

EDITORIAL

Estimados leitores,

Considerando ser este o último número da “Diálogo com a Economia Criativa” a ser produzido em 2020, seria possível, ainda que pouco inovador, iniciar este editorial com uma frase tal qual “chegamos ao fim de mais um ano”. Ocorre que 2020 não foi “mais um ano”. Na realidade, os últimos 12 meses foram diferentes de qualquer ano que, acredito, ainda carregamos em nossas memórias pessoais. Para tantas gerações, a pandemia representou talvez o primeiro incidente capaz de gerar privações e questionamentos em escala mundial.

Se para a sociedade como um todo a disseminação do vírus SARS-CoV2 deflagrou desafios espantosos, para a Economia Criativa a pandemia foi um golpe especialmente duro. Milton Nascimento há tempos nos lembrou que “Todo artista tem de ir aonde o povo está”. Ora, medidas de isolamento social e proibições de aglomerações interditaram o contato entre o artista e seu público, algo fundamental para o bom funcionamento de diversos setores constantes na Economia Criativa. Assim sendo, as perdas materiais, econômicas, culturais e espirituais são incomensuráveis, despertando em nós perplexidade e solidariedade.

Estamos, portanto, vivenciando um momento de ruptura. Tais momentos, indiscutivelmente traumáticos, trazem consigo também oportunidades de aprendizagem e reflexão. Neste sentido, setores como o da Música e o de Museus e Patrimônio Cultural, ainda que fortemente impactados pela pandemia, nos ensinaram por meio de “experimentos” e inovações como lives e exposições virtuais como a Economia Criativa pode ser resiliente. A academia também trouxe exemplos desta resiliência. Em setembro de 2020, o Mestrado Profissional em Gestão de Economia Criativa da ESPM/RJ, realizou com sucesso o 1o Congresso Íbero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa (CIIEC). O evento, originalmente proposto como presencial, foi integralmente executado online reunindo centenas de pesquisadores dedicados ao estudo da Economia Criativa. Em face de contexto tão desafiador, a realização do 1o CIIEC foi um triunfo para a Economia Criativa como um todo. Por certo, tais inovações não foram capazes de compensar todas as perdas materiais e imateriais vivenciadas, mas sugerem como a criatividade e a cultura não apenas resistem às crises mas também são valiosos para apontar os caminhos para sair das mesmas.

Portanto, neste momento de crise, a Economia Criativa deve ser estimulada para atuar como o potente catalisador de desenvolvimento social, econômico e cultural que é. Para tanto, a “Diálogo com a Economia Criativa” se mostrará cada vez mais importante, o que dá para esta publicação um grande senso de propósito e responsabilidade. Para o “Diálogo” desta edição, trazemos uma entrevista e cinco artigos livres.

“Visualização de dados em exposição: um convite à reflexão e à transformação. Entrevista com Barbara Castro”, de Leonardo Amato, proporciona uma reflexão sobre a importância que a coleta, processamento e interpretação de dados alcançou em nosso cotidiano. Tal reflexão é construída a partir de entrevista realizada com Barbara Castro, profissional de visualização de dados e co-curadora da exposição “Data Corpus - A vida decodificada”, realizada na Casa Firjan no Rio de Janeiro em 2019.

“O que faz uma cidade ser criativa? Uma análise a partir das dimensões conceituais”, de Brenda Neves, Wandeline Cumarú e Hannah Moraes, oferece uma análise das dimensões conceituais que definem uma cidade criativa baseada numa revisão sistemática de literatura que percorreu os últimos 10 anos de produção científica brasileira sobre o tema.

“Educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos: estado da arte”, de Estela Najberg, Jéssica Carvvalho e Waleska Campos, apresenta uma caracterização da produção científica sobre educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos por meio de levantamento bibliométrico e sociométrico.

“Creative economy and COVID-19: the post crisis trends in Brazil and globally”, de Leonardo Zeitune, explora por meio de uma desk research o impacto da pandemia de COVID-19 sobre a Economia Criativa bem como alternativas que empreendedores viabilizaram para contornar os desafios advindos desta crise.

“Análise do setor cultural e criativo em Portugal: principais estudos macroeconômicos entre 2008-2018”, de Maria Raquel Cortez, examina os principais estudos realizados na academia lusitana dedicados à identificação de recomendações e limitações relacionadas a modelos de implementação e financiamento de projetos culturais.

“Storytelling - como contar histórias sobre marcas que não têm uma boa história para contar”, de Umehara Parente e Victor Gomes, investiga por meio de três casos o impacto de técnicas de contação de histórias na construção de marcas e no estabelecimento de comunicação entre empresas e seus diversos stakeholders.

Este conjunto oferece uma pertinente oportunidade de reflexão acerca da Economia Criativa e seu potencial transformador numa conjuntura tão adversa como a atual. Fechando esse editorial, cumpre compartilhar meus votos de que 2021 será bem melhor para todos e para a Economia Criativa, permitindo o reencontro entre familiares, amigos e entre o artista e o “povo”. Parafraseando Milton Nascimento novamente, “se foi assim, assim será”.

Marco Rodrigues