

EDITORIAL

Caro leitor, Com grande orgulho e trabalho árduo estamos chegando ao fim de nosso segundo ano de existência com a publicação deste volume 6 da revista Diálogo com a Economia Criativa. Foram dois anos intensos nos quais pudemos ver a revista nascer, se desenvolver e amadurecer tendo alcançado, ainda na sua juventude, uma classificação *Qualis B4*, o que muito nos estimula a continuar buscando ser cada vez mais um veículo de referência para o debate e pesquisa no campo da Economia Criativa. Nestes dois anos, a revista veio fortalecendo sua identidade e propósitos, os quais têm sido representados com muita originalidade em suas capas.

Da primeira capa, mais tímida e corporativa, à genial capa “das galinhas” do Professor André Beltrão (número 2, volume 5), a revista encontrou êxito e direcionamento que se traduzem nestas imagens. Foram seis capas até aqui, passando também pela impactante imagem fotográfica de uma inusitada Catedral Metropolitana à noite – do Professor Ricardo Pimentel. No final do primeiro ano veio a nossa homenagem póstuma ao querido e saudoso Professor Luiz Cláudio Franca, responsável pelo projeto e editoração do volume 1. Em seguida, a capa do volume 4 trazia a bela caligrafia do Professor e artista Cláudio Gil. *Layouts*, assim tão criativos, só poderiam estar relacionados a um campo ao qual a criatividade está imbricada.

Um campo jovem, ainda em consolidação no Brasil – conforme é tão bem colocado no artigo Economia da Cultura e Economia Criativa: Análise dos Conceitos e Contribuição aos Estudos Territoriais, de Gustavo da Silva Diniz e Auro Aparecido Mendes. Para os autores, este tema entra na agenda do país a partir de 2004, com a XI Conferência da Unctad sediada em São Paulo, e em 2012 é estruturada a Secretaria de Economia Criativa, vinculada ao Ministério da Cultura. O artigo propõe-se a analisar os conceitos de Economia da Cultura e Economia Criativa, passando por conceitos inerentes e derivados do campo: Indústria Cultural, introduzidos por Benjamin e também por Adorno; Economia da Cultura (Baumol e Bowen, 1966); *Creative Nation* (Australia, 1994); Indústrias Criativas (Inglaterra, 1997); Era Criativa e Classe Criativa (Florida, 2011).

Abordando um tema muito particular do Brasil em seu artigo – pelo viés das políticas públicas, Daniel Augusto do Nascimento Batista debruça-se sobre uma análise da Lei da TV Paga, de 2011, e o impacto da mesma no Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). Esta lei de fomento à produção independente no setor audiovisual brasileiro suscitou questionamentos diversos e antagônicos. Para Bourdieu (1992) há três tipos de capital: econômico, cultural e social – e apenas o primeiro pode ser mensurado monetariamente. Portanto, o ganho trazido pela referida lei não pode ser avaliado apenas pela lógica de mercado pois, conforme propõe o autor “o audiovisual tem a imensurável significância cultural, que desperta a noção de identidade (...)”.

Marcus Dohmann nos presenteia com uma profunda reflexão sobre os papéis desempenhados pelos objetos em seu artigo Cultura Material: Sobre uma Vivência entre Tangibilidades e Simbolismos, sob a ótica de alguém com sólida formação em Desenho Industrial (Design) e arte. Este belo trecho propõe que: “não há como con-

tar a história do mundo usando apenas textos”, e nos dá bem uma ideia das dimensões tangíveis e intangíveis atreladas aos objetos na atual sociedade de consumo. Para mencionar apenas algumas destas dimensões, temos no objeto a materialização de questões sociais, culturais, tecnológicas, econômicas e simbólicas.

O artigo seguinte, Estudo de um Modelo de Gestão e a sua Aplicabilidade na Coopercedro, foi escrito por cinco autores que se debruçam sobre as questões de gestão numa cooperativa de produção rural. A pesquisa propôs-se a ser um estudo de caso, sendo o único artigo que relatou pesquisa desta tipologia.

Em A Prática da Técnica do Graffiti: Modelos de Negócios e a Economia Criativa, os autores Athos Ribeiro da Silva, Daniela Callegaro de Menezes e Rodrigo Severo Rodembusch fazem um estudo sobre a inserção do profissional de *graffitti* num modelo de negócio canvas. A prática do *graffitti*, um tanto ou quanto marginalizada há não muito tempo atrás, encontra-se hoje em evidência nas ruas, nas galerias de arte, e até em ambientes corporativos. Daí a necessidade de profissionalizar a prática e adequá-la ao setor da Economia Criativa, preenchendo um determinado nicho dentro da área de cultura ou artes.

E para fechar este volume 6, trazemos A Emergência do *Éthos* Criativo como Tendência Sociocultural na Contemporaneidade, de Paula Cristina Visoná. Neste artigo a autora pondera sobre este princípio, nomeado por Florida (2011) de *éthos* criativo: “(...) *Éthos* é o ‘espírito ou natureza fundamental de uma cultura’. É o nosso compromisso com a criatividade em suas múltiplas facetas que forja o espírito da nossa era” (FLORIDA, 2011, p.21). Trata-se de um momento na história em que a sociedade como um todo, e o Estado em particular – através de políticas públicas – investem e valorizam a criatividade e suas atividades econômicas correlatas. Visoná aponta tendências e resultados alcançados com a insurgência deste conceito, tendo como resultado o fomento da Economia Criativa.

Esperamos que apreciem a capa e as reflexões nestas leituras, que passem por diversas áreas e assuntos da Economia Criativa. No mais, é tempo de festejar e esperar que o próximo ano propicie ainda mais espaços e oportunidades neste campo. Um ótimo 2018, e boa leitura.

Profa. Dra. Mirella De Menezes Migliari
Conselho Editorial