

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

SILVA, Edevaço Pereira da¹
SCHIERHOLT, Maria Isabel²
QUEIROZ, Ricardo Guimarães³

RESUMO:

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar o processo de institucionalização da economia criativa em Mato Grosso do Sul. A pesquisa justifica-se por buscar analisar e debater os espaços nas discussões de órgãos públicos, e a comunidade que faz parte da economia criativa, destacando o momento estratégico para o crescimento e o desenvolvimento econômico e social de localidades que buscam o desenvolvimento, seja através da geração de trabalho, emprego e renda, seja por meio da promoção da inclusão social, da diversidade cultural e do desenvolvimento humano. O campo da pesquisa é constituído pela análise de documentos oficiais disponíveis no Diário Oficial do estado de Mato Grosso do Sul, obras e autores regionais, nacionais e estrangeiros que pesquisaram sobre o tema, assim a pesquisa é qualitativa e através da análise documental, buscou-se levantar o estado da arte acerca da economia criativa na administração pública estadual.

PALAVRAS CHAVES: Economia criativa, Desenvolvimento regional, Financiamento público.

ABSTRACT:

The aim of this research was to analyze the process of institutionalization of the creative economy in Mato Grosso do Sul. The research is justified by seeking to analyze and debate the spaces in the discussions of public bodies, and the community that is part of the creative economy, highlighting the strategic moment for the growth and economic and social development of locations that seek development, either through the generation of work, employment and income, or through the promotion of social inclusion, cultural diversity and human development. The field of research consists of the analysis of official documents available in the Official Gazette of the state of Mato Grosso do Sul, works and regional, national and foreign authors who researched on the subject, so the research is qualitative and through document analysis, we sought to raise the state of the art about the creative economy in state public administration.

KEYWORDS: Creative economy, Regional development, Public funding.

¹ Bacharel em Ciências Econômicas pelo Centro Universitário da Grande Dourados (UNIGRAN).

² Professora Coordenadora do curso de Ciências Econômicas do Centro Universitário da Grande Dourados (UNIGRAN), Doutoranda em Agronegócios pela Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD).

³ Professor do curso de Ciências Econômicas do Centro Universitário da Grande Dourados (UNIGRAN), Doutor em Agronegócios pela UFGD.

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa é uma área da economia pouco definida dentro das relações econômicas, por isso a importância de identificar como se dá o processo de investimento e organização da economia criativa buscando entender seus conceitos, suas formas de aplicação e como isso pode ajudar no desenvolvimento regional ou no desenvolvimento econômico e cultural de uma cidade.

Os conceitos como Indústria Criativa e Economia Criativa (EC) passaram a ter lugar nas pastas das políticas públicas como “ações de governos, entidades privadas e de ensino e pesquisa que começam a colocar as atividades criativas como importantes para o desenvolvimento regional e nacional”. (DALLA COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011). Como a economia criativa é um conceito em construção, e que também diz respeito a economia do intangível, do simbólico, vê-se uma necessidade em debater, estudar e conhecer um pouco mais sobre o assunto.

Podemos dizer que a primeira definição para este termo foi desenvolvida em 2001, por Jonh Howkins, que definiu a Economia Criativa como sendo as atividades que exploram seu valor econômico a partir do exercício da imaginação. Segundo Howkins (2001), as pessoas possuidoras de ideias são mais poderosas do que as pessoas que trabalham com as máquinas e, em muitos casos, mais poderosas do que pessoas que são as donas das máquinas. Ele ainda afirma que a EC consiste na ciência das transações em produtos criativos, que recebem proteção por meio de quatro setores: direitos autorais, patente, marcas e *design* industrial, que juntas constituem as indústrias criativas (HOWKINS, 2011).

Porém, para esta pesquisa, utilizaremos a definição proposta no Plano de Economia Criativa, 2001 a 2014, da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura do Brasil a partir da Concepção de Claudia Leitão que definiu economia criativa como dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição, circulação, difusão e consumo e fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica (LEITÃO, 2011).

Para tanto, esta pesquisa buscou informações importantes referentes ao setor da EC para compreender como o estado ou o poder público está fazendo seus investimentos nesta área e como a EC tem direito a parcela de investimento do setor público, sendo interessante saber como se dá esta interação.

Essa área da economia também criou a designação da Indústria Criativa, ou seja, atividades que estão ligadas diretamente à moda, *design*, artesanato, arquitetura, manifestações populares (carnaval, festas juninas, etc.), ao audiovisual (cinema e vídeo), indústria de conteúdos digitais (*internet*), aos jogos eletrônicos, publicidade, etc. (BRASIL, 2011). Todos são exemplos de economia criativa que são produzidos pela indústria criativa, e que são temas que começam a ter importância em discussões no mundo e no Brasil

Com o crescimento da importância do assunto, a intenção foi pesquisar como está sendo desenvolvido a aplicação ou destinação de recursos públicos ou até mesmo privado nesta área uma vez que o governo federal criou uma Secretaria específica no Ministério da Cultura para fomentar esta nova modalidade econômica, assim como as Secretarias de Estado de cultura e de turismo

À EC contempla os ciclos de criação, produção, difusão, distribuição e consumo de bens e serviços. Tais ciclos são caracterizados pelo predomínio da dimensão simbólica cultural e gerados por setores que tem como procedimento primordial um fato de criatividade e geração de valor agregado, passando a ser o elemento, o meio principal de formulação de preço, resultando em produção de riqueza cultural (UNCTAD, 2010).

Como referência, esta pesquisa foi fundamentada no Plano Nacional de Cultura (PNC) criado em 2010, que reafirma a concepção ampliada de cultura e toda a sua extensão antropológica, social, produtiva, econômica, simbólica e estética. (BRASIL, 2010). Nas Políticas públicas do Ministério da cultura, no Plano da Secretaria da EC que formulou as políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. (BRASÍLIA, 2012). E em outras pesquisas de autores como: Oliveira (2001), Barbosa (2010), entre outros que debatem o tema, e também na base de dados do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA).

