

PROGRAMA ELEITORAL

MANDATO 2026-2030

SCP



É POSSÍVEL!

BRUNO SÁ **PRESIDENTE**

#ÉPORAMOR

MANIFESTO

Sportinguistas,

Depois de refletir profundamente, decidi avançar com a presente candidatura à Presidência do Sporting Clube de Portugal. Porque acredito que é possível construir um Sporting diferente: um Sporting que volte a colocar os sócios no centro, que preserve a sua essência e projete um futuro sólido e inspirador para todos.

Esta não é uma candidatura contra alguém. Não é um ataque pessoal. É uma candidatura a favor de um Sporting de sócios, e não de clientes. É uma candidatura que quer um Clube onde o projeto desportivo não é definido apenas pelo treinador do momento, mas pelo próprio Clube e no qual o treinador se insere. Um Clube que valorize e respeite o Ecletismo e o nosso ADN. E, sim, é possível!

Reunimos um grupo de pessoas a quem chamo os verdadeiros notáveis: homens e mulheres que respiram Sporting todos os dias, no Estádio, no Pavilhão e nas comunidades e que não precisam de apresentações. Pessoas comprometidas com um projeto estruturado, transparente e de longo prazo, que garanta continuidade, identidade e valores fortes.

Esta candidatura representa todos aqueles que não se revêm no modelo atual de clube, que se afastaram ou ficaram desiludidos. Mas tem, ao mesmo tempo, o dever e compromisso de alertar aqueles que ficam presos à emoção do resultado e, por isso, não conseguem ver além dele. E, atenção: isso é natural, porque a paixão pelo Sporting é enorme. Mas a paixão não pode cegar perante problemas estruturais. É nossa obrigação alertar, propor soluções e apresentar um caminho alternativo.

Agiremos com racionalidade, mas sempre com amor e paixão pelo Sporting, assumindo a responsabilidade de construir, nas modalidades e no futebol, uma hegemonia sem paralelo, valorizando os valores que todos nós crescemos a respeitar: Esforço, Dedicação, Devoção e Glória!

**Só o Sporting interessa! Sem alianças. Os sócios decidem.
Vamos reunir a família sportinguista.**

Viva o Sporting Clube de Portugal!

**Bruno Sorreluz (Sá)
Sócio 10.626-0
Candidato a Presidente do
Sporting Clube de Portugal**



20 MEDIDAS IMEDIATAS

- 1. Criação do Gabinete do Provedor do Sócio**, para ouvir propostas, sugestões e queixas, aproximando os sócios do clube e garantindo que a sua voz é respeitada.
- 2. Convocar uma Assembleia Geral imediata** para que os sócios decidam sobre os nomes das portas do Estádio e dos campos da Academia. As Direções passam, o Sporting fica. Quem tem de tomar estas decisões são os sócios.
- 3. Reunião imediata com os GOAs** para restabelecer o diálogo e definir regras de protocolo impostas pelo clube, garantindo que a relação com as claques respeita o Sporting e fortalece a união do Clube.
- 4. Reunião imediata com os Núcleos do Sporting**, para ouvir, escutar e trabalhar em conjunto na melhoria da relação entre o Clube e os seus Núcleos.
- 5. Reestruturar o Gabinete de Scouting**, com foco em jovens talentos, maturação de jogadores, aproveitamento desportivo e potencial financeiro, valorizando o jogador português para definir uma identidade clara do Sporting.
- 6. Restructurar a Unidade de Performance** e reforçar o desenvolvimento do atleta e da equipa técnica responsável pela preparação física. Depois de épocas com um número anormal de lesões, vamos, finalmente, criar condições para que os jogadores estejam sempre em condições de render ao máximo.
- 7. Analisar e rever o modelo de formação centrado no jogador**, garantindo que a formação no Sporting cresce com cultura de vitória, exigência e ambição.
- 8. Realizar obras e melhorias na Academia**, garantindo condições de topo para a formação. É inaceitável que, por exemplo, os sub-16 ainda treinem em meio campo.
- 9. Criar um Gabinete de ADN** dedicado a transmitir aos atletas os valores, a história e a identidade do Sporting, reforçando o vínculo com o clube e o espírito ecletista.
- 10. Implementação de uma política de prémios**, de reconhecimento e de valorização dos atletas das modalidades pelas suas conquistas e contributo para o Clube, garantindo que os seus feitos desportivos são devidamente premiados e celebrados, reforçando o respeito, a motivação e o orgulho em representar o Sporting.



