

ECONOMIA CRIATIVA COMO VETOR PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Leandro Félix Vieira ¹

Edson Trajano Vieira ²

RESUMO

A economia criativa envolve variadas formas de atuação, segmentadas por setores criativos que se associam para o desenvolvimento sustentável de comunidades, com o objetivo de geração de emprego e renda utilizando os recursos locais e a criatividade. Dessa forma, o presente estudo aborda os temas de: economia criativa, criatividade e desenvolvimento econômico como reflexo de crescimento e desenvolvimento sustentável das economias locais na intenção de fomentar tal economia como vetor ao desenvolvimento sustentável. Justifica-se na relevância do empreendedorismo social, percebendo-se como alternativa ao desemprego e à geração de renda. A metodologia aplicada para alcançar os resultados se baseou em um estudo de caso exploratório descritivo de caráter qualitativo com base em dados secundários dos registros dos últimos 10 anos sobre o evento na cidade. Os resultados encontrados se mostram satisfatórios quanto ao desenvolvimento da economia local e a valorização do território, cultura e da criatividade.

Palavras-chave: Economia Criativa. Desenvolvimento sustentável. Criatividade.

INTRODUÇÃO

A Economia Criativa vem aparecendo como uma alternativa às atividades econômicas, que podem impulsionar alguém ou até mesmo uma comunidade ao desenvolvimento e à infraestrutura local. Levando em consideração que a criatividade das pessoas é a matéria-prima para que isso aconteça, através de criações de produtos ou serviços que possam satisfazer as necessidades do consumidor a partir do uso de recursos locais.

A relação da economia criativa e do desenvolvimento econômico sustentável local se dá a partir da utilização e valorização de tais recursos como naturais e locais, a partir da uma gama de

¹ Mestrando em Gestão e Desenvolvimento Regional na Universidade de Taubaté.

² Doutor em História Econômica pela Universidade de São Paulo (USP). Diretor dos Departamentos de Ciências Sociais e Letras e Serviço Social da Universidade de Taubaté Professor dos cursos de mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional e Gestão e Desenvolvimento Regional.

setores criativos que beneficiam a cultura e diversidade local. Promovendo assim, uma comunidade, através da criatividade de um povo ávido em mudanças, o que leva ao processo de transformar cidades, distritos, ou até mesmo um país com uma proposta diferenciada, que deverá ter incentivos e motivações de toda uma população envolvida.

Diante de um mercado altamente competitivo em nos mais diversos setores, a criatividade pode ser um diferencial potencializador, seja em uma empresa e ou até mesmo em pequenos empreendimentos que descobrem que dentro delas pode nascer novas ideias, focando na sua cultura, nas suas tradições e ou legados que representam a identidade daquela região.

Portanto, pequenas localidades precisam se posicionar quanto às suas potencialidades turística, procurando ter ciência de quanto sua criatividade cultural poderá ser viável, para alavancar o seu desenvolvimento.

O desenvolvimento econômico de uma localidade incentivada pela economia criativa constrói uma diversidade de recursos, valorizando os pontos positivos da região, os seus recursos, tornando o local rico e produtivo pela abrangência de setores da economia criativa com base no processo de criatividade e inovação que vem junto com os setores.

Diante de cidades, ou localidades que sofrem com isolamento pelo fato de estarem mais afastadas de grandes centros econômicos e que possuem poucos atrativos turísticos, um fator que pode contribuir para alavanca-las é investir na cultura local, festejos típicos dessas próprias cidades e na criatividade dessas pessoas que enxergam nos seus produtos tangíveis ou intangíveis uma forma de renda alternativa ou até mesmo devido à escassez de ofertas de trabalho, tais atividades são a principal fonte de rendas.

Pequenas localidades podem ter a capacidade de modificar o panorama econômico da sua cidade, através de processos criativos que potencializem negócios tangíveis ou intangíveis. Sabe-se que a criatividade vem a ser a base desse negócio, contudo com o cuidado de manter a identidade preservada, sendo ela um chamariz para o turismo e outras atividades.

Assim, a pesquisa busca responder ao seguinte problema de pesquisa: Como a economia criativa pode ser visto como vetor para o desenvolvimento local? Para tal posicionamento, o estudo tem como objetivo geral: Abordar e analisar as relações entre a economia criativa e o desenvolvimento econômico. Para o alcance desse objetivo geral foram estabelecidos como objetivos específicos que

direcionam o estudo foi apresentar as relações entre economia criativa e desenvolvimento econômico; Compreender o papel da criatividade; Analisar os impactos dos setores criativos no distrito em estudo; discutir as relações culturais na econômica local; e fomentar esse tipo de economia como vetor ao desenvolvimento.