Referências internacionais também foram utilizadas, como o que vem sendo debatido na Organização das Nações Unidas (ONU) a esse respeito, assim como os relatórios de Economia Criativa (*Creative Economy Report*), produzidos da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) nos anos de 2008 e 2010. No âmbito do Brasil, foi utilizado a obra O Mapeamento da indústria criativa no Brasil realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN).

Desta forma, buscou-se ampliar o debate sobre o tema e, principalmente, saber a sua contribuição no desenvolvimento seja ele regional ou cultural. Portanto, esta pesquisa visa contribuir para o debate sobre a EC nas discussões de órgãos públicos e nas comunidades, destacando o crescimento e o desenvolvimento econômico e social de localidades do estado de Mato Grosso do Sul, que buscam, por meio da criação de trabalho, emprego e renda ou por meio da promoção da inclusão social, da diversidade cultural e do desenvolvimento humano, exercer, de forma criativa sua atividade econômica.

Diante deste breve contexto, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar o processo de institucionalização da economia criativa em Mato Grosso do Sul.

2. MÉTODO

Esta pesquisa realizou uma análise bibliográfica de caráter qualitativa descritiva. Quanto às características, definições e formas relacionadas a economia criativa e também quanto a financiamento, abrangência regional, quantidade de pessoas, cidades e setores que fazem parte desta área da economia.

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

A pesquisa caracteriza-se como descritiva. Para Gil (2008), tais pesquisas possuem o objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência.

[...] a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características (CERVO; BERVIAN & SILVA, 2007, p. 61).

Buscou-se compreender o tema e suas definições de forma a exemplificar modelos de cidades criativas, verificando se suas manifestações (artes plásticas, *design*, cinema, fotografia, teatro, dança, música e outras) tem capacidade de ajudar no desenvolvimento econômico de uma região. Desta forma, a pesquisa buscou uma abordagem histórica sobre o surgimento da denominação da EC e indústria criativa, como se dá o investimento público no setor e em seus agentes criativos, analisando leis, projetos e políticas públicas que estão ligadas para o desenvolvimento econômico criativo local. Como resultado buscou-se entender como a economia criativa pode ajudar a desenvolver novos horizontes na busca por um desenvolvimento regional com mais eficácia.

Quanto aos dados empíricos, foram feitas coletas através da bibliografia existente e de obras específicas que tratam do assunto, bem como consulta aos órgãos públicos (*sites*, leis, publicações, decretos, licitações) que fomentam e financiam a economia e indústria criativa. Para análise de dados, utilizou-se, como referência, discussões sobre o que citam os autores e o que vem acontecendo com o financiamento do setor (disponibilizando esta parte nas considerações finais).

O Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014, também foi amplamente analisado, seu conteúdo, vem de encontro as políticas públicas de investimento no setor da indústria e da economia criativa. Foi a partir deste plano do Ministério da Cultura que se deu mais destaque e ênfase a cultura e que se organizou as formas de financiamento e apoio as várias formas de incentivar a economia criativa e suas vertentes.

Os resultados foram apresentados em gráficos e tabelas, para melhor visualização e facilidade de interpretação das informações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1. O INÍCIO: CONTEXTO HISTÓRICO DE ECONOMIA CRIATIVA (MUNDO, BRASIL, MATO GROSSO DO SUL)

O surgimento do termo economia criativa tem várias vertentes, porém, foi utilizado como referência para o debate, o termo utilizado a partir do ano de 1993 na 39.^a edição do *Creative Problem Solving Institute* (CPSI), ou, em português, Instituto de Resolução de Problemas Criativos, um dos maiores encontros do mundo sobre solução criativa de problemas, que durante muitos anos foi realizado no campus de Buffalo na Universidade de Nova York (MACHADO, 2012).

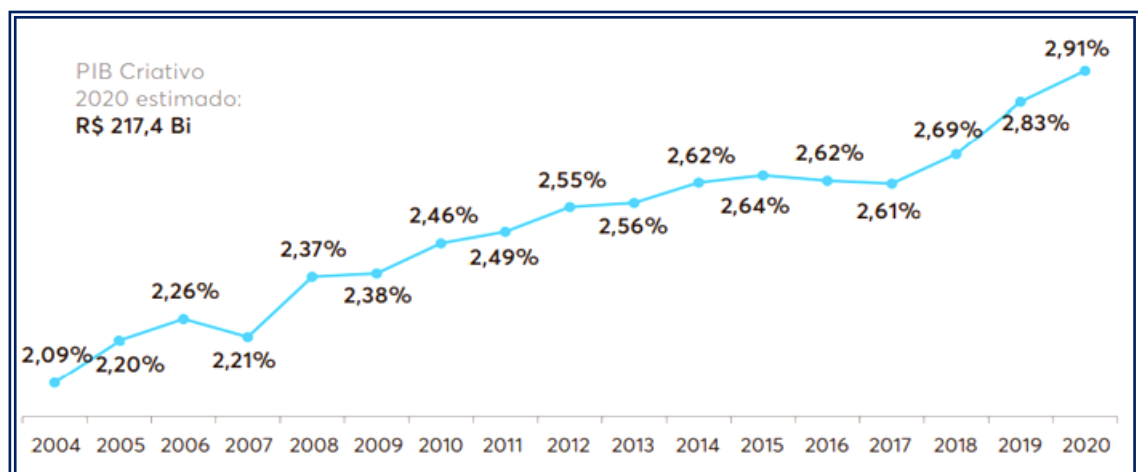
O evento contou com a presença de alguns professores brasileiros, e contribuiu muito com as obras e pesquisas relacionadas ao tema aqui debatido. Dentre elas temos Economia Criativa: definições, impactos e desafio, de Luiz Alberto Machado publicada em 2012, uma obra de grande importância por trazer em seu contexto o desenrolar da economia criativa através da contextualização histórico-econômica, da evolução do conceito de criatividade como estratégia de desenvolvimento e sustentabilidade além de exemplificar o que é e como funcionam as cidades criativas.