20 MEDIDAS IMEDIATAS

- 11. Criar um gabinete de scouting para as modalidades**, com representante de cada modalidade para garantir ligação, coordenação e aproveitamento máximo de talentos.
- 12. Retomar a aposta no desporto feminino**, devolvendo-lhe relevância competitiva e estratégica, reafirmando o compromisso do Sporting com a sua identidade, promovendo igualdade e excelência na prática desportiva.
- 13. Análise do empréstimo de 225 milhões de euros**, garantindo total transparência sobre a sua utilização, sustentabilidade e plano de pagamento.
- 14. Avaliação da criação/fusão da Sporting Entertainment, S.A.**, salvaguardando os interesses patrimoniais da SAD relativamente ao Estádio e garantindo total transparência neste processo. Esta decisão, pela sua relevância estratégica, nunca deveria ter avançado sem aprovação prévia dos sócios.
- 15. Alargamento do departamento comercial**, com vista à angariação de patrocínios e à viabilização de projectos, marketing e eventos, permitindo aos patrocinadores apoiarem a modalidade que pretendem.
- 16. Remodelação urgente das instalações sanitárias e bares dos lugares superiores**, garantindo as mesmas melhorias já feitas nos lugares de leão e camarotes.
- 17. Fim da cultura do medo e castigo**. Não retaliar contra sócios que queiram ter opinião pública, independentemente da crítica construtiva.
- 18. Modernizar o website oficial do clube**, tornando-o responsivo e capaz de lidar com picos de tráfego online, aumentando a informação relevante na Área Reservada aos sócios, como seja a sua antiguidade de Gamebox e o seu número de votos.
- 19. Desenvolver e lançar aplicação móvel Sporting**, com funcionalidades como bilhetes eletrónicos, votações online, informações sobre jogos, loja virtual e interação direta com os sócios.
- 20. Criação da Casa do Atleta**, como espaço de apoio, dignidade e acompanhamento para antigos atletas do clube que enfrentem dificuldades pessoais, profissionais ou sociais. Um compromisso de respeito por quem representou o Sporting, garantindo que nenhum atleta que honrou o nosso Clube fique esquecido.



PILARES

1. SÓCIOS E NÚCLEOS
2. PROJETO DESPORTIVO
3. ADN E ECLETISMO
4. FINANÇAS
5. MARCA E PATRIMÓNIO
6. COMUNICAÇÃO
7. RESPONSABILIDADE SOCIAL E FUNDAÇÃO



1

SÓCIOS E
NÚCLEOS

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

1. SÓCIOS E NÚCLEOS

O Sporting Clube de Portugal nasceu da paixão dos seus sócios. Foi essa força coletiva que construiu o clube, que o sustentou nos momentos mais difíceis e que sempre fez do nosso Clube uma instituição diferente das outras.

Hoje, apesar dos resultados desportivos, muitos sportingistas sentem-se afastados do Clube e o Estádio transformou-se, demasiadas vezes, num espaço frio, sem a emoção e a energia que sempre nos distinguiam. Um clube que vive da sua gente não pode prescindir da sua alma. O Sporting caminha para se tornar num clube de clientes, mas nós queremos voltar a ser um clube de sócios, onde a paixão, o envolvimento e a voz de cada associado são o que realmente conta.

