

**Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa
Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas**



**Uma ponte entre as indústrias criativas
no Norte de Portugal e na região de Macau – China**

**Gestão de Indústrias Criativas
2011-2012**

José Cardoso

Professor Orientador: Álvaro Manuel Mendes Barbosa

Setembro de 2012

Dedicatória

À Ana, companheira e alicerce de vida;

A toda a família, pelo suporte e crença em mim;

Ao Professor Álvaro Barbosa, pela motivação e apoio incondicional;

À Anita, pela inspiração;

À lembrança da Matilde;

Resumo

O Norte de Portugal e a Região Administrativa Especial de Macau têm em comum uma estratégia regional de dinamização de um *Cluster* de Indústrias Criativas.

A aposta na cultura e criatividade volta, assim, a aproximar dois territórios que mantêm uma relação política, diplomática e histórica com cerca de 500 anos, podendo a portugalidade (a par de outros elementos remanescentes da presença do nosso país em Macau), funcionar como impulsionadora desta aproximação.

Não apenas ao nível das parcerias comerciais em geral, mas em particular naquilo que à criatividade diz respeito, o relacionamento dos dois países (Portugal/China) e das duas regiões (Norte de Portugal/Macau) tem ainda muito por onde evoluir, com vantagens para ambas as partes.

Seja através de agências criadas para o efeito (como é o caso da ADDICT, no Norte de Portugal) ou da acção directa dos próprios governos (Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas do Instituto Cultural, em Macau), os laços culturais que unem as duas regiões poderão proporcionar portas de entrada para uma colaboração efectiva nesta área.

Tirando partido da relação privilegiada entre a Universidade Católica do Porto e a Universidade de São José em Macau, pretende-se com esta dissertação realizar um estudo de diagnóstico e análise de oportunidades e desafios para potenciais colaborações entre os dois *clusters*.

Palavras-chave: Indústrias Criativas, Criatividade, Macau, Norte Portugal, Cultura, *Cluster*

Índice de Conteúdos

Lista de Figuras	1
Lista de Tabelas	2
Glossário	3
1 Introdução	4
1.1 Motivação para a realização deste estudo	4
1.2 Estrutura da dissertação	5
2 Enquadramento - Macau nas relações Portugal / China	6
2.1 Perspectiva histórica	6
2.2 Caracterização económica	12
2.2.1 China	12
2.2.2 Macau	15
2.2.3 As relações União Europeia / China	18
2.2.4 As relações União Europeia / Macau	20
2.2.5 As relações Portugal / China - Macau	22
3 Revisão do Estado da Arte	25
3.1 As Indústrias Criativas em sentido geral	25
3.2 As Indústrias Criativas na Europa e na China	31
3.2.1 Na Europa	31
3.2.2 Na China	35
3.2.3 Nas relações União Europeia / China	43
3.3 As Indústrias Criativas no Norte de Portugal e em Macau	48
3.3.1 No Norte de Portugal	48
3.3.2 Em Macau	55
4 Metodologia	59
5 Desenvolvimento do Projecto de investigação	61
5.1 Análise de entrevistas	61

5.1.1 A perspectiva Portuguesa	61
5.1.2 A perspectiva Macaense	69
5.2 Análise de inquéritos	84
5.2.1 Inquéritos aos alunos da Universidade Católica - Porto	84
5.2.2 Inquéritos aos alunos da Universidade S. José - Macau.....	87
5.3 Análise dos resultados obtidos.....	91
6 Conclusão.....	94
Referências e Bibliografia	99
APÊNDICE A: Listagem de entrevistas realizadas.....	104
APÊNDICE B: Guião da entrevista.....	105
APÊNDICE C: Transcrição de entrevistas (Portugal).....	106
APÊNDICE D: Transcrição de entrevistas (Macau)	122
APÊNDICE E: Inquérito (Portugal)	159
APÊNDICE F: Inquérito (Macau).....	160
APÊNDICE G: Resultados dos Inquéritos (Portugal).....	161
APÊNDICE H: Resultados dos Inquéritos (Macau).....	166
ANEXO A: Programa do XVIII Governo Constitucional – Artes e Indústrias Criativas e Culturais	172
ANEXO B: Programa do XIX Governo Constitucional – Indústrias Criativas, Direitos dos Criadores e Produtores	174
ANEXO C: Classificação das Actividades Económicas de Macau. CAM, 1997	176
ANEXO D: Classificação das Ocupações Profissionais de Macau. COPM, 1997	177

Lista de Figuras

Figura 1 - Materdei, vulgo Ruínas de S. Paulo, Macau.....	7
Figura 2 - Mapa de Macau.....	9
Figura 3 - Gráfico representativo da evolução da receita bruta proveniente do jogo, em Macau, entre 2006 e 2011.....	15
Figura 4 - O mapa de Portugal, clusterizado por Michael Porter	30
Figura 5 - “Made in China”	36
Figura 6 - “EU-China High Level Cultural Forum”	47
Figura 7 - Logotipo da ADDICT	53
Figura 8 - Centro de Criatividade Digital da Universidade Católica – Porto.....	54
Figura 9 - Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas de Macau	56
Figura 10 - Esquízo daquilo que poderá vir a ser a Hengqin Island ou Ilha da Montanha	59
Figura 11 - Gráficos relativos às respostas dos alunos da UCP à questão 5 do inquérito.....	85
Figura 12 - Gráficos relativos às respostas dos alunos da UCP à questão 7.1 do inquérito....	85
Figura 13 - Gráfico relativo às respostas dos alunos da UCP à questão 7.2 do inquérito.....	86
Figura 14 - Gráficos relativos às respostas dos alunos da USJ à questão 5 do inquérito	88
Figura 15 - Gráficos relativos às respostas dos alunos da USJ à questão 7.1 do inquérito.....	88
Figura 16 - Gráfico relativo às respostas dos alunos da USJ à questão 7.2 do inquérito	89
Figura 17 - Gráficos relativos às respostas dos alunos da USJ e UCP à questão 7.3 do inquérito.....	93

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Montantes envolvidos na importação, por parte da China, de produtos Portugueses.....	22
Tabela 2 - Montantes envolvidos na importação, por parte de Macau, de produtos Portugueses.....	23
Tabela 3 - Sectores das Indústrias Criativas, por país	27

Glossário

Indústrias Criativas: actividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual.

Economia criativa: aparece como uma mudança das estratégias de desenvolvimento mais convencionais, centradas nas determinantes dos termos de comércio e com foco na fabricação industrial, para uma abordagem holística multidisciplinar, que lida com a interface entre a economia, a cultura e a tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objectivos de mercado.

Cluster: agrupamentos geográficos de empresas do mesmo sector, fornecedores de produtos e serviços e instituições associadas que cooperam e competem entre si.

Criatividade: é considerada uma capacidade humana, chave da evolução da humanidade. Há quem defenda que a criatividade se produz por meio da interacção entre os pensamentos de uma pessoa e um contexto sócio-cultural; há casos em que pode exteriorizar-se naturalmente da própria personalidade humana, por se tratar de uma função da mente humana; por vezes também precisa ser activada por meio dos estímulos internos e externos. A criatividade representa a emergência de algo único e original.

Entretenimento: é o conjunto de actividades que o ser humano pratica sem outra finalidade que não o prazer. É o desvio para coisas diferentes das que preocupam. Pode ser um desporto, uma arte. É uma distracção, um passatempo.

1. Introdução

1.1. Motivação para a realização deste Estudo

Na edição de 2011 do Portugal Criativo, Fernando Freire de Sousa afirmou: “o futuro pertence aos artistas e aos chineses, e eu não sou chinês”.

De facto, desde que a China estrategicamente se transformou na “fábrica do mundo”, assumiu-se como a potência dominante do século XXI.

Num sentido mais lato, podemos assumir que o mundo ocidental está a perder preponderância económica para as cidades e países asiáticos, cujos sistemas sociais estão em mudança, assentes numa forte explosão demográfica.

Em contraponto, Portugal e a Europa encontram-se em contínuo envelhecimento, à procura da influência de outrora, a debaterem-se com um paradigma diferente do habitual: um mundo em que o crescimento económico é dominado pelos países emergentes e não pelos países estabelecidos.

À Europa resta apostar no conhecimento, na criatividade e na cultura para tentar uma nova alavanca de desenvolvimento. Contudo, também aqui a China se começa a afirmar: segundo dados recentes, este país é já o segundo maior comprador mundial de arte¹, podendo tornar-se no maior produtor de artigos científicos em 2013, superando os Estados Unidos da América².

Neste contexto, impõe-se recordar que durante muito tempo prevaleceu um clima de suspeição entre cultura e economia, que agora parece estar a desvanecer, sendo as Indústrias Criativas agora reconhecidas enquanto linguagem global e como meio facilitador de desenvolvimento, geradoras de valor económico, de emprego qualificado e de inclusão social.

Apesar das recomendações do Estudo Mateus para o Ministério da Cultura sobre “o sector cultural e criativo em Portugal”, a região Norte de Portugal foi a única região Portuguesa a assumir as Indústrias Criativas³ como eixo estrutural, beneficiando actualmente este sector de

¹ PÚBLICO – *cultura*. Disponível em http://www.publico.pt/Cultura/china-e-o-segundo-maior-comprador-de-arte-mundial_1485169

² PÚBLICO – *mundo*. Disponível em http://www.publico.pt/Mundo/china-vai-ultrapassar-estados-unidos-em-producao-cientifica-antes-de-2020_1487387

³ “*Actividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual*” (Chris Smith, UK’s Department of Culture, Media and Sport) ou “*As indústrias culturais têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor económico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)*” (Creative Clusters – rede de entidades que actuam na Economia Criativa).

cerca de 6% dos apoios do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), atendendo que foi identificado pelo “estudo macroeconómico de um *cluster* de indústrias criativas na região do norte” que a mesma tem potencial inovador, criativo, científico e competitivo.

Idêntico mapeamento se encontra em elaboração pelo Instituto Cultural de Macau, com vista à definição de políticas públicas de apoio (o Regulamento Administrativo 5/2010 criou o Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas), ao mesmo tempo que se encontram em implementação novos métodos de planeamento urbano, que promovem o aparecimento dos “bairros criativos” (Bairro de S. Lázaro em Macau *versus* a Baixa do Porto), em alinhamento com a aposta do governo local em criar um *cluster* nesta área, para diversificar a economia local.

Justifica-se assim a opção estratégica da Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas no Norte de Portugal (ADDICT)⁴ em considerar a China, através de Macau (assim como Brasil e Polónia), como mercado preferencial, bem como o mote para a realização de um trabalho científico cujos objectivos (do geral para o particular) são: o estudo da realidade Europeia e Chinesa no que às Indústrias Criativas diz respeito; a definição de idêntico paralelismo entre o Norte de Portugal e Macau; a procura de oportunidades e pontos de interesse comuns; e a definição de políticas de aproximação que possam vir a ser consumadas numa estratégia concertada de colaboração.

1.2. Estrutura da Dissertação

Com base neste enquadramento, em termos de estrutura o presente documento começa por apresentar uma perspectiva histórica das relações entre Portugal e Macau, seguida pela necessária caracterização económica dos territórios em estudo (Norte de Portugal e Macau; União Europeia e China), e de uma análise às relações económicas entre si estabelecidas. Partindo sempre do *macro* para o *micro* (Europa para Portugal; China para Macau). Uma vez no terceiro capítulo - o Estado da Arte - é feito idêntico levantamento, mas ao nível das Indústrias Criativas, no limite o mote para a elaboração deste estudo.

Consciente de que a análise de dados não é facilmente comparável entre países, e que cada país/região tem a sua identidade cultural muito própria, através da realização de inquéritos a estudantes de áreas criativas e de entrevistas a actores-chave de ambos os territórios (também

⁴ A ADDICT (missão) constitui-se como plataforma que, através do conhecimento, informação, promoção e coordenação do sector das Indústrias Criativas, contribui para o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa. Visão: Posicionar o Norte de Portugal entre as regiões mais criativas da Europa. <http://www.addict.pt>

através de recursos bibliográficos e fontes documentais de carácter institucional), pretende-se dar a conhecer as características da economia criativa de cada um dos territórios em estudo.

No desenvolvimento do projecto de investigação são apresentados, nos capítulos finais desta dissertação, os resultados do estudo de campo realizado em Portugal e Macau, com especial incidência no segundo território, tendo em conta que o Norte de Portugal foi já alvo de dois estudos no que às Indústrias Criativas diz respeito, tentando, dentro da medida do possível, identificar as suas especificidades, as mais-valias, as dificuldades, os processos e dinâmicas, fazendo assim o lançamento para os resultados alcançados e para as conclusões e políticas de aproximação sugeridas: apresentação de opções estratégicas, não apenas ao nível das políticas públicas conjuntas, como também ao nível das iniciativas dos próprios criadores, artistas e da comunidade de negócios.

2. Enquadramento – Macau nas relações Portugal / China

2.1. Perspectiva histórica

“Cinco séculos desde que Jorge Álvares arribou à Ilha de Tamão, na embocadura do rio das pérolas, no longínquo ano de 1513, Macau continua a desempenhar um papel singular no quadro das multi-seculares relações entre Portugal e a China”⁵.

Macau⁶ é considerado o primeiro entreposto europeu em solo chinês e desde sempre teve um grande valor comercial e estratégico; por cerca de quinhentos anos de história, foi o baluarte da presença e cultura portuguesa a Oriente.

Contudo, e como que a provar a história milenar da China, já antes da chegada dos portugueses existem fortes indícios do estabelecimento de outros povos na península de Macau, entre quatro e dois mil anos antes de Cristo.

“A colonização de Macau por parte dos navegadores portugueses teve início em meados do século XVI, com uma ocupação gradual (as primeiras visitas eram ilegais e provisórias) que rapidamente trouxe prosperidade a este pequeno território, tornando-o numa grande cidade e importante entreposto comercial entre a China, o Japão e a Europa. Em 1557, as autoridades chinesas deram finalmente autorização para os portugueses se estabelecerem

⁵ LOURIDO, Rui (2009). *De Portugal à China, Ciclo de Conferências*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa Observatório da China

⁶ O seu nome em português (Macau) tem origem num dos primeiros locais de desembarque dos navegadores lusitanos: a Baía de A-Má (em cantonês "A-Ma Gao"). A-Ma Gao viria a tornar-se Amacao, Macao e, por fim, Macau.

permanentemente em Macau, oferecendo-lhes um considerável grau de autogovernação. Em troca, e porque Macau era parte integrante do Império Chinês, os portugueses foram obrigados a pagar um aluguer anual de 500 taéis de prata.”⁷

Nesta altura, o estabelecimento português de Macau correspondia a uma pequena povoação com alguns quarteirões, igrejas e residências, em que a maioria da população sobrevivia à custa do comércio. Com o tempo, Macau tornou-se um importante ponto de partida de missionários católicos para toda a Ásia, os quais promoviam o intercâmbio científico e cultural entre o Ocidente e o Oriente.

Desde a sua fundação até à perda do comércio com o Japão no ano de 1639, Macau prosperou à custa do comércio triangular China-Macau-Japão, baseado na troca de seda e ouro da China por prata do Japão, especialmente quando as autoridades da China descontinuaram o comércio directo com o Japão (que durou por mais de cem anos). Nestas circunstâncias, os portugueses, mais precisamente a Coroa portuguesa, ganharam o monopólio do comércio entre a China, o Japão e a Europa, baseada, contudo, num modelo organizativo bastante insipiente.

A subida de Filipe II ao trono de Portugal teve como efeito o estabelecimento de uma administração mais organizada⁸, por forma a defender a autonomia de Macau face às autoridades espanholas.

Ironicamente, foi durante o período do domínio espanhol sobre Portugal que Macau atingiu a sua prosperidade máxima, altura em que foi uma das maiores e mais movimentadas cidades comerciais do Extremo-Oriente.

Foi durante este período que a Igreja de S. Paulo e muitas outras obras arquitectónicas, construídas maioritariamente segundo estilos arquitectónicos de inspiração europeia, foram erigidas, dando um toque de esplendor e grandiosidade à Cidade.



Figura 1 – Materdei, vulgo Ruínas de S. Paulo, Macau

⁷ COLOMBAN, Eudore de (1980). *Resumo da História de Macau*. Macau: s. e.

⁸ Devido à crescente prosperidade e importância de Macau, o território foi elevado a cidade, por decisão do Rei Filipe II de Espanha (Filipe I de Portugal).

Pela sua importante posição estratégica, Macau foi atacada várias vezes pelos holandeses, os quais queriam controlar o comércio entre a Europa e o Extremo-Oriente.

Estas tentativas de invasão obrigaram as autoridades portuguesas a levantarem um sistema defensivo para a Cidade, que mereceu a forte resistência chinesa, que temia um golpe de estado contra o império. A par da fortificação, que acabou por ser construída, as autoridades portuguesas passaram a enviar um Governador para Macau, a partir de 1623.

Entretanto, o sistema comercial português, centrado em Lisboa, começou a sofrer um crescente declínio no século XVII, devido à concorrência de outras potências europeias, nomeadamente a Inglaterra e a Holanda, que atacavam o vasto mas enfraquecido império português, ocupando e saqueando as suas colónias e bases comerciais e interceptando muitas das suas rotas comerciais.

Em 1685, o monopólio português no comércio com a China chegou ao fim, com a autorização por parte do Imperador do comércio com outros países estrangeiros, em Cantão. Com isto, terminou a posição privilegiada dos portugueses como os únicos e exclusivos intermediários no comércio China-Europa, vendo Macau o seu papel económico alterado.

Tal decisão levou ao estabelecimento de muitas companhias comerciais europeias em Macau, aumentando as receitas da Cidade, transformando-a num posto avançado da Europa na China, em que Ingleses, Holandeses, Franceses, Espanhóis, Dinamarqueses e Suecos começaram a formar pequenas mas abastadas comunidades.

Esta prosperidade e importância do porto de Macau foi reduzida drasticamente na Primeira Guerra de Ópio, em 1841, quando Hong Kong se tornou no porto ocidental mais importante na China, para onde se transferiram boa parte das companhias europeias.

Em 1844, verificando a fraqueza do Império Chinês e crescente influência e ameaça britânica, através de um decreto real assinado por D. Maria II⁹, Macau foi finalmente integrado na estrutura administrativa ultramarina portuguesa, acto que não foi reconhecido pela China. Só em 1887 é que Portugal, que queria há muitos anos estabelecer um tratado com a China sobre Macau, conseguiu firmar, contando com o precioso apoio diplomático da Grã-Bretanha, o Tratado de Amizade e Comércio Sino-Português, o qual reconhecia e legitimava a ocupação perpétua de Macau e das suas dependências pelos portugueses.

Já em 1847, sabendo que Macau não tinha capacidade para competir com a colónia britânica

⁹ Este documento real redefiniu o Governador como o principal órgão político-administrativo de Macau e não o Leal Senado, e a criação de uma província ultramarina autónoma conjunta, com sede em Macau e com o nome de "Província de Macau, Timor e Solor".

de Hong Kong, o Governador Isidoro Francisco Guimarães decidiu legalizar o sector do jogo, que já existia clandestinamente na cidade. Com este gesto, o Governo queria transformar a colónia num centro de férias, lazer e entretenimento para os habitantes e ricos comerciantes da vizinhança.

Foi também nesta época, na segunda metade do século XIX, que Macau experimentou uma industrialização inicial, ainda que insipiente, através do aparecimento de infraestruturas de comunicação e transportes e do estabelecimento de várias unidades de produção.¹⁰

Em termos territoriais, em 1851 os portugueses assumiram o controlo de toda a Taipa; a ocupação da ilha de Coloane deu-se em 1864; em 1890 os portugueses ocuparam oficialmente a Ilha Verde, localizada um quilómetro a Oeste da Península de Macau. Devido aos aterros, esta ilha foi totalmente absorvida pela Península em 1923. Começaram também a expandir a sua influência às ilhas da Lapa, Dom João e Montanha (adjacentes a Macau), oferecendo protecção e serviços (ex: educação) aos poucos chineses aí residentes em troca de impostos.¹¹

No início do século XX, após várias anexações, a Colónia de Macau (excluindo Lapa, D. João, Montanha e certas ilhas próximas sobre as quais os portugueses reivindicavam soberania) tinha aproximadamente uma área de 11,6 Km², distribuídos da seguinte forma: Ilha Verde (3,4 Km²); Taipa (2,3 Km²); e Coloane (5,9 Km²).¹²



Figura 2 – Mapa de Macau

¹⁰ Nomeadamente as fábricas de chá, fósforos, pirotecnia, tabaco ou cimento.

¹¹ COATES, Austin (1991). *Macau – Calçadas da História*. Trad. Luísa Guedes. Lisboa: Gradiva e Instituto Cultural de Macau

¹² Além das anexações efectuadas, ao longo dos tempos foram realizadas diversas obras de aterro (que continuam actualmente), que permitiram que a área da Região Administrativa Especial de Macau (RAEM) aumentasse para mais do dobro, sendo, actualmente de 28,6 Km², distribuídos por: Península de Macau (9,3 Km²), Taipa (6,5 Km²), Coloane (7,6 Km²) e Zona do Aterro de COTAI (5,2 Km²).

Ainda por esta altura, com o objectivo de criar a sua própria moeda oficial, o Governo de Macau autorizou o Banco Nacional Ultramarino a emitir notas com a denominação de patacas. As primeiras notas impressas entraram em circulação em 1906 e 1907.

Já em pleno século XX, a população de Macau aumentou para o dobro, devido à afluência dos refugiados à ocupação japonesa do sudeste asiático, durante a Segunda Guerra Mundial.

Facto relevante, em 1952 teve lugar o Incidente das Portas do Cerco, resultante de uma série de pequenos conflitos armados entre soldados portugueses e chineses nas Portas do Cerco, fronteira terrestre entre Macau e a China continental. A causa principal deste incidente deveu-se ao descontentamento crescente das autoridades chinesas face ao aumento do controlo por parte do Governo de Macau da circulação de mercadorias do território para a China Continental¹³, que viria a culminar em confrontos militares.

Contextualizando, quando em 1949 se verificou a fundação da República Popular da China (RPC), de carácter anticolonialista, o Tratado de Amizade e Comércio Sino-Português foi declarado inválido. Contudo, o novo regime não estava ainda disposto a tratar desta questão histórica dos tratados desiguais entre as potências europeias e a China, por isso o *status quo* de Macau foi provisoriamente mantido. No entanto, a constestação dentro da comunidade chinesa, influenciada profundamente pela Revolução Cultural de Mao Tse-Tung, ia crescendo, até que no dia 3 de Dezembro de 1966 ocorreu em Macau um célebre motim popular, levantado por chineses pró-comunistas descontentes com a coibição aos opositores da administração de Macau.¹⁴

Face a este clima de tensão, o Governo de Macau chegou a ponderar abandonar Macau e entregar o território à República Popular da China, que rejeitou uma transferência imediata. Este clima tenso foi acentuado ainda mais no dia 16 de Janeiro de 1967, quando a comunidade chinesa adoptou a *Política dos 3 Nãos*: não entregar impostos; não prestar serviços ao Governo, incluindo o abastecimento de água e electricidade; não vender produtos aos portugueses.

Após cerca de 2 meses de tensão, o Governo de Macau e as autoridades da República Popular da China, que se tornaram nos representantes da comunidade chinesa local, chegaram finalmente a acordo no dia 29 de Janeiro de 1967, que culminou com um pedido de desculpas

¹³ Naquela altura, a República Popular da China dependia de Macau para obter diversas mercadorias e bens considerados estratégicos, por estar sobre um embargo imposto pelas potências ocidentais e pela ONU.

¹⁴ Este acontecimento é vulgarmente intitulado por Motim "1-2-3", numa alusão ao dia em que ocorreu. Este dia de protestos resultou em 11 mortos e cerca de 200 feridos, tendo sido necessária a mobilização militar para controlar a situação.

feito pelo Governo de Macau à comunidade chinesa. Este acordo fez com que Portugal renunciasse à sua ocupação perpétua a Macau e reconhecesse o poder e o controlo - de facto - dos chineses sobre Macau, marcando o princípio do fim do período colonial desta cidade.

Este seria um pronúncio para o que anos mais tarde viria a acontecer: com a Revolução dos Cravos de 1974, Portugal declarou a independência imediata de todas as suas províncias ultramarinas. Mais uma vez, a China rejeitou esta transferência imediata, tendo apelado para o estabelecimento de negociações que permitissem uma transferência harmoniosa.¹⁵

Com o decorrer das negociações, o estatuto de Macau redefiniu-se para "território chinês sob administração portuguesa" tendo a transferência sido agendada para a data de 20 de Dezembro de 1999, pela Declaração Conjunta Sino-Portuguesa sobre a Questão de Macau¹⁶, na qual se estabeleciam uma série de compromissos entre os dois países para Macau, de entre os quais a garantia de uma grande autonomia futura e a conservação das especificidades (sistema económico-financeiro) da RAEM durante 50 anos, até 2049. A data escolhida permitia, entre outras aspectos: prolongar a presença portuguesa no Oriente, transformando Portugal na última nação Ocidental a retirar da China; fazer a transferência de Macau pouco depois da de Hong Kong¹⁷; e o readquirir do controlo de todos os territórios chineses que estiveram sob domínio ocidental antes do início do século XXI.

Antes da transferência de Macau e Hong Kong, a China fez uma série de alterações económicas no sentido de se aproximar do sistema capitalista e promover a abertura ao comércio internacional, uma vez que aquando da transferência, a China redefinira a sua imagem segundo o slogan “um país, dois sistemas”.¹⁸ Por sua vez, Portugal incentivou o Governo de Macau a fazer inúmeras reformas, de entre as quais se destacam: a reestruturação do sistema político-administrativo de Macau, a desmilitarização da Cidade¹⁹ e a promoção da participação da população (portuguesa, chinesa, ou de qualquer etnia) na administração do território.

A transferência da soberania de Macau de Portugal para a China teve lugar no dia 20 de

¹⁵ A diferença entre o sistema capitalista de Macau e o comunista da China continental poderá ter estado na base desta decisão.

¹⁶ Assinada a 13 de Abril de 1987, depositada nas Nações Unidas e entretanto publicada no Boletim Oficial de Macau a 7 de Junho de 1988

¹⁷ O que foi usado pela China como forma de retaliação ao Reino Unido devido à forma como as negociações e transferência de Macau foram conseguidas, por contraste com as de Hong Kong

¹⁸ Este permite que algumas regiões chinesas - Macau incluído - possuam uma grande autonomia, estando apenas limitadas no que se refere às suas relações externas e à defesa.

¹⁹ Após a transferência, Macau foi novamente militarizada (por tropas do Exército de Libertação Popular da República Popular da China)

Dezembro de 1999.

Após a transferência de soberania, Macau tornou-se uma Região Administrativa Especial (RAE) da República Popular da China, passando a ser liderada pelo Chefe do Executivo²⁰ de Macau, em substituição do cargo de Governador, abolido em 1999. A Lei Básica da Região Administrativa Especial de Macau, promulgada pelo Congresso Nacional Popular da China no ano de 1993, é o actual texto constitucional do sistema jurídico da RAEM.

Em 20 de Dezembro de 2009, Edmund Ho, depois de cumprir os seus dois mandatos, foi substituído por Fernando Chui Sai-on, terceiro e actual Chefe do Executivo de Macau.

O ano de 2009 foi marcado por uma dupla efeméride no que às relações Portugal e China diz respeito: os 10 anos da criação da Região Administrativa Especial de Macau e os 30 anos do reatamento das relações diplomáticas entre Portugal e a China.

Macau, além de ter sido o primeiro entreposto europeu na China, foi igualmente a última colónia europeia na China.

