



**XIX
CONBRACE**
VI CONICE
08 a 13 de setembro de 2015
VITÓRIA-ES

TERRITORIALIDADE E DIVERSIDADE
REGIONAL NO BRASIL E AMÉRICA LATINA:
SUAS CONEXÕES COM A EDUCAÇÃO
FÍSICA E CIÊNCIAS DO ESPORTE

CONSIDERAÇÕES SOBRE ESPORTE E INDÚSTRIA CRIATIVA

Carlos Fabre Miranda¹

PALAVRAS-CHAVE: esporte; indústria criativa; indústria cultural; cidades criativas;

INTRODUÇÃO

O presente ensaio pretende apontar elementos que aproximem os conceitos de Indústria Cultural, Indústria Criativa com o Esporte, entendendo que elementos presentes nesta análise podem auxiliar a compreender o local de fronteira que é apresentado para o Esporte por alguns autores em seu posicionamento nas Indústrias Criativas. Apontar elementos conceituais sobre esta relação podem contribuir tanto no entendimento do esporte enquanto fenômeno contemporâneo e urbano, assim como pode colaborar no entendimento de suas relações com as indústrias criativas e políticas públicas.

OBJETIVOS

Os objetivos que apresentamos são de discutir elementos que autores e instituições apresentam para que o Esporte esteja em um local de fronteira em relação as Indústrias Criativas, assim como apresentar elementos que contribuam neste entendimento. Buscaremos responder a pergunta: O esporte é uma Indústria Criativa? E neste sentido apresentaremos um breve resgate do surgimento dos termos e elementos que colaborem com esta análise.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada é uma revisão bibliográfica, onde se pretende esclarecer conceitos e confrontar alguns apontamentos trazidos por autores relevantes das áreas apresentadas.

ANÁLISE E DISCUSSÃO

O termo Indústria Cultural foi desenvolvido por Theodor Adorno e Max Horkheimer e trata com profundidade elementos que vão do percurso da construção da racionalidade ocidental, o domínio da natureza e o caminho do mito do esclarecimento. A principal crítica apresentada pelos autores é em relação a produção estética. Por entender que elementos que abordem o corpo e as Indústrias Culturais nesta perspectiva de crítica a técnica e assim como crítica ao esporte como conteúdo hegemônico da Educação Física já foram tratadas em profundidade pela área, iremos agora apresentar considerações que se centrem na relação do esporte com as Indústrias Criativas.



Buscando responder a pergunta: “O esporte é uma indústria criativa?”. Se tomarmos como referência um dos documentos que embasam o conceito de Indústria Criativa, temos o *Department for Culture, Media and Sport (DCMS)*, do Reino Unido, que apresenta a palavra “Esporte” na própria sigla, e no início dos anos 90 transformou o entendimento do conceito de criatividade, que por muito tempo estava associado com um forte componente artístico, para qualquer atividade relacionada com a produção de símbolos com uma forte dependência da propriedade intelectual e do mercado. Neste sentido o termo em si é positivado e com forte relação com a economia e cultura.

Em 2004 a *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* das Indústrias Criativas apresenta um documento sobre o que são as Indústrias Criativas, como são desenvolvidas e apresenta uma conceituação com base no que foi apresentado pela DCMS. Posteriormente, no ano de 2010 a UNCTAD vai se posicionar claramente sobre a relação entre Indústria Criativa e o Esporte e este posicionamento está descrito entre outros documentos, no relatório do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) sobre o panorama da economia criativa no Brasil escrito em 2013. Este apresenta que existe um debate sobre o papel do esporte e do turismo na economia criativa. Algumas classificações de indústrias criativas incluem esporte, outras, o turismo, ou ambos. O documento da UNCTAD de 2010, apresenta que na maioria dos casos, isso ocorre porque as estruturas governamentais em diversos países incluem ambos, ou até mesmo a cultura junto com eles. A própria criação no Brasil do Ministério dos Esportes em 2003 e a maneira como se desvinculou das pastas da Educação e Turismo colaboram neste entendimento.

Segundo o IPEA:

Do ponto de vista conceitual, e conforme recomenda Howkins (2001) e UNCTAD (2010), o esporte é mais associado com treinamento, competição e lazer do que com a criatividade. Também o turismo está mais associado à recreação e ao lazer do que com os conteúdos simbólicos presentes nas indústrias criativas. Inegável também reconhecer que ambas as indústrias – criativas e do turismo – são fortemente acopladas e geram externalidades mutuamente. Assim, apesar do acoplamento com as indústrias criativas, o turismo e o esporte, no modelo adotado, não são considerados indústrias criativas. (IPEA, 2013, p.20)

Nos documentos que apresentam este debate (IPEA E UNCTAD), são apresentadas diversas metodologias para abordar as Indústrias Criativas e dentre todas apresentadas, o esporte se faz presente somente na metodologia dos “Textos Simbólicos”, e inclusive na classificação feita pela UNCTAD 2010, na metodologia dos textos simbólicos existem as



indústrias culturais centrais que seriam: publicidade, propaganda, filmes, internet, música, televisão, rádio, vídeo e jogos de computadores. Também teríamos as indústrias criativas de periferia que englobariam as artes criativas. Por fim teríamos as indústrias culturais de fronteira que englobariam consumo de eletrônicos, moda, softwares e o esporte.

CONCLUSÕES

Devemos entender como o Esporte pode colaborar com as Indústrias Criativas e qual o seu papel. Neste sentido fica claro que no surgimento do conceito de Indústria Cultural, estava evidente a crítica a produção estética ainda nos anos 40. Este sentido foi positivado e entendido como categoria sociológica e importante para a economia nos anos 90. Posteriormente no início dos anos 2000 o conceito foi abandonado e o termo Indústria Criativa surgiu em um contexto chamado também de pós-industrial. E finalmente são criadas políticas de estado em países como Inglaterra e Austrália para as chamadas Indústrias Criativas, e o Esporte como apresentamos, se encontra em um “local de fronteira” em relação as demais Indústrias Criativas e abre novas questões para o entendimento sobre o tema.

REFERÊNCIAS

IPEA Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Texto para discussão: Sobre o Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro 2013. Consultado em 20/12/2014 e disponível em:

http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf

VAZ, A. **Esporte e Indústria Cultural em Theodor W. Adorno: Reflexões sobre a Educação do Corpo**. In: NUANCES: estudos sobre educação- ano VIII. 11º 08- Setembro de 2002.

DCMS, D. for C. **Creative industries mapping document**. United Kingdom: DCMS, Media and Sport, 2001. Partes 1 e 3.

UNCTAD *United Nations Conference on Trade and Development*. **Creative Industries and Development**. Geneva, 2004.

UNCTAD *United Nations Conference on Trade and Development*. **Creative Economy Report 2010**. Geneva, 2010. Consultado em 19/12/2014 e disponível em:

http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf

¹ Mestre, Prefeitura Municipal de Osasco. Contato: carlosfabremiranda@gmail.com