Este pilar assume o compromisso de devolver dignidade ao sócio sportingista, reforçar a proximidade entre Direção e associados, valorizar os Núcleos como extensões vivas do clube em todo o país e no estrangeiro, e reconstruir um ambiente vibrante no Estádio e no Pavilhão, onde cada jogo começa com uma vantagem emocional clara: o apoio incondicional.

Queremos um Sporting onde os sócios se sintam em casa, ouvidos, respeitados e envolvidos. Um Sporting que volta a ganhar identidade nas bancadas, união e força, dentro e fora de campo. Porque as Direções passam, mas os sócios ficam. E são eles o maior património do Sporting Clube de Portugal.

1. Criação do Gabinete do Provedor do Sócio, para ouvir propostas, sugestões e queixas, aproximando os sócios do clube e garantindo que a sua voz é respeitada.

2. Recuperação da Sala de Sócios. Um espaço de convívio, encontro e partilha entre sócios, ex-atletas e ex-funcionários, reforçando o espírito de família e a identidade do Sporting.

3. Assembleias Gerais com debate real antes das votações, assegurando tempo e espaço para a discussão e o esclarecimento, promovendo o diálogo, a participação e o envolvimento ativo dos sócios nas decisões.

4. Deliberação prévia dos sócios, em Assembleia Geral do Clube, sobre o sentido de voto do Clube, na qualidade de acionista, nas Assembleias Gerais de Acionistas da SAD.



1. SÓCIOS E NÚCLEOS

5. Convocar uma Assembleia Geral imediata para que os sócios decidam sobre os nomes das portas do Estádio e dos campos da Academia. As Direções passam, o Sporting fica. Quem tem de tomar estas decisões são os sócios.

6. Reunião imediata com os GOAs para restabelecer o diálogo e definir regras de protocolo impostas pelo clube, garantindo que a relação com as claques respeita o Sporting e fortalece a união do Clube.

7. Defesa pública e institucional dos direitos dos sócios junto dos órgãos legislativos e desportivos competentes, visando a alteração das regras legais e regulamentares que restringem o direito a apoiar, nomeadamente, revendo o atual modelo das Zonas com Condições Especiais de Acesso e Permanência de adeptos (ZCEAPS);

8. Bancada de Leão. Superior sul com bilhetes a 10€, exclusiva para sócios, reforçando a paixão e a identidade sportinguista. Implementação de zonas Safe Standing (formato terrace ou Railway seats) de forma a acolher todas as diferentes formas de apoiar o Clube com segurança e hospitalidade.

9. Revisão dos critérios de venda de bilhetes para jogos fora e finais, premiando sócios pela assiduidade em Alvalade e pela antiguidade, reforçando o reconhecimento de quem acompanha o Sporting de forma regular e fiel.

10. Reunião imediata com os Núcleos do Sporting, para ouvir, escutar e trabalhar em conjunto na melhoria da relação entre o Clube e os seus Núcleos.

11. Simplificação e agilização do processo de criação de novos Núcleos, reduzindo prazos e burocracias, para que a expansão do Sporting no território nacional e no estrangeiro não fique bloqueada por processos demorados.

12. Criação da categoria de Sócio Núcleo, reconhecendo formalmente os sportinguistas que vivem e dinamizam o clube através dos Núcleos.

13. Organização do Congresso Leonino, de quatro em quatro anos, conforme previsto nos Estatutos do Sporting Clube de Portugal.



?

PROJETO DESPORTIVO

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

2. PROJETO DESPORTIVO

No futebol, o Sporting ainda vive, em grande medida, do projeto desportivo implementado por Rúben Amorim e por uma vasta equipa interna e externa ao Sporting. Foi um projeto forte, estruturado, que deixou marca ao nível do futebol profissional, do scouting, da formação e da organização interna. Um projeto desta dimensão não desaparece de um dia para o outro e os méritos devem ser reconhecidos.