Dessa forma, o presente trabalho se justifica como canal informativo do processo de desempenho da economia criativa na cidade estudada, o que favorece resultados que instigam novos estudos sobre o assunto, tendo como ponto de partida para explorar as ferramentas necessárias às decisões de mudanças para o desenvolvimento de uma cidade que possa ser identificada como cidade criativa, baseando-se em princípios do que vem a ser a economia criativa e seus setores de atuação.

Com base na questão da pesquisa e nos objetivos do trabalho, supõe-se que a abordagem em questão favorece o entendimento sobre o assunto e contribui para além do espaço acadêmico, mas também no âmbito social, fornecendo informações importantes à sociedade sobre a compreensão de um novo modelo de economia, incentivando o meio acadêmico na busca por mais informações e comparativos como forma de compreender tal fenômeno em diferentes localidades e vertentes.

Na metodologia utilizada, procurou-se uma abordagem descritiva, por meio da coleta de dados secundários sobre o assunto em questão e relatos sobre a cidade estudada, utilizando assim do método de revisão bibliográfica, incluindo a coleta de dados quantitativos e qualitativos.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1.1 Economia Criativa

Entender o processo histórico sobre Economia Criativa é fundamental para analisar o desenvolvimento na sociedade e como se dá a expansão sobre a economia criativa, termo este que surge em 1994 na Austrália, em 1997 na Inglaterra e sucessivamente foi se espalhando pelo mundo (NEWBIGIN, 2010).

Apesar do termo economia criativa se popularizar recentemente, o seu conceito envolve os valores culturais, criativos aos valores econômicos, o qual é formado a partir das indústrias criativas que são um dos setores de maior abrangência nacional e internacional, o qual mantém o dinamismo do comércio a partir de desenvolvimento de ideias e da exploração da criatividade.

O surgimento do termo indústria criativa aparece inicialmente em 1947 e como o autor Newbigin (2010, p. 13) aborda a relação sobre o tema envolvendo a indústria cultural que se associa ao contexto abordado e a define como “tão antigas quanto à humanidade”.

Bem como a perspectiva dos autores Newbigin (2010) e Oliveira, Araújo e Silva (2013) sobre definir o termo economia criativa se tem uma vasta abrangência e vertentes envolvendo os termos como indústria criativa que está relacionado às áreas de atuação, o termo indústria cultura que possui suas vertentes relacionadas à arte e atividades culturais locais envolvendo música, dança, pintura, monumentos entre outros relacionados.

Sucedendo assim a abrangência de tais assuntos até a promover eventos sobre cidades criativas que ocorre desde 2004 por parte da UNESCO – União das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura como forma de acompanhar o desenvolvimento da economia criativa em diferentes ambientes sobre perspectivas culturais e próprias de cada região, o que segundo os autores Meleiro e Fonseca (2018) é visto como um processo de desenvolvimento dos potenciais criativos dos recursos locais em promoção a movimentação economia da cidade e regiões em volta das cidades.

A Economia Criativa como já argumentado abrange a movimentação econômica dos setores criativos em atuação, para tal mensuração é preciso de políticas regulamentadoras como meio de desenvolver os setores criativos de forma correta.

Na visão dos estudos de Ribeiro, Bezerra e Queiroz (2017) em que a economia criativa movimenta o comércio de bens e serviços por meio da criatividade, instigando sempre a inovação. No Brasil o desenvolvimento de cidades pequenas conta com os recursos da movimentação da economia criativa, mesmo que muitas vezes não reconhecida.

O Brasil tem uma vasta apropriação da econômica criativa em atuação em diversas cidades. Apesar da desvalorização e retrocesso de extinção da Secretaria, o mercado econômico do setor ganha espaço principalmente se tratando do movimento empreendedor em que cada vez mais ganha abrangência seja por meio formal ou informal (RIBEIRO, BEZERRA E QUEIROZ, 2017).

O crescente movimento da Economia Criativa segundo Newbigin (2010) está um uma expansão espaço para além envolvendo uma economia do conhecimento em que amplia o assunto em questão, como sendo um condutor por meio do uso da tecnologia para movimentar a economia,

assim atrai a geração de emprego, ponto importante para mensuração dos efeitos do desenvolvimento de uma localidade.

