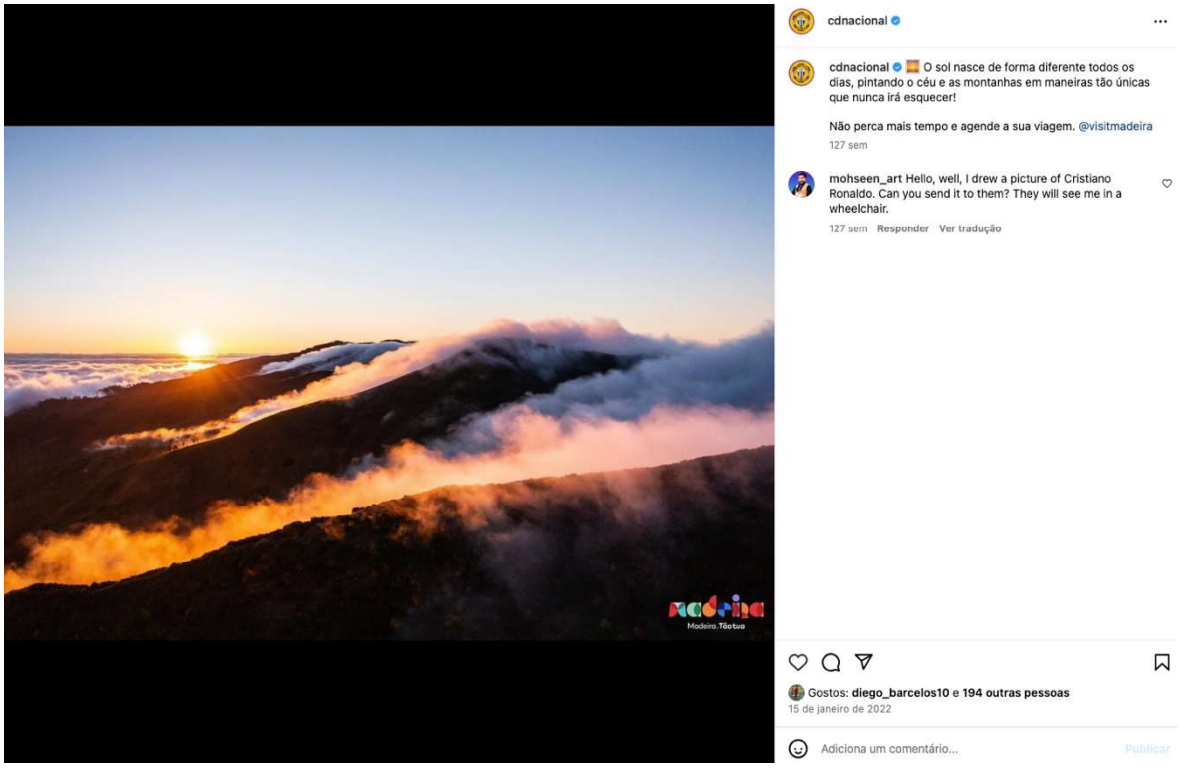




Post 1039



Post 1040



Post 1041



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Arrancar a 2.ª volta a festejar mais um triunfo

Domingo | 11h00
127 sem

richest_cedi Seconds
127 sem 2 gostos Responder Ver tradução

Gostos: **luisgomes_10** e **373 outras pessoas**
15 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1042



cdnacional

cdnacional 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (vs) S.L. Benfica

18.ª jornada da Liga Portugal Sabseg
127 sem

143 gostos
16 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

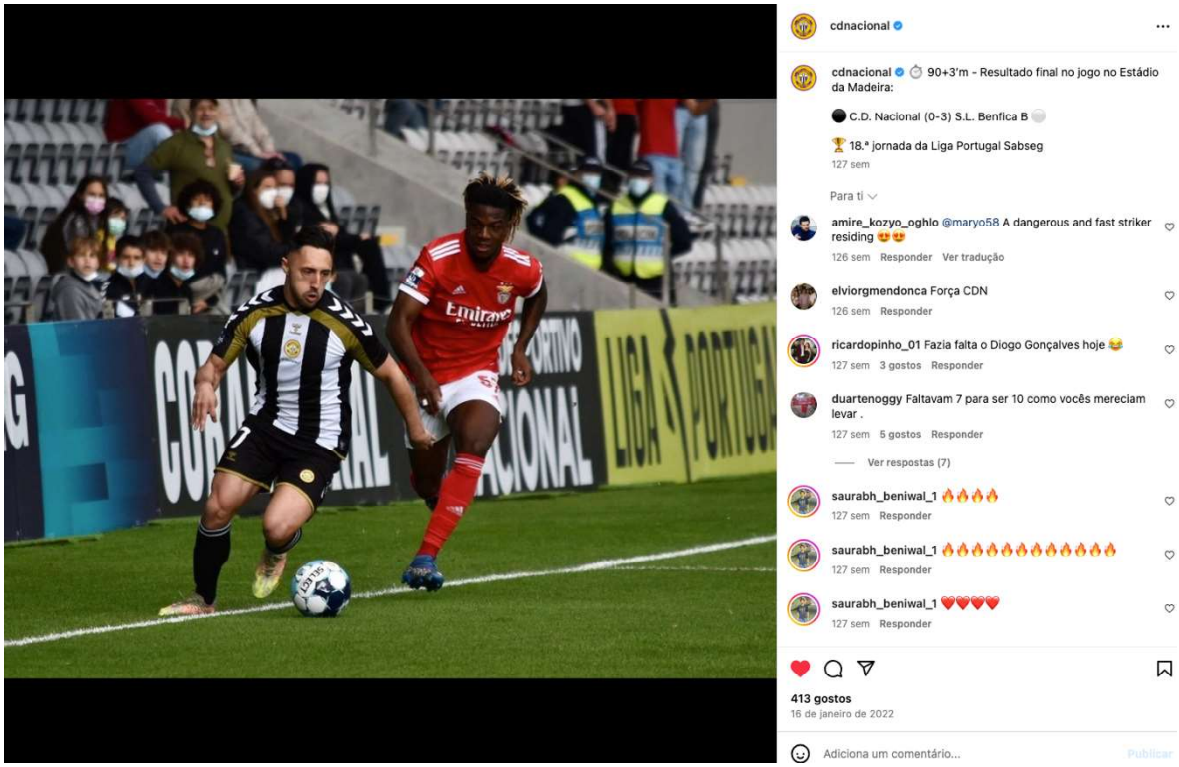
Post 1043



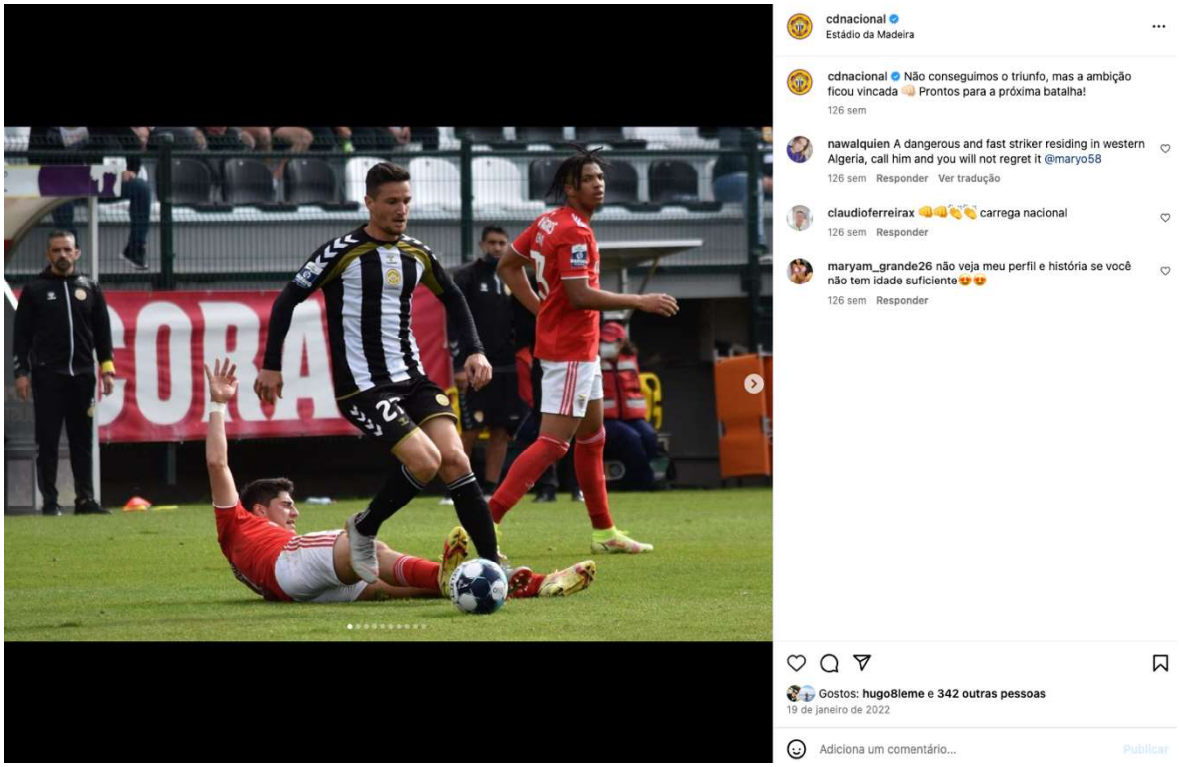
Post 1044



Post 1045



Post 1046



Post 1047



cdnacional

cdnacional ⚽ Ganha uma aposta sem risco até 20€ para as tuas apostas desportivas, na Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial! Como? Fácil:

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e odds em apostas desportivas na @solverde.pt!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 126 sem

78 gostos
21 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1048



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio Municipal de Rio Maior:

U.D. Vilafranquense (vs) C.D. Nacional

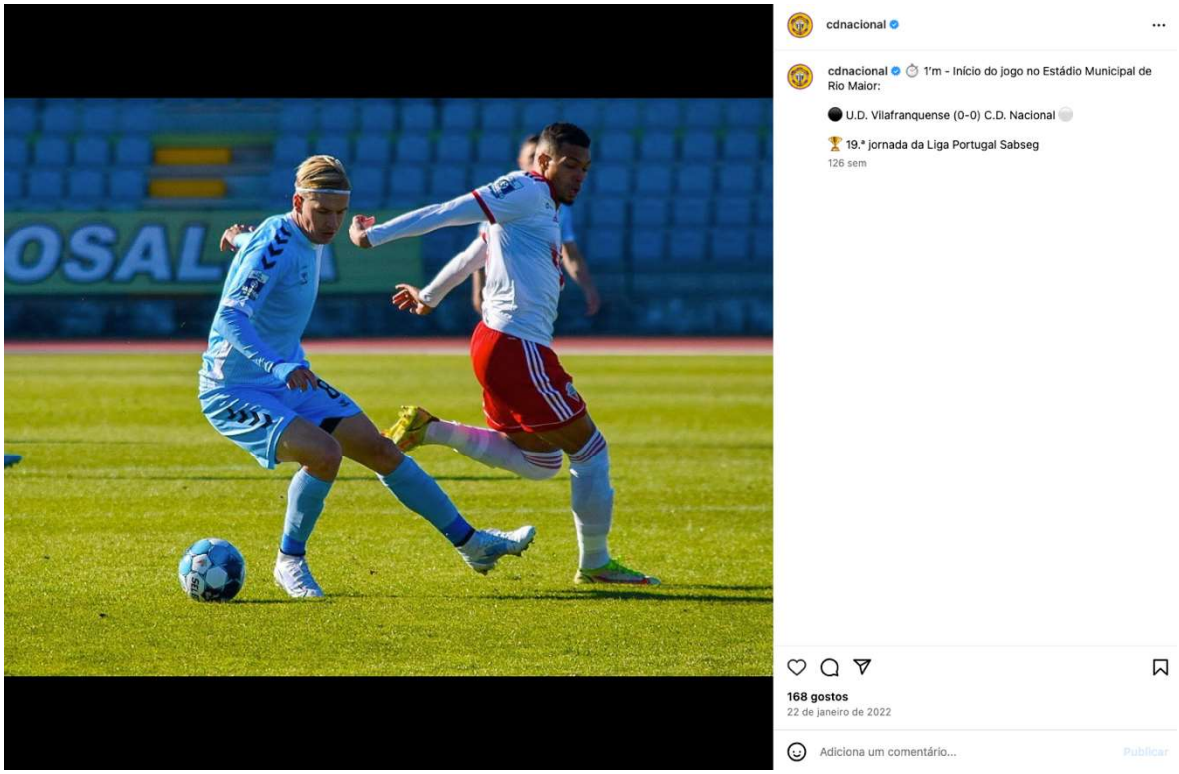
🏆 19.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

126 sem

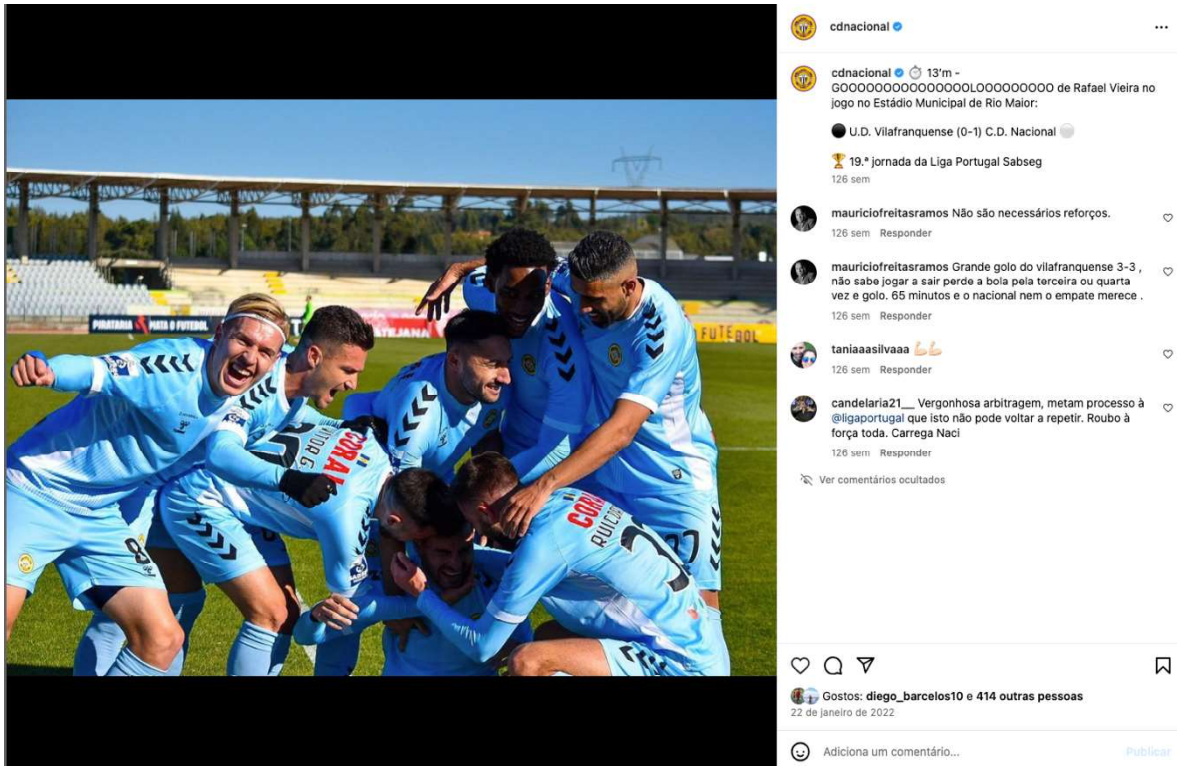
131 gostos
22 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1049



Post 1050



Post 1051



Post 1052



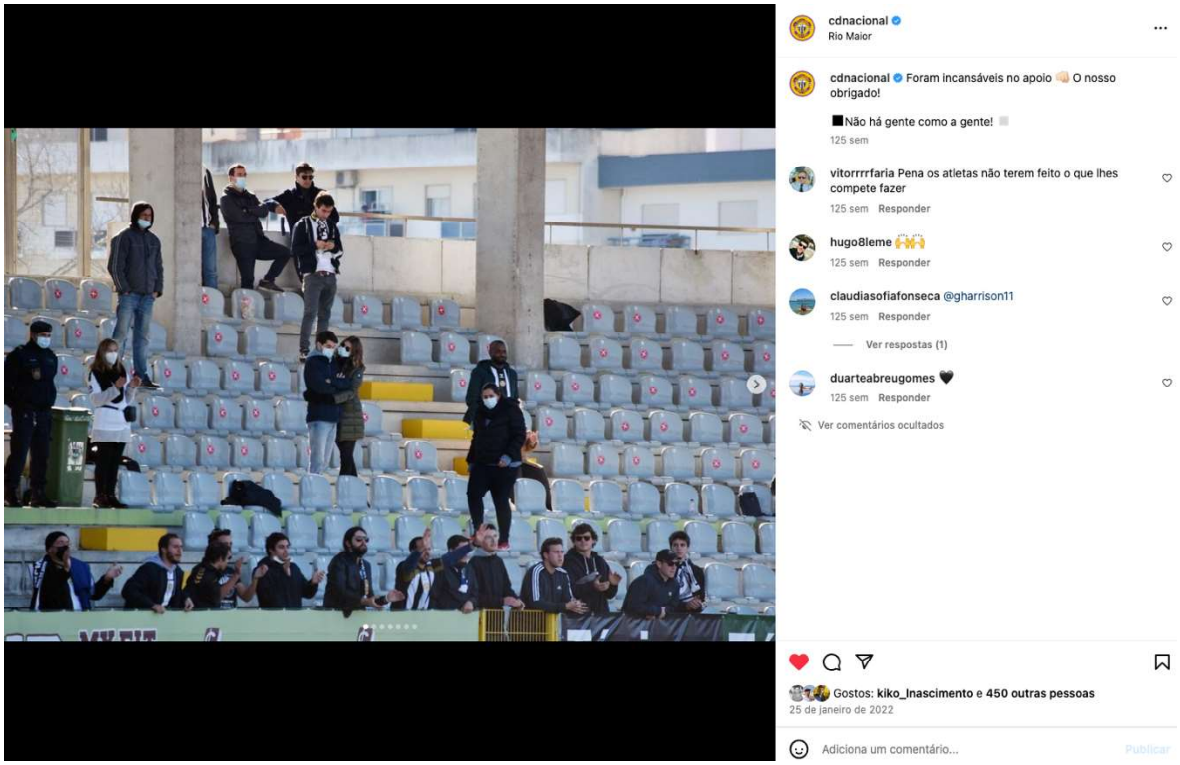
Post 1053



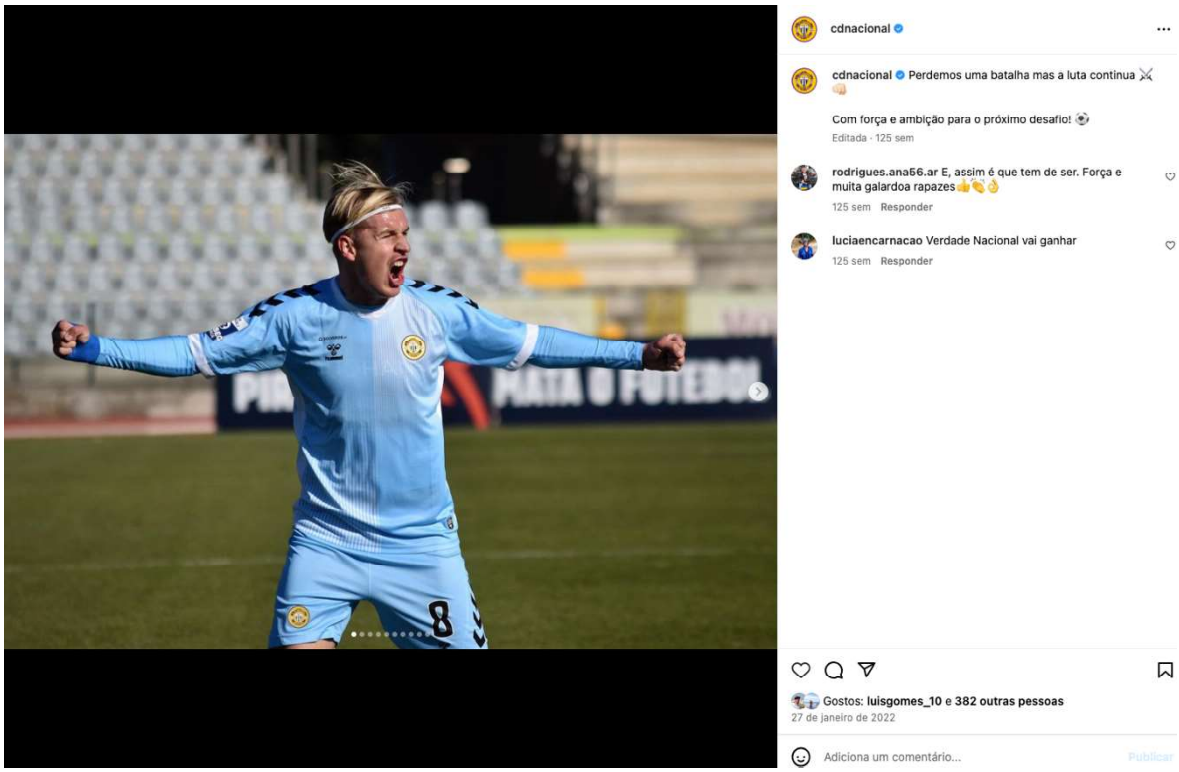
Post 1054



Post 1055

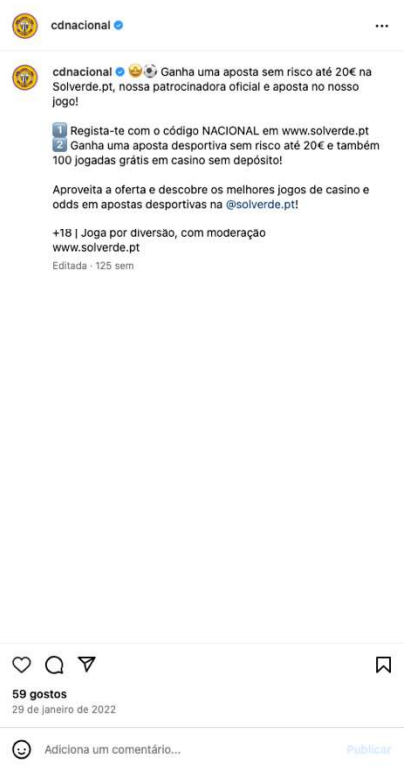


Post 1056

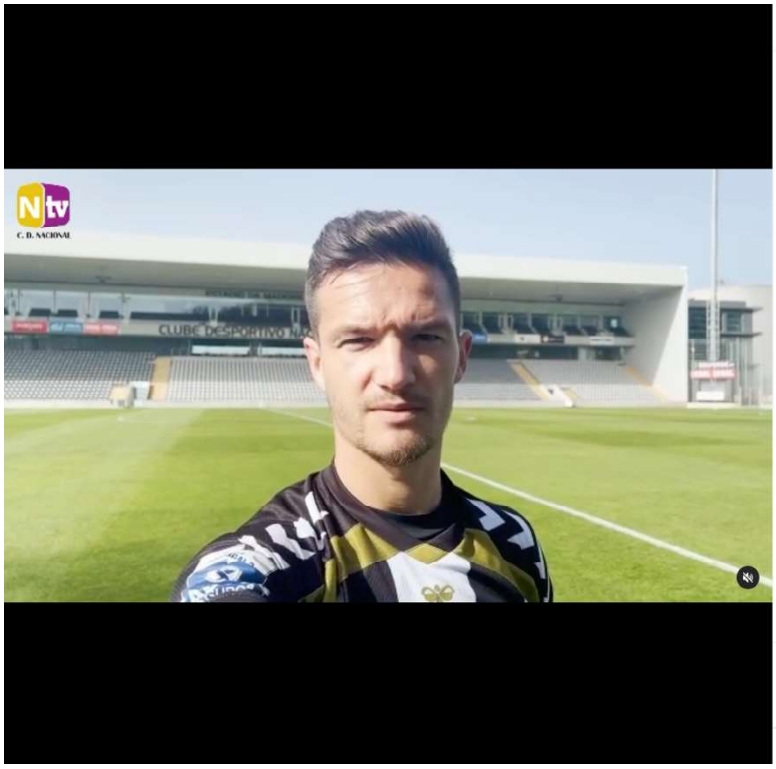


Post 1057





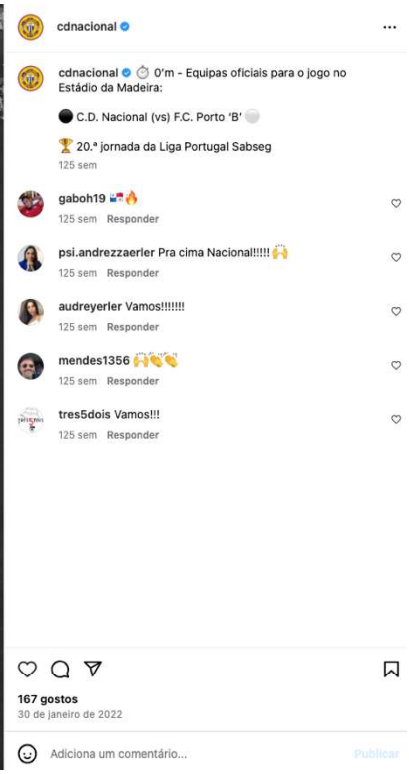
Post 1058





Post 1059



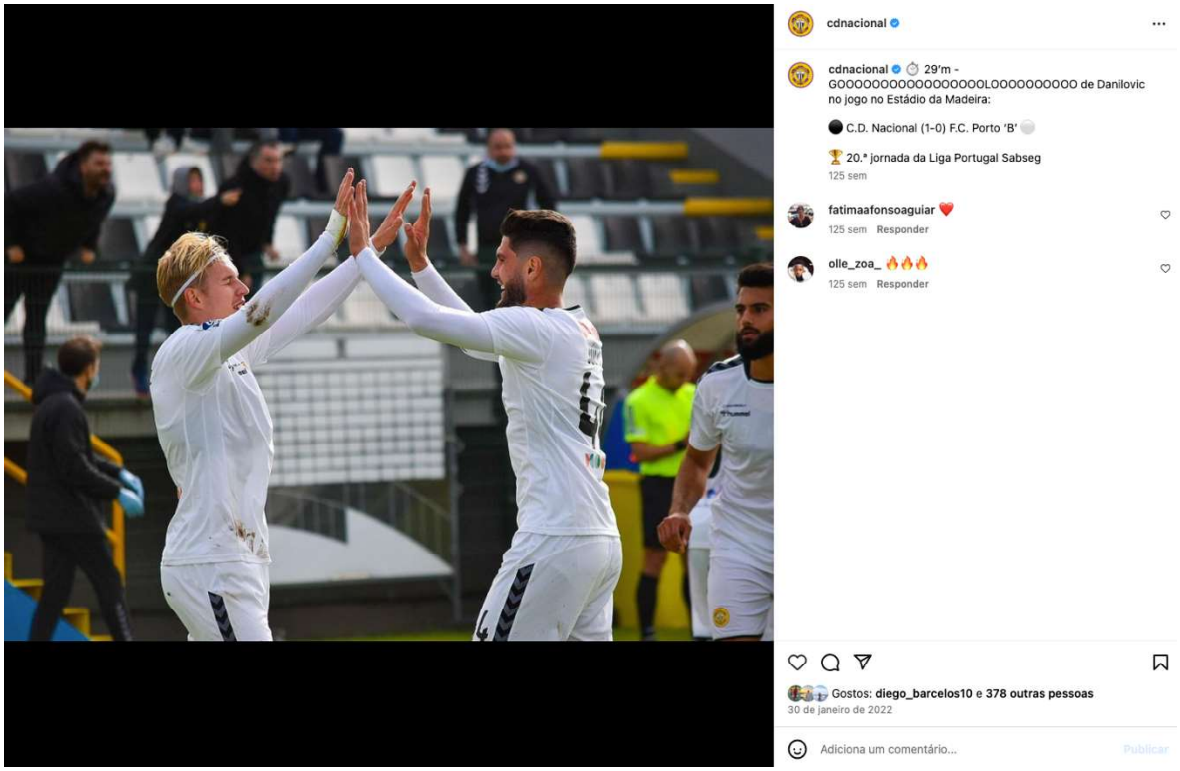


Post 1060





Post 1061



Post 1062



Post 1063



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+6'm - Mais 3 importantes pontos! 🙌
Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:

⚫ C.D. Nacional (1-0) F.C. Porto 'B' ⚪

🏆 20.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

125 sem

replyteams__pt 👏
125 sem Responder

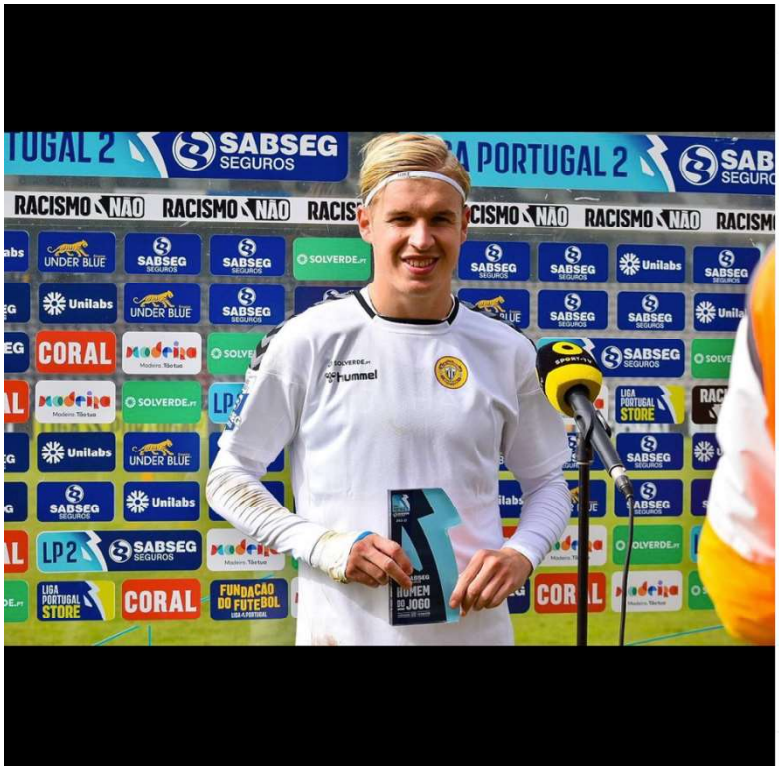
official_b._otega8 👏👏👏
125 sem Responder

paulo_s_gouveia 👏👏👏
125 sem Responder

Gostos: **luisgomes_10 e 300 outras pessoas**
30 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1064



cdnacional

cdnacional 🏆 Marcou e esteve mais uma vez em destaque. Danilović foi eleito esta tarde o "Homem do Jogo", no jogo da jornada 20 da Liga Portugal Sabseg 👏
125 sem

antony977655 Tais de parabéns irmão 🥰🫶
125 sem 1 gosto Responder

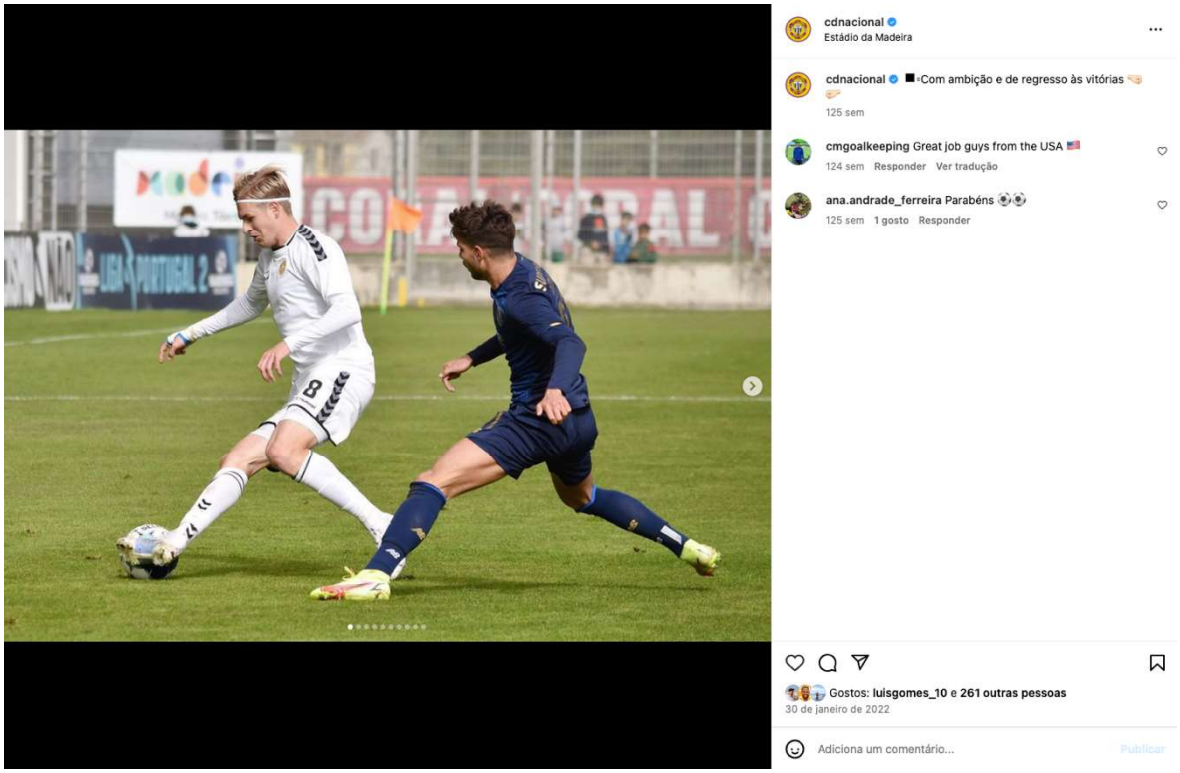
mendes1356 👏👏👏
125 sem 1 gosto Responder

ribas_67 Melhor jogador do Nacional
125 sem 2 gostos Responder

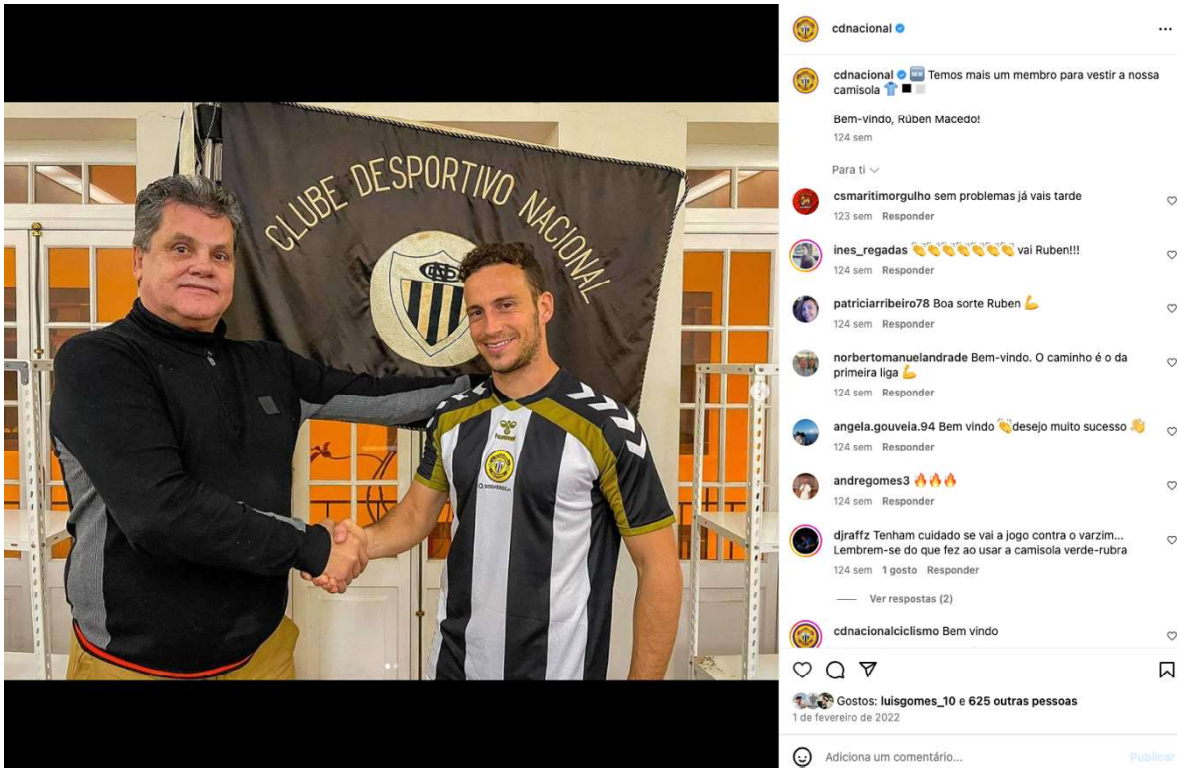
Gostos: **___duudu e 369 outras pessoas**
30 de janeiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1065