A Economia Criativa, assim como a Indústria Criativa, está em debate sendo relevante em países que procuram estratégias para enfrentar às crises econômicas. São setores dinâmicos, capazes de criar um número maior de empregos, principalmente entre os jovens, setores estes, que se bem articulados e apoiados, tornam-se propulsores de inovação e da ampliação da capacidade produtiva no conjunto da economia nacional (GOLDENSTEIN, 2016). Foi a partir deste momento e de abordagem estratégica que se iniciou a criação da Secretaria de Economia Criativa, em 2011, pelo governo brasileiro (DE MARCHI, 2014).

Para o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) o conceito de economia criativa é uma parte da economia que interliga, de modo geral, uma relação econômica com a criatividade, a cultura, com a própria economia, com a sociedade, a tecnologia e a propriedade intelectual (IPEA, 2013).

Desde meados da década de 2000, a participação da Indústria Criativa na economia do país apresenta uma clara tendência de crescimento. Em 2004, a Indústria Criativa representava 2,09% do Produto Interno Bruto brasileiro, conforme Figura 1. À exceção do período entre 2015 e 2017, no qual figurava um cenário fortemente recessivo, esse percentual cresceu quase ininterruptamente. Em 2020, a Indústria Criativa representava 2,91% do PIB, maior valor observado desde o início da série disponível (FIRJAN, 2022).

Figura 01 - Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2020



Fonte: Indústrias Criativas no Brasil (2022).

Tanto a Indústria Criativa quanto os profissionais criativos das indústrias tradicionais se tornam, um instrumento de diferenciação estratégica frente à concorrência, e uma das ações que corroboram com esta afirmação são as empresas

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

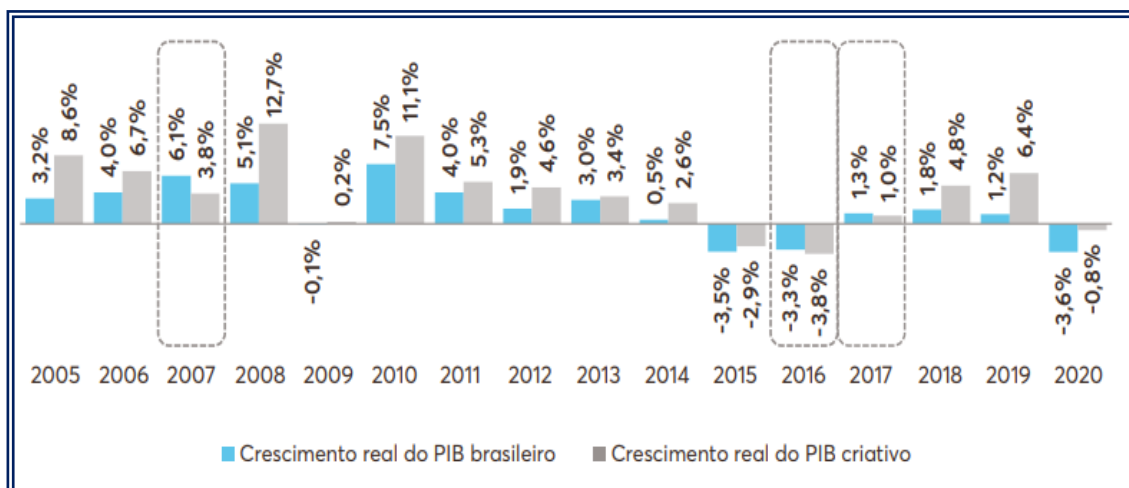
que utilizam os *stakeholders* - grupos e indivíduos que podem afetar ou ser afetados pelo alcance dos objetivos da organização (FREEMAN, 1984).

As pessoas criativas são mais flexíveis e possuem uma propriedade essencial em um mundo em constante mudança, que é a adaptação e inovação frente aos cenários de crise e mudanças. Sempre estão em busca de soluções e formulam perguntas motivadoras, também apontam tendências e são essenciais para identificar mudanças e aproveitar as oportunidades (BERG, 2014). Neste contexto, inovar será essencial não só para crescer, mas sim para existir.

Com isso, o talento, a atitude de arriscar-se e os fatores pessoais são motivações que influenciam o indivíduo a tornar-se ou não atuante nesta área. Nesse contexto, estão incluídos também a personalidade, o *background* (ambiente) familiar, o suporte institucional, autonomia, liberdade, realização, ampliação e/ou complementação de renda e tempo com a família (VALE *et al.*, 2014).

Portanto, podemos verificar que a EC e seus atores têm uma parcela importante no desenvolvimento local e nacional. O PIB criativo estimado para o ano de 2020 também apresentou queda, com contração de 0,8% em relação ao ano de 2019 conforme podemos observar na Figura 2.

Figura 02 - Taxa de crescimento real anual do PIB criativo e PIB brasileiro



Fonte: Indústrias Criativas no Brasil (2022).

Observando o gráfico percebe-se que os valores de crescimento em porcentagem deixam nítido que a performance econômica da Indústria Criativa tem sido melhor do que a observada para a economia como um todo. Como era de se esperar, com aumento da participação do PIB criativo no PIB brasileiro, a Indústria Criativa passa a apresentar taxas de crescimento superiores às taxas de crescimento da economia. Considerando todos os anos entre 2005 e 2020, apenas em três deles (2007, 2016 e 2017) a sua performance esteve abaixo da observada no PIB da economia brasileira.

Quanto ao mercado de trabalho e a EC é preciso saber quais setores ou profissões estão mais presentes nesta área da economia. Os trabalhadores criativos aumentaram sua participação no estoque de mão de obra formal da economia brasileira.

