

IMPACTO SOCIAL DA EURO COPA DE FUTEBOL 2016 NA REGIÃO PARISIENSE (FRANÇA): dinâmicas locais esportivas induzidas por um grande evento esportivo¹

Dominique Charrier*

Jean Jourdan*

Mathieu Djaballah*

Hugo Bourbillères*

Charlotte Parmantier*

César T. Castilho*

Université de Paris-Sud (Paris 11)

Grupo de pesquisa SPOTS - Esporte, Políticas e Transformações Sociais
Paris, França

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo apresentar os resultados parciais de uma pesquisa – qualitativa e quantitativa – realizada ao longo da Euro Copa de Futebol 2016 nas cidades de Paris e Saint-Denis na França. Através de uma metodologia voltada para a análise dos impactos sociais dos grandes eventos esportivos, desenvolvida pelo grupo de pesquisa SPOTS durante a Copa do Mundo de Rúgbi em 2007, na França, pretende-se aprimorar os métodos utilizados e estudar os impactos sociais no curto e médio prazo da Euro 2016. Ademais, serão discutidos aspectos relativos às duas cidades analisadas no que se refere às festividades, à participação popular, aos projetos sociais contextualizados no evento, ao papel dos organizadores e às apropriações diversas do futebol. Através dessas análises, novos estudos estão previstos assim que a pesquisa de campo estiver finalizada.

Palavras-chave: Euro Copa 2016. Paris. Saint-Denis. Impactos Sociais.

SOCIAL IMPACTS OF 2016 EURO FOOTBALL CUP IN THE REGION OF PARIS (FRANCE): local sports dynamics induced by Major Sporting Event

ABSTRACT: This article aims to present the partial results of a qualitative and quantitative research carried out during the 2016 Euro Football Cup in the cities of Paris and Saint-Denis in France. Through a methodology aimed at analyzing the social impacts of major sporting events developed by the SPOTS (Sport, Politics and Social Transformations) research group during the 2007 Rugby World Cup in France, the aim is to improve the methods used and to study the social

¹ Artigo traduzido do francês por César Teixeira Castilho (Grupo de Pesquisa LUCE/UFMG/CNPq).

* *Laboratoire SPOTS (Sport, Politiques et Transformations Sociales) da Université de Paris-Sud (Paris 11) et LABERS (Laboratoire d'études et de Recherche en Sociologie) da Université de Bretagne Occidentale.*

impacts in the short and medium term of 2016 Euro. In addition, we will discuss aspects related to the two cities analyzed regarding festivities, popular participation, social projects contextualized in the event, the role of the organizers and the various appropriations of football. Through these initial analyzes, new studies are foreseen once the field research is completed.

Keywords: Euro Cup 2016. Paris. Saint-Denis. Social Impacts.

EL IMPACTO SOCIAL DE LA EUROCOPA DE FÚTBOL 2016 EN LA REGIÓN DE PARÍS (FRANCIA): deportes dinámica local inducida por un evento deportivo de gran magnitud

RESUMEN: Este artículo tiene como objetivo presentar los resultados parciales de una investigación - cualitativa y cuantitativa - logrado en la Copa de fútbol Euro 2016 en las ciudades de París y Saint-Denis en Francia. A través de una metodología para el análisis de los impactos sociales de grandes eventos deportivos desarrollados por el grupo de investigación SPOTS (Deporte, Políticas y Transformaciones Sociales) durante la Copa Mundial de Rugby en 2007 en Francia, tiene por objeto mejorar los métodos utilizados y estudiar los impactos sociales a corto y medio plazo de la Euro 2016. Además, se discuten aspectos relacionados con las dos ciudades analizadas en lo que se refiere a las fiestas, la participación popular, los proyectos sociales contextualizadas en el evento, el papel de los organizadores y de los diversos créditos de fútbol. A través de estos análisis iniciales, se han previsto nuevos estudios una vez finalizado el trabajo de campo.

Palabras-clave: Eurocupa 2016 de París. Saint-Denis. Impactos sociales.

Considerações iniciais

Primeiramente, gostaríamos de agradecer o convite dos editores da Revista Brasileira de Estudos do Lazer (RBEL) para que contribuíssemos com o dossiê “Lazer e Megaeventos Esportivos”. Há mais de quinze anos, nosso grupo de pesquisa SPOTS (Esporte, Políticas e Transformações Sociais) da *Université de Paris-Sud (Paris 11)* se debruça sobre a temática dos megaeventos esportivos, que são cada vez mais valorizados como opção de lazer para grandes públicos. Entre as análises e metodologias possíveis sobre este tema, nosso foco tem sido direcionado aos estudos qualitativos e aos impactos sociais oriundos dessas manifestações culturais. Nessa perspectiva, acreditamos que uma melhor compreensão dos efeitos dos eventos esportivos sobre a população local, seja através da implementação de políticas públicas, seja pela participação ativa dos habitantes, contribua na melhor organização dos países ou cidades-sede no que tange às benfeitorias sociais no médio e longo prazo. Dessa forma, ao pesquisar tais aspectos, pressionamos igualmente a apropriação das

instituições responsáveis desses eventos e a prioridade que tem sido direcionada aos aspectos econômicos em detrimento dos aspectos sociais, ambientais e políticos.