2.2. Caracterização económica

2.2.1. China

A China tem vindo a emergir na economia mundial como a “fábrica do mundo”. Com uma população acima dos 1.300 milhões de habitantes - um quinto da população mundial - tem beneficiado em grande escala de mão-de-obra de baixo custo, mas sofrendo paralelamente de desigualdades sociais e assimetrias entre o interior e as regiões costeiras. Ao mesmo tempo, a rápida industrialização é acompanhada por relevantes danos ambientais, sendo actualmente o segundo maior emissor mundial de gás de estufa.

“No século XX a China ganhou a aposta da modernização. No século XXI, as potencialidades de melhoria continuam intactas. Contudo, a gestão de um cenário tão complexo exigirá correcções estruturais profundas.”²¹

Apesar destes e outros aspectos (ambiente legal e de negócios imprevisível, protecção das empresas locais) a China é extremamente atractiva do ponto de vista comercial e estratégico para as empresas ocidentais.

²⁰ O primeiro Chefe do Executivo de Macau foi Edmund Ho Hau-wah, um conhecido homem de negócios

²¹ CAVALERA, Fabio (2010). *República impopular da China – as grandes mudanças e os grandes dirigentes desde Mao até ao século XXI* Lisboa: Editorial Presença

“Em termos demográficos, a população urbana na China está a aumentar a um ritmo bastante acelerado. Apesar de a população rural ser ainda superior à urbana, a China conta já com várias metrópoles, de entre as quais se destacam Xangai e Pequim. Em Pequim, por exemplo, vivem cerca de 17 milhões de pessoas, circulam cerca de 4 milhões de carros, e a rede de metropolitano continua a aumentar cerca de 4.5 Km por mês até 2015, quando atingirá 560 Km.”²² A cidade de Xangai apresenta-se como a melhor para se fazer negócios, ao passo que o melhor mercado de trabalho parece estar na capital (Pequim) e as melhores infra-estruturas em Guangzhou.

O crescimento urbano tem sido acompanhado pelo crescimento industrial; a acompanhar estes, o consumo energético tem aumentado exponencialmente, levando o governo a investir em unidades de produção de energia, dividindo a empresa estatal em cinco a fim de permitir o funcionamento do mercado em concorrência.

A China é um país rico em recursos. Embora apenas 11% da superfície total do país seja adequada para a agricultura, os terrenos férteis permitem-lhe ser dos maiores produtores mundiais de trigo, arroz, milho e algodão, apesar dos baixos níveis de produtividade e da fraca mecanização. A agricultura ocupa, assim, boa parte da população activa – a população rural é estimada em 800 milhões de pessoas.

A economia chinesa está num processo de transição acentuado: de uma economia estatal e planificada para uma economia de mercado; de uma economia com forte pendor agrícola e rural para uma economia urbana, industrial e de serviços; de uma economia fechada para uma economia aberta aos bens e capitais estrangeiros.

“A China tem um sistema económico e político híbrido: já não é comunismo e também não é o capitalismo que vimos nascer e consolidar-se no Ocidente; não é uma ditadura baseada no culto da personalidade e não é uma democracia.”²³

Hoje, a China é um importante parceiro comercial para muitas nações, membro efectivo da Organização Mundial do Comércio desde 2001, aspecto que tem provocado uma maior modernização da indústria²⁴ e algumas privatizações.

²² FERREIRA, Manuel Portugal (2011). *Negócios internacionais e internacionalização para as economias emergentes*. Lisboa: Lidel edições técnicas lda

²³ CAVALERA, Fábio (2010). *República impopular da China – as grandes mudanças e os grandes dirigentes desde Mao até ao século XXI*. Lisboa: Editorial Presença

²⁴ As principais indústrias do país são o cimento, ferro, aço, plástico, química e petroquímica, naval, aeronáutica, automóvel e electrónica, calçados, têxteis e vestuário.

Tal facto é visível pela leitura dos seguintes dados²⁵: Exportações: 1,5 biliões de dólares; Importações: 1,3 biliões de dólares; PIB: 10,09 biliões de dólares; PIB per capita: 7600 dólares; Taxa de Crescimento Real: 10,3%.

“A influência chinesa revela-se, também, em ser o país com maiores reservas mundiais, estimando-se que 70% esteja investido em obrigações de longo prazo do tesouro norte-americano. Se os Estados Unidos consomem mais do que o que produzem, a China produz mais do que o que consome.”²⁶

O comércio externo da China tem, pois, crescido ao mesmo ritmo de toda a economia, tendo atingido o top dos países com melhor performance.

Os principais países clientes da China são os Estados Unidos, Hong Kong, Japão e Coreia do Sul, destacando-se Japão, Coreia do Sul e Taiwan e os próprios Estados Unidos como principais fornecedores. A União Europeia, no seu conjunto, constitui o seu principal parceiro comercial.²⁷

“O sector privado chinês está cheio de gente movida pelo desejo de provar que podem ultrapassar o alcance do Estado. Na China os bons negócios estão apenas a uma ideia e a uns dólares de distância.”²⁸

Por todos estes motivos a China é um dos destinos mais atractivos para o investimento estrangeiro. É extremamente relevante a dimensão do mercado, a facilidade de acesso a mercados de exportação, os incentivos governamentais, a estrutura de custos mais favorável e um clima macroeconómico genericamente estável. “O facto é que a China é o mercado de consumo em mais rápido crescimento e com projecções de se tornar no maior mercado em muitos produtos e serviços.”²⁹

A China assume, pois, um novo papel e uma novo preponderância na economia mundial.

²⁵ INDEXMUNDI - *Macau*. Disponível em www.indexmundi.com/pt/macau/. Dados relativos a 2010

²⁶ LENGLET, François (2011). *A guerra dos impérios – a China contra os Estados Unidos*. Lisboa: Bertrand Editora

²⁷ AICEP - *China Ficha de Mercado*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt>. Dados relativos a 2009

²⁸ FISHMAN, Ted C. (2009). *China Inc. – como a ascensão da próxima superpotência desafia o mundo*. Casal de Cambra: Caleidoscopio

²⁹ FERREIRA, Manuel Portugal (2011). *Negócios internacionais e internacionalização para as economias emergentes*. Lisboa: Lidel edições técnicas lda

2.2.2. Macau

Com uma população próxima dos 600 mil habitantes, e com cerca de 30 km², Macau é a cidade com maior densidade populacional do mundo.

Enquanto Região Administrativa Especial (RAEM), o território goza de poderes executivo, legislativo e judicial independentes da República Popular da China.

Macau é uma pequena economia de mercado, caracterizada pela forte preponderância do sector terciário. A moeda oficial do território é a pataca e as mais relevantes actividades são o jogo e o turismo.³⁰

Devido ao elevado número de casinos Macau é conhecido por “Las Vegas do Oriente”, tendo as receitas do jogo neste território atingido pela primeira vez o mesmo montante da sua congénere Americana em 2005.

Ainda no que ao jogo diz respeito, os apostadores deixaram nos cofres dos casinos e outros locais de jogo de Macau, em 2011, uma receita bruta total de 269 058 milhões de patacas (33 632 milhões de dólares), de acordo com dados divulgados pela Direcção de Inspeção e Coordenação de Jogos. De referir que a receita registada em 2011 representou quase cinco vezes a arrecadada em 2006 – 57 521 milhões de patacas – tendo ficado a grande distância das receitas nos anos seguintes – 83 847 milhões de patacas em 2007, 109 826 milhões de patacas em 2008, 120 383 milhões de patacas em 2009 e 189 588 milhões de patacas em 2010³¹.

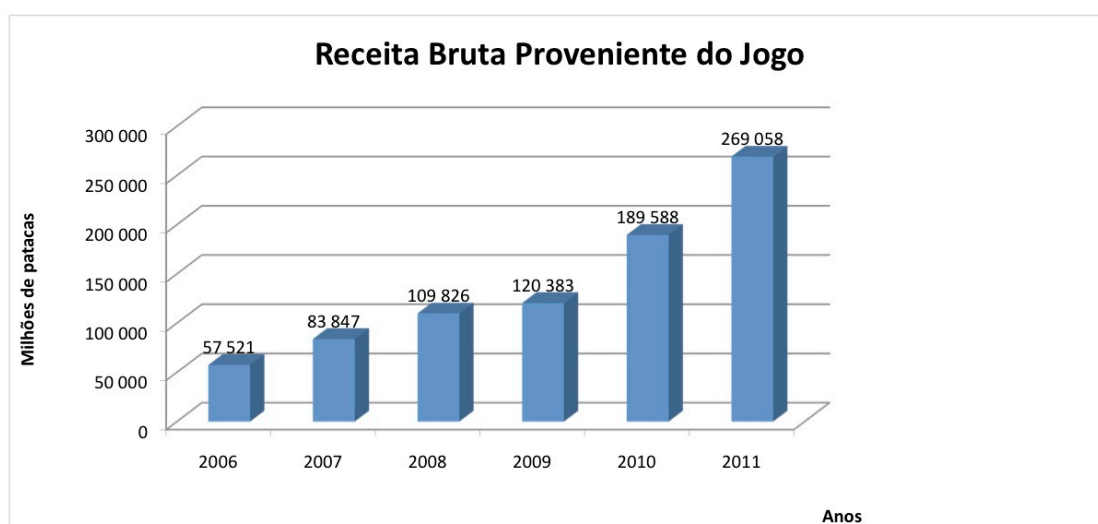


Figura 3 – Gráfico representativo da evolução da receita bruta proveniente do jogo, em Macau, entre 2006 e 2011

³⁰ Outras actividades importantes são a indústria têxtil e a produção de fogo-de-artifício, brinquedos, produtos electrónicos e flores artificiais, as transacções bancárias e a construção civil.

³¹ MACAUHUB – *Dados estatísticos – Macau*. Disponível em <http://www.macauhub.com.mo/pt/Dados-estatisticos/Macau/>. Dados de 2011.

No final do ano de 2011, existiam em Macau 34 casinos, repartidos por seis concessionárias, sendo 20 da Sociedade de Jogos de Macau, 6 da Galaxy Casino, 3 da Venetian Macau, 3 da Melco Crown Jogos (Macau), 1 da Wynn Resorts (Macau) e 1 da MGM Grand Paradise.

Já em termos turísticos, Macau recebeu em 2011 mais de 28 milhões de visitantes, número que corresponde a um aumento homólogo de 12,2%, de acordo com a Direcção dos Serviços de Estatística e Censos, sendo a proveniência destes turistas: China continental (16,1 milhões), Hong Kong (7,5 milhões), Coreia do Sul (398 mil) Taiwan (1,2 milhões) e Japão (396 mil). O número de visitantes admitidos por via marítima foi de 11 milhões (mais 7,6% do que em 2010), por via terrestre cifrou-se em 15,3 milhões (mais 16,9%) e por via aérea entraram em Macau 1,6 milhões de visitantes, mais 2,9% em termos anuais³².

O PIB de Macau, era, em 2010, de 27,17 mil milhões de dólares americanos, e o rendimento *per capita*, no mesmo ano, de 49759 mil dólares. Com uma taxa de inflação de 2,81%, uma taxa de desemprego de 2,8%, e uma dívida externa igual a zero, o território apresentou neste ano uma incrível taxa de crescimento de 26,4%. Apesar destes números, Macau apresenta uma balança comercial novamente negativa (o total de importações, avaliadas em 5,5 mil milhões de dólares, é mais elevado do que total das exportações, avaliadas em 870 milhões de dólares)³³.

Em termos geográficos, Macau situa-se no chamado “Delta do Rio das Pérolas”, que engloba Hong Kong, Macau e parte da província de Guangdong.

Aproveitando a abertura ao comércio e investimento estrangeiros por parte do governo central, em 1978, Hong Kong e Macau transferiram a sua base industrial para a província de Guangdong, onde os custos laborais são mais baixos, ajudando a região a tornar-se numa das mais importantes bases industriais do mundo, dando emprego a mais de 10 milhões de pessoas, e tornando-se num importante pólo de atracção de investimento estrangeiro.

Anos consecutivos de investimento e desenvolvimento de infra-estruturas fizeram com que o Delta do Rio das Pérolas disponha de uma rede global de transportes, incluindo aeroportos (cinco), caminhos-de-ferro, portos, auto-estradas e vias fluviais.

A zona económica do delta do Rio das Pérolas continua a ser o principal exportador e importador de todas as grandes regiões da China. O Delta do Rio das Pérolas (com 50 milhões

³² DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE ESTATÍSTICA E CENSOS – *informações estatísticas*. Disponível em <http://www.dsec.gov.mo/Statistic.aspx>. Dados de 2011.

³³ DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE ESTATÍSTICA E CENSOS – *informações estatísticas*. Disponível em <http://www.dsec.gov.mo/Statistic.aspx>. Dados de 2010.

de habitantes), apesar de estar localizado em apenas 0,5% do território chinês e possuir apenas 5% da população da China, chama a si 20% do PIB do país³⁴.

“As vantagens que Macau apresenta para a China e para a província de Guangdong derivam de uma série de factores: em primeiro lugar, Macau é um porto franco, o que facilita o acesso a mercados externos; em segundo lugar, é considerado como factor importante que Macau, em contraste com a China, tenha um sistema jurídico e administrativo abertos, com um estado de direito e com regras de jogo bem definidas; em terceiro lugar, o número de *joint ventures* de Macau na província de Guangdong é maior do que as criadas pelas empresas de Hong Kong.”³⁵

“Dentro de portas, dependente que se encontra do sector terciário, Macau tem vindo a assumir-se como centro financeiro internacional e de serviços comerciais da região, bem como a porta estratégica para a China. Hong Kong e Macau foram mesmo identificados como as portas estratégicas para o processo de internacionalização da economia chinesa tendo em conta a sua função tradicional de entrepostos comerciais.”³⁶

Para apoiar e desenvolver a sua economia, Macau teve de criar um regime fiscal e um clima favorável ao investimento, tendo sido receptor, em 2010, de 2,5 mil milhões de dólares de investimento estrangeiro³⁷.

“Num sistema financeiro pouco diversificado, onde não existe uma bolsa de valores e onde as instituições não monetárias são praticamente inexistentes - exceptuando as empresas seguradoras - os bancos comerciais ocupam um lugar de destaque, assumindo-se como praticamente os únicos intermediários financeiros no sistema económico macaense.”³⁸

Em termos de mercados preferenciais, Hong Kong, China, EUA e Vietname são os principais clientes da economia Macaense, que exporta essencialmente vestuário, joalharia e ouriversaria, máquinas e equipamentos eléctricos, e artigos para divertimentos, apresentado-se a China, Hong Kong, França e Japão como os principais fornecedores, em especial no que diz

³⁴ MACAUHUB – *Delta do Rio das Pérolas*. Disponível em <http://www.macauhub.com.mo/pt/Delta-do-Rio-das-Perolas/>

³⁵ NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

³⁶ NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

³⁷ AICEP - *Macau Ficha de Mercado*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt>. Dados relativos a 2010

³⁸ NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

respeito a máquinas e equipamentos eléctricos, combustíveis minerais, joalheria e ouriversaria, máquinas e equipamentos mecânicos e artigos de relojoaria.³⁹

“No terceiro trimestre de 2011, existiam, no total, 32 novos projectos de hotéis em construção e/ou em curso de aprovação pelas autoridades competentes. Uma vez concluídos estes projetos, a capacidade actualmente existente de 22 356 quartos de hotéis aumentará para mais de 24 000. A fim de controlar o crescimento excessivo dos casinos, o Governo da RAE de Macau declarou que o número de mesas de jogo seria limitado a 5 500 até 2013 e, posteriormente, um aumento anual de 3%.

Em resultado da expansão rápida dos sectores dos serviços, o problema da escassez de mão-de-obra tornou-se mais premente do que antes. A taxa de desemprego diminuiu para 2,1 % no quarto trimestre de 2011, o nível mais baixo registado na última década. Macau tem vindo progressivamente a recorrer a trabalhadores e a profissionais provenientes do estrangeiro para satisfazer as necessidades da sua economia em crescimento. No final de 2011, o número de trabalhadores não residentes tinha aumentado de 75 000 em 2010 para 94 028, o que representava 28 % da mão-de-obra total. O sector empresarial tem vindo a defender um regime de importação de força de trabalho mais dinâmico e flexível a fim de obstar à escassez de trabalhadores não qualificados e de pessoal especializado.

A diversificação da economia continua a ser um desafio crucial. O jogo continuou a expandir-se rapidamente e permaneceu o sector de emprego mais representativo, empregando 21 % da mão-de-obra total de Macau. O imposto sobre o jogo contribuiu para 83,5 % das receitas orçamentais em 2011, comparativamente a 72 % em 2007.”⁴⁰

2.2.3. As relações União Europeia / China

“Actualmente, coexistem duas tendências na China: uma reflecte o desejo dos empresários chineses em investir no estrangeiro e uma segunda que traduz o desejo de vingar na China por parte dos investidores internacionais.”⁴¹

"Com efeito, os Estados Membros da União Europeia identificaram a China como a sua prioridade máxima na Ásia e vêem-na como uma potência global emergente e um actor

³⁹ AICEP - *Macau Ficha de Mercado*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt>. Dados relativos a 2011

⁴⁰ COMISSÃO EUROPEIA (2012). *Relatório conjunto ao Parlamento Europeu e ao Conselho – Região Administrativa Especial de Macau: Relatório anual de 2011*. Bruxelas: Comissão Europeia

⁴¹ GU, Zhibin (2005). *Made in China – o maior palco da globalização do século XXI* Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico

importante no sistema internacional. Ao mesmo tempo, os Europeus estão cada vez mais cientes da necessidade de desenvolver um diálogo político e estratégico mais amplo com a China, de modo a que à medida que esta cresce em poderio económico e militar, se transforme num actor responsável a nível regional e global.”⁴²

A identificação de interesses e desafios comuns de longo prazo é, pois, o maior desafio que se apresenta à União Europeia, por se verificar que no seu seio cada estado membro tem a sua própria agenda em relação à China. Em paralelo, e apesar de vivermos num mundo globalizado, verifica-se que continua a faltar *know how*, público e privado, em relação a este país de tão díspares costumes em relação aos parâmetros ocidentais.

Ao longo da história, salvo acordos pontuais, as relações Sino-Europeias têm sido bastante irregulares. Tentando contrariar esta tendência, a União Europeia reagiu aos desafios políticos e económicos criados pelas mudanças na China elaborando em 1995 uma política global para o futuro desenvolvimento das suas relações. No espírito da "nova estratégia para a Ásia" consagrada pelo Conselho Europeu de Essen, adoptou uma Comunicação sobre uma política a longo prazo para as relações China-Europa.⁴³

Questões fundamentais como os direitos humanos, a imigração ilegal, o tráfico de droga, o branqueamento de capitais, ou as relacionadas com o ambiente – princípios ligados ao desenvolvimento económico e à estabilidade política e social – passaram a estar sobre a mesa no âmbito das relações Europa-China, que assim ganharam uma face mais visível através da realização de cimeiras anuais, debates comerciais e iniciativas de cooperação.

Os cinco pilares tradicionais da cooperação UE-China estabelecidos na Comunicação de 1995 são os seguintes: desenvolvimento dos recursos humanos, reformas sociais e administrativas, cooperação comercial e industrial, cooperação em matéria de ambiente, e a luta contra a pobreza rural e urbana.

No mesmo documento propunha-se: “A política comercial da UE deverá ser apoiada por uma estratégia global para promover os investimentos, bem como a cooperação comercial e industrial com a China, de modo a reforçar a presença europeia no mercado chinês. A UE deverá lançar esta estratégia, centrando-se essencialmente nos sectores industriais, tais como

⁴² NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

⁴³ COMISSÃO EUROPEIA (1998). *Desenvolvimento de uma parceria global com a China*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

telecomunicações, energia, tecnologia do ambiente e serviços, transportes e serviços financeiros.”⁴⁴

2.2.4. As relações União Europeia / Macau

“Relativamente a Macau e Hong Kong, a política europeia para as duas RAEs, tende a ser um sub-produto e consequência directa das políticas adoptadas para a China. A Grã Bretanha e Portugal, como as duas potências coloniais envolvidas, são excepções à regra. Todos os grandes países da UE têm interesses comerciais em Hong Kong, e alguns têm um interesse muito marginal em Macau. Cerca de metade do comércio da Europa com a China passa através de Hong Kong. Centenas de empresas europeias têm as suas sedes regionais aí localizadas e vivem mais europeus em Hong Kong do que em qualquer outra cidade asiática.”⁴⁵

Excepção a esta perspectiva (da reduzida visibilidade de Macau nos países europeus, e consequente falta de agenda), terá mesmo sido o Acordo de Comércio e Cooperação, celebrado entre a União Europeia e Macau em 1992, o qual pretendia facilitar e estimular o comércio, o investimento e as relações políticas bilaterais.⁴⁶

“Hong Kong e Macau têm um importante papel a desempenhar como porta de acesso a outras regiões da China, e a UE deverá desenvolver iniciativas de cooperação bilateral com ambos os territórios.”⁴⁷ É neste contexto que o papel de Macau nas relações entre a UE e a China deverá ser equacionado, na medida em que a contribuição de Macau seja considerada útil para ambas as partes.

A política para a Região Administrativa Especial de Macau foi definida numa Comunicação apresentada ao Conselho Europeu em 1999.⁴⁸ “Para tal, a Comissão Europeia propõe-se reforçar as relações económicas UE-Macau, encorajando as empresas europeias a investir no

⁴⁴ COMISSÃO EUROPEIA (1998). *Desenvolvimento de uma parceria global com a China*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

⁴⁵ NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

⁴⁶ Alguns dos projectos implementados: formação para a indústria do turismo (1999-2001); programa de estudos europeus (1999-2001); programa de desenvolvimento dos serviços (1999-2001); programa Asia-Invest (2001 e 2002); programa de cooperação jurídica UE-Macau (2001-2005); formação em matéria de tradução e interpretação (2006)

⁴⁷ COMISSÃO EUROPEIA (1998). *Desenvolvimento de uma parceria global com a China*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

⁴⁸ COMISSÃO EUROPEIA (2006). *A União Europeia, Hong Kong e Macau: possibilidades de cooperação em 2007-2013*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

território, e a promover a cooperação com Macau, contribuindo para o reforço da implementação do conceito “um país dois sistemas”, isto porque as relações da União Europeia com Macau baseiam-se em valores comuns, num património europeu e interesses partilhados em áreas como a economia, ambiente, educação e cultura.”⁴⁹

Voltando a citar o documento da Comissão Europeia *A União Europeia, Hong Kong e Macau: possibilidades de cooperação em 2007-2013*: “o diálogo e a cooperação devem ser apoiados e reforçados por um instrumento de financiamento da UE, como o novo instrumento para os países industrializados previsto no âmbito das futuras perspectivas financeiras da UE. Este instrumento poderá financiar reuniões, conferências e outras acções que incentivem parcerias económicas, colaboração entre as empresas e cooperação científica e tecnológica, bem como intercâmbios interpessoais e desenvolvimento de diálogos sobre as políticas nos domínios apresentados em pormenor na presente Comunicação. O objectivo geral dessa acção consiste em promover uma melhor compreensão e cooperação mútuas e contribuir para o reforço do comércio bilateral, dos fluxos de investimento e da cooperação aduaneira entre a UE e ambas as RAE parceiras. A Comissão deverá explorar potenciais sinergias para uma cooperação trilateral com a China continental, nomeadamente no quadro do Instrumento de Cooperação para o Desenvolvimento.”⁵⁰

Neste seguimento, são identificados sete domínios fundamentais: comércio e questões aduaneiras, finanças, contactos interpessoais (incluindo no âmbito académico), transportes, ambiente, saúde e segurança alimentar.

Alguns passos estão já a ser dados, como se pode comprovar pela leitura do Relatório Anual da Comissão Europeia sobre Macau, em que se observa que “ambos os governos se comprometeram a cooperar nas áreas de educação, cultura, inovação, ambiente, e indústria de convenções e exposições. Ambos expressaram a sua vontade em explorar novas áreas de cooperação como a protecção ambiental, intercâmbios académicos e culturais, assim como questões de comércio e económicas. Neste particular, alunos e universidades de Macau estão activamente envolvidos no Programa Erasmus, o qual prevê intercâmbios entre universidades e estudantes de Macau e da Europa por forma a possibilitar o entendimento e conhecimento mútuos. A par desta, outras actividades deverão ser desenvolvidas para permitir um melhor

⁴⁹ EUROPEAN COMMISSION (2011). *Joint report to the European parliament and the council – annual report macao 2010*. Brussels: European Commission

⁵⁰ COMISSÃO EUROPEIA (2006). *A União Europeia, Hong Kong e Macau: possibilidades de cooperação em 2007-2013*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

conhecimento das políticas e culturas de Macau e da Europa.”⁵¹

2.2.5. As relações Portugal / China – Macau

Neste capítulo, podemos desde logo afirmar que vivemos uma mudança de ciclo no relacionamento entre o meio empresarial chinês e português, até aqui incipiente.

Defendidos por dados oficiais do AICEP, as operações comerciais entre a China e Portugal praticamente irrelevantes. Em 2008, a China foi 27º cliente de Portugal, com uma quota de 0,48% do total de exportações, e o 10º fornecedor, com uma quota de 2,2%. Logo, Portugal apresenta-se como um parceiro marginal para a China. Ainda que se denote um crescimento das transações entre os dois países, o saldo é tradicionalmente deficitário a Portugal. Os chineses compram a Portugal: máquinas e aparelhos, minerais e minérios, metais comuns, Madeira e cortiça, produtos químicos; e vendem máquina e aparelhos, metais comuns, materias têxteis, produtos químicos e vestuário.⁵²

	2008 (mUSD)	2009 (mUSD)	2010 (mUSD)	2011 (mUSD)	Δ
Jan - Jan	24,046.97	30,162.12	53,407.63	78,690.20	47.34%
Jan - Fev	43,893.01	54,956.55	95,457.95	130,825.15	37.05%
Jan - Mar	68,660.49	84,674.87	149,112.64	215,428.57	44.47%
Jan - Abr	94,130.84	112,170.02	202,550.76	294,866.84	45.58%
Jan - Mai	124,420.93	150,204.53	270,576.02	381,886.07	41.14%
Jan - Jun	157,683.46	191,928.26	333,990.62	474,873.85	42.18%
Jan - Jul	204,198.64	233,954.61	403,384.22	580,444.75	43.89%
Jan - Ago	234,439.55	291,467.32	483,481.93	691,289.52	42.98%
Jan - Set	276,221.38	338,792.30	546,924.00	818,094.88	49.58%
Jan - Out	317,358.14	380,921.07	593,778.61	912,508.10	53.68%
Jan - Nov	352,446.06	424,361.43	681,845.55	1,042,317.39	52.87%
Jan - Dez	387,489.83	481,433.28	754,249.38	1,162,263.30	54.10%

Fonte: China Customs Information Center
www.haiquan.info

Tabela 1 – Montantes envolvidos na importação, por parte da China, de produtos Portugueses

Dados de 2010 demonstram que a importação de produtos chineses por parte de Portugal representam 2,8% do total de importações, ao passo que a percentagem de exportações portuguesas para a China volta a ser residual.⁵³

Estes dados sofrerão relevantes ajustes já em relação a 2011 e 2012, não só mas também por força da relevante e mediática entrada de empresas chinesas nos capitais da EDP e REN, como se verá mais à frente.