Figura 03 - Empregos por área da Indústria Criativa entre 2017 e 2020

Segmento	Empregos			Variação %		Composição do Núcleo Criativo		
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019	2017	2019	2020
Total Mercado de Trabalho	46.281.590	46.716.492	46.236.176	-0,10%	-1,03%	-	-	-
Núcleo Criativo	837.206	919.010	935.314	11,7%	1,8%	100,0%	100,0%	100,0%
Cultura	64.853	68.423	60.166	-7,2%	-12,1%	7,7%	7,4%	6,4%
Expressões Culturais	28.403	32.958	30.621	7,8%	-7,1%	3,4%	3,6%	3,3%
Artes Cênicas	10.802	9.852	7.930	-26,6%	-19,5%	1,3%	1,1%	0,8%
Música	11.478	11.961	10.369	-9,7%	-13,3%	1,4%	1,3%	1,1%
Patrimônio e Artes	14.170	13.652	11.246	-20,6%	-17,6%	1,7%	1,5%	1,2%
Tecnologia	310.439	338.053	350.330	12,8%	3,6%	37,1%	36,8%	37,5%
TIC	123.415	137.695	146.263	18,5%	6,2%	14,7%	15,0%	15,6%
Biotecnologia	31.012	34.880	38.044	22,7%	9,1%	3,7%	3,8%	4,1%
Pesquisa & Desenvolvimento	156.012	165.478	166.023	6,4%	0,3%	18,6%	18,0%	17,8%
Consumo	366.352	419.949	439.517	20,0%	4,7%	43,8%	45,7%	47,0%
Publicidade & Marketing	150.794	199.491	223.497	48,2%	12,0%	18,0%	21,7%	23,9%
Design	76.090	81.666	81.458	7,1%	-0,3%	9,1%	8,9%	8,7%
Arquitetura	94.801	97.317	97.424	2,8%	0,1%	11,3%	10,6%	10,4%
Moda	44.667	41.475	37.138	-16,9%	-10,5%	5,3%	4,5%	4,0%
Mídia	95.562	92.585	85.301	-10,7%	-7,9%	11,4%	10,1%	9,1%
Editorial	54.678	51.680	46.815	-14,4%	-9,4%	6,5%	5,6%	5,0%
Audiovisual	40.884	40.905	38.486	-5,9%	-5,9%	4,9%	4,5%	4,1%

Fonte: Indústrias Criativas no Brasil (2022).

Cabe destacar que, nos anos 2019 e 2020 os empregos tiveram retração maior que a do núcleo de mídia (mesmo com o advento da Pandemia) mostrando que esse setor apesar de sofrer, buscou se reinventar para sobreviver (FIRJAN, 2022).

3.2. MATO GROSSO DO SUL E O CENÁRIO DA ECONOMIA CRIATIVA À PARTIR DE 2016

A região Centro-Oeste contribui muito para o desenvolvimento econômico, pois faz divisa com grandes centros produtores e consumidores do Brasil: Minas Gerais, São Paulo e Paraná, além de fazer fronteira com dois países sul-americanos (Bolívia e Paraguai). Criado em 1977 e implantado em 1979, o Estado de Mato Grosso do Sul (MS), localizado na região Centro-Oeste, tem uma história marcada por movimentos políticos, sociais, econômicos e culturais. Com uma população estimada de 2.449.024 de pessoas e rendimento nominal mensal domiciliar per capita de R\$ 1.471,00 (IBGE, 2010), o PIB do MS é setorizado em: agricultura: 17,75%; indústria: 22,16%; serviços: 60,09% (SEMAD, 2013).

No que tange a economia criativa, Pacheco (2021) destaca que a gastronomia local e regional, o artesanato, o patrimônio material e imaterial, os festejos etc. são setores cujas iniciativas estão completamente embebidas de contextos simbólicos, de tradições e identidades atreladas ao homem e a mulher do

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

campo, aos territórios rurais e urbanos, suas territorialidades e à própria história do estado de Mato Grosso do Sul.

No estado, a economia criativa deu seus primeiros passos aparecendo como uma das temáticas da III Conferência Estadual de Cultura de Mato Grosso do Sul, a ser discutida como uma estratégia de desenvolvimento sustentável (MATO GROSSO DO SUL, 2013). Embora não se trate ainda de sua institucionalização naquela época, a sua escolha como uma das temáticas do evento vinha de encontro com um certo interesse do governo do estado pela Economia Criativa.

Mais adiante ocorre um importante marco para a implantação da Economia Criativa no estado, quando, através do Decreto n. 14.169, de 27 de abril de 2015, é estabelecida a Superintendência de Economia Criativa na estrutura básica da Secretaria de Estado de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação (SECTEI), passando a ser um dos “órgãos de direção superior e assessoramento” do Secretário de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação (MATO GROSSO DO SUL, 2015c)

Com o decreto, a Superintendência foi criada e tendo em sua responsabilidade as seguintes finalidades:

Fomentar a economia criativa do Estado de Mato Grosso do Sul, acompanhar, fortalecer e potencializar as iniciativas de economia criativa no âmbito estadual, com o objetivo de aumentar sua capacidade de gerar trabalho e renda; Formular, implementar e acompanhar as políticas públicas de incentivo aos negócios ligados ao setor de economia criativa, compatibilizando o desenvolvimento socioeconômico com a perspectiva de sustentabilidade, inclusão social e de valorização da diversidade cultural do Estado; Elaborar um Plano Estadual de Economia Criativa e estimular a criação e/ou o enquadramento de instrumentos legais no campo da economia criativa; Planejar, coordenar e estabelecer parcerias e convênios de cooperação técnica, inclusive aqueles que envolvam transferência de recursos financeiros no âmbito de sua área de atuação, com instituições regionais, nacionais e internacionais; Mapear a economia criativa no Estado de Mato Grosso do Sul, objetivando identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local e regional; Planejar, propor, formular e estimular a implementação de políticas públicas para os setores criativos, visando ao fortalecimento de suas cadeias produtivas, em especial os micros e pequenos empreendimentos criativos e atuar em parceria com a sociedade civil e as entidades de mercado dotadas de responsabilidade social. (MATO GROSSO DO SUL, 2015c).

A princípio a Superintendência estava apta a intermediar todas as questões ligadas a produção de trabalhos da EC e esse era seu papel principal dentro do governo do estado através do Projeto Apoio à Implantação dos Sistemas Municipais de Cultura (MATO GROSSO DO SUL, 2015b).