Mas a realidade é simples: esse treinador já saiu do clube e, sem uma política desportiva liderada pelo Sporting, o projeto tenderá a esvaziar-se, abrindo caminho a um regresso ao período pré-Amorim, marcado pela falta de visão, de rumo e de um verdadeiro projeto desportivo.

Assim, propomos criar uma política desportiva transversal, pensada a longo prazo e liderada pelo Clube, independentemente de quem esteja no banco. Haverá uma estrutura profissional que defina e execute a visão desportiva do Sporting, em todas as modalidades, garantindo estabilidade, identidade, excelência e continuidade na formação de talentos em todos os escalões. A formação será um pilar central, assegurando que os jovens atletas cresçam dentro de uma filosofia única, transmitindo valores, qualidade técnica e cultura de excelência do Clube.

A nossa candidatura propõe um projeto desportivo sólido, com decisões orientadas pelo Clube, formação de talentos, excelência das equipas técnicas e desenvolvimento de infraestruturas, garantindo estabilidade e crescimento sustentado. O treinador será sempre escolhido de acordo com este projeto, nunca o contrário: o projeto define o treinador, e não o treinador o projeto.

1. Política desportiva pensada a longo prazo e liderada pelo clube, com uma estrutura profissional que defina e execute a visão desportiva em todas as modalidades, garantindo estabilidade, identidade e excelência independentemente de quem esteja no banco.

2. Contratar um Diretor Desportivo profissional, dedicado e com experiência comprovada, que, em conjunto com o Presidente, seja responsável pela composição do plantel e pela escolha do treinador, alinhado com a política desportiva definida pelo clube.

Nota de campanha: Esta candidatura não entrará em leilões públicos de nomes para Diretor Desportivo. Os melhores profissionais desta área estão hoje a trabalhar em grandes clubes, nacionais e internacionais. É aí que está a nossa ambição e é aí que iremos recrutar.

Não vamos cair numa procura apressada ou artificial de um profissional que esteja livre no mercado, só para apresentar um nome durante a campanha. Isso não serve o Sporting. Queremos escolher o melhor para o Sporting e não para uma expectativa mediática.



2. PROJETO DESPORTIVO

- 3. Reestrutar o Gabinete de Scouting**, com foco em jovens talentos, maturação de jogadores, aproveitamento desportivo e potencial financeiro, valorizando o jogador português para definir uma identidade clara do Sporting.
- 4. Celebrar parcerias e investir em mercados preferenciais**, como o Nórdico e os PALOP, a fim de captar talentos e criar oportunidades desportivas e financeiras para o clube.
- 5. Restructurar a Unidade de Performance** e reforçar o desenvolvimento do atleta e da equipa técnica responsável pela preparação física. Depois de épocas com um número anormal de lesões, vamos, finalmente, criar condições para que os jogadores estejam sempre em condições de render ao máximo.
- 6. Definir uma formação tática base** desde os escalões de formação até à equipa profissional, recrutando treinadores e jogadores alinhados com essa filosofia, garantindo coerência, identidade e continuidade no futebol do Sporting.
- 7. Analisar e rever o modelo de formação centrado no jogador**, garantindo que a formação no Sporting cresce com cultura de vitória, exigência e ambição.
- 8. Melhorar as condições dos treinadores de formação**, não apenas financeiras mas também estruturais, oferecendo formação contínua e adequada.
- 9. Realizar obras e melhorias na Academia**, garantindo condições de topo para a formação. É inaceitável que, por exemplo, os sub-16 ainda treinem em meio campo.
- 10. Analisar a presença do Sporting na Cidade Universitária**, onde perdemos terreno para o nosso rival, Benfica, que ocupa os melhores espaços, apesar de termos chegado primeiro. É inaceitável deixar o clube ultrapassado num local estratégico para a formação.
- 11. Acabar com os jogos de treino das equipas sub-15 no centro de estágios do Benfica**, onde atualmente o Sporting vai treinar no campo do rival.
- 12. Aumentar o investimento e melhorar substancialmente as condições de trabalho da equipa de Futebol Feminino**, integrando-a plenamente na política desportiva global do clube.
- 13. Criar um comité consultivo** composto por ex-atletas, treinadores e especialistas, para orientar decisões e partilhar experiência.