⁵¹ EUROPEAN COMMISSION (2011). *Joint report to the European parliament and the council – annual report macao 2010*. Brussels: European Commission

⁵² FERREIRA, Manuel Portugal (2011) – *Negócios internacionais e internacionalização para as economias emergentes*. Lisboa: Lidel edições técnicas lda

⁵³ AICEP - *Portugal Ficha de País*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/SobrePortugal.aspx>. Dados relativos a 2010

Do plano macro para o plano micro, a realidade das trocas comerciais entre Portugal e Macau não difere muito da anterior, sendo que, em 2010, Portugal foi o 53º cliente de Macau, ao passo que do ponto de vista da importação, Portugal ocupa o 24º lugar de entre os fornecedores de Macau.⁵⁴

	2008 (mUSD)	2009 (mUSD)	2010 (mUSD)	2011 (mUSD)	Δ
Jan - Jan	1,498	1,647	1,362	2,124	55.96%
Jan - Fev	2,786	2,673	2,438	3,336	36.84%
Jan - Mar	5,006	3,807	4,166	5,374	28.99%
Jan - Abr	7,542	5,202	5,742	7,528	31.10%
Jan - Mai	10,242	631	6,981	8,933	27.95%
Jan - Jun	12,124	8,181	8,198	11,125	35.70%
Jan - Jul	13,379	9,320	9,714	13,307	36.99%
Jan - Ago	15,016	11,386	10,860	15,101	39.05%
Jan - Set	17,174	12,380	12,200	16,643	36.41%
Jan - Out	17,924	13,388	13,507	18,484	36.85%
Jan - Nov	19,523	15,328	14,947	20,788	39.08%
Jan - Dez	21,419	16,958	16,831	23,121	37.37%

Fonte: Direcção dos Serviços de Estatísticas e Censos, Governo da RAE de Macau

www.dsec.gov.mo

Câmbio 1USD = 8MOP (fixo, indexado ao HKD que está indexado ao USD)

Tabela 2 – Montantes envolvidos na importação, por parte de Macau, de produtos Portugueses

“Portugal é um dos poucos Estados Membros – possivelmente o único – sobre o qual se pode dizer que os interesses políticos predominam sobre os económicos. Embora historicamente tenham sido os incentivos comerciais a mobilizar os portugueses para Macau e a China, o relacionamento Sino-Português actual tem um âmbito limitado e restringe-se quase exclusivamente à questão de Macau.”⁵⁵

“Macau mantém laços estreitos com a cultura portuguesa, e o português continua a ser uma das línguas oficiais da RAE. Este facto contribui para a solidez das relações da UE com Macau e para a sua atractividade como destino turístico, pólo educativo e centro de realização de conferências.”⁵⁶

“Macau desenvolveu esforços para se promover como a porta de entrada na China para os países de lingual oficial portuguesa e uma plataforma para a cooperação Sin-Lusófona.”⁵⁷

“Macau tem importância estratégica para a província de Guangdong e para a China, dada a existência de um estado de direito no território, a sua ligação à União Europeia e a outros

⁵⁴ AICEP - *Macau Ficha de Mercado*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt>. Dados relativos a 2010

⁵⁵ NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

⁵⁶ COMISSÃO EUROPEIA (2006). *A União Europeia, Hong Kong e Macau: possibilidades de cooperação em 2007-2013*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

⁵⁷ EUROPEAN COMMISSION (2011). *Joint report to the European parliament and the council – annual report macao 2010*. Brussels: European Commission

países latinos economicamente importantes, que a China ainda não explorou comercialmente. Por todas estas razões a China quer manter a língua e cultura portuguesas em Macau.”⁵⁸

De acordo com dados divulgados a 02 de Fevereiro de 2012 pelo Gabinete de Apoio ao Secretariado Permanente do Fórum Macau, a China, a segunda economia mundial, vendeu em 2011, a Portugal, produtos no valor de 2,1 mil milhões de euros, mais 11,43% face a 2010. As trocas comerciais entre a China e Portugal aumentaram 21,28% em 2011 para 3 mil milhões de euros, numa balança comercial favorável a Pequim. Já as exportações de Portugal para a China aumentaram 54,11%, para 883 milhões de euros. Portugal é o terceiro principal parceiro económico da China na lusofonia. As trocas comerciais entre a China e os países de língua portuguesa subiram 28,2% face a 2010, para 89,2 mil milhões de euros. O país comprou, aos oito países lusófonos, produtos no valor de 60,1 mil milhões de euros, mais 27,6% do que no ano anterior. A China exportou produtos no valor de 29 mil milhões de euros, mais 29,4% face a 2010. O Brasil manteve-se como o principal parceiro económico da China, com um volume de trocas comerciais de 64,3 mil milhões de euros, mais 35,2% do que em 2010. As exportações brasileiras ascenderam a 40 mil milhões de euros, enquanto as compras à China totalizaram 24,2 mil milhões de euros, mais 38,4% e 30,2%, respetivamente, do que em 2010.⁵⁹

Em termos estratégicos globais, no que à cooperação económica entre Portugal e a China diz respeito, o Acordo de Cooperação Económica, assinado em Janeiro de 2005, e a atribuição a Portugal, por parte do Governo Chinês, em Dezembro do mesmo ano, do estatuto de parceiro estratégico, o qual viabiliza uma relação preferencial de cooperação e de abertura em vários domínios de interesse mútuo, apresentam-se como os momentos mais importantes do relacionamento preferencial entre os dois países.⁶⁰

Ao nível das trocas comerciais, cooperação económica e investimentos, apesar dos mais recentes números, o relacionamento dos dois países tem ainda muito espaço para evoluir.

⁵⁸ NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

⁵⁹ OJE – *notícias economia*. <http://www.oje.pt/noticias/economia/trocas-entre-china-e-portugal-sobem-21>

⁶⁰ Outros diplomas legais que merecem destaque são: Foreign Trade Law of the People’s Republic of China” de 02.06.2004 – Lei quadro do comércio externo (em vigor desde 1 de Julho de 2004); “Catalogue for the Guidance og Foreign Investments Industries”, de 07.12.2004 – Orientações para o Investimento Estrangeiro Industrial (em vigor desde 1 de Janeiro de 2005); Decreto no 17/2006, de 27 de Junho – Aprova o acordo de Cooperação Económica entre Portugal e a China (em vigor desde 15 de Dezembro de 2006); Resolução da Assembleia da República no 28/2000, de 30 de Março – Aprova a Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento entre Portugal e a China; Decreto no 34/92, de 23 de Julho – Aprova o Acordo sobre Promoção e Protecção de Investimentos entre Portugal e a China; Regulamento (CEE) no 2616/85, do Conselho de 16 de Setembro de 1985, JO L250, de 19.09.1985 – Acordo de Cooperação Comercial e Económica entre a Comunidade Económica Europeia e a República Popular da China.

No passado, este relacionamento era quase inexistente por razões relacionadas com o facto de a China ser um país fechado ao exterior, com uma economia de Estado, e por as prioridades portuguesas estarem voltadas para a União Europeia, países de língua portuguesa e EUA. Actualmente, com as políticas de abertura que têm vindo a ser implementadas, a China apresenta-se como uma grande oportunidade.

O mercado chinês continuará a ser um mercado difícil dadas as suas características, barreiras ainda existentes e dificuldades resultantes da língua e da distância. Mas Portugal tem algumas vantagens que deve aproveitar: Macau, que poderá constituir uma ponte para a China e o seu relacionamento secular com os chineses.⁶¹

São condições particularmente vantajosas, dentro do novo contexto de globalização, de que se desfruta em Macau⁶²:

- sistema económico liberal com limitada intervenção estatal, acesso facilitado a mercados internacionais;
- excelentes relações com a União Europeia e com os países de língua portuguesa;
- sofisticado e liberalizado sistema de telecomunicações;
- mão de obra qualificada e disponível;
- infra-estruturas desenvolvidas;
- existência de uma massa empresarial dinâmica e profundamente conhecedora do mercado.

3. Revisão do Estado da Arte

3.1. As Indústrias Criativas em sentido geral

“O termo “indústrias criativas” tem origem relativamente recente. Surgiu na Austrália, em 1994, com o lançamento do relatório “Creative Nation”, que defendia a importância do trabalho criativo, a sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, dando margem à inserção de sectores tecnológicos no rol das indústrias criativas.”⁶³

⁶¹ CATARINO Pedro (1999). *Info China*. Lisboa: Câmara de Comércio e Indústria Luso-Chinesa

⁶² HONG Lee Peng. (1999). *Info China*. Lisboa: Câmara de Comércio e Indústria Luso-Chinesa

⁶³ REIS Ana Carla (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural

Porém, foi verdadeiramente desenvolvido pela Creative Industries Taskforce do DCMS – Department for Culture, Media and Sports do Reino Unido⁶⁴, que define as indústrias criativas como “as actividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e com potencial de criação de emprego e riqueza, através da geração e exploração da propriedade intelectual”. Nesta visão, as Indústrias Criativas são, em resumo, baseadas em indivíduos com talento criativo; aliados a gestores de recursos económicos e tecnológicos; gerando produtos vendáveis; cujo valor económico assenta nas suas propriedades “culturais” ou “intelectuais”.⁶⁵

São, contudo, difusas, as definições de “economia criativa”, termo introduzido em 2001 por John Howkins, autor que desenvolveu o seu estudo tentando estabelecer uma relação entre criatividade e economia.

Do seu ponto de vista, no ano 2000, a economia criativa valia 2,2 mil milhões de dólares e crescia 5% ao ano, criando valor e riqueza extraordinários. “Dois tipos de criatividade foram levados em consideração: um diz respeito à nossa satisfação como indivíduos, e o outro está mais relacionado à criação de um produto ou serviço. O primeiro é uma característica universal da humanidade e pode ser encontrado em todas as sociedades e culturas. O segundo é mais forte nas sociedades industriais que dão maior importância à novidade, à ciência, à inovação tecnológica e aos direitos de propriedade intelectual.”⁶⁶

Em 2002, Richard Florida apresentou o conceito de classe criativa, cuja função económica é criar novas ideias, novas tecnologias ou novo conteúdo criativo. Na sua abordagem, “a classe criativa também engloba um grupo mais amplo de profissionais; sejam eles artistas ou engenheiros, músicos ou programadores, escritores ou empresários, compartilham uma essência criativa comum que valoriza a inovação, a individualidade, a diferença e o mérito. Em suma, são pessoas que agregam valor económico por meio da criatividade.”⁶⁷

Já em 2004, Richard Florida e Irene Tinagli desenvolveram o modelo dos 3 T's, através do qual defendem que “a competitividade se desenvolve com base na Tecnologia, Talento e Tolerância, cada um como condição necessária para atrair pessoas criativas, gerar inovação e

⁶⁴ O DCMS identificou os seguintes sectores: publicidade; cinema e Vídeo; arquitectura; música; mercados de arte e de antiguidades; artes performativas (teatro ópera, dança, música ao vivo, mímica e circo); jogos de computador e de vídeo; publicações; artesanato; software; design; televisão e rádio; design de moda.

⁶⁵ DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (1998). *Creative Industries Mapping Document 1998*. London: DCMS

⁶⁶ HOWKINS, John (2001). *The Creative Economy: how people make money from ideas*. Londres: Penguin Press

⁶⁷ FLORIDA, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class*. Nova York: Basic Books

estimular o crescimento económico, e em que a contribuição para o crescimento económico por parte da classe criativa será tanto maior quanto maior for o talento e tolerância que a caracteriza e maior a capacidade de potenciar a inovação e aposta na tecnologia.”⁶⁸

Foi na XI Conferência Ministerial da Unctad, em 2004, que o tópico das indústrias criativas foi introduzido na agenda internacional de economia e desenvolvimento. O Consenso de São Paulo, negociado entre 153 países, estabeleceu no seu parágrafo 91 que: “A comunidade internacional deve apoiar os esforços nacionais dos países em desenvolvimento para aumentar a sua participação e beneficiar dos sectores dinâmicos e deve também fomentar, proteger e promover as suas indústrias criativas”. Desde então, a Unctad tem sido proativa ao promover acções de políticas de cooperação internacional e nacional na área das indústrias/economia criativas.⁶⁹ Está, longe, contudo, de ter sido encontrado um modelo único.

	UNESCO	UK	Korea	Hong Kong	New Zealand	Canada	Australia	Denmark	Taiwan
Music	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Performing arts	x	x		x		x	x		x
Visual arts	x	x		x	x	x		x	x
Crafts	x	x		x	x	x			x
Design	x	x		x	x	x	x	x	x
Fashion design		x		x	x				x
Publishing	x	x	x	x	x	x	x	x	x
TV and radio		x		x	x	x	x	x	x
Film	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Advertising	x	x		x	x	x		x	x
Architecture	x	x		x	x			x	x
Cultural facilities							x	x	x
Software and computer service	x	x		x	x	x			x
Interactive leisure software		x	x	x					x
Creative lifestyle									x
Others ^a	x		x			x	x	x	

Table I. Comparison of the scope of creative industries among countries

Notes: ^a The catalog “Others” refers to the cultural tourism and sports sectors in Unesco, animation industry and character in Korea, graphic design and marketing in Australia, toys and entertainment parks in Denmark, others in Canada

Source: Based on compiled information from CCA (2003a, 2003b, 2004b)

Tabela 3 – Sectores das Indústrias Criativas, por país

“A designação indústrias criativas deu nova amplitude às indústrias culturais, transcendendo as artes, e marcou uma mudança na abordagem das actividades comerciais em potencial, que até recentemente eram consideradas predominantemente em termos não-económicos.”⁷⁰

De qualquer forma, as indústrias criativas estão no coração da economia criativa. Para a Unctad, elas estão centradas nas artes e na cultura, mas não estão restritas a elas. “Podem ser produtos tangíveis ou serviços intangíveis com conteúdo criativo, valor económico e objetivos de mercado. As indústrias criativas podem ser definidas como o ciclo de criação, produção e distribuição de produtos ou serviços comercializáveis, que usam a criatividade como insumo principal. Noutras palavras, um conjunto de actividades económicas com base no

⁶⁸ FLORIDA, Richard; TINAGLI, Irene (2004). *Europe in the creative age*, s.l., Demos Publish

⁶⁹ REIS Ana Carla (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural

⁷⁰ UNCTAD (2004). *Creative Industries and Development*. s.l., Unctad

conhecimento e que fazem uso intensivo da criatividade e do conhecimento, capazes de gerar rendimentos por meio do comércio e dos direitos de propriedade intelectual.”⁷¹

“No início do século XXI, a criatividade ultrapassou as barreiras da investigação académica e entrou para o campo da elaboração de políticas nacionais e regionais, passando a fazer parte de agendas de importância global. A criatividade é hoje reconhecida como um *driver* económico e social fundamental na geração de riqueza e emprego e no desenvolvimento sustentável, incorporando as mudanças tecnológicas e promovendo a inovação empresarial e o reforço da competitividade das cidades, regiões e países. O reforço da importância social e económica da criatividade resulta, acima de tudo, da mudança de paradigma da economia mundial, resultante do processo de globalização. São inúmeros e variadíssimos os processos socioeconómicos que se encontram em curso à escala mundial e que desafiam os territórios a repensar-se. A dinâmica do movimento internacional de capitais, a galopante mobilidade dos talentos, a crescente necessidade de inovação e de serviços especializados e as dinâmicas redes, que ligam cada lugar a uma mais ampla geografia de mercados globais, confirmam esta premissa geral.”⁷²

O estudo da NESTA identificou sete características específicas dos negócios iniciados por empreendedores criativos⁷³:

- As Indústrias Criativas são mais ricas em termos de nível de ensino alcançado pelos empreendedores e colaboradores;
- As Indústrias Criativas procuram, permanentemente, novas soluções e novas ideias. Por isso, têm de ser muito flexíveis, sendo os empreendedores pessoas que antecipam as necessidades e tendências do mercado;
- As Indústrias Criativas são, predominantemente, pequenos negócios com uma elevada percentagem de empresários em nome individual;
- As Indústrias Criativas são, do ponto de vista comercial e do ponto de vista criativo, muito baseadas nas relações em rede;
- As Indústrias Criativas são relativamente jovens e os seus empresários são também jovens, normalmente recém-licenciados com reduzidas competências de gestão e com dificuldade em transformar as suas ideias em produtos comercializáveis;

⁷¹ REIS Ana Carla (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural

⁷² FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

⁷³ NESTA, The National Endowment for Science, Technology and the Arts (2003). *Report on Creative Industries*. Londres: Nesta

- As Indústrias Criativas são produtoras de conhecimento, com influência nos padrões económicos de produção e consumo. Representam também um papel na identidade do território;
- As Indústrias Criativas são, muitas vezes, lideradas por jovens inexperientes que desenvolvem os negócios de formas pouco convencionais. Mas, apesar de tudo, daqui resulta a necessidade de atitudes empreendedoras, baseadas na ambição e na aceitação de riscos.

Em resumo, a chamada economia criativa é um conceito amplo e em evolução, que está a ganhar terreno no novo pensamento económico. “A economia criativa aparece como uma mudança das estratégias de desenvolvimento mais convencionais centradas nas determinantes dos termos de comércio e com foco na fabricação industrial, para uma abordagem holística multidisciplinar, que lida com a interface entre a economia, a cultura e a tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado. Nesse novo cenário, a interação entre economia e cultura está a ser reformulada e espera-se que aumente as perspectivas de desenvolvimento em muitos países.”⁷⁴

Os negócios criativos “gostam” de se agrupar, porque os seus produtos e serviços ganham com a troca e interação entre os seus actores. Ganham também com o aumento da visibilidade de um *cluster*⁷⁵, face à visibilidade que poderiam conseguir mais dificilmente isolados e beneficiam das acções comuns de divulgação e de transmissão de conhecimento.

“A clusterização dos negócios criativos permite também a geração de intercâmbios práticos e criativos com outras empresas e a obtenção de economias de escala (custos de mão-de-obra, abertura de ateliers, espaços de exibição, etc.), conduzindo a uma série de vantagens, quer para as empresas, quer para as regiões onde se implantam, nomeadamente, ao aumento da competitividade, a maior produtividade, ao aparecimento, crescimento e rentabilidade de novas empresas e ao acréscimo do emprego e inovação.”⁷⁶

⁷⁴ REIS Ana Carla (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural

⁷⁵ Segundo Michael Porter, Cluster entende-se por “agrupamentos geográficos de empresas do mesmo sector, fornecedores de produtos e serviços e instituições associadas que cooperam e competem entre si”.

⁷⁶ FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

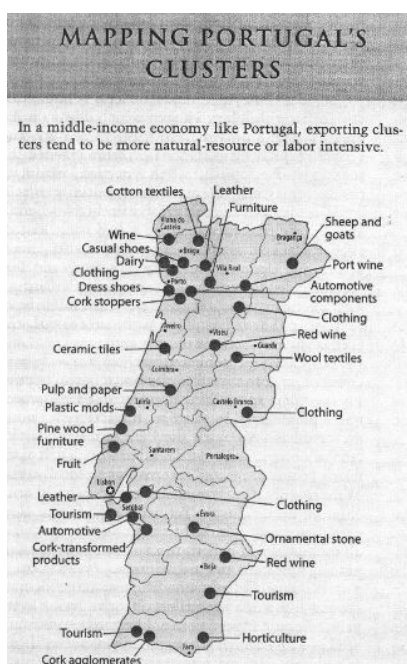


Figura 4 – O mapa de Portugal, clusterizado por Michael Porter

Podemos assim concluir que as indústrias criativas se tornaram num factor determinante de desenvolvimento económico e social. Apesar de muitas vezes serem apresentadas com conceitos distintos, em sentido geral representam as indústrias em que a criatividade é incorporada no negócio, sendo responsáveis por uma relevante parcela dos PIB dos países.

Apesar de associadas ao risco e à luta constante entre empreendedor criativo *versus* gestor, as indústrias criativas apresentam-se associadas a tendências de regeneração urbana, de valorização do património, e ao reconhecimento e internacionalização das cidades.

As indústrias criativas também são denominadas indústrias culturais, indústrias de conhecimento, indústrias da informação, indústrias baseadas em direitos autorais etc. Por detrás dessa confusão semântica há, pelo menos, três discursos distintos, dentro dos quais o uso do termo é interpretado de diferentes formas, a saber:

- uma abordagem baseada no discurso do desenvolvimento urbano;
- um discurso económico normalmente baseado no conceito de propriedade intelectual;
- um discurso baseado em conceitos de cultura, desenvolvimento e sustentabilidade.⁷⁷

“Actualmente, em vez de uma mudança que consiste na aplicação do conhecimento à técnica (Revolução Industrial) ou na aplicação do conhecimento ao trabalho (Revolução da Produtividade), temos uma aplicação do conhecimento ao conhecimento (Revolução de Gestão). A referida transformação baseia-se na inteligência humana, conhecimento e

⁷⁷ REIS Ana Carla (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural

criatividade, e faz uso de novas matérias-primas. Estas últimas, que englobam a informação, propriedade industrial, capital criativo e capital intelectual humano, são necessárias à sobrevivência e ao crescimento económico na era da concorrência global. O conhecimento é por este motivo o factor de trabalho mais importante, juntando-se ao capital e ao trabalho. Na era da globalização, a competição entre cidades ganha cada vez mais espaço, em detrimento da competição entre países. De facto, baseia-se cada vez mais na criatividade e na aptidão para tornar essa criatividade em lucro.”⁷⁸

3.2. As Indústrias Criativas na Europa e na China

3.2.1. Na Europa

“A Europa é um projecto político e não simplesmente uma economia de mercado. A cultura está idealmente posicionada entre as esferas económica e política. Comparando com outros sectores da economia, a cultura tem uma dimensão adicional – não contribui apenas para a riqueza mas também para a inclusão social, melhor educação, auto-confiança e orgulho de pertencer a uma história comum. A cultura desempenha múltiplas funções, sociais e políticas, que serviram várias vezes como justificação para a criação de políticas culturais de nível nacional, que ganham relevância acrescida num mundo globalizado e multicultural. De facto, a cultura pode ser considerada como embaixadora e um veículo para os valores europeus (tolerância, democracia, diversidade e pluralismo) e o seu modo de vida.”⁷⁹

Em Março de 2000, a Agenda de Lisboa dá início ao compromisso europeu em fazer da Europa a mais competitiva e dinâmica economia do conhecimento do mundo, capaz de um crescimento económico sustentável, com mais e melhor emprego e coesão social. Ao definir estes ambiciosos objectivos para a Europa futura, a Comissão Europeia introduz na sua agenda o sentido de urgência do desenvolvimento tecnológico e a consciência das vantagens competitivas da criatividade na economia global. Em 2004 o Conselho da Europa identifica a necessidade de proceder ao mapeamento do sector cultural, no contexto da Estratégia de Lisboa, de forma a compreender como poderá este contribuir para atingir os objectivos estratégicos definidos. A criatividade passa a ser reconhecida como uma vantagem competitiva, devendo para isso estar incluída nas agendas sectoriais, bem como nas políticas e programas regionais. É objectivo da União Europeia, através das suas agendas nacionais e regionais prioritárias, possibilitar que as cidades e regiões se possam posicionar na corrida

⁷⁸ UNIDADE DE COORDENAÇÃO DO PLANO TECNOLÓGICO (s.d.). *Plano Tecnológico*. s.l., s.e.

⁷⁹ KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*. s.l., s.e.

global para atrair investimento, talento e turismo, considerando a cultura como a ferramenta chave para o conseguir. Os fundos estruturais apoiam as indústrias criativas, dada a relevância que hoje detêm quanto: ao contributo significativo para o emprego ao nível local; ao potencial de crescimento inerente; ao papel que desempenham na integração social e coesão territorial.⁸⁰

Em 2008, as Indústrias Criativas na União Europeia contribuíram com 6,9%, (aproximadamente 860 mil milhões de euros) para o PIB, e representaram 6.5% da força de trabalho total, aproximadamente 14 milhões de trabalhadores.⁸¹

Visando impulsionar as indústrias culturais e criativas, a União Europeia apresentou em Novembro de 2011 o plano “Europa Criativa”, dotado de um orçamento global de 1,8 mil milhões de euros, a investir no período 2014-2020, e que pretende permitir que⁸²:

- 300 000 artistas e profissionais da cultura, assim como o respectivo trabalho, beneficiem de financiamento para atingir novas audiências fora dos seus países de origem;
- mais de 1000 obras audiovisuais europeias recebam apoio na distribuição, o que lhes permitirá serem vistos por públicos de toda a Europa e do mundo;
- pelo menos 2500 cinemas europeus possam beneficiar de financiamento, permitindo-lhes assegurar que, pelo menos, 50% dos filmes que apresentem sejam europeus;
- mais de 5500 livros e outras obras literárias recebam apoio para tradução, permitindo que os leitores possam apreciá-los na sua língua materna;
- milhares de organizações culturais e profissionais possam beneficiar de formação para aquisição de novas competências e reforço da respectiva capacidade de trabalhar a nível internacional;
- os projectos financiados pelo programa possam chegar a um mínimo de 100 milhões de pessoas.

O programa Europa Criativa basear-se-á na experiência e no êxito dos programas Cultura e MEDIA, que apoiaram os sectores cultural e audiovisual por mais de 20 anos. A proposta de orçamento de 1,8 mil milhões de euros para o programa Europa Criativa representa um aumento de 37% em relação aos níveis de despesa actuais. Para o período de 2007-2013, o

⁸⁰ FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

⁸¹ TERA CONSULTANTS (2010). *Building a Digital Economy: The importance of saving jobs in the EU's creative industries*. Paris: Tera Consultants

⁸² COMISSÃO EUROPEIA – *Novo programa “Europa Criativa”*. Disponível em http://ec.europa.eu/portugal/comissao/destaques/20111129_programa_europa_criativa_pt.htm

programa MEDIA recebeu 755 milhões de euros, com um montante adicional de 15 milhões de euros para o programa MEDIA Mundus (que apoia a cooperação internacional no sector audiovisual), e o programa Cultura teve uma dotação de 400 milhões de euros, no âmbito do actual quadro financeiro.

A este respeito o valor acrescentado europeu traduzir-se-á nos seguintes aspectos⁸³:

- o carácter transnacional das actividades e do respectivo impacto, que complementarará os programas nacionais, internacionais e outros programas da UE;
- as economias de escala das actividades e a massa crítica que o apoio da UE pode estimular, criando um efeito de alavanca sobre fundos adicionais;
- a cooperação transnacional, que pode suscitar respostas mais abrangentes, rápidas e eficazes aos desafios mundiais e gerar efeitos sistémicos a longo prazo no sector;
- a garantia de condições mais equitativas nos sectores culturais e criativos europeus, tomando em consideração os países de reduzida capacidade de produção e/ou países ou regiões com uma área geográfica e linguística restrita.

Partindo para uma análise sectorial, o estudo de 2011 da KEA *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*, identifica a música, o cinema e video, a televisão radio e edição, como os sectores mais relevantes, na Europa. Em traços gerais, eis a caracterização que este estudo faz, por sector⁸⁴:

- A música é uma das mais vibrantes e melhor estabelecidas indústrias culturais na Europa. As suas receitas provêm essencialmente de três fontes: venda de música gravada (cd's, dvd's, vinil, digital); concertos; direitos de autor. Em especial nos dois últimos casos, a Europa é líder mundial.
- A indústria cinematográfica europeia é caracterizada pela riqueza e variedade dos seus talentos, pelo grande número de companhias activas no sector, e pelo elevado número de filmes produzidos (cerca de 900, em 2009).
- A radiodifusão europeia é uma das mais importantes do mundo, chegando a cerca de 200 milhões de domicílios. O sector, caracterizado pela dualidade entre empresas públicas e privadas, conta com 5.600 empresas activas e 7.778 canais de televisão.