Viera; Santos e Cariello (2016), abordam a economia criativa em diferentes vertentes, desde sua origem, conceito e aplicabilidade. Em seguida contempla a compressão sobre o que de fato é criatividade, como se configura e seu papel ao decorrer do processo. Em complemento a tais conhecimentos são abordados os setores que contemplam a economia criativa.

2.1.2 Visão sobre criatividade

A Criatividade, em seu conceito principal, quer dizer “o que é criativo, inovador, artístico, autêntica” entre outros sinônimos e está ligado diretamente à origem de indústria criativa, principalmente no que tangem a evolução e diversificação cultural. O termo também é a base primordial para geração de um negócio criativo, utilizando os recursos disponíveis. Através da capacidade intrínseca ao homem, estimulando a potencialidade de manipular e inovar (BENDASSOLLI, 2009).

O que segundo Bendassolli et. al. (2009 p. 13) sobre das características que compõem a produção da indústria criativa, a criatividade é uma das principais, ou até mesmo a principal no processo de desempenho econômico baseado no desempenho de crescimento em vendas, bem como na fonte geradora de produção, as ideias e a inovação compõem o processo de desenvolvimento, ainda reforçando sobre criatividade se tem a compressão de que:

Ela pode ser definida como a expressão do potencial humano de realização, que se manifesta mediante atividades geradoras de produtos tangíveis, ou seja, como a capacidade de o indivíduo manipular objetos do mundo externo a partir de um desenvolvimento simultâneo de seus recursos pessoais, suas fantasias e seus desejos (WINNICOTT, 1975, apud BENDASSOLLI et. al. 2009 p. 13).

Essa universalidade intrínseca se aplica à criatividade, mas não à fabricação de produtos criativos, para os quais depende de conhecimentos técnicos, de recursos físicos e, possivelmente, de fatores ambientais, apropriações territoriais como meio de valorização local e movimentação econômica do espaço em que se vive.

Howkins (2001) sugere que as realizações criativas dependem muito de fatores ambientais e comportamentais comuns, dependendo de um comportamento de longo prazo, um firme sentido de propósito, uma forte motivação para ser bem-sucedida, uma capacidade de concentrar esforços no sentido de objetivos específicos e, normalmente, um ambiente familiar que dê apoio para que se possa explorar a criatividade e desenvolver novos produtos e serviços.

Pode-se dizer que a criatividade vai depender dos seus desejos, motivações e o ambiente a sua volta, nesse contexto ficam claro que para que haja criação de novas ideias, produtos ou obras, conforme citado acima, esses fatores contribuem para a ação criadora potencializar-se (VIEIRA, 2009).

Com isso o mais importante, contudo são constatar que se ao analisar um ambiente em seu potencial criativo vai verificar os comportamentos mais comuns das pessoas, como: Aa motivação, logo o autor deixa claro que elas precisam de um comportamento de longo prazo para produzirem (HOWKINS, 2001).

É interessante que a criatividade não só depende de motivação externa, de desejos, de um ambiente favorável, mas há um fato que se sobrepõe, trata-se de a ela é que não se pode qualquer pessoa criar produtos criativos, por precisar ter certo conhecimento técnico e recursos disponíveis, conforme citado acima , para florescer ideias. Mesmo assim, não parece haver razão para que não se possa dar imaginação, já que o ser humano é entendido como um conjunto complexo. É sinal de que há, enfim, uma permuta entre o criativo e o ambiente pelo qual está inserido. (HOWKINS,2001).

Os autores Oliveira, Araujo e Silva (2013) argumentam sobre a criatividade abordando diferentes áreas de posicionamento, compreendidas em o que se compreende três tipos: como a criatividade artística, a científica e a econômica baseando -se nas atividades e comportamento humano, conforme é descrito a seguir no quadro 1;

Quadro 1 – Tipos de Criatividade

CRIATIVIDADE	DEFINIÇÃO
--------------	-----------

Artística	Envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressa em texto, som e imagem.
Científica	Envolve curiosidade e uma vontade de experimentar e fazer novas conexões em resolução de problemas.
Econômica	É um processo dinâmico conducente à inovação em tecnologia, práticas de negócios, marketing, e está intimamente ligada à obtenção de vantagens competitivas na economia.

Fonte: Oliveira, Araujo e Silva (2013).