Post 1066



Post 1067



Post 1068



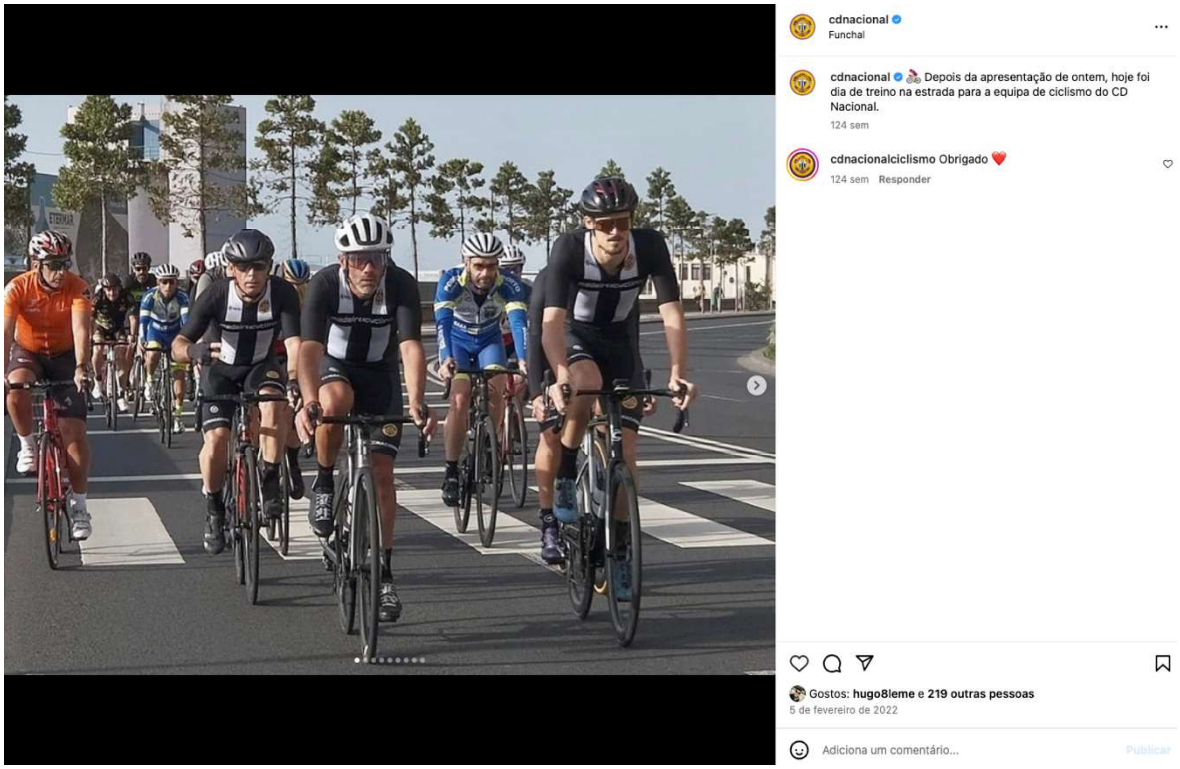
Post 1069



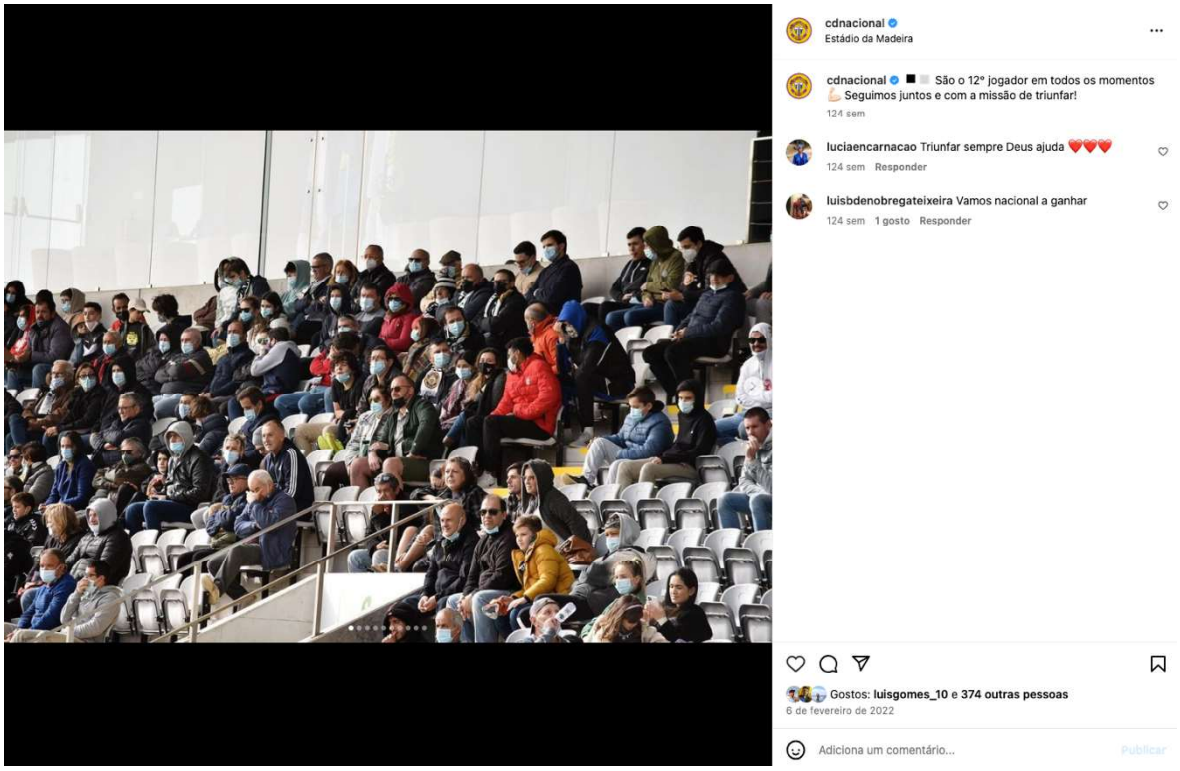
Post 1070



Post 1071



Post 1072



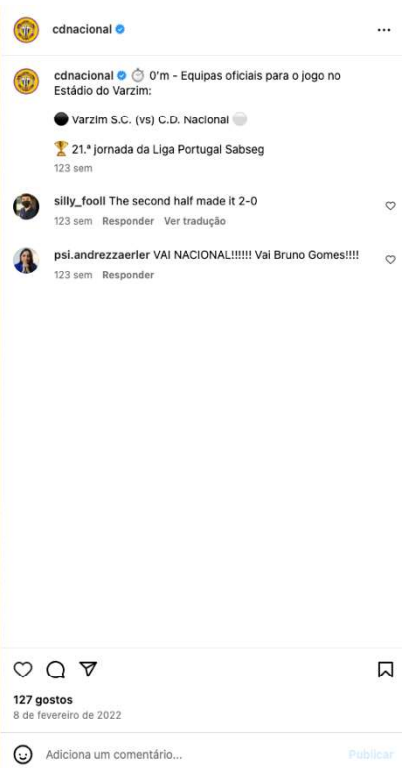
Post 1073





Post 1074





Post 1075



Post 1076



Post 1077



Post 1078



Post 1079



cdnacional

cdnacional ⚽❤️ A Solverde.pt reviu o lance e tem uma aposta sem risco até 20€ para ti! Mostra o amor pelo nosso clube e aposta em grande! Como ganhar? Fácil:

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e odds em apostas desportivas na @solverde.pt!

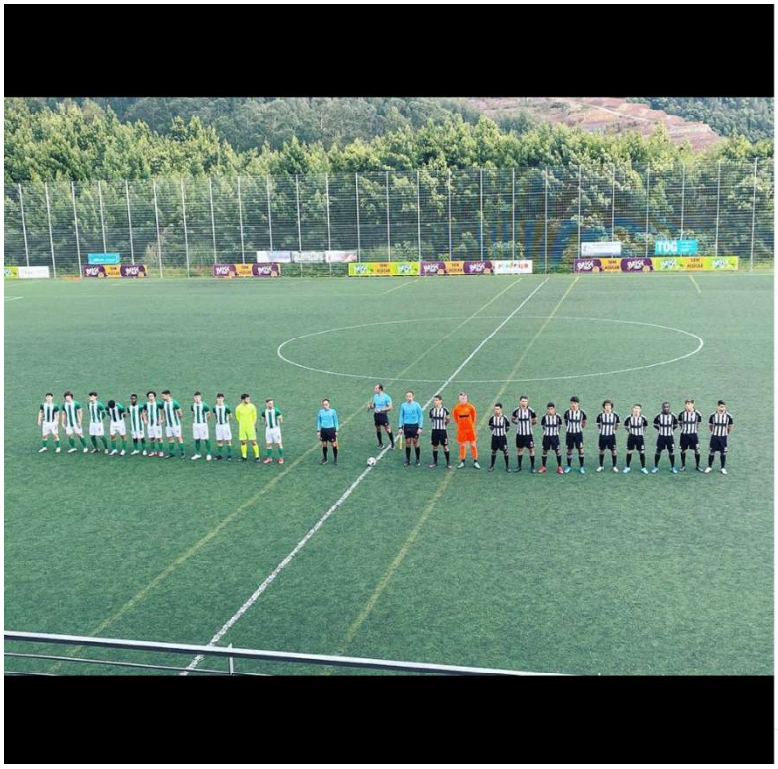
+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 123 sem

54 gostos
12 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1080



cdnacional

cdnacional 🏆 JUNIORES | Jornada 1 | 2.ª fase da I Divisão Nacional Sub-19:

5'm- Já se joga no CR Campus Futebol:

⚽ C.D. Nacional (1-0) Vitória F.C.

Acompanha em direto: www.CDNacional.pt

123 sem

taniamirandaa_ 👏👏👏👏👏
123 sem Responder

duarte8365 👏
123 sem Responder

Gostos: guilhermevieira96 e 218 outras pessoas
12 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1081



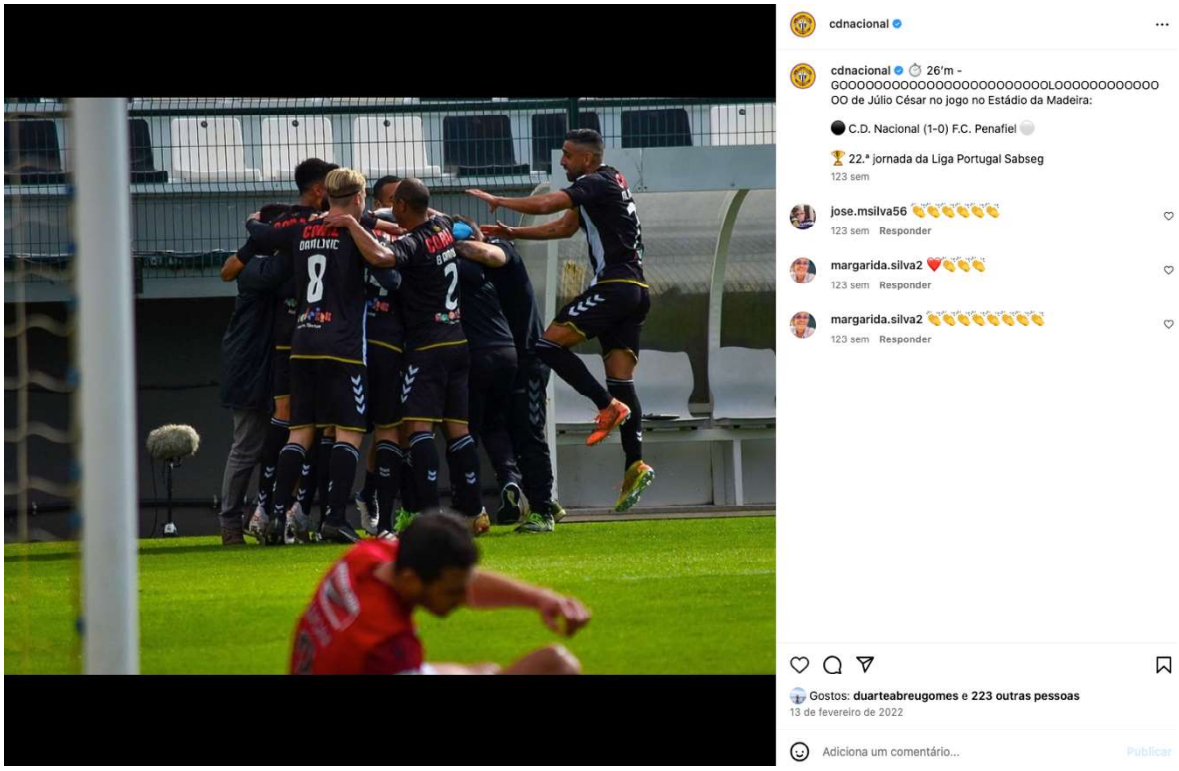


Post 1082





Post 1083



Post 1084



Post 1085



cdnacional

cdnacional 77'm - GOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOLOOOOOOOOOOOO de Bryan Róchez no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (2-0) F.C. Penafiel

22.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

123 sem

ogdollaz23 [redacted]

123 sem Responder

192 gostos

13 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1086



cdnacional

cdnacional 90+3'm - GOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOLOOOOOOOOOOOO de Dudu no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (3-0) F.C. Penafiel

22.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

123 sem

angela.gouveia.94 👏👏👏Parabéns equipa. 🖤

123 sem Responder

luciaencarnacao PARABÉNS Nacional ❤️

123 sem Responder

decio.santos Lindo grande jogo

123 sem Responder

tiagojcferreira10 🔥🔥 @___duudu

123 sem Responder

tagrela Boa simulação Dudu

123 sem Responder

Gostos: luisgomes_10 e 441 outras pessoas

13 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1087



cdnacional

cdnacional 90+4'm - Mais 3 importantes pontos!
Resultado final no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (3-0) F.C. Penafiel

22.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

123 sem

replyteams__pt

123 sem Responder

Gostos: **duarteabreugomes** e **207 outras pessoas**

13 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1088



cdnacional

cdnacional Não há porta que separe a nossa união!
Dedicamos esta vitória a todos os nossos adeptos.

Afinal, ninguém ama como a gente!

123 sem

Para ti

poliveiraa7 Boa Nacional! Grande e importante vitória!

123 sem Responder

pintoodeta

123 sem Responder

mateus..2008_ Nacional melhor da madeira digam o que disserem, nacional até morrer

123 sem 1 gosto Responder

johanagds

123 sem Responder

armadaalvinegra NÃO HÁ GENTE COMO A GENTE

123 sem 6 gostos Responder

Ver respostas (1)

divino_dorneles Avante nacional, a união da equipe vem fazendo a diferença !!!

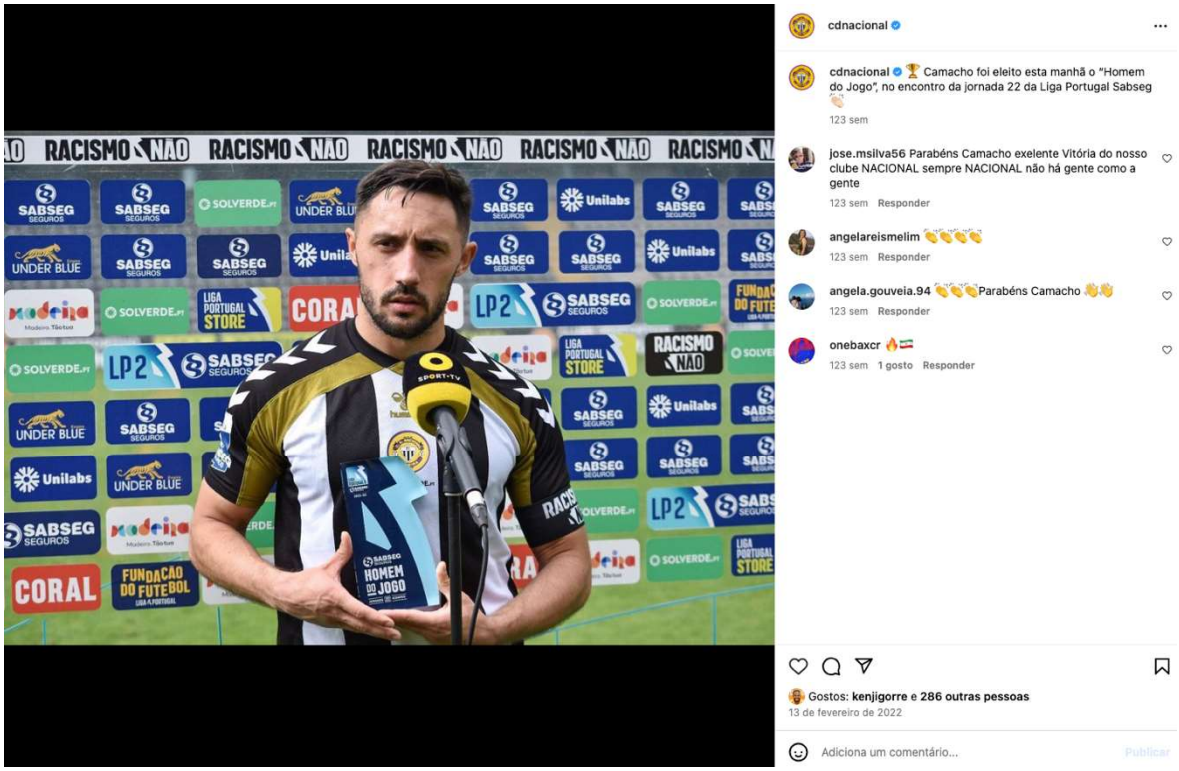
123 sem 3 gostos Responder

Gostos: **luisgomes_10** e **524 outras pessoas**

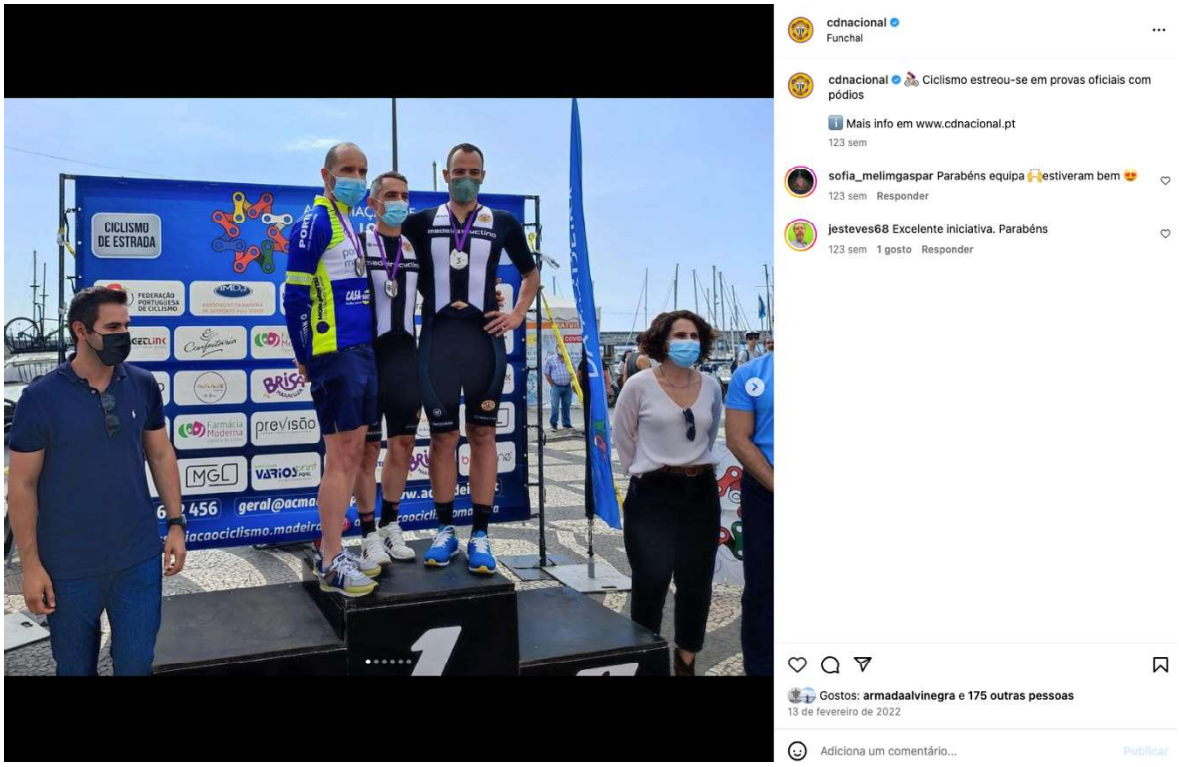
13 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1089



Post 1090



Post 1091



Post 1092



Post 1093



cdnacional

cdnacional ⚽ Ganha uma aposta sem risco até 20€ para as tuas apostas desportivas, na Solverde.pt, nossa patrocinadora oficial! Como? Fácil:

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e odds em apostas desportivas na @solverde.pt!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 122 sem

51 gostos
18 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1094



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio Pina Manique:

Casa Pia (vs) C.D. Nacional

🏆 23.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

122 sem

Ver comentários ocultados

84 gostos
19 de fevereiro de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