⁸³ EUROPEAN COMISSION (2011). *Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*. Brussels: European Comission

⁸⁴ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

- A edição desempenha um papel importante na Europa, em especial pela diversidade cultural e linguística que define a identidade europeia. Em 2008 foram editados 510.000 novos títulos; 150 milhões de jornais são vendidos e lidos por 300 milhões de pessoas todos os dias. A indústria da edição (livros, jornais e revistas) emprega mais de um milhão de pessoas. Os editores, estão, contudo, a adaptar-se à era digital e a procurar novos modelos de negócio.
- A publicidade é uma das principais indústrias criativas na Europa. Em 2003 o sector gerou 32 mil milhões de euros em valor acrescentado e um volume de negócios total de 121 mil milhões de euros. A principal quota de publicidade vai para as empresas de televisão; a publicidade online está a crescer a uma taxa de 5.6% ao ano.
- A indústria de jogos e *new media* apresenta um franco desenvolvimento. 25% dos europeus jogam ou ouvem rádio online e 30% vêem vídeos, televisão ou filmes pelo menos uma vez por mês.
- O *design* (de moda incluído), as artes visuais e artesanato são sector líder mundial. Dentro do sector do *design*, a moda é certamente a indústria mais importante. A Europa é a sede de diversos grupos líderes mundiais. O *design* apresenta-se como uma fonte de inovação, mesmo para empresas fora do sector criativo. Quanto às artes visuais, a Europa tem algumas das mais importantes feiras mundiais, e algumas das mais importantes casas de leilões e galerias de arte. Em relação ao artesanato, os dados permanecem escassos.
- O património cultural e as artes performativas são importantes pelos impactos indirectos que geram. A Europa é o destino mais visitado do mundo e os seus museus estão entre os mais atractivos (em 2008 o Louvre, em Paris, teve 8,5 milhões de visitantes e o British Museum, em Londres, 5,93). A promoção do património cultural gera retorno indirecto (restauração, hotelaria, etc.) e regenera a paisagem urbana (ex.: o Museu Guggenheim, em Bilbao). Na Europa, a reabilitação histórica cria mais 16,5% de empregos que a nova construção; cada novo emprego directo no património cultural cria 26,7 novos empregos indirectos. As artes performativas europeias têm reputação internacional, com um largo espectro: das antigas tragédias Gregas às mais vanguardistas companhias de dança e a um vasto leque de orquestras sinfónicas (Berlim e Viena, só para dar dois exemplos), teatros (ex.: La Scala, em Milão), ou aos numerosos festivais de música e artes performativas.
- A arquitectura não apresenta ainda dados muito concretos, mas os seus talentos atraem parcerias internacionais.

Em resumo, em termos de cultura e criatividade a Europa apresenta as seguintes características: o modelo de governo tem quatro níveis (europeu, nacional, regional e local); o sector público tem ainda uma forte presença, mas o modelo público-privado acaba por ser um factor distintivo dos países europeus; o mercado de trabalho é baseado no auto-emprego, na flexibilidade, sendo orientado por projecto; os trabalhadores criativos são habitualmente altamente qualificados; as empresas são essencialmente pequenas ou micro empresas.

Em termos de governação, a Agenda Cultural Europeia promove: a diversidade e o diálogo intercultural; a cultura como um catalisador para a criatividade; a cultura como um elemento vital nas relações internacionais da União. Através do Livro Verde, a Comissão Europeia reconhece a importância da cultura e da criatividade como motores do desenvolvimento local e revela o objectivo político de abrir mais fundos estruturais para estes sectores, os quais deverão ser usados de acordo com três prioridades: melhorar a atractividade dos Estados Membros, regiões e cidades; encorajar a inovação, empreendedorismo e o crescimento de uma economia baseada no conhecimento; e criar mais e melhores empregos.⁸⁵

Apesar da relevância económica e social dos sectores cultural e criativo, estes parecem, ainda, um pouco subestimados. Esperamos que estas medidas estruturais da União Europeia venham reverter tal facto em definitivo.

3.2.2. Na China

A última década assistiu a um forte desenvolvimento das indústrias culturais na China. Tudo começou na reunião do comité central de 2000 que declarou as indústrias culturais (o conceito “criativas” ainda não existia na China) como área de desenvolvimento estratégico.

A Constituição da China identifica a importância da intervenção do Estado na realização de actividades culturais, e garante aos cidadãos o direito à criação artística. O modelo de governo chinês é bastante centralizado, sendo as principais iniciativas políticas e legislativas administradas ao nível nacional. Contudo, os governos regionais e municipais mostram-se cada vez mais interessados na criatividade enquanto factor de competitividade, estando a construir estratégias de desenvolvimento orientadas para a cultura. Shenzhen e Xangai⁸⁶, por

⁸⁵ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

⁸⁶ Em Pequim, Xangai e Shenzhen – as primeiras “cidades criativas chinesas” – as autoridades locais para as indústrias culturais e criativas estão sobre a alçada dos governos municipais, trabalhando com os “Grupos de Liderança para as Indústrias Criativas” (empresas do Estado) para a implementação de projectos.

exemplo, estão interessadas em usar a cultura enquanto imagem de marca.⁸⁷

Além da criação, em 2006, do Departamento da Indústria Cultural, com a missão de elaborar planos, políticas e regulamentos nesta área, a vontade da China em tornar-se um centro para a criatividade fica também expressa no Relatório do 17º Congresso Nacional do Partido Comunista da China de 2007 e pelo Relatório do Trabalho do Governo de 2009. O programa para as Indústrias Culturais e Criativas visa⁸⁸:

- Adaptar as indústrias culturais e criativas às especificidades do mercado doméstico e à “cultura local”;
- Usar o investimento do sector bancário para promover as indústrias culturais;
- Colocar o foco na cena internacional e aumentar o impacto cultural internacional através da criação de plataformas de cooperação;
- Reforçar as marcas domésticas e as empresas culturais através da participação estrangeira e investimento directo estrangeiro adaptado às particulares características da China;
- Exportar mais produtos “Criado na China” e não “Feito na China”.



Figura 5 – “Made in China”

“Enquanto nação, a ambição da China é a de alterar a sua imagem de país de produção *low-cost* para país líder mundial com as suas próprias marcas globais; uma mudança de “*Made in China*” para “*Created in China*”, aspiração apoiada por uma clara estratégia de fundos governamentais, em especial para o estabelecimento de empresas chinesas no Ocidente.”⁸⁹

A China está a experienciar um grande desenvolvimento em todos os sectores da economia, ambiente ao qual a economia criativa não fica imune. Se por um lado novos edifícios, centros comerciais, cinemas e teatros (no limite, novas cidades) estão a ser construídos; por outro, uma política de eventos⁹⁰ tem permitido uma forte e mediática exposição de algumas das

⁸⁷ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

⁸⁸ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

⁸⁹ IVCA International Visual Communications Association (2010). *The Creative Industries in China - IVCA Report*. s.l.: IVCA

⁹⁰ Jogos Olímpicos de Pequim (2008); Expo Xangai (2010); Jogos Asiáticos em Guangzhou (2011)

maiores cidades do país.

“O 11º Plano Quinquenal (2006-2010) do Governo da China propôs a exploração do potencial das indústrias criativas. De acordo com dados recentes da ONU, a China tornou-se o terceiro maior exportador deste tipo de actividades económicas, a seguir ao Reino Unido e Estados Unidos.”⁹¹

De acordo com o Gabinete Nacional de Estatísticas⁹²:

- o PIB da indústria cultural aumentou 22% a cada ano, de 2004 a 2008, acima do crescimento do PIB nacional no mesmo período. Em 2009 o PIB da indústria cultural atingiu os 840 mil milhões de *yuan* (cerca de 100 mil milhões de euros), aumentando 10% em relação ao ano anterior e contribuindo para 2.5% do PIB.
- Em 2008, o número de pessoas a trabalhar nas indústrias culturais era de 11.82 milhões, o que representa um aumento de 19% em relação a 2004.
- As cidades mais representativas do sector são: Pequim⁹³, Xangai, Hangzhou, Shenzhen, Qingdao, Fuzhou, Chengdu, Ningbo, Kunming, Xiamen, Nanjing e Changsha.
- Os sectores mais rentáveis são a publicidade, serviços tecnológicos, entretenimento *indoor*, serviço de televisão por cabo, e a edição. Estes seis sectores representam 66% dos lucros da indústria.

Tal como anteriormente apresentado para a Europa, segue uma breve análise sectorial das indústrias criativas na China, baseada no mesmo estudo da KEA⁹⁴, o qual apresenta os jogos *online*, os *new media* e a publicidade como os sectores em maior crescimento:

- A indústria de jogos *online* chinesa tem o maior crescimento do mundo, tendo atingido 1.52 mil milhões de euros de valor de mercado. Serve mais de 60 milhões de jogadores.
- A televisão, a rádio e a edição são muito fortes. Com um mercado composto por 2.380 radiodifusores, é a maior indústria de televisão do mundo, o mesmo acontecendo com

⁹¹ IVCA International Visual Communications Association (2010). *The Creative Industries in China - IVCA Report*. s.l.: IVCA

⁹² UK TRADE & INVESTMENT DEPARTMENT (2011). *Creative Industries in China - Opportunities for business*. London: UK Trade & Investment

⁹³ Enquanto cidade número um, Pequim atingiu um PIB de 500 milhões de *yuan* nas indústrias culturais e criativas em 2009, representando 13% do total da indústria, atraindo cerca de um milhão de profissionais criativos.

⁹⁴ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

a edição em termos de volumes vendidos, cerca de 6 biliões.

- A indústria cinematográfica está em crescimento. Em 2008, a China produziu 456 filmes, um aumento na produção de 12,3%. As receitas de bilheteira têm sido bem sucedidas graças à reestruturação e modernização das cadeias de cinemas por todo o país. O número de salas está igualmente a aumentar: em 2009 contavam-se 26 circuitos de cinema, 1.687 cinemas e 4.723 ecrãs.
- A indústria do *cartoon* está a sentir grandes alterações devido à crescente ligação às indústrias dos jogos e computação.
- O *design* é a mais importante indústria criativa da China continental, em especial se tivermos em consideração os mais de 30 mil milhões de euros de exportações neste sector em 2005. Contudo, existem algumas dúvidas em relação à origem dos produtos de *design* chineses, em especial pela inclusão nesta categoria de produtos como os brinquedos. O *design* gráfico, por exemplo, não está sequer desenvolvido. O *design* é, contudo, uma prioridade de negócio para a China.
- A arquitectura está a contribuir para as significantes alterações que se vão sentindo nas cidades chinesas. À medida que a China se abre à comunidade internacional, o governo está a facilitar que arquitectos estrangeiros trabalhem na China.
- A música e as artes performativas são ainda um sector relativamente pouco desenvolvido, mas beneficiam das mudanças (para o digital). Nas artes performativas, a maioria das companhias são extremamente dependentes do apoio governamental. Existe um total de 4.512 companhias de artes performativas na China, 2.476 das quais são detidas pelo estado e recebem subsídios públicos e 2.036 são privadas ou parcerias público-privadas. Ainda assim, as artes performativas são bem sucedidas: as salas de espectáculos na China recebem cerca de 110 milhões de visitantes por ano. O investimento privado não é permitido na renovação e construção de salas de espectáculos.
- As artes visuais, o artesanato e o património cultural atraem investidores e turistas de todo o mundo, tendo a China se tornado um dos mais importantes epicentros⁹⁵ para colecionadores de arte, curadores, organizadores e operadores do mercado artístico. Já na perspectiva do património cultural, a preservação dos artefactos e locais históricos ajuda a China a comunicar a sua história e cultura a um número de visitantes em ascensão⁹⁶. Actualmente, cerca de 70.000 locais estão sobre protecção. As visitas a

⁹⁵ O 798 Art District de Pequim é já um caso de estudo enquanto *cluster* de sucesso no mercado da arte.

⁹⁶ Nos últimos três anos, por exemplo, o número de turistas que visitaram a secção de *Badaling* da Grande

estes locais contribuíram para um *boom* na indústria do turismo.

Como complemento das análises anteriormente efectuadas, apresenta-se de seguida a perspectiva da IVCA – *International Visual Communications Association*, “*The Creative Industries in China*”⁹⁷ em relação a alguns desses sectores:

- Os últimos dez anos assistiram a um crescimento contínuo no mercado da televisão. O governo está agora a estimular a televisão digital, tendo em conta que o sinal analógico deixará de existir em 2015.
- Com uma população adolescente de 370 milhões de indivíduos e um público alvo de cerca de 500 milhões, o mercado da animação tem um potencial enorme. Cerca de 70% dos programas de animação difundidos são produzidos no próprio país. Apesar de representativa, esta indústria apresenta-se ainda num estado primitivo de desenvolvimento, logo, receptiva a colaborações com o exterior.
- Ao nível da indústria cinematográfica, existe também um grande mercado potencial. Os filmes co-produzidos são considerados criações locais, o que torna as questões administrativas e legais mais facilitadas. As grandes barreiras continuam a ser a língua e a cultura.
- A indústria musical digital está na sua fase inicial, mas a expandir-se rapidamente.
- A indústria do *design* está igualmente em franco crescimento, como consequência da consciência entretanto adquirida da necessidade de incorporação da inovação e políticas de comunicação nas estratégias das empresas.
- Com um mercado em crescimento, a expansão da indústria da publicidade não é uma surpresa, antes uma consequência, verificando-se um aumento expressivo do número de empresas estrangeiras a sediarem-se na China, acompanhando a tendência de mercado de aumento do sector em 30%.
- Verifica-se uma tentativa de revigorar as artes performativas por parte do governo.

E do *UK Trade & Investment Department* “*Creative Industries in China – Opportunities for business*”⁹⁸:

- Devido a alguma abertura do mercado, o investimento em televisão e produção cinematográfica, distribuição e programação diversificou-se, aumentando a capacidade

Muralha subiu de cinco para seis milhões.

⁹⁷ IVCA International Visual Communications Association (2010). *The Creative Industries in China - IVCA Report*. s.l.: IVCA

⁹⁸ UK TRADE & INVESTMENT DEPARTMENT (2011). *Creative Industries in China - Opportunities for business*. London: UK Trade & Investment

e a qualidade da produção. As empresas estão a desenvolver-se rapidamente, forçadas por uma enorme procura do mercado, que procura, entre outros, programas de entretenimento e educativos.

- À indústria de conteúdos digitais são reconhecidos seis subsectores: jogos digitais, televisão e cinema digital, música digital, edição digital e *e-learning*. Destes, os jogos digitais são o subsector que se apresenta mais estabelecido, com centenas de novos produtos a serem lançados a cada ano; a produção de animação atingiu um crescimento quase dramático pela aplicação da “Directiva para reforçar a indústria da animação”, surgindo as regiões de Jiangsu, Zhejiang, Guangdong, Hunan e Liaoning como as mais representativas deste subsector; quanto à música, existem duas categorias principais: música online, com cerca de 200 milhões de subscritores, e a música móvel, com cerca de 580 milhões assinantes.
- Em termos de *design* industrial, a maior parte das empresas estão sediadas em zonas costeiras e em cidades exportadoras. Actualmente, 800 universidades e 600 faculdades oferecem cursos nas áreas do *design*, com um total de 300.000 graduados cada ano. O design tornou-se uma prioridade nacional com a tentativa de transformação de mentalidades de “*made in China*” para “*created in China*”.
- A China está a meio de um processo histórico de urbanização⁹⁹. Estimulados pela privatização do mercado imobiliário, por melhores níveis de vida e pela presença de empresas internacionais no país, a aquisição de casa própria está em crescimento. Cada vez mais os promotores imobiliários procuram serviços de arquitectura de alta qualidade, com o aparecimento de novas preocupações como a arquitectura paisagística, reabilitação urbana, protecção ambiental e sustentabilidade energética. Há, pois, uma enorme procura de profissionais e empresas que trabalham no sector do planeamento urbano e arquitectura.

“Estando actualmente em expansão na China, as indústrias criativas enfrentam uma série de desafios: o governo ainda não definiu um sistema estatístico claro que monitorize o estado económico do sector; na sua fase inicial de desenvolvimento, a indústria criativa é considerada como parte da indústria cultural; alguns governos locais também já começaram a implementar as suas próprias políticas (as principais cidades criaram os seus próprios planos de desenvolvimento); sem uma definição consistente dos subsectores, torna-se difícil verificar

⁹⁹ De acordo com dados oficiais, em 2010 a China teria construído 80 mil milhões de metros quadrados de novas casas, sendo o valor previsto para 2020 de 205 mil milhões de metros quadrados.

o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas chinesas num mercado global.”¹⁰⁰

De acordo com o índice de categorias das indústrias cultural e afins (sob a rubrica “NUC” (2004, 24), divulgado pelo Gabinete Nacional de Estatística da China, as indústrias culturais chinesas incluem: fabrico e venda de produtos culturais; comunicação cultural; serviços de entretenimento cultural e de lazer; produção de bens de consumo culturais e campanhas de marketing; venda e produção de equipamentos culturais; outros tipos de manufacturados e vendas. Na realidade, essa classificação encontra-se praticamente dividida em três camadas: a principal, a externa e a relacionada. A camada principal da indústria cultural inclui jornalismo, serviços de publicação e imprensa, serviços de direitos autorais, rádio, televisão, filme e artes; a camada externa inclui a internet, lazer e entretenimento e outros serviços culturais; a camada relacionada inclui a produção e a venda de produtos e de equipamentos ligados à indústria cultural¹⁰¹.

“O governo encontra-se comprometido com uma agenda para levar as indústrias culturais e criativas para uma nova fase de desenvolvimento. Mais empresas de larga escala irão emergir, necessitando a cooperação internacional de ser reforçada. O recente aumento na exportação cultural baseia-se essencialmente na manufactura de produtos culturais. O conteúdo criativo e o reconhecimento da marca são ainda pouco significativos.”¹⁰²

“A China apresenta já um conjunto de leis, regulamentos e regras administrativas no que ao sector cultural e criativo diz respeito. De igual forma, regulamentos de conteúdos e de importação foram suavizados, para facilitar as trocas internacionais e o investimento estrangeiro. Um entendimento económico do sector é crucial para criar políticas específicas, sendo que este sector depende dos direitos de autor e conexos. Por exemplo, a protecção de *copyright* na China¹⁰³ é já muito similar à maioria dos estados membros da União Europeia.”¹⁰⁴

¹⁰⁰ UK TRADE & INVESTMENT DEPARTMENT (2011). *Creative Industries in China - Opportunities for business*. London: UK Trade & Investment

¹⁰¹ CHENGYU Xiong (2008). *Tendências actuais da indústria cultural chinesa: introdução e reflexão*. In Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural

¹⁰² UK TRADE & INVESTMENT DEPARTMENT (2011). *Creative Industries in China - Opportunities for business*. London: UK Trade & Investment

¹⁰³ Na China os direitos de autor são válidos pela vida do autor mais 50 anos; os direitos morais são perpétuos. Trabalhos de estrangeiros realizados/publicados em primeiro lugar na China gozam da mesma protecção.

¹⁰⁴ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

Em traços gerais, eis as indústrias culturais e criativas na China¹⁰⁵:

- A indústria cultural da China é composta, principalmente, por empresas de capital nacional.
- Em 2004, as empresas as de capital nacional correspondiam a 96%; as empresas de Hong Kong, Macau e Taiwan correspondiam a 2%; e as de capital estrangeiro, a apenas 2%.
- A escala das empresas é pequena; profissionais com alto grau de qualificação são raros; muitas empresas culturais estão endividadas; muitas instituições culturais gastam demais e ganham pouco; o lucro per capita é insuficiente.
- A distribuição regional das indústrias culturais chinesas é similar à da sua economia: a região oriental apresenta-se mais desenvolvida que a ocidental.
- Em termos de quantidade de empresas, de profissionais e de activos, a região oriental é responsável por 66%, 69% e 78%, números muito mais altos que os das regiões central e ocidental.
- Em relação à receita, as áreas orientais respondem por 82% do total, enquanto que a região central e a ocidental, por apenas 18%.
- A importação e a exportação de produtos culturais são compostas, principalmente, por jogos eletrónicos, esculturas, acessórios, livros e outros materiais impressos.
- Os mercados mais importantes para a importação e a exportação de produtos culturais chineses são os Estados Unidos da América, a União Europeia e Hong Kong.
- Guangdong (representa 20% de todo o país) é a principal base chinesa de fabricação de produtos culturais; a região do delta do Rio das Pérolas tornou-se um centro de fabricação de produtos de reconhecimento internacional.
- As indústrias culturais possuem diferentes características, de região para região.

“A China enfrenta a desafiante tarefa de encontrar um novo equilíbrio entre encorajar a criatividade individual, fomentar o surgimento de produção cultural inovadora, desenvolver o uso de ferramentas de propriedade intelectual para promover as marcas nacionais e aumentar o investimento estrangeiro no campo das indústrias culturais e criativas.”¹⁰⁶

“Com a melhoria dos níveis de vida e de rendimento disponível, os chineses gastarão mais em

¹⁰⁵ CHENGYU Xiong (2008). *Tendências actuais da indústria cultural chinesa: introdução e reflexão*. In Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural

¹⁰⁶ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

produtos culturais. Com um consumo anual per capita projectado para crescer 10,8% ao ano até 2020, espera-se que os gastos na indústria cultural cresçam exponencialmente.”¹⁰⁷

3.2.3. Nas relações União Europeia / China

A Europa e a China, sendo os berços das civilizações Ocidental e Oriental, deram ao longo da história importantes contributos para o progresso da civilização. Os intercâmbios culturais entre a China e a Europa significam, muito mais do um espaço de diálogo entre as referidas civilizações, um intercâmbio global.

Desde 1975, a China e a Europa têm vindo progressivamente a estabelecer uma parceria estratégica que reflecte o desenvolvimento dos seus laços políticos e económicos e o seu papel na governança global. Em 2010 a União Europeia e a China decidiram ampliar as suas relações bilaterais em termos de relações externas, de segurança, alterações ambientais ou recuperação da economia global. Além destas, uma política específica para a cultura foi lançada em 2009, baseada numa declaração conjunta, tendo sido identificadas três áreas de comum interesse: a diversidade cultural; as indústrias culturais e criativas; e a preservação e promoção do património cultural¹⁰⁸.

Como vimos em anterior capítulo, toda a economia chinesa está a atravessar uma profunda reforma estrutural. A globalização e a tecnologia aproximaram a Europa e a China, introduzindo novas formas de interacção social e cultural. Com a adesão da China à Organização Mundial do Comércio e a assinatura de diversos tratados internacionais sobre Propriedade Intelectual, o diálogo entre a União Europeia e a China parece agora possível no que às indústrias criativas diz respeito, num relacionamento que se pretende vantajoso para ambas as partes.

Para já, a Europa e a China partilham um conjunto de ideais na base das quais identificam as indústrias culturais e criativas como uma prioridade¹⁰⁹:

- Ambas querem apoiar o desenvolvimento de diferentes expressões culturais contra a predominância de um modelo único.

¹⁰⁷ IVCA International Visual Communications Association (2010). *The Creative Industries in China - IVCA Report*. s.l.: IVCA

¹⁰⁸ EUNIC European Union National Institutes for Culture (2011). *Europe China Cultural Compass – Orientation for cultural cooperation between China and Europe*. s.l.: Goethe Institut

¹⁰⁹ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

- Ambas concordam no reconhecimento da natureza específica dos bens culturais, que merecem tratamento diferenciado em relação a outros bens (como definido na Convenção da Unesco, em 2005).
- Ambas estão comprometidas num processo que promove a cultura noutras áreas de decisão (como apoiar a criatividade ao nível industrial, ou a promoção do entendimento comum ao nível diplomático ou social, por exemplo).
- Ambas são depositárias de numerosos locais e culturas (incluindo diversidade linguística), que se vêem confrontados com o processo de globalização.
- Ambas querem desenvolver oportunidades de comércio entre empresas culturais e criativas e desenvolver políticas destinadas às PME culturais e criativas.
- Ambas acreditam na aplicação dos direitos de autor e no licenciamento da propriedade intelectual como ferramentas para fomentar a criação de conteúdos e recompensar os criadores.

“Na China, a ideia de indústrias criativas é a de um mecanismo para estimular e desenvolver cidades ou regiões – é um modelo adoptado do Ocidente e inclui todo o tipo de empresas dentro dos sectores do entretenimento e das artes. O seu entendimento baseia-se na economização dos sectores da cultura e da educação. O seu valor específico não as diferencia entre material, imaterial, antes as concentram no bem-estar social. Isto resulta na unidade de políticas culturais e económicas na esfera de valor cultural e económico.”¹¹⁰

Na Europa e fora dela não há uma classificação uniforme de indústrias culturais e criativas. As definições abrangem os conceitos de “indústrias criativas” do Reino Unido, de “indústrias culturais” em França e de “economia da experiência” da Suécia; em Itália as indústrias culturais e criativas incluem inclusivamente a indústria alimentar. Uma primeira tentativa de conjugar as diferentes abordagens foi feita pela Comissão Europeia através do estudo “*The economy of culture in Europe*”, propondo uma nova definição.

Por sua vez, “a China apresenta uma definição oficial, na qual distingue entre actividades nucleares, periféricas e relacionadas. Contudo, esta definição existe em paralelo com outras classificações desenvolvidas pelas grandes cidades. Ao mesmo tempo, as classificações chinesas incluem muitas vezes sectores não previstos na Europa (viagens, jardinagem, etc.), o que torna qualquer tentativa de comparação extremamente difícil.”¹¹¹

¹¹⁰ EUNIC European Union National Institutes for Culture (2011). *Europe China Cultural Compass – Orientation for cultural cooperation between China and Europe*. s.l.: Goethe Institut

¹¹¹ Pequim, por exemplo, tem 9 categorias; Xangai tem 5.

Actualmente, enquanto a Europa luta contra a crise, a China apresenta altos índices de desenvolvimento económico. Se nos Estados Unidos as artes dependem do apoio privado, na Europa são subsidiadas pelos estados, logo, sofrem directamente com o momento económico que se vive. Também aqui a China (onde a recolha de fundos ou os patrocínios não são significativos, antes as relações pessoais¹¹²) parece estar em contraciclo, pelo aparecimento de grandes projectos culturais (salas e/ou eventos) que, geridas por empresas detidas pelo estado, viram a sua carga fiscal aliviada.

Apesar de os sectores culturais e criativos na China e na Europa serem importantes sectores económicos e a China e a Europa serem importantes parceiros comerciais, as suas trocas culturais ainda estão por ser totalmente desenvolvidas¹¹³:

- A China é o segundo maior parceiro comercial da Europa, a seguir aos Estados Unidos e o seu maior importador. Em 2009, o comércio bilateral entre a China e a União Europeia atingiu 327.4 mil milhões de euros, e de 2007 para 2009 aumentou 36%.
- Desde a adesão à Organização Mundial do Comércio, em 2001, a China tornou-se o terceiro maior exportador (3.7 mil milhões de euros) e o sexto maior importador (2.2 mil milhões de euros) de bens culturais.
- Entre 2004 e 2007 a exportação de serviços culturais da União Europeia para a China cresceu de 31 milhões de euros para 49 milhões de euros, num aumento de 58%. A China é, contudo, um importador menor de bens e serviços culturais. Em relação à União Europeia, o país representava apenas 2.9% do comércio de cultura no exterior e apenas 5.1% em 2007.
- O comércio cultural da China está a desenvolver-se rapidamente, mas está ainda numa fase inicial.
- A insuficiente execução de direitos de propriedade intelectual e o tamanho dos operadores culturais (pequenas e médias empresas), assim como a falta de consciência política sobre a importância económica das indústrias criativas, são as principais razões estruturais para as insuficientes relações comerciais entre a Europa e a China nos sectores cultural e criativo.

