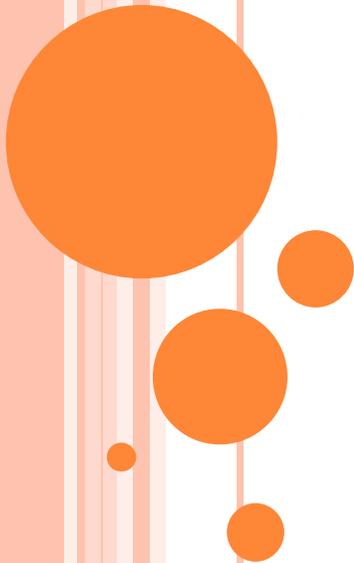




# **CLUSTER DAS ECONOMIAS CRIATIVAS**



# INTRODUÇÃO

**As Economias Criativas respondem hoje por mais de 13% do PIB mundial.**

O comércio internacional de produtos e serviços culturais movimentou mais de um trilhão de dólares em 2005.

Hoje, as Economias Criativas respondem por 6% do PIB dos EUA, por 4% da força de trabalho e são o principal produto de exportação.

Na Inglaterra correspondem a 8,2% do PIB , crescem 8% ao ano desde 1997 e empregam 6,4% da força de trabalho.

Na África do Sul emprega 17% da mão-de-obra, e no Canadá 5%.

# INTRODUÇÃO

As Economias Criativas, ao lado da Economia do Conhecimento (ou da Informação), integram o que já se convencionou chamar de Economia Nova, dado que o seu modo de produção e de circulação de bens e serviços, altamente sustentado pelas novas tecnologias e baseado na criação e na propriedade intelectual, não se amolda aos paradigmas da economia industrial clássica.

*A Cultura, tal como é entendida hoje é o sector de maior dinamismo na economia mundial. Tem registado um crescimento de 6,3% ao ano, enquanto o conjunto da economia cresce a 5,7%.*



# SECTORES DE ACTIVIDADES

As Economias Criativas abrangem todos os sectores que envolvem criação (artística ou intelectual), assim como os produtos e serviços ligados à fruição e difusão (museus, turismo cultural, património histórico, salas de espectáculo, etc.).



# SECTORES DE ACTIVIDADES

Para além dos sectores artísticos (música, audiovisual, artes cénicas performativas, artes visuais), estão incluídos:

- ❖ Telecomunicações e radiodifusão
- ❖ Editorial (livros e imprensa)
- ❖ Artesanato e arte popular
- ❖ Festas populares e de romarias
- ❖ Património Histórico Material e Imaterial (formas de utilização e difusão)
- ❖ Software de lazer
- ❖ Design
- ❖ Moda
- ❖ Arquitectura
- ❖ Gastronomia
- ❖ Propaganda



# SUMÁRIO DAS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS DE TRABALHO

No âmbito da preparação da terceira edição do DECRP, e visando discutir a contribuição de cada um dos sectores intervenientes no processo “CLUSTER DAS ECONOMIAS CRIATIVAS”, o Ministro da Cultura criou uma equipa de trabalho formada essencialmente pelos seus colaboradores, devido à fraca produção de ideias de gestão ou de existência de um sector privado forte no sector da Cultura.



# SUMÁRIO DAS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS DE TRABALHO

## Fizeram parte da equipa:

- O DGPOG
- O Instituto de Investigação e Patrimónios Culturais
- O Núcleo das Economias Criativas
- O Núcleo da Exportação da Cultura
- O Núcleo de Formação e Acesso à Cultura
- O Núcleo da Cooperação Cultural Internacional
- O Núcleo de Gestão Da Rede Nacional de Salas
- O Fundo Autónomo de Apoio à Cultura



# METODOLOGIA

O grupo apresentou as suas contribuições baseadas nos *concepts papers* desenvolvidos para programas e projectos de cada sector e que constituem a base do Plano Estratégico para Cultura (PLEI CULTURA) elaborado pelo Ministro em 2011 e enriquecido pelo Conselho do Ministério da Cultura.

Cada sector, na elaboração do respectivo *paper* e identificação dos conteúdos e estruturação dos seus programas e projectos, elaborou um estudo sobre os pontos fortes e os pontos fracos do sector.

Alguns dos programas estão a ser testados desde 2011, o **que** confere um alto grau de fiabilidade das análises.

# CONCLUSÃO

O presente documento é resultado do trabalho desenvolvido por vários sectores da cultura ao longo do ano 2011.

Em vários retiros e várias sessões de trabalho conceituais, o Ministério da Cultura tem produzido documentos de reflexão em permanência e que, no presente contexto, são tratados de modo a retratar de forma profunda a situação actual do negócio ligado ao potencial cultural.



# CONCLUSÃO

Assim, por cada sector que conforma o cluster, são analisados os constrangimentos que impedem o desempenho que deve caber à Cultura na economia.

Igualmente, um conjunto de propostas são avançados para a implementação cabal do cluster das Economias Criativas, num contexto de encontro às estratégias que o Ministério das Finanças e do Plano concebeu.

Uma valia do presente documento é que tem na base um amplo trabalho de terreno desenvolvido em 18 municípios do país, que envolveu as Câmaras Municipais, todos os agentes culturais e criativos locais, as paróquias, as associações, etc, durante o ano 2011 e 2012.

## **QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CONSTRANGIMENTOS E DESAFIOS QUE ESTÃO A DIFICULTAR E PODEM AFECTAR O CRESCIMENTO DO CLUSTER?**

- Inadequada integração da cultura nas políticas económica, tecnológica e social;
- Legislação e regulamentação inadequadas;
- Fraca capacidade institucional de articulação, implementação, monitoramento e avaliação de políticas, estratégias, programas e projectos;
- Fraca capacidade de financiamento tanto no sector público como no privado;
- Excessiva dependência do Governo da parte dos agentes culturais e trabalhadores criativos;
- O sector das economias criativas carece de organização;



## **QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CONSTRANGIMENTOS E DESAFIOS QUE ESTÃO A DIFICULTAR E PODEM AFECTAR O CRESCIMENTO DO CLUSTER?**

- Inexistência de associações nacionais de profissionais em várias áreas culturais;
- Ausência de uma classe empresarial forte actuando na intermediação como managers, produtores, técnicos, agentes ou gestores culturais;
- Sazonalidade na produção do artesanato e insuficiência da oferta para a procura que advém do turismo;
- Défice quanto a instituições de formação, promoção, exportação e distribuição.
- Carência de tecnicidade a nível municipal e local



# ECONOMIAS CRIATIVAS

- Os diferentes sectores das Economias Criativas sofrem de problemas de isolamento: a música não está ligada ao cinema, a moda não está conectada com o artesanato, a edição não está ligada às feiras do livro, o artesanato não está ligado ao turismo.
- O impacto destes sectores na economia nacional só será sentido se otimizados dentro de uma estratégia de cluster, tomando este conceito como um sistema para colocar em rede ou entrelaçar unidades independentes de funcionamento. Isso otimiza as funções e as potencialidades das unidades individuais, em vez de só as explorar.