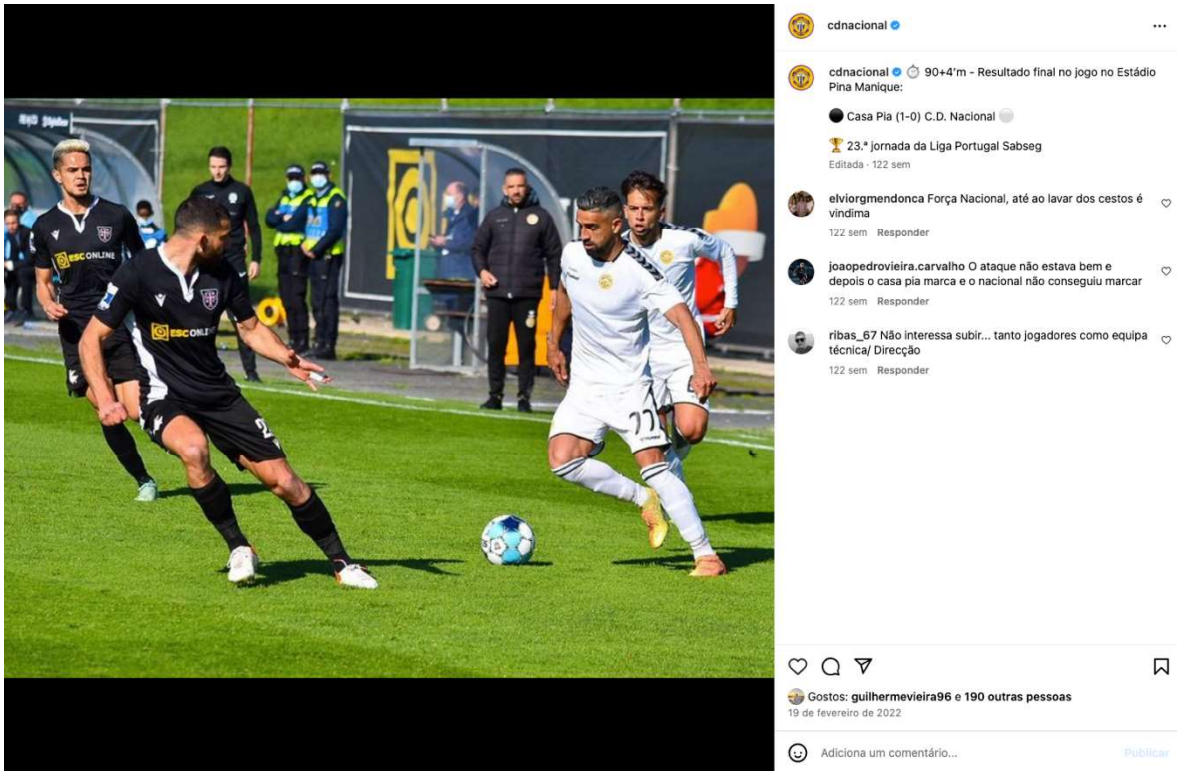
Post 1095



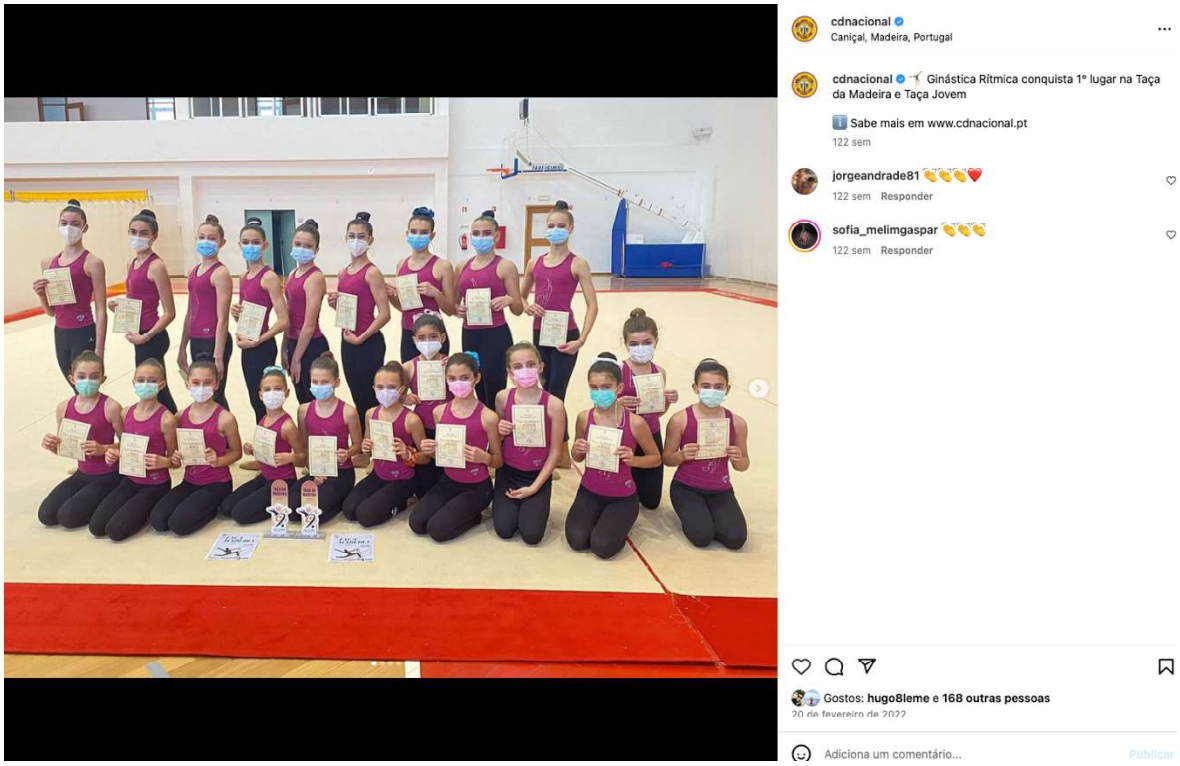
Post 1096



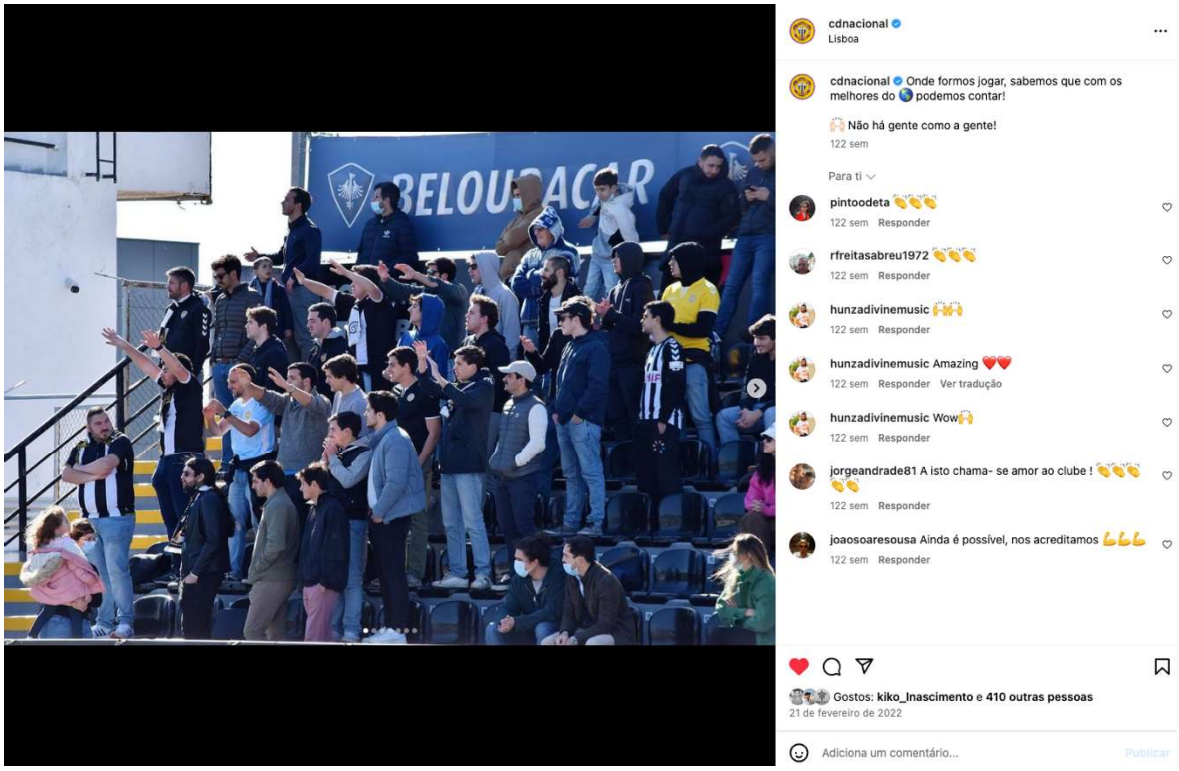
Post 1097



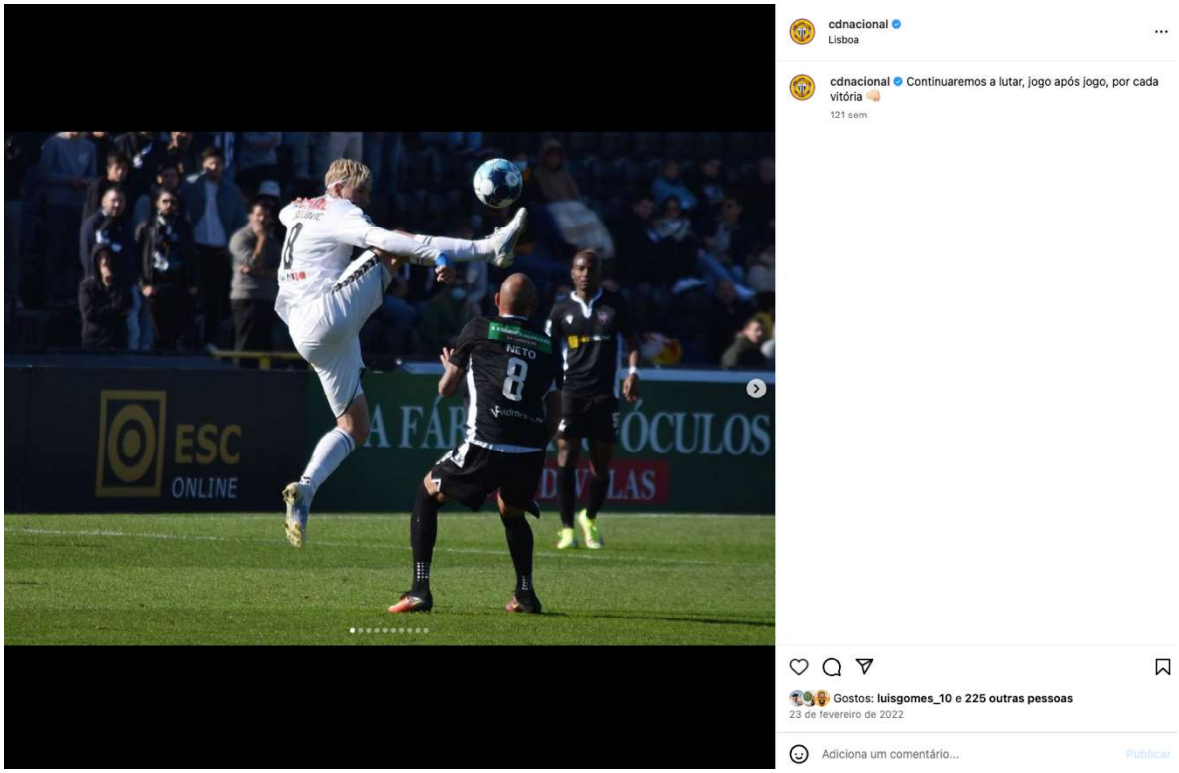
Post 1098



Post 1099

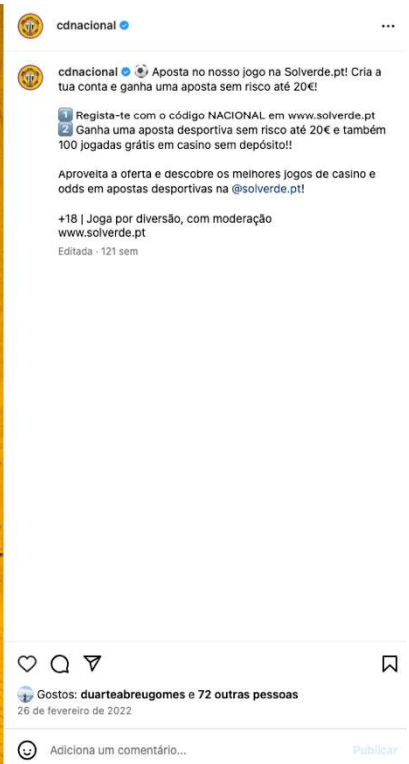


Post 1100



Post 1101



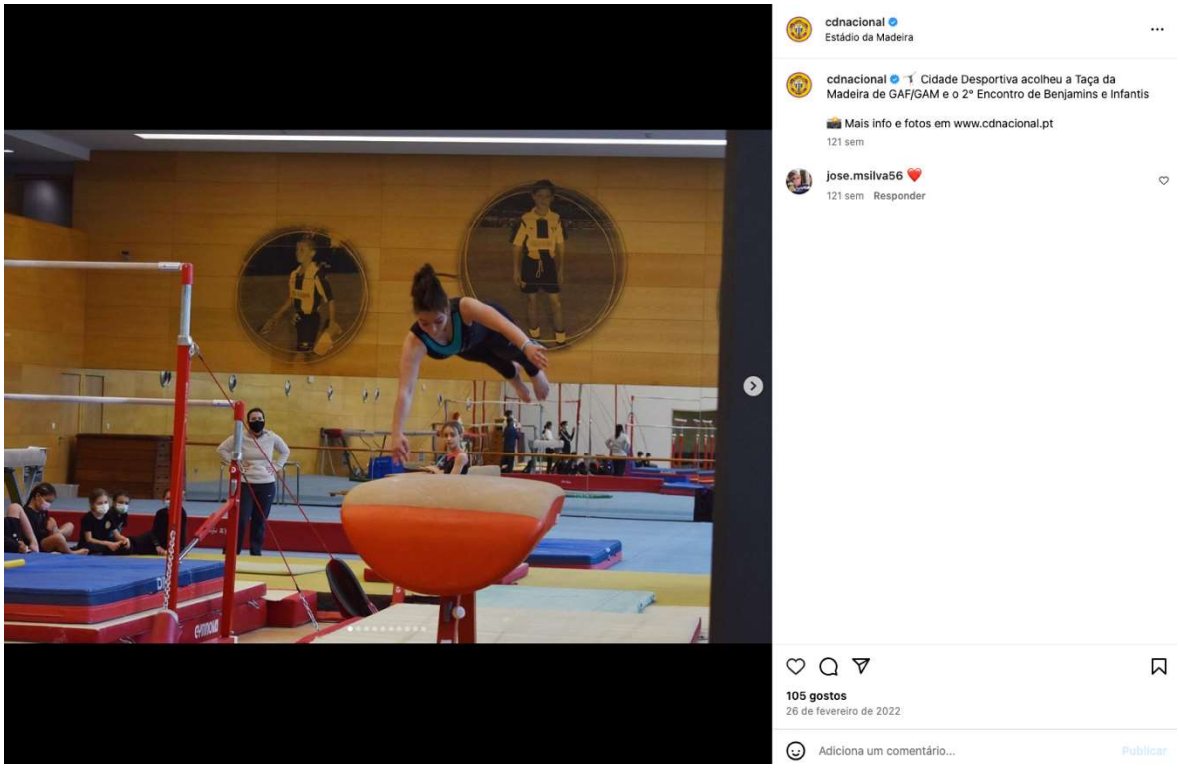


Post 1102





Post 1103



Post 1104



Post 1105



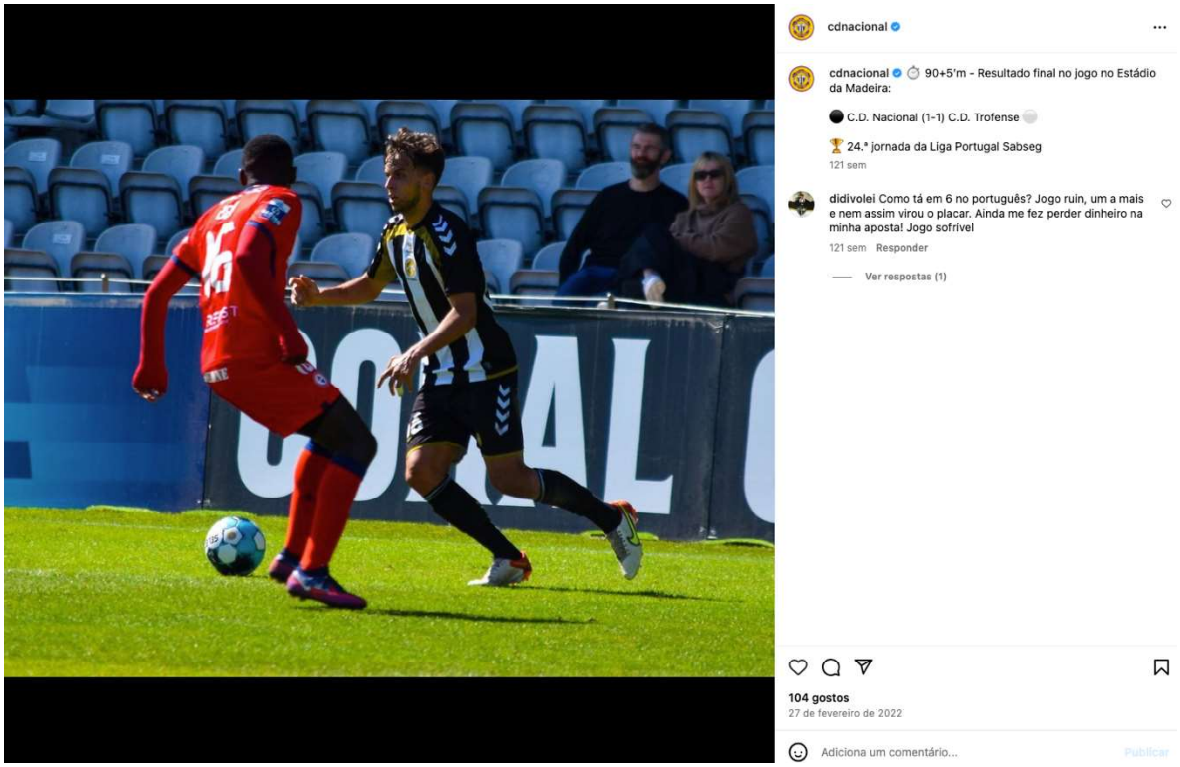
Post 1106



Post 1107



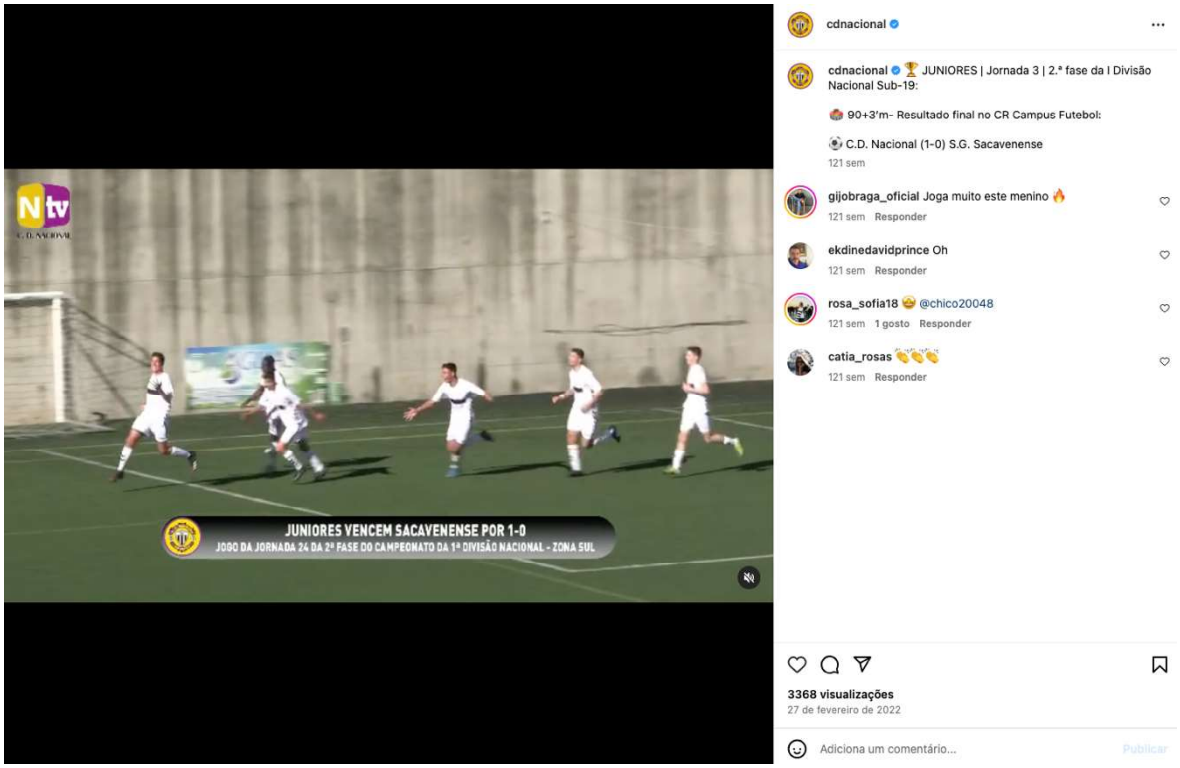
Post 1108



Post 1109



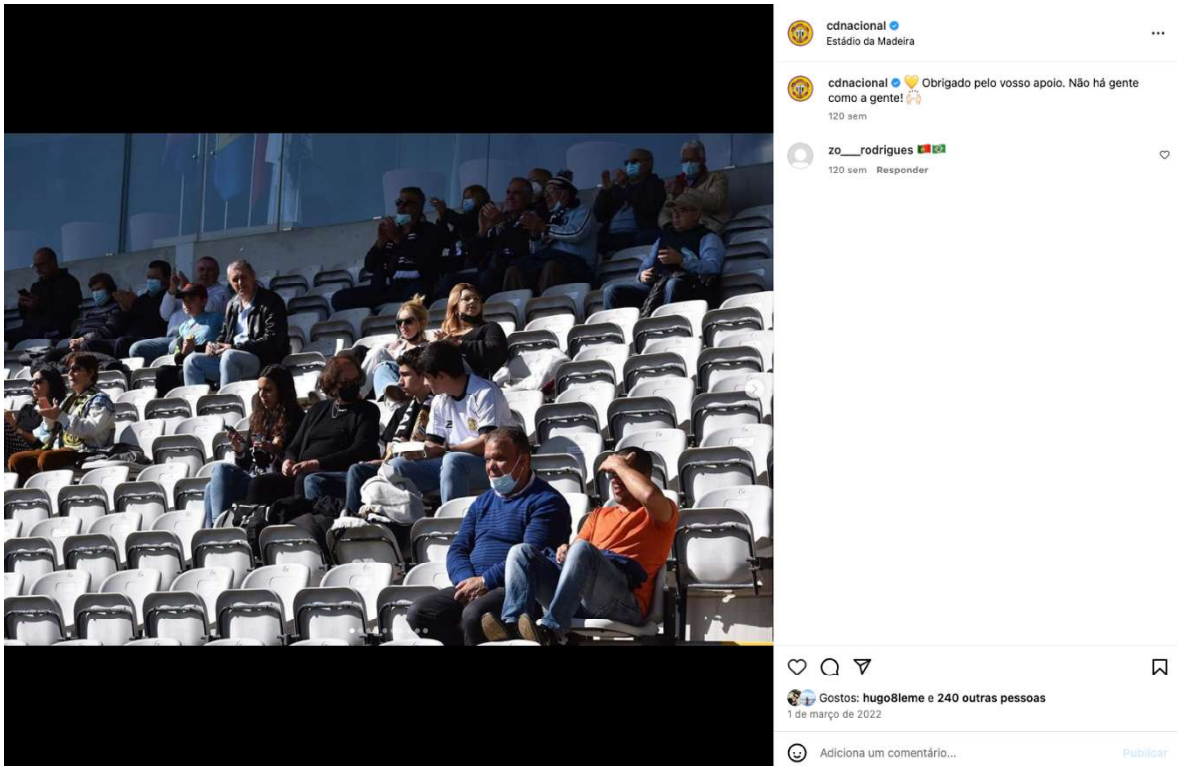
Post 1110



Post 1111



Post 1112



Post 1113



cdnacional

cdnacional ⚽ Ganha uma aposta na Solverde.pt! Cria a tua conta e faz a tua primeira aposta sem risco até 20€

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e odds em apostas desportivas na @solverde.pt!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 120 sem

54 gostos
4 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1114



cdnacional

cdnacional ⚽ Seniores 'B' têm esta tarde um jogo importante. Vem apoiar a nossa equipa!

CD Nacional x UD Santana

16h00

CR Campus Futebol

Mais info em www.cdnacional.pt

120 sem

Para ti

joeltuneld Vamoooo
120 sem Responder

anish__kushwahaa ❤️❤️❤️
120 sem Responder

anish__kushwahaa 😍😍😍😍😍
120 sem Responder

anish__kushwahaa 🔥🔥🔥🔥🔥🔥
120 sem Responder

anish__kushwahaa ❤️❤️❤️❤️❤️
120 sem Responder

anish__kushwahaa ❤️❤️❤️❤️❤️
120 sem Responder

anish__kushwahaa 😍😍😍😍😍
120 sem Responder

Gostos: **loupestana** e **314 outras pessoas**
5 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1115





Post 1116





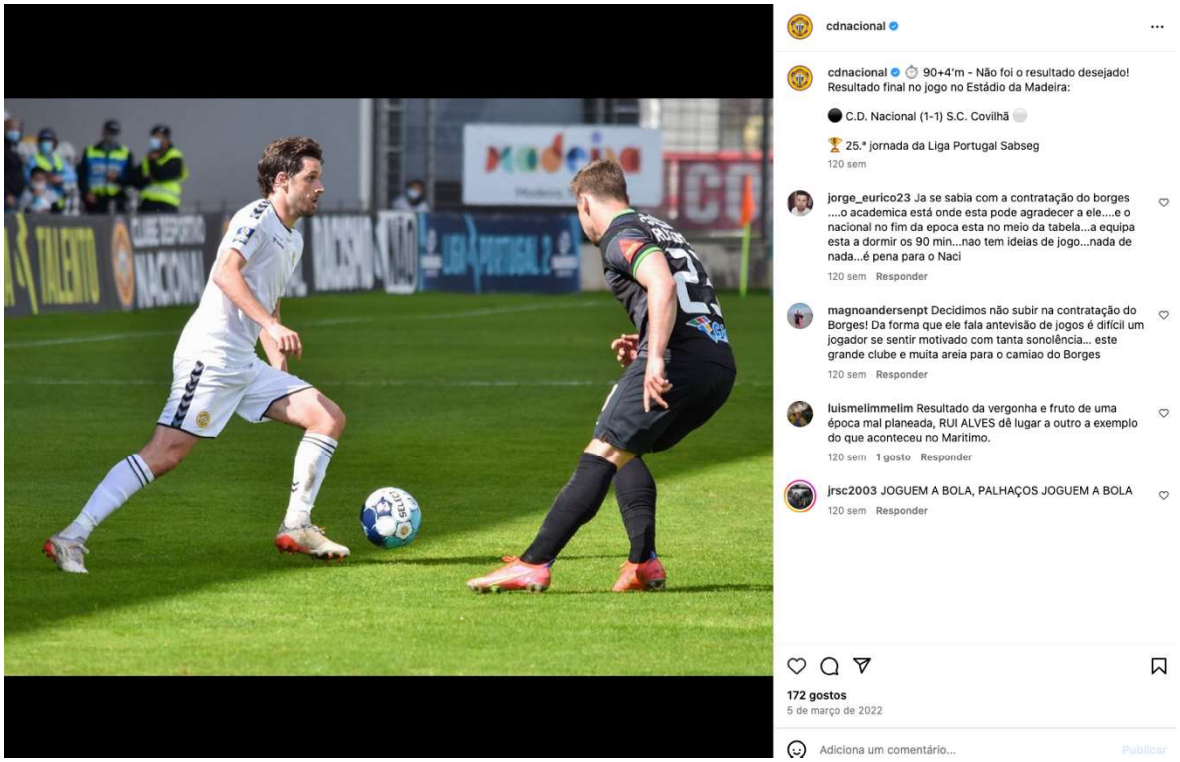
Post 1117



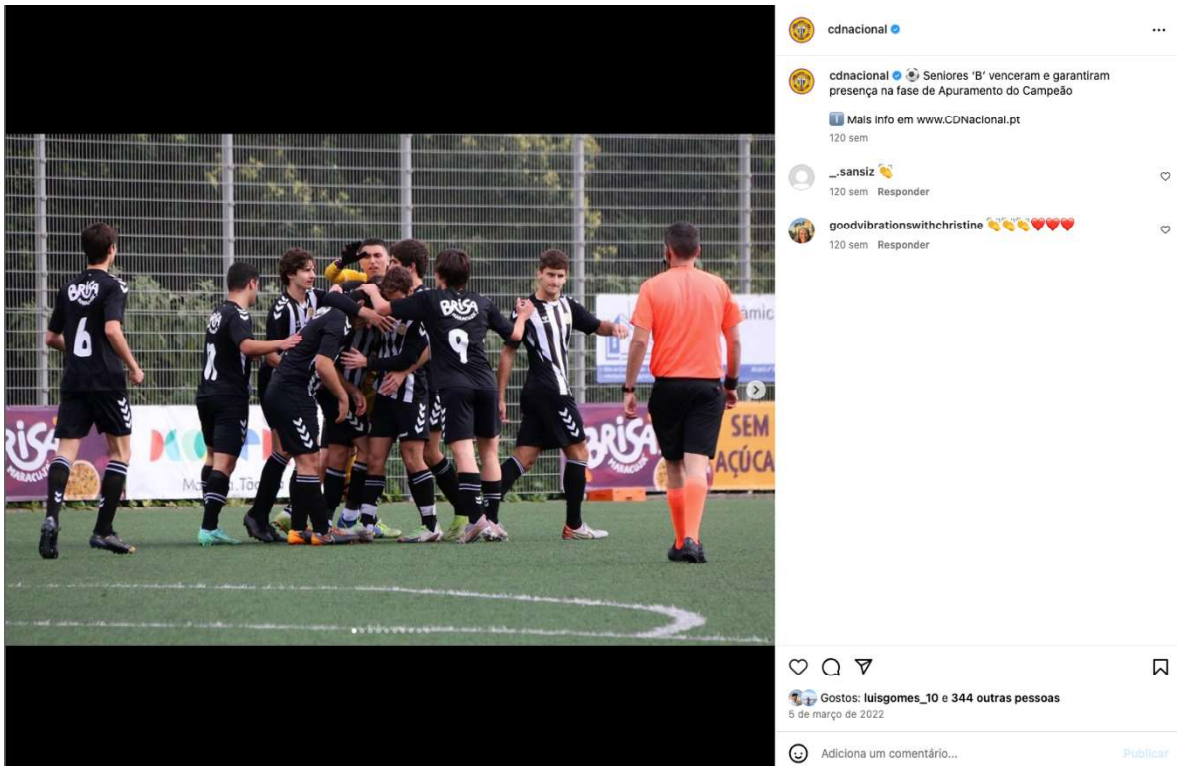
Post 1118



Post 1119



Post 1120



Post 1121



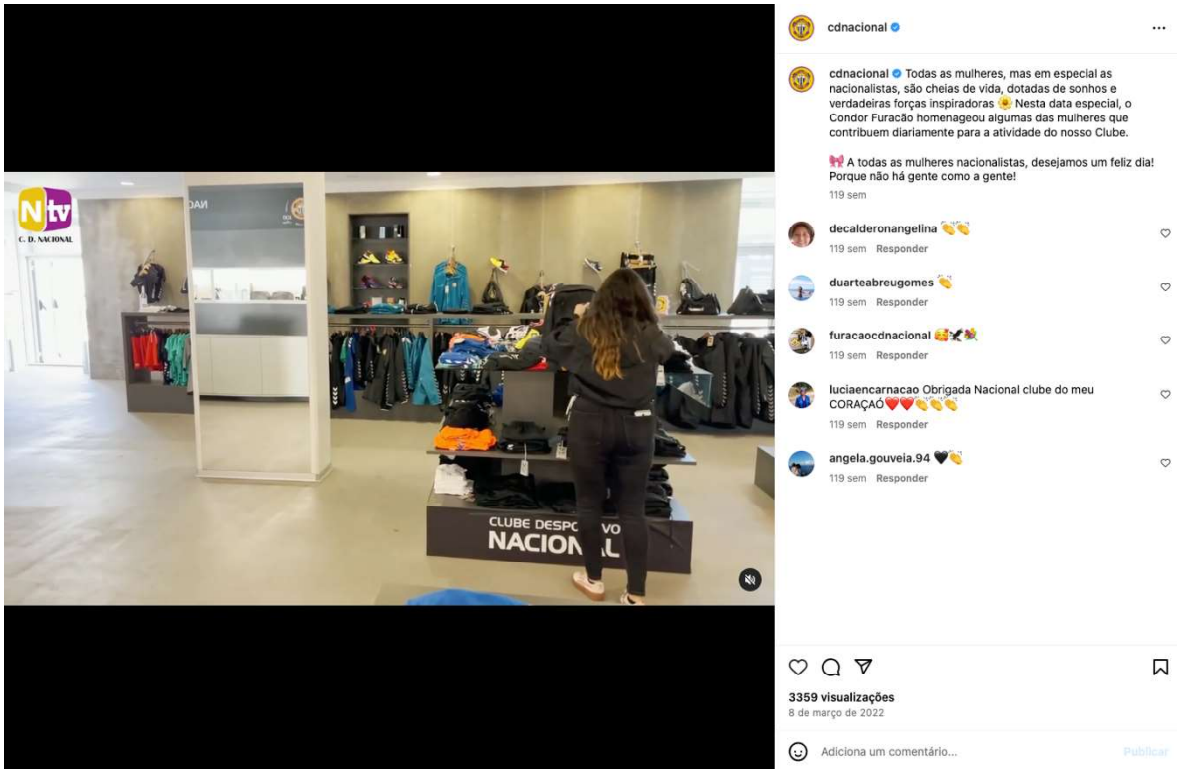
Post 1122



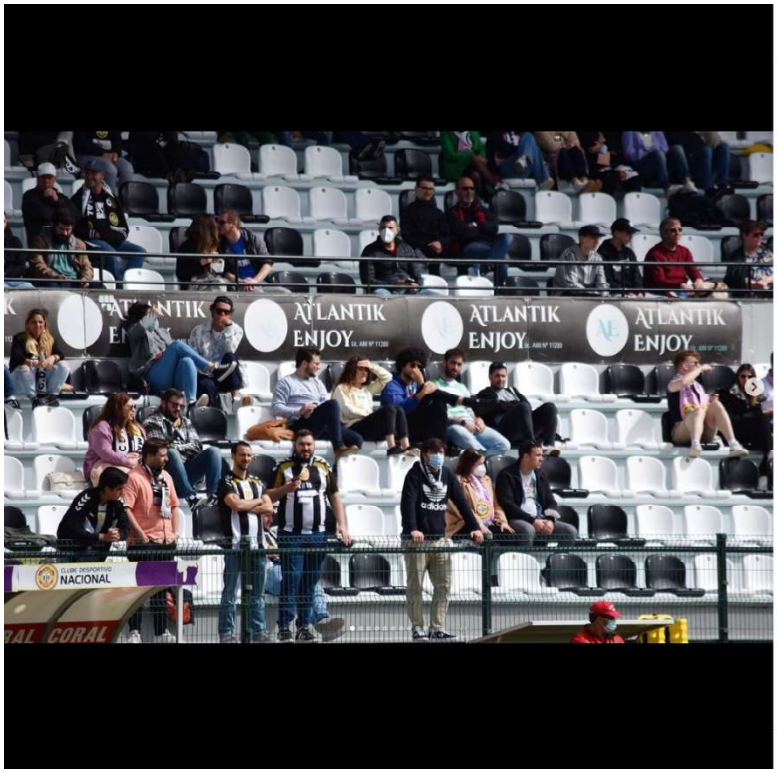
Post 1123



Posts 1124



Post 1125



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Obrigado pela vossa presença e apoio
Juntos vamos triunfar, com a ambição que nos carateriza!
119 sem

Para ti

prasham._.9 Theres fiago
119 sem 1 gosto Responder Ver tradução

shubash_lm10 Fiago owns this club
119 sem Responder Ver tradução

muhammad_aa_bayero Not me becoming a fan of CD Nacional @footy.base
119 sem 4 gostos Responder Ver tradução

julian64.65.10 Fiagoat does it again
119 sem 10 gostos Responder Ver tradução

dortmunder.news Fiago's Army 🔥 Forward CD 💛
119 sem 22 gostos Responder Ver tradução

ialfoc @footy.base in the bottom left corner minding his business😂😂
119 sem 47 gostos Responder Ver tradução

Ver respostas (4)

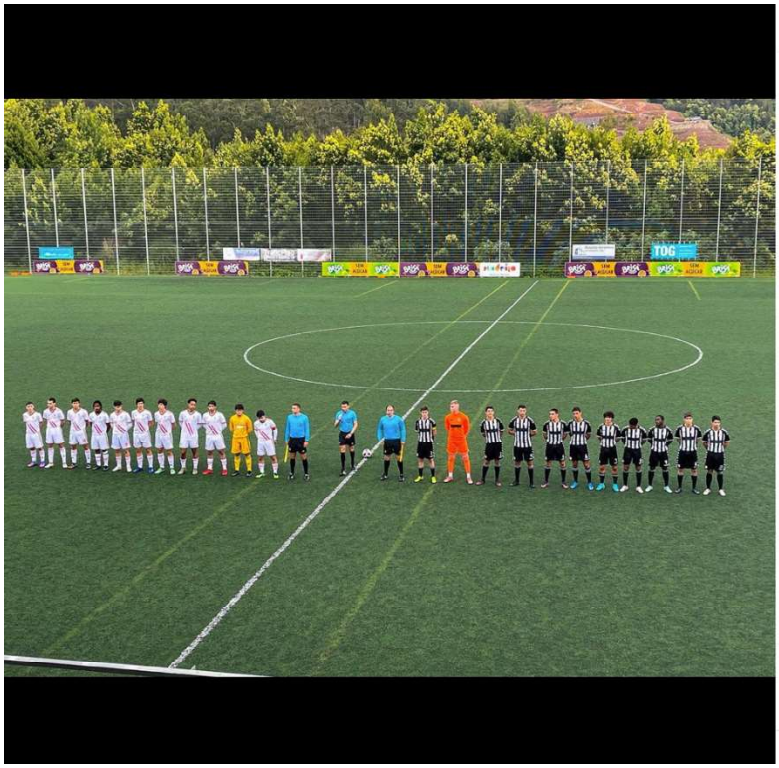
jad.hab fiago making us cd nacional fans too
119 sem 201 gostos Responder Ver tradução

marcssscott Has less empty seat than the Etihad
119 sem 116 gostos Responder Ver tradução

Gostos: **hugo8leme** e **1019 outras pessoas**
9 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1126



cdnacional

cdnacional 🏆 JUNIORES | Jornada 5 | 2.ª fase da I Divisão Nacional Sub-19:

1'm- Já se joga no CR Campus Futebol:

⚽ C.D. Nacional (0-0) U.D. Vilafranquense

Acompanha em direto: www.CDNacional.pt
119 sem

emmacoops30 Well done @joe.besant 🙌
119 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Ver respostas (1)