O estudo sobre a Euro 2016 se inscreve dentro de um contexto onde a França irá sediar diversos grandes eventos esportivos e onde será candidata para organizar o evento mais prestigioso do mundo, os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2024. Assim, desde 2013, diversos encontros institucionais e associativos são organizados pela prefeitura de Paris de maneira que todos os atores envolvidos nesse processo possam se exprimir e debater as propostas iniciais.

Nesse âmbito, a equipe de pesquisa elaborou e testou, durante a Copa do Mundo de Rúgbi 2007 na França (CHARRIER, 2009; CHARRIER; JOURDAN, 2009), uma metodologia qualitativa original, visando analisar as dinâmicas induzidas por um evento esportivo e de lazer massivo. Este estudo exploratório baseou-se notadamente sobre a utilidade de instaurar uma pesquisa de campo em três momentos distintos – antes, durante e após o evento – e sobre a necessidade de elaborar para cada tipo de evento esportivo uma estratégia de pesquisa adaptada às especificidades culturais e sociais inseridas nos bairros e locais de análise. O estudo sobre a Euro Copa de Futebol de 2016 é baseado nessas premissas e pretende trazer novas contribuições no que se refere ao trabalho teórico e metodológico já concebido.²

É preciso ressaltar que os grandes eventos esportivos não concernem somente às cidades-sede. Diversos projetos sociais e de lazer ligados a eles são desenvolvidos nas regiões periféricas e, até mesmo, nas cidades vizinhas dos eventos de maior destaque. Trata-se, dessa forma, de um evento tentacular, com implicações diversas e dinâmicas, envolvendo um número cada vez maior de participantes e de organismos institucionais, como será tratado a seguir.

Objetivos e metodologia

Através de uma parceria entre o grupo de estudos SPOTS e as coletividades engajadas no desenrolar do evento, objetivos comuns ou específicos para cada território foram definidos: (a) identificar o perfil dos frequentadores das *Fan Fests* de Paris e de *Saint-Denis*; (b) analisar o papel dos atores sociais na Euro 2016, bem como a inclusão das questões relativas à mulher nesse contexto, (c) analisar a organização das *Fan Zones* nas cidades de Paris e Saint Denis, (d) compreender as relações entre Esporte, Cultura e Arte, (e) analisar a participação dos habitantes na construção de um evento democrático.

Estabelecidos os objetivos, foram definidas as parcerias a serem firmadas na organização da pesquisa entre novembro de 2014 e junho de 2015, de modo que o

² A pesquisa sobre o Impacto Social da Euro de Futebol Copa 2016 foi realizada através de uma parceria firmada entre três instituições francesas: a *Université de Paris-Sud (Paris 11)*, o *Laboratoire d'études et de Recherche en Sociologie (LABERS)* e a instituição esportiva ANDIISS.

estudo pudesse ser realizado entre março de 2016 e junho de 2017. As distintas estratégias de coleta de informações empregadas na pesquisa se apoiaram em um recenseamento extensivo das iniciativas desenvolvidas pelas coletividades locais, pelas instâncias do futebol e das estruturas associativas (ligadas à juventude, lazer, cultura, questões sociais, etc.). Uma descrição inicial do conjunto de projetos elaborados no contexto da Euro 2016, nos permitiu a escolha e a triagem daqueles projetos inovadores e contextualizados socialmente.

O trabalho de campo foi realizado na cidade de Paris, principalmente na *Fan Fest* nos entornos da Torre Eiffel, e na cidade de Saint-Denis, subúrbio de Paris, igualmente na *Fan Fest* organizada no centro da cidade. Uma aproximação qualitativa foi instaurada, o que permitiu a realização de centenas de entrevistas semiestruturadas e de grupos focais em forma de ateliês com a presença de diferentes atores engajados na organização do evento. Ademais, diversas observações etnográficas em espaços distintos foram implementadas – nos grandes telões, nas *Fan Zones*, nos espaços urbanos –, com análises de projetos pertinentes, entre outras estratégias de coleta de dados indicadas na tabela 1.