# ECONOMIAS CRIATIVAS

- Verifica-se ainda uma sobreposição de funções actualmente na cadeia das Economias Criativas entre o trabalho do Turismo e da Cultura e da Promoção do País.
- Há sobreposição nas intervenções sociais juntos dos bairros, entre os Municípios e o Poder Central na definição de uma política cultural virada para o desenvolvimento.
- O cluster é o meio ideal para colocar juntos indivíduos e grupos que criam nas mais diversas áreas e trabalham nos mais variados serviços e níveis - a competição individual é convertida em competitividade conjunta.
- É imprescindível a realização de estudos aprofundados e a recolha de dados estatísticos

# ARTESANATO

*No caso específico do artesanato, em todas as suas formas, desde a olaria e a panaria, aos trabalhos em cabedal e com material reciclado, não obstante haver uma grande produção, e de qualidade, tem-se constatado que:*

- ❖ A distribuição e o escoamento dos produtos são deficitários;
- ❖ A divulgação do trabalho dos artesãos junto do público é fraca;
- ❖ Há uma fraca promoção da cultura nacional junto dos grandes operadores turísticos;
- ❖ Não existem de incentivos à produção;
- ❖ Há necessidade de acções de capacitação técnica, espaços de intercâmbio e troca de experiências entre agentes culturais;
- ❖ É necessária a criação de um Centro para a Gestão da Qualidade e para a Formação
- ❖ Não existe um conceito de “produto nacional”



# ARTES

- Inexistência de locais de ensaio e de prestação
- Inexistência de salas de espectáculos adequadas
- Inexistência de galerias e salas de exposições
- Não há circulação de artistas e bens a nível nacional
- Inexistência de entidades públicas vocacionadas para a gestão das artes
- Inexistência de escolas de formação e de estabelecimentos de ensino formal
- Inexistência de políticas de exportação e de conquistas de mercado
- Deficiente promoção
- Inadequada inserção no mercado
- Não qualificação das competências
- Não enquadramento no mercado de trabalho e conseqüente inserção no sistema financeiro e fiscal.
- Desarticulação entre artes, artesanato e turismo

# MICROECONOMIA DA CULTURA

Este é um novo conceito adoptado pelo Ministério da Cultura com base na premissa do Programa do Governo da construção de uma *Nação mais Inclusiva, Coesa, Próspera e com Oportunidades Iguais para Todos*.

Para tal, uma das estratégias de acção é a Democratização da Cultura, ou seja: todos os cidadãos e as cidadãs com acesso à cultura e contribuindo para o desenvolvimento pessoal e socioeconómico.

Através da arte, através da Cultura e a partir dela, dinamizar e desenvolver outras dimensões da vida em sociedade, especificamente a dimensão económica.

*O Objectivo é transformar cada agente social num agente de desenvolvimento através da Cultura.*



# MICROECONOMIA DA CULTURA

## QUAIS SÃO OS MAIORES CONSTRANGIMENTOS?

- O morador figura como um sujeito com acções limitadas e pouco activas dentro da comunidade - o que condiciona a sua participação no desenvolvimento comunitário.
- O morador não se posiciona e não é observado como um sujeito de direitos e de responsabilidades, faz parte de um sistema de dependência das acções de terceiros (Governo Central e Câmaras Municipais) e acreditam que estes têm a obrigação de “dar”. Neste sistema de realizações ele não se percebe como actor ou agente. As acções de terceiros, de igual modo, não os envolve como agentes activos.
- O morador acaba por ser um cidadão passivo que desconhece o seu papel enquanto morador/cidadão na dinamização da vida comunitária e desconhece o funcionamento do sistema de administração que o envolve.

# CONSTRANGIMENTOS À MICROECONOMIA CRIATIVA

- Fraca presença das forças governativas nas comunidades e com acções desenvolvidas de forma descontínua e pouco sustentável;
- A oferta de serviços públicos nas áreas periféricas é vista como precária ou como apresentando menor qualidade que nos centros urbanos.
- As acções do Governo e das Câmaras Municipais não são percebidas como promotoras de desenvolvimento, baseadas em direitos e responsabilidades. Antes aparentam ser assistencialistas e perpetuam um ciclo de dependência não emancipatório.
- Marginalização dos bairros, Discriminação (acesso e qualidade dos Serviços Públicos de Saneamento, de saúde e na segurança policial), Delinquência Juvenil (alcoolismo e outras drogas, violência contra propriedades privadas e contra o património publico)

# CONSTRANGIMENTOS À MICROECONOMIA CRIATIVA

- Desemprego (formações sem sustentabilidade),
- Escassez de instrumentos de lazer na comunidade (crianças, Jovens, adultos), habitação.
- Inexistência de apoios para grupos minoritários (deficientes e idosos)
- Elevada construção clandestina, violência doméstica e violência baseada no género.
- Associações comunitárias corruptas
- Desunião na comunidade.



# A IMPORTÂNCIA DA MICROECONOMIA CRIATIVA

- Mesmo que Cabo Verde atinja o primeiro dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio até 2015, a taxa de pobreza de 24,5 % continuaria a ser alta demais.
- Em termos absolutos, isto significaria que mais de 122 mil cabo-verdianos viveriam abaixo da linha de pobreza em 2015.
- Tendo em conta que o número de pessoas em idade activa, empregadas hoje é de pouco mais de 177 mil, uma taxa de pobreza de 24,5 % significaria que para cada 10 pessoas empregadas no país, cerca de 7 viveriam abaixo da linha de pobreza.
- Esta taxa traz desafios substanciais quanto à capacidade da economia de gerar recursos suficientes para tirar muitos dos 122 mil cabo-verdianos da pobreza.

A Cultura aparece como um sector de actividade ainda não explorado, mas altamente gerador de empregos, baseado em talentos natos ou adquiridos na comunidade.

# A IMPORTÂNCIA DA MICROECONOMIA CRIATIVA

## Cont.

- Um elevado crescimento económico, embora importante, não é suficiente para a erradicação da pobreza;
- Neste contexto, novos modelos e novas fontes de crescimento económico são decisivos para o efeito do crescimento na redução da pobreza de uma forma sustentável e duradoura;
- As Economias Criativas, pela sua natureza, são um potencial para diminuir as desigualdades socioeconómicas, devido à sua forte tendência para reduzir a pobreza.

Daí a importância da microeconomia, sobretudo das economias criativas, por abrangerem as actividades de maior acesso e mais descentralizadas e com maior capacidade de gerar auto emprego.

# ECONOMIAS CRIATIVAS E O EMPREGO

*Para avançar na luta contra a pobreza de forma efectiva e duradoura, Cabo Verde busca novas formas de crescimento mais equilibradas e inclusivas que hajam de maneira a diminuir as disparidades.*

- As Economias Criativas têm uma vertente inclusiva forte e incentivam a geração de emprego produtivo e decente, com particular atenção aos jovens e mulheres.
- Os jovens representam a força motriz criadora no sector da Economias Criativas. O desemprego entre os jovens diminui drasticamente a capacidade de novas gerações de aprender as competências necessárias para entrar e participar dos sectores produtivos da economia.

# ECONOMIAS CRIATIVAS E O EMPREGO

- O desemprego jovem também aumenta a vulnerabilidade dos jovens com relação as drogas, as doenças, ao crime, e aumenta os riscos de perpetuação do ciclo de pobreza.
- Por fim, o desemprego entre jovens, por volta de 20 %, em 2010, representa sobretudo uma ameaça à sustentabilidade fiscal do país se tivermos em conta que um quinto da futura potencial fonte pagadora de impostos está neste momento sem emprego e fonte de renda.
- As áreas das Economias Criativas têm uma enorme capacidade de absorção das competências jovens.