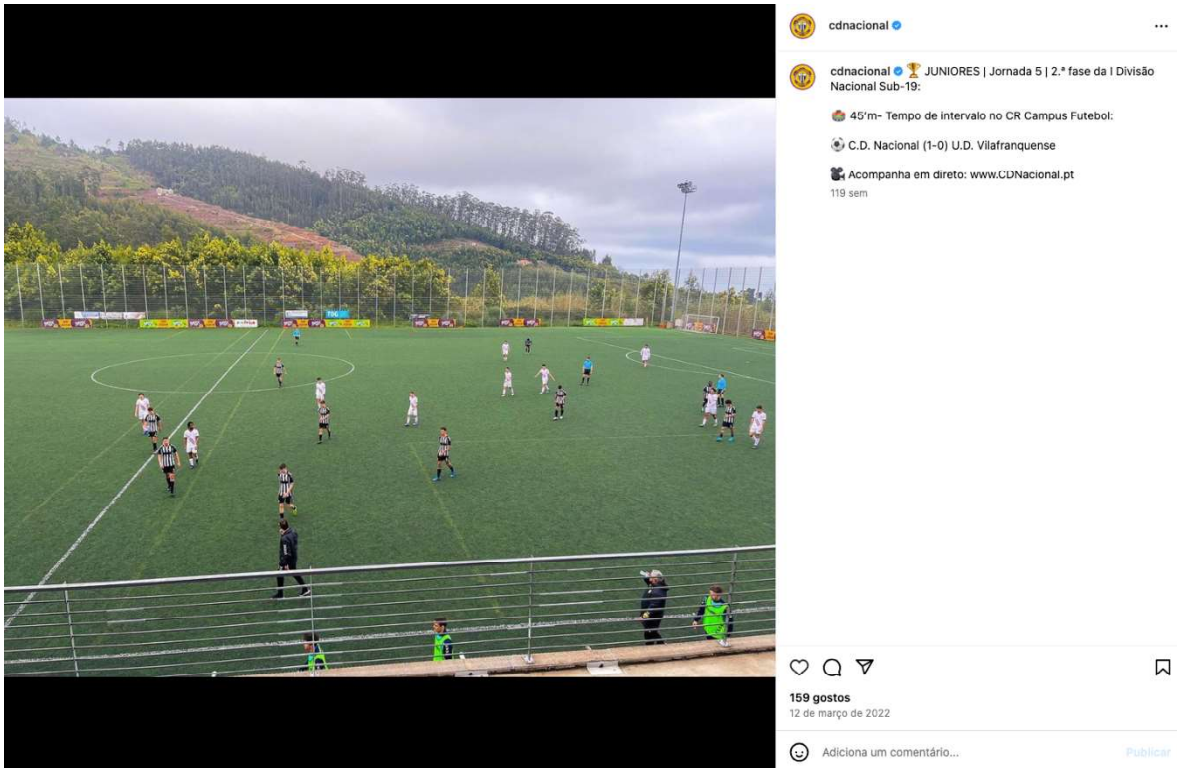
englishplayersabroad Five clean sheets in a row for @joe.besant 😍🏴
119 sem 3 gostos Responder Ver tradução

Ver respostas (1)

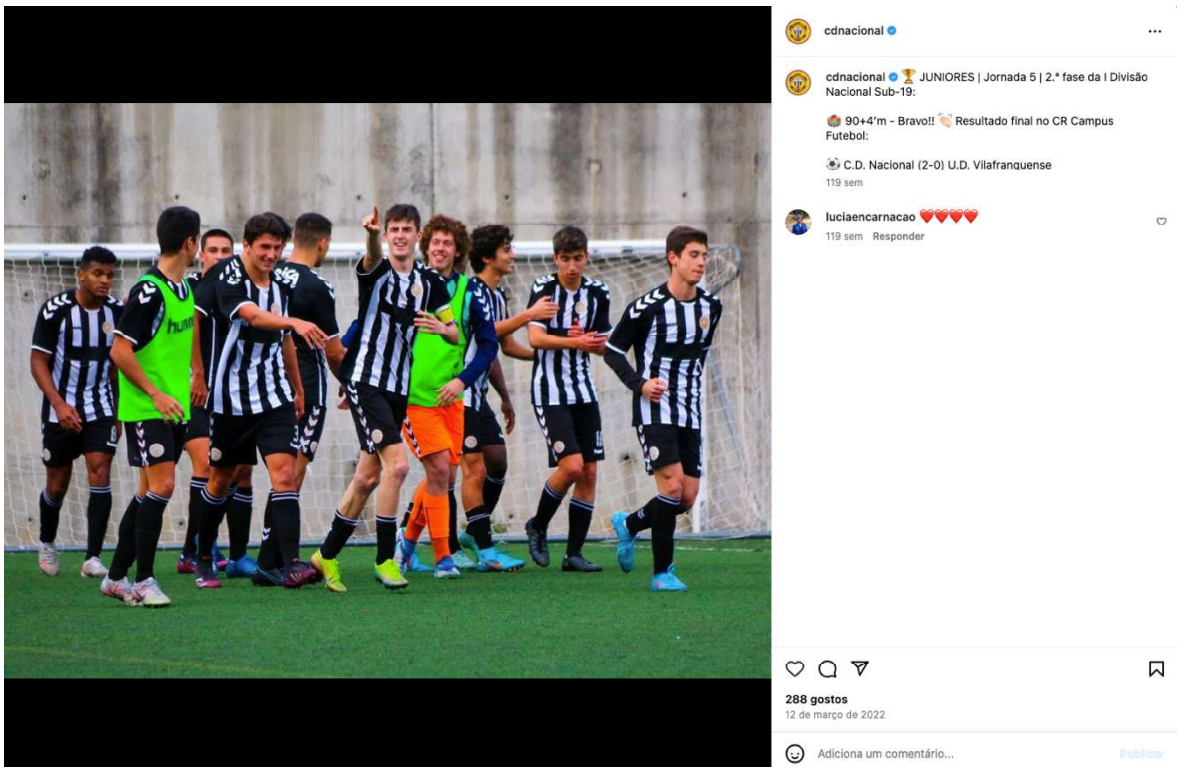
Gostos: **luisgomes_10** e **195 outras pessoas**
12 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1127



Post 1128



Post 1129



cdnacional

cdnacional 4️⃣ vitórias + 1️⃣ empate é o registo dos últimos 5 jogos dos Sub-19 👏 Vamos, alvi-negros! 👊

119 sem

1772 visualizações

12 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1130



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio Municipal de Mafra:

⚫ C.D. Mafra (0-0) C.D. Nacional ⚪

🏆 26.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

119 sem

105 gostos

13 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1131



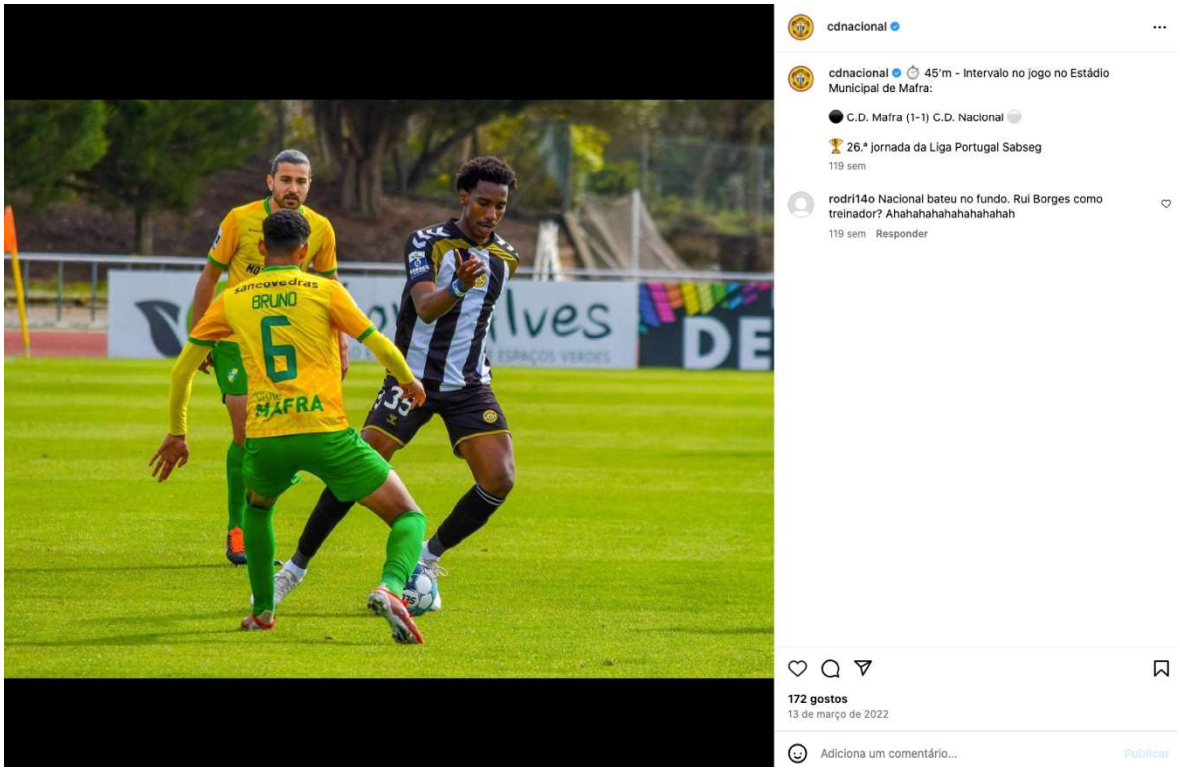
Post 1132



Post 1133



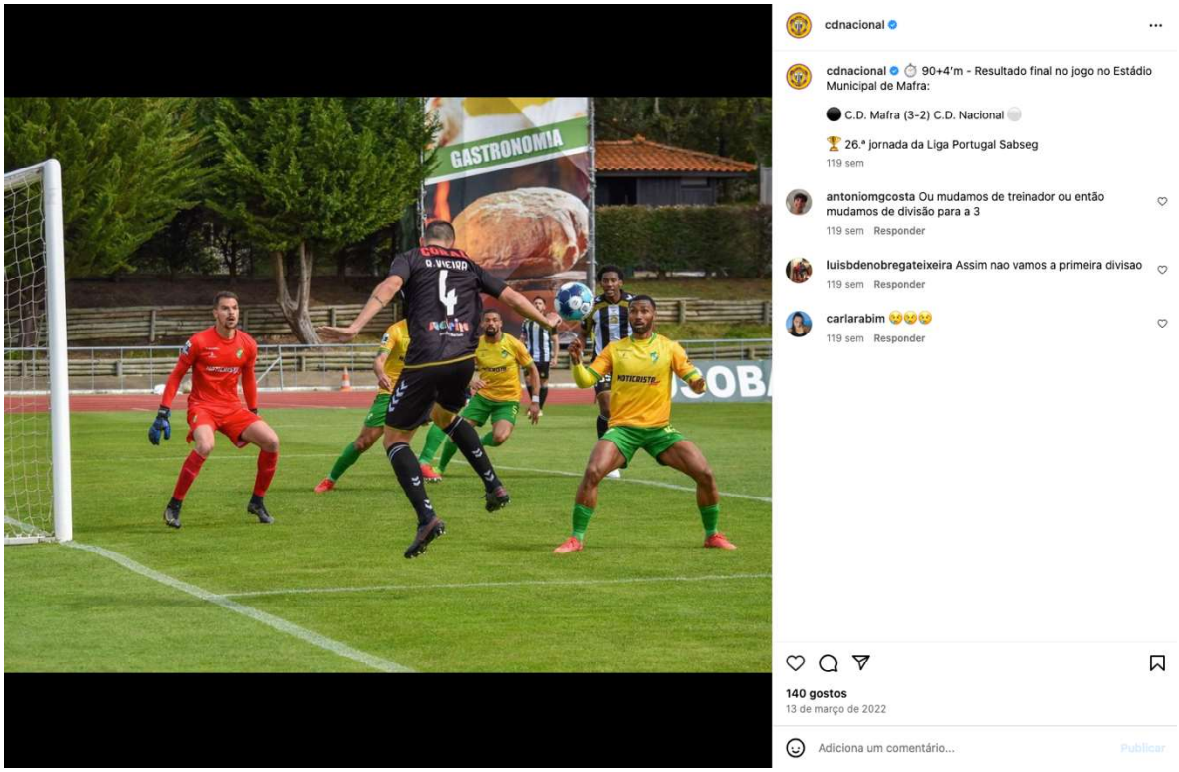
Post 1134



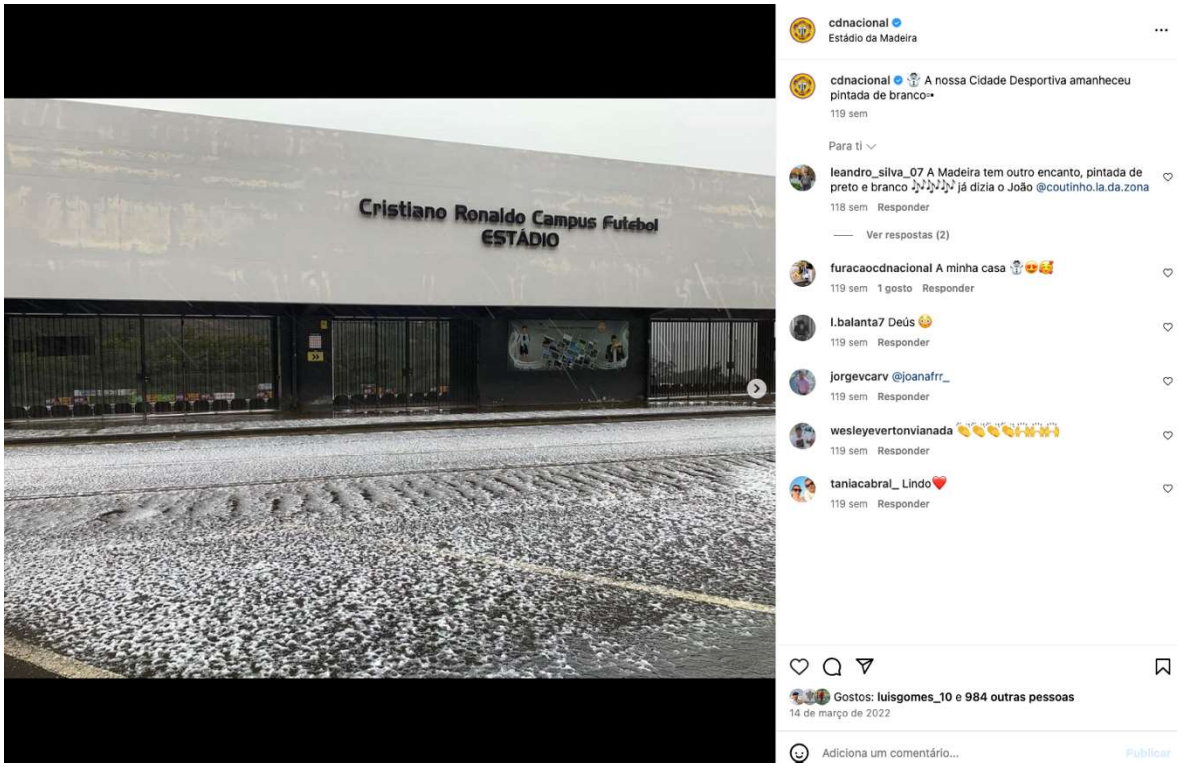
Post 1135



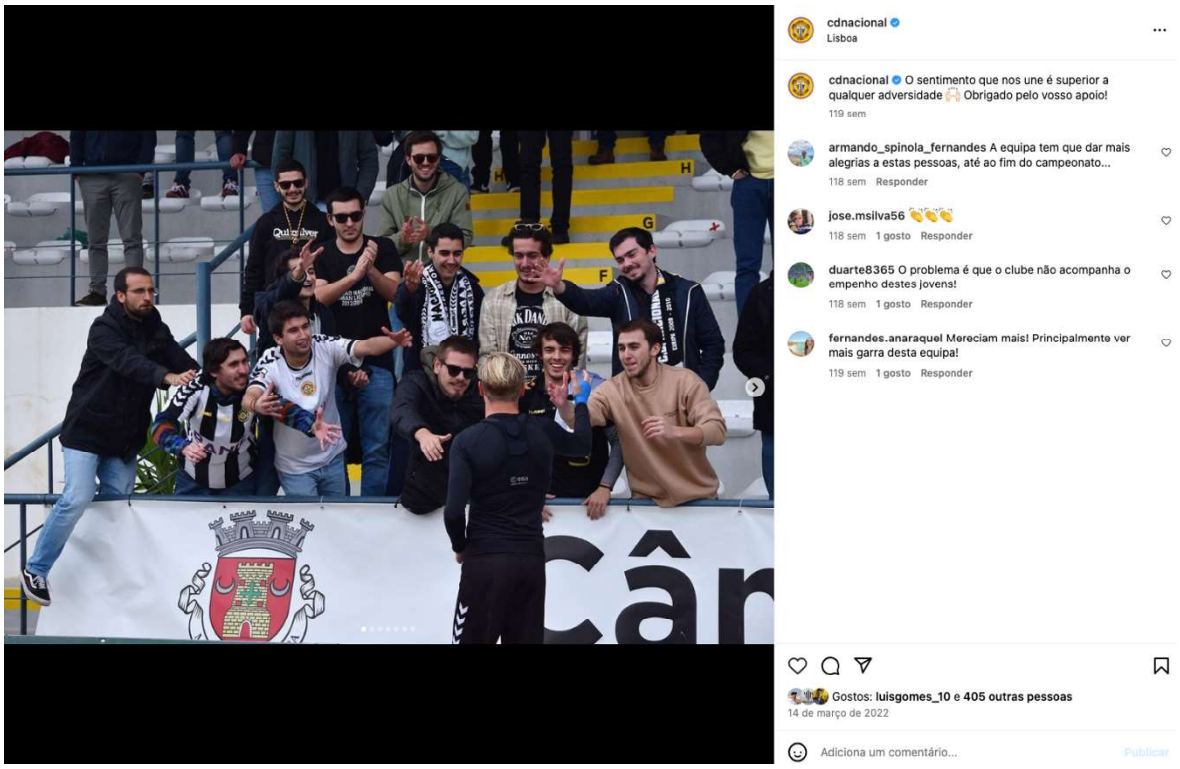
Post 1136



Post 1137



Post 1138



Post 1139



cdnacional
Mafra, Lisboa, Portugal

cdnacional Faltou somar o triunfo na jornada 26 👀 Já de olhos postos no próximo embate ⚔️
118 sem

diogolgoncalves00 Falta sempre!!!
118 sem Responder

jesteves68 Faltou na jornada 26, na 25, na 24, na 23... and counting.
118 sem Responder

o_aps Embate ou empate? 🙂
118 sem Responder

Gostos: **loupestana** e **247 outras pessoas**
16 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1140



cdnacional

cdnacional **Racismo Não** ✊🏾✊🏽

Somos todos iguais e as únicas cores que importam são as da camisola.

Estamos juntos na campanha "Racismo não" e tu também estás convocado! 🔘
118 sem

artesh.tajjy 😂😂
117 sem Responder

carlarabim 👏👏👏👏👏
116 sem Responder

997 visualizações
18 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1141



cdnacional

cdnacional Ganha uma aposta na Solverde.pt! Cria a tua conta e faz a tua primeira aposta sem risco até 20€

1 Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2 Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e as melhores odds na @solverde.pt!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 118 sem

54 gostos
19 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1142



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Pai: Aquele que com todo o seu esforço e carinho está sempre presente nos bons e nos maus momentos.

Torneio juntou filhos e pais num dia diferente.

A todos os nacionalistas, desejamos um Feliz Dia do Pai!

(Mais info e fotos em www.CDNacional.pt)

118 sem

jsammymc18 Obrigado pelo dia
118 sem 1 gosto Responder

Gostos: duarteabreugomes e 185 outras pessoas
19 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

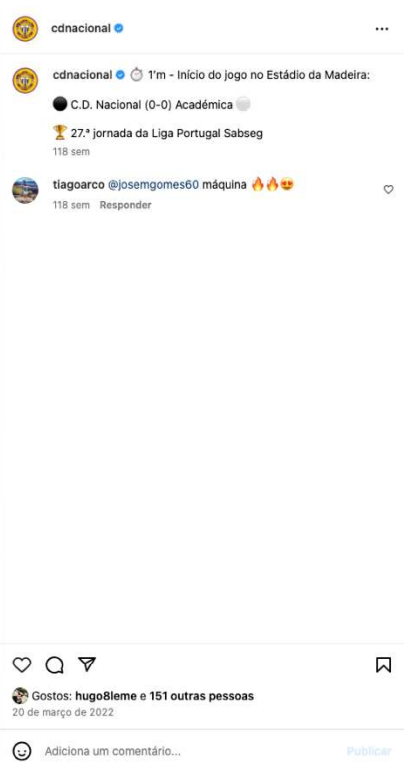
Post 1143





Post 1144

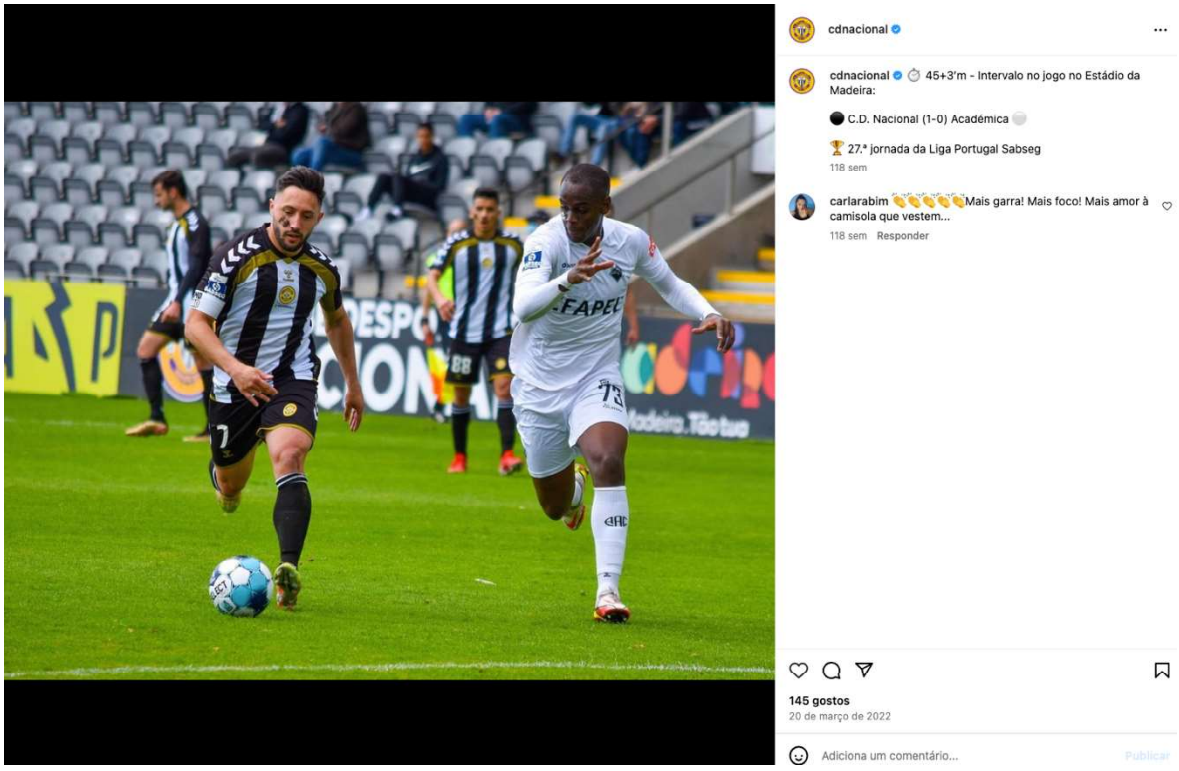




Post 1145



Post 1146



Post 1147



cdnacional

cdnacional ⏱ 56'm - GOOOOOOOOOOOOOOOOLOOOOOOOOOOOO de Bryan Rochez no jogo no Estádio da Madeira:

⚫ C.D. Nacional (2-0) Académica ⚪

🏆 27.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

118 sem

ogdollaz23 🔥🔥

118 sem Responder

klambert_official 😍😍

118 sem Responder

Gostos: **hugo8leme** e **203 outras pessoas**

20 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1148



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+2'm - GOOOOOOOOOOOOOOOOLOOOOOOOOOOOO de Bruno Gomes no jogo no Estádio da Madeira:

⚫ C.D. Nacional (3-1) Académica ⚪

🏆 27.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

118 sem

Para ti

lohan_vacuum_khozestan Pls follow me🙏❤️

118 sem Responder Ver tradução

duarte_pereirinha K

118 sem Responder

luisbdenobregateixeira Viva o nacional

118 sem Responder

rodrigonteixeira_ 😍🖤🤍

118 sem 1 gosto Responder

carlarabim 👏👏👏👏👏❤️

118 sem Responder

lucascr7olendario 💪🖤🤍

118 sem 2 gostos Responder

andrezzaerler VAI BRUNO GOMES! VAI NACIONAL!!!!!

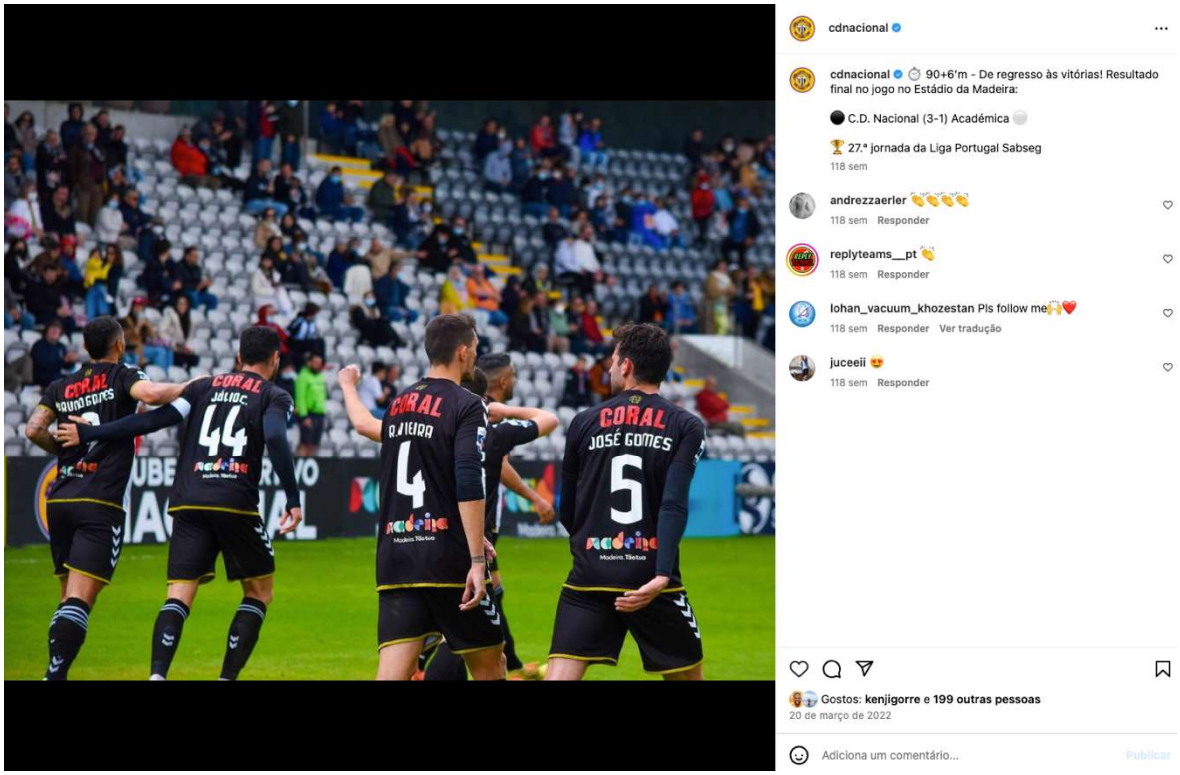
118 sem 1 gosto Responder

Gostos: **hugo8leme** e **381 outras pessoas**

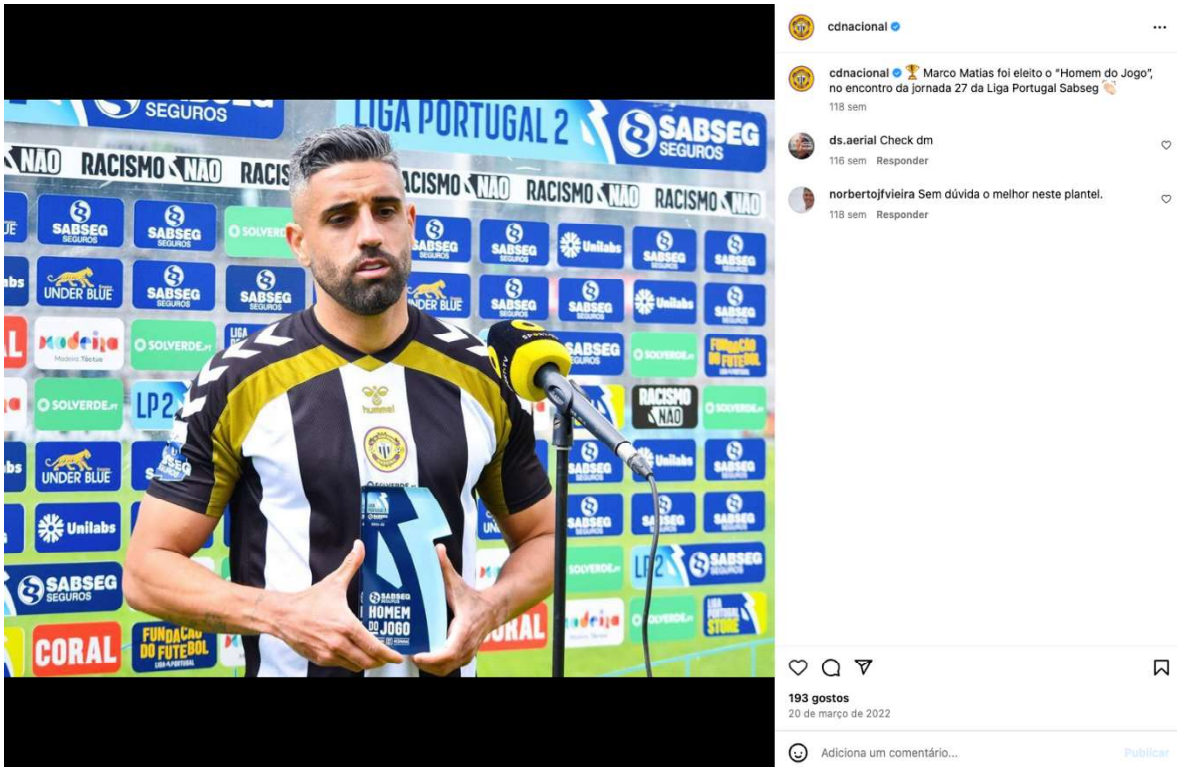
20 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