Porém, o marco mais importante da temática vem com a Lei n. 4.806, de 21 de dezembro de 2015, foi instituído o Plano Plurianual (PPA) para o período de 2016/2019, e a partir dessa Lei a EC passa realmente a ser legalizada como política pública no estado. Mas, apesar de destacar que ela possa ser vista por várias instituições internacionais como um “eixo estratégico de desenvolvimento para sociedades contemporâneas”, o Plano destaca que os estudos e pesquisas relacionadas ao tema ainda são bem pouco estudados tanto nas faculdades quanto

nos “setores que fazem parte da atividade criativa no Estado do Mato Grosso do Sul” (MATO GROSSO DO SUL, 2015d, p. 70).

3.3. CULTURA, ECONOMIA CRIATIVA E O PAPEL DO PODER PÚBLICO

Devido ao elevado grau de informalidade da EC brasileira, crê-se que boa parte da produção e circulação de produtos e serviços criativos nacionais não está incorporada nos relatórios de dados estatísticos. Isto por sua vez, pode ser caracterizado pela prevalência de empreendimentos de pequeno porte ou de profissionais autônomos atuantes na classe criativa (MINC, 2012).

Para solucionar os problemas enfrentados pelas economias tradicionais, alguns órgãos governamentais e privados estão desenvolvendo modelos e técnicas tanto para treinamento quanto para regularização das profissões para formalização de financiamentos e custeio servindo como modelo de negócio para adaptação a um novo mercado de consumo, cada vez mais exigente, conectado e participativo.

Um desses órgãos, o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) vem trazendo novas perspectivas para os empreendedores criativos vislumbrando nesta era do conhecimento, onde uma nova economia vem se consolidando a partir de modelos de negócio ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda.

Em todo mundo a economia criativa vem gerando trilhões em serviços e produtos e no Brasil, a área criativa gerou uma riqueza de R\$ 217,4 bilhões para a economia brasileira em 2020, segundo “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”, publicado pela FIRJAN em julho de 2022, este valor é comparável à produção total do setor de construção civil e superior à produção total do setor extrativista mineral.

Porém, a realidade segundo o SEBRAE (2019), é que os produtores e empreendedores que atuam no mercado dos negócios criativos no Brasil ainda precisam desenvolver a sustentabilidade de seus empreendimentos (aqui trata-se da capacidade da organização de gerenciar seus recursos e de gerar lucratividade, de forma responsável, a longo prazo), ou seja, de adquirir independência dos recursos do estado, profissionalizar a gestão e buscar a longevidade de seus negócios.

Em busca de formas para manter esses empreendimentos no setor da EC faz-se necessário formalização dos negócios. Para facilitar a vida dos empreendedores e tirá-los da informalidade, foi criado o Microempreendedor Individual (MEI), pois, a partir do momento que se formaliza o empreendedor criativo passa a ter um CNPJ, podendo, assim, emitir notas fiscais, além de ter direito a diversos benefícios como, acesso à cobertura previdenciária (SEBRAE, 2019).

Destacou-se, abaixo, algumas ações realizadas pelo SEBRAE com as empresas deste segmento.

- Formar e fortalecer redes de empreendimentos criativos e atender demandas de mercado além de inovar em processos e valorizar a identidade local;
- Disseminar novos modelos de negócios bem como atrair investimentos em novos segmentos de mercado, gerando novas oportunidades de negócios incentivando negócios (dentro dos segmentos) e gerar inovações e diferenciais competitivos nas cadeias produtivas (por meio da transversalidade);

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

- Promover a educação para as competências criativas por meio da qualificação de profissionais capacitados para a criação e gestão de empreendimentos criativos;
- Gerar conhecimento e disseminar informação sobre economia criativa e identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local e regional e apoiar a alavancagem da exportação de produtos criativos e apoiar a maior circulação e distribuição de bens e serviços criativo (SEBRAE, 2019).

Na Figura 4, apresenta-se um conjunto de atividades ligadas a economia criativa que podem ser classificadas como MEI criativo pelo SEBRAE com base na Classificação Nacional de Atividades econômicas (CNAE).

Figura 04 - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

OCUPAÇÃO	CNAE*		
Alfaiate	1412-6/02	Comerciante de Objetos de Arte	4789-0/03
Animador(a) de Festas	9329-8/99	Comerciante de Suvenires, Bijuterias e Artesanatos	4789-0/01
Artesão(ã) de Bijuterias	3212-4/00	Disc Jockey (DJ) ou Video Jockey (VJ)	9001-9/06
Artesão(ã) em Borracha	2219-6/00	Dublador(a)	5912-0/01
Artesão(ã) em Cerâmica	2349-4/99	Editor(a) de Lista de Dados e de Outras Informações	5819-1/00
Artesão(ã) em Cimento	2330-3/99	Editor(a) de Livros	5811-5/00
Artesão(ã) em Cortiça, Bambu e Afins	1629-3/02	Editor(a) de Revistas	5813-1/00
Artesão(ã) em Couro	1529-7/00	Editor(a) de Vídeo	5912-0/99
Artesão(ã) em Gesso	2330-3/99	Fabricante de Instrumentos Musicais	3220-5/00
Artesão(ã) em Louças, Vidro E Cristal	2399-1/01	Fotógrafo(a)	7420-0/01
Artesão(ã) em Madeira	1629-3/01	Humorista e Contador de Histórias	9001-9/01
Artesão(ã) em Mármore, Granito, Ardósia e Outras Pedras	2391-5/03	Instrutor(a) de Arte e Cultura em Geral	8592-9/99
Artesão(ã) em Metais	2599-3/99	Instrutor(a) de Artes Cênicas	8592-9/02
Artesão(ã) em Metais Preciosos	3211-6/02	Instrutor(a) de Música	8592-9/03
Artesão(ã) em Outros Materiais	3299-0/99	Livreiro(a)	4761-0/01
Artesão(ã) em Papel	1749-4/00	Locador(a) de Fitas de Vídeo, DVDs e Similares	7722-5/00
Artesão(ã) em Plástico	2229-3/99	Locador(a) de Instrumentos Musicais	7729-2/02
Artesão(ã) em Vidro	2319-2/00	Locador(a) de Livros, Revistas, Plantas e Flores	7729-2/99
Artesão Têxtil	1359-6/00	Locador(a) de Palcos, Coberturas e Outras Estruturas de Uso Temporário, Exceto Andaimos	7739-0/03
Bordadeiro(a)	1340-5/99	Mágico(a)	9329-8/99
Cantor(a)/músico(a) Independente	9001-9/02	Rendelero(a)	1359-6/00
Chapeleiro(a)	1414-2/00	Restaurador(a) de Instrumentos Musicais Históricos	3319-8/00
Clicherista	1821-1/00	Restaurador(a) de Livros	9529-1/99
Comerciante de Discos, CDs, DVDs e Fitas	4762-8/00	Restaurador(a) de Obras de Arte	9002-7/02
Comerciante de Eletrodomésticos e Equipamentos de Áudio e Vídeo	4753-9/00		
Comerciante de Instrumentos Musicais e Acessórios	4756-3/00		

* Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE)

Fonte: CNAE (2022).

É possível notar que, todos estes itens, englobam a economia e indústria criativa deixando claro o esforço desta pesquisa em mostrar quem e o que pode ser formalizado nesta área, pois, para ter direito a financiamento e qualificação é necessário estar formalizado e para isso o SEBRAE auxilia, através de consultoria e cursos, aqueles que tem a intenção de empreender ou para quem já é empresário, em áreas como empreendedorismo, cooperação, finanças, viabilidade de negócios, legislação, mercado e vendas, organização, gestão de pessoas e planejamento.

Em se tratando de recursos públicos, vale ressaltar que para tratar de modo oficial as questões relativas ao tema, criou-se a Secretaria da Economia Criativa (SEC) vinculada ao Ministério da Cultura. Essa Secretaria é responsável pelo Plano Nacional de Cultura que visa dar apoio e suporte às iniciativas emergidas em todo o território nacional, mediante a celebração de Termo de Execução Descentralizada.

Para tal situação, esses órgãos atuam com base no que estabelece a Lei n. 8666 de 21 de junho de 1993, o Decreto n. 6.170 de 25 de junho 2007, a Portaria Interministerial MP/MF n. 507 novembro de 2011, a Portaria Conjunta MP/MF n. 8 de 7 de novembro de 2012 e a Portaria MinC n. 33 de 14 de abril de 2014. No site da referida Secretaria de Economia Criativa que foi sancionada em 1991, pela Lei n.

8.313, conhecida como Lei *Rouanet*, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que estabelece as normativas de como o Governo Federal deve disponibilizar recursos para fomentar a cultura no Brasil.

Para ter acesso aos incentivos é necessário romper com uma grande burocracia e saber trabalhar com o sistema de informática onde se deve colocar todo o material e informações necessárias. Para solicitar a apreciação do incentivo, os materiais devem ser incluídos na página do projeto dentro do Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (SALIC) não sendo aceita nenhuma outra forma de encaminhamento. Todo este procedimento acaba desmotivando uma boa parte dos produtores da economia criativa, sem contar aqueles que não conseguem nem informação e ajuda para isso.

Isso demonstra que devido a própria natureza das atividades que dão suporte à Economia Criativa, muito de suas atividades são caracteristicamente informais, porém que os governos insistem em formalizar tais trabalhos, o que pode inibir muitas iniciativas e privilegiar outras de interesse político.

3.4. O CENÁRIO ESTADUAL EM MATO GROSSO DO SUL EM RELAÇÃO A ECONOMIA CRIATIVA E FINANCIAMENTO PÚBLICO PARA O SETOR

A formalização da EC em MS, acontece quase dois anos depois da terceira Conferência de Economia Criativa, por meio do Decreto n. 14.169, de 27 de abril de 2015, que estabelece a Superintendência de Economia Criativa na pasta da Secretaria de Estado de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação (SECTEI). Com isso ela passa a ser um dos “órgãos de direção superior e assessoramento” do Secretário de Cultura, Turismo, Empreendedorismo e Inovação.

A atuação do SEBRAE em Mato Grosso do Sul, identificou em sua atuação que o artesanato no Estado vem apresentando novas técnicas e tendências para acompanhar o avanço global e desconcentração no mercado. Inicialmente a ideia de desenvolvimento corresponde a ação ou efeito de desenvolver-se, tirar aquilo que envolve visando o crescimento, o aumento, o desabrochar de algo. O termo como tal comporta variadas locuções adjetivas, a exemplo de local, social, econômico, político, territorial, comunitário, sustentável, endógeno, exógeno, no local, para o local, horizontal, vertical, humano, industrial, educacional, cultural, democrático (ASATO, *et al.*, 2019).

Neste contexto, a Vila São Pedro (povoado com forte apego ao artesanato turístico, na rodovia que liga Dourados-MS a Rio Brilhante-MS) pode ser considerada como um exemplo de local criativo que pelas potencialidades fornecidas pela BR 163, foi ao longo do tempo mudando sua identidade como território. Hoje a Vila vê o enfraquecimento de suas atividades com a crise econômica que assola o país o que afugentou os turistas da região, aliado ao fato de que os produtos comercializados no local podem ser encontrados também em outros lugares, tornando o que antes fazia a diferença do lugar, em algo comum a várias partes do Estado e do Brasil.

Outro exemplo para desenvolvimento regional, cultural, ambiental e agora criativo é o Pantanal Sul Mato-grossense. Sobre ele, Pacheco *et al.* (2016) destacam que:

No campo da economia criativa, o Pantanal representa uma grande oportunidade para o desenvolvimento sustentável, pois seu território é de inesgotável intensidade cultural e destaca-se por suas peculiaridades. Num mundo cada vez mais globalizado a “diversidade cultural” toma dimensões

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

importantes para o planejamento de políticas de desenvolvimento (PACHECO *et al.*, 2016, p. 124).

Tradicionalmente, o Pantanal e suas riquezas naturais, caracterizam uma verdadeira fonte de ativos simbólicos e, portanto, da economia intensiva em criatividade, sendo necessário unir esforços de organização e estado com os demais setores para que, juntos, possam desenvolver um novo ciclo criativo envolvendo criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais e criativos com a patente de nossa diversidade cultural (PACHECO *et al.*, 2016).