# FINANCIAMENTO DAS ECONOMIAS CRIATIVAS

- ❑ Ausência de resposta às demandas de financiamento para as economias criativas
  - ❑ Inexistência de financiamentos para o carnaval, as festas de romaria, as tournées, aquisição de estruturas e construção de infra-estruturas, actividades altamente geradoras de rendimento.
  - ❑ Ausência de mecanismos capazes de fomentar a inclusão social e inserir a cultura no sistema de crédito, com as suas particularidades e informalidades, muitas vezes de pouco interesse para os bancos clássicos.
  - ❑ Inexistência de instituições que façam chegar os fundos às pessoas jurídicas e físicas que realmente precisem, em tempo útil, e que o usem efectivamente para realizar as suas capacidades e talentos como actividades geradoras de rendimento.
- 

# FINANCIAMENTO DAS ECONOMIAS CRIATIVAS

- ❑ Deficiência quanto a políticas públicas neste sector;
- ❑ Falta de instituições ou iniciativas que permitam o florescimento de novas ideias, de projectos de vida baseados no talento, bases para um impacto no crescimento económico, na melhoria da qualidade de vida, sobretudo no meio rural, gerando empregos e auto-empregos, criando novas oportunidades e novos mercados.
- ❑ Ausência de resultados práticos da aplicação da Lei do Mecenato
- ❑ Ausência de taxas sobre captação audiovisuais, exploração paisagística e uso da imagem de Cabo Verde



# CULTURA E TURISMO

- ❖ Fraca articulação entre os sectores da Cultura e do turismo
- ❖ Pouca diversificação do modelo turismo baseado na cultura, essencialmente o turismo de eventos.
- ❖ Inexistência de um roteiro turístico-cultural e de uma agenda cultural única
- ❖ Fraca obtenção de benefícios pelas comunidades com o modelo de turismo, sobretudo no escoamento dos seus produtos culturais.
- ❖ Escassa potencialização dos produtos culturais como geradores de rendimentos de forma permanente, como é o caso das festas de romarias, do Carnaval e dos eventos artístico-musicais /festivais de músicas.

# PATRIMÓNIO CULTURAL

- Escassa valorização patrimonial, que vise munir cada Município de infra-estruturas Culturais, que garantam a preservação, conservação e divulgação do património cultural de cada localidade.
- Fraca rentabilização dos valores patrimoniais como produtos económicos e turísticos.
- Prevalência de edifícios históricos degradados e/ou desaproveitados.
- Ausência de espaços que valorizem o património imaterial, como museus, centros culturais ou casas de cultura.
- Necessidade de políticas de divulgação de saberes e técnicas tradicionais
- Pouca exploração da arqueologia marinha com produto económico.
- Ausência de legislação protectora de direitos patrimoniais

# EXPORTAÇÃO DA CULTURA

## CONSTATAÇÕES

- A Cultura, tal como é entendida hoje, é o sector de maior dinamismo na economia mundial;
  - Tem um potencial ilimitado de crescimento, por não depender de recursos esgotáveis, e integra o sector de serviços e lazer, cuja projecção de crescimento é superior à de qualquer outro segmento;
  - O seu insumo básico é a criação artística/ intelectual/ tecnológica e a inovação;
  - É um sector altamente empregador, gera empregos em todos os níveis, com grande destaque para os do sector informal e os de alta qualificação.
  - Gera produtos com alto valor agregado, cujo valor de venda é arbitrável pelo criador.
  - É uma Indústria limpa.
- 

# TURISMO E EXPORTAÇÃO DA CULTURA

**TURISMO ASSOCIADO À CULTURA:** A cultura pode ser exportada de forma económica e eficaz através dos circuitos turísticos, de colocação dos bens nos hotéis, portos e aeroportos, na realização de feiras e roteiros para a recepção de barcos cruzeiros, da elaboração da agenda cultural única para o país, da edição de guias e merchandising.

- É uma boa opção porque não implica custos com deslocações e estadia, processos aduaneiros ou despesa cambial.
- Foco: Artesanato, moda, audiovisual, património material e imaterial.
- Neste sector, não existe uma política concertada para a exploração do binómio Turismo e exportação.

**TURISMO DE EVENTOS:** Faltam projectos de realização de eventos com forte mobilização de profissionais da área, como agentes, managers, editores, publishers, promoters e produtores, conferencistas

- **Live no exterior:** Ausência de uma política de colocação dos artistas e bens nos mercados de espectáculos, concertos, festivais, feiras, galerias internacionais, e de uma conquista de espaços nos mercados, através de acções e parcerias público-privadas.
- **Semanas Culturais das Comunidades:** Não existe uma política de exportação através das comunidades de caboverdeanos no estrangeiro e de aproveitamento da diáspora para investir na exportação.

# TURISMO E EXPORTAÇÃO DA CULTURA

**Regista-se um escasso aproveitamento das vantagens competitivas próprias como:**

- Prestígio musical e cultural
- Cultura Crioula
- Situação geográfica
- Clima
- Estabilidade
- Parceria do Estado

É altamente necessária uma marca **Cabo Verde** que promova o país no exterior e de

Uma estrutura coordenadora para a exportação da imagem do país e de sua cultura

# CONSTRANGIMENTOS INSTITUCIONAIS

- Mecanismos de procedimentos financeiros inadequados ao negócio da cultura
- Inexistência histórica de uma instituição gestora da política das artes
- Ausência de uma visão arquipelágica das instituições gestoras e promotoras de cultura
- Inexistência de um organismo de articulação entre CI, ADEI, DGTurismo, MIREX, MDC,TACV e outros sobre a exportação da Cultura.
- Separação política do sector Cultura do sector Turismo



**Como é que poderemos  
aproveitar as oportunidades  
e minimizar/resolver os  
constrangimentos?**



# METODOLOGIA DE TRABALHO

- Para melhor formatação, as perguntas propostas pelo MFP são aqui respondidas por sectores que conformam o cluster das Economias Criativas.
- De modo que a questão da formação, dos recursos humanos, das parcerias público privadas, etc., são agrupadas por sectores, para facilitar uma leitura concisa.



# ECONOMIAS CRIATIVAS

- ✓ Regulamentação da actuação da Administração Pública na promoção da cultura, através da proibição de realização autónoma de actividades, da obrigação de contratação de terceiros certificados e do financiamento do público, que consiste em apoiar o artista e o evento através de compra de ingressos e sua distribuição gratuita às escolas, associações e às camadas sociais mais carenciadas, e na aquisição de bens culturais;
- ✓ Oficialização da obrigatória introdução de eventos culturais em cerimónias públicas, sempre mediante a contratação de terceiros;
- ✓ Regular o exercício da actividade económica dos agentes culturais;

# ECONOMIAS CRIATIVAS

- ✓ Capacitação dos agentes culturais em diversas áreas para constituição de sociedades comerciais e empresas na área da cultura;
- ✓ Aprovação do pacote de Leis sobre a Economia da Cultura, nos quais os incentivos fiscais e parcerias público-privadas estarão estabelecidos;
- ✓ Certificação das empresas e os empresários na área das Economias Criativas;
- ✓ Criação de programas de incentivos à empresarialização cultural e gestão de contrapartidas;
- ✓ Promoção de rodadas nacionais e internacionais de negócios.