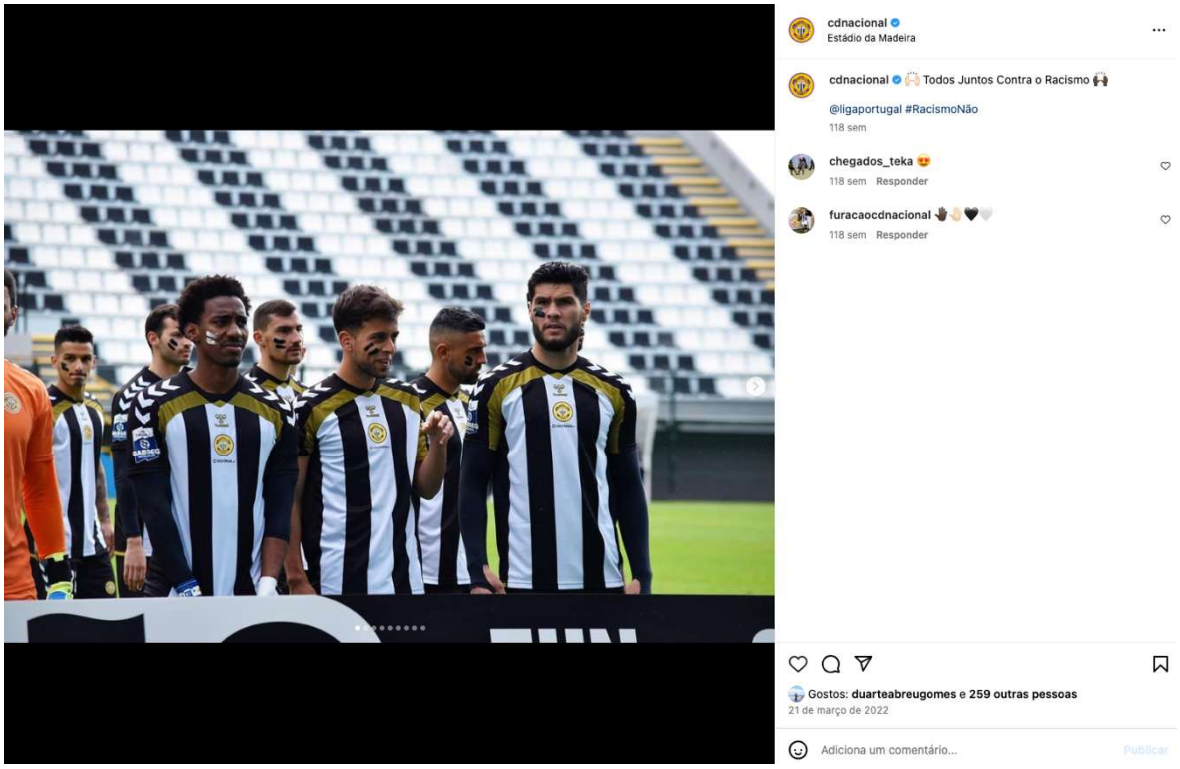
Post 1149



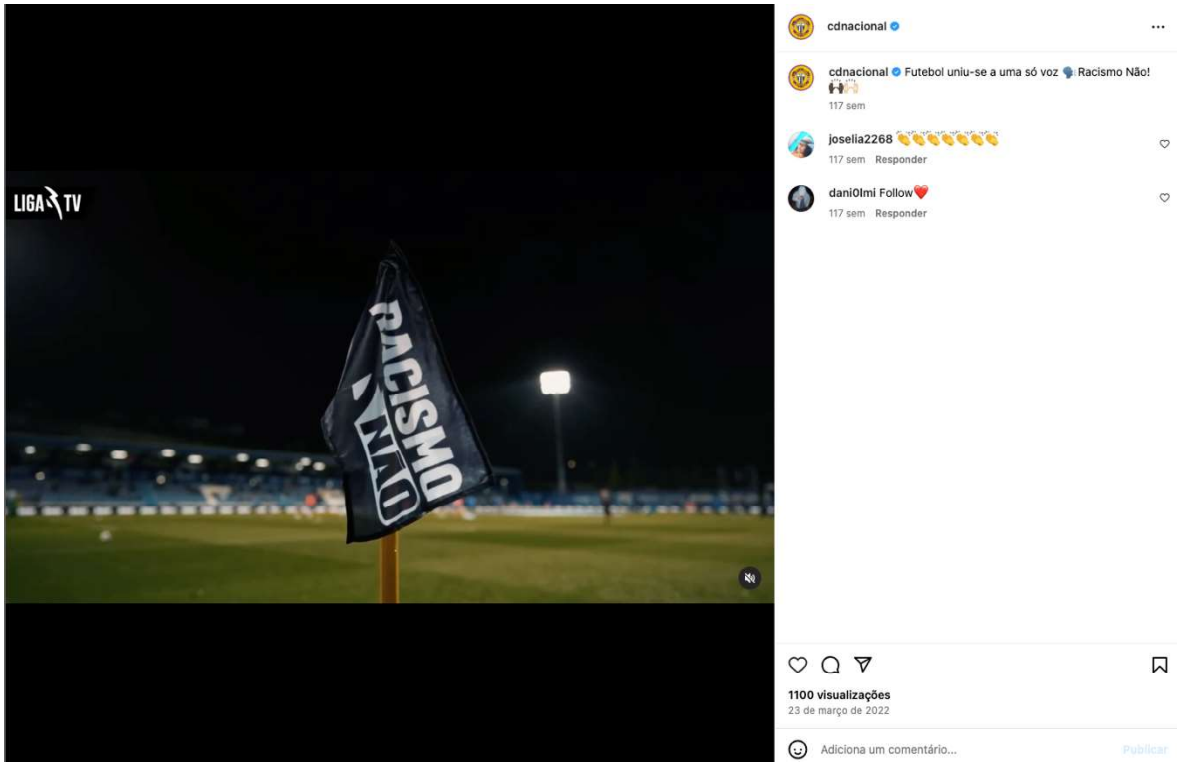
Post 1150



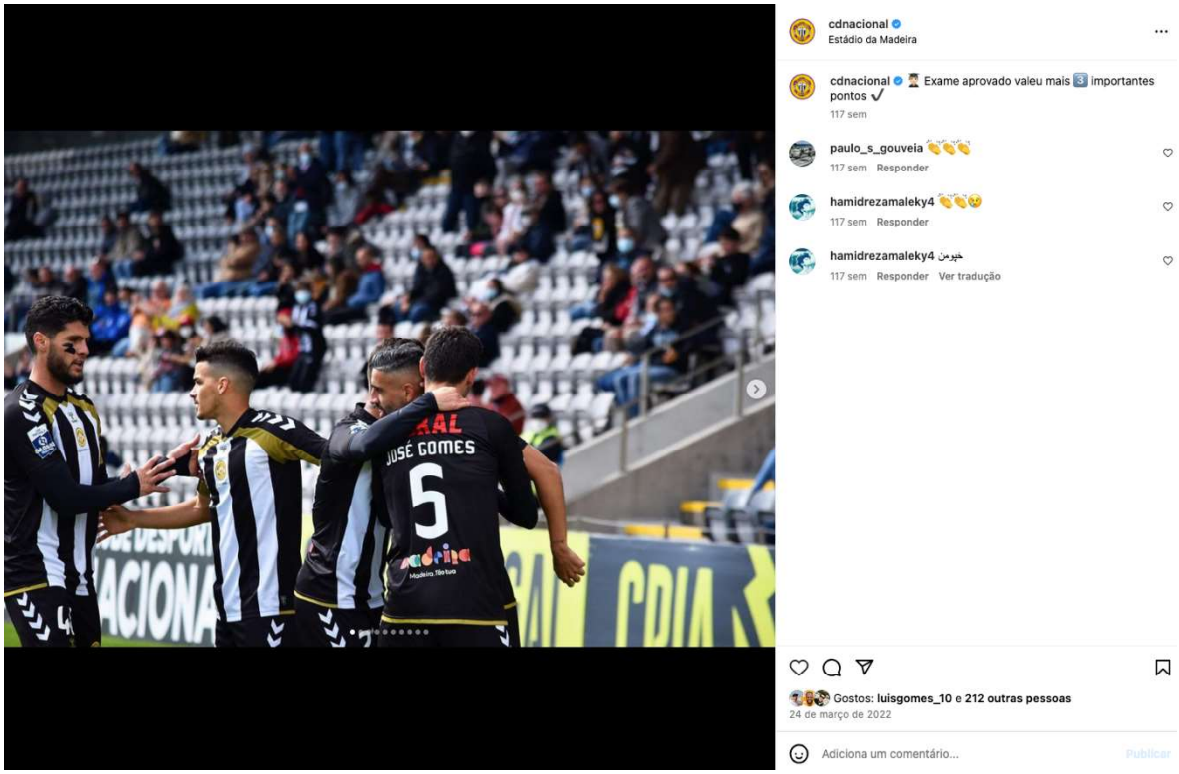
Post 1151



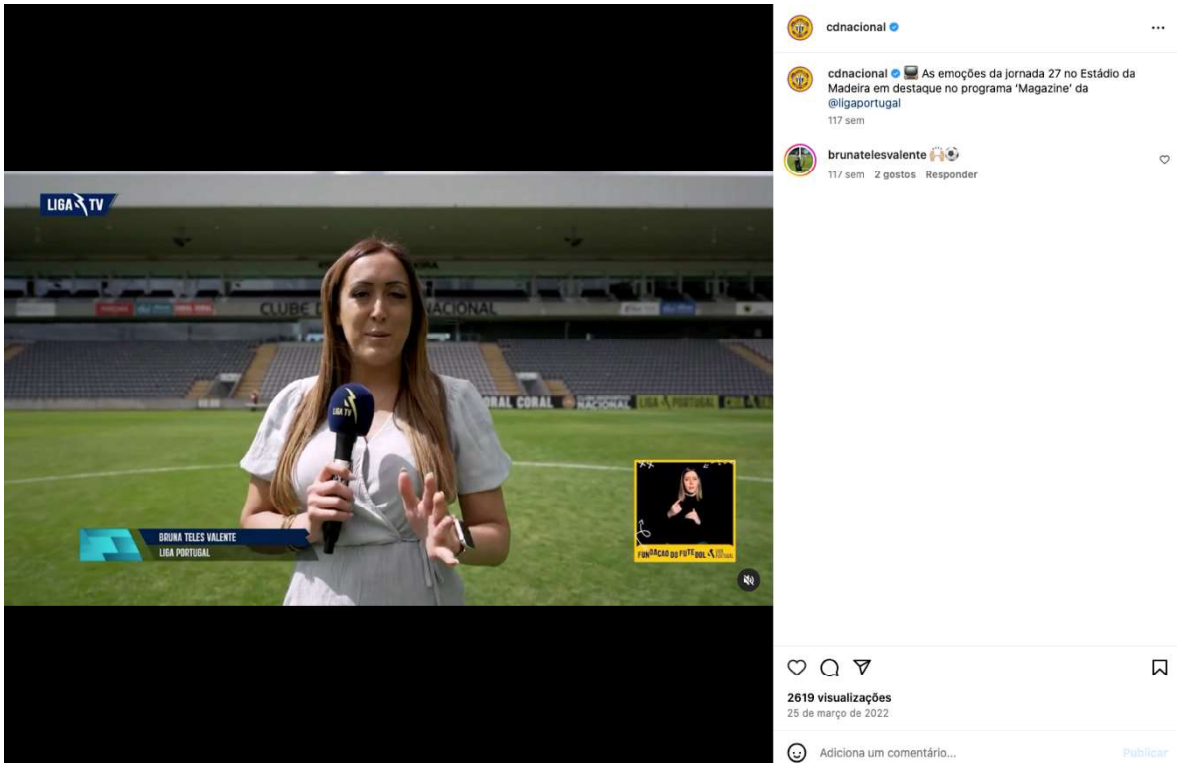
Post 1152



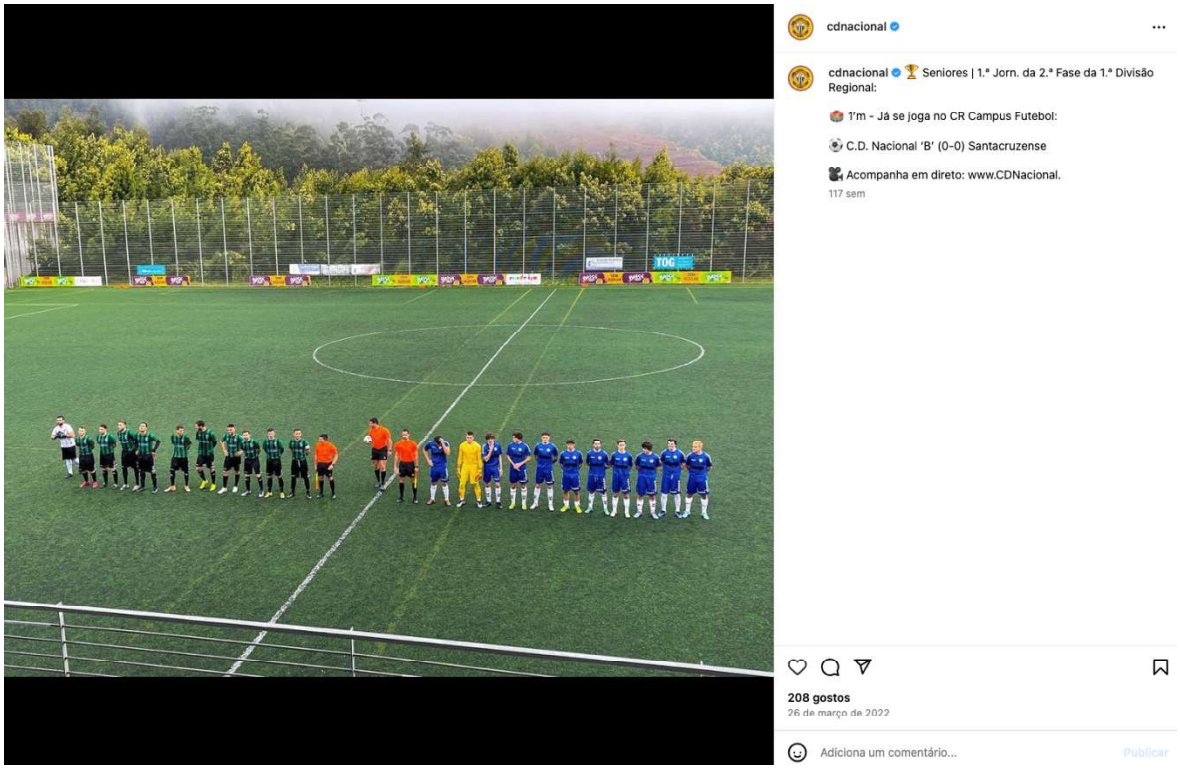
Post 1153



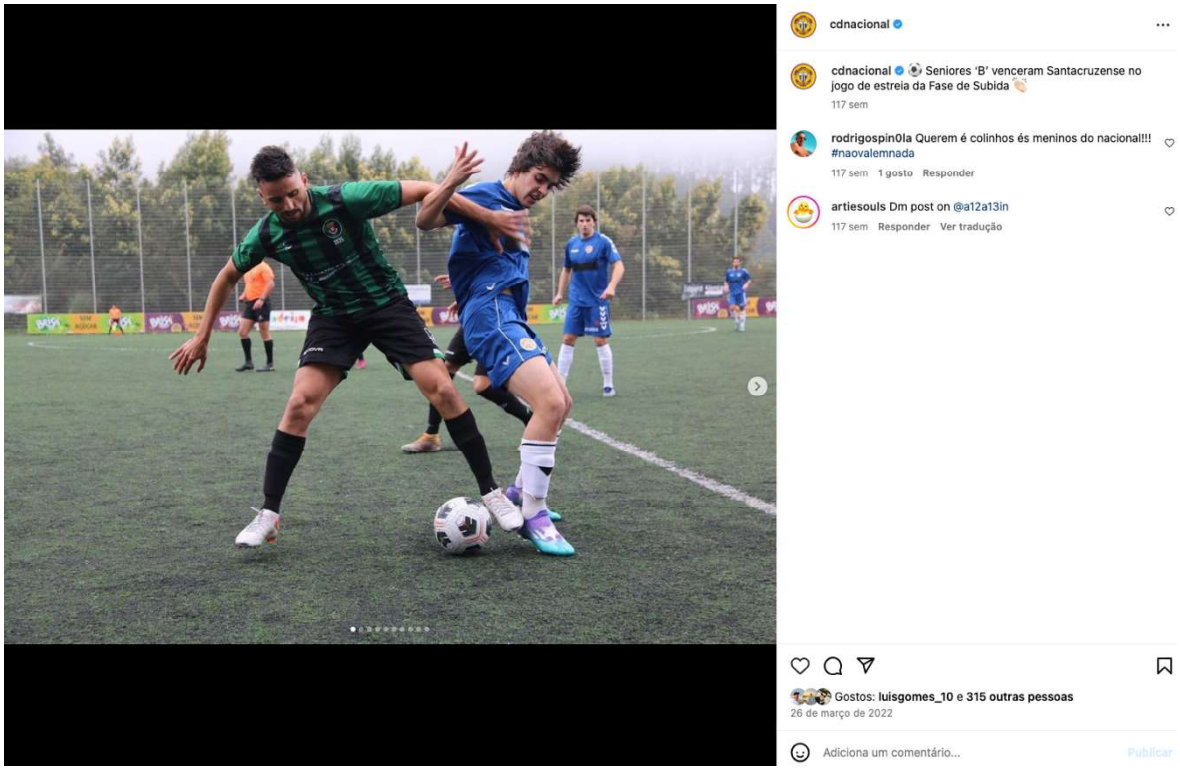
Post 1154



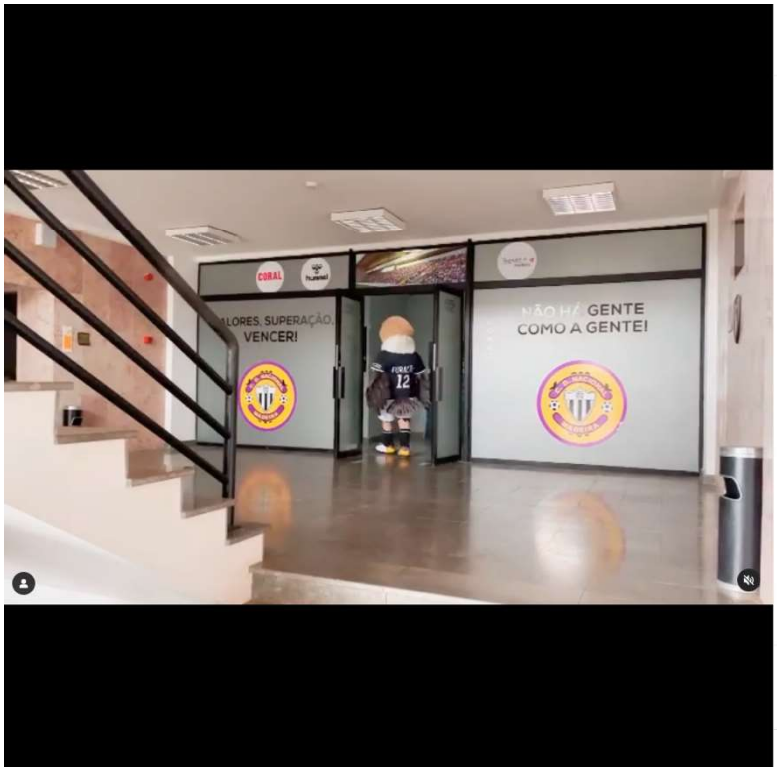
Post 1155



Post 1156



Post 1157



furacaocdnacional
e
cdnacional

furacaocdnacional Porque acredito que o futuro se constrói hoje, associei-me aos milhões de pessoas em todo o mundo para celebrar a Hora do Planeta 🌍

O planeta precisa de ti 💡 Faz a tua parte!

#ShapeOurFuture #EarthHour

117 sem

1724 visualizações

26 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1158



cdnacional

cdnacional A paixão que nos invade o Sangue merece ser partilhada! 🩸

Todos os Tipos contam! Ajuda-nos a salvar vidas. 🤍

117 sem

2oorm_ I'm going 🙌❤️

117 sem Responder Ver tradução

furacaocdnacional 🎊🩸🖤🤍

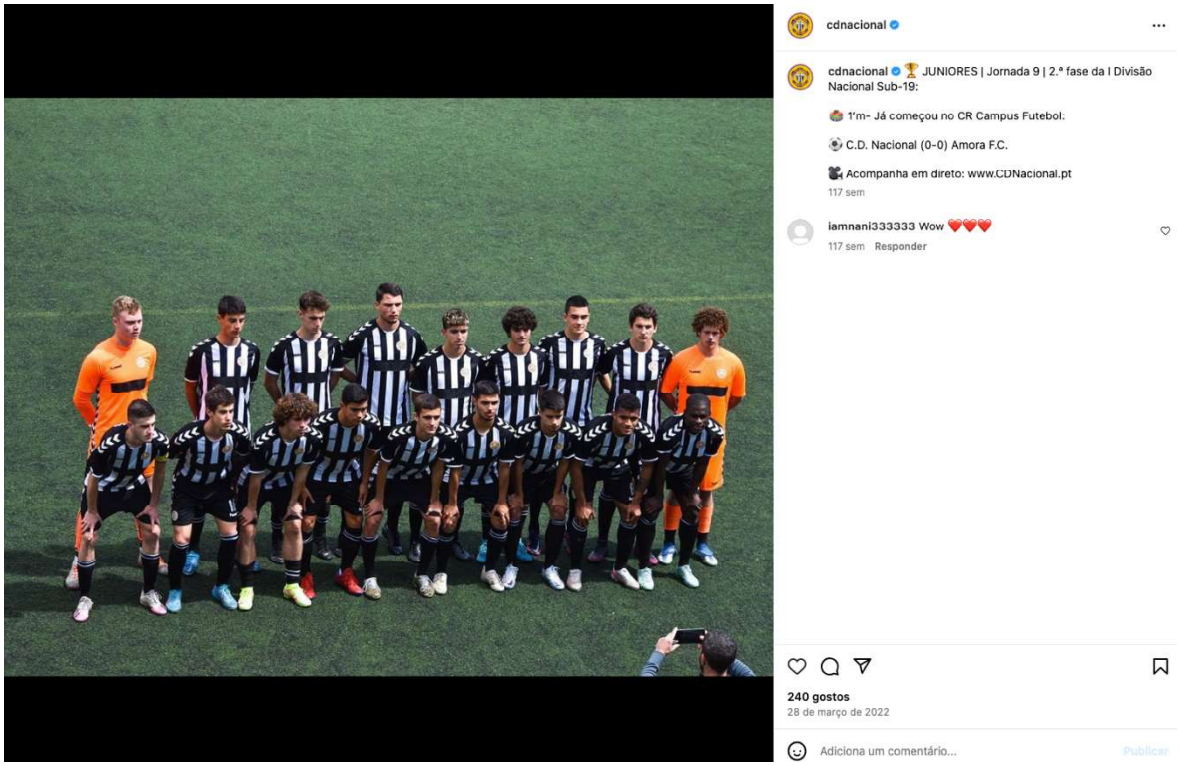
117 sem Responder

165 gostos

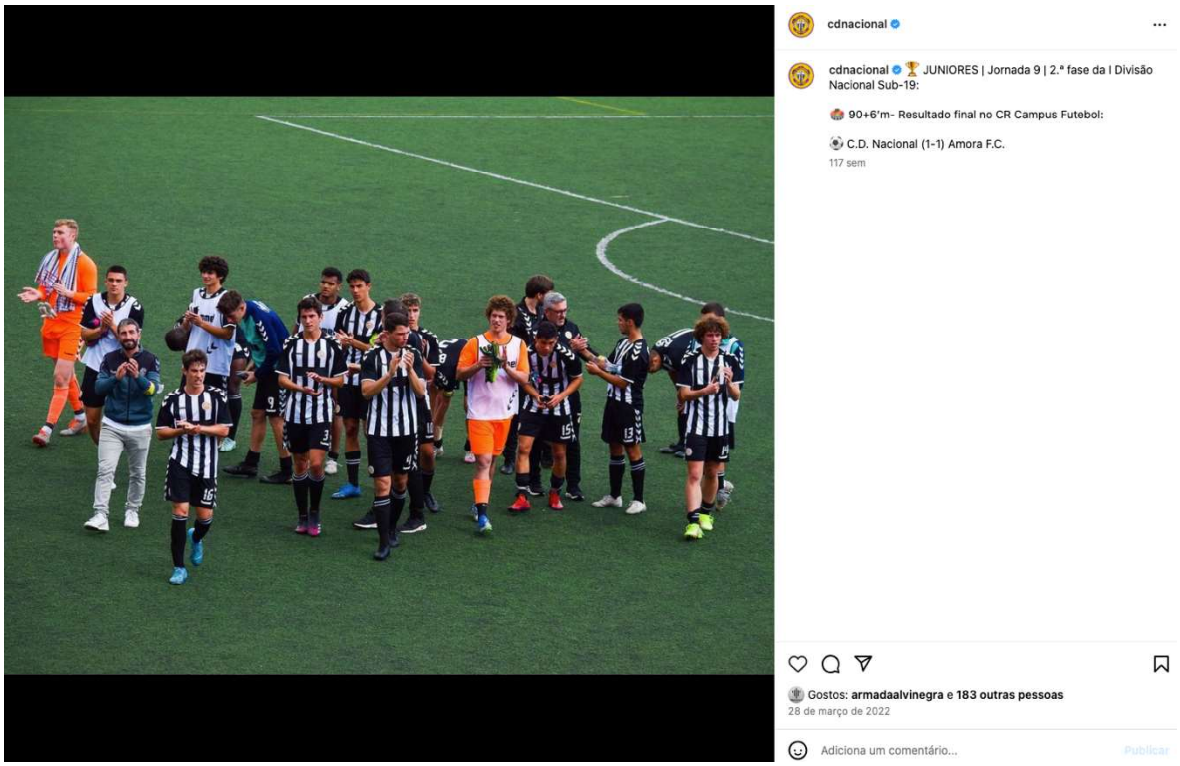
27 de março de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