3

ADN E ECLETISMO

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

3. ADN E ECLETISMO

O ADN do Sporting constrói-se desde cedo. Nas modalidades, nos valores transmitidos aos atletas, na cultura de exigência e na forma como o Clube respeita e preserva a sua própria história. O Sporting sempre foi um clube eclético, onde diferentes modalidades ajudaram a construir uma identidade única, feita de ambição, superação e cultura de vitória. O ecletismo não é apenas uma característica, é uma marca identitária profunda do Sporting e uma das maiores forças da sua grandeza histórica.

Ao longo dos anos, foi essa diversidade desportiva que moldou o carácter do Clube, criando gerações de atletas e dirigentes com forte sentido de pertença, responsabilidade e compromisso com o símbolo que representam. O ADN sportinguista vive na exigência competitiva, no orgulho em representar o Clube e na ambição permanente de vencer, independentemente da modalidade.

Este pilar assume o compromisso de reforçar o ecletismo como elemento central da identidade do Sporting, garantindo que todas as modalidades têm espaço, relevância e condições para crescer de forma estruturada e competitiva. Ao mesmo tempo, propõe valorizar e homenagear as antigas glórias do Sporting em vida, reconhecendo quem construiu o Clube e assegurando que a sua história, os seus valores e a sua identidade são preservados, celebrados e transmitidos às gerações futuras.

1. Criar um Gabinete de ADN dedicado a transmitir aos atletas os valores, a história e a identidade do Sporting, reforçando o vínculo com o clube e o espírito ecletista.

2. Reforço do papel das modalidades, garantindo a sua plena integração na política desportiva global do Clube, com maior relevância estratégica, acompanhamento permanente e um Presidente presente e atento ao seu desenvolvimento, assegurando crescimento estruturado, competitivo e alinhado com o ADN e o ecletismo do Sporting.

3. Implementação de uma política de prémios, de reconhecimento e de valorização dos atletas das modalidades pelas suas conquistas e contributo para o Clube, garantindo que os seus feitos desportivos são devidamente premiados e celebrados, reforçando o respeito, a motivação e o orgulho em representar o Sporting.

4. Criar um gabinete dedicado à ligação com os pais, em todas as modalidades e escalões, garantindo resposta rápida e esclarecimento em qualquer situação, aproximando famílias e clube.



3. ADN E ECLETISMO

- 5. Criar uma Academia dedicada às modalidades**, com o mesmo espírito da Academia de Futebol, para formar talentos, desenvolver atletas e reforçar o ADN sportinguista em todas as modalidades
- 6. Investimento em Infraestruturas e Parcerias**, criando mais locais de treino e fortalecendo, assim, todas as modalidades e promovendo o ecletismo do Sporting.
- 7. Criar um gabinete de scouting para as modalidades**, com representante de cada modalidade para garantir ligação, coordenação e aproveitamento máximo de talentos.
- 8. Acabar com o protocolo de não agressão** com os rivais nas modalidades, reforçando a competitividade e a ambição de vitória em todos os escalões e provas.
- 9. Retomar a aposta no desporto feminino**, devolvendo-lhe relevância competitiva e estratégica, reafirmando o compromisso do Sporting com a sua identidade, promovendo igualdade e excelência na prática desportiva.
- 10. Reconhecer e homenagear em vida atletas**, ex-atletas e lendas, aproximando-os da vida do clube e reforçando a ligação à história e ao ecletismo do Sporting.