Sobre a participação do poder público bem como o financiamento para ações e projetos da economia criativa e cultural, temos editais que mostram o que foi financiado a partir de 2016 até 2018 (SECC/MS, 2018).

- 2016 - Desenho Verbal da Imagem; Economia Criativa; Seleção para Feira Brasil Original do Artesanato e XXVII Feira Nacional do Artesanato; Circuito de Dança no Mato; Prêmio Célio Adolfo; Prêmio Guavira; Seleção Pública de Atração Artísticas Sul-mato-grossenses para participar do 13º Festival América do Sul Pantanal, entre outros.
- 2017 – 9º Salão de Artesanato em Brasília; Prêmio Guavira; Convocatória para selecionar companhias para participar da Semana para Dança; som da concha, "Boca de Cena – Mostra Sul-Mato-Grossense de Teatro e Circo"; Carnaval.
- 2018 - chamada pública - edital de seleção de expositores para o pavilhão " MS mostra MS" - espaço de economia criativa - SECC/MS - 19º festival de inverno de bonito - 2018 ; edital para seleção pública de atrações artísticas sul-mato-grossenses para participação no 19º festival de inverno de bonito.

Os eventos promovidos e patrocinados pelo governo de MS com impacto foram os citados nos anos acima. O que mais teve divulgação sobre o tema aqui estudado foi o "MS mostra MS – Espaço Economia Criativa" que se deu a partir da inscrição dos interessados, tendo como prioridade contemplar artistas que estejam alinhados às premissas da Economia Criativa: criatividade, sustentabilidade, diversidade cultural e inovação. Onde os principais conceitos eram:

ECONOMIA CRIATIVA: contempla as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição, circulação, difusão, consumo e fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. **EMPREENDIMENTOS CRIATIVOS:** as atividades produtivas de base cultural com fins econômicos (comerciais e solidários) inseridas nos setores criativos. **GESTOR DE EMPREENDIMENTOS CRIATIVOS:** profissional criativo, empreendedor e inovador, com capacidade analítica e crítica das dimensões culturais, sociais, políticas e econômicas do setor criativo onde atua, além de possuir o domínio de técnicas de gestão aplicadas ao desenvolvimento das atividades produtivas do empreendimento. **SETORES CRIATIVOS:** Todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. (SECC, MS 2018).

A Secretaria de Estado Cultura, Turismo, Empreendimento e Inovação (SECC) publicou outros conceitos para este evento, mas os que destacam o tema pesquisado

são os que envolvem a parte criativa. O projeto visava fomentar, acompanhar, fortalecer e potencializar as iniciativas de economia criativa que foram selecionados por curadores designados pela Coordenadoria de Economia Criativa – SECC/MS como portfólio da edição selecionando pessoas para atuar junto ao evento.

A princípio o interesse do governo em debater e trazer à tona a temática para o estado de Mato Grosso do Sul, buscou maneiras de sanar dúvidas e dar suporte ao setor, incentivou o trabalho já realizado pelos agentes responsáveis por considerarem inovadora a iniciativa de serem trabalhadas conjuntamente as pastas de Cultura, Turismo e Empreendedorismo e Inovação.

Porém, a partir de 2019 a Superintendência de Economia Criativa deixa de existir e este órgão tão importante para o setor se transforma em departamento para apoio a atividades artesanais. Essa informação foi a que tivemos após acessar o site da SECC, no dia 25 de agosto e após não achar mais nada no site foi feita uma ligação para o setor e a pessoa responsável disse que não mais existe o aporte que tinha antes na superintendência e agora só trabalham a questão de apoio ao artesanato.

Assim, o que antes visava a implementação dos projetos e seus impactos e “estimular a criação do Observatório de Economia Criativa no Estado de Mato Grosso do Sul” (MATO GROSSO DO SUL, 2015a, p. 30), agora se resume a minimização do fomento das atividades mais diversas que englobam a economia criativa, fator esse que causa impacto no desenvolvimento regional em geral, ou seja, em todas as cidades criativas que antes recebiam esse apoio. E o aporte era bem considerável em relação a valores como podemos observar na Figura 5 elaborada pelos pesquisadores Pancheri *et al.*, (2019) em uma obra intitulada “A institucionalização da Economia Criativa no estado de Mato Grosso do Sul”.

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

Figura 5 - Orçamento previsto para ações da economia Criativa em MS

PPA 2016-2019				
Código	Título	2016	2017/2019	Total
2023	Programa de Ciência, Tecnologia e Inovação			
2639	Criar Observatório de Economia Criativa para agregar e fomentar projetos de ambientes inovadores e tecnologias sociais do Estado.	6.000.000,00	19.891.000,00	25.891.000,00
2025	Programa MS Cultura			
1581	Instituir os Sistemas Estadual e Municipais de Cultura, Turismo, Economia Criativa, Ciência, Tecnologia e Inovação.	245.000,00	3.025.000,00	3.270.000,00
2581	Implementar atividades de Cultura, Turismo, Economia Criativa, Ciência, Tecnologia e Inovação nos municípios.	3.500.000,00	43.000.000,00	46.500.000,00
2026	Programa Economia Criativa			
2582	Articular visando o fomento e o apoio técnico para os setores da Economia Criativa.	437.500,00	5.362.500,00	5.800.000,00
2583	Promover a capacitação dos setores da Economia Criativa.	153.000,00	1.874.000,00	2.027.000,00
2584	Articular e implementar marcos legais para desenvolvimento da Economia Criativa.	105.000,00	1.255.000,00	1.360.000,00
2585	Identificar, diagnosticar e acompanhar os setores da Economia Criativa.	157.500,00	1.952.500,00	2.110.000,00
Total	Ações que contemplem a Economia Criativa	10.598.000,00	76.360.000,00	86.958.000,00

Fonte: Pacheri *et al.* (2019).