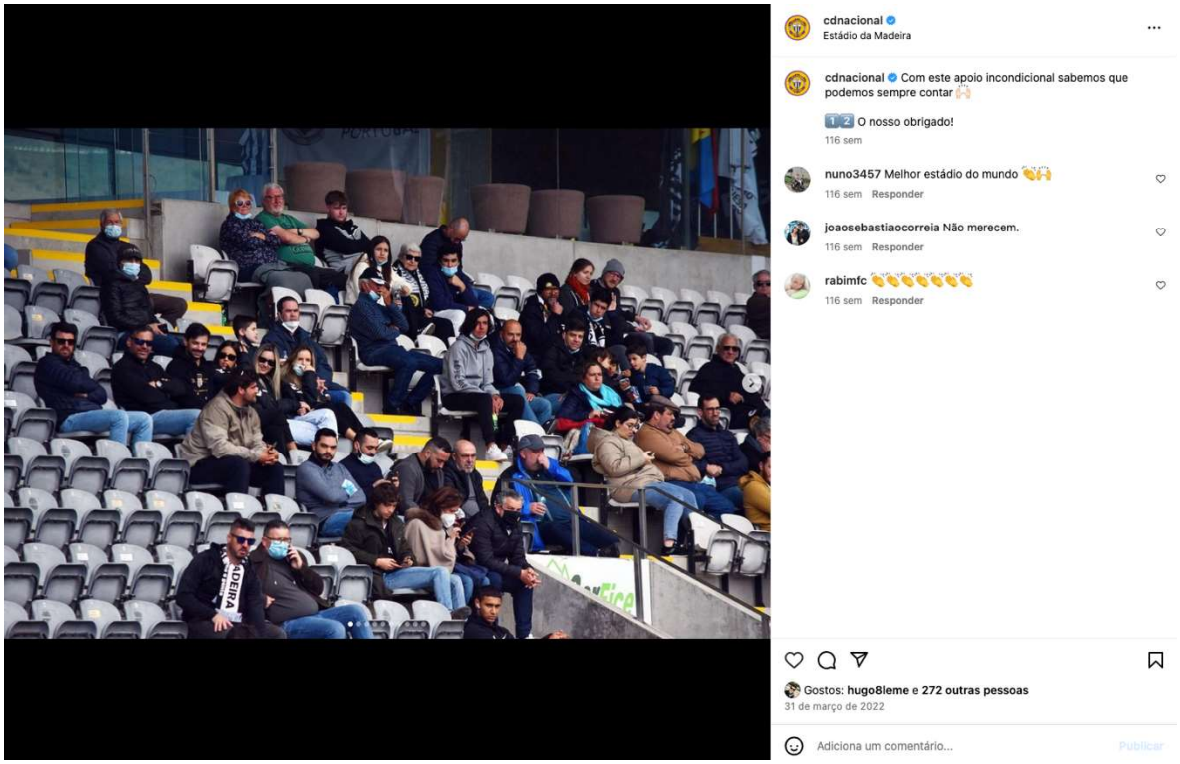
Post 1159



Post 1160



Post 1161



Post 1162

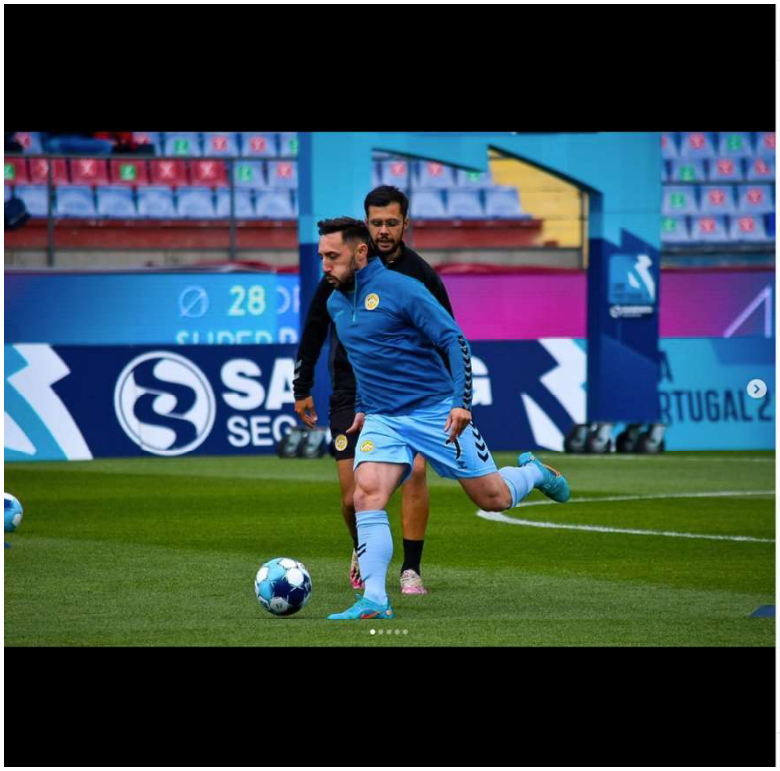


Post 1163



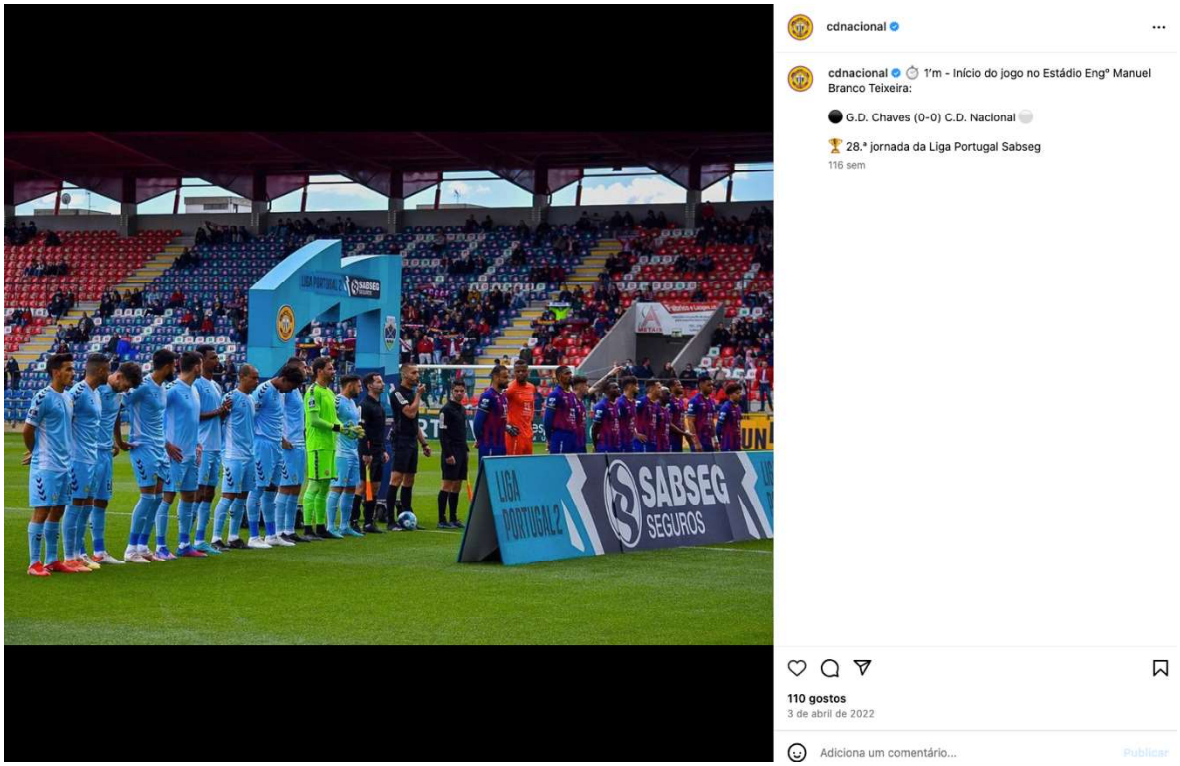


Post 1164

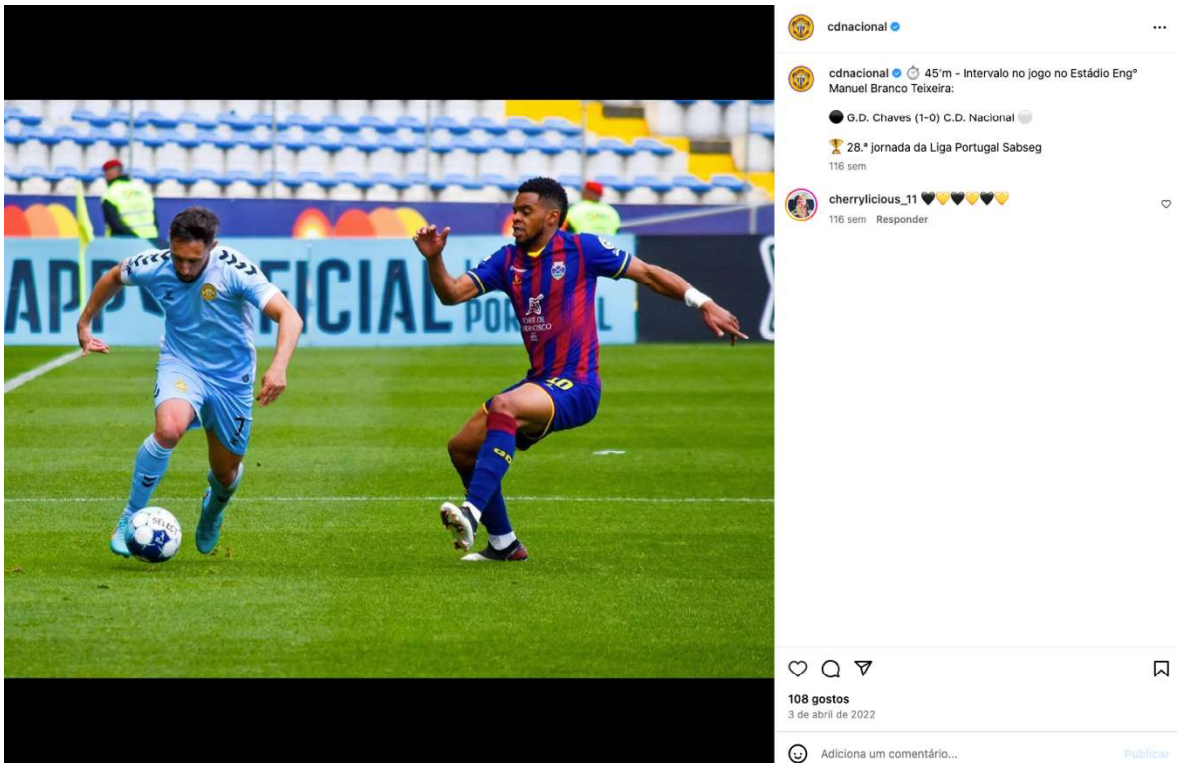




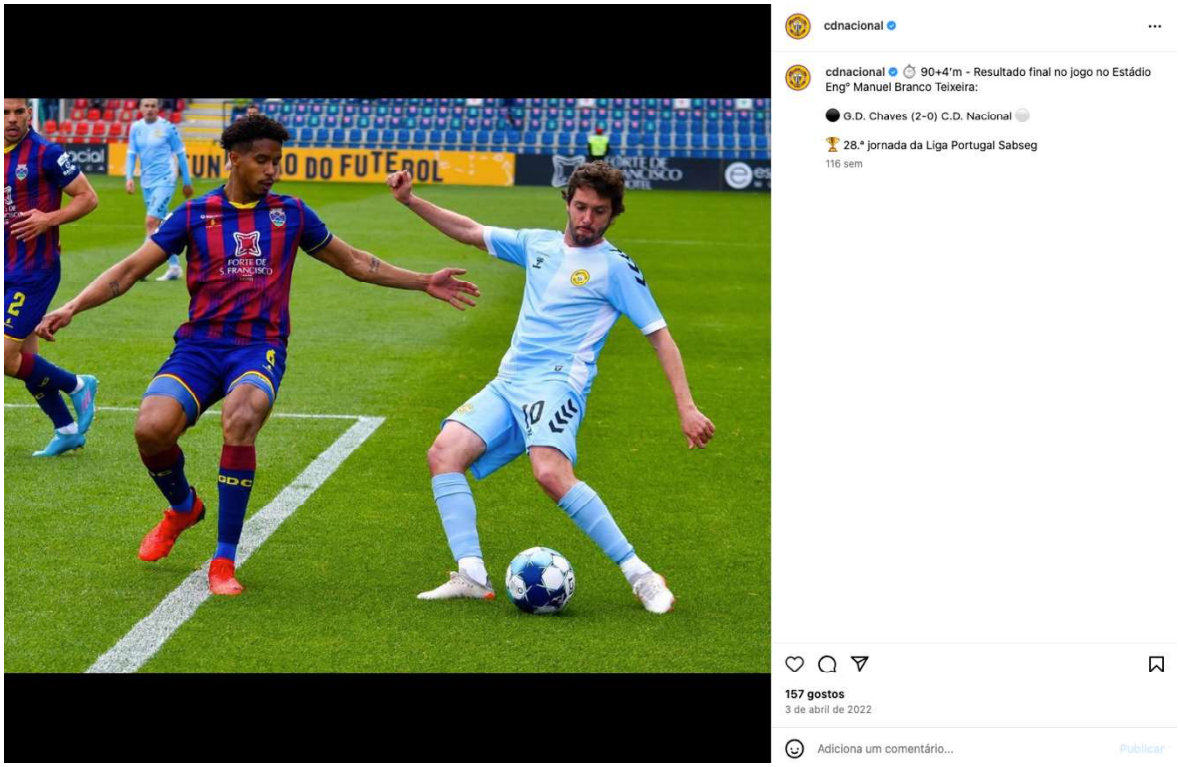
Post 1165



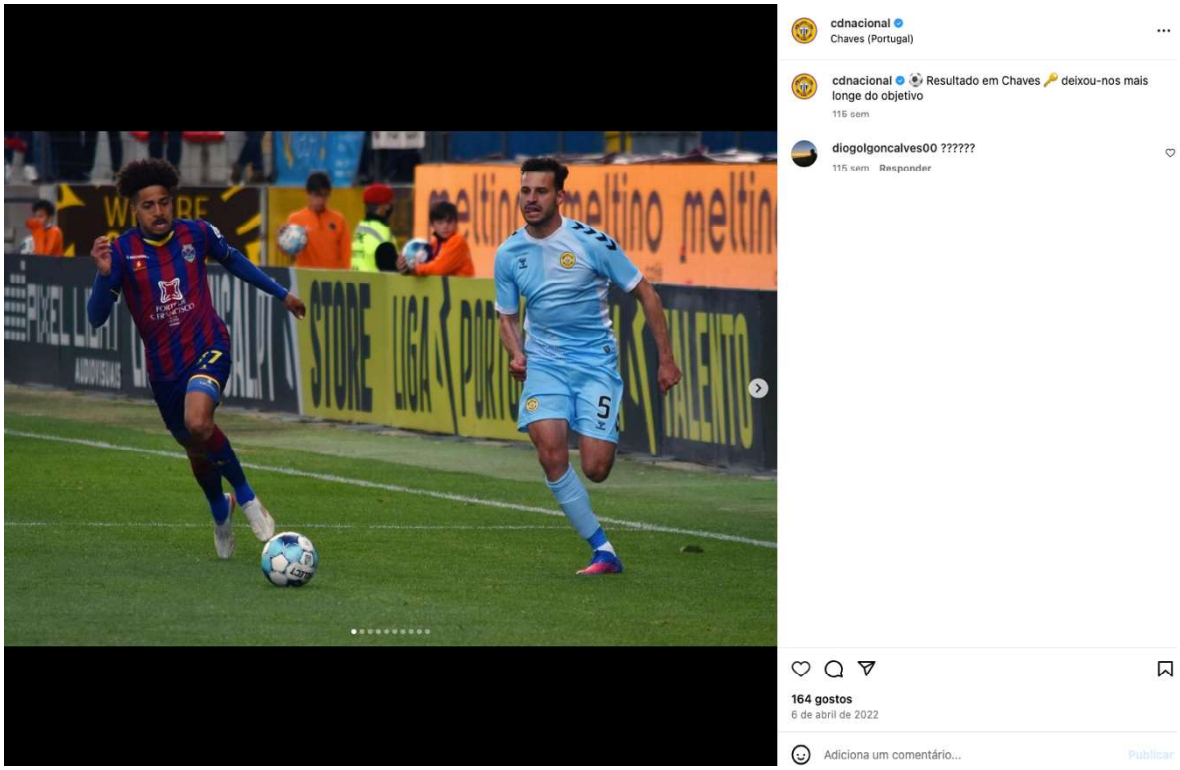
Post 1166



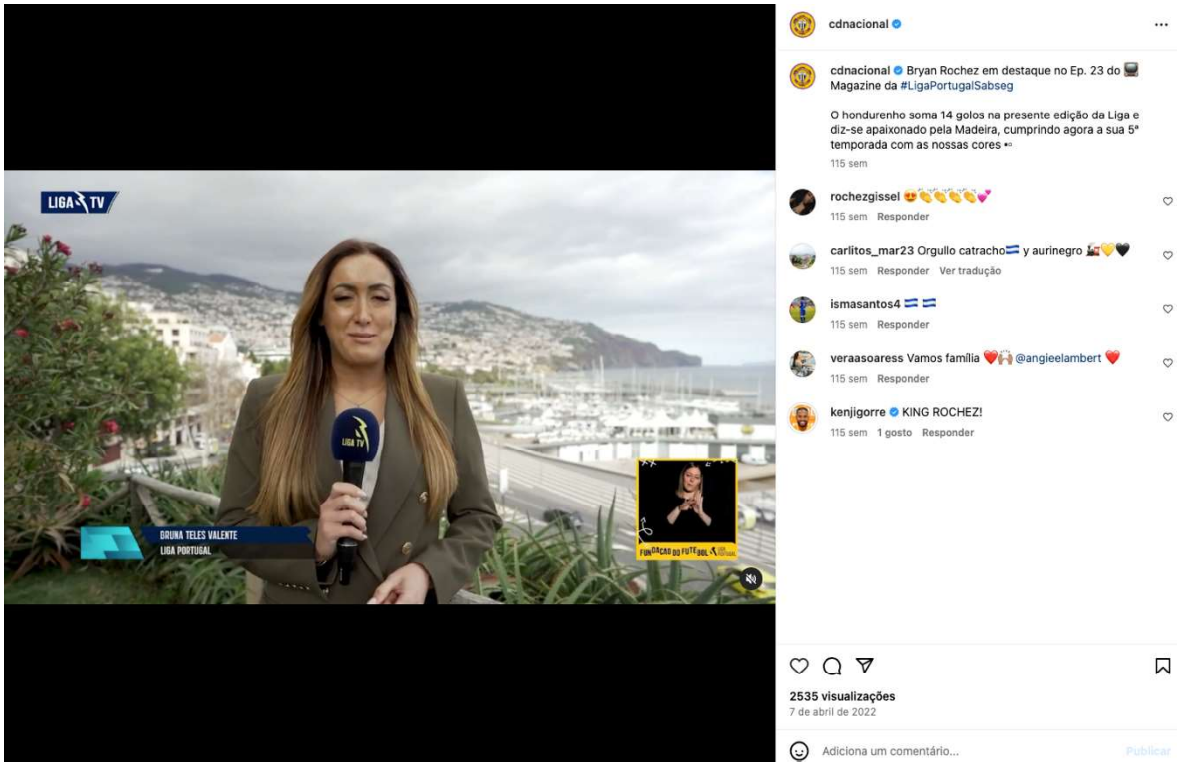
Post 1167



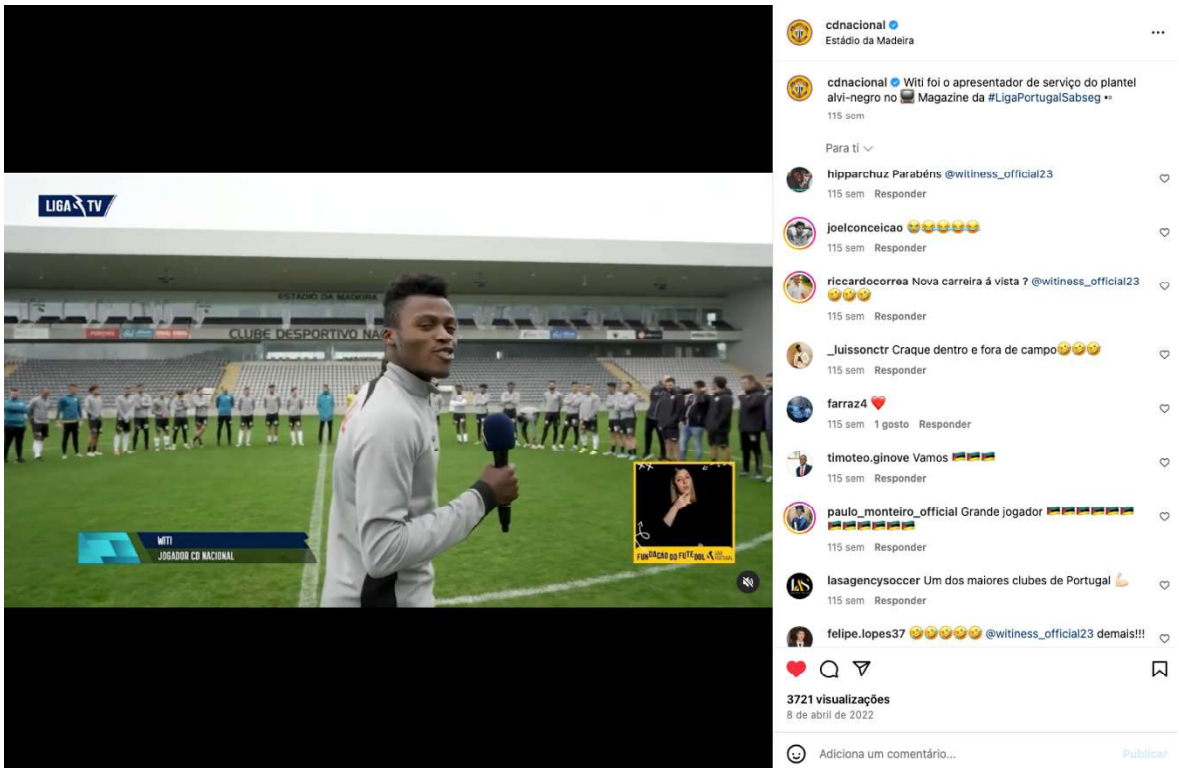
Post 1168



Post 1169



Post 1170



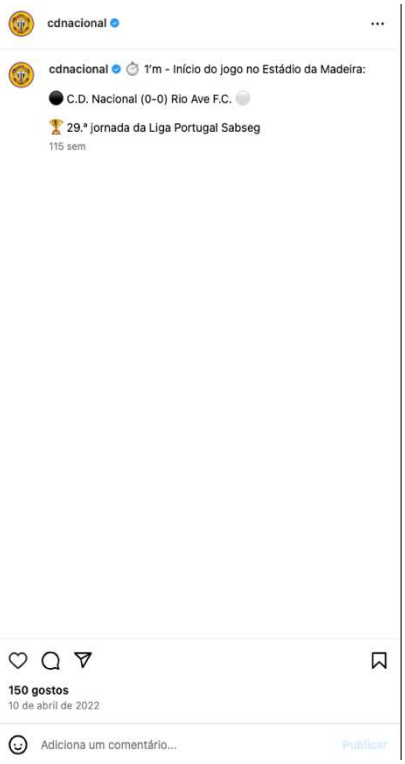
Post 1171





Post 1172





Post 1173



cdnacional

cdnacional 45'm - Intervalo no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (0-0) Rio Ave F.C.

29.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

115 sem

luismelimmelim Agora até ganham a melhor equipa do Campeonato.

115 sem Responder

143 gostos

10 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1174



cdnacional

cdnacional 78'm - GOOOOOOOOOOOOOOOOOLOOOOOOOO de Marco Matias no jogo no Estádio da Madeira:

C.D. Nacional (1-0) Rio Ave F.C.

29.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

115 sem

fatimaafonsoaguiar ❤️

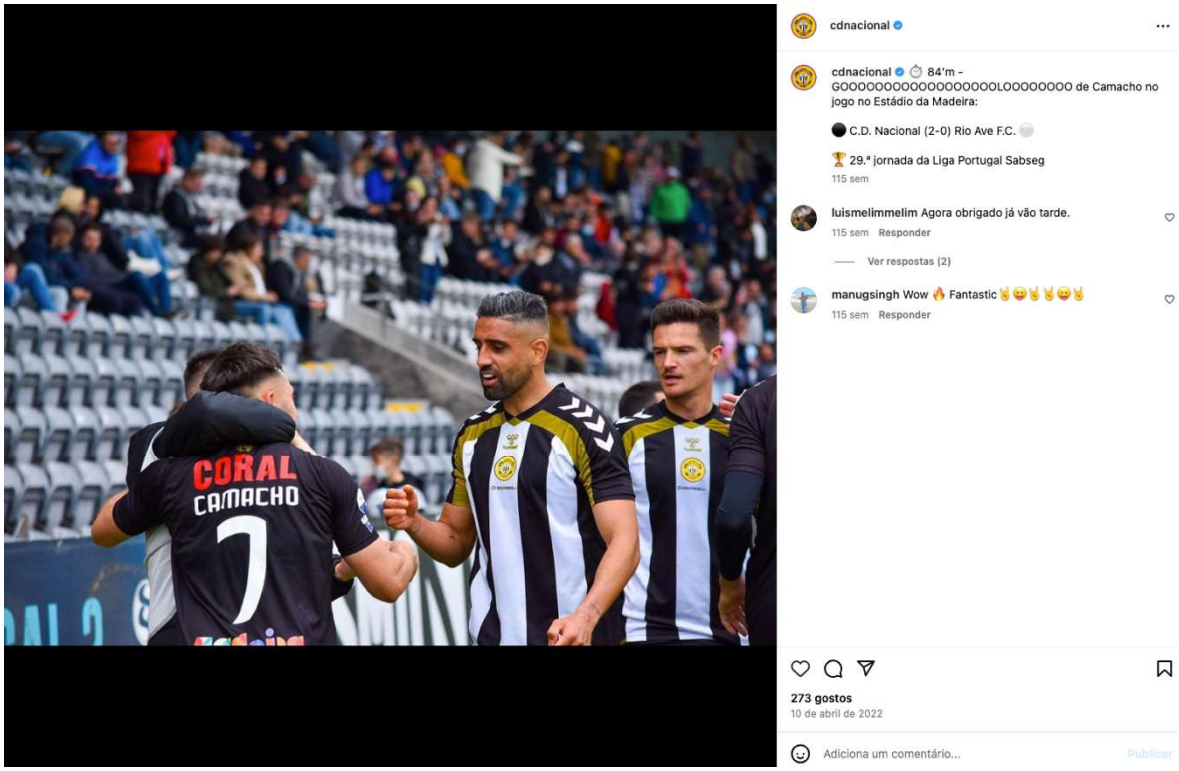
115 sem Responder

317 gostos

10 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1175



Post 1176



Post 1177



cdnacional

cdnacional 🏆 É o rei 👸 das assistências e já leva 4 golos marcados. Marco Matias foi eleito o "Homem do Jogo", no encontro da jornada 29 da Liga Portugal Sabseg 👏

115 sem

luisbdenobregateixeira Parabens Nacional más esta longe dos lugares importantes

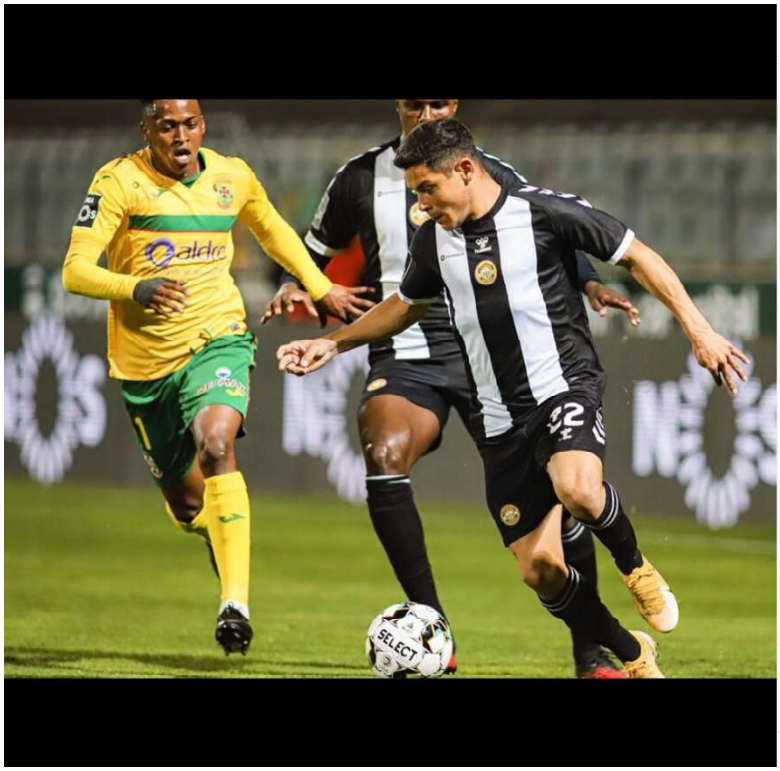
115 sem Responder

Gostos: **hugo8leme** e **328 outras pessoas**

10 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1178



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Até sempre, Kalindi 🤍🖤

115 sem

Para ti

_1950_tiago 😢

114 sem Responder

osns14 😢😢😢

115 sem Responder

rodrigomateus23 Que descanse em paz! 🙏🙏

115 sem Responder

guilhermemsilva_4 😢🖤❤

115 sem Responder

dilia_lucas 😢😢

115 sem Responder

santiago_peres13 🙌

115 sem Responder

amilcarsousa81 😢 Descanse em paz. Tive o prazer de o ver muitas vezes na choupana... Sentimentos à família.

115 sem Responder

vila_minha_vida_ Descanse em paz Kalindi 🙏🕊️💚

115 sem Responder

elmooo.j El-Fatiha

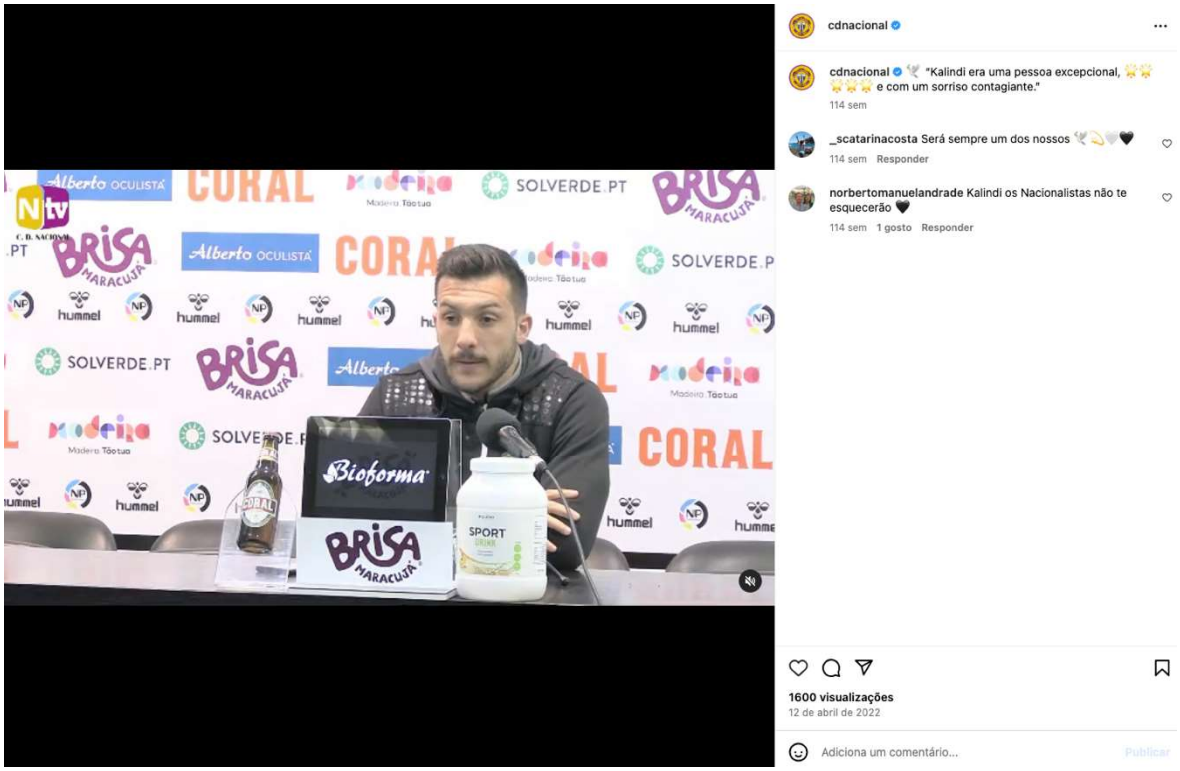
115 sem Responder Ver tradução

Gostos: **zemariatrindade** e **3137 outras pessoas**

10 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1179



Post 1180



Post 1181



cdnacional

cdnacional ⚽ Ganha uma freebet grátis de 5€ no registo! Como? Fácil 👇

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha a tua freebet de 5€ e ainda 100 jogadas grátis em casino entre outras ofertas!

Regista-te entre dia 15 e 18 de Abril e aproveita a oferta. Descobre os melhores jogos de casino e as melhores odds na @solverde.pt!

Informação / Termos e condições em: https://solver.de/369m07O

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 114 sem

66 gostos
15 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1182



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Com a máxima ambição para vencer nesta jornada 30 👊

x Estrela Amadora

Sábado | 17h00

114 sem

Gostos: **zemariatrindade** e **390 outras pessoas**
15 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

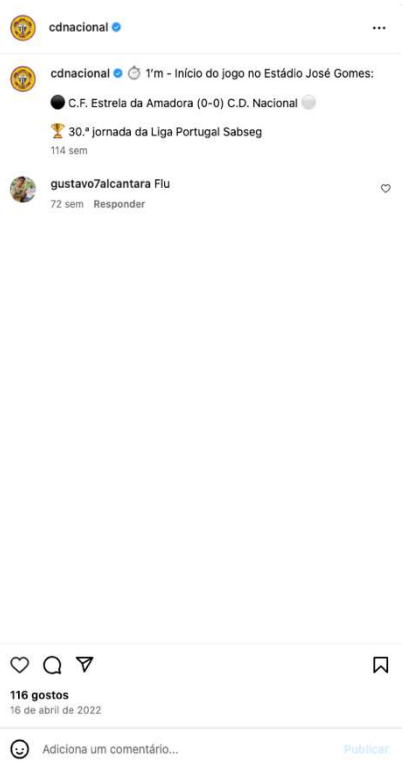
Post 1183





Post 1184

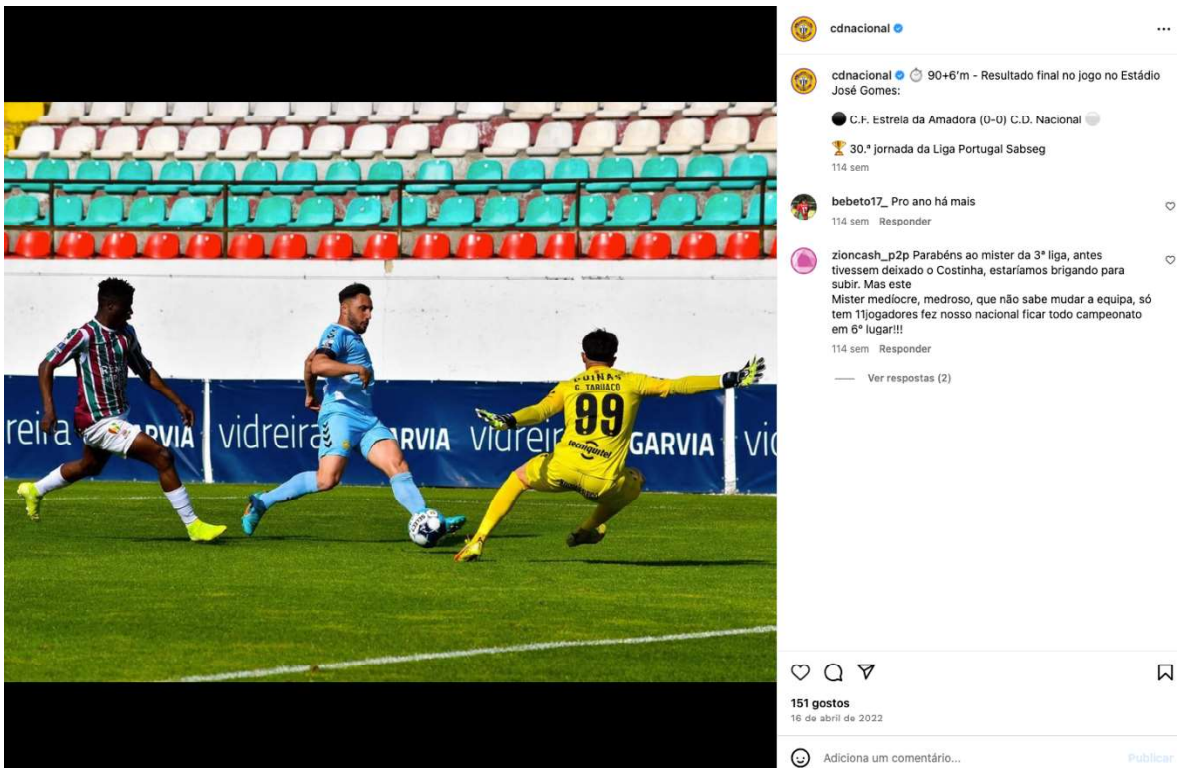




Post 1185



Post 1186



Post 1187



cdnacional

cdnacional A toda a família nacionalista desejamos uma Santa e Feliz Páscoa.

Não há gente como a gente

114 sem

Gostos: **duarteabreugomes** e **148 outras pessoas**

17 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1188



cdnacional
Estádio José Gomes

cdnacional A tua memória permanecerá no seio de nós. Até sempre, Kalindi!

114 sem

Para ti

victoria_branco
102 sem Responder

cleide.martins.146 Q o senhor receba garoto
113 sem Responder

fernando_ohashi Até sempre kalindi
114 sem Responder

marianesilva44 Descanse em paz Kalindi
114 sem Responder

conversasredondas
114 sem Responder

daniel_chgas
114 sem Responder

kenjigorre
114 sem Responder

dilia_lucas
114 sem Responder

jarbas.krahelski
114 sem Responder

Gostos: **zemariatrindade** e **694 outras pessoas**

17 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1189



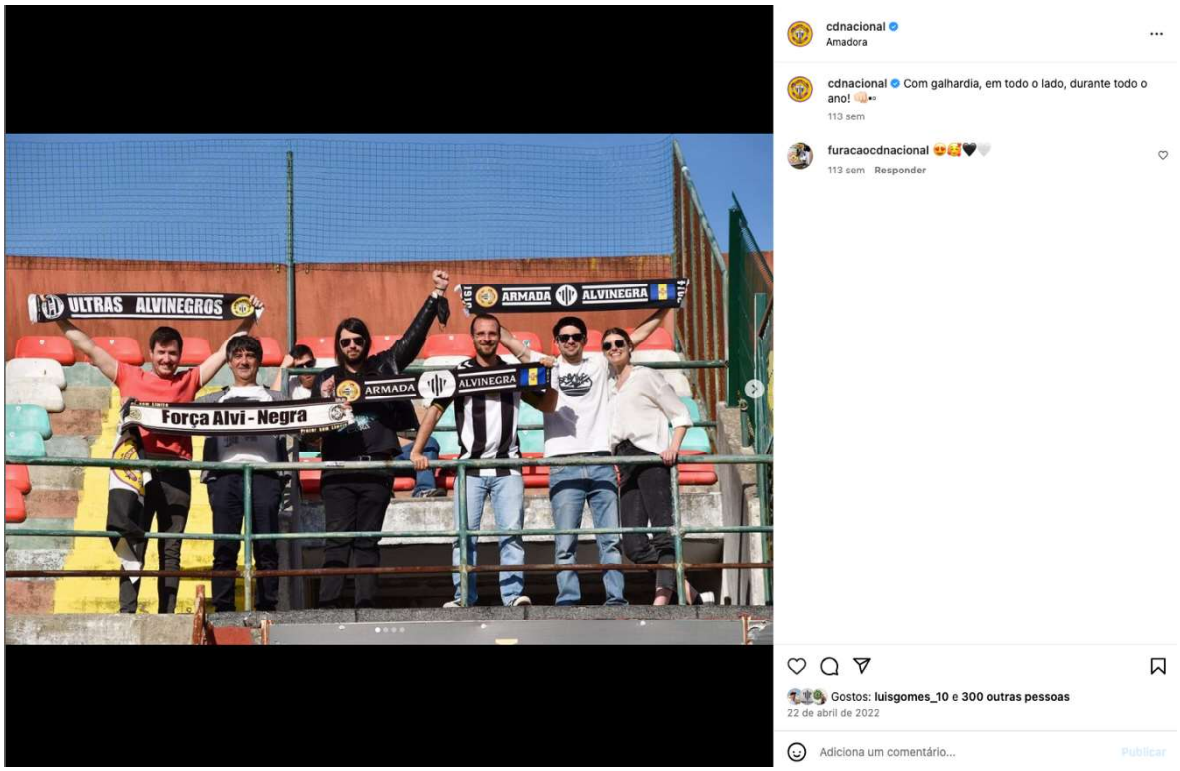
Post 1190



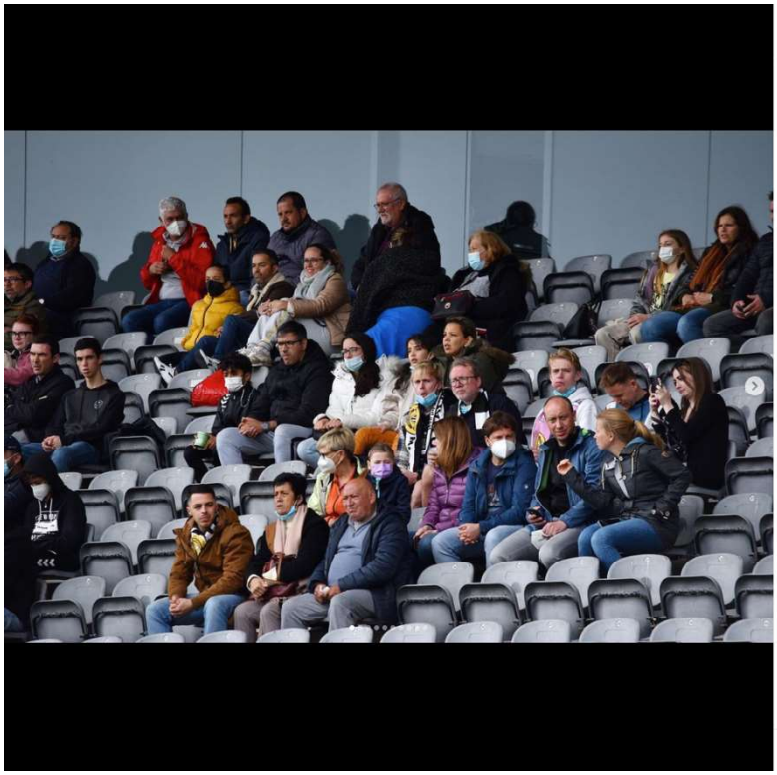
Post 1191



Post 1192



Post 1193



cdnacional
Estádio da Madeira

cdnacional Já falta pouco para voltarmos a estar juntos

Domingo | 15h30

113 sem

vghhcfdd_ingri_uvd À Vitória Farense à Vitória

113 sem Responder

Gostos: **luisgomes_10** e **216 outras pessoas**

23 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1194



cdnacional

cdnacional ⚽ Ganha uma aposta na Solverde.pt! Cria a tua conta e faz a tua primeira aposta sem risco até 20€

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e odds em apostas desportivas na @solverde.pt!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 113 sem

61 gostos

24 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1195



furacaocdnacional
e
cdnacional
Região Autónoma da Madeira

furacaocdnacional O hábito da leitura deve estar cada vez mais presente na vida de todos nós 📖 Façam como eu, aproveitem o vosso tempo livre para ler um livro, em especial "Os Mágicos da Choupana".

