

Um painel diverso

A diverse panel

Lucia Santa Cruz¹ 

Esta edição da Revista Diálogo com a economia criativa está composta de artigos que demonstram a pluralidade de setores e atividades que constituem a economia criativa tanto no Brasil quanto em outros países.

Desde que a expressão economia criativa surgiu, no final do século XX, há uma preocupação em conceituar esse termo e definir seu escopo e seus limites. Concepções diferentes se materializam também em classificações distintas a respeito de quais setores produtivos estariam incluídos nesse conceito. Esses sistemas classificatórios variam de uma visão restrita a uma abordagem ampliada. Romilson Marcos dos Santos, no ensaio teórico que abre este número, **Economia Criativa: em busca do formato inaudito**, procura mostrar como a emergência de um tipo distinto de indústrias criativas, fomentado pelas transformações determinadas pela sociedade pós-industrial, termina por dilatar a área de abrangência do campo. Com isso, o próprio conceito de economia criativa se amplia e inclui atividades que inicialmente não teriam sido pensadas como criativas.

A partir do entendimento de que economia criativa seria um setor estratégico para o país, Adriano Pereira de Castro Pacheco, Manoela Moraes, Erlaine Binotto e Elcio Gustavo Benini se valem da abordagem policêntrica para analisar os estudos de políticas públicas no segundo artigo da edição, **Políticas públicas para a Economia Criativa: interfaces e reflexões a partir da abordagem policêntrica**.

Para além das importantes e necessárias políticas públicas de fomento à atividade criativa, Carolina Ficheira apresenta, em **Fundos patrimoniais, matchfunding e o blockchains para as artes e a cultura**, três diferentes estratégias de captação de recursos encontradas no mundo e que beneficiam o setor das artes e da cultura e promovem possibilidades de sustentabilidade econômica.

Vera da Cunha Pasqualin, Olga Kolotouchkina e Maria Luisa García-Guardia discutem em **La cultura y los eventos deportivos como parte esencial de la estrategia de diplomacia pública: Madrid, Río de Janeiro y Doha** o caso múltiplo de uso do *soft power* pelas três cidades a partir do início do século XXI. Ainda que o estudo se refira ao período anterior à pandemia de COVID-19, traz contribuição para a análise do papel das cidades na geopolítica.

Espaços urbanos também são o objeto dos dois artigos a seguir: **Economia criativa, cultura e artesanato: um estudo na feirinha artesanal da Praia de Iracema em Fortaleza-CE**, de Andreia Cíntia Rodrigues Tavernard Moraes e Carlos César de Oliveira Lacerda, e **Transformação dos espaços públicos por meio da hospitalidade nas feiras de economia**

¹Escola Superior de Propaganda e Marketing – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: lucia.santacruz@espm.br
Recebido em: 28/07/2021 – Aceito em: 28/07/2021

criativa, de Michelle Caçapava Vigueles e Roseane Barcellos Marques. No primeiro, busca-se estudar a contribuição do artesanato para a valorização da cultura e o desenvolvimento local cearense. Já o segundo se debruça sobre a capacidade de transformação dos espaços públicos paulistanos em lugares memoráveis e afetivos em função das ações dos organizadores de feiras ligadas à economia criativa.

Fechando a edição, temos dois artigos que se dedicam ao setor audiovisual. **Consumo e produção de ficção-científica em formato audiovisual no Brasil: o perfil de consumo do público brasileiro**, de Vanessa Amalia Dalpizol Valiati, Daniela Israel, Pedro de Lima Marques, Letícia Prior Breda, Luiz Guilherme Faleiro, aborda o perfil do público consumidor de obras audiovisuais de ficção científica, com objetivo de subsidiar futuras produções. **“No more waiting!”: desigualdade de gênero no entretenimento cinematográfico**, de José Edemir da Silva Anjo, Mariana Ramos de Melo e Rosiane da Silva Viana Bolzan, traz para discussão a diversidade de gênero no campo da indústria audiovisual, focando especialmente no papel da mulher.

Que este painel de temas e discussões fomente o debate e fortaleça o campo da economia criativa.

Boa leitura!

Sobre a autora

Lucia Santa Cruz: Professora e coordenadora-adjunta do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), no Rio de Janeiro.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