4

FINANÇAS

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

4. FINANÇAS

O Sporting tem de ter hoje um princípio que deve ser inegociável: transparência total perante os sócios. Um clube que pertence aos seus associados não pode tomar decisões estruturais sem as explicar de forma clara, comprehensível e completa.

Nos últimos anos, demasiadas decisões financeiras relevantes foram apresentadas sem o devido esclarecimento. O financiamento de 225 milhões de euros associado ao Estádio é um exemplo: os sócios conhecem o valor, mas continuam sem perceber, de forma simples, como será pago, qual o retorno e qual o impacto futuro no clube. Transparência não é comunicar números, é explicar decisões.

Ao mesmo tempo, o Sporting apresenta resultados positivos, mas as dúvidas mantêm-se: o passivo não desce, a dívida a fornecedores cresce, e decisões estratégicas surgem sem debate real com os sócios. Um clube forte não esconde, explica.

A nossa candidatura assume um compromisso claro: rigor, sustentabilidade e transparência total. Os sócios voltarão a saber, compreender e participar nas grandes decisões que definem o futuro do Sporting Clube de Portugal.

1. Transparência financeira total, divulgando regularmente relatórios detalhados, e envolvendo os sócios na análise e discussão das finanças do clube

2. Redução da dependência financeira do Clube face à SAD, que tem vindo a crescer de ano para ano, através de um plano claro e de curto prazo.

3. Redução das dívidas da SAD a fornecedores, que têm aumentado de forma continuada, com a definição e execução de um plano urgente e sustentado. Esta evolução é particularmente preocupante por contrastar com o crescimento das receitas da SAD, exigindo uma gestão financeira mais rigorosa, transparente e responsável.



4. FINANÇAS

4. Análise do empréstimo de 225 milhões de euros, garantindo total transparência sobre a sua utilização, sustentabilidade e plano de pagamento.

5. Avaliação da criação/fusão da Sporting Entertainment, S.A., salvaguardando os interesses patrimoniais da SAD relativamente ao Estádio e garantindo total transparência neste processo. Esta decisão, pela sua relevância estratégica, nunca deveria ter avançado sem aprovação prévia dos sócios.

6. Promoção de um consenso alargado entre as sociedades desportivas nacionais com vista à revisão e redução das elevadas multas aplicadas pela Liga Portuguesa de Futebol Profissional. O atual modelo penaliza financeiramente os clubes de forma desproporcional e beneficia sobretudo a própria Liga, em prejuízo de quem gera a competição. Defendemos um enquadramento mais justo, equilibrado e transparente, que proteja os interesses das sociedades desportivas e valorize o futebol português.

7. Procurar novas oportunidades de receitas, como a implementação de ecrãs LED, no Estádio e no Pavilhão, para potenciar a receita de publicidade nos jogos e eventos do clube.



5

MARCA E PATRIMÓNIO

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

5. MARCA E PATRIMÓNIO

O Sporting Clube de Portugal é uma das maiores instituições desportivas da Europa. A sua força não vive apenas dos resultados, mas da sua identidade, da sua história e da forma como se apresenta ao mundo. A marca Sporting não é um detalhe; é um ativo estratégico, emocional e patrimonial que deve ser protegido, valorizado e projetado com ambição.

Nos últimos anos, o clube evoluiu em várias dimensões, mas há sinais claros de perda de identidade e de afastamento entre a instituição e a sua base emocional. A modernização não pode significar descaracterização, nem o crescimento pode ser feito ignorando quem sustenta o clube: os sportinguistas.

A nossa candidatura assume o compromisso de reforçar a identidade histórica do clube, valorizar o seu património e projetar a marca Sporting com profissionalismo, inovação e ambição. Isto implica respeitar os símbolos, modernizar a presença comercial, melhorar a experiência no Estádio e garantir que todos os sportinguistas, sem exceção, são tratados com dignidade.