🛒 À venda na Nacional Store e em www.cdnacional.pt/shop/

113 sem

Gostos: **cdnacional** e **207 outras pessoas**

24 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1196



cdnacional

cdnacional ⏱ 0'm - Equipas oficiais para o jogo no Estádio da Madeira:

⚫ C.D. Nacional (vs) S.C. Farense ⚪

🏆 31.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

113 sem

100 gostos

24 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

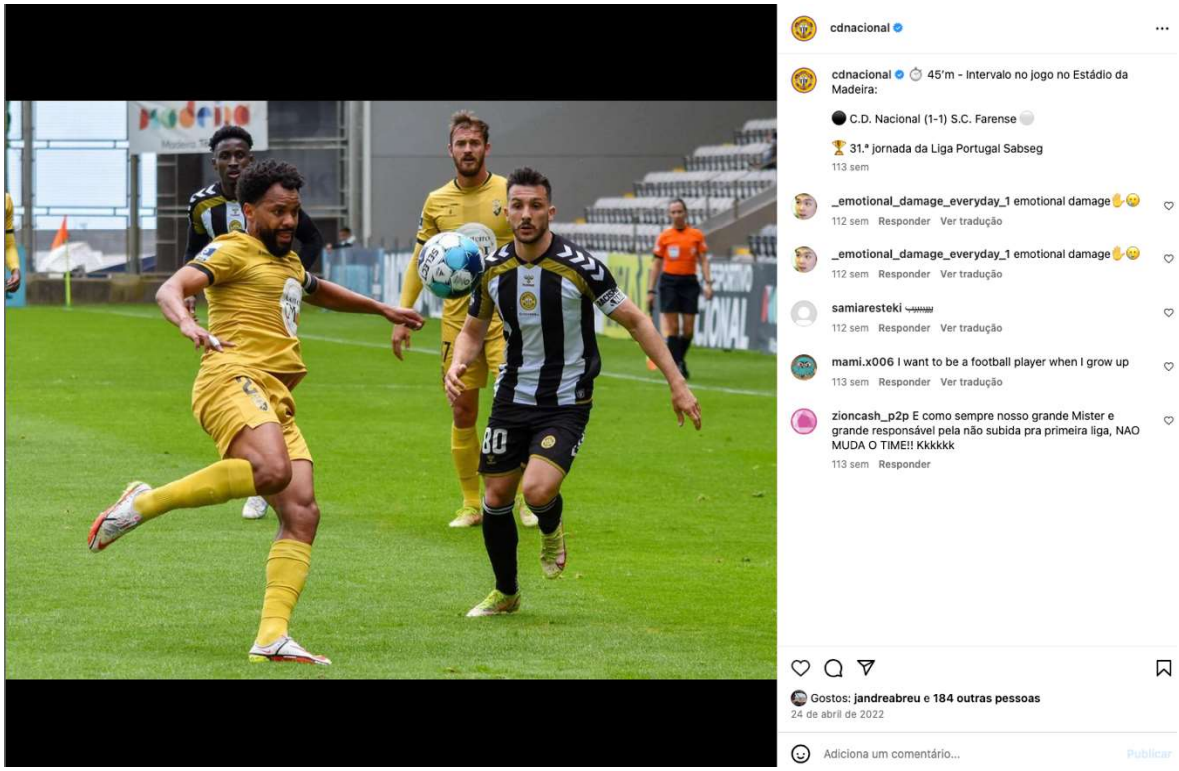
Post 1197



Post 1198



Post 1199



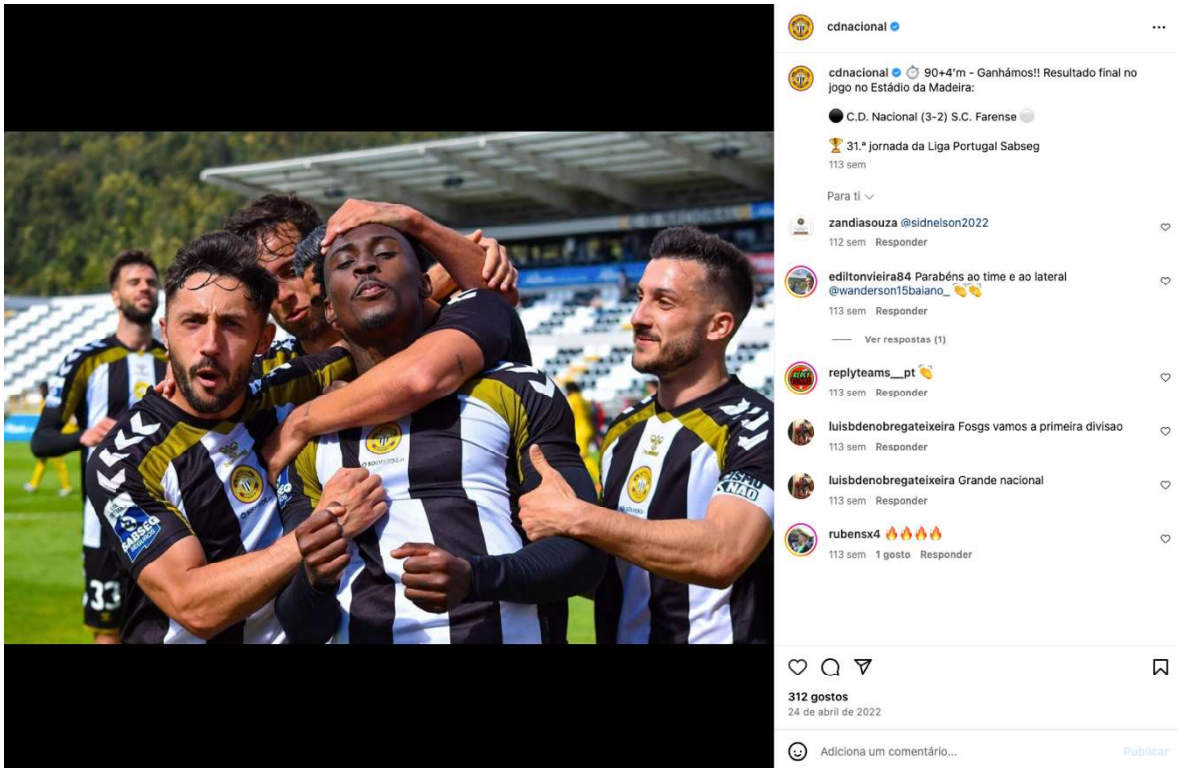
Post 1200



Post 1201



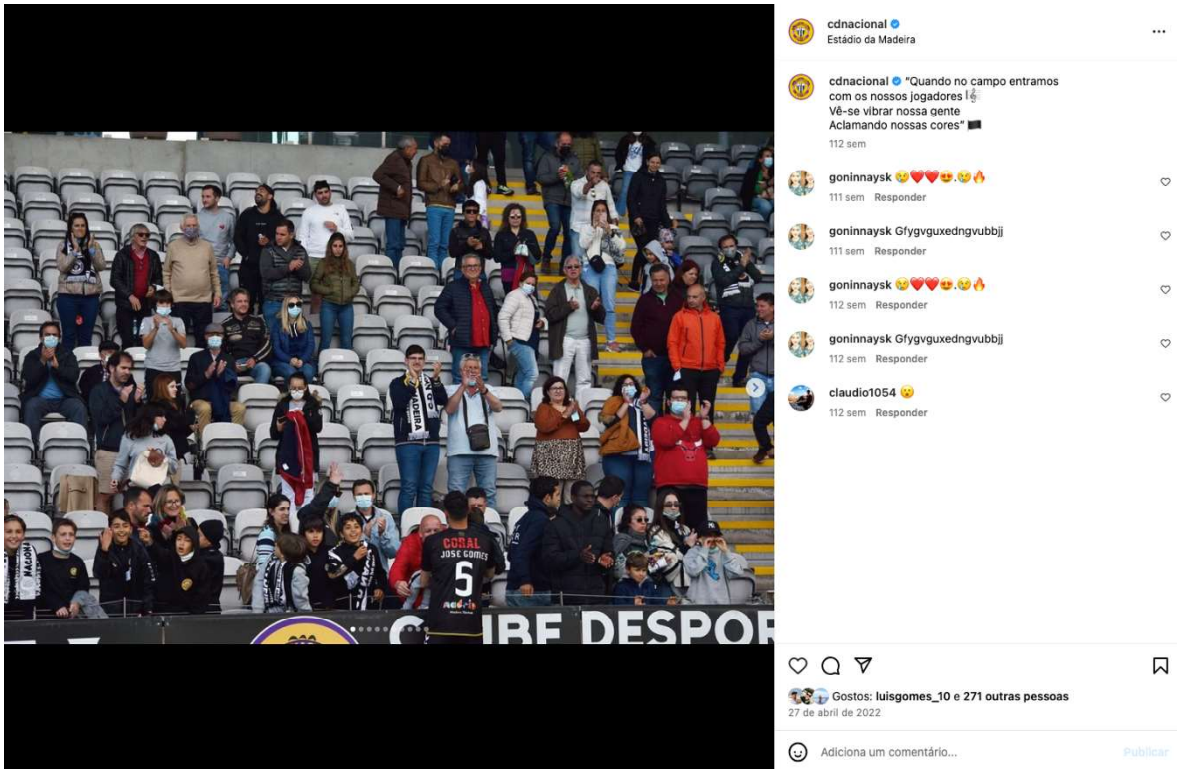
Post 1202



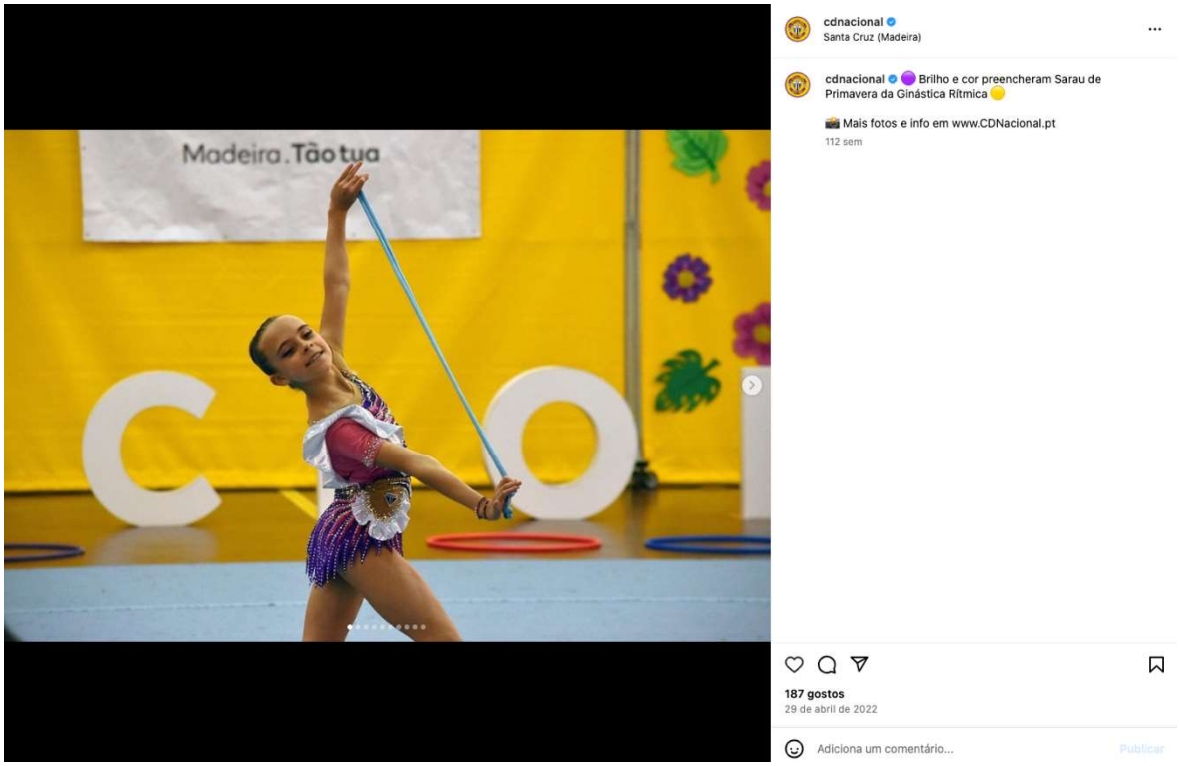
Post 1203



Post 1204



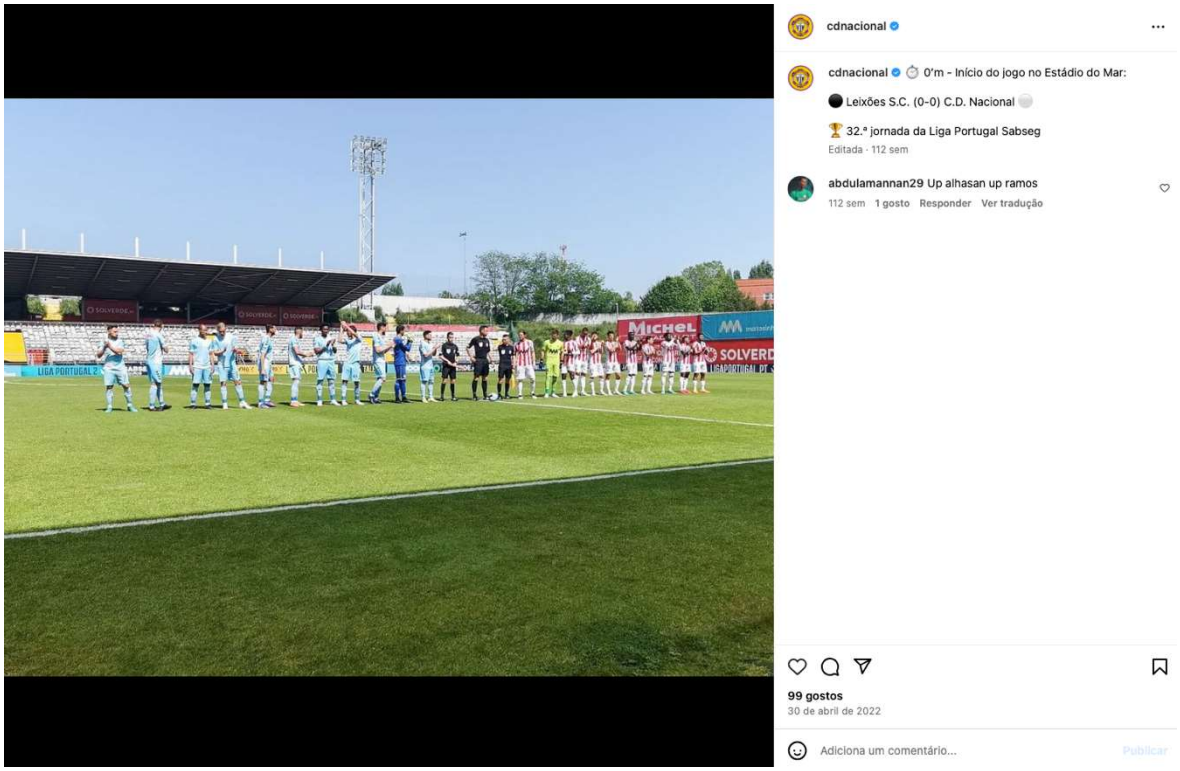
Post 1205



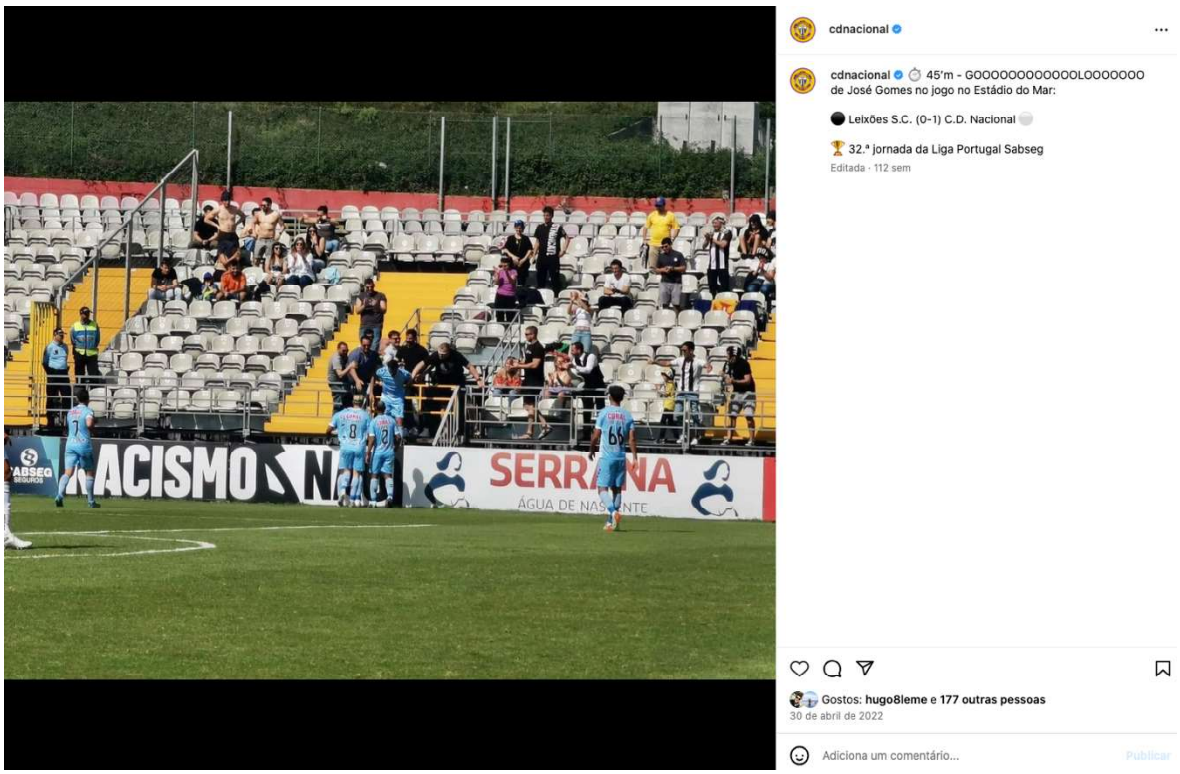
Post 1206



Post 1207



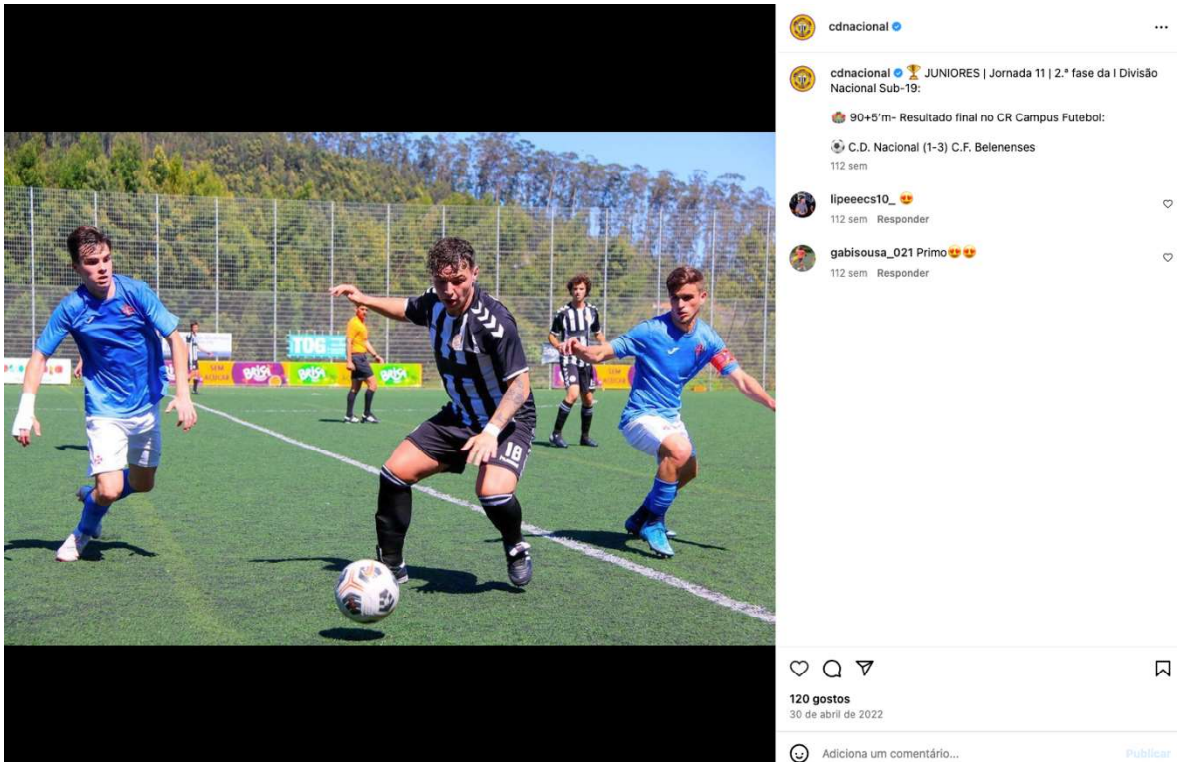
Post 1208



Post 1209



Post 1210



Post 1211



cdnacional

cdnacional ⏱ 90+4'm - Vencemos! 💪 Resultado final no jogo no Estádio do Mar:

⚫ Leixões S.C. (0-1) C.D. Nacional ⚪

🏆 32.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

Editada · 112 sem

replyteams__pt 👏

112 sem Responder

zioncash_p2p Vamos parabenizar o Grande Mister, que durante 30 rodadas jogou com os mesmo 13 jogadores e não conseguiu sair do 6º lugar!! Nacional muito grande pra ele. Treinador de 3ª liga

112 sem Responder

Gostos: **hugo8leme** e **161 outras pessoas**

30 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1212



cdnacional

cdnacional 🏆 Segurou a vitória nos instantes finais do encontro em mais uma boa exibição 🧤 Vagner foi eleito o "Homem do Jogo", no encontro da jornada 32 da Liga Portugal Sabseg 👏

112 sem

.lamy.gk. 🔥🔥

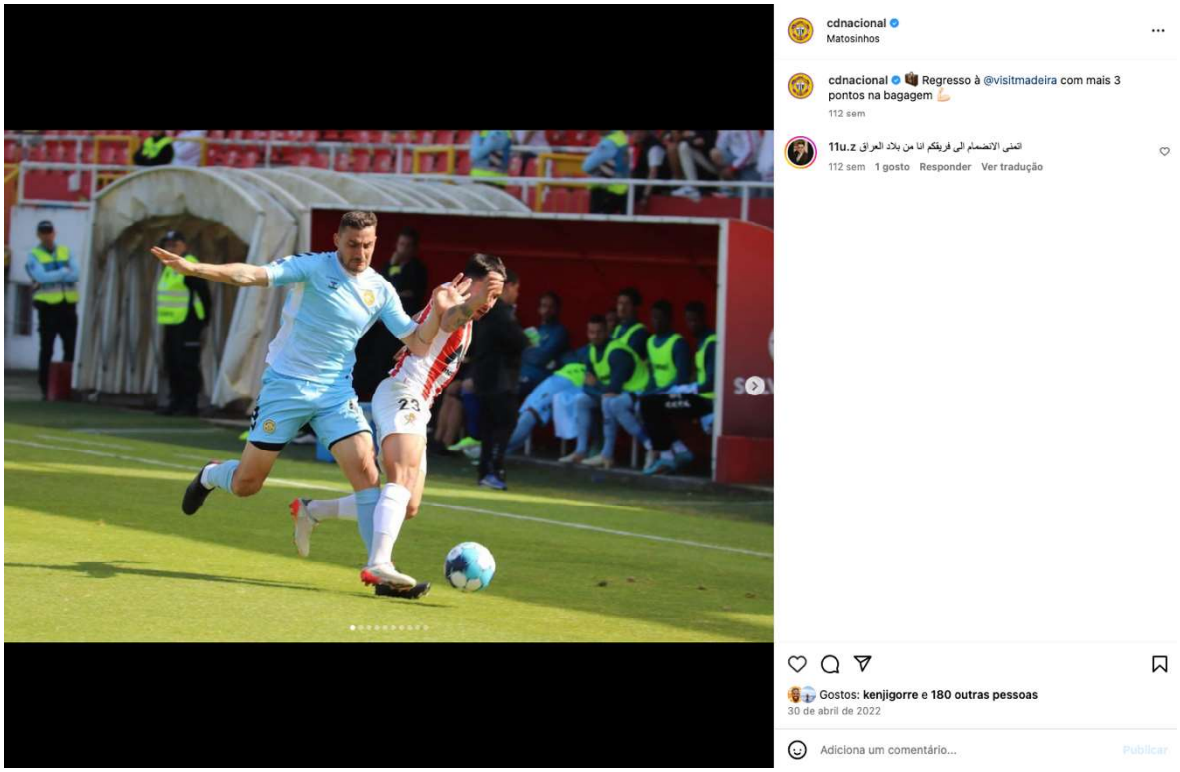
112 sem Responder

Gostos: **___duudu** e **232 outras pessoas**

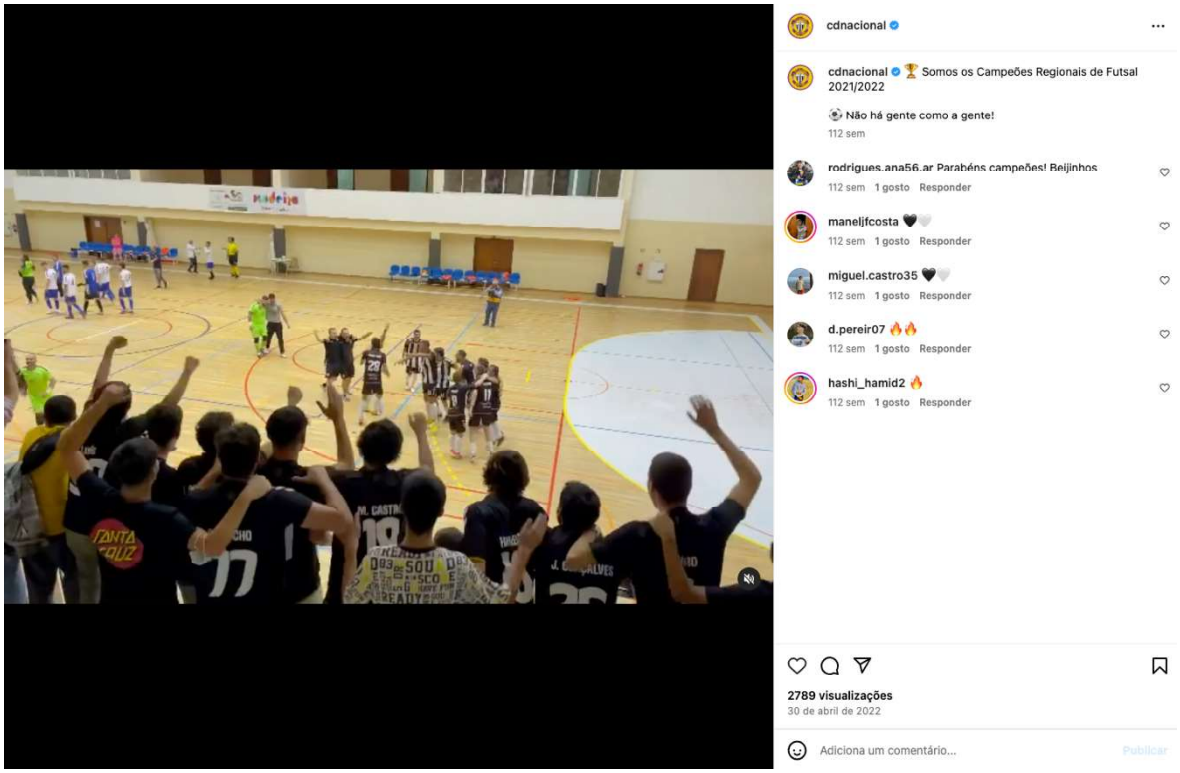
30 de abril de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1213



Post 1214

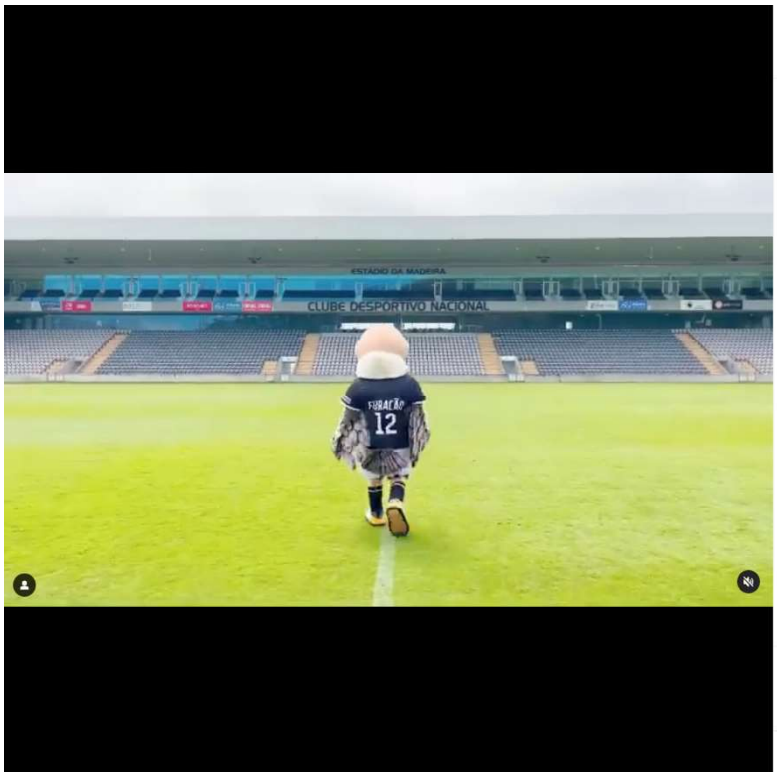


Post 1215



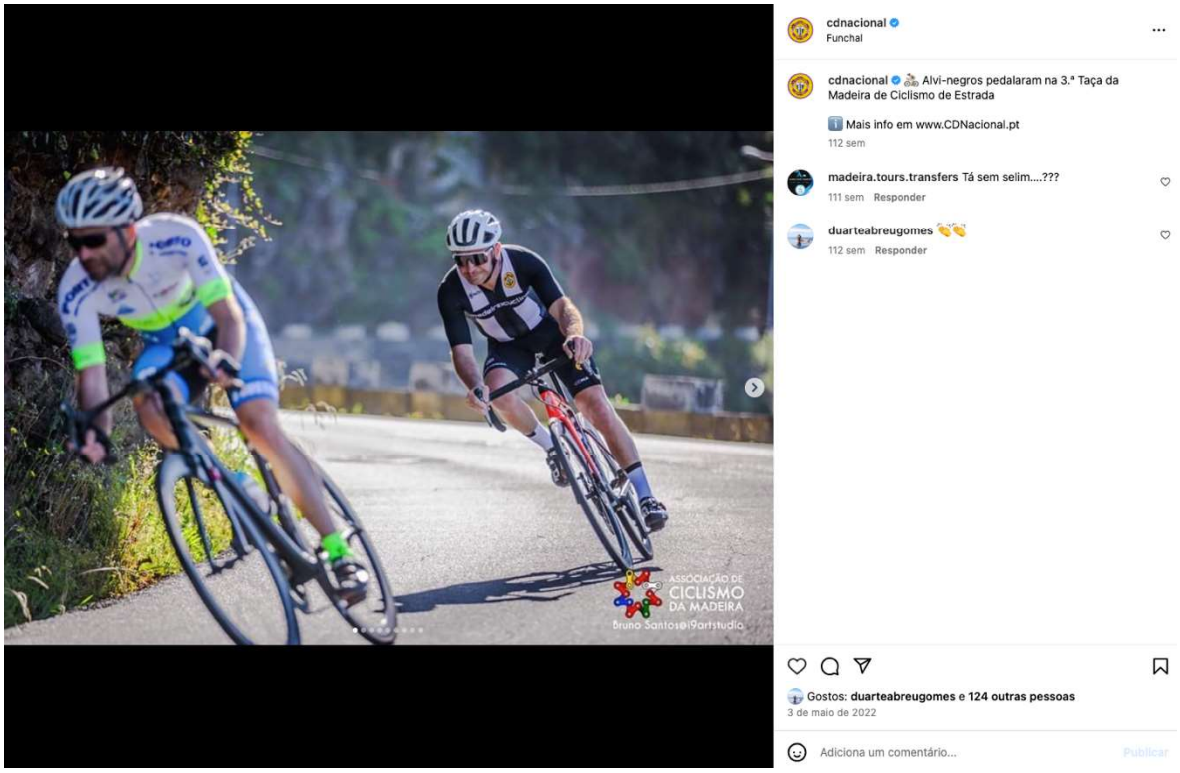


Post 1216





Post 1217



Post 1218



Post 1219



cdnacional

cdnacional ✍️⚽ Já temos a tática! Junta-te à equipa e ganha uma aposta sem risco e 100 jogadas grátis!