Os autores ainda abordam um quarto tipo de criatividade a qual é definida como tecnológica e que está inter-relacionada entre as demais, seja de maior ou menor influência, sendo estes elementos fundamentais para com a indústria criativa e a economia criativa. Em complemento a tais definições, com relação à economia, mensurar a criatividade no desenvolvimento socioeconômico não é fácil, para tanto é preciso medir a interação por meio de quatro formas de capital como o social, o cultural, o humano e o estrutural ou institucional como sendo os direcionadores do resultado sobre o desempenho da criatividade (OLIVEIRA, ARAUJO E SILVA, 2013).

Ora, em tese, Howkins (2001) é taxativo ao dizer que o processo de criação compreende possuir não somente desejos e sonhos, mas também conhecimentos técnicos e recursos disponíveis. Caso contrário, não daria à fabricação de produtos criativos. Não se trata de ter somente a criatividade intrínseca a cada ser humano.

Para Brandão; Allessandrini e Lima (1998, p.17) indicam que "criar não é um processo mágico. É um florescer de imagens". É importante considerar que para uma análise do potencial de criatividade de uma determinada localidade, vai depender desses fatores acima citados, seja porque, por exemplo, possibilitará nascer empreendimentos, seja nesse caso uma vantagem de desenvolvimento local.

Sendo assim a capacidade criativa é que determina a mentalidade de um local. A usabilidade dos recursos em volta, como forma de valorização territorial, se torna condicionantes para formação de cidades criativas. Para incentivar a criatividade e legitimar o uso da imaginação, as qualidades de inteligência, capacidade inventiva e aprendizado ao longo do caminho são importantes.

Conforme explicado por Brandão; Allessandrini e Lima (1998), o que importa, portanto, é se a criatividade é valorizada para nela se construir produtos tangíveis que possam contribuir para um legado de desenvolvimento sociocultural. Essa, porém, é uma tarefa que vai depender de estímulos como a motivação, sonhos e desejos de mudança, como também conhecimentos técnicos e recursos disponíveis que possam contribuir para futuras criações.

Vê-se, pois, que a criatividade é algo intrínseco a cada ser humano que, contudo, vai se combinar com as singularidades culturais do ambiente e proporcionar florescimento de ideias e evolução na organização da vida interior. É preciso ressaltar que a retração da empregabilidade também é um fator propício de certo modo, para impulsionar também novas ideias, infelizmente muitas das pessoas não são dotadas de conhecimentos técnicos e recursos, pois lhe faltam incentivos.

É necessário que para manter o desenvolvimento da economia criativa é preciso que haja a valorização e a busca por criatividade e inovação nos diferentes setores, o que favorece para além dos recursos financeiros, contribuindo para a expansão da cultura local e incentivar a busca por potencialidades criativas.

2.1.3 Setores Criativos

Os Setores Criativos que envolvem a economia criativa são considerados empreendimentos e áreas de atuação a partir das atividades desenvolvidas, bem como a de criatividade e de conhecimento. Promovendo assim a movimentação econômica, cultural e social da região.

Com base no MINC – Ministério da Cultura (2012), os setores são separados em dois grupos: como os criativos nucleares que são o Patrimônio natural e cultural; Espetáculos e celebrações; Artes visuais e artesanato; Livros e periódicos e design e serviços criativos, já os setores criativos relacionados estão o turismo e o esporte e lazer.

Dessa forma, para compreender sobre os setores criativos é necessário conhecer sobre a indústria criativa, as atividades relacionadas e quais as características e peculiaridades, incluindo

ações. A seguir, a figura 1 aborda-se como se aplica a cadeia e indústria criativa no Brasil, incluído os setores e os 13 seguimentos.

O mapeamento das indústrias criativas é uma rica fonte de dados sobre o comportamento e desempenho das atividades, assim o mapeamento é realizado sobre dois pontos de vista. Inicialmente pela produção o qual é medido entre as empresas categorizadas pelo valor gerado e em um segundo momento sobre a perspectiva do mercado de trabalho quanto à geração de emprego e a busca por profissionais criativos. O que se estabelece o direcionamento sobre o mercado formal e o mercado informal (FIRJAN, 2019).

O fluxograma representado na figura 1 se difere do quadro 2, porém ambos se completam com base nas descrições dos setores criativos. Embora se defina apenas em quatro setores de atuação na figura 1 as peculiaridades descritas quanto ao processo de atuação e desenvolvimento é completa. O que se percebe para além da descrição do processo que a movimentação dos setores criativos cresce com base no uso dos recursos tecnológicos, a inovação e a criatividade e o que aquece o mercado de trabalho (FIRJAN, 2019).