Percebe-se que após a extinção da Superintendência de economia criativa, os programas e ações ali fomentados tiveram perdas consideráveis, e isso nos leva a refletir sobre as consequências para o setor que hoje é um dos que alavancam o desenvolvimento regional com sua multipluralidade de profissões que engloba.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa objetivou contribuir com os estudos sobre a economia criativa como fator de desenvolvimento socioeconômico tendo o território como dimensão igualmente estratégica no tema. O caráter multiplicador da economia criativa contribui de modo a integrar junto com os dados aqui apresentados, o espaço teórico-analítico, ainda em debate e que transita entre a adequada formulação e de instrumentos e componentes institucionais capazes de estimulá-la.

Um exemplo disso é o que motivou essa pesquisa, ou seja, o papel do estado e das políticas públicas e, também ao reconhecimento de tendências e características que confirmam a economia criativa brasileira, a partir de exemplos regionais de MS. Como fomentador de ações e projetos que visam o desenvolvimento regional e local. É importante que o estado reveja a questão da reformulação de políticas públicas na EC como um passo fundamental para se reorganizar de forma adequada que se comprometa a buscar investimentos internos e externos para que estes não permaneçam distantes dos cofres públicos.

Assim, vê-se necessário a formulação de ações efetivas quanto ao fomento da Economia Criativa. Também é imprescindível que o mapeamento das ações já desenvolvidas e dos potenciais de desenvolvimento dos 79 municípios do estado, e não apenas a capital, Bonito, Corumbá e Dourados que são as que se destacam por serem ou turísticas ou maiores em população. Além desses fatores é necessário prever uma articulação que precise ter a delimitação de todos os agentes públicos e privados envolvidos na constituição dessa política.

Por fim, buscamos nesta pesquisa uma forma de debater o tema e contribuir para que os agentes públicos responsáveis pela gestão de nosso estado reflitam sobre uma diversificação muito importante de sua matriz econômica, um aumento de sua segurança financeira e da distribuição não apenas de renda, e valorização de seus bens culturais, mostrando a preocupação do estado com o desenvolvimento humano e regional de sua população.

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM MATO GROSSO DO SUL

REFERÊNCIAS

- ASATO, Thiago Andrade et al. **Perspectivas da economia criativa e do desenvolvimento local no Corredor Bioceânico**. Interações (Campo Grande), v. 20, p. 193-210, 2019.
- BARBOSA, F. **Economia criativa: políticas públicas em construção**. BRASIL. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, p. 107-111, 2011.
- BERG, Ernesto Artur. **Manual da criatividade aplicada: Técnicas eficazes para desenvolver a criatividade e inovação na profissão e nos negócios**. Juruá Editora, 2014.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**, 2011.
- BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**, 2011 – 2014 Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DALLA COSTA, A; SOUZA-SANTOS, E. R. de. **Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual**. Economia & Tecnologia, Curitiba, ano 7, v. 25, p. 179-186, abr./jun. 2011
- DE MARCHI, Leonardo. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 193-215, jun. 2014.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2022. Disponível em <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>. Acesso em: 10 abr. 2022.
- GOLDENSTEIN, Lídia. **Por que economia criativa?** In: SISTEMA FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa**. Rio de Janeiro: Firjan, 2016. Disponível em <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default>. Acesso em: 21 mar. 2022
- FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil** – Rio de Janeiro: - v.: graf. color. Firjan, 2016.
- FREEMAN, R. E. (1984). **Strategic management: a stakeholder approach**. London, UK: Yale University Press.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. [Mato Grosso do Sul | Cidades e Estados IBGE](#). Acesso em 15/09/2022.
- LEITÃO, C. **Criatividade e diversidade cultural brasileira como recursos para um novo desenvolvimento**. In: Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Ministério da Cultura (Org.). Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 12- 16.

MACHADO, Luiz Alberto. **Economia criativa:** definições, impactos e desafios. Revista de Economia & Relações Internacionais, volume 11/número 21/julho 2012 ISSN 1677-4973, p. 84, 2012.

MATO GROSSO DO SUL (MS). *Lei n. 4.807*, de 21 de dezembro de 2015. **Estima a receita e fixa a despesa do Estado para o exercício financeiro de 2016. 2015e.** Disponível em: <http://www.transparencia.ms.gov.br/Content/Caderno/Caderno%20LOA%202016%20Definitivo.pdf>. Acesso em: 9 abr. 2022.

MATO GROSSO DO SUL (MS). *Portaria n. 044*, de 19 de agosto de 2013. Homologa para a III Conferência Estadual de Cultura de Mato Grosso do Sul o seu Regimento Interno. 2013. Disponível em: http://www.spdo.ms.gov.br/diariodoe/Index/Download/DO8500_22_08_2013 Acesso em: 9 dez. 2017.

PACHECO, A. P. C.; SATTI, E. D. C.; DELAI, J.; MEDEIROS, C. **Debates e Desafios sobre a Economia Criativa no Mato Grosso do Sul.** In: Simone de Oliveira Rocha Cavalcante; Fabrício Anonio Deffacci; Paulo Roberto da Silva. (org.). Mato Grosso do Sul - temáticas transversais para o desenvolvimento. 1ª ed. São Carlos: Pedro & João Editores, 2016, v. 01, p. 107-130.

PANCHERI Teixeira, V., Teixeira, W., & Benini, E. G. (2019). **A institucionalização da Economia Criativa no estado de Mato Grosso do Sul.** Interações (Campo Grande), 20(4), 1235–1248. <https://doi.org/10.20435/inter.v20i4.1864>

Secretaria de Cultura de Mato Grosso do Sul. Disponível em: <https://www.secc.ms.gov.br/>. Acesso em: 18/09/2022.

SEBRAE. Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, © 2019. Disponível no endereço eletrônico: [Cartilha Economia criativa 2019 final.pdf \(sebrae.com.br\)](#). Acesso em: 20/09/2022.

SEMADE, Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico de MS. [Contas Regionais – Produto Interno Bruto de Mato Grosso do Sul \(2010-2013\)](#). Acesso: 06/10/2022.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. (2010). **Creative economy:** report 2010. Acesso em 25 de set., 2022, de <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Statistics-onworld-trade-in-creative-products.aspx>.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 311-327, 2014.