

Editorial #28

Editorial #28

Veranise Jacobowski Correia Dubeux¹ 

Este número da *Diálogo com a Economia Criativa* é especial: marca o início das celebrações pelos 10 anos da revista. Parece que foi ontem que começamos a desenhar o projeto da revista para o programa de Mestrado em Gestão da Economia Criativa. Desde então, foram inúmeras edições, com artigos livres, dossiês, entrevistas, vídeos e capas que contam suas próprias histórias. Agora, é tempo de merecidas comemorações.

Ao longo desses 10 anos, nosso trabalho foi pautado pela convicção de que a produção acadêmica desempenha papel essencial na compreensão e no desenvolvimento de temas fundamentais para a sociedade contemporânea. Os artigos apresentados nesta edição refletem a diversidade e a profundidade das pesquisas realizadas no campo da economia criativa.

O estudo “Liderança e criatividade: uma análise da atuação de gestores de equipes criativas no Agreste Pernambuco”, de Bianca Barros e Hannah Miranda, investiga a liderança na economia criativa da região. A pesquisa, de caráter exploratório e qualitativo, envolveu entrevistas com cinco gestores de Caruaru (PE), examinadas por meio da análise de conteúdo. Os resultados indicam que os gestores estão em transição para uma liderança mais criativa, com destaque para aspectos como ideias próprias, clima organizacional, resiliência e aprendizado pela experiência, no entanto pontos como plataforma de entendimento, visão compartilhada e ativação em rede ainda precisam ser aprimorados.

Já o artigo “COM-POR Uerj pessoas negras: tecnologia social-ancestral”, de Loíse Lorena do Nascimento Santos, Hebert Silva dos Santos, Letícia Lapa, Andriellen Borges e Alexandra Cleopatre Tsallis, apresenta o grupo terapêutico COM-POR Uerj como uma tecnologia social e ancestral. Criado em 2019 no Laboratório afeTAR da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), o grupo oferece suporte psicoterapêutico a pessoas negras, reconhecendo os impactos do racismo na saúde mental. Além disso, insere-se na economia criativa ao utilizar conhecimento e criatividade para gerar soluções inovadoras. O estudo destaca que, mais do que uma tecnologia social, o COM-POR Uerj representa uma tecnologia ancestral, promovendo a valorização da identidade negra e a regeneração do tecido social diante das desigualdades.

A inclusão também se faz presente no estudo “Airbnb e a inclusão de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida: uma análise qualitativa da acessibilidade na plataforma”, de Luana Maria Alves Linhares e André Riani Costa Perinotto. O estudo investiga a acessibilidade digital no turismo, com foco na plataforma Airbnb. A pesquisa qualitativa analisou a acessibilidade das acomodações nas cidades de Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro

¹Escola Superior de Propaganda e Marketing, Programa de Pós-Graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: vdubeux@espm.br
Recebido em: 28/03/2025. Aceito em: 28/03/2025

da Praia, no litoral piauiense, com base nos conteúdos gerados por usuários. Os resultados apontam oportunidades para um turismo mais inclusivo, mas ressaltam a necessidade de um compromisso contínuo com a acessibilidade, incentivando anfitriões, academia e indústria a colaborarem para um ambiente digital mais acessível.

No campo do *design*, Paola de Lima Vichy, em “*Design e futuros possíveis: metodologia para cenários nas periferias cariocas*”, propõe uma metodologia para a construção de cenários futuros nas periferias do Rio de Janeiro, com foco em Praça Seca e Madureira. Baseado no *design* prospectivo, o estudo combina revisão teórica, entrevistas com o idealizador da organização não governamental Associação Multi Arte Cultura e Esporte do Rio de Janeiro (AMACE RJ) e visitas na sua unidade. Com a participação de alunos de Design e da comunidade local, a metodologia promove a cocriação de soluções alinhadas às demandas locais, integrando conhecimento acadêmico e prática social para um futuro mais inclusivo e sustentável.

As políticas públicas e o financiamento da economia criativa são discutidos por Viviane Silva de Paula em “*Políticas públicas e financiamento em economia criativa*”, em que são apontados desafios como a concentração de recursos nos grandes centros urbanos, a burocracia e as dificuldades de acesso ao crédito. O trabalho também destaca oportunidades emergentes, como o *crowdfunding*, e a necessidade de incentivos fiscais. Conclui-se que a descentralização dos recursos e a colaboração entre governo e setor privado são fundamentais para fortalecer a inovação e a internacionalização da economia criativa no Brasil.

No âmbito cultural, o artigo “*As artes cênicas no contexto da economia criativa de Belo Horizonte*”, de Yuri Simon da Silveira, Giselle Hissa Safar e Maria Regina Álvares Correia Dias, investiga o papel do *design* na economia criativa, com foco nas artes cênicas de Belo Horizonte (MG). A pesquisa aponta que há uma lacuna na formação acadêmica para *design* cênico, que engloba iluminação, cenografia e figurino. A falta de profissionais especializados é um entrave para o desenvolvimento do setor. O estudo reforça a necessidade de capacitação em tecnologias da cena para ampliar os impactos econômicos, sociais e culturais das artes cênicas no Brasil.

A música e o consumo digital são explorados no estudo “*How to make a hit: factors associated with music consumption on Spotify*”, de Ana Flávia Machado, Gabriel Henrique Galvão e Lucas Resende de Carvalho. A pesquisa analisa os fatores que influenciam o sucesso musical no Spotify, considerando 562.453 músicas lançadas entre 1922 e 2021. Utilizando a *web* API da plataforma e um modelo ZINB, foram examinadas características sonoras e sua relação com a popularidade das faixas. Os resultados indicam que músicas com maior dançabilidade, energia e conteúdo explícito tendem a ter maior sucesso. O estudo contribui para a compreensão do consumo musical na era do *streaming*.

O carnaval também é objeto de estudo em “*Aprender o carnaval: comunicação e educação para enriquecer a experiência do público*”, de Caique Andrade, Alessandra Baiocchi e Thiago Reis. A pesquisa, baseada em entrevistas com espectadores, revela lacunas na comunicação sobre o evento e propõe abordagens para aumentar o engajamento do público. O fortalecimento da comunicação é visto como

essencial para atrair novos públicos e valorizar o carnaval como patrimônio cultural e imaterial do Brasil.

Por fim, “Avaliação de políticas em economia criativa e perspectivas do renascimento do Brasil criativo”, de Israel Alves Jorge de Souza, examina o monitoramento e a avaliação de políticas públicas voltadas para a economia criativa no Brasil. Com a recriação da Secretaria de Economia Criativa e o lançamento da Política Nacional de Economia Criativa – Brasil Criativo, o artigo discute os desafios e as perspectivas para o fortalecimento do setor. O autor argumenta que a institucionalização dessas políticas é essencial para garantir um desenvolvimento sustentável e estruturado da economia criativa no país.

Os estudos apresentados reafirmam a importância do conhecimento acadêmico na formulação de soluções para questões complexas. Que essas reflexões possam inspirar novas pesquisas e iniciativas que promovam a inclusão, a criatividade e o desenvolvimento social.

Sobre a autora

Veranise Jacubowski Correia Dubeux: doutora em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