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha uma aposta desportiva sem risco até 20€ e também 100 jogadas grátis em casino sem depósito!!

Aproveita a oferta e descobre os melhores jogos de casino e as melhores odds na @solverde.pt!

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 111 sem

47 gostos
6 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1220



cdnacional

cdnacional ⚽ Seniores 'B' têm jogo decisivo este sábado

⏱️ 18h30 | Cristiano Ronaldo Campus Futebol

💪 Vem apoiar a nossa equipa! 🔴⚫

111 sem

Gostos: **armadaalvinegra** e **248 outras pessoas**
6 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1221





Post 1222





Post 1223



Post 1224



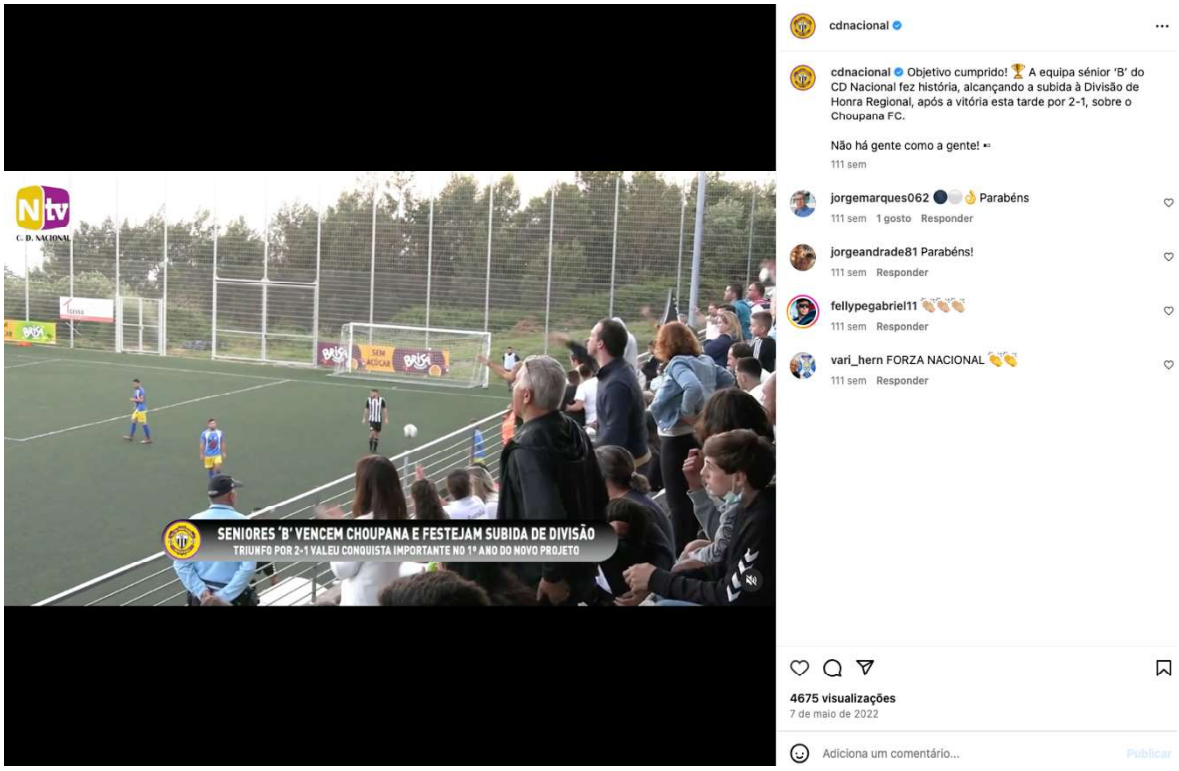
Post 1225



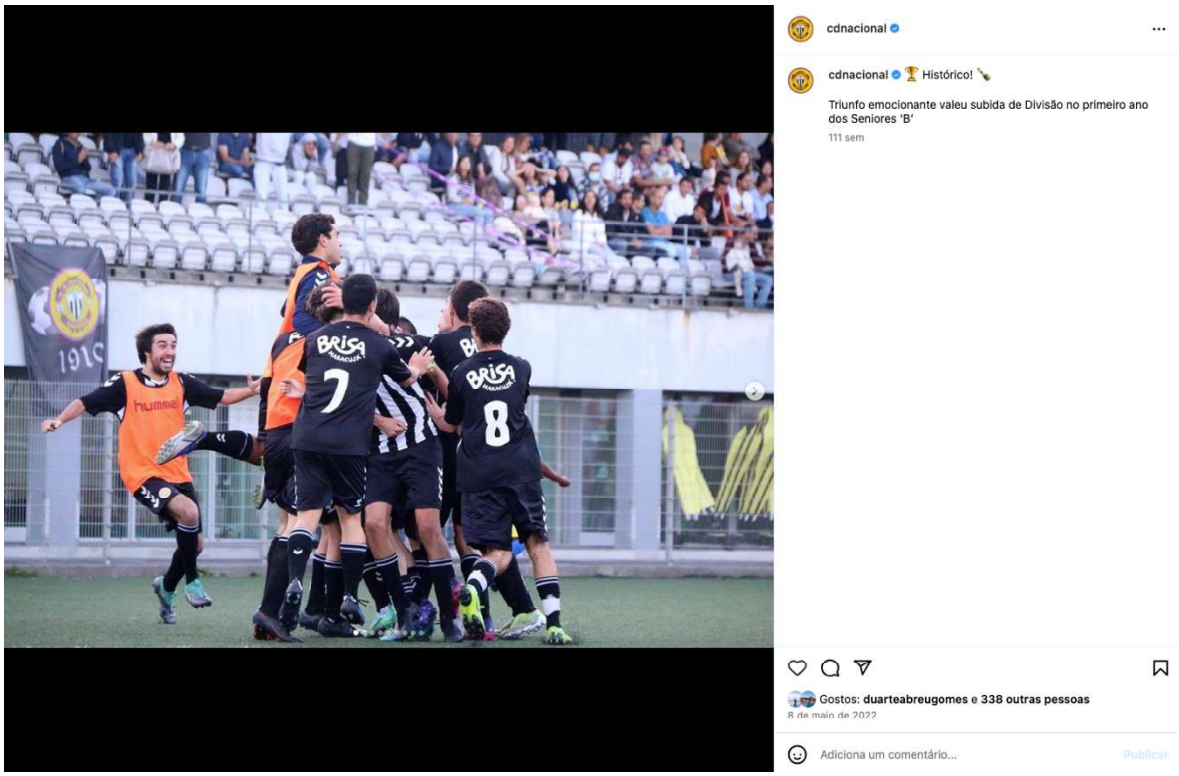
Post 1226



Post 1227



Post 1228



Post 1229



cdnacional

cdnacional Abram alas para a festa alvi-negra
111 sem

2236 visualizações
8 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1230



cdnacional

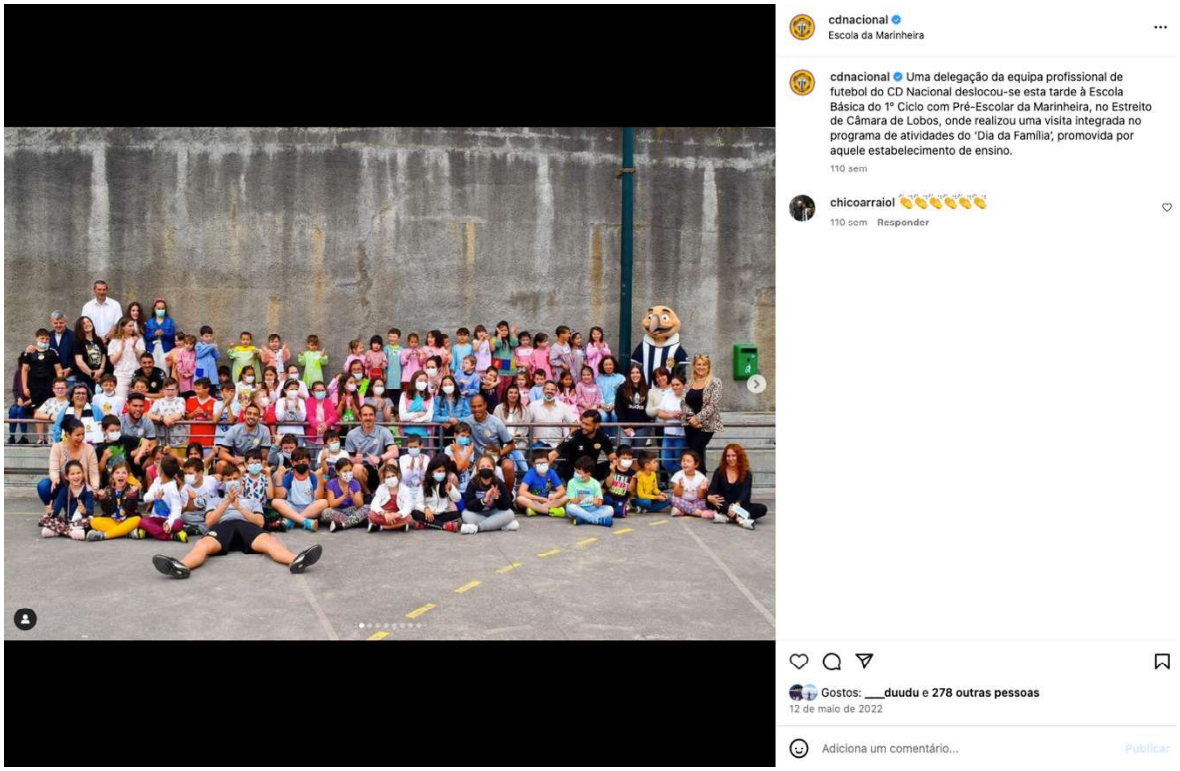
cdnacional Alvi-negros presentes na 4.ª Taça da Madeira de Ciclismo de Estrada

Mais info em www.CDNacional.pt
110 sem

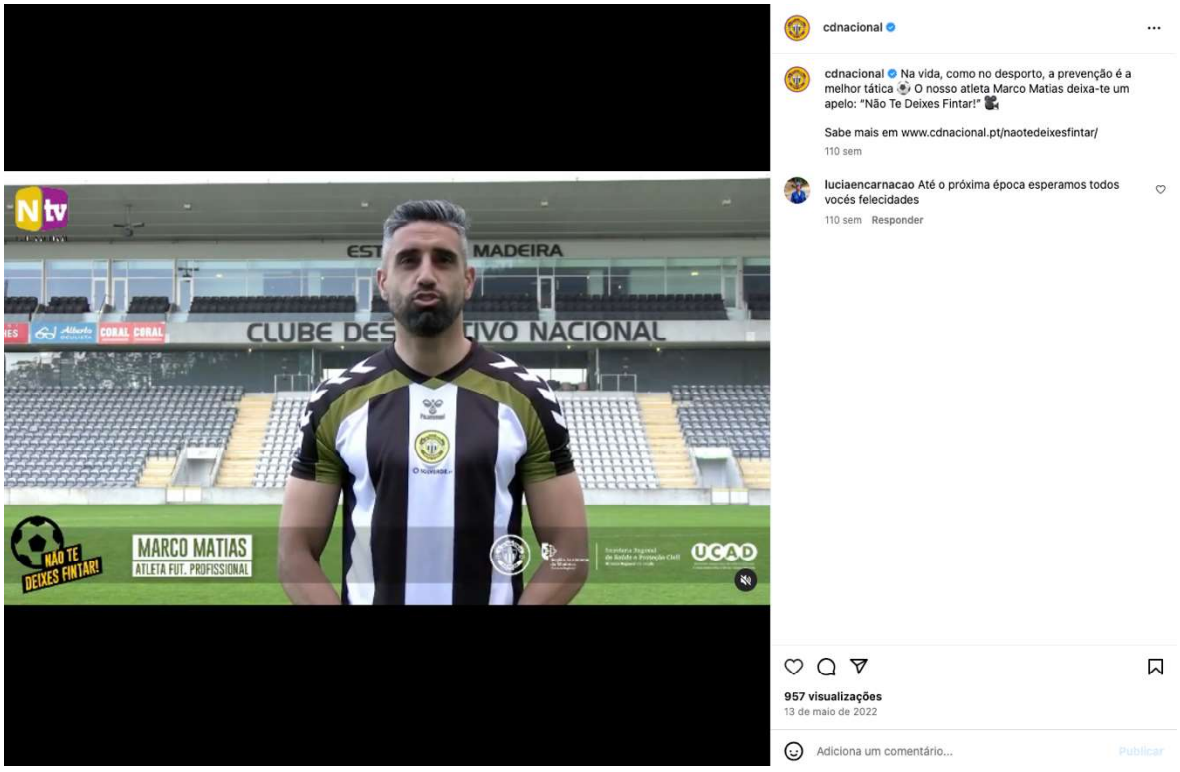
90 gostos
10 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

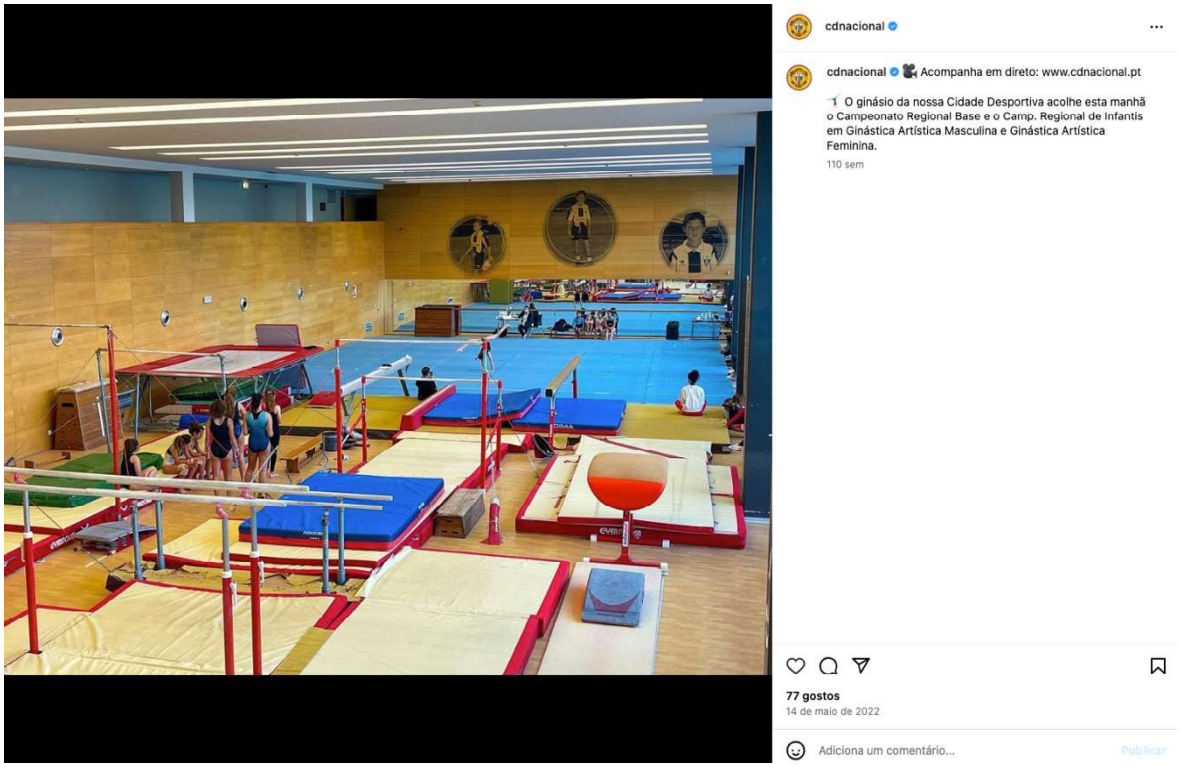
Post 1231



Post 1232



Post 1233



Post 1234



Post 1235



cdnacional

cdnacional 🏆 JUNIORES | Jornada 13 | 2.ª fase da I Divisão Nacional:

⏱️ 90+3'm- Resultado final no CR Campus Futebol:

⚽ C.D. Nacional (3-1) U.D. Leiria

🎥 Reviravolta no marcador valeu vitória. Vê o resumo 😍

110 sem

pedro.mteixeira9 que craque 👏👏@pedro__gustavo7

110 sem 1 gosto Responder

emmacoops30 Go @joe.besant 🙌

110 sem 1 gosto Responder

3073 visualizações

14 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1236



cdnacional

cdnacional ⚽ Ganha uma freebet grátis de 5€ no registo! Como? Fácil ⬇️

1️⃣ Regista-te com o código NACIONAL em www.solverde.pt
2️⃣ Ganha a tua freebet de 5€ e ainda 100 jogadas grátis em casino entre outras ofertas!

Regista-te entre dia 13 e 17 de Maio e aproveita a oferta. Descobre os melhores jogos de casino e as melhores odds na @solverde.pt!

Informação / Termos e condições em: https://sol-ver.de/369m07O

+18 | Joga por diversão, com moderação
www.solverde.pt

Editada · 110 sem

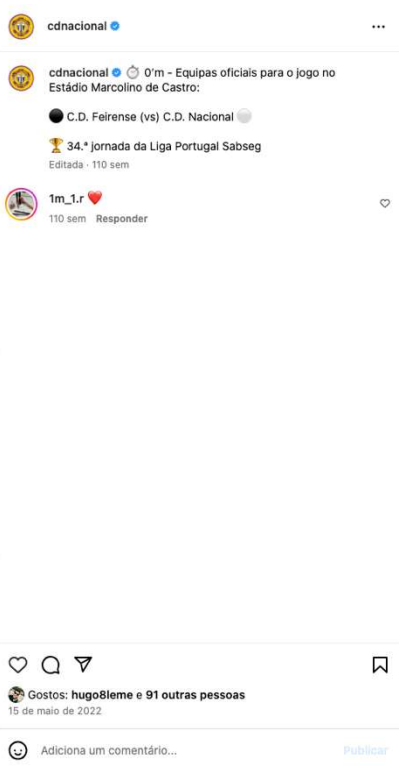
51 gostos

14 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1237



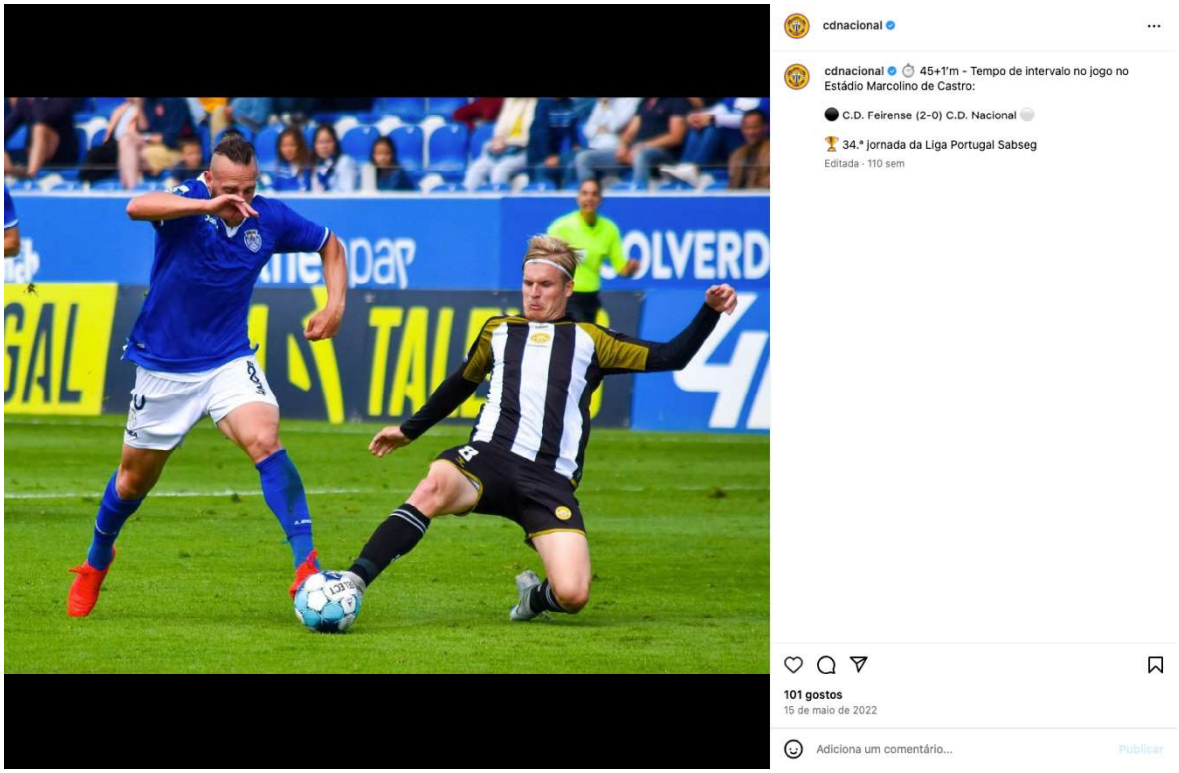


Post 1238

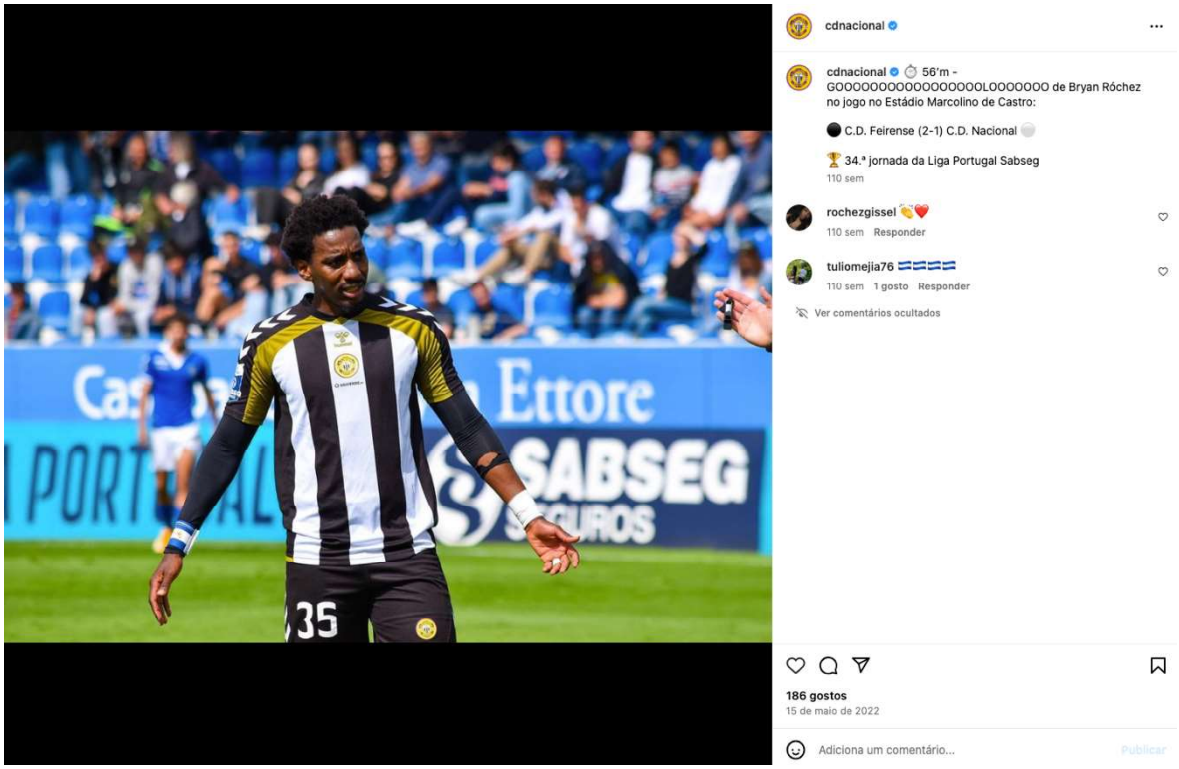




Post 1239



Post 1240



Post 1241



cdnacional

cdnacional 90'm - Resultado final no jogo no Estádio Marcolino de Castro:

C.D. Feirense (4-1) C.D. Nacional

34.ª jornada da Liga Portugal Sabseg

110 sem

bernardoliveira_07 Mamem bois mais um ano na 2a para o menor das ilhas

108 sem Responder

sergionunogomesferreira Deve ser " pancada " fazer substituição depois dos 70 minutos

110 sem Responder

zioncash_p2p Passamos vergonha na temporada graças a um "mister" que não sabe nada de tática. Que jogou 87% dos minutos jogados das 34 rodadas com apenas 13 jogadores, que 92% das partidas substituiu a equipa depois dos 70min. Que não mudou nenhuma vez a equipa no intervalo. Ele quebrou o grupo de atletas e desmotivou todos durante a temporada. Ele éo único responsável por não termos subido para a 1ª liga!!! Esse senhor não é mister, o @cdnacional é muito grande pra ele!!! Ele deveria ter ficado na@3ª Liga.

110 sem 1 gosto Responder

Ver respostas (1)

Ver comentários ocultados

121 gostos

15 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1242



cdnacional

Estádio da Madeira

cdnacional Ginásio da Cidade Desportiva recebeu sábado o Campeonato Regional de Infantis e de Divisão Base, em Ginástica Artística Masculina e Feminina

110 sem

furacaocdnacional

110 sem Responder

b_a_d_b_o_u_i_ Ilove you so much

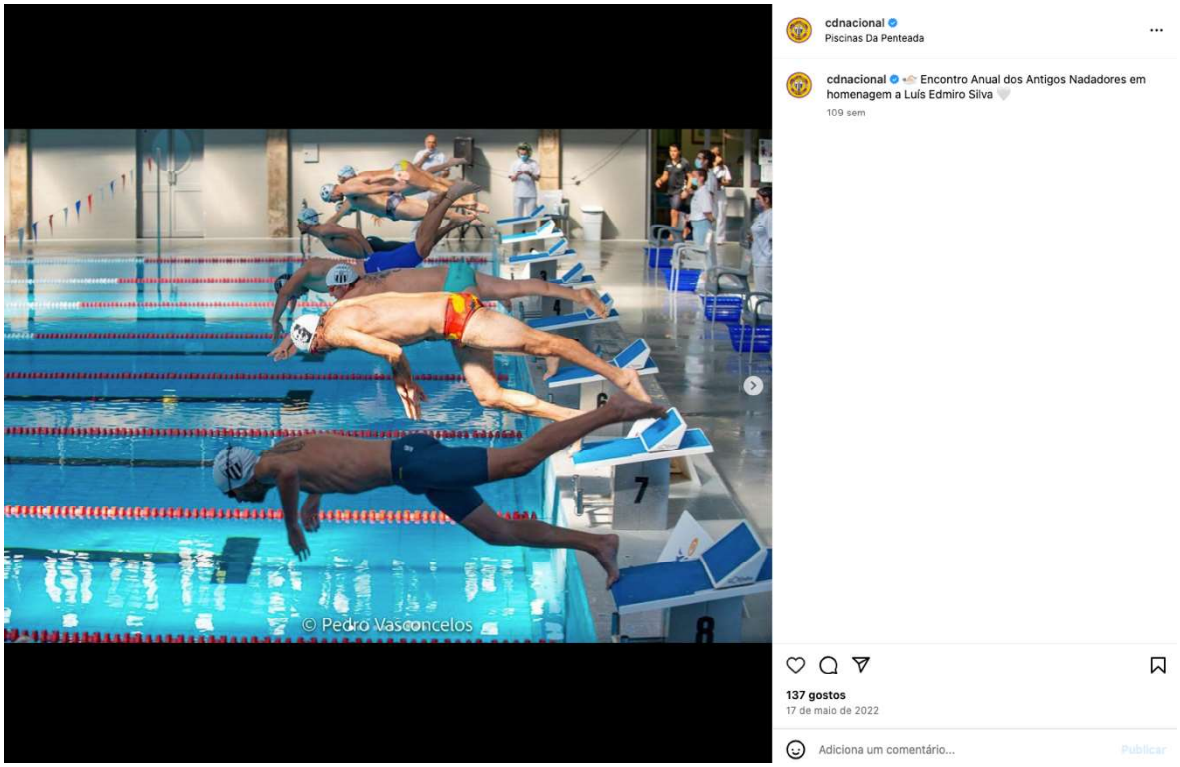
110 sem 1 gosto Responder Ver tradução

Gostos: **duarteabreugomes** e **153 outras pessoas**

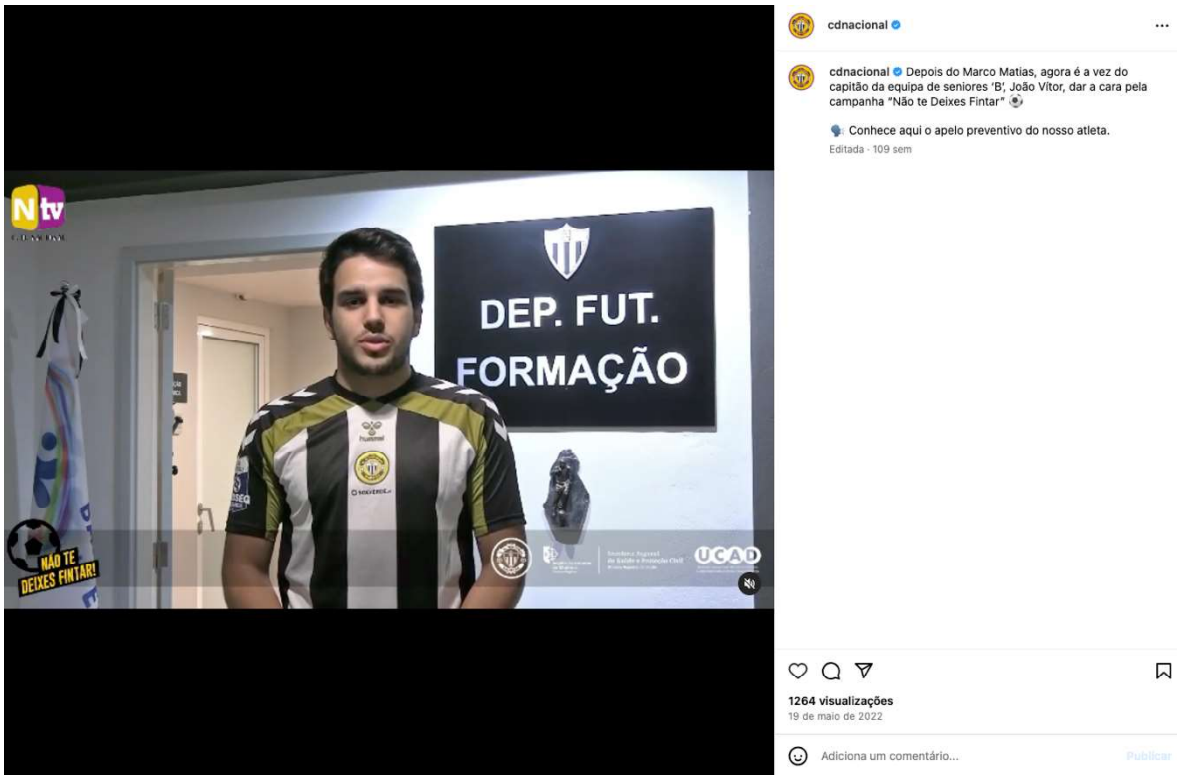
16 de maio de 2022

Adiciona um comentário... Publicar

Post 1243



Post 1244



Post 1245


CERTIFICADA · ENTIDADE FORMADORA DE FUTEBOL
FPF
FUTEBOL MASCULINO
2021/2022
CLUBE DESPORTIVO
NACIONAL
cdnacional
cdnacional
CD Nacional novamente distinguido: Entidade Formadora com 5 Estrelas pela FPF
Editada · 109 sem
165 gostos
20 de maio de 2022
Adiciona um comentário...
Publicar