Tabela 1 – Técnicas e quantitativo da pesquisa de campo

Técnicas	Paris	Região de Saint-Denis Plaine	Seine Saint-Denis	Total
Entrevistas e ateliês realizados	22	8	23	57
Questionários aplicados	497	452		949
Observações nas <i>Fan Fests</i>	9	9	-	18
Circuito Urbano e Espaços de Convivência	7	2	-	9
Recenseamento Extensivo de projetos sociais que tinham como tema a Euro 2016	-	-	-	500
Participação em Colóquios sobre os JO 2024	3	1	2	6

No que se refere ao estudo de campo nas *Fan Fests*, foram utilizadas duas técnicas de observação discreta, porém não dissimuladas, uma vez que os pesquisadores estavam vestindo a camisa do estudo, portavam câmeras de fotografia e caderno de campo. Trata-se de estar presente no próprio local do evento (*in loco*), aplicando o método de observação dos indivíduos, quanto dos grupos. Ademais, procuramos nos misturar aos torcedores, estreitando os laços pelo uso das câmeras, fotografando as fantasias e os diferentes grupos de torcedores reunidos para reconstruir

uma “história” dos espectadores.

Os dois métodos empregados foram:

- Observação Fixa: neste tipo de observação, o pesquisador se posiciona em um local cuja visão seja panorâmica: na frente dos telões, na bancada reservada à imprensa, etc. (DENZIN; LINCOLN, 2005);
- Observação do tipo *Filature*: neste método, o pesquisador fica atento às rodas de conversa e se insere tentando estabelecer alguns vínculos em torno de questões amplas como, por exemplo, futebol, alguma jogada, questões sobre o clima, questionamentos sobre origem ou time de predileção, entre outros (DENZIN; LINCOLN, 2005).

Os espaços de convivência entre os torcedores foram o terceiro local onde os trabalhos de observação foram realizados. Para atingir os objetivos propostos, a equipe se dividiu em “circuitos urbanos” ao longo de todos os jogos organizados na cidade de Paris (Estádio *Parc de Princes*) e na cidade de Saint-Denis (*Stade de France*). Normalmente, os grupos eram compostos de três a cinco pesquisadores para que todos os aspectos cruciais pudessem ser analisados. As diferentes funções de cada pesquisador eram estabelecidas e determinadas previamente.

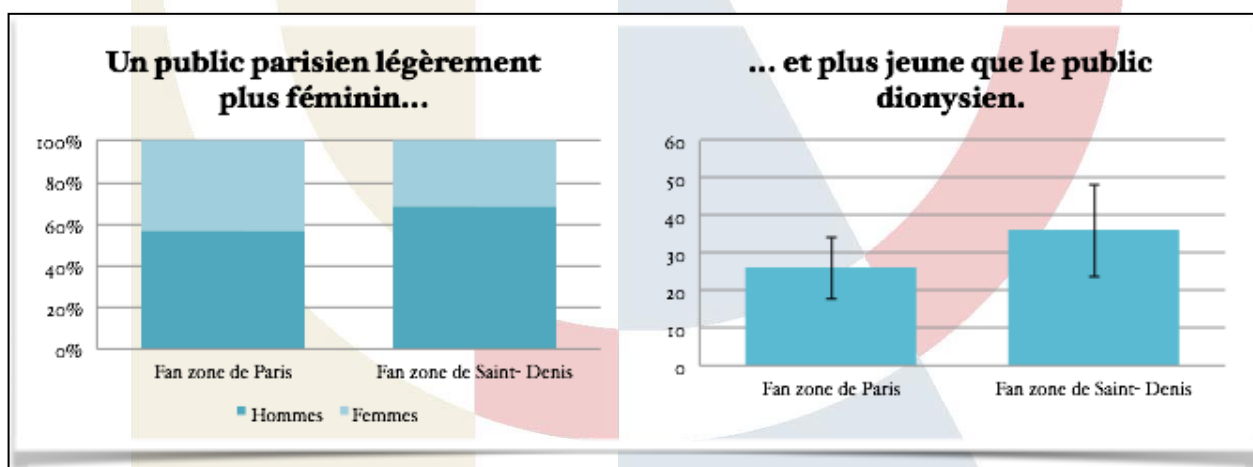
Quanto aos projetos sociais investigados, o estudo de campo teve como intuito principal acompanhar as três fases de desenvolvimento deles: primeiramente, as discussões iniciais; posteriormente, a implementação e o desenvolvimento ao longo do evento; e, por último, os resultados almejados. Dessa maneira, procuramos estreitar o contato com os interlocutores dos projetos a fim de discernir as suas modalidades, os assuntos tratados e a amplitude.

Para além da natureza qualitativa do projeto, uma pesquisa quantitativa também foi desenvolvida, com a aplicação de 949 questionários dentro das *Fan Fests* de Paris e de Saint-Denis para compreender a utilização desses espaços, para mensurar um conjunto de impactos percebidos, para distinguir os diferentes perfis de visitantes e para identificar os pontos de convergência e divergência entre as duas *Fan Fests* da região parisiense. Eles foram aplicados com os espectadores franceses presentes em uma das duas *Fan Fests* durante dez dias, mobilizando cerca de 26 pesquisadores: estudantes do mestrado e doutorado em *Ciências do Esporte e Gestão do Esporte*. Pontualmente, as aplicações eram iniciadas uma hora e meia antes do início dos jogos oficiais e eram encerradas aproximadamente 30 minutos após o apito final. Os participantes foram escolhidos de maneira aleatória, sendo que os pesquisadores tinham como padronização seguir um percurso predeterminado e standardizado (cada grupo cobria uma determinada área estabelecida previamente) e entrevistar o primeiro adulto disponível naquele local.

