

Pegada de carbono e suas medidas de redução nos campeonatos mundiais de futebol

1. Antecedentes e generalidades

O campeonato mundial de futebol é um evento esportivo internacional organizado pela FIFA (Federação Internacional de Futebol Associado, em francês: *Fédération Internationale de Football Association*), criado em 1928 cujo a sua primeira edição deu-se em 1930 em Uruguai¹.

Campeonato até então dominado pela América do Sul e a Europa, estima-se que o futebol é o evento esportivo mais assistido ao nível do mundo, uma vez considerado o futebol como desporto rei pela sua capacidade de arrastar milhões de apoiantes desde os tempos mais antigos que vem sendo praticada esta modalidade.

Em termos numéricos desde a primeira competição de mundial de futebol de 1930 até aos dias de hoje verifica-se um crescimento no número de participantes embora sejam registados alguns anos em que houve ligeiro decréscimo do público, mas as tendências sempre são crescentes e em números muito altos do público participante como se pode ver na tabela 1: a evolução do público no campeonato do mundo de futebol desde 2002 até o ano de 2014.

Tabela 1: *Evolução do público no campeonato do mundo de futebol 2002 - 2014*

<i>Ano</i>	<i>Número de Jogos</i>	<i>Público Total</i>
2002	64	2,705,197
2006	64	3,359,439

2010	64	3,178,856
2014	64	3,429,873
2018	64	3,031,768

2. Efeitos sobre o desenvolvimento do país organizador

O país organizador do campeonato mundial registra um desenvolvimento, devido as demandas demográficas. Um dos setores notáveis que contribui para este efeito é do turismo onde os países que organizam este evento devem preparar locais de hospedagem, casas de refeição, serviços de restauração em vários pontos no entorno dos locais por onde irão se disputar as competições, garantir o transporte para moverem os espectadores entre as cidades. Como se pode notar o desenvolvimento dessas atividades gera um crescimento econômico uma vez tratar-se de um número de participantes e turistas muito elevado que de forma indelével são usuários ativos desses serviços. Por isso ao país que organiza o mundial ganha uma oportunidade e o sector privado sai mais beneficiado.

A instalação de estádios e outras infraestruturas para o acolhimento do campeonato mundial de futebol são outros fatores que dão um novo panorama ao país que organiza o evento.

Outro fator notável em relação ao desenvolvimento é a capacidade que esta competição tem de gerar emprego no local apesar de alguns empregos não serem definitivos, mas não deixa de ser uma oportunidade.

Para a Copa de 2006, na Alemanha, cerca de 50.000 empregos foram anunciados, enquanto que na África do Sul, foram cerca de 159.000ⁱⁱ

A grande mobilidade demográfica e a procura de consumíveis e serviços impulsiona o setor industrial a aumentar os níveis de produção e na revisão de qualidade de seus produtos para responder a demanda e gerar mais receitas.

3. Pegada de carbono e medidas de redução nos campeonatos mundiais de futebol

O aumento de pessoas como turistas, futebolistas, espectadores entre outras, bem como o aumento de prestação de serviços de restauração, transporte e aumento de produção industrial como consequência de elevação de número de consumidores aumentara a geração de resíduos e muitos deles potenciais poluidores como é o caso de dióxido de carbono (CO₂).

Isto se deve por se tratar de momentos de emoção e de festividades onde é necessário maior controle na geração e gestão de resíduos poluentes do meio ambiente. O estilo de vida dos turistas e residentes temporários nas copas do mundo são um fator determinante no aumento do índice de poluição. Por exemplo o aumento de meios circulantes sobretudo automóveis para transportar jogadores e espectadores de uma cidade para outra em número maior e com rotinas que duram cerca de um mês influência de uma forma muito grande na emissão de gases poluentes a atmosfera. Assim como a maioria de indústrias que poderão aumentar as suas atividades para responder as necessidades e conseqüentemente contribuem para a emissão de gases e geração de resíduos gerando impactos ambientais negativos consideráveis a nível global como a contribuição no aquecimento global, no buraco de ozono e nas mudanças climáticas.

3.1. Medidas de redução

São apontadas como medidas de redução:

- **Diminuição na geração de resíduos** primeiro pelas fontes de produção adotando medidas de gestão ambiental cujas medidas deveriam ser o passe para uma companhia ter acesso a publicar e vender os seus produtos no mundial que

deveriam ser regidas pelas normas internacionais, afinal estamos a falar do meio ambiente (um bem comum de que dependem todos seres vivos);

- **Conduta sustentável** para todos os participantes (de futebolistas até aos apoiantes), medidas sem exceções que deveriam ficar disponíveis antes do início do campeonato em círculos de comunicação para cada um que pretendesse estar presente no mundial pudesse carregar o *espírito de conduta sustentável* como o estilo de vida e requisito primordial de estadia no país por onde decorrerá o evento;
- **Redução no uso de transporte que emitem gases do efeito estufa**, atualmente algumas empresas já fabricam carros que poluem pouco o ambiente e neste caso deveriam se apostar nestes tipos de motores para o transporte de atletas e o público em geral aos estádios;
- **Propagação de informações saudáveis ao ambiente**, este evento deveria ser uma oportunidade para comunidade mundial transmitir informações de interesse global como *as mudanças climáticas*, e para isso deveriam circular informações no âmbito publicitário como por exemplo explicações de reutilização de certos objetos mais comuns no uso diário como os sacos plásticos. Um fato concreto é a Coca-Cola que por sinal é a maior patrocinadora deste evento, a publicidade de produtos da sua marca são abundantes nos canais televisivos mas nunca publicitam as boas maneiras de descartar ou reutilizar as suas embalagens tendo em vista que as embalagens dos produtos da Coca-Cola fazem parte dos resíduos mais poluentes do ambiente sobretudo as garrafas plásticas e as latas que a própria empresa não reutiliza como faz com as garrafas de vidro (que são devolvíveis para a reuso da própria empresa);

Sustentando-se ainda este princípio, verifica-se que na época do campeonato há muita publicidade e muito consumo de água mineral, mas as empresas se esquecem de publicitar também as boas maneiras de descartar ou reutilizar as garrafas plásticas.

Tratando-se de um evento mundial que concentra as pessoas em vários pontos do mundo pela mídia, há necessidade de incluírem o bom comportamento face aos produtos que são na sua maioria consumidos e ao mesmo tempo que os seus resíduos poluem o ambiente.

Tomás Mário Cubane – Moçambique/2019

ⁱ https://pt.wikipedia.org/wiki/Copa_do_Mundo_FIFA, recuperado em 26, Maio, 2018.

ⁱⁱ https://pt.wikipedia.org/wiki/Copa_do_Mundo_FIFA, recuperado em 26, Maio, 2018.