# CULTURA E TURISMO

- Recuperar o Centro Nacional de Artesanato como Centro de Design e de Políticas, para o sector;
  - Criar a marca *Created in Cabo Verde*;
  - Apostar no Turismo de Eventos como turismo alternativo, tendo como base a Cultura;
  - Criar roteiros de sítios, museus e eventos em vários níveis: nacional, regional, municipal e local
  - Definir a marca turística do país - «*Cabo Verde a Casa do Mundo*»;
  - Desenvolver o Turismo da Saudade, na Diáspora;
  - Promover campanhas de sensibilização para que cada ilha, município ou local seja encarada como uma potência turística;
  - Aproximar a Diáspora Crioula de Cabo Verde aos eventos culturais no país de acolhimento e no de origem;
- 

# CULTURA E TURISMO

- Rentabilizar as Festas Municipais e de Freguesias;
- Operacionalizar a Nação Global através da inclusão das comunidades no exterior em eventos nacionais
- Trabalhar a promoção do país único e global através da língua, da culinária e de outras manifestações;
- Implementar as feiras de produtos artesanais, agro-alimentares e culturais;
- Co-produzir as festas de romarias, para uma intervenção programática, estética, histórica, folclórica e virada para a agenda cultural, turística e diaspórica;
- Regulamentar a programação cultural nos hotéis, restaurantes e estabelecimentos turísticos;
- Criar a sinalética das cidades e monumentos numa linguagem para turistas;

# CULTURA E TURISMO

- Criar stands em locais de fluxos turísticos, no percurso dos roteiros e nas terminais aero e portuárias;
- Explorar a merchandising cultural;
- Criar produtos culturais para o Turismo;
- Propôr taxa de turismo para o financiamento da Cultura;
- Fazer parcerias com empresas no sentido de vender acesso a bens culturais na origem para turismo all inclusive.



# TURISMO DE EVENTOS

*Trazer grandes eventos mundiais para Cabo Verde, em co-financiamento com parceiros externos, como contrapartida à importação e intervenção da cultura no equilíbrio da balança de pagamentos. Alguns eventos:*

- Festival d'ArtKreol
- Fórum Cultural Mundial
- Feira Mundial da Música
- Fórum das Ilhas do Mundo
- Feira Mundial da Palavra e do Livro
- Festival das Nações
- Ano dos Países
- Cinema em Movimento
- Bienal de Artes
- Festival Mindelact
- Lusofonias (ECPLP)
- Danças das Ilhas do Mundo
- ...



# ARTES E ARTESANATO

- Criar a Direcção Nacional das Artes;
- Criar a Galeria Nacional de Artes;
- Elaborar o Estatuto do Artista;
- Difundir na web a criação/produção nacional e criar mercado online
- Estimular a arte nos bairros, como meio de inclusão social e de emprego;
- Criar Sistema alternativo de Segurança Social para os artistas;
- Capacitar os intermediários dos artistas (managers, agentes, produtores) e torná-los interlocutores;



# ARTES E ARTESANATO

- Criar fundo público de aquisição de obras de arte na Administração Pública, para criar acervo de valor.
- Definir cabeças de negócios para as diferentes expressões artísticas
- A promoção de parcerias público-privadas com o intuito de criar um sistema de distribuição e comércio do artesanato dinâmico, que seja sustentável e lucrativo
- Empoderamento dos agentes locais e incentivo ao empreendedorismo
- Criação de empregos e consequente redução da pobreza
- Um rendimento garantido mensalmente e sustentável para os artesãos
- A participação real e significativa do artesanato no aumento do PIB e no crescimento económico

# BROADCASTING E MÍDIA

- Legislar os Direitos Morais;
- Estabelecer Quotas de Difusão;
- Estabelecer protocolos de difusão de publicidades e bens culturais;
- Implementar a cobrança dos Direitos de Autor;
- Promover a produção nacional, nomeadamente a produção de documentários e ficção, em parceria com as companhias de Teatro;
- Promover a política da estética;
- Aprofundar o conceito de Serviço Público na área da Cultura e introduzir financiamento a programas culturais;
- Formar técnicos nesse sector;
- Criar observatório para estudo, fiscalização e cumprimento da lei.
- Transformar Cabo Verde num atractivo do Cinema Mundial
- Incorporar as novas tecnologias na produção audio-visual



# LÍNGUAS

- Criar a Comissão Nacional para as Línguas;
- Criar um Gabinete de Língua no Gabinete Ministério da Cultura;
- Preparar a oficialização do Crioulo com a socialização e a consensualização política;
- Oficializar a língua e rever a oficialização alfabeto;
- Introduzir a língua no ensino;
- Implementar o Acordo Ortográfico;
- Incorporar software para língua;
- Criar a Academia de Letras.
- Incentivar a rentabilização do ensino da língua para turistas e estrangeiros.



# MUNICIPIOS E AS ECONOMIAS CRIATIVAS

- Implementar Protocolos de Gestão Administrativa do Património e dos Centros Culturais, nas regiões periféricas;
- Desenvolver o conceito de Museu da Cidade e Casas de Memória;
- Proteger bens que possam ser classificados de Patrimónios;
- Tombar património;
- Instituir Curadores Municipais;
- Criar títulos culturais para os Municípios, à volta do qual desenvolverão as indústrias criativas e seu Turismo Cultural temático;
- Promover o Turismo Rural em rede, em cada Município, com base na cultura;



# MUNICIPIOS E AS ECONOMIAS CRIATIVAS

- Instituir Mercados e Stands de Produtos locais e artesanais, em todos os municípios;
- Parceria na produção de eventos permanentes, estabelecidas em Protocolo para longo prazo;
- Instituir os cinco Eventos Internacionais Municipais: Teatro; Culinária e Artes Populares; Carnaval; Festas Juninas; Música Temática típico de cada região, como actividades geradoras de rendimentos.
- Capacitacao tecnica dos agentes culturais e dos vereadores.



# EXPORTAÇÃO DA CULTURA

- Reconfigurar os Eventos Nacionais com carácter internacional (Festivais de Teatro, Música, etc.) de forma a serem veículos de exportação da cultura.
- Alargar a co-produção a todos os eventos culturais do país e transformá-los em atracções turísticas e meio de exportação
- Criar o Bureau de Eventos, Exportação da Música e de Bens Culturais de Cabo Verde – BEM CV;
- Promover a participação de Produtores nacionais em mercados musicais mundiais
- Exportar a marca « ***Cabo Verde***” como identidade e símbolo;
- Criação de um mercado mundial para profissionais da Música
- Criação de uma Zona Franca para Bens Culturais.



# EXPORTAÇÃO DA CULTURA

- Criar incentivos especiais para a Exportação para o mercado da CPLP;
- Desenvolver Semanas de Cabo Verde no exterior;
- Acesso ao Mercado Internacional de produtos típicos agro-alimentares e artesanais;
- Mobilizar competências caboverdeanas e pô-las ao serviço da afirmação e apresentação de CV no Mundo;

## DIÁSPORA

- Instalar Casas de Cultura em comunidades no exterior;
  - Formar animadores culturais específicos na Diáspora;
  - Recrutar Curadores Culturais e Representantes Honorários do Ministério da Cultura;
  - Atualizar e instituir Semanas de Cabo Verde em todas as comunidades, de forma periódica;
  - Participar na concretização do Instituto Eugénio Tavares.
- 

# CRIOLIZAÇÃO

- Trabalhar a Diplomacia Cultural com base na Crioulização do Mundo;
- Criar o Museu do Mundo na Cidade Velha, sob o conceito da crioulização;
- Instituir o evento mundial “ **Encontro dos Crioulos do Mundo**”, em parceria com as Nações Unidas, a União Africana e a União Europeia, envolvendo a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, a Commonwealth, a Franconfonia, a União Latina e a OEA.
- Criar a marca e difundi-la em todos os suportes de obras e acções de caboverdeanos (CD's, DVDS, filmes, postais, emissões, publicações, etc. e na web)



# EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

- Instalação de Casas de Cultura nos bairros;
- Criar Nacional de Educação Artística
- Criar programas de incentivo ao Plano Nacional de Leitura, com gestos criativos como “Ler nas Paragens”, “Salas de Espera”, Lugares Públicos, Aeroportos, etc.;
- Formação de professores bibliotecários;
- Promover o ensino formal e informal das artes através das redes de professores;
- Formar na Arte e Cultura competências para o mercado de trabalho, em parcerias com as universidades, centros de formação e iniciativas privadas;
- Participar na reforma curricular, propondo a introdução da música e da Cultura Nacional, (Leitura, museus, etc, expo), na Educação pela Arte.
- Formar na perspectiva da microeconomia e criação de emprego nos bairros

# INSTITUCIONAL

- Criar nova Orgânica do MC, virada para as Artes e para as Economias Criativas;
- Criar uma agência para a Agenda Cultural Única e Booking;
- Modernizar o Arquivo Nacional e a Biblioteca Nacional e transformá-los em símbolos da identidade do país e prestadora de serviços ao Turismo;
- Aumentar o nível de tecnicidade
- Aplicar e rever o Estatuto do Investigador;
- Enquadrar os Centros Culturais;
- Criar um Serviço de Apoio Social, como um sistema alternativo e complementar de Previdência Social e Fundo Mutualista para os artistas, agentes culturais e funcionários do MC
- Criar no Mindelo, no Sal e na Boavista os Centros Culturais especiais viradas para o Turismo;
- Criar o Ballet Nacional de Cabo Verde;
- Criar a Orquestra Nacional;
- Criar Academias;
- Desenvolver Políticas de Educação para o Bom Gosto.



# DIREITOS DE AUTOR

- Instituir, em parceria com o MTIE, Ministério do Turismo, Indústria e Energia, o IPICV, Instituto da Propriedade Intelectual de Cabo Verde revendo os Estatutos e dotá-lo de mais competências;
- Legislar sobre os Direitos Morais;
- Legislar sobre os copyrights (execução pública) e os royalties;
- Legislar sobre a obrigação de pagamento, aprovando tabelas;
- Legislar sobre a captação, a cobrança e a distribuição dos Direitos;
- Implementar a parte do registo e captação e distribuição – Música;
- Reforçar a SOCA com meios humanos e materiais;
- Negociar as taxas sobre Energia, Telecomunicações, Alfândegas.
- Lei de intermediação artística e cultural;
- Lei de Quotas nas Mídias;



# DIREITOS DE AUTOR

- Criar a Lei de Protecção de Direitos de Autor;
- Criar a Lei de cadastramento, licenciamento e exercício da actividade cultural;
- Legislar sobre a poluição áudio-visual;
- Legislar os festivais de música municipais;
- Legislar sobre a taxação e covers culturais;
- Regulamentar a aplicação das Leis Inspectoras da Cultura (espectáculos, Direitos do Autor, quotas de difusão, etc.).



# ORGANIZAÇÃO E ACESSO

- Criar a Base de dados geral dos criadores e agentes nacionais – Sistema de Informação da Cultura (SiCultura);
- Instituir o Fórum Cultural Nacional;
- Colocar o acesso ao Ministério e aos projectos on line;
- Desenvolver o Programa “Criamos Juntos”, para ir ao encontro dos eventos e iniciativas locais;
- Criar Fóruns de Cultura a três níveis: Municipal, Nacional e internacional;
- Ter balcões “Cultura” nos serviços da Administração Pública, nomeadamente: Registos e Notariado, Casa do Cidadão e também nos Consulados e Embaixadas;
- Propor e nomear representantes honorários do Ministério da Cultura, com sedes municipais;

# ORGANIZAÇÃO E ACESSO

- Criação da Carteira do Profissional da Arte;
- Criar portfólio de apoio à imagem do artista (cartão de visita, site, rede social, venda de seus produtos);
- Estruturar o sistema de apoios e patrocínios, cartas de conforto e declarações, através de editais públicos, concursos, selecção pública;
- Criar Serviços de Estatística da Cultura e Observatórios para a Cultura.



# PATRIMÓNIO MATERIAL E IMATERIAL

- Inventariar e roteirizar o património cultural;
  - Realizar uma Campanha de Classificação do Património a nível Mundial, Nacional e Municipal;
  - Dinamizar os museus;
  - Implementar o programa “Um Museu em Cada Município”
  - Instalar Casas de Memória com parcerias municipais;
  - Criar os seguintes museus:
    - Museu do Mar
    - Museu da Música
    - Museu do Café
    - Museu do Grogue
    - Museu da Tecnologia
    - Museu das Romarias;
    - Museu Amilcar Cabral;
  - Propor mais candidaturas a património da UNESCO como forma de promoção;
  - Criar parcerias público-privadas para a exploração do património subaquático;
- 

# BIBLIOTECA

- Criar programas de incentivo à leitura;
- Formar de professores bibliotecários;
- Criar o acervo *up to date* do Mundo, em parceria com a Biblioteca da Unesco;
- Criar a Central única de Edições do Ministério da Cultura;
- Criar o Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas;
- Implementar o ISBN, ISSN, ISMN e o depósito legal;
- Implementar Programas de e-learning, e-book e bibliotecas digitais.



# TRADIÇÕES ORAIS E POPULARES

- Criar o Laboratório de Tradições Orais e Populares – LABTOP;
- Reavivar criações antigas na música e artesanato;
- Reavivar os contadores de história;
- Inventariar o patrimônio imaterial



# QUE PROGRAMAS PARA OS PRÓXIMOS ANOS?

- Banco de Cultura
- Bairro Criativo e Casas de Cultura
- RENDA (Rede Nacional de Distribuição do Artesanato)
- RNSALAS (Rede Nacional de Salas)
- MUSEUS (Um Museu para Cada Município)
- Exportação da Cultura (Bureau Export)
- Reforma Institucional (Nova Orgânica)
- Sistemas de Bibliotecas e Arquivos
- Orquestra e Ballet Nacionais
- Sistema Nacional de Educação Artística
- Classificações Patrimoniais



# ENQUADRAMENTO

*São programas que respondem de forma transversal às análises dos constrangimentos, às soluções propostas e ao aproveitamento das oportunidades que se nos apresentam, visando:*

- A participação da Cultura no crescimento económico
  - A criação de emprego com base na microeconomia
  - O equilíbrio na balança de pagamentos
  - A redução da pobreza
  - A formação e a criação de bases para a potencialização de talentos
  - A melhoria da qualidade de vida dos agentes culturais e da população através do binómio Cultura/Turismo.
  - A inserção social e a responsabilização do cidadão
  - A exportação da imagem do país através da cultura e do Turismo.
- 

# FINANCIAMENTO DA CULTURA

## Descrição do projecto

- Implementação da lei do mecenato através da sensibilização e campanhas de adesão.
- Criação e distribuição de taxas para o financiamento da Cultura.



# FAAC/BANCO DE CULTURA: O QUE É?

- O Fundo Autónomo de Apoio à Cultura – FAAC, foi criado pela resolução nº 38/2002, de 23 de Outubro, regulamentada pelo Decreto Regulamentar nº4/2002, nos termos do nº1 do artigo 6º da lei nº96/V/99 de 22 de Março.
- O FAAC tem por objecto contribuir para a preservação, defesa e valorização do património cultural cabo-verdiano.



# VISÃO

“O Fundo Autónomo de Apoio à Cultura pretende ser, nos próximos 10 anos, a maior Instituição de apoio e de financiamento de projectos culturais do País, beneficiando artistas e agentes culturais com financiamento de projectos em condições adequadas à natureza de cada um. “





## VISÃO (CONT.)

Com esta estratégia o FAAC pretende fazer da cultura um activo a serviço do desenvolvimento de Cabo Verde, capaz de gerar renda, potenciar a criação de emprego, melhorar a qualidade de vida e fomentar a coesão e a inclusão social dos artistas e agentes culturais nacionais.”