- 1. Utilização de um equipamento tradicional com camisola listada verde e branca e de um equipamento alternativo Stromp, em todas as épocas desportivas.**
- 2. Alargamento do departamento comercial, com vista à angariação de patrocínios e à viabilização de projectos, marketing e eventos, permitindo aos patrocinadores apoiarem a modalidade que pretendem.**
- 3. Desenvolver ações de marketing eficazes para expandir a base de sócios e de adeptos, aumentando a sua fidelidade e envolvimento com o clube.**
- 4. Criar uma Loja Verde online, construída na plataforma Shopify, para uma melhor gestão de vendas e inventário, aumentando o volume de vendas.**



5. MARCA E PATRIMÓNIO

- 5. Modernizar a Loja Verde física**, tornando-a um espaço icónico de visita, com recursos tecnológicos que proporcionem uma experiência emocionante aos sócios e aos adeptos.
- 6. Remodelação urgente das instalações sanitárias e bares dos lugares superiores**, garantindo as mesmas melhorias já feitas nos lugares de leão e camarotes.
- 7. Criar condições para uma entrada mais rápida e eficaz** no Estádio e no Pavilhão, fazendo com que os mais novos e mais velhos se sintam bem-vindos e os sócios se sintam em casa.
- 8. Melhorar a acessibilidade no estádio e a sinalética**, garantindo que todos os adeptos possam desfrutar dos jogos com comodidade e segurança.
- 9. Expandir a presença da marca Sporting** com vendas de merchandising nas sedes dos núcleos, aproximando os sportinguistas e fortalecendo o património do clube.
- 10. Academia dos Leóezinhos.** Criar um espaço para crianças sportinguistas, com atividades, jogos e experiências interativas que transmitam os valores e a história do Clube.
- 11. Implementação de uma estratégia profissional e integrada para gestão do património imobiliário do Sporting**, garantindo coerência, eficiência e sustentabilidade.
- 12. Regresso da utilização e amplificação do lema do Sporting Clube de Portugal, "Esforço, Dedicação, Devoção e Glória"**, em todas as plataformas de comunicação, por forma a transmitir os valores que edificaram e regem o Clube ao longo da sua centenária História.



6

COMUNICAÇÃO

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

6. COMUNICAÇÃO

O Sporting nasceu do associativismo, da participação e do debate. Hoje, muitos sócios sentem-se afastados, pouco informados e, em alguns casos, silenciados. Decisões relevantes são tomadas sem explicação atempada, e a crítica construtiva passou a ser vista como ameaça, quando devia ser um ativo. Um Sporting forte não teme os seus sócios. Ouve-os. Respeita-os. Dá-lhes voz.

A nossa candidatura assume também o compromisso de modernizar profundamente as plataformas oficiais do Sporting, com um website robusto, responsivo e preparado para grandes momentos de procura, lançamento, paralelamente, e uma aplicação móvel.

Este caminho inclui também uma Sporting TV renovada, mais dinâmica, próxima e relevante para os sportinguistas, bem como a criação da Rádio Sporting, uma voz permanente do clube, da sua história e da sua atualidade. Porque comunicar não é apenas informar. É envolver, aproximar e construir um clube mais participado, mais transparente e mais vivo.

- 1. Relatórios trimestrais**, claros e objetivos, explicando decisões, riscos e prioridades.
- 2. Espaços regulares de explicação das decisões do clube**, nas plataformas oficiais, com responsáveis a dar a cara.
- 3. Fim da cultura do medo e castigo.** Não retaliar contra sócios que queiram ter opinião pública, independentemente da crítica construtiva.