O SEBRAE – Serviços de apoio a Micro e Pequenas Empresas (2018) abordou a economia criativa como influencia no crescimento de empreendimentos, abordando o que compõe a economia criativa, apresentando quatro segmentos de atuação como o patrimônio, artes, mídia e a criações funcionais. Alguns dos termos são atuais mas com os direcionamento a partir do fluxograma apresentado na figura 1. Indústrias Criativas, Segundo Classificação da Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD



Figura 1 – Fuxograma da Cadeia de Indústria Criativa no Brasil

Fonte: SEBRAE, (2018)

As atividades relacionadas destinadas à economia criativa para além da geração de renda, valorização de cultura e peculiaridades em cada lugar possui alguns pontos em comum como por exemplo, a promoção da diversidade, reforça a cidadania e a inclusão social, gera emprego, alimenta a economia e estimula o conhecimento, a inovação e a tecnologia, incluindo também o pensamento sustentável em que alguns empreendimentos na área contribuem por meio de produtos não poluentes (SEBRAE, 2018).

Com base na abordagem sobre os setores criativos se percebe o volume de informações quanto a definição concreta, possuindo sempre vertentes diferentes, porém com peculiaridades similares. O principal objetivo pela necessidade de mapear e controlar sobre a movimentação dos setores da economia criativa está na obtenção de dados e informações que movimentam a economia local e até mesmo de todo país, incluindo a percepção sobre as tendências do mercado, o que até então já se tem

uma movimentação da tecnologia na contribuição de produtos intangíveis como vídeo-aulas, ebooks, mentorias que são considerados infoprodutos entre outros recursos desenvolvidos a partir da tecnologia e da inovação.

Assim, observamos que os conhecimentos sobre economia criativa a criatividade e os setores criativos como meio necessário para o desenvolvimento de um território, em que a criatividade precisa caminhar em conjunto com a tecnologia e a inovação para a geração de novos produtos e serviços, movimentando assim a economia e fortalecendo a economia criativa.

3.1.1 Impacto gerado na economia por meio dos setores criativos

Os setores criativos são distribuídos em 4 grandes áreas e distribuído em 13 segmentos, os quais contribuem para a movimentação econômica em diversas localidades desde pequenos territórios a grandes cidades. Sendo adaptável a grandes e pequenas empresas, abrindo espaço para empreendedores individuais e ao comércio informal, o qual se torna difícil mensurar tais resultados com exatidão devido à falta de regulamentação, tendo assim estimativas sobre o volume que movimentam.

Para melhor compreender os avanços sobre os setores criativos o estudo analisado é com base no mapeamento de FIRJAN (2019) abordado os anos de 2015 a 2017 sobre o movimento econômico a partir das indústrias criativas no Brasil, a economia criativa é explorada a partir do desempenho dos setores criativos e os resultados com base no desempenho econômico analisando o PIB – Produto Interno Bruto, o qual “desde 2014, tem girado em torno de 2,62%, em 2015 (2,64%) e em 2017 o PIB Criativo representou 2,61%¹ de toda a riqueza gerada em território nacional. Com isso, a Indústria Criativa totalizou R\$ 171,5 bilhões em 2017” (FIRJAN, 2019, p.3).”.

A movimentação nos dados econômicos de desenvolvimento é reflexa das ações geradas pensando na experiência do consumidor, investindo em inovação e tecnologia como meios de impulsionar um negócio. Analisando os setores definidos como consumo, cultura, mídias e tecnologia se tem um patamar de desempenho quanto à geração de emprego, renda, volume de trabalho e as características peculiares de cada setor.

O Setor de consumo é o principal, se destacando frente aos demais na área criativa em termos de trabalho isso analisando o mercado formal o que corresponde a 43,8% em 2017, com mais de

366,4 mil trabalhadores formais. Já em contrapartida o setor de cultura é considerado o de menor área em termos de movimentação de empregabilidade e atuação do mercado formal, embora as regiões no Brasil que possuem uma vasta diversidade cultural. A movimentação profissional em cultura foi cerca de 64,7 mil em 2017. Com representação de 11,4% do total de trabalhadores formais, o setor de mídias já possui 95,6 mil profissionais.