“A China enfatiza o papel distintivo que a cultura representa nas relações internacionais. Nos últimos anos a China e a Europa mantiveram uma série de importantes eventos e actividades culturais, como por exemplo: o ano da cultura Sino-Francês (2003-2005); o ano da cultura

¹¹² Ou “Guanxi”

¹¹³ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

Espanhola (2007); o ano da cultura Grega (2008); Alemanha e China – seguindo em frente juntas (2007-2010); China como convidado de honra do festival internacional de artes Europalia (2009-2010); os anos da cultura Sino-Italiana (2006 e 2010); ou os vários pavilhões europeus e o primeiro pavilhão da União Europeia na Expo Xangai (2010).”¹¹⁴

Nos diálogos entre a Europa e a China sobre as indústrias culturais e criativas, sugere-se a cobertura dos seguintes tópicos¹¹⁵:

- Gestão administrativa, infraestrutural e de governação que estimulem o crescimento das indústrias culturais e criativas, a nível nacional e local.
- Pesquisa no desenvolvimento local das indústrias culturais e criativas (i.e. através de análises comparativas, avaliação dos instrumentos de apoio existentes, dos seus impactos e valores em relação aos objectivos prosseguidos).
- Instrumentos políticos e financeiros para preservar o património cultural e promover a expressão de culturas rurais (não há criação contemporânea sem uma forte história cultural).
- Instrumentos políticos e financeiros para apoiar os investimentos em actividades culturais internacionais (i.e. projectos piloto podem ser iniciados para experimentar novas ferramentas como um fundo de co-investimento UE-China).
- Gestão na arte e no *design* e educação artística como ferramentas para estimular a criatividade.

Estas medidas são propostas porque as indústrias criativas de um e outro lado do globo estão a atravessar desafios idênticos, nomeadamente: o domínio dos Estados Unidos, a mudança para a era digital, o combate à pirataria, a procura global por conteúdos, a necessidade de defesa das suas médias, pequenas, micro e nano empresas.

“Vista da Europa, a China do passado era um vasto país-continente, uma antiga potência, unida, misteriosa, distante e esquecida. Hoje, a China é grande, antiga, tradicional, uma nova marca, moderna, algumas vezes pós-moderna e vanguardista, já não misteriosa pois detém a atenção mundial. A sociedade chinesa está actualmente a atravessar um rápido processo de

¹¹⁴ EUNIC European Union National Institutes for Culture (2011). *Europe China Cultural Compass – Orientation for cultural cooperation between China and Europe*. s.l.: Goethe Institut

¹¹⁵ KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

mudança do estilo de vida e de distribuição da riqueza. Amanhã a China será grande em grande em tamanho, números e impacto. O mundo ficará mais chinês.”¹¹⁶

Na história, a China e os países da Europa deram grandes contributos para o progresso social e para o desenvolvimento civilizacional; são o berço de inúmeros pensadores, filósofos, e artistas cujos feitos se tornaram parte da riqueza da humanidade.

Nos últimos anos, as necessidades de diálogo intercultural e de mútuo entendimento têm ocupado um lugar cada vez mais proeminente nas relações Europa-China, daí o aparecimento do “*EU-China High Level Cultural Forum*”¹¹⁷, um espaço de discussão entre os principais intelectuais de ambos os lados, um importante passo para a cooperação no campo da cultura.



Figura 6 – “EU-China High Level Cultural Forum”

De entre os abundantes e diversificados programas de intercâmbio cultural entre a China e a Europa, o *EU-China High Level Cultural Forum* destaca-se por ter importância mundial e as seguintes singularidades¹¹⁸:

- É uma plataforma sem precedentes para a compreensão recíproca e para a comunicação entre as elites estudiosas nos círculos da cultura e do pensamento.
- Os seus temas são desenhados em conjunto por institutos de topo para os estudos transculturais entre a Europa e a China, indo ao encontro das preocupações dos países europeus e da China.
- Está focado em estudar conceitos de ponta e temas relacionados com o pensamento.

Até ao momento tiveram lugar dois fóruns: Bruxelas 2010 e Pequim 2011.

¹¹⁶ EUNIC European Union National Institutes for Culture (2011). *Europe China Cultural Compass – Orientation for cultural cooperation between China and Europe*. s.l.: Goethe Institut

¹¹⁷ O Fórum pretende ser um espaço de diálogo aberto sobre os valores das duas civilizações, os seus modelos de sociedade, os diferentes padrões de desenvolvimento, epistemologia, ética e estética.

¹¹⁸ EU-CHINA HIGH LEVEL CULTURAL FORUM. Disponível em <http://euchinaculturalforum.com/>

Se em Bruxelas os temas giraram à volta da globalização: “diferenças, *melting pot* ou um novo jogo?”; “diferentes padrões e visões do mundo devido à globalização”; “conceitos de beleza através da comunicação cultural”; “múltiplas modernidades”; “transcultural ou trans-subjectividade na era da globalização”, em Pequim o tema central foi o urbanismo: “as preocupações e responsabilidades globais no crescimento de mega cidades”; “como a cidade é vista pelas pessoas e pela história civilizacional”; “novos processos e novos padrões para as cidades”.

O próximo fórum terá lugar em Paris, no Museu do Louvre e será dedicado às artes, mentalidades e ao ambiente.

2012 foi definido como o ano Sino-Europeu para o Diálogo Multicultural.

3.3. As Indústrias Criativas no Norte de Portugal e em Macau

3.3.1. No Norte de Portugal

Em Portugal como no mundo, as indústrias culturais e criativas são hoje um tema incontornável. Os primeiros passos começaram a ser dados pelo Plano Tecnológico dos XVII e XVIII Governos Constitucionais, que definiu como principais objectivos estratégicos no capítulo das IC¹¹⁹:

- divulgar e promover o conceito de indústria criativa em Portugal.
- consolidar a base de conteúdos culturais e informativos.
- promover o potencial económico das indústrias criativas pelo acesso ao financiamento e aos recursos humanos.
- promover as cidades criativas em Portugal.

No Norte de Portugal, em concreto, está em marcha um plano que visa o estabelecimento e consolidação de um *cluster* de IC.

Segundo os mais recentes levantamentos sobre o sector das Indústrias Criativas, “em 2009, o tecido empresarial da Região Norte demonstrava que as actividades criativas (*design*, arquitectura, tecnologias de informação e comunicação e publicidade) tinham um peso de 46,22%, seguindo-se das indústrias culturais (audiovisual, rádio, música, edição) com 34,70% e das *core arts* (artes visuais, artes cénicas, fotografia e património) com 19,70%”¹²⁰.

¹¹⁹ UNIDADE DE COORDENAÇÃO DO PLANO TECNOLÓGICO (s.d.). *Plano Tecnológico*. s.l., s.e.

¹²⁰ ADDICT (2011). *Plano de Actividades 2012 – 2013*. s.l., s.e.

Fazendo uma contextualização nacional das políticas governamentais para esta área, temos:

- O XVIII Governo Constitucional previa já um “reforço dos apoios aos artistas e aos criadores, bem como às artes e às indústrias criativas”¹²¹, num conjunto de iniciativas que iam, em termos resumidos: da educação artística, à difusão da cultura e da língua portuguesa, ao acesso equitativo à cultura, à criação de linhas de crédito público, à formação e internacionalização de artistas e criadores, ao financiamento de apoio às artes e ao cinema, à produção e difusão do cinema português, ao estatuto de carreiras artísticas, à revisão da lei da cópia privada, ao portal da cultura interactivo, à criação de conteúdos em língua portuguesa, ao desenvolvimento e internacionalização de programadores independentes, a um plano interministerial que valorize a cultura como factor de crescimento e emprego e ao apoio à criação artística. (*vide* Anexo A – Programa do XVIII Governo Constitucional).
- O XIX Governo Constitucional pretende “contribuir para o desenvolvimento das indústrias criativas, sector transversal a várias áreas da governação, aumentar a auto-sustentabilidade do sector cultural, assegurar a difusão e defesa dos direitos de autor e gerar emprego qualificado, concorrendo para a revitalização urbana (...) assumindo as seguintes prioridades”¹²² através: da redacção de um Estatuto dos Profissionais das Artes, da elaboração de uma nova Lei da Cópia Privada, da elaboração de legislação sobre o combate às várias formas de pirataria, da elaboração de um estudo sobre a possibilidade de ampliar o número de Tribunais de Propriedade Intelectual, da actualização da lei das Sociedades de Gestão Colectiva de Direitos, da produção de uma norma interpretativa do conceito de promotor de espectáculo, da elaboração de legislação respeitante e adaptação do Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos. (*vide* Anexo B – Programa do XIX Governo Constitucional).

Já em termos de estudos para as IC em Portugal, são referências: o “*Estudo macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*”, de 2008, o estudo desenvolvido por Augusto Mateus & Associados para o Ministério da Cultura “*O Sector Cultural e Criativo em Portugal*”, de 2010, e o “*Estudo das Indústrias Criativas na Galiza e Norte de Portugal*”, de 2012. Este último conclui que o sector das indústrias criativas do norte de Portugal e Galiza produz já mais de 1.200 milhões de euros de facturação anual.

¹²¹ XVIII GOVERNO CONSTITUCIONAL (2009). Programa do XVIII Governo Constitucional. s.l., s.e.

¹²² XIX GOVERNO CONSTITUCIONAL (2011). Programa do XIX Governo Constitucional. s.l., s.e.

Começando pelo plano nacional, podemos apresentar o sector cultural e criativo em Portugal da seguinte forma¹²³:

- Representa 2,8% da riqueza criada em Portugal, gerando um valor acrescentado bruto de 3.691 milhões de euros.
- Representa 2,6% da força de trabalho nacional (127.000 pessoas trabalham no sector cultural e criativo).
- Apresenta ganhos superiores (em média 20%) em relação aos restantes sectores económicos.
- Predominância de pequenas e micro empresas, 87% das quais têm menos de dez trabalhadores.
- Fraca presença de capital estrangeiro nas empresas.
- Trabalhadores jovens (38% dos trabalhadores têm entre 25-36 anos) e qualificados (acima da média nacional, mas ainda abaixo da média europeia).
- Forte concentração empresarial nas seguintes regiões: grande Lisboa, grande Porto, Península de Setúbal.
- Fortes assimetrias regionais.
- O défice do sector cultural e criativo já supera 1% do PIB.
- Portugal representa apenas 1% das exportações e 1,5% das importações europeias deste sector.
- O ritmo de crescimento das exportações portuguesas foi de 14%, contra 51% da União Europeia.
- Fraca capacidade competitiva dos produtos nacionais.
- Os sectores mais dinâmicos são: artes, arquitectura, *design*.
- Os sectores que se encontram em recessão são: edição musical e *media*.
- Três grandes debilidades: fraco dinamismo das indústrias relacionadas e de suporte ao sector cultural e criativo, dificuldade de adaptação das lógicas de produção e de distribuição em muitos produtos culturais e criativos, estagnação duradoura das exportações das indústrias culturais.

Por sua vez, a região norte do país caracteriza-se da seguinte forma¹²⁴:

¹²³ MATEUS, Augusto (2010) – *O sector cultural e criativo em Portugal, Relatório Final*. Lisboa: GPEARI/Ministério da Cultura

¹²⁴ FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

- O nível de actividade económica das indústrias criativas reconhecido através da actividade empresarial é ainda reduzido, não só pela ainda limitada expressão do mesmo, mas também porque muita da actividade ainda está escondida, “atrás do radar”, mal compreendida e, previsivelmente, actuando abaixo do seu potencial.
- Apesar da dimensão reduzida do sector, são visíveis os processos de clusterização, de aumento de massa crítica, de reforço do sistema de suporte ao empreendedorismo e de diluição de fronteiras entre a ecologia e a economia, sendo, portanto, notório o seu potencial de crescimento.
- O sector enfrenta barreiras que inibem o seu crescimento potencial: redes de parceria subdesenvolvidas, canais de distribuição incipientes, ausência de sistemas especializados de suporte.
- Face à actual dimensão da sua massa crítica, o sector assiste a uma perda de recursos humanos qualificados e talentosos, que procuram em Lisboa ou fora do país as oportunidades que o Norte ainda não oferece.
- Os principais activos, recursos e oportunidades encontram-se concentrados na Área Metropolitana do Porto.
- Há claros sinais de uma orientação do sector para actividades produtoras de conteúdos para plataformas digitais, com elevados níveis de valor acrescentado e competitivas internacionalmente, embora sejam ainda negócios de muito pequena escala e pouco geradores de emprego.
- Há um sintoma generalizado de isolamento, sendo urgente o reforço de redes de encontro, suporte, produção e distribuição.
- Para além da inexistência de redes intra-região, faltam também ligações com o exterior, nomeadamente ao nível comercial.
- Existe uma grande predisposição para actividades de convergência, sendo esta uma das maiores oportunidades a aproveitar, nomeadamente as que souberem relacionar o carácter distintivo e único do património cultural da região e a sua oferta contemporânea.
- A ecologia criativa da região é diversificada, qualificada, bem infra-estruturada, com um nível crescente de eventos culturais, uma visível melhoria das estruturas de suporte ao empreendedorismo e com muito talento criativo à espera de ser aproveitado, faltando-lhe uma orientação para o mercado e conseqüente valorização económica.
- A região precisa de apostar na notoriedade dos seus talentos criativos e tem condições para se posicionar como uma região criativa de excelência à escala nacional e europeia encontrando os seus nichos de especialização e reforçando a sua imagem.

Com base nesta reflexão foram identificados cinco desafios e cinco oportunidades chave para o estabelecimento de um *cluster* criativo vibrante, distintivo e sustentável no Norte de Portugal¹²⁵:

- Desafios:
 - Parcerias pouco desenvolvidas entre municípios e instituições - falta uma abordagem regional.
 - Economia pouco activa, paisagem física degradada, estagnação de propriedade.
 - O património e a oferta contemporânea encontram-se pouco conectados - poderiam facultar uma oferta coesa e distintiva.
 - Os negócios criativos estão muito isolados, escondidos, com fraca expressão e falta de confiança e empreendedorismo.
 - A oferta de apoio empresarial não se encontra efectivamente adequada aos negócios e organizações criativas; e as barreiras institucionais obstruem a troca efectiva de conhecimento.
- Oportunidades:
 - Óptima infra-estrutura física criativa e cultural.
 - Negócios criativos, organizações e processos estão a estabelecer-se em áreas centrais e a organizar-se em redes.
 - Espaço público de qualidade e renovado.
 - Regeneração física tem vindo a orientar-se para as funções culturais e criativas.
 - Uma mistura de produção e consumos criativos de classe mundial e um património histórico de valor universal - tudo localizado num ambiente fantástico.

Da análise¹²⁶ efectuada, sector a sector, fica que:

- o impacto das mudanças em curso na economia portuguesa causado pelo fenómeno de substituição gradual das indústrias tradicionais que afecta sectores como o *design* de moda, *design* de equipamento e artesanato, têm, por um lado, um efeito negativo pela redução dos sectores “clientes” das indústrias criativas, mas têm também o efeito de sentido contrário, devido à reacção que provocam nesses sectores, no sentido de evoluírem para uma maior incorporação de valor acrescentado e criatividade.

¹²⁵ FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

¹²⁶ FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

- o impacto negativo da crise actual que afecta a construção civil e o sector financeiro e que produz efeitos negativos nos sectores da arquitectura, artes e antiguidades, contribuindo, por outro lado, para processos de internacionalização que empresas têm vindo a assumir, com sucesso.
- o impacto positivo da globalização e evolução tecnológica que, associado ao incremento das competências instaladas na região, tem permitido a evolução de sectores como publicidade, software e *media* digital.
- em relativa estagnação (cinema, vídeo e audiovisual, televisão e rádio, artes performativas), dependentes que estão de financiamento público ou com mercado concentrado em Lisboa. Notam-se, no entanto, sensíveis evoluções positivas na competitividade das empresas que apostaram em plataformas digitais.

O resultado mais visível da elaboração deste estudo macroeconómico foi a criação de uma agência de carácter público-privado, que funcionasse em articulação com os agentes do território, e que promova as indústrias criativas no Norte de Portugal. Surge, pois, em Outubro de 2008 a ADDICT¹²⁷, com as seguintes missão e visão¹²⁸:

- Missão: a ADDICT constitui-se como plataforma que, através do conhecimento, informação, promoção e coordenação do sector das Indústrias Criativas, contribui para o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa.
- Visão: posicionar o Norte de Portugal entre as regiões mais criativas da Europa.



Figura 7 – Logotipo da ADDICT

De acordo com o Plano de Actividades da agência para o biénio 2012-2013, confere-se a quatro sub-sectoros (*design*, arquitectura, audiovisual, *software*) capacidade/potencial económico suficiente para acrescentar valor à região. “A cadeia de valor que o sector audiovisual demonstra, com uma crescente aposta na formação de pessoas nesta área e aparecimento de novas empresas; o espólio e histórico da arquitectura na região, de renome e nível internacional; o aumento de PME com elevada capacidade de exportação no sector das novas tecnologias; e a interdisciplinaridade que o sector do *design* tem demonstrado

¹²⁷ ADDICT – *Constituição*. Disponível em <http://www.addict.pt/pt/quem-somos/constituicao/>

¹²⁸ ADDICT – *Missão e Visão*. Disponível em <http://www.addict.pt/pt/quem-somos/missao-e-visao/>

(cruzando artesanato, novas tradições, joalheria, moda, etc.), levam a ADDICT a crer que a aposta focada neste potencial é marcante.”¹²⁹

Em termos de financiamento ao sector cultural e criativo, só no Programa Operacional Regional, o ON.2, está previsto investimento no valor de 62 milhões.

Quase três quartos deste valor serão aplicados na construção de equipamentos, de entre os quais se destacam: Centro de Criatividade Digital Universidade Católica – Porto, iMod - Inovação, Moda Design – Santo Tirso, Oliva Creative Factory – São João da Madeira, Centro de Criação de Teatro e Artes de Rua – Santa Maria da Feira, Fábrica do Design e da Inovação – Paredes, CACCAU - Centro de Apoio à Cultura e Criatividade em Ambiente Urbano, Palácio das Artes - Fábrica de Talentos da Fundação da Juventude, Árvore XXI – Cooperativa Árvore, Incubadora de Indústrias da Bienal de Cerveira.



Figura 8 – Centro de Criatividade Digital Universidade Católica – Porto

Para além da componente material, o restante orçamento do ON.2 vai para eventos organizados por instituições como Casa da Música, Fundação de Serralves, Teatro Nacional de São João, Museu do Douro, Fundação Bienal de Cerveira, Câmara Municipal de Guimarães, Cooperativa Curtas Metragens de Vila do Conde, Câmara de Paredes, Associação Nacional de Jovens Empresários, Câmara do Porto e Turismo do Porto e Norte de Portugal. São 15,7 milhões de euros de investimento, suportados com 11 milhões do Programa Operacional Regional¹³⁰.

“A região precisa, portanto, de apostar na notoriedade dos seus talentos criativos e tem condições para se posicionar como uma região criativa de excelência à escala nacional e europeia encontrando os seus nichos de especialização e reforçando a sua imagem. O Norte de Portugal reúne condições para se assumir como a principal região criativa de Portugal,

¹²⁹ ADDICT (2011). *Plano de Actividades 2012 – 2013*. s.l., s.e.

¹³⁰ CULTDIGEST – *Notícias*. Disponível em www.cultdigest.pt/cgi-bin/eloja21.exe?myid=cultdigest&lang=&titles=56&ch=&id=1684&cli=sn

internacionalmente competitiva e globalmente conectada.”¹³¹

Tal facto encontra-se plasmado no Plano de Actividades da ADDICT, que voltamos a referir: “uma das vertentes fortes nos próximos dois anos será a componente de internacionalização, com uma forte aposta em quatro mercados estratégicos: Galiza, Polónia, Brasil e China (via Macau)”¹³².

3.3.2. Em Macau

“A promoção da imagem de Macau como “Cidade de Cultura” surgiu com fôlego renovado em 1995, na altura da inauguração do Aeroporto Internacional de Macau, considerado como meio de abertura do leque da procura/oferta turística. Contudo, só em 2003, aquando da liberalização da indústria do jogo e explosão da visibilidade internacional do território, é que se assistiu a uma notável intensificação das campanhas de promoção cultural, com destaque para as acções de valorização e divulgação do património histórico, que culminaram em 2005 com a inscrição na UNESCO do Centro Histórico de Macau como Património Mundial.”¹³³

Desde então, o Governo de Macau continua com o seu esforço para diversificar a economia, fortemente dependente da indústria do jogo.

“O objectivo é estabelecer Macau como um destino internacional de conferências, desenvolvendo não só esta área de negócio mas também as indústrias culturais e criativas, para o que foram já criados comités para formular políticas de acção e identificar parceiros para a cooperação.”¹³⁴

“Actualmente as indústrias culturais e criativas são referidas com frequência no discurso político da RAEM, dando-se ênfase às medidas de apoio do governo e transmitindo-se a convicção de que a diversificação económica de Macau passa pelo contributo deste sector. Não existindo dúvidas sobre o potencial das indústrias culturais e criativas em Macau, resta saber como estas se tornarão viáveis como sector económico alternativo. Crê-se que uma adequada coordenação e gestão de recursos públicos e privados seja a chave.”¹³⁵

¹³¹ FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

¹³² ADDICT (2011). *Plano de Actividades 2012 – 2013*. s.l., s.e.

¹³³ SILVA Teresa (s.d.). *Indústrias Culturais e Criativas de Macau – Abordagem sócio-económica*. s.l., s.e.

¹³⁴ EUROPEAN COMMISSION (2011). *Joint report to the European parliament and the council – annual report macao 2010*. Brussels: European Commission

¹³⁵ SILVA Teresa (s.d.). *Indústrias Culturais e Criativas de Macau – Abordagem sócio-económica*. s.l., s.e.

Para tal, foram já criados o Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas, através do Regulamento Administrativo nº5/2010, que aplica uma “alteração à organização e funcionamento do Instituto Cultural” e o Conselho para as Indústrias Culturais, através de Despacho do Chefe do Executivo nº 123/2010, “que tem como missão apoiar o Governo da RAEM na formulação de políticas, estratégias e medidas de desenvolvimento das indústrias culturais”.



Figura 9 – Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas de Macau

Ao Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas compete, designadamente¹³⁶:

- Contribuir para a formulação da política e estratégias para o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas;
- Elaborar as medidas de apoio ao desenvolvimento das indústrias culturais e criativas, submetê-las à aprovação superior e acompanhar a sua implementação;
- Planificar a gestão e o reaproveitamento dos recursos culturais dependentes do Instituto Cultural, com vista a impulsionar o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas;
- Coordenar os serviços públicos com intervenção no apoio à execução de projectos na área das indústrias culturais e criativas;
- Divulgar e promover, dentro da RAEM, o saber teórico e os resultados positivos das indústrias culturais e criativas.

Ao Conselho para as Indústrias Culturais compete emitir pareceres, elaborar relatórios, promover estudos e apresentar propostas sobre¹³⁷:

- A política geral de desenvolvimento das indústrias culturais e a sua articulação com as

¹³⁶ REGIÃO ESPECIAL ADMINISTRATIVA DE MACAU – *Regulamento Administrativo nº 5/2010*. Disponível em <http://bo.io.gov.mo/bo/i/2010/13/regadm05.asp>

¹³⁷ REGIÃO ESPECIAL ADMINISTRATIVA DE MACAU – *Boletim Oficial nº 19 I Série*. Disponível em <http://bo.io.gov.mo/bo/i/2010/19/bo19.asp>

políticas públicas pertinentes;

- As medidas a adoptar com vista ao desenvolvimento das indústrias culturais, nomeadamente em relação à definição dos mecanismos de apoio às indústrias culturais e de estímulo à inovação cultural e respectivos projectos de diplomas;
- A promoção do potencial económico das indústrias culturais da RAEM, através de planos de apoio financeiro e de formação de recursos humanos;
- O mecanismo de cooperação regional no âmbito das indústrias culturais.

Em termos estruturais, as indústrias culturais e criativas na Região Administrativa Especial de Macau apresentam¹³⁸:

- Seis domínios: património, espectáculos e festivais, artes visuais e artesanato, publicações e imprensa, audiovisual e *media*, *design* e serviços criativos.
- Entidades que desenvolvem acções na área do sector cultural e criativo: Instituto Cultural, Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais de Macau, Centro Cultural de Macau, Direcção dos Serviços de Turismo, Instituto de Formação Turística, Fundação Oriente, Instituto Português do Oriente, Fundação Macau.
- A identificação de três sectores relacionados: turismo (cultural e religioso), em crescendo nos últimos anos; desporto (exibições/competições de artes marciais, as corridas de barcos-dragão, o grande prémio de Macau, como exemplo); entretenimento (o jogo enquanto meio indirecto de dinamização cultural).

Macau apresenta ainda uma classificação harmonizada de actividades económicas (*vide* Anexo C – Classificação das Actividades Económicas de Macau. CAM, 1997) e de ocupações profissionais (*vide* Anexo D – Classificação das Ocupações Profissionais de Macau. COPM, 1997), o que auxilia o trabalho estatístico de avaliar e quantificar a importância dos diferentes sectores da economia, em sentido geral, e do cultural e criativo, em particular.

Em 2010, mais de 24% das 322 mil pessoas empregadas em Macau trabalhavam nas indústrias ligadas às actividades culturais e recreativas, lotarias e outros serviços¹³⁹.

Com o objectivo de conhecer a realidade criativa local, o Departamento de Promoção das Indústrias Criativas e Culturais está a proceder a uma recolha de dados com vista a criar a Base de Dados das Indústrias Culturais e Criativas¹⁴⁰.

¹³⁸ SILVA Teresa (s.d.). *Indústrias Culturais e Criativas de Macau – Abordagem sócio-económica*. s.l., s.e.

¹³⁹ HOJE MACAU – *Indústrias Criativas*. Disponível em <http://hojemacau.com.mo/?p=9255>

¹⁴⁰ Das empresas, associações e artistas locais activos no campos cultural e criativo (incluindo artes visuais, design, artes dramáticas, moda, publicações, música popular, cinema e vídeo, banda desenhada e animação, entre outros). O ICM pretende ainda incluir empresas que fornecem serviços de pós-produção, consultores legais sobre

“Quando a Base de Dados for estabelecida, irá facilitar a análise e a investigação holística das indústrias culturais e criativas de Macau, fortalecendo assim a comunicação e cooperação entre o Governo e as indústrias, permitindo formular políticas e desenvolver orientações que permitam promover as indústrias culturais e criativas. Além disso, a base de dados irá ajudar a promover o intercâmbio de *networking* entre as indústrias, modelar um mecanismo que promova a cooperação transdisciplinar em investigação & desenvolvimento e *marketing* e expanda a corrente industrial, conducentes à formação em Macau de um modelo inicial de indústrias culturais e criativas ricas em características culturais locais, atingindo os objectivos de desenvolvimento a curto prazo das indústrias culturais e criativas e lançando as fundações para o seu desenvolvimento a longo prazo.”¹⁴¹

Dando cumprimento à vontade/necessidade expressa de diversificar a economia, conclui-se que o governo local está empenhado na promoção das indústrias culturais e criativas no território, existindo diversos locais a elas dedicadas.