6. COMUNICAÇÃO

- 4. Plataformas do clube abertas à pluralidade.** Artigos de opinião de sócios, debates construtivos e visões diferentes sobre o futuro do Sporting.
- 5. Modernizar o website oficial do clube,** tornando-o responsivo e capaz de lidar com picos de tráfego online, aumentando a informação relevante na Área Reservada aos sócios, como seja a sua antiguidade na Gamebox e o seu número de votos.
- 6. Desenvolver e lançar aplicação móvel Sporting,** com funcionalidades como bilhetes eletrónicos, votações online, informações sobre jogos, loja virtual e interação direta com os sócios.
- 7. Sporting TV renovada e mais próxima dos sportinguistas,** com novos formatos, maior qualidade de produção e conteúdos regulares sobre todas as modalidades, formação, bastidores, história e atualidade do clube, aproximando o Sporting dos sócios e adeptos, em Portugal e no mundo.
- 8. Criação da Rádio Sporting,** com relatos de jogos, informação diária do clube, programas de opinião, memória histórica e acompanhamento da atualidade leonina.
- 9. Apresentação pública de jogadores** na loja verde, no estádio e no pavilhão.
- 10. Realização regular de treinos abertos no Estádio José Alvalade,** de forma a promover uma maior comunhão entre a equipa e os sócios e adeptos.



7

RESPONSABILIDADE SOCIAL

SCP
É POSSÍVEL!
BRUNO SÁ PRESIDENTE
#ÉPORAMOR

7. RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Sporting tem um papel essencial na sociedade, capaz de transformar vidas e fortalecer comunidades. Nesse sentido, vamos reforçar o compromisso com aqueles que o representam, com os jovens em situação de vulnerabilidade e com todos os cidadãos que mais necessitam do nosso apoio.

A criação da Casa do Atleta, por exemplo, garante que nenhum ex-atleta que honrou o nosso Clube fique esquecido, oferecendo apoio, dignidade e acompanhamento em momentos de dificuldade. Ao mesmo tempo, queremos que o Clube esteja mais próximo das comunidades, apoiando instituições locais, respondendo a emergências sociais e ambientais, e envolvendo atletas, equipas técnicas e funcionários em ações concretas de solidariedade.

O Sporting é muito mais do que um símbolo desportivo: é um agente ativo de mudança social.

1. Criação da Casa do Atleta, como espaço de apoio, dignidade e acompanhamento para antigos atletas do clube que enfrentem dificuldades pessoais, profissionais ou sociais. Um compromisso de respeito por quem representou o Sporting, garantindo que nenhum atleta que honrou o nosso Clube fique esquecido.

2. Rede solidária Sporting com os Núcleos, aproveitando a proximidade às comunidades para descentralizar e reforçar ações de solidariedade social junto de instituições locais e regionais.

3. Realização de ações de solidariedade social, convidando jovens desfavorecidos a assistir a jogos das modalidades no Pavilhão João Rocha e a partidas de futebol no Estádio José Alvalade.



7. RESPONSABILIDADE SOCIAL

- 4. Open-days solidários no Pavilhão João Rocha**, conjugados com visitas ao Museu, destinados a jovens desfavorecidos, proporcionando-lhes contacto direto com as modalidades do clube e transmitindo os valores essenciais do desporto e do Sporting.
- 5. Campos de férias solidários do Sporting** destinados a jovens desfavorecidos, incentivando a prática de atividades desportivas, culturais e educativas.
- 6. Realização de ações de responsabilidade social junto de lares de idosos e residências seniores**, através de visitas de atletas do Clube às instalações ou proporcionando aos utentes visitas ao Pavilhão João Rocha e ao Estádio José Alvalade.
- 7. Criação de uma Bolsa de Voluntários Sporting**, destinada a ser ativada em situações de emergência social e ambiental, como apoio aos Bombeiros durante a época de incêndios ou cheias, prestando auxílio a populações deslocadas.
- 8. Parcerias estratégicas** para viabilizar ações e eventos de responsabilidade social de maior dimensão.
- 9. Aumento do envolvimento de atletas, equipas técnicas e funcionários do Clube em ações de solidariedade e responsabilidade social**, elevando o número de participantes e eventos frequentados, para transmitir de forma prática os valores que definem o Sporting Clube de Portugal.