Com grande movimentação e influência na sociedade quanto ao papel de conectar as pessoas, o setor de tecnologia exerce a segunda posição quanto à valorização de emprego e renda, correspondendo a mais de 310,4 mil trabalhando na área de forma, formal (FIRJAN, 2019).

O desempenho da economia criativa se dá a partir do capital e do trabalho, a maior prova de crescimento de um território se dá a partir dos resultados de empregabilidade, e a movimentação econômica no consumo.

O Brasil está ganhando autoridade quanto disseminação da economia criativa a partir dos incentivos e da praticidade para regularização de um empreendimento, caminho pelo qual minimiza o meio informal e favorece os números e análises de mapeamento, apesar de boa parte dos empreendimentos nas cidades se dá de forma informal, os resultados obtidos dos meios formais se mostram positivos e esperançosos quanto aos anos futuros, uma vez que a economia criativa se aproxima das relações com os recursos digitais como canais de comunicação e de propagação de bens e serviços.

Dessa forma, pode-se enxergar que os setores criativos corroboram com o desenvolvimento de forma sustentável, valorizando os recursos existentes na região, influenciando o consumo a partir das experiências e incentivando assim, o aumento das profissões criativas e seu valor no mercado, o que provoca um impacto positivo nos resultados econômicos de um território ou país.

4 METODOLOGIA

4.1.1 Tipo de Pesquisa

Bibliografica de abordagem documental e descritiva sobre economia criativa, cuja viabilidade é excelente na revisao de dados a respeito de fenomenos do mundo das técnicas relacionadas à atividade humana (LAKATUS; MARCONI, 2014).

4.1.2 Coleta de dados

Os dados secundários serão levantados através de pesquisas em livros de autores que discutem o tema em análise, bem como consulta a artigos, revistas, trabalhos acadêmicos, disponíveis em acesso físico ou virtual. Os primários em sites oficiais coletando gráficos e índices e outras informações, a legislação também será consultada.

4.1.3 Tratamento de dados

Após serem selecionadas as obras que irão compor o desenvolvimento do estudo, buscar-se-á localizar nestas as informações que se mostrarem úteis à elucidação do problema de pesquisa por meio de leitura crítica/analítica considerando a inteligência do texto e o seu teor que será, na sequência, interpretada tornando possível a formação de conclusões para elaboração da pesquisa de conclusão de curso (GIL, 2008)

Na análise, para viabilizar uma discussão fundamentada em teóricos sobre o projeto, foi necessária uma busca em livros, revistas, anais, artigos e outros trabalhos científicos à respeito do assunto, a fim de que se pudesse realizar um fichamento categórico das informações recolhidas para uma análise mais profunda, o que possibilitou organizar o processo de levantamento de informações e suas análises em três fases: - leitura; - registro comparativo; - comprovação da dedução. Tais fases estão mais bem descritas no quadro 03, a seguir.

Quadro 03 – Descrição do processo de pesquisa

FASE 1: LEITURA	
SUBFASE	PROCEDIMENTO UTILIZADO
Leitura exploratória sobre o fenômeno e dados catalogados oficialmente	Todo o material a respeito do fenômeno e dados oficiais sobre a mesma foi estudado, lido e relido de forma pausada e reflexiva.
Leitura focalizada no contexto do fenômeno	Os capítulos e parágrafos que interessavam ao trabalho foram focalizados na releitura.
FASE 2: REGISTRO COMPARATIVO	

SUBFASE	PROCEDIMENTO UTILIZADO
Registro de anotações	Os grifos e marcações nos textos registravam o que realmente seriam transcritos no trabalho.
Análise de comparação	Após transcrição do material, foram feitas comparações das opiniões defendidas pelos autores sobre o fenômeno investigado.
FASE 3: COMPROVAÇÃO DA DEDUÇÃO	
SUBFASE	PROCEDIMENTO UTILIZADO
Dedução da resposta sobre a viabilização do problema de pesquisa	Analisando as opiniões dos autores foram tecidas considerações hipotéticas a partir do julgamento das respostas sobre o presente problema desta pesquisa.
Comprovação da dedução escolhida.	Análise comparativa final de dados primários das pesquisas e consultas bibliográficas para responder à problemática da investigação.

Fonte: Elaboração do autor (2020), baseado em Markoni e Lakatos (2014)

Assim, tendo se organizado os dados e a forma na qual se dá um melhor entendimento ao percurso do trabalho, segue a organização dos capítulos. No capítulo foi apresentada a introdução da pesquisa, incluindo o problema da pesquisa, a hipótese, os objetivos gerais e específicos e a justificativa da pesquisa.