## VANTAGENS DO MODELO PROPOSTO

- ✓ Efeito multiplicador: a utilização do depósito à prazo como garantia amplia o acesso ao crédito para o sector da cultura;
- ✓ Boa relação custo/benefício (decorrente da estrutura leve do Fundo e da parceria com o banco);
- ✓ Garante auto-sustentabilidade financeira do Fundo, pelo menos num horizonte de 10 anos;
- ✓ Contribuirá para que as actividades culturais sejam efectivamente fontes de geração de renda e de desenvolvimento.





# RESULTADOS ESTIMADOS

## (AO LONGO DE 10 ANOS)

- ✓ Aproximadamente 33 projectos financiados a fundo perdido anualmente, a um custo médio de 300 contos/cada;
- ✓ Cerca de 43 projectos financiados anualmente a título reembolsável, a um custo médio de 1.000 contos;
- ✓ Prestação de garantia a cerca de 242 projectos anualmente, a um custo médio de 500 contos/cada;
- ✓ Total de projectos financiados ao longo de 10 anos (a fundo perdido + reembolsáveis + garantidos) = 3.181



# RESULTADOS ESTIMADOS

(Valores em contos)

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10	TOTAL
Total de recursos aplicados em projectos culturais											
- A fundo perdido	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	100.000
- Reembolsável	40.000	51.333	65.878	44.543	45.830	44.271	38.149	36.338	33.648	30.638	430.629
- Com garantia de DP	188.858	148.858	108.858	108.858	108.858	108.858	108.858	108.858	108.858	108.858	1.208.577
<b>TOTAL</b>	<b>238.858</b>	<b>210.191</b>	<b>184.736</b>	<b>163.401</b>	<b>164.688</b>	<b>163.129</b>	<b>157.007</b>	<b>155.195</b>	<b>152.506</b>	<b>149.496</b>	<b>1.739.206</b>
Total de projectos financiados											
- A fundo perdido	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	333
- Reembolsável	40	51	66	45	46	44	38	36	34	31	431
- Com garantia DP	378	298	218	218	218	218	218	218	218	218	2.417
<b>TOTAL</b>	<b>451</b>	<b>382</b>	<b>317</b>	<b>296</b>	<b>297</b>	<b>295</b>	<b>289</b>	<b>287</b>	<b>285</b>	<b>282</b>	<b>3.181</b>

# MICROECONOMIA ATRAVÉS DA CULTURA

- ❖ **Bairro Criativo**, foi concebido e elaborado pelo Ministério da Cultura de Cabo Verde da VIII legislatura (2011-2016).
- ❖ **Casas de Cultura** – espaços de manifestação cultural, catalisador das primeiras potencialidades criativas do bairro. Sua implementação garante o acesso de todos os residentes da comunidade ao mundo da cultura: artistas, potenciais artistas, jovens, adultos, mulheres, homens, crianças, deficientes, idosos, emigrantes, etc. Um espaço de promoção, criação, divulgação, experimentação, intercâmbio e reflexões culturais em todas as suas formas de manifestação.



# BAIRRO CRIATIVO

## Jardim das Artes

A acção que caracteriza os primeiros passos do Bairro Criativo e tem como público-alvo crianças e adolescentes (2-18 anos de idade) das comunidades referidas. Tem a missão de permitir através das artes a integração efectiva de crianças e adolescentes, intervindo de forma a potencializar as suas capacidades, colaborando com os pais no seu processo educativo e abrindo novas perspectivas ao seu crescimento e desenvolvimento.



# BAIRRO CRIATIVO

## Cultura e Cidadania

Cultura como Instrumento de transmissão de valores e identidades, de Educação para a Cidadania – Esta é de facto a perspectiva que perpassa todas as acções do Programa Bairro Criativo. A acção Cultura e Cidadania condensa todas as actividades que visam desenvolver conhecimentos, atitudes e valores que capacitem os residentes a: desempenhar um papel activo na sua comunidade e a compreender a importância do cidadão activo; a estar informado e consciente dos seus direitos, responsabilidades e deveres; a estar informado, conhecer e compreender o funcionamento das instituições do país, delas usufruir e participar.



# BAIRRO CRIATIVO

## Aprendendo no Bairro

Consiste no aprendizado de artes e ofícios dentro dos próprios Bairros e também, é uma forma de valorizar o saber local e tradicional. Envolve todas as actividades que possam garantir o conhecimento e a transmissão de “saber fazer” aos locais, como forma de resgatar a história das relações sociais e culturais do trabalho nas ilhas, tendo em conta que muitas profissões, ofícios, conhecimentos e aptidões foram despertados e desenvolvidos nas esquinas dos nossos bairros; aprendeu-se muito com um vizinho ou vizinha, com pai ou outro parente, enfim com um cidadão ou cidadã do nosso Bairro: o sapateiro, a doceira, o barbeiro, a cabeleireira, a costureira, o alfaiate, o mecânico, a mestre ou mestre em farmacopeia tradicional (“ramedi di terra”), o músico, a parteira, a bordadeira, o tecelão, a oleira, etc. É a informalização da formação para o trabalho.

*O objectivo é que estas competências sejam reconhecidas através de um processo oficial de qualificações. Essa acção de resgate tradicional e de capacitação profissional, não formal, destina-se principalmente aos jovens excluídos do sistema formal de formação*

# BAIRRO CRIATIVO

## Nosso Negócio/Nosso Ambiente

Pretende fomentar o emprego e auto emprego através de actividades geradoras de rendimento (AGR) no próprio bairro ou a partir do bairro, com acompanhamento e orientação de Instituições vocacionadas.

A acção visa garantir às famílias mais vulneráveis, informações, formações e outros instrumentos que possibilitem acesso às actividades de geração de renda. Seria uma forma de conferir-lhes sustentabilidade económica e dignidade social, com vista a fomentar a participação plena de todos nas demais Acções do Programa Bairro Criativo. Destina-se a famílias com rendimento mensal esporádico ou precário; a jovens e adultos dinâmicos que queiram iniciar um negócio ou desejam aprimorar e aprender a melhor gerir uma actividade já iniciada.



# BAIRRO CRIATIVO

- Esta acção procura parceiros que financiem a *Fundo Perdidos* essas actividades, orienta os interessados para instituições de microcrédito e aproveita, também, as tradições mutualistas existentes no bairro.
- Para além da AGR a acção contempla uma outra dimensão: o embelezamento, a manutenção e reabilitação das moradias da comunidade. A acção pretende apoiar-se na “estética” e melhoria das condições habitacionais das moradias – em especial aquelas que apresentam risco (desabamento, desmoronamento) para as famílias. Seria uma forma de permitir que as famílias tenham maior dignidade, vivam de forma segura dentro dos seus lares e que se sintam felizes com a aparência do Bairro.