“O governo delineou um plano geral para o sector em que a zona das Ruínas de S. Paulo, área principal do centro histórico, património da humanidade, será o pólo central, desenvolvendo-se depois para este, até às instalações da sede do Instituto de Acção Social (casa azul), Igreja de S. Lázaro e Praça Tap Seak (“casa de vidro”), como o eixo oriental de promoção, e para oeste, até ao Cais do Porto Interior, Jardim Camões e Templo do Buda Adormecido (Pao Kung), como o eixo ocidental de promoção. O eixo central abrangerá o Largo do Senado, Teatro D. Pedro V, Casa do Mandarin, instalações da Capitania dos Portos, Templo da Barra, entre outros. O governo pensa constituir mais zonas dedicadas às IC, tal como em Mong-há, além da que existe já em S. Lázaro e da Barra, em vias de desenvolvimento.”¹⁴²

Macau vive um momento de investimento nas indústrias culturais e criativas sem precedentes. A face mais visível e ambiciosa desta política será mesmo a aposta na transformação de uma ilha inteira em pólo de criatividade – a Hengqin Island ou Ilha da Montanha.

direitos de propriedade intelectual, ou outros serviços relacionados com as indústrias culturais e criativas.

¹⁴¹ INSTITUTO CULTURAL DE MACAU. Disponível em <http://www.icm.gov.mo/dpicc/defaultp.aspx>

¹⁴² GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO GOVERNO DA RAEM. Disponível em <http://www.gcs.gov.mo/showNews.php?DataUcn=54407&PageLang=P>



Figura 10 – Esquiço daquilo que poderá vir a ser a Hengqin Island ou Ilha da Montanha

Vale ainda a pena referir o mais recente desenvolvimento na Universidade de São José, na qual foi criada em Setembro de 2012 uma nova Faculdade de Indústrias Criativas, que vai acolher um conjunto de programas Universitários (Licenciaturas e Mestrados) em áreas centrais para os principais subsectores das Indústrias Criativas em Macau, nomeadamente o *Design*, Comunicação e Media, Arquitetura, Sistemas de Informação e Requalificação Ambiental.

4. Metodologia

Metodologicamente, na elaboração do presente documento foram utilizados e conjugados diversos mecanismos, nomeadamente: a revisão bibliográfica da temática em análise, a sistematização de conhecimentos empíricos, a análise de fontes documentais de carácter institucional (sites dos governos, por exemplo), ou a observação directa (de exposições e espectáculos *in loco*), os quais foram complementados com a realização de inquéritos e entrevistas nos dois territórios em estudo (Norte de Portugal e Macau).

Foram ainda realizadas consultas dos diplomas legais publicados que estão na base da promoção dos respectivos *clusters*, e realizadas visitas a equipamentos culturais e criativos (Fundação da Juventude, no Porto, *Creative Macau*, em Macau) tentando estabelecer um paralelismo entre as diferentes instituições.

Um estudo de campo em Macau, previsto desde o início do processo de investigação, para concretização das acções metodológicas do estudo de campo, teve lugar durante o mês de Março de 2012, e permitiu, além de uma constatação mais próxima com a realidade em matéria de Indústrias Criativas daquele território, a aplicação de instrumentos de análise, nomeadamente “inquérito” e “entrevista”.

Assim, através de entrevistas a actores-chave nas duas regiões, pretendeu-se perceber o enquadramento institucional e estruturante que ambos os governos, organizações e

particulares estão a promover, e em que medida pode haver diálogo entre os dois territórios nesta matéria.

Levado a cabo o trabalho de pesquisa, foi elaborada a estrutura do guião da entrevista, que acompanhou o investigador em cada um dos momentos, mas quase sempre utilizado apenas como referencial; cada sessão foi fluída e este guia orientador apenas foi consultado aquando da aproximação do final das mesmas, por forma a confirmar a abordagem a todos os tópicos predefinidos.

Pretendeu-se com as entrevistas aceder às opiniões e pontos de vista de cada um dos *key players* em relação à temática em estudo: eventuais possibilidades de cooperação em termos de Indústrias Criativas entre o Norte de Portugal e Macau.

Realizadas as entrevistas e terminado o processo de transcrição das mesmas, foi feita a análise e interpretação dos dados recolhidos. Tendo em consideração a natureza qualitativa da informação e as nossas hipóteses de investigação, foi usada uma análise de conteúdo qualitativo

Por sua vez, a selecção da amostra e a aplicação dos inquéritos teve por base públicos-alvo bem definidos: os alunos do curso de Mestrado em *Business (MBA)* da Universidade S. José Macau e os alunos da Universidade Católica Porto cujos objectos de estudo se encontram intimamente ligados à realidade das Indústrias Criativas.

Em termos práticos, esta amostra foi de 42 alunos na UCP, 21 do sexo feminino e 21 do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 18 e os 49 anos, e de 38 alunos da USJ, 17 do sexo feminino e 21 do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 18 e os 47 anos. Foram alcançados resultados de nível qualitativo e quantitativo.

Com estas acções, pretendeu-se perceber o conhecimento de causa, as expectativas e aspirações dos diferentes agentes; ao mesmo tempo atingir conclusões que se espera possam vir a concretizar-se em plataformas de entendimento entre o Norte de Portugal e Macau em relação às Indústrias Criativas; no limite, o objectivo principal deste estudo.

Importa reforçar que essas conclusões resultam da fusão dos seguintes aspectos: enquadramento teórico, análise presencial e por observação, dos resultados dos inquéritos, do tratamento das entrevistas.

As entrevistas e inquéritos foram desenvolvidos especificamente para este estudo e tiveram orientação académica e metodológica. Os contactos das entidades entrevistadas, na sua larga maioria, foram motivo de pesquisa e persistência aturada da parte do investigador.

Tal como referido na introdução deste trabalho, o mesmo faz especial incidência no território “Macau”, tendo em conta que o território “Norte de Portugal” foi já alvo de três estudos alargados sobre as Indústrias Criativas.

Para o financiamento da realização deste estudo foi efectuada uma pesquisa por bolsas de estudo para investigação, em especial a instituições que tenham a relação Portugal/China na sua missão, a saber: Fundação Oriente, Fundação Macau, Instituto Cultural de Macau. A viagem de estudo de campo a Macau foi apoiada maioritariamente pela Universidade Católica Portuguesa – Porto.

5. Desenvolvimento do Projecto de Investigação

5.1. Análise de entrevistas

O processo de análise das entrevistas realizadas a actores chave dos dois territórios (académicos, criativos, institucionais), culminou no tratamento, análise e cruzamento das respostas obtidas. Nestas entrevistas, tentou-se encontrar respostas às seguintes questões: qual o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau; possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau; barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração; como efectivar essa aproximação; sectores preferenciais; agentes que deverão ser chamados a actuar; vantagens de uma eventual aproximação; influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China.

5.1.1. A perspectiva Portuguesa

O Norte de Portugal foi já alvo de três estudos sobre a temática Indústrias Criativas.

No primeiro, duas perguntas estavam na sua origem: será que vale a pena para a região norte apostar nesta agenda em termos de desenvolvimento regional? Se sim, que política pública deve ser produzida, e como é que se clusteriza?

“Mais do que mapear o valor, esse estudo pretendeu perceber sobre o que se estava a falar, tendo chegado à conclusão de que mesmo existindo hoje massa crítica na região, não podemos deixar de trabalhar nesta agenda pois ela é global”. (Carlos Martins, Presidente da ADDICT).

Características particulares (demográficas, sociológicas, das universidades, a relação com o Reino Unido, a relação entre o rural e o urbano, entre o litoral e o interior, uma população jovem, nível de habilitações literárias muito baixo, o empreendedorismo das pessoas da região, uma cultura de contrapoder que a região sempre teve, o perfil da economia que é muito exportadora, a marca Porto) eis o que torna este território especial, os seus valores simbólicos, os significados, que o estudo tentou perceber, e que chegou ainda à conclusão de que o modelo industrial existente está ultrapassado, deixou de ser competitivo, e que muito dele migrou para outras geografias.

O estudo apresentava uma agenda com 3 caminhos:

“trabalhar as competências das pessoas na escola, desde logo no ensino básico, para promover uma sociedade mais crítica e curiosa (agenda que não teve suporte por parte do Ministério da Educação); a questão do empreendedorismo existente na região (incubadoras, programas de apoio, fundos de investimento); e a afirmação do território (espaços físicos, regeneração urbana, centros históricos) e de uma marca regional. A região tem referências de nível internacional, por exemplo na arquitectura, no cinema ou na música, as quais nunca são afirmadas como sendo deste território”.

Carlos Martins, considera ainda que

“este território tem de ser visto como um todo e esta malha urbana litoral desde a Galiza até Aveiro forma um todo que não tem consciência de si própria e das suas competências, porque as empresas e as universidades falam pouco entre si”.

O segundo estudo veio, pois, provar, que o sector é muito desequilibrado, não funciona em ecossistema e é ainda muito frágil em termos de valor económico, e depende ainda muito do modelo mais tradicional da economia (a arquitectura depende totalmente da construção civil, o *design* depende ainda muito das indústrias tradicionais, a edição é ainda quase toda em papel). Apesar de a Galiza ser a região mais pobre de Espanha, em qualquer uma destas características está mais avançada do que o Norte de Portugal.

O valor económico deste sector na economia regional é de 1,8%, com mil e duzentos milhões de facturação. Com um potencial de crescimento muito rápido, representa um potencial de valor económico que não está a ser aproveitado na região, faltando, de entre outras coisas, marcas internacionais com expressão.

“As IC são um sector relevante, apresentando um grande potencial em termos de médio e longo prazo. Actualmente ainda é pouco significativo, o que não quer dizer

que não tenha valor simbólico. Agora, se não formos capazes de materializar o seu valor económico (em termos de criação de emprego, de inovação, de exportação), será mais um sector adiado.” (Jorge Cerveira Pinto, Agência Inova)

Verificando que o contexto sócio-económico é agora diferente quando comparado com o de 2008, a Fundação de Serralves, que tem as Indústrias Criativas na sua missão, decidiu apostar num novo desafio a que chamou *Serralves Networking*, financiado pelo ON2 e que tem como objectivo integrar a Incubadora e a Fundação em redes internacionais e continuar a debater as IC no Norte de Portugal, sob a alçada do qual já realizou três iniciativas: o Fórum Empreendedorismo Criativo, para reflectir sobre boas práticas e experiências de outras entidades e aferir o *know-how* das diversas entidades internacionais convidadas; o Clube ADDICT especialmente dedicado às incubadoras *“actualmente há cada vez mais incubadoras - existem doze no Norte de Portugal dedicadas ao empreendedorismo criativo, mas falta articulação, troca de experiências, de networking”* (Paulo Alves, InSerralves); e a Conferência Agenda para o empreendedorismo nas IC, com o objectivo de ouvir todos os agentes do ecossistema do empreendedorismo criativo (universidades, escolas, associações empresariais, incubadoras, empresas, criativos) e tentar encontrar um mapa de acção para o sector.

“Verifica-se uma evolução positiva das Indústrias Criativas enquanto actividade económica, geradoras de valor e criação de emprego qualificado e que utilizam novos recursos. Vive-se uma nova fase das IC na região Norte de Portugal.

Verifica-se uma evolução das competências das pessoas que já perceberam que no actual contexto de mercado, terão de criar o seu próprio emprego. Actualmente, as pessoas são donas do seu futuro, há uma mudança de paradigma em relação ao emprego. Há ainda muito trabalho a fazer. Considero que o desenvolvimento futuro das Indústrias Criativas deverá estar ligado às indústrias tradicionais, como acontece já, por exemplo, em Paredes, na indústria do mobiliário. Outro domínio a ter em conta deverão ser as novas tecnologias.

Num sentido mais lato – do empreendedorismo enquanto condição fundamental nas economias actuais – devemos começar a trabalhar mais a montante, nas escolas, oferecendo novas formas de aprendizagem, promovendo novas competências nas pessoas, isto porque se chegou finalmente à conclusão de que há um choque entre as pessoas mais criativas e as que vêm do mundo da economia.” (Paulo Alves, InSerralves).

Aqui chegados, importa perguntar - tendo em conta a finalidade deste estudo - que perspectivas de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau existirão?

Maria Geraldês, Directora Geral da Fundação da Juventude, cujas actividades estão relacionadas com negócio, crescimento, e emprego jovem e qualificado, considera que “os Portugueses são naturalmente descobridores. Portugal só “aumenta” se explorar os territórios em que tem influências culturais e linguísticas.”

“Factor determinante de uma possível colaboração no que à IC diz respeito entre os dois territórios será sempre a herança cultural Portuguesa em Macau. Macau, estando englobado num mercado (o Chinês) que já não é emergente, antes um dos principais do mundo, pode ser um pólo de atractividade para as empresas Portuguesas, que poderão e deverão tentar explorar este mercado através de projectos ‘glocais’, projectos únicos localmente e com potencial de serem projectados a nível internacional.” (Paulo Alves, InSerralves).

Contudo, nem todos os entrevistados têm opiniões tão favoráveis:

“Portugal não aproveitou os 500 anos da presença em Macau. Apenas nos últimos anos antes da transição é que começaram a surgir comitivas Portuguesas em Macau. Não sei se será com os Portugueses que os Chineses quererão fazer negócio agora.” (Alexandra Fonseca, Professora na Universidade Católica Portuguesa).

“O Governo de Macau criou um departamento específico para as IC, através do qual se percebe a intenção de alterar o paradigma económico assente no jogo. Apesar disso, Macau é jogo, independentemente daquilo que os Portugueses quiserem achar, para os Chineses é apenas jogo.”

Não me parece que existam em Macau muitas empresas disponíveis e a querer colaborar com empresas Portuguesas, pois que mais-valia iriam elas obter?

Tenho dúvidas que Macau possa servir para fazer entrar os produtos culturais e criativos de Portugueses na China até porque a China ainda não tem educação para a criatividade. Vai durar talvez uma geração.” (Jorge Cerveira Pinto, Agência Inova).

Apesar de um pouco menos pessimista, até porque considera Portugal país pioneiro nas dinâmicas de apoio ao empreendedorismo, Maria Geraldês afirma-se

“Triste por a língua portuguesa não ser utilizada em Macau, que é um território estratégico e notar um investimento reduzido nas dinâmicas da língua. A existência de raízes culturais e económicas não devem ser desperdiçadas.”

Estas raízes culturais e económicas serão, porventura, um dos principais facilitadores à (re)aproximação dos dois territórios, mas barreiras existem, tal como podemos atestar nas citações abaixo transcritas:

“Temos muito a aprender com a cultura chinesa e as suas lógicas de organização e disciplina. Somos mais diferentes fisicamente do que estruturalmente; temos mais coisas que nos aproximam do que as que nos afastam. Temos algumas fronteiras psicológicas que é necessário quebrar. Ainda há muitos preconceitos nos negócios, baseados na cor, raça, etc.” (Maria Galdes, Fundação da Juventude).

“Poderão existir dificuldades na adaptação à China, país com muitas diferenças. Contudo, não existem constrangimentos financeiros; existe um consumismo desenfreado: os valores tradicionais Chineses encontram-se em queda, em favor do crescimento económico.” (Alexandra Fonseca, Universidade Católica do Porto).

“Enquanto dificuldades, temos a distância geográfica, psicológica e cultural. E o constrangimento económico actual, pois uma internacionalização para a China é cara, por se tratar de um mercado muito competitivo. Principais barreiras: a língua e a cultura. A proximidade cultural “é uma treta”. As nossas lógicas de internacionalização continuam a ser muito individuais, sem colaboração entre empresas que criam cadeia de valor. Ao mesmo tempo, as trocas comerciais entre Portugal e a China/Macau são ainda irrelevantes. Para o mercado de Macau poucos produtos poderão interessar. A cidade é pequena, os Chineses que aí se deslocam vão apenas para jogar.” (Jorge Cerveira Pinto, Agência Inova).

“O financiamento apresenta-se como um dos principais bloqueios que, regra geral, se apresentam às Indústrias Criativas, pela não existência de instrumentos financeiros ajustados às necessidades do sector. Outro reside na escala das indústrias criativas ser micro ou nano, de ter recursos humanos e financeiros limitados, do seu volume de negócio ser reduzido e de se basearem no auto-emprego, em que muitas vezes o próprio empresário é o criador.

Em contrapartida, apresentam-se como eventuais facilitadores (promovidos pela Incubadora de Serralves): o Softlanding, que reside na possibilidade de intercâmbio entre empresas de incubadoras internacionais, sem dúvida uma boa

forma de explorar mercados internacionais e o Networking, pela participação em redes internacionais (no caso da Inserralves, a EBCN e a EICI), seja pela perspectiva de negócio, no primeiro caso, ou pela perspectiva de criação de lobby para a criação de políticas e apoios para o sector, no segundo.” (Paulo Alves, InSerralves).

“Os laços de proximidade histórica são uma vantagem; contudo, o gap cultural e de negócios é enorme, o que implica um processo de muita maturidade para um dia conseguir explorar esses laços. Já que não temos a força do poder económico, temos de ter a inteligência da diplomacia.

Os portugueses precisam de perceber aquele tipo de mercado, em que o regime económico, legal e político são tão diferentes. É quase uma contradição, tendo em conta as relações históricas existentes, mas continuo a pensar que a maior barreira será sempre a cultural.” (Carlos Martins, ADDICT).

A partir daqui, tentamos perceber de que forma se poderia efectivar essa aproximação, explorando os aspectos positivos existentes e transformando fraquezas em forças, resultados que se apresentam, de seguida:

“Pela criação de nichos de mercado e aumento das exportações; pela antropologia económica; descobrindo “almas gémeas” e acrescentando massa crítica ao nosso produto final; apoiando-nos nas redes sociais em proveito do negócio e da profissão; acreditando no valor das pessoas, no investimento directo ao negócio e numa dinâmica transnacional.” (Maria Geraldês, Fundação da Juventude)

“Internacionalizar o sector criativo Português, criando pontes e intermediários; através da criação de uma espécie de “Programa Cultura para a Diáspora”, assente no empreendedorismo; pela participação em feiras de comércio e serviços, organização de eventos performativos e outras áreas artísticas; pela diversificação da oferta com o acrescento da criatividade; promovendo itinerâncias e o estabelecimento de parcerias.” (Alexandra Fonseca, Universidade Católica do Porto).

“Do ponto de vista empresarial, não conhecemos o mercado. É necessário primeiro compreender o mercado, a cultura e os interesses. Para Macau ser a plataforma que se pretende muitas coisas teriam de mudar, a começar pela imagem que a China tem de Macau.” (Jorge Cerveira Pinto, Agência Inova).

“Devemos ter uma presença efectiva no mercado (dar a conhecer os artistas, promover efectivamente a língua), realizar embaixadas culturais, estar presentes em feiras, missões de negócios e diplomáticas. Alguns mecanismos a implementar deverão ser uma política activa de mobilidade dos estudantes, e uma aposta mais concreta no programa InovArt. A ADDICT propõe-se criar condições para levar a Macau os criadores portugueses e trazer a Portugal os compradores de Macau. A estratégia da ADDICT para Macau passa até mais pelo segundo aspecto. E, eventualmente, pela contratação dos serviços de intermediários influentes no terreno que ajudem a perceber o contexto e a mediar a relação.” (Carlos Martins, ADDICT).

“Como efectivar uma colaboração: através de missões empresariais com agentes da área, com o objectivo de conhecer outras realidades, aprofundar relações, conhecer mercados, mostrar produtos. As missões empresariais, conferências e networking são o plano ideal para colocar ambos os lados a comunicar entre si. Necessidade de realização de um trabalho prévio de análise, e só depois partir para políticas de aproximação. O conhecimento dos dois mercados é essencial – economia da experiência - em que cada um dos lados vê como o outro trabalha em termos de novos negócios e novas cadeias de valor.” (Paulo Alves, InSerralves).

Já em termos de se perceber quais os sectores e produtos preferenciais para promover a relação Norte de Portugal/Macau, existem alguns denominadores comuns a todos os entrevistados: o *design*, o *design* de produto e a arquitectura.

Enquanto território exportador, é sugerido que Portugal não deve descorar: o têxtil, o calçado, o mobiliário, os novos produtos de cortiça. Assim como o vinho e a gastronomia.

O cinema e as artes performativas orientadas para os casinos; tudo o que estiver relacionado com luz e imagem; tudo o que estiver ligado ao jogo; tudo o que forem produtos de luxo são aspectos a explorar, assim como a produção de conteúdos para os espaços expositivos em hotéis e casinos.

Como que contrariando a opção da ADDICT, que definiu o *design*, a arquitectura, o *software* do jogo e o audiovisual como áreas preferenciais para a região, Paulo Alves considera-se *“contra se decidir à partida quem são os “cavalos ganhadores”, os sectores a apostar. Acredito mais numa lógica dos empreendedores em si mesmos, daqueles que têm capacidade e arriscam. Acredito numa aposta mais individualizada: empreendedores em vez de sectores.”*

Já no dizer de Ricardo Morais, professor da Universidade Católica: *“Esqueçam os subsectores; preocupem-se com os modelos de negócio!”*

E porque uma investida desta monta necessita de amplo suporte institucional, tentamos perceber quais os organismos e agentes que os entrevistados consideram devem ser chamados a intervir. Ao contrário de alguma unanimidade sentida nas respostas à questão anterior, aqui as respostas foram díspares: “A União Europeia, que é exemplar a abolir barreiras físicas. O Governo, a promover dinâmicas.” (Maria Geraldês); “O Instituto Cultural de Macau, a Fundação Oriente, o Consulado de Portugal.” (Alexandra Fonseca); “Câmara de Comércio da União Europeia vs a de Macau e a de Hong Kong. CGD e BES, para perceber se têm algum tipo de estratégia para estes territórios.” (Jorge Cerveira Pinto); “a ADDICT, o Instituto Camões, a AEP no apoio à internacionalização e AICEP para informação sobre mercados, como montar uma empresa em diferentes mercados, mecanismos fiscais, informações relevantes, etc.” (Carlos Martins); “a ADDICT; as universidades, pois é pelas universidades que se começa a trabalhar estes temas; a AICEP, no apoio à internacionalização; alguns fundos de investimento em capital de risco, para prever a componente financeira com instrumentos à medida e não intervenções desgarradas.” (Paulo Alves)

A aproximação Portugal/China tem acontecido, nos últimos tempos, em diversos sectores. Tentamos perceber as vantagens de o mesmo poder vir a acontecer ao nível das Indústrias Criativas, através de Macau (Jorge Cerveira Pinto volta a ser o mais céptico):

“Inicialmente os empresários portugueses tiveram receio da abertura dos mercados à China, pois perderam quota de mercado para mercados com baixos custos de produção. Os equilíbrios estão a ser feitos, a sociedade chinesa é hoje mais informada, cada vez mais ocidentalizada. Não há que ter receio destas parcerias, pois há muito a aprender com outras culturas. Noutra perspectiva, os equilíbrios (ao contrário dos monopólios – gás, petróleo) entre territórios promovem a paz no mundo.” (Maria Geraldês, Fundação da Juventude).

“Uma empresa Portuguesa entra em Macau como entra em Hong Kong ou em Xangai, pois as condições são as mesmas. Entre Macau e Hong Kong, a minha opção vai para Hong Kong, isto porque em Hong Kong estamos em Macau, ao contrário não. Hong Kong é a verdadeira porta de entrada na China”.

Noutra perspectiva, em Hong Kong, Pequim e Xangai concorreremos com todo o mundo; o potencial está nas outras 100 cidades com mais de um milhão de habitantes, que nem sequer conhecemos.” (Jorge Cerveira Pinto, Agência Inova).

“Os dois lados devem querer fazer esta ligação. Se mais conteúdos e criação criativa portugueses chegarem a Macau é porque houve interesse de Macau nisso; estaremos também a contribuir para o cluster criativo de Macau. Já na perspectiva de Portugal, a vantagem estará na necessidade urgente do país exportar, de atingir mercados internacionais. Portugal poderá ficar a ganhar mais pois neste momento está mais débil.” (Carlos Martins, ADDICT).

“A disponibilidade financeira da China e de Macau poderão permitir a criação de fundos de capital de risco. A questão cultural, em si mesmo uma oportunidade, deve ser melhor trabalhada. O mercado Chinês é enorme e tem muito potencial.” (Paulo Alves, InSerralves).

Partindo da ideia de Maria Geraldês, segundo a qual *“é no novo que se faz a base do futuro”*, e de Paulo Alves, segundo o qual, *“as Indústrias Criativas são as actividades do futuro, através das quais poderão passar novas relações e novos processos de cooperação”* chegamos à resposta de Carlos Martins à pergunta *“possibilidade de influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China”*:

“os inputs das IC, além de serem um conjunto de funções económicas específicas, são também inputs que produzem valor para outras indústrias (ex.: mobiliário, têxtil, calçado). Logo, o aumento de competências e o crescimento das indústrias criativas na região influenciará o sistema económico em sentido geral, num efeito de contágio muito próprio das IC.”

5.1.2. A perspectiva Macaense

O facto de Macau se ter tornado Património da Humanidade em 2005 contribuiu de sobremaneira para estimular o tema Indústrias Criativas. É essa realidade que se vai apresentar de seguida, recorrendo para tal à opinião dos mais relevantes *key players*:

“As IC em Macau é uma aposta recente. Em Março 2010, com a nomeação do novo director do Instituto Cultural de Macau, deu-se o novo impulso. Criou-se uma comissão. O governo criou estruturas para dar novo fôlego à área cultural e envolveu as associações privadas. Têm vindo a ser feitas algumas iniciativas. Talvez Macau não seja uma cidade que se tenha preocupado muito com as questões culturais. Macau preocupa-se com a cultura, mas é um núcleo restrito. Ainda assim, acontecem muitas coisas. As pessoas gostam de música, aderem muito

aos concertos. Já em relação a outras áreas, ainda há muito a fazer. Há muita gente nova que começa a trabalhar. Há dinheiro, há apoios, e o espaço e atenção que as pessoas começam a dar. Mas é um nicho, não a população em geral.” (Paula Cleto, Delegada da Fundação Oriente em Macau).

“Em Macau há uma ideia embrionária de lançar primeiras pedras nesse sentido (IC). Há vontade dos artistas. Há a vontade política de fazer avançar a ideia. O desenvolvimento é ainda embrionário. Os artistas locais sentem dificuldade em se fixar, pois há uma componente bastante amadora; e o artista local tem necessidade de viver, o que não consegue fazer só da arte. Verifica-se que os artistas tentam fazer várias coisas para poderem sobreviver, são ecléticos. Essencialmente, em Macau expõe-se sobre arte local, para um público local, num mercado fechado. Há poucos festivais de arte, exposições. As que existem são de matriz elitista. Os próprios artistas são um pouco fechados. Precisam das galerias das instituições.” (José Manuel Simões, Coordenador do curso de Comunicação e Media e do Departamento de Relações Públicas da Universidade S. José em Macau)

“Em Macau, a economia gira muito à volta dos casinos. Muitos jovens não chegam a ir para a universidade, pois têm logo emprego nos casinos. Há contudo, mais espaços, mais exposições. O centro cultural e a universidade têm feito um bom trabalho, mas falta muito à educação (cursos).” (José Mário Teixeira, Coordenador de Projectos Especiais, Instituto Internacional de Macau).

“De Portugal conhecemos pouco. A ligação tem sido através da Experimenta Design. Em Macau, o termo IC chegou no final do mandato do anterior executivo. Da necessidade de diversificação da economia local, dependente do jogo. Nós já gostávamos que esta terminologia tivesse sido empregue antes, no entanto damos conta que o governo tem estado a perceber como é que isso pode acontecer, dada a especificidade da economia local, e da própria região do rio das pérolas: e encontrar o papel das IC em Macau – pensar o papel de Macau nesta região.

O estado está a tentar perceber o que fazer com o que tem, pois a comunidade de arquitectos, designers e artistas não é assim tão grande. A parte mais difícil de realizar é a da “indústria”, pois a criatividade existe.