Resultados preliminares: o público frequentador das *Fan Fests* pesquisadas

Este tópico apresenta, de forma sucinta, algumas considerações acerca dos resultados já obtidos na pesquisa sobre o público presente nas *Fan Fests*, empreendimentos de lazer que atraíram multidões no decorrer da Euro 2016. O recenseamento extensivo dos possíveis “projetos de impacto” no contexto francês é um dispositivo inicial de extrema valia nos estudos dos grandes eventos esportivos, uma vez que serve como filtro e fio condutor dos projetos inovadores e que merecem ser pesquisados. A partir dos dados disponibilizados pelos parceiros da pesquisa (instituições esportivas, Ministério do Esporte, órgãos públicos) e de uma busca por filtros dos artigos publicados na imprensa, entramos em contato com as principais informações e detalhes dos projetos sociais vinculados a Euro 2016 e das intersecções estabelecidas com as coletividades locais, com as instâncias do futebol (clubes, distritos e ligas) e as estruturas administrativas (juventude, cultura, social e etc.).

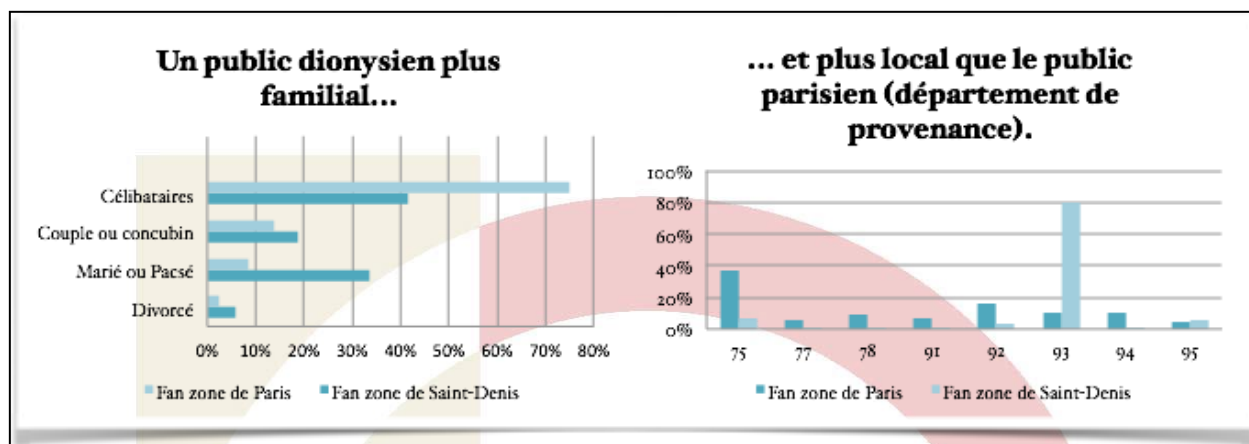
No que diz respeito aos frequentadores das *Fan Fests*, foi possível identificar o público predominante, conforme indicado a seguir.



Gráficos 1 e 2 – Público predominante nas *Fan Fests* pesquisadas

Nos gráficos acima, referentes ao tipo de público presente nas duas *Fan Fests* organizadas na região metropolitana de Paris, podemos observar que no evento organizado no centro de Paris, ao lado da *Torre Eiffel*, o percentual de mulheres foi maior do que quando comparado com o evento da cidade de *Saint-Denis*, 64% e 58% respectivamente. Vale ressaltar que a cidade de *Saint-Denis* encontra-se na periferia de Paris e possui uma taxa de criminalidade bem mais acentuada quando comparamos com a cidade de Paris (CHARRIER, 2009; CHARRIER; JOURDAN, 2009). Este dado pode explicar esta diferença entre os dois ambientes, no entanto, ainda estamos trabalhando na interpretação e nas conclusões desses gráficos. No gráfico à direita, percebemos que

o público mais jovem estava mais presente na cidade de Saint-Denis (38%), do que aquele presente na cidade de Paris (28%).



Gráficos 3 e 4 – Composição familiar e origem territorial dos espectadores das Fan Fests

O gráfico 3, à esquerda, apresenta a composição familiar dos espectadores presentes nas duas Fan Fests. Constatamos que o público presente na Fan Fest de Saint-Denis, região metropolitana, era composto por um número superior de casais casados (seja essa união oficializada formalmente, ou não) – 34% em Saint-Denis e 8% em Paris – e um número bem inferior de indivíduos solteiros – 42% em Saint-Denis e 75% em Paris. Uma provável explicação para esta diferença pode ser atribuída ao apelo turístico da cidade de Paris (cidade mais visitada no mundo) e pelo caráter mais festivo do evento na capital francesa. Vale ressaltar que a Fan Fest de Paris tinha uma capacidade máxima de 90.000 pessoas, enquanto a Fan Fest de Saint-Denis comportava cerca de 25.000.

No gráfico 4, no qual pesquisamos a origem do público francês nas duas Fan Fests, observamos que os principais frequentadores da Fan Fest de Saint-Denis eram habitantes do próprio município (na França os municípios são designados por número – 93 é a designação de Saint-Denis e 75 o de Paris). Este número foi o equivalente a 80% do público presente na periferia de Paris. Por outro lado, quando analisamos os dados relativos à Fan Fest de Paris, constatamos que os habitantes locais representavam, em termos percentuais, somente 38% do público francês presente. O fator turístico parece ter sido predominante quando analisamos a composição dos espectadores franceses na Fan Fest da cidade-luz.

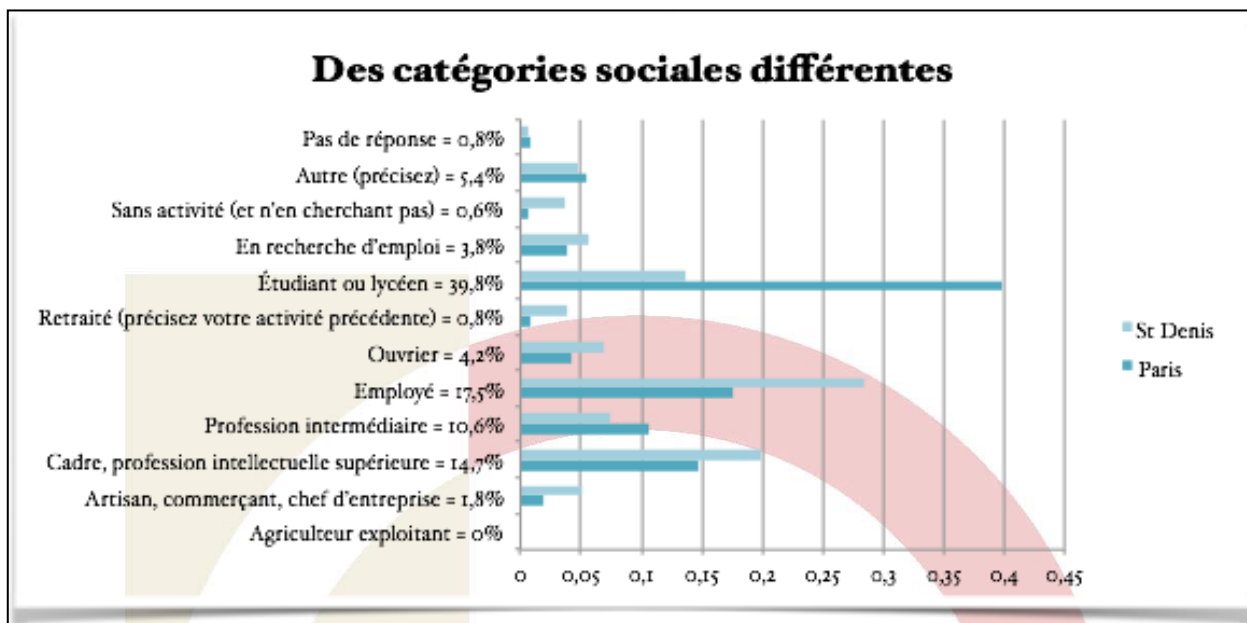


Gráfico 5 – Categorias sociais do público presente nas Fan Fests

No que se refere às categorias sociais presentes nas duas *Fan Fests*, podem ser ressaltados três aspectos interessantes. A quinta categoria analisada – estudantes e universitários – revela uma diferença notável entre a presença desse grupo em Paris quando comparado com *Saint-Denis*. Na *Fan Fest* de Paris, o grupo presente no evento era composto prioritariamente por estudantes, representando um percentual duas vezes maior do que o observado em *Saint-Denis*. Provavelmente, levando em consideração as atrações musicais organizadas em Paris (grupos mais conhecidos e maior número de shows), tais características tenham atraído um maior número de jovens na capital do que na periferia da cidade. Nesse mesma direção, percebemos que a presença de indivíduos com emprego fixo e com cargos superiores (de chefia) estiveram mais presentes na cidade de *Saint-Denis* do que na capital parisiense. Uma análise plausível e que vai ao encontro do gráfico 3, relativo à composição familiar, possa ser o menor número de atrações musicais em *Saint-Denis* o que resultou em um evento menos festivo.

Sobre as temáticas de análise selecionadas na pesquisa de campo

Quanto à atuação dos atores políticos da cidade, a candidatura de Paris para a organização dos JO de Verão de 2024 foi fator determinante para que uma forte ligação entre essa cidade e *Saint-Denis* fosse criada (*Paris/Saint-Denis/Seine-Saint-Denis*). Nesse aspecto, diversas modalidades e construção de equipamentos esportivos são previstos para acontecerem na região de *Saint-Denis* e arredores. Segundo os políticos e organizadores envolvidos, a chegada dos JO de 2024 será de fundamental importância na revalorização desse bairro periférico que continua sendo estigmatizado socialmente

com índices de desigualdade social extremamente superiores aos encontrados na região parisiense (LE MONDE, 2017).

Ademais, a ausência relativa de organizações de futebol, o que pode ser explicado por diversas razões, contrasta sobremaneira com a visibilidade e a importância de certos indivíduos no contexto esportivo francês. Nesse aspecto, o evento permitiu a entrada de novos atores na configuração de parcerias inéditas no cenário do esporte no contexto interno e possibilitou uma transversalidade entre os serviços no âmbito externo. Tudo isso, engendrou uma aproximação crucial entre grupos e comunidades que, até este momento, permaneciam distantes e sem diálogos.

Determinados bairros e comunidades pesquisados parecem viver os megaeventos esportivos de maneira desconectada, traduzindo assim um sentimento de exclusão e de indiferença. O processo de tomada de decisão e de organização social do evento priorizou muito pouco, ou quase nada, as instâncias locais a partir do que se pode chamar de democracia participativa. Além do mais, não houve mobilização de instituições clássicas esportivas no contexto francês, tais como OMS, Comissões Esportivas e Redes do Esporte. Por outro lado, o que percebemos foi uma mobilização de projetos profissionais, ou seja, instituições já estabelecidas e midiáticas, tais como *Gongle*, *Tatane*, *Les Dégommeuses*, em detrimento de organismos locais com menos espaço na mídia nacional.

No que concerne à relação Mulheres / Futebol / Esporte, a organização da Euro Copa de Futebol 2016 desperdiçou uma ocasião única para “tornar visível” o futebol feminino nacional, tanto no que se refere aos projetos sistematizados, quanto nos eventos elaborados em torno do evento e nos clubes associativos. Uma participação tradicional, sem nenhuma inovação, do feminino foi mais uma vez apresentado nas coberturas midiáticas e nas animações/recreações propostas nas *Fan Fests*, por exemplo, na abertura oficial da Euro 2016. No entanto, deve-se ressaltar que a presença do público feminino nos locais de festividade foi relevante.

A diversidade de impressões ou “pegadas” urbanas (cartazes, marcações, sinalizações, placas, músicas, etc.) é primordial para uma melhor identidade do evento e serve como ferramenta única para “estender e alongar” as festividades para outros ambientes estabelecendo um diálogo essencial com a cultura local. Embora diversas “pegadas” urbanas tenham sido ressaltadas ao longo da Euro 2016, deve-se destacar que a maior parte delas foi concentrada nos centros turísticos da cidade (tais como o *Hôtel de Ville*, a *Champs-Élysées*, *Les Halles*, *Place de la Concorde*, *Porte de Paros*, *Place de la Basilique*).

Nas imagens abaixo (FIGURAS 1 e 2), realizadas na *Fan Fest* de *Sant-Denis* (à esquerda) e na *Fan Fest* de Paris (à direita), percebemos pequenas mudanças nas informações do metrô da cidade, facilitando a locomoção dos visitantes e aproximando a população local do evento.

Figuras 1 e 2: Sinalizações nos metrô parisienses sobre as *Fan Fests*.

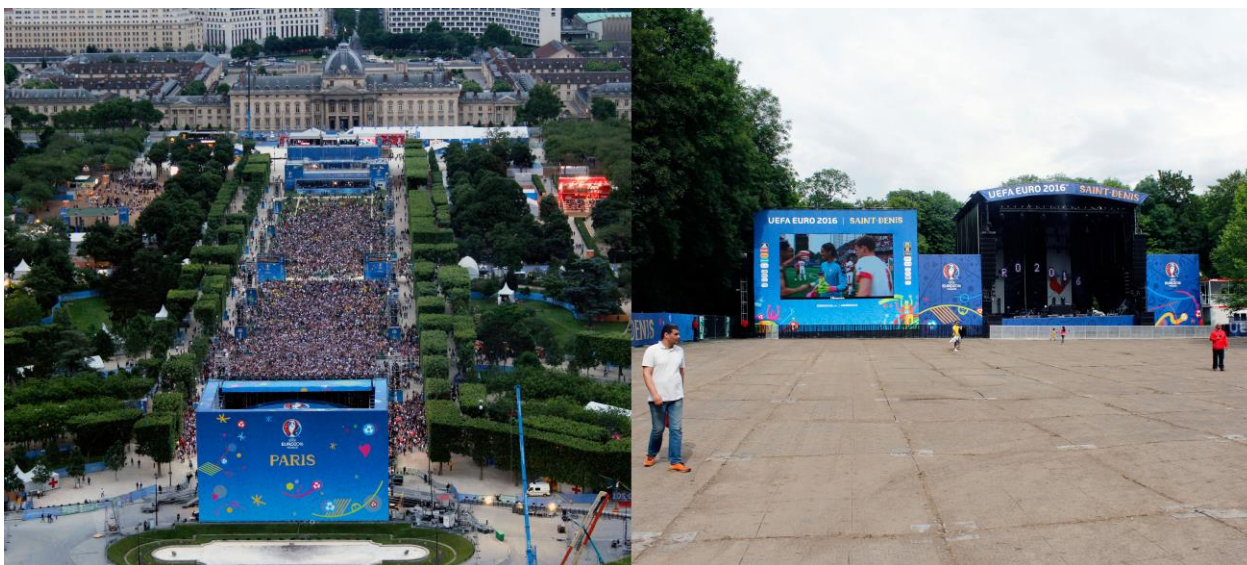
Fonte: Acervo de César Castilho.

As observações de campo revelam que uma grande frequência de eventos está diretamente relacionada ao calendário esportivo. O evento faz com que uma nova atmosfera festiva seja visível em espaços específicos sob a sombra da Euro 2016. No entanto, tais apropriações não são capazes de alterar os usos habituais desses espaços e muito menos provocar uma mudança significativa. Nesse sentido, não podemos falar de um movimento híbrido provocado, pelo menos no médio prazo, por estes eventos esportivos. Na realidade, o que constatamos é um movimento efervescente agudo movido, principalmente, pelo sentimento do efêmero ligado ao evento e pelo nacionalismo fruto da torcida da equipe nacional.

A presença do público nas *Fan Fests* também parece ser algo sensível e conectado a certos fatores conjunturais: dias dos jogos da equipe francesa, condições climáticas, discurso e debate a respeito da segurança e dos problemas com terrorismo, etc. Destacamos algumas diferenças marcantes entre as *Fan Fests* de Paris e de *Saint-Denis* no que se concerne ao tamanho, às programações, às finalidades, aos modos de gestão e aos eventos culturais propostos. De maneira geral, as animações culturais ao redor da *Fan Fest* atraem um público mais importante na cidade de *Saint-Denis* do que na cidade de Paris. Esta última parece servir como ponto de encontro entre jovens e turistas, o que justifica uma programação musical mais jovem e com maior número de shows.

Em termos de público total, as duas *Fan Fests* tiveram grande fluxo de torcedores, principalmente nos jogos da equipe francesa, tal como podemos observar na imagem abaixo, à esquerda (FIGURA 3), representando o jogo inicial da Euro 2016 entre a França e a Romênia, onde cerca de 90 mil pessoas estavam presentes.

Figuras 3 e 4: Visão geral das Fan Fests de Paris e de Saint Denis.



Fonte: Acervo de César Castilho.

No que diz respeito aos vínculos entre Arte / Esporte / Cultura, ao longo das observações de campo foi constatada uma multiplicidade de atrações artísticas durante todo o desenrolar do evento em lugares diversos da cidade. Trata-se de um testemunho primordial que serve para desmistificar a relação conflituosa existente entre esporte e cultura cunhada em alguns setores do poder. A união entre estes dois mundos possibilita, como foi constatado na pesquisa de campo, uma aproximação entre duas diversidades sociais atuantes e que podem fazer face a uma ideologia dominante no contexto social. Na pesquisa de campo, por exemplo, acompanhamos o projeto “Grafite dos Heróis da Euro 2016” que previa retratar os melhores jogadores do campeonato, atual e de outras edições, através do grafite (FIGURAS 5 e 6). Para isto, a prefeitura de Paris convidou artistas europeus de diversas nacionalidades para a realização de uma grande exposição a céu aberto ao lado da sede da prefeitura da cidade, reforçando os vínculos entre cultura, arte e esporte.

Figuras 5 e 6: Exposição de grafite em Paris.



Fonte: Acervo de César Castilho.

As análises empreendidas na pesquisa evidenciaram que os eventos esportivos internacionais necessitam promover a construção e a renovação de infraestruturas de transporte, de hotelaria, de comunicação e de equipamentos esportivos especializados, ao passo que devem propiciar uma hospitalidade ótima aos competidores, aos espectadores e aos jornalistas, como é afirmado por alguns autores (CHALIP; LEYNA, 2002; CHARRIER; JOURDAN, 2009; ROCHE, 2000). Estes eventos mobilizam grandes financiamentos e investimentos, principalmente de origem pública, e, para além das obras prometidas, precisam igualmente suprir uma necessidade social dos cidadãos locais (CHARRIER, 2009; CHARRIER; JOURDAN, 2009).

A questão relativa à rentabilidade econômica e social e, notadamente, aquela relacionada à aceitação pelos habitantes locais, eleitores e contribuintes tornou-se central e vem condicionando as decisões políticas em torno dessas manifestações (CASTILHO; EVRARD; CHARRIER, 2016; CASTILHO, 2016; HORNE, 2007). Para responder a estes questionamentos, constatamos que os estudos e análises realizados no contexto dos eventos esportivos privilegiam o cálculo do impacto econômico e da utilidade social em detrimento dos impactos sociais que, apresentados de forma mais difusa, não são mensurados no longo prazo (BARGET; GOUGUET, 2010; GETZ, 2008; GURSOY; KIM; UYSAL, 2004; ROJEK, 2013).

Finalizando, a organização da Euro Copa de Futebol 2016 foi uma bela ocasião para mostrar a multiplicidade de formas e maneiras de jogar futebol. Percebemos, ao longo da pesquisa, práticas lúdicas nos ambientes festivos – futebol adaptado para todo tipo de público, futebol de botão, futebol para crianças, futebol com as mãos, futevôlei, etc. – e palestras com abordagens diversas – histórica, competitiva, futebol no mundo, equipe francesa, etc. Estas ações nos revelam o futuro nas diversas práticas do futebol, o

que pode ser chamado como futebol plural, e nas apropriações do esporte mais praticado no mundo.

Considerações finais

A pesquisa apresentada neste artigo permanece em construção e tem previsão para ser finalizada em Junho de 2017. Trata-se de um estudo de aproximadamente três anos de duração, o que pode gerar contribuições inéditas no contexto dos megaeventos esportivos. As análises focalizadas no “antes” e no “durante” já estão sendo concluídas e, como foi salientado neste texto, alguns resultados já podem ser interpretados e contextualizados. No que concerne o “pós” evento, pretendemos discutir os impactos no curto e no médio prazo, em associação com os parceiros da pesquisa, através de grupos de estudo ao longo dos quais os principais dados são revisados e interpretados de maneira coletiva.

Esperamos que as discussões oriundas desta investigação beneficiem outras pesquisas realizadas no campo de estudos do lazer, sobre os impactos sociais dos grandes eventos esportivos, tanto em nível local, quanto global. O foco social dos nossos estudos privilegia os impactos relacionados aos habitantes locais que, na maioria dos casos, são deixados de lado no processo de tomada de decisão desse eventos e nas melhorias futuras que eles podem acarretar. Desse modo, em meio à plena discussão sobre a chegada ou não de mais um megaevento na cidade de Paris (JO de 2024), torna-se crucial trazer o debate político para os bairros e comunidades socialmente sensíveis, uma vez que, o discurso inicial, ou “marqueteiro”, sempre prioriza estes aspectos para que a candidatura possa ganhar em apelo popular.

REFERÊNCIAS

BARGET, E.; GOUGUET, J. J. L'accueil des grands événements sportifs: quel impact économique ou quelle utilité sociale pour les régions ? : l'exemple de la Coupe du monde de Rugby 2007 en France. **Région et Développement**, p. 93-117, 2010.

CASTILHO, César Teixeira. **Politiques Publiques et Coupe du monde de football 2014 au**

Brésil : des espoirs aux héritages locaux. PhD diss., University of Paris-Sud, 2016.

CASTILHO, César Teixeira; EVRARD, Barbara; CHARRIER, Dominique. Coupe du monde de football 2014: vers un embourgeoisement du football brésilien? **Revue Européenne de Management du Sport**, v. 49, p. 49-66, 2016.

CHALIP, L. Towards social leverage of sport events. **Journal of Sport & Tourism**, p. 109-127, 2006.

CHALIP, Laurence; LEYNA, Anna. Local business leveraging of a sport event: managing an event for economic benefit. **Journal of Sport Management**, p. 132-158, 2002.

CHARRIER, Dominique; JOURDAN, Jean. L'impact touristique local des grands événements sportifs: une approche qualitative de la Coupe du monde de Rugby en Île-de-France. **Tourisme, sport et développement**, p. 45-54, 2009.

CHARRIER, Dominique. L'impact médiatique de la Coupe du monde de rugby 2007 : éléments théoriques et méthodologiques. **Les Cahiers du Journalisme**, p. 40-50, 2009.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **The Sage Handbook of Qualitative Research** (Third Edition). London: SAGE Publications, 2005.

GETZ, D. Event tourism: definition, evolution and research. **Tourism management**, p. 403-428, 2008.

GURSOY, D., KIM, K.; UYSAL, M. Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. **Tourism Management**, p. 171-181, 2004.

HORNE, John. The Four 'Knows' of Sports Mega-Events. **Leisure Studies**, v. 26, n. 1, p. 81-96, 2007.

LE MONDE. JO 2024: **Paris veut convaincre le reste du monde**. Disponível em: http://www.lemonde.fr/sport/article/2017/02/03/jo-2024-paris-veut-convaincre-le-reste-du-monde_5073790_3242.html Acesso em: 20 Abril 2017.

ROCHE, M. **Mega-events and Modernity**. London: Routledge, 2000.

ROJEK, Chris. **Event Power: how global events manage and manipulate**. London: Sage, 2013.

Endereço para correspondência

Rua Santo Antônio do Monte, 579, ap. 302 – Santo Antônio – Belo Horizonte – MG.