# ECONOMIAS CRIATIVAS

- Elaboração de estudos sobre o impacto na economia nacional
- Elaboração de estudos sobre a certificação do artesanato



# INDÚSTRIAS CRIATIVAS



# INDÚSTRIAS CRIATIVAS

- Carnaval
- Festas de Romarias
- Festivais de Teatro, música, dança
- Eventos de gastronomia e outros
- Feiras



# FESTAS MUNICIPAIS

FESTAS DE ROMARIAS E MUNICIPAIS				
Município	Data	Público festival (média 3 dias)*	Participação romaria **	Volume de Negócios em escudos *** (estimativa)
Tarrafal, Santiago	15. Janeiro	15 mil	10 mil	30.000.00
Rª Gde, Sto Antão	17. Janeiro		10 mil	5.000.000
São Vicente	22. Janeiro	40/ 80 mil (2 dias)	5 mil	
São Domingos	13. Março	2 mil	4 mil	
São Filipe	01. Maio	25 mil (5 dias)	20 mil	
Praia	19. Maio	40/ 80 mil	6 mil	
Paul	13. Junho	2 mil	4 mil	8.000.000\$00
Paul	13. Junho	2 mil	4 mil	
Brava	24. Junho	2 mil	2 mil	
Boavista	04. Julho	7 mil	3 mil	
SÃO SALVADOR DO MUNDO (festa Senhor do Mundo)	Anualmente, 2.º Domingo depois da Páscoa	7 mil	10 mil	10.000.000
Rª Grande de Santiago	23. Julho	5 mil	12 mil	
Santa Cruz	25. Julho	5 mil	7 mil	
Tarrafal de São Nicolau	02. Agosto	5 mil	5 mil	20.000.000
São Lourenço dos Orgãos	10. Agosto	3 mil	6 mil	
Mosteiros	15. Agosto	4 mil	9 mil	
Porto Novo	02. Setembro	5 mil	9	
Maio	08. Setembro	4 mil	4 mil	
Sal	15. Setembro	10 mil	20 mil	
São Miguel	29. Setembro	2 mil	2 mil	
Santa Catarina, Fogo	25. Novembro		30 mil	
Santa Catarina, Santiago	25. Novembro	3 mil		
Ribeira Brava	06. Dezembro	1,5	3 mil	15.000.000

\*Dados avançados pela empresa de produção Marius Produções

\*\*/\*\*Dados estimados oferecidos pelas Câmaras Municipais.



# **RENDA** (REDE NACIONAL DE DISTRIBUIÇÃO DE ARTESANATO)

A implementação da RENDA será feita em várias acções distintas, porém fortemente interligadas e complementares entre si. São elas:

- **FONARTES- FÓRUM NACIONAL DE ARTESANATO**
- **FORMAÇÃO E CRÉDITO A 100 (CEM) JOVENS DE TODO O PAÍS (INTERMEDIÇÃO NA VENDA DE ARTESANATO)**
- **PONTOS CERTIFICADOS DE VENDA DO ARTESANATO**
- **FEIRAS MUNICIPAIS DE ARTESANATO**
- **MERCADO DE ARTESANATO DO SAL**



# RNSALAS

A Rede Nacional de Salas é um circuito de infra-estruturas que permite a circulação e, conseqüente, a divulgação de vários bens culturais de Cabo Verde, como a música, o cinema, o vídeo, a dança, o teatro, o artesanato, as artes plásticas e a literatura.



# RNSALAS

## REDE NACIONAL DE SALAS



## FORMATO DA REDE

A Rede Nacional de Salas é formada por 3 (três) tipos de Rede:

“ ***A Rede On tour***

Esta rede é constituída Pelas Salas pertencentes aos Centros Culturais e Cine-Clubes dos Municípios

“ ***A Rede de Salas de Ensaios***

Esta rede é constituída pelas salas de ensaio e outros espaços informais que são geridas pelos Municípios, Paróquias e Grupos Culturais

“ ***A Rede Constituída por Hotéis, Bares e Restaurantes***



# FUNCIONAMENTO DA RNSALAS

## Rede On Tour

- Seleccção dos Bens Culturais
- No final de cada ano, o Ministério da Cultura, em parceria com os Municípios, fará uma selecção de 10 artistas e/ou grupos, representando vários bens culturais.

## Rede Salas Ensaios

- O Ministério da Cultura fará intervenção a nível das condições técnicas
- O Ministério da Cultura colocará à disposição das referidas Salas um Kit composto por um Televisor, um projector de Vídeo e um Leitor Multimédia
- Os Municípios se comprometem a incentivar a utilização das referidas Salas para ensaios e apresentações dos seus trabalhos

## **Benefícios a Curto Prazo**

- Emprego directo a cerca de 10 a 12 pessoas por cada bem cultural em circulação
- Emprego Indirecto a cerca de 20 a 25 pessoas por cada bem cultural em circulação
- Segurança financeira para os artistas, com consequentes ganhos a nível da criatividade e estabilidade emocional
- Criação a curto prazo de uma agenda da cidade em todos os Municípios do País
- Criação de um público para o consumo de Bens Culturais
- Incentivo ao surgimento de artistas com uma maior preocupação estética e consequente melhoria da qualidade dos trabalhos produzidos.
- Melhoria da Estética Geral dos espaços culturais dos Municípios

## **Benefícios a Longo Prazo**

- Contribuir para tornar Cabo Verde, de facto, num país com um património cultural sólido
  - Contribuir para atrair mais visitantes aos Municípios, com a criação da Rede
  - Autonomia criativa dos artistas
  - Contribuir para a criação de uma competitividade saudável entre os artistas
  - Aumento de produção de bens culturais, com mais qualidade
- 

# REDE NACIONAL DE MUSEUS



# REDE NACIONAL DE MUSEUS

## *Projecto “um museu para cada município”*

Visa munir cada Município de infra-estruturas Culturais que garantam a preservação, conservação e divulgação do património cultural de cada localidade. Valorizando, desse modo, o contributo de cada Município e de seus moradores na preservação e crescimento da Cultura Cabo-verdiana. O projecto *“um museu para cada município”* surge, assim, para colmatar a carência no domínio da preservação do património e divulgação da cultural local – Uma forma de potencializar e divulgar essa mesma cultura, fazendo-a uma fonte de atracção turística, de geração de rendimentos e de criação de empregos.



# REDE NACIONAL DE MUSEUS

## Objectivos

- Implementar Museus Municipais, visando: Preservar, Promover e potencializar a cultura, material e imaterial, de todos os Municípios, permitindo maior educação patrimonial e o aumento da auto-estima dos mesmos;
- Garantir a cada comunidade e ao seu morador/cidadão participar na vida cultural da sua localidade, a ter acesso e contribuir para o desenvolvimento cultural e histórico nacional.
- Criar atractivos e produtos turísticos
- Rentabilizar o património cultural.



# EXPORTAÇÃO DA CULTURA



# BEM\_CV

*O BEM\_CV (na Orgânica do MC é o Núcleo de Exportação da Música e dos Bens Culturais de Cabo Verde) é um embrião de um futuro Bureau Export (terminologia internacional) independente, que será dotado de uma comissão constituída por profissionais membros, que analisarão e avaliarão os dossiers para obtenção de incentivos.*

- Dará a um numero razoável de profissionais da área condições para competirem em pé de igualdade com os artistas e agentes internacionais.
- Dará contributo para a criação de riqueza; Cria emprego e promove a visibilidade do País no panorama Global.

# ESTRATÉGIAS PARA A EXPORTAÇÃO DE CABO VERDE PELA CULTURA

## 1. Exportar cá dentro:

a) **TURISMO BASEADO NA CULTURA:** A cultura pode ser exportada de forma económica e eficaz através dos circuitos turísticos, de colocação dos bens nos hotéis, portos e aeroportos, na realização de feiras e roteiros para a recepção de barcos cruzeiros, da elaboração da agenda cultural única para o país, da edição de guias e merchandisings. É uma boa opção porque não implica custos com deslocações e estadia, processos aduaneiros ou despesa cambial.

