

MERCANTILIZAÇÃO DA CULTURA: *base teórica para compreender o futebol profissional*

Anderson David Gomes dos Santos¹

Este artigo compreende uma parte da pesquisa de doutorado, que pretende tratar de modelos de regulação para transmissão de torneios de futebol, partindo especialmente da base teórico-metodológica da Economia Política da Comunicação e da Cultura. Neste processo, constituiu-se duas considerações principais: a contradição economia-cultura como relevante para o modo de produção capitalista, como um dos elementos de acentuação da contradição capital-trabalho; e considerar o futebol enquanto elemento de importância cultural para as pessoas de diferentes países e, por isso, foi apropriado enquanto mercadoria midiática. A partir dessas chaves de leitura, o objetivo dessa proposta é apresentar uma revisão de literatura sobre cultura a partir de diferentes aspectos, considerando especialmente Celso Furtado (1964; 1998; 2008; 2012) e autores que analisam a cultura a partir de sua contribuição, casos de Bolaño (2015a; 2015b; 2018), Brandão (2015) e Cruz e Oliveira (2015). Partimos de uma tentativa de definição, que objetiva ainda observar a importância da cultura para a transformação social, observando a criatividade enquanto elemento que ajuda a construir relações de poder e que, por isso, é considerada para acumulação do capital a partir do consumo de massas. Neste processo, o avanço tecnológico auxilia nas diferentes formas de apropriação mercadológica de elementos culturais. Assim, entende-se que, conforme Furtado (1998, p. 71), “a cultura deve ser observada, simultaneamente, como um processo acumulativo e como sistema, vale dizer, algo que tem uma coerência e cuja totalidade não se explica cabalmente pelo significado das partes, graças a efeitos de sinergia”. A revisão de literatura sobre cultura nos ajudará a entender diversos processos de transformação que o futebol, enquanto elemento cultural, também passou, de maneira a ter elementos para compreender como foram realizados processos de estruturação, espacialização e mercantilização e, assim, como ele chegou ao atual nível de mobilização e difusão de paixões estabelecidas em nível comunitário, mas com a externalização de efeitos de diversas contradições do modo de produção capitalista.

¹ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, sob orientação do Prof. Dr. Fernando Oliveira Paulino. E-mail: anderson.gomes@santana.ufal.br.

Palavras-chave: Mercantilização; Cultura; Futebol; Economia Política da Comunicação e da Cultura.

Referências

BOLAÑO, C. R. S. Atualidade da política cultural de Celso Furtado: A propósito do depoimento à Assembleia Constituinte. In: BOLAÑO, C. R. S. (Org.). *Cultura e desenvolvimento: Reflexões à luz de Furtado*. Salvador: Edufba, 2015a. p. 19-38.

BOLAÑO, C. R. S. Crítica e emancipação nos estudos da informação, da comunicação e da cultura. *Revista EPTIC*, v. 20, n. 1, p. 100-110. jan-abr. 2018. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/8515>. Acesso em: 27 jan. 2021.

BOLAÑO, C. R. S. *O conceito de cultura em Celso Furtado*. Salvador: EDUFBA, 2015b.

BRANDÃO, C. A. (Sub)Desenvolvimento, diversidade cultural, criatividade e o desenvolvimento local/regional no Brasil. In: BOLAÑO, C. R. S. (Org.). *Cultura e desenvolvimento: Reflexões à luz de Furtado*. Salvador: Edufba, 2015. p. 67-92.

CRUZ, E. R. L.; OLIVEIRA, P. C. M. Criatividade, inovação, cultura e desenvolvimento: Uma contribuição ao debate. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). *Cultura e desenvolvimento: Reflexões à luz de Furtado*. Salvador: Edufba, 2015. p. 39-65.

FURTADO, C. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

FURTADO, C. *Dialética do desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.

FURTADO, C. *Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

FURTADO, C. *O capitalismo global*. 7.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1998.