Não é possível ter todas as IC ao mesmo nível. É preciso coragem política para tomar decisões sobre em que sectores apostar.

O governo tem imensos recursos, pode investir, podendo dar-se ao luxo de apostar em todos e depois estrategicamente não apostar em nenhum.

Em Macau não há indústria. Está tudo na China. O pouco que existia, também foi para a China. Logo não há grande inovação.” (Manuel CS e Clara Brito, Lines Lab).

“Em Macau, o governo quer promover as IC. Todos os impostos chegam dos casinos. O governo quer diversificar a economia, daí a aposta nas IC.

Macau tem três formas de desenvolver as IC: através dos casinos (ex.: artes performativas); através dos festivais: agora as pessoas vêm a Macau para jogar, nós queremos que venham assistir a espetáculos, fazer turismo e ver património; através do apoio à criação dos artistas e criadores locais, que não têm ainda uma lógica industrial. Têm potencial, mas estão a começar. Pretende-se que não dependam dos casinos, que sejam independentes. Queremos que os artistas locais estejam no mercado em Macau, mas queremos que estejam também noutros mercados.” (Chan Peng Fai, coordenador do Departamento de Promoção das Indústrias Criativas).

“Não é fácil comparar o tema IC pois Portugal e a Europa desenvolveram conceitos estéticos, de conforto e bem-estar. Em Macau e na China as coisas são diferentes. Em Macau é necessário que determinado produto seja fácil de esgotar e num espaço temporal curto, pois existe uma perspectiva de consumo rápido. Os empresários não estão preocupados em desenvolver a imagem dos seus produtos, antes preocupados com a produção em quantidade e cadeia de distribuição para os seus produtos. Existe também uma lógica de aquisição, utilização e deitar fora, sem preocupação em criar produtos relacionados com sensações e emoções.

Para a China, IC é tudo, daí que já estejam a ficar mais abertos. Começam a chamar designers, a vender produtos através do design, mas ainda de forma incipiente.

Os casinos apresentam lógicas feitas, não usam nada local. Muitas pessoas de Macau trabalham nos casinos, mas não em áreas criativas. Não vejo, assim, que tenha existido uma grande viragem. Em Macau não há, também, um verdadeiro empreendedorismo.

Não existe um programa contínuo de apoio à cultura, nem uma definição concreta de apoio, daí que o Governo criou uma Comissão das Indústrias Culturais e

Criativas (CICC), composta por 44 elementos/conselheiros (membros do Governo, presidentes de organismos, produtores (de cinema), representantes de associações (de arquitectos, de designers), de outras indústrias, algumas das quais nem sequer estão relacionadas com as IC.” (Lúcia Lemos, Coordenadora da Creative Macau)

“O instituto começou a trabalhar na investigação e levantamento de um mapping primitivo das IC de Macau, e na renovação da zona de S. Lázaro para as IC.

Em 2003 foi lançada a Creative Macau (espaço de debate, de mostra, de exposição para os criativos de Macau), pioneira em toda a região, sem paralelo em Hong Kong ou Singapura. Na China mantinha-se a ideia de indústrias culturais mais tradicionais. A Coreia sim, foi pioneira na Ásia nas IC.

Nessa altura as IC não estavam ainda na agenda política, mas as coisas evoluíram na China (sensivelmente em 2004/2005) em que se percebeu que a cultura não deveria estar tão dependente do Estado e que tinha interesse de mercado, e que a China deveria deixar de ser a fábrica do mundo e passar a ser o estúdio do mundo (processo que está ainda numa fase inicial).

Ao nível das IC tem havido uma evolução lenta em Macau. Talvez porque não existam ideias claras, e porque há várias dificuldades que os criativos tendem a não suportar, ora por falta de apoio institucional, ora porque o mercado é pequeno (mas tem vindo a crescer).

Os casinos introduziram uma nova componente: entretenimento, design e jogos nos hotéis e casinos. Na construção de casinos e hotéis foram gastos biliões, muitos dos quais no design, mas para as empresas locais sobrou pouco.

Começa a haver interesse do governo, que criou o Conselho para as IC. Começa a sentir-se uma evolução. O que é preciso definir são as prioridades para as “I.C.C. de Macau” e que meios de apoio e financiamento pode o governo oferecer.

O sector do jogo permite às micro empresas das IC ganharem experiência tecnológica e de competitividade, para que possam entrar noutros mercados, nomeadamente na China. Para tal, têm de dar o salto do meio pequeno (desvantagem mas pode ser vantagem) em que se encontram.

O sector do jogo é um sector internacionalizado. Isso é bom, pois as empresas locais que para elas fornecem serviços, têm a oportunidade de trabalhar num ambiente dinâmico, criativo e competitivo.” (José Sales Marques, Presidente do Instituto de Estudos Europeus de Macau).

“Na última década aconteceram dois fenómenos em Macau: no primeiro, após a transferência, as instituições que tinham alguma relação com Portugal pararam (na Fundação Oriente, o IPOR deixou de ter actividade cultural, passou apenas a escola de língua portuguesa), logo, percebemos um vazio em relação à cultura portuguesa; no segundo, com a liberalização do jogo, deu-se o estabelecimento de algumas comunidades (EUA, Austrália) com bastante poderio, com vontade que as coisas se passassem de acordo com a sua cultura, o que teve forte impacto social. Com isto, achamos que tínhamos de estar presentes socialmente e que a comunidade portuguesa tinha ainda uma palavra a dizer. No fundo, continuar a fazer a afirmação da portugalidade. Finalmente, Pequim define Macau como plataforma para as relações com os PALOP, logo, continua a dar importância ao português e à língua portuguesa, o que deu novo alento à nossa actividade.” (Amélia António, Presidente da Casa de Portugal em Macau).

“Macau vive uma fase de transição e de definição em relação às IC: que áreas abrange, a que áreas se pretende dar destaque.

Macau, apesar de exíguo, é um território de criativos. Tem potencial endógeno (pessoas de cá) e criativos. É preciso dar as condições e possibilidades aos criativos de participar. O que tem acontecido até agora é ao nível particular (associações, individuais). E timidamente institucional (governo).

Importa, pois, definir, o modelo/paradigma em que estão a definir as IC para Macau. Se querem criar um edifício para as IC ou fazer trabalho de campo (Armazém do Boi, Albergue da Santa Casa da Misericórdia, Art For All, Casa de Portugal em Macau).

Macau está pleno de organismos, associações, instituições, criativos, que podem fazer a diferença. Falta fazer a moldura (legal, institucional, de exportação) disto tudo. Para onde vamos com este potencial todo, é o que falta saber.” (Ernesto Jorge Santos, Coordenador da área de eventos e museologia do Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais de Macau).

“Em relação ao tema Indústrias Criativas, diria que não existe investigação científica, publicações ou projectos académicos; existem impressões que se comunicam nos jornais; não existe um pensamento sistematizado sobre as IC em Macau.

Nos últimos 3 anos o governo central definiu 3 políticas para Macau: ser a plataforma mundial do lazer e do entretenimento (jogo e convenções); constituir-se como a plataforma para a integração no grande rio da pérola (região com mais de 200 milhões de habitantes caracterizada por indústrias de transformação primária, brinquedos e têxtil, que o estado pretende transformar esta região numa base tecnológica); transformar-se na plataforma de relacionamento e investimento com os países de língua portuguesa, apesar de a China já estar bem relacionada com Angola (petróleo) e Brasil.

Em termos culturais, a difusão dos últimos 3 anos decorre dessas 3 políticas, e do objectivo de diversificação de economia de Macau, actualmente apenas assente no jogo.

O património, o turismo e o jogo, são os sectores que discutem o tema e que estão presentes no conselho para as IC. Já o Instituto Cultural desenvolve actividades culturais, juvenis, nos museus e bibliotecas. No entanto não tem acção sobre as IC. Daí que a discussão esteja assente nos 3 pilares falados anteriormente.

Macau não é um destino turístico mas de jogo. Marginalmente, 25 a 30 milhões das pessoas que visitam Macau para jogar, visitam verdadeiramente Macau.

Eis que as IC podem ser importantes como acumulação de capital, criando mais ganhos nestes 3 sectores, para o que é necessário: melhorar o entretenimento dos casinos, criação de novos produtos para o turismo e o património.

Falta uma discussão culturalmente séria sobre o que são as IC; em Macau há uma dificuldade em dar uma noção densa ao que podem ser as suas IC.

IC e património cultural é a base que distingue Macau, por ser a única cidade europeia na China e uma das mais antigas cidades chinesas.” (Ivo Carneiro de Sousa, Director Estudos Avançados e Professor na Universidade S. José, em Macau)

Também neste momento, tal como aconteceu aquando da análise do caso português, importa perguntar que perspectivas de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau existirão? No dizer de Tomé Quadros, Professor da Universidade S. José “Macau sempre foi um entreposto; sempre foi negociação”.

“Macau sempre esteve atento ao papel que podia ter com o exterior. Macau ficou um pouco esquecido. Na altura da transição (1999), foram poucas as empresas que ficaram. Macau é perfeito para qualquer empresa que se queira posicionar em

relação à China. Só agora se começa a ver algum interesse de novo em Macau. Macau será sempre uma plataforma. Só não pode morrer a China, pois se isso acontecer, Macau também vai por água abaixo.

Vêm-se empresas angolanas e portuguesas (vinhos, cafés, etc.) a estabelecerem-se cá. O papel de Macau é esse. De fazer a ligação ao mercado emergente da China.

A China pressiona Macau, mais do que Macau a si mesmo, para que Macau se posicione em relação aos países da lusofonia.” (Manuel CS e Clara Brito, Lines Lab).

“As IC, tratando-se de indústrias como outra qualquer, tem uma face económica, têm de ser lucrativas. Deve dar vazão aos criativos de Macau e internacionalizá-los para outras áreas geográficas, em especial para aquelas em que temos maior afinidade (ex.: Portugal). Há muitas exposições de artes plásticas com artistas de um lado e de outro (no ano passado, 26 artistas de Macau estiverem no Museu Oriente, em Lisboa; e agora, em princípio, virão portugueses a Macau)”. Ernesto Jorge Santos, IACM)

“Aquilo que aqui já fazemos é optar por fazer formação nas áreas em que há aqui um vazio. É uma forma de transmitir, assimilar e recriar a cultura portuguesa, não necessariamente por portugueses. Para que a cultura portuguesa não deixe de fazer parte de Macau, para que Macau não seja igual a qualquer outra cidade. Macau tem “um cheiro diferente”, é multicultural; Portugal é o aglutinador desses pedaços de cultura que aqui vieram parar. Os portugueses devem continuar a ter presença activa, para que a sua cultura continue.” (Amélia António, Casa de Portugal em Macau)

“Necessidade de medir o valor económico para cada um dos territórios. E envolver artistas Portugueses, Chineses e Macaenses. A cooperação com Portugal é muito pontual, alguns artistas vão a Portugal, mas os de Portugal não vêm cá. Há vontade, mas ainda não acontece. Porque Macau é um espaço restrito. Portugal em certa maneira também o é.” (José Manuel Simões, Universidade S. José)

“A cooperação Macau/Portugal deverá ser ao nível da formação académica, profissional, técnica. Também jurídica (a lei de Macau assenta na lei Portuguesa, e o enquadramento jurídico das IC no que diz respeito ao copyright é muito importante, ainda para mais nesta zona do mundo. Noutras áreas, ao nível do

património poderão existir oportunidades, pois não há serviço arqueológico em Macau.

Não me parece que seja na área da criação em si que alguém possa dar lições a outrem. Antes na formação.” (Ivo Carneiro de Sousa, Universidade S. José).

“Têm existido algumas colaborações. O tema IC começou a ganhar peso também em Portugal. Já se chegou a falar, abrir a possibilidade de o trabalho criativo de Macau ir a eventos internacionais (a Creative Macau já foi à Experimenta Design).

Possibilidade de intercâmbio, de internacionalização, de apresentar os criativos num novo ambiente. Em Macau as pessoas conhecem o vinho, o queijo, os enchidos, o futebol. O intercâmbio seria interessante. Outra possibilidade seria a formação, através da criação de programas académicos para a gestão das IC. Claro que feitos à medida e necessidade local (Macau).” (José Sales Marques, Instituto de Estudos Europeus).

“Com a crise na Europa, há cada vez mais gente de Portugal a chegar a Macau, em especial profissionais qualificados. A chegada destes profissionais a Macau ajuda a abrir canais de comunicação entre Macau e Portugal.

Existe uma ligação histórica com o norte de Portugal; Macau sempre teve gente do norte. A China está cada vez mais interessada em Portugal. Não pelo mercado, que é pequeno, mas para chegar a outros países de língua portuguesa.” (José Mário Teixeira, Instituto Internacional de Macau).

“A Creative Macau colocou diversas companhias a encontrarem-se, contactos com países europeus foram efectuados, mas tudo ficou sempre pelas conversas, nunca avançou verdadeiramente. Com isso, a Creative Macau abandonou a ideia de colaboração, mas mantém a perspectiva de divulgação.

No início a ideia do projecto era ir por aí, mas encontramos esse fosso (os criativos locais não conseguem entrar no mercado e/ou lutar contra as grandes companhias). As pessoas ainda não são verdadeiramente empreendedoras. Não há ainda investidores para as boas ideias, não há investidores a apostar no individual.

A Creative Macau já teve contactos com Paredes, Agência Inova e Fundação da Juventude. Está totalmente disponível para colaborar, a dar apoio, a estabelecer contactos, os quais, regra geral, não têm dado grandes resultados.” (Lúcia Lemos, Creative Macau).

A terminar, a relevante opinião de Chan Peng Fai, chefe do Departamento de Promoção das Indústrias Criativas: *“o departamento tem dois anos. As IC em Macau ainda não estão muito desenvolvidas. Ainda estamos a perceber como e com quem trabalhar. Mas o estabelecimento de parcerias pode ser um bom caminho. Estamos à procura de organizações e entidades governamentais para cooperar.”*

A partir daqui, estarão institucionalmente reunidas as condições para o processo de aproximação se iniciar, para o qual, também do lado de Macau, se vislumbram diversas barreiras e facilitadores.

De entre as respostas recolhidas, facilmente se encontram alguns denominadores comuns (até com os resultados das entrevistas em Portugal): a barreira da língua e da cultura, a distância geográfica, a burocracia, o contexto económico difícil de Portugal, a exiguidade do território de Macau; e outras mais específicas, como algumas experiências anteriores mal sucedidas de abertura a entidades Portuguesas, assim como outras que ficaram na expressão da vontade e não se chegaram a concretizar.

“Faltam estruturas e programas que encorajem os criativos. Em Macau não existe um Centro de Design, não há uma universidade de arquitectura, não existem investidores a visitar a universidade e a investir nos melhores alunos. Não há ainda maturidade suficiente, o impulso tem de vir do governo, de forma contínua. Se o Governo deseja que Macau seja forte no mundo empresarial criativo, deve apoiar. As pessoas criativas têm ainda pouco trabalho para mostrar. Não há produção nem diferenciação.

Enquanto mais valias: as pessoas nascem e crescem em Macau e convivem com diversas culturas, o que as torna pessoas diferentes. Quando alguém chega efectivamente a produzir algo, fá-lo de forma diferente. Existe um forte sentido de pertença em Macau, mas ao mesmo tempo alguma vulnerabilidade.

O que Macau tem? É um sítio único, onde existe tempo para fazer as coisas.”
(Lúcia Lemos, Creative Macau).

“Na área da investigação há aspectos que podem ser trabalhados. A comunicação Portugal/Macau tem sido confinada ao aspecto institucional e económico. Não tem havido um grande intercâmbio cultural nos últimos anos. Não tem havido em Macau expressão da criatividade portuguesa. Tudo o que vem para Macau (de Portugal), tem que ver com o que é tradicional, até na música; não há nada de

design ou tecnologia.” (José Sales Marques, Instituto de Estudos Europeus de Macau)

“Portugal é um país pouco cosmopolita, que conhece mal a China e a Ásia. E as relações são escassas. Macau como a plataforma da relação da China com os PALOP: importa colocar as IC portuguesas nesta plataforma e explorar. Se Portugal não faz noutros PALOP, como o fará em Macau? Mais: é difícil ter cooperação cultural séria, quando o Instituto Camões tem mais funcionários em Portugal do que no mundo.” (Ivo Carneiro de Sousa, Universidade S. José).

“Fala-se muito da China mas as pessoas não sabem o que é a China. Vir a Macau não é vir à China. Falar chinês é fundamental. Também é longe mas com a internet não é grande entrave. Mesmo a língua (inglês) começa a ajudar.

Temos um problema de economia de escala. Todo o mundo quer participar na China. Apesar de nós, portugueses, termos a vantagem de estar em Macau (os impressos, por exemplo, são em português). Depois, existe um problema maior: o Português não sabe exportar.” (Manuel CS e Clara Brito, Lines Lab).

Apesar deste(s) cenário(s), os elos de carácter histórico que ligam os dois territórios são variadas vezes apresentados como contraponto às dificuldades que um processo deste nível sentirá. A par destes, o carácter universal da linguagem artística e algum interesse que se começa a sentir pela língua Portuguesa.

“A criação do Centro Económico de Macau é um exemplo mundial do que é Macau em relação às IC e ao melting pot que Macau é, pois assume uma função religiosa e cultural. Integra uma simbiose quase perfeita de artistas orientais e ocidentais.” (Ernesto Jorge Santos, IACM).

“O dinheiro normalmente é um entrave, mas em Macau não. Em relação ao governo de Macau, se as instituições o quiserem abordar, poderá haver uma resposta positiva. É preciso é apoiar boas ideias e os interlocutores certos. Creio que o governo e os próprios chineses estão interessados. É preciso é estabelecer os contactos/iniciativas.

A China é muito grande. Em Macau podemos-nos virar para a China. Portugal é que se pode/deve virar-se para Macau.” (Paula Cleto, Fundação Oriente).

“Na China, catorze universidades oferecem cursos (licenciaturas e mestrados) em português, todos com muita procura, pois falar português é considerado uma mais-

valia na procura de emprego.” (Ana Filipa Teles, Leitora do Instituto Camões em Xangai).

Tal como sucedeu em relação à análise do tema em Portugal, também em Macau se tentou perceber de que forma se poderia efectivar essa aproximação:

“Deverá ser promovida a união a outras associações de Macau e Hong Kong, estabelecendo cooperação. É preciso divulgar, o que pode ser feito através da presença em feiras; mostrar é o ponto de partida para as pessoas conhecerem e acreditarem (o Chinês, por tradição, tem de ver para crer). De Portugal para Macau: levar criativos a Macau, mostrar o que fazem em termos de cinema, mobiliário, joalheria, design. De Portugal, para já, só chegam os chouriços e os vinhos! Por que não juntar a estes, produtos contemporâneos, de pessoas criativas? É preciso vender um Portugal moderno. Possibilitar a realização de estágios Inov-Art em Macau.” (Lúcia Lemos, Creative Macau).

“É preciso compreender as mentalidades – os chineses são altamente pragmáticos. Só entram no mundo da arte se tiverem rentabilidade. Como? Necessidade de criação de links entre os dois territórios, contactos, promoção dos artistas locais”. (José Manuel Simões, Universidade S. José).

“Com um bom intermediário/comercial bilingue, que conheça ambas as realidades e tradições. Alguém que conheça todas as características dos dois mercados.

Através da criação de um organismo (espécie de câmara do comércio), que sirva de intermediário para a disseminação das empresas e dos trabalhos de parte a parte.

E pela elaboração de um estudo que analise como fazer negócio, que faça perceber sociologicamente a forma de ser e estar e que ajude a quebrar barreiras.” (José Mário Teixeira, Instituto Internacional de Macau).

“Institucionalmente, deverão existir conversas entre governos e organismos públicos oficiais, sem esquecer as entidades ligadas ao ensino, as universidades. Há uma falha ao nível do ensino artístico em Macau.” (José Sales Marques, Instituto de Estudos Europeus de Macau).

“Através de concursos, competições escolares, turismo de património, que tem de ser ensinado. O património de Macau vale pelo todo. Pelo ambiente de diversas culturas: é a igreja de S. Domingos estar ao lado de um templo chinês, ou de um

bazar. É esta a diferença de Macau. Se não, será sempre só o jogo. Nada contra o jogo, que trouxe qualidade de vida e ótimos hotéis a Macau.

Também importante, organizar boas exposições e conferências com elementos portugueses reconhecidos internacionalmente (ex.: Siza Vieira), música, arquitectura.” (Ivo Carneiro de Sousa, Universidade S. José)

Do lado de Macau há o empenho e total disponibilidade e garantia do governo e dos institutos ligados às IC para a materialização desta colaboração (financiamento, recursos humanos, etc.). Não é por acaso que as programações do Centro Cultural e dos festivais locais integram sempre obras e apresentações de Portugal.

Importa colocar mais nomes Portugueses nas exposições colectivas, nas equipas técnicas dos espectáculos, trazer mais criativos para Macau.

Tem de haver duplicidade de vontades. De Portugal para cá, através de uma ou outra autarquia e Fundação Oriente, Fundação Jorge Alvarez, missão de Macau em Lisboa, Centro Científico e Cultural em Lisboa.

Outras acções, bem específicas, deveriam ser: a realização de embaixadas culturais Portugal/China; China/Portugal e a criação de uma Associação para as comemorações dos Quinhentos anos da chegada de Portugal a Macau.” (Ernesto Jorge Santos, IACM).

“No apoio da AICEP a empresas, individuais e associações comerciais em feiras internacionais, com o objectivo de aumentar as exportações portuguesas e o investimento estrangeiro em Portugal. Através: da identificação de feiras e missões empresariais importantes, apoio à participação portuguesa, identificação de questões alfandegárias, apoio à criação de joint ventures e de escritórios de representação. A AICEP tem como missão ser facilitador de relações de empresas portuguesas na China.” (Filipe Costa, Cônsul Comercial de Portugal / Director da AICEP Xangai).

Como já se percebeu, Macau apresenta uma programação anual com vários festivais (Festival de Música de Macau, Festival de Artes de Macau, Festival da Lusofonia, Fringe, etc.), que logo à partida se apresentam como possibilidade de espaço de apresentação de artistas portugueses. Mas mais do que isso, interessa perceber quais os sectores das IC que podem ser mais relevantes para o futuro das relações entre o Norte de Portugal e Macau:

“A China e Macau definiram prioridades: design (moda, interior, gráfico), audiovisual e entretenimento. Em particular, em Macau, são importantes: turismo (museus e igrejas); a indústria do entretenimento, devido aos casinos; design gráfico, design de interiores, e todas as indústrias que os casinos consomem. Cinema, vídeo comercial e vídeo arte começam a aparecer.” (Lúcia Lemos, Creative Macau)

“De Portugal para Macau a aposta deverá ser no audiovisual (som e imagem) para os casinos, pois cada casino é um país de marketing. A arte como produto é mais complicado porque a cultura chinesa está bem vincada. A clientela é de produtos chineses para consumidores chineses. Existem dúvidas sobre o design oriental, logo, aqui está mais uma oportunidade.” (José Mário Teixeira, Instituto Internacional de Macau).

“A colaboração mais profícua e rentável poderá ser: o audiovisual (tendência dos produtores de Macau para procurarem parceiros para filmes e documentários); o cinema (Pequim é a terceira maior indústria do mundo, a seguir à Índia e aos EUA); as artes performativas e audiovisual por estarem ligadas à indústria do jogo; a moda e as artes plásticas.

A actividade ao nível de Museologia e documentação em termos de parceria Portugal/ Macau é nula. Poderiam haver exposições de arquivos históricos de Lisboa, bibliotecas nacionais e municipais, que têm muita informação, e que pode ser útil para a produção de livros, manuais escolares, etc.

Nas artes plásticas já muito tem vindo a ser feito; existe já um bom grau de desenvolvimento nas relações Portugal/Macau. Audiovisual, museologia e documentação devem ter mais atenção.” (Ernesto Jorge Santos, IACM).

Arquitectura, design (gráfico, moda, comunicação ou software), tecnologias de informação. (José Sales Marques); Media, design, grafismo, produção artística, produção turística, que anime o património diversificado de Macau (Ivo Carneiro de Sousa); vinhos, gastronomia, artesanato, música portuguesa para chegar ao turismo japonês e coreano (Amélia António); produtos de cortiça, vinho (hábitos novos na China), café e a importação de conhecimentos para Macau, por exemplo para a criação de um cluster tecnológico (Manuel CS e Clara Brito) são outros dos produtos e sectores referenciados. No limite, produtos com qualidade, tradição, para uma classe média que quer diferenciação.

Institucionalmente, existem já muitas instituições que querem criar intercâmbios de cooperação entre os dois lados. Não passa apenas pelo governo (os recursos financeiros para promover esta fase inicial das IC são para já incipientes), mas também por associações, fundações, e universidades. Segue uma listagem dos agentes identificados e cuja acção é considerada importante para a temática IC em Macau:

Instituto Cultural do Governo da RAE de Macau; Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas; Comissão das Indústrias Culturais e Criativas; IPOR - Instituto Português do Oriente; IIM – Instituto Internacional de Macau; Fundação Macau; IACM – Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais de Macau; IEE – Instituto de Estudos Europeus de Macau; Entidades de Turismo; AICEP; Delegação Económica e Comercial de Macau em Lisboa; Albergue Criativo; Art For Art (AFA); Creative Macau.

De entre as demais entidades, praticamente todas já focadas neste estudo, poderá ter papel relevante a Delegação Económica e Comercial de Macau em Lisboa,

“responsável cooperação económica e comercial da Região Administrativa Especial de Macau em Portugal: estreitamento dos laços existentes entre a RAEM e Portugal; a defesa dos interesses da RAEM em Portugal, bem como a promoção dos interesses económicos e comerciais da RAEM junto de organismos, empresas e entidades públicas ou privadas portuguesas ou sediadas em Portugal; a divulgação das realidades sociais e culturais da Região Administrativa Especial de Macau e o desenvolvimento do intercâmbio cultural entre ambos; o apoio à formação de quadros de Macau em Portugal e a colaboração com organismos públicos ou privados portugueses na formação de quadros de Macau a realizar na RAEM; e, ainda, o apoio nas áreas logísticas e de documentação ao Governo da Região Administrativa Especial de Macau.” (Maria Antónia Martinho, Delegação Económica e Comercial de Macau em Lisboa).

De seguida, tentamos perceber, do lado de Macau, quais são as vantagens que se deslumbram com uma eventual aproximação entre os dois territórios:

“As parcerias são úteis, não apenas para ir a seminários e ter ideias, antes para mostrar coisas, pela partilha de ideias diferentes com objectivos comuns.” (Lúcia Lemos, Creative Macau).

“Trazer artistas portugueses a Macau pode ajudar a perpetuar a arte e cultura de Portugal em Macau, o que infelizmente actualmente não está a acontecer.” (José Manuel Simões, Universidade S. José).

“Quem pode ficar a ganhar? Economicamente, Portugal. Na qualidade final dos produtos, Macau. Portugal pode exportar cérebro, não mão-de-obra barata. Macau tem a ganhar, pelo problema da educação, pois há poucos profissionais qualificados.” (José Mário Teixeira, Instituto Internacional de Macau).

“Aprofundar diálogo cultural entre Portugal e China. Qualquer ICC em Macau tem de ter marca disso. Macau é um território aduaneiro diferente da China, com algumas vantagens. Macau pode procurar entrar na Europa, da mesma forma que Portugal pode entrar na China. Macau é uma fonte de inspiração e aprendizagem, nem que seja do mercado chinês.” (José Sales Marques, Instituto de Estudos Europeus de Macau).