Foco: Artesanato, moda, audiovisual, património material e imaterial

b) **TURISMO DE EVENTOS:** Realização de eventos com forte mobilização de profissionais da área, como agentes, managers, editores, publishers, promoters e produtores, conferencistas, etc.

# ESTRATÉGIAS PARA A EXPORTAÇÃO DE CABO VERDE PELA CULTURA

## 2. Live no exterior

- a) **COLOCAÇÃO DOS ARTISTAS E BENS NOS MERCADOS DE ESPECTÁCULOS,** concertos, festivais, feiras, galerias e conquistas de espaços nos mercados, através de acções e parcerias publico-privadas.
  
- b) **SEMANAS CULTURAIS DAS COMUNIDADES:** exportar através das comunidades de caboverdeanos no estrangeiro.



# FEIRA MUSICABOVERDE 2013

## MERCADO MUNDIAL DA MÚSICA EM CABO VERDE

### VANTAGENS COMPETITIVAS PRÓPRIAS

- Prestígio musical e cultural
- Cultura Crioula
- Situação geográfica
- Clima
- Estabilidade
- Parceria do Estado

### VANTAGENS COMPARATIVAS

- Mercado Global (pluri continental)
- Mercado dos mercados (o único que tem como parceiros os mercados concorrentes)
- Apoio da World Music Business (personalidades mundiais)



# ZONA FRANCA

*Criação da uma **Zona Franca Cultural** (Cabo Verde como Hub do negócio Sul-Sul) para bens culturais (Cd's, livros, moda, cinema, equipamentos de suporte a espectáculos).*

- Seria uma Feira permanente para a Cultura, em que os produtores do Mundo inteiro expõem e vendem sem qualquer taxaço, ou com taxaço especial, bens como instrumentos, suportes e acessórios musicais, estruturas para espectáculos, equipamentos de produço audiovisual, tecnologias, softwares, programas, etc.; e os compradores do Sul adquirem os mesmos bens a preços competitivos e a meio caminho entre o país do produtor e o do consumidor.
- Por seu turno, os países do Sul teriam um grande mercado para os produtos artesanais e bens imateriais como música, dança, etc., altamente consumidos no Norte.

Parceiros: MFP, CI, FIC, MTIE, TACV, privados.



# OBJECTIVOS

- Fomentar a exportação e internacionalização da musica e dos bens culturais de cabo verde
- Ajudar a financiar os promotores que exportam a cultura de cabo verde.
- Informar o sector
- Promover os produtos e agentes culturais
- Integrar entidades como MIREX, MDC, CI, TACV e investidores privados num único sistema de exportação de cultura.



# CLASSIFICAÇÃO DO PATRIMÓNIO

*“Promover a salvaguarda e a valorização do património cultural, histórico e arquitectónico”. Esse apelo está espelhado, quer nos estatutos das diversas instituições da área do património quer nos vários programas dos sucessivos governos como se pode constatar no programa de governo para a VIII legislatura 2011- 2016 “... o Governo irá formular e implementar uma política cultural virada para o desenvolvimento, dando atenção especial... à valorização do património cultural e de uma rede de “lugares de memória ...”.*



# CLASSIFICAÇÃO DO PATRIMÓNIO

*É neste contexto, que o IIPC vem executando o projecto “Inventário Nacional do Património Cultural Imóvel”, sendo uma das actividades a Classificação do Património*

Centros Históricos de Cabo Verde já classificados a Património Nacional:

- ✓ CENTRO HISTÓRICO DO MINDELO
- ✓ CENTRO HISTÓRICO DA PRAIA
- ✓ CENTRO HISTÓRICO DE SÃO FILIPE
- ✓ CENTRO HISTÓRICO DE NOVA SINTRA
- ✓ E AINDA O SÍTIO HISTÓRICO-NATURAL DA SALINA DE PEDRA DE LUME.

**Nos próximos 5 anos Vários serão os patrimónios materiais e imateriais a serem propostos a classificação nacional e mundial**

# BALLET NACIONAL DE CABO VERDE

## Ballet'n CV

*Nas últimas décadas, Cabo Verde tem-se notabilizado internacionalmente como celeiro de artistas, em várias áreas das Artes, como a Dança, o Teatro e a Música. São vários os artistas que de forma espontânea, criativa e irreverente, têm feito um percurso importante em Cabo Verde e pelo mundo fora.*

- Para fortalecimento dessa imagem, o Ministério da Cultura propõe a fundação do Ballet Nacional de Cabo Verde, o Ballet'n CV, uma instituição que traz em si o objectivo não só de formar plateia, mas de investir na formação de novos profissionais e principalmente de aprimorar o talento dos já existentes e projectar a imagem do país no domínio das artes.
- O Plano Estratégico Intersectorial (Plei Cultura) do Ministério da Cultura de Cabo Verde, documento orientador das políticas culturais, pretende, entre vários outros objectivos, a criação do Ballet Nacional de Cabo Verde para o ano de 2012, de modo a dar-lhe tempo de se consolidar e se expandir nos próximos 4 anos.

# LINGUAGEM ESTÉTICA DO BALLET´N CV

- O Ballet´n CV irá funcionar orientado por uma grande procura de uma linguagem estética muito original, fortemente ancorada na matriz da cultura de Cabo Verde, com destaque para as danças populares/folclóricas, a música, o teatro, a paisagem, etc.; Esta linguagem terá nela as tendências da dança contemporânea Universal.
- A Cenografia e os adereços serão sempre inspirados e baseados no ambiente das nossas 10 ilhas, bem como nos espaços no Mundo por onde andam cabo-verdianos; convidando artistas plásticos para darem o seu contributo na sua criação;
- Será priorizada a valorização dos instrumentos de trabalho do cabo-verdiano;
- A Companhia tentará ter sempre no seu repertório, músicas originais e criadas especificamente para a Companhia;
- Os figurinos serão criados de raiz, contribuindo para a divulgação e preservação dos nossos tecidos. Far-se-á uma nova abordagem e valorização desses tecidos.

# ORQUESTRA NACIONAL DE CABO VERDE

*Nas últimas décadas, Cabo Verde tem-se notabilizado internacionalmente como celeiro de artistas, em várias áreas das Artes, como a Dança, o Teatro e a Música. São vários os artistas que de forma espontânea, criativa e irreverente, têm feito um percurso importante em Cabo Verde e pelo mundo fora.*

- Para fortalecimento dessa imagem, o Ministério da Cultura propõe a Criação da Orquestra Nacional de Cabo Verde, uma instituição que traz em si o objectivo não só de formar plateia, mas de investir na formação de novos profissionais e principalmente de aprimorar o talento dos já existentes e projectar a imagem do país no domínio da Música.
- Como complemento, com o objectivo de corrigir as assimetrias regionais, promover a criação e dinamizar a oferta cultural, pretende ainda criar 22 Bandas Municipais, isto é, um para cada Concelho do país.

# ORQUESTRA N´CV

*Para a sua concretização e alinhado com o Plano Estratégico Intersectorial (Plei Cultura), documento orientador das políticas culturais do país, o Ministério da Cultura de Cabo Verde, pretende levar a cabo:*

- Até final de 2012 – captação / aquisição de instrumentos para a Orquestra Nacional de Cabo Verde;
- Até final de 2012 - operacionalização da Orquestra Nacional de Cabo Verde;
- Até final de 2012 – captação / aquisição faseada de instrumentos para as bandas municipais;
- Até final de 2013 - operacionalização de 22 Bandas Municipais, com a previsão de criação de 7 bandas até finais de 2013, 7 bandas até finais de 2014, 8 bandas até finais de 2015.



○ Obrigado