5 RESULTADOS

Para além de seu desenvolvimento, a economia criativa é uma oportunidade em que se investe nos moradores, na capacitação de empreendedores e colaboradores como meio de direcionar o crescimento de uma região, a qual possui uma vasta riqueza a qual é promotora do desenvolvimento e população local a partir do incentivo a disseminação da economia criativa como alternativa para geração de renda e principalmente da valorização dos recursos encontrados na localidade.

6 DISCUSSÃO

Ao destacar conceitos de fenômeno da economia criativa se percebe com este é de real importância ao desenvolvimento sustentável, tanto como teoria quanto prática, permitindo uma apropriação multifacetada na sociedade brasileira, que possui imensas contribuições.

Ao perceber o objeto na pesquisa em sua capacidade quanto ao crescimento e desenvolvimento econômico local, temos que objetivá-lo nas aplicações do dia a dia, uma vez que o mesmo é reconhecidamente aceito no seio da sociedade e na motivação de que se possa melhorá-lo ainda mais para atender a carência de emprego e renda nas comunidades.

CONCLUSÃO

No que concerne ao problema de pesquisa, destaca-se sua viabilidade diante das oportunas colocações trazidas ao longo da pesquisa pelos autores invocados, com os quais O que impulsionou a realização desta pesquisa foi entender que o processo de mudança de uma pequena localidade rural para uma cidade turística é árduo e que pode até não ser bem-sucedida. Porém, o caso estudado apresentou fortes resultados durante a realização que já ocorre a mais de 10 anos.

Sobre os conhecimentos de como surgiram, e as características do tipo de economia, percebe-se que ela atua de forma proativa ao crescimento, se estabelece um exemplo de saídas em meio a uma crise econômica.

Sendo observado que as atividades de economia criativa podem contribuir para influenciar outras comunidades e regiões com características a desenvolver a economia criativa, com o intuito de alavancar o desenvolvimento sustentável promover o crescimento econômico local a partir dessa vertente econômica.

REFERÊNCIAS

BENDASSOLLI, Pedro Fernando et al. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades.** 2009. Disponível:< <http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>> Acesso: 11/05/2020

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. ALLESSANDRINI, Cristina Dias; LIMA, Edvaldo Pereira. **Criatividade e novas metodologias**. 1998.

FIRJAN, Fundação das Indústrias criativas do Estado do Rio de Janeiro. Estudos e Pesquisas: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. FEV. 2019. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>> Acesso em 14/05/2020

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOWKINS, J. The creative economy: how people make money from ideas. [S.l.]. Penguin, 2001.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/marica/panorama>> Acesso em: 15/05/2020;

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria; **Fundamentos de metodologia científica**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

MARICÁ, Prefeitura Municipal. 2010. Disponível em: <<https://www.marica.rj.gov.br/mapa-de-marica/>> Acessado em 18/05/2020

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. **Economia Criativa: uma visão global**. Latitude, v. 6, n. 2, 2018. Disponível em: < <http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/880>> Acesso em: 17/05/2020;

MINC. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. 2. Ed. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

NEWBIGIN, John. **A Economia Criativa: Um Guia Introdutório**. British Council. London, 2010. Disponível em: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf> Acesso em 17/05/2020;

OLIVEIRA, João Maria de Oliveira. ARAUJO, Bruno Cesar de. SILVA, Leandro Valério. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. IPEA. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf>. Acesso em: 19/05/2020;

RIBEIRO, Luana de Santana. BEZERRA, Lindiberto Nascimento. QUEROZ, Francisco Alves de. **Economia Criativa e Desenvolvimento em Cachoeira**: o caso da FLICA-Festa Literária Internacional de Cachoeira. Revista Formadores, v. 10, n. 5, p. 15-37, 2017. Disponível em: <<http://seer-adventista.com.br/ojs/index.php/formadores/article/view/766/716>> Acesso em 19/05/2020;

SEBRAE. O Microempreendedor Individual e a Economia Criativa. 2018. Disponível em:<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/CE_MEI_Economia_Criativa_18.pdf> Acesso em 18/05/2020

VIEIRA, Edson Trajano. Industrialização e Políticas de Desenvolvimento Regional: O Vale do Paraíba Paulista na segunda metade do século XX. São Paulo, 2009.