“Ambos os territórios têm a ganhar com uma eventual aproximação: Portugal em mais cosmopolitismo e diversidade. Macau na qualificação técnica, jurídica e académica.” (Ivo Carneiro de Sousa, Universidade de S. José).

“O mercado é enorme, dá espaço para todos. O nosso problema (Portugal e Macau) é mesmo sermos pequenos. A vantagem de Portugal será o de aceder a um novo mercado, de exportar, fazer crescer a economia. Macau ao serviço da China, abrindo-a a novos mercados.” (Manuel CS e Clara Brito, Lines Lab).

“Para Macau, é um ponto de partida para explorar o mercado em Portugal e na Europa. Para Portugal, uma boa oportunidade para testar o mercado chinês.” (Chan Peng Fai, DPIC).

“Estão a chegar muitos portugueses a Macau, de todas as áreas (hi-tech, criativos, etc.). É muito bom para a tendência cosmopolita de Macau, que quer essas pessoas altamente formadas. Noutra sentido, as entidades de matriz cultural têm interesse em promover as obras e os trabalhos dos seus autores, para promover os territórios, pois os artistas são o espelho dos territórios em que habitam: interesse em internacionalizar autores e criativos e de criar um mapa geopolítico no âmbito da lusofonia.” (Ernesto Jorge Santos, IACM).

“Aquilo que se ganha com a criatividade que vem do ocidente e que se junta com a criatividade oriental é um processo de enriquecimento. A comunicação que se dá quando diferentes culturas se encontram para produzir projectos comuns. Para Portugal é importante. Quando saímos somos bons. Trabalhamos mais e melhor fora de Portugal. Somos bem sucedidos. O mundo gosta de nós; Para Portugal e

para os jovens criativos pode ser uma oportunidade de construir projectos com a China. Se for através de Macau tanto melhor.” (Paula Cleto, Fundação Oriente).

A finalizar, para a questão “poderá esta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas influenciar outros sectores da economia e as relações Portugal/China”, fica a resposta de Berton Tsoi, da Fundação Macau:

“Os governos podem e devem criar o ambiente. As empresas é que devem cooperar, com benefícios económicos para os dois países. A cooperação inicial entre duas nações começa sempre na parte económica e vai-se aprofundando através da cultura. Ora, se as Indústrias Criativas são um misto de cultura e gestão, são, na sua essência, um bom exemplo para o resto da economia.”

5.2. Análise dos inquéritos

Conforme se percebe pela leitura deste capítulo, optou-se por analisar separadamente as duas realidades em termos de entrevistas, tendo o mesmo acontecido em relação aos inquéritos realizados a alunos de cursos de nível superior com currículos relacionados com a temática criatividade, nos dois territórios.

Aqui, pretendeu-se perceber se os futuros criativos conhecem a realidade das Indústrias Criativas nos dois territórios, quais os sectores que consideram mais relevantes, em quais consideram poderem existir possibilidades de colaboração, quais as barreiras e facilitadores a uma potencial colaboração, de que forma se pode efectivar esta colaboração, quem mais poderá ficar a beneficiar caso esta se efective, e se uma eventual aproximação ao nível das indústrias criativas poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre Portugal e a China.

5.2.1. Inquéritos aos alunos da Universidade Católica, Porto

A amostra seleccionada foram alunos dos cursos da UCP de Som e Imagem, Música, Arte de Conservação e Restauro, num total de 42 indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e 47 anos de idade (69% dos quais na faixa etária 18-22), e com uma distribuição idêntica (50%) em termos de género masculino/feminino.

Em termos quantitativos, verifica-se que 71% dos inquiridos é pouco conhecedor da temática “indústrias criativas”. Quando questionados em específico em relação ao tema IC nos territórios em análise, verifica-se que a maioria se considera “pouco conhecedor” em relação à

temática na zona norte de Portugal (57%), valor que aumenta em relação a Macau (88%), mas considerando-se “nada conhecedores”. Contudo, 71% considera este assunto como “importante” e mais 17% como “muito importante”.

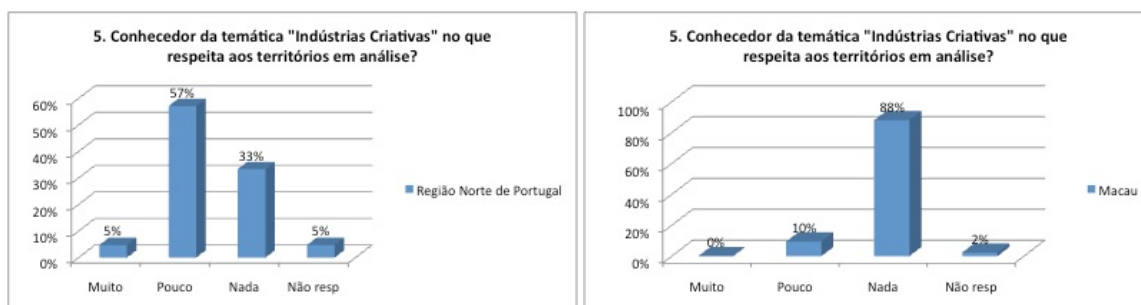


Figura 11 – Gráficos relativos às respostas dos alunos da UCP à questão 5 do inquérito

Já em relação aos subsectores que os inquiridos consideram mais relevantes em cada um dos territórios, os cinco subsectores mais referenciados em relação ao norte de Portugal, foram: cinema vídeo e audiovisual (19%), publicidade (16%), design (13%), arquitectura (12%), música e artes performativas (11%). Relativamente a Macau, também por ordem decrescente, a escolha foi: património cultural (24%), jogos online e *new media* (15%), artes visuais (14%), filmes e vídeo (11%), artesanato (11%).

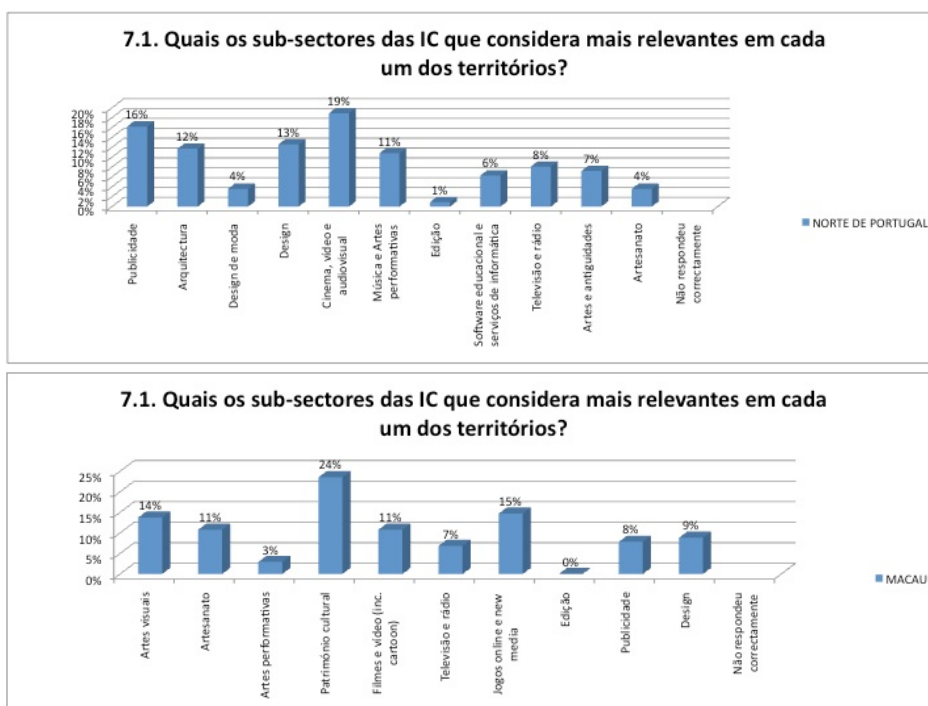


Figura 12 – Gráficos relativos às respostas dos alunos da UCP à questão 7.1 do inquérito

A terminar esta secção, tentou perceber-se em quais subsectores consideravam existirem possibilidades de colaboração, questão que teve os seguintes resultados: cinema vídeo e

audiovisual (14%), arquitectura (14%), artes visuais e antiguidades (13%), design (11%), música e artes performativas (8%).

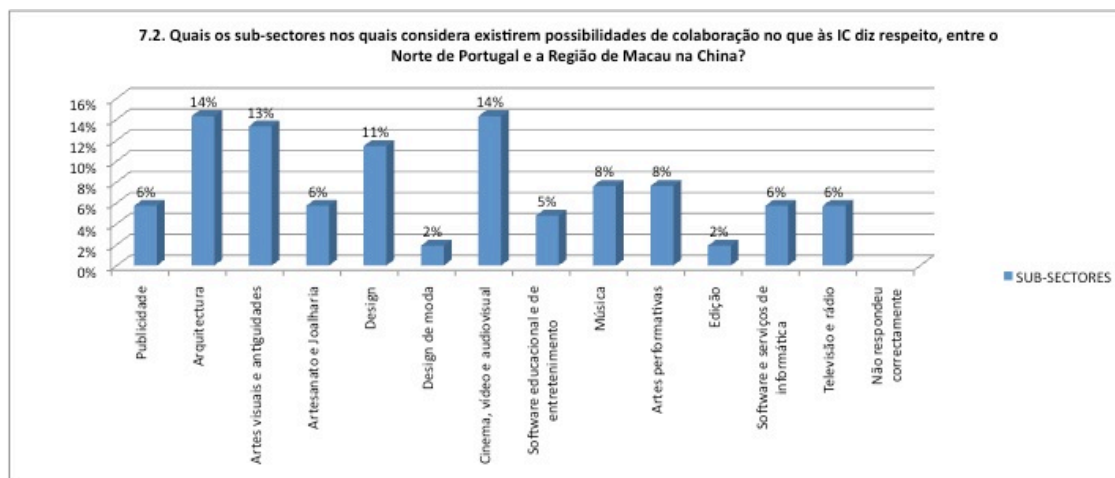


Figura 13 – Gráfico relativo às respostas dos alunos da UCP à questão 7.2 do inquérito

De seguida, tentou-se perceber-se, em termos das ligações que unem as duas regiões, quais as que mais poderiam funcionar como barreiras e facilitadores num eventual processo de cooperação. As ligações “geográficas” (30%), linguísticas (21%) e económicas (20%) foram as mais referenciadas como “barreira”, ao passo que as ligações “históricas” (25%), diplomáticas (21%) e culturais (20%) foram as mais referenciadas como “facilitador”.

Finalmente, quando questionados sobre quem poderia ficar a ganhar mais com esta potencial colaboração, a maioria (55%) respondeu “norte de Portugal”.

Em termos qualitativos, foi intencional o acto de deixar margem aos entrevistados para poderem opinar, até para tentar recolher propostas e sugestões que possam vir a ser concretizáveis. Eis as respostas e os resultados mais relevantes à questão “de que forma considera que se pode efectivar a colaboração entre estas duas regiões através das indústrias criativas?”

- ao nível político: criação de um gabinete de cooperação política; criar uma maior abertura e estabelecimento político no sector artístico e cultural; criação de bolsas e concursos de trabalho; laços diplomáticos mais fortes e desenvolvidos; elaboração de políticas que incentivem e facilitem a ligação e trocas culturais e artísticas.
- ao nível da comunidade académica: criação de um programa equivalente ao *Erasmus*; através da troca de experiências académicas e de alunos entre as instituições de ensino de Portugal e Macau; através de programas de intercâmbio, facilidades em estágios, parcerias científicas e em projectos comuns.
- ao nível do sector cultural e criativo: criação de eventos e iniciativas partilhadas; partilha de projectos e conhecimentos; ligações por meio da divulgação e contacto

entre culturas através de projectos comuns que facilitam estes processos e os concretizem; atrair investimentos para o sector; projectos conjuntos entre centros de investigação universitários e empresariais; parcerias entre instituições culturais, para a promoção de intercâmbios culturais e artísticos (exposições, conferências, jornadas e digressões de companhias performativas).

- outras formas de potenciar a colaboração entre as duas regiões através das IC: tornar a língua portuguesa a língua oficial (efectiva) em Macau e tornar o mandarim a 3ª língua (opcional) no nosso sistema de ensino público; potenciar a cultura portuguesa em Macau; maior contacto entre duas regiões através da divulgação e intercâmbio entre artistas e pessoas ligadas ao sector criativo; facilidade de intercâmbio e de transparência para os participantes das IC nos dois locais.

A terminar, tentou perceber-se se uma eventual aproximação ao nível das IC poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre os dois países. As respostas são relativamente unânimes:

“negócios fomentam negócios”; “a partir do momento em que se estabeleça uma relação entre os dois países, potencia o desenvolvimento económico, eventuais oportunidades de encontro e trocas”; “havendo colaboração entre sectores cultural e criativo, pode correr o contágio para outros sectores económicos”; “é obvio que uma maior colaboração cultural vai contagiar claramente o sector turístico, as relações políticas entre os dois locais e conseqüentemente a economia”; “jogos (casinos, online), desporto, turismo, televisão e cinema e design de moda”; “cultural, histórico, social, artístico, científico, através da partilha de conhecimento e experiência, encontro com o “diferente” – motivador do desejo de conhecimento mútuo no qual encontramos pontos comuns pela história.”

5.2.2. Inquéritos aos alunos da Universidade S. José, Macau

Em Macau, a amostra incidu sobre alunos da USJ. Num total de 38 indivíduos, com idades compreendidas nas faixas etárias 18-47 anos de idade (61% dos quais na faixa etária 23-27), 55% são do género masculino e 45% do género feminino.

Em termos quantitativos, verifica-se que 68% dos inquiridos é pouco conhecedor da temática “indústrias criativas”, em sentido geral. Quando questionados em específico em relação ao tema IC nos territórios em análise, verifica-se que a maioria se considera “pouco conhecedor” relativamente a Macau (71%), o mesmo valor em relação a Portugal (71%), mas daqueles que

se consideram “nada conhecedores”. Contudo, 55% e 39%, respectivamente, considera este assunto como “importante” e “muito importante”.

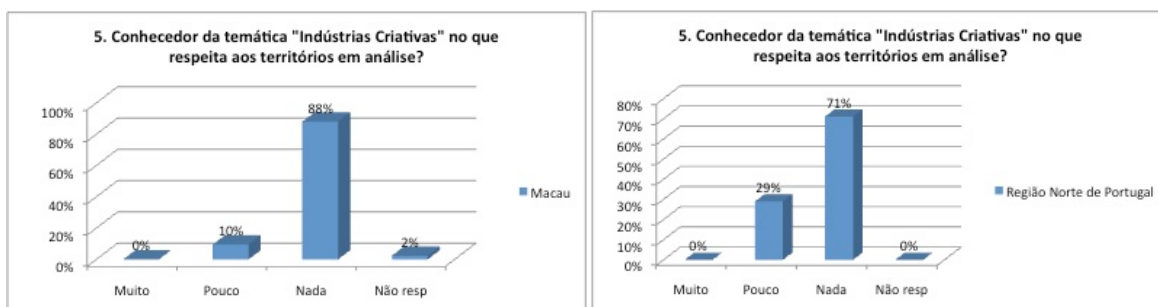


Figura 14 – Gráficos relativos às respostas dos alunos da USJ à questão 5 do inquérito

Já em relação aos subsectores que os inquiridos consideram mais relevantes em cada um dos territórios, os cinco subsectores mais referenciados em relação ao norte de Portugal, foram: arquitectura (19%), música e artes performativas (13%), publicidade (12%), design (11%), artes e antiguidades (11%). Relativamente a Macau, também por ordem decrescente, a escolha foi: património cultural (19%), publicidade (15%), design (14%), artes visuais (13%), televisão e rádio (10%).

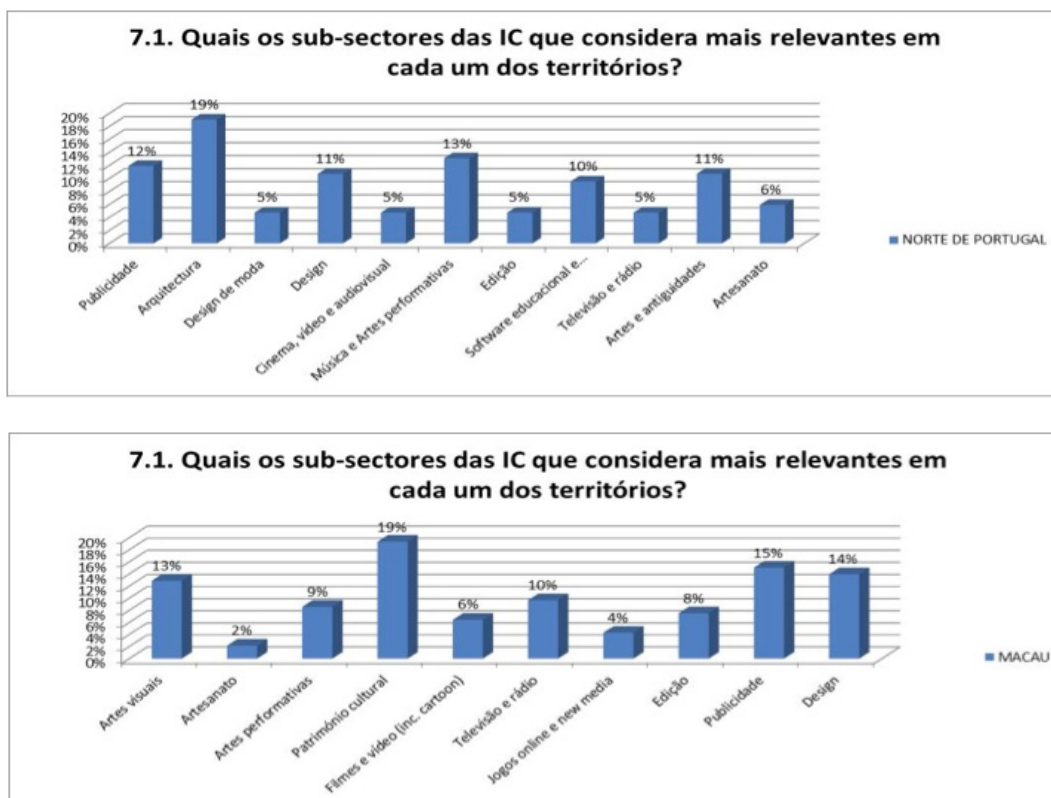


Figura 15 – Gráficos relativos às respostas dos alunos da USJ à questão 7.1 do inquérito

Também aqui se tentou perceber em quais subsectores os inquiridos consideravam existirem possibilidades de colaboração, questão que teve os seguintes resultados: arquitectura (19%), design de moda (10%), artes performativas (10%), publicidade (9%), artes visuais e antiguidades (9%).

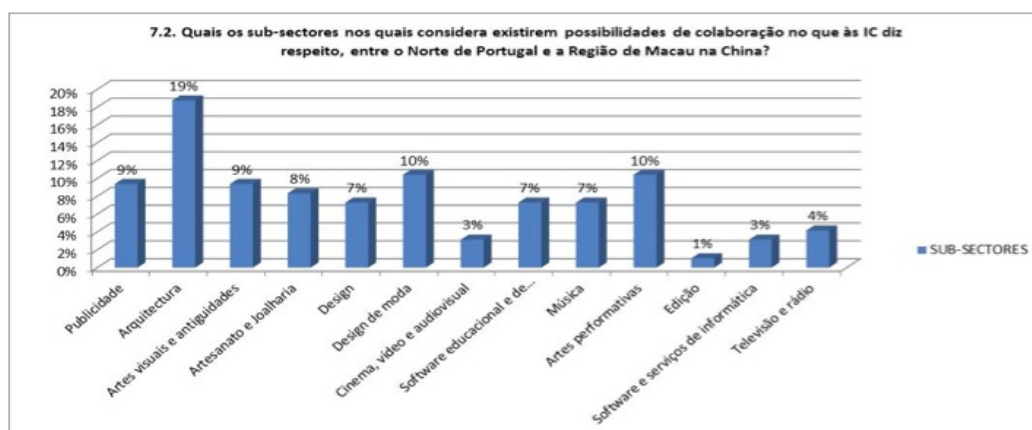


Figura 16 – Gráfico relativo às respostas dos alunos da USJ à questão 7.2 do inquérito

Usando o mesmo guião, de seguida tentou perceber-se, em termos de ligações que unem as duas regiões, quais as que mais poderiam funcionar como barreiras e facilitadores num eventual processo de cooperação. As ligações “linguísticas” (28%), geográficas (25%) e económicas/políticas *ex aequo* (12%) foram as mais referenciadas como “barreira”, ao passo que as ligações “históricas” (21%), diplomáticas (17%) e culturais (16%) foram as mais referenciadas como “facilitador”.

Finalmente, quando questionados sobre quem poderia ficar a ganhar mais com esta potencial colaboração, a maioria (66%) respondeu “Macau”.

Entrados na fase qualitativa dos inquéritos, os alunos começaram por responder à questão “de que forma considera que se pode efectivar a colaboração entre estas duas regiões através das indústrias criativas?”

- ao nível político: na criação de leis comerciais; bolsas e subsídios; cooperação económica e governamental; permissões de trabalho; criação de uma base de dados para ligar criativos de ambos os lados; benefícios políticos e fiscais entre as duas regiões; isenções aduaneiras; excepção de visto; taxa zero de impostos para os produtos culturais dos dois territórios; apoio à inovação cultural, por parte do governo; o governo de Macau deve estabelecer laços fortes com Portugal; participação na tomada de decisão em certos assuntos de forma a estimular as relações entre as duas regiões; garantir que as políticas definidas entre os dois países, em termos de IC, possam ser benéficas para ambas as regiões; os dois governos deveriam assinar um acordo em termos de IC.
- ao nível da comunidade académica: palestras *online*; promoção de programas de intercâmbios de estudantes permitirá aos alunos pensar de forma mais criativa e inovadora; novas formas de partilhar conhecimento; promover o ensino da língua Portuguesa, que ainda é língua oficial; intercâmbio de professores; criação de novos

cursos; mais seminários, para discutir e partilhar ideias; partilha de métodos de pesquisa; estudos culturais e sobre artes performativas e a história de Macau; encorajar a educação cultural e as actividades culturais, através das escolas; criar mais programas de intercâmbio entre as duas regiões, sendo que o trabalho colaborativo a nível académico pode apoiar os profissionais da área do conhecimento.

- ao nível do sector cultural e criativo: o Norte de Portugal pode aproveitar a cultura mista de Macau para ser mais criativo; ambos partilham similaridades culturais; a arquitectura e os festivais de matriz Portuguesa podem actuar como facilitadores; ambas as regiões podem receber mais eventos, permitindo aos locais plataformas de troca de ideias e de promoção das duas regiões; troca de ideias e experiências; mais exposições; cultura gastronómica; a língua; através do património histórico existente, desenvolver outros subsectores como a arquitectura; ambas as regiões podem aprender, uma com a outra; a cultura Portuguesa é tradicional, se conseguir vir a Macau promover-se, pode atrair pessoas para a sua cultura, aumentar o turismo e a economia.
- outras formas de potenciar a colaboração entre as duas regiões através das IC: aumentar a pesquisa e desenvolvimento nestes sectores, entre os dois países; através de intercâmbios culturais para alunos e artistas amadores o governo estaria a ajudar ambas as regiões, em especial ao nível educacional, tendo em conta que o *design* e o campo criativo são considerados algo novo e ainda não facilmente aceites pelas mentes mais tradicionais da família; organização de exposições conjuntas de indústrias criativas; a cooperação pode ser aprimorada principalmente pela transferência de tecnologia de uma região e aplicação dessa tecnologia e procedimentos no mercado da outra região; construir um *site* para discutir o assunto e colocar o projecto neste *site*.

Tal como havia acontecido com os inquiridos em Portugal, a terminar, tentou perceber-se se uma eventual aproximação ao nível das IC poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre os dois países? Eis as respostas dos inquiridos, em Macau:

“ambos os países também poderão aumentar as relações económicas através do comércio e empreendedorismo; não acontecerá se ambas as regiões não planearem e levarem em consideração todos os riscos”; “é positivo reconstruir as relações entre os dois países pois afinal Macau representa parte da história Portuguesa”; “podemos trocar ideias para criar novos negócios ou oferecer novas ideias ao mercado”; “a comida portuguesa é muito famosa e popular em Macau”; “Macau poderia usar a experiência Portuguesa em termos de património para aumentar as

relações económicas entre os dois países”; “artes performativas, pois a economia de Macau é baseada no jogo, logo, será interessante olhar para a indústria do entretenimento”; “através das IC outros sectores da economia podem ser desenvolvidos: hotelaria e restauração, pelo aumento de *performances* e concertos”; “todo o tipo de conexões contribui para o crescimento das relações económicas”; “uma cultura fica a conhecer melhor a outra através do estabelecimento e reforço de relações económicas”; “os produtos criativos acrescentam valor e têm a cultura portuguesa, que é única”; “pode ajudar, apoiando o desenvolvimento académico de Macau e a diversificar a economia local”; “reforçar as indústrias existentes e trazer novas ideias de cooperação; “Macau pode beneficiar, com o aparecimento de outras indústrias”.

5.3. Análise dos resultados obtidos

Em termos muito genéricos importa dizer, antes de mais, que do trabalho de campo realizado se sentiu da parte de entrevistados uma grande vontade em colaborar, de questionar a razão de ser deste estudo, a finalidade do mesmo, do “porquê agora?” e do “porquê só agora?”.

Com isto se demonstra que, em especial da parte de Macau, se verifica uma disponibilidade absoluta em colaborar, independentemente de oportunidades perdidas, no passado. Pela criação de um Departamento e uma Comissão específicos para trabalhar e discutir o tema IC, percebe-se que da parte de Macau, também institucionalmente, o suporte parece estar assegurado.

Parece, assim, existir uma real vontade de ambas as partes para efectivar esta ligação. Pelas motivações apresentadas (necessidade de diversificação da economia local, por parte de Macau; necessidade de encontrar novos produtos e novos mercados, por parte de Portugal), facilmente se retira que ambos os territórios têm a ganhar com uma eventual aproximação.

De entre outros, é sugerido que a cooperação entre os dois territórios seja ao nível da formação académica, profissional, e técnica.

A partir daqui, alguns alertas são lançados para realçar as dificuldades que se afiguram: cultura, língua, distância geográfica, para o que vários entrevistados sugerem uma análise prévia de ambos os mercados, e só após avançar. Serão, porventura, algumas destas razões que levam, apesar de tudo, um ou outro entrevistado, a apresentar-se um pouco céptico em relação a esta aproximação.

Em contraponto, diversos sugerem que a herança cultural Portuguesa, um pouco esquecida desde a transição, em 1999, não deve ser desperdiçada. Antes, que a sua defesa perante outras culturas entretanto chegadas ao território deve ser cada vez mais afirmativa, assente na língua Portuguesa, para o que muito veio ajudar a definição de Pequim em escolher Macau como plataforma para as suas relações com os PALOP.

Então e como concretizar tudo isto? Através de missões empresariais e da realização de embaixadas culturais Portugal/China e China/Portugal, é a resposta mais frequente.

Apesar da aposta governamental, fica perceptível que Macau vive uma fase de definição em termos de Indústrias Criativas, ainda a dar os primeiros passos. E que exactamente por isso Portugal pode e deve intervir, apresentando-se como país inovador (isto porque muito do que chega a Macau tem que ver com o que é tradicional).

Tendo em conta que a China definiu o *design*, o audiovisual e o entretenimento como sectores a apostar, a questão seguinte é: em que é que Portugal deve apostar? As respostas, mais ou menos consensuais, vão sempre tocar a indústria do entretenimento, por via aos casinos (o *design* gráfico, de interiores, e todas as indústrias que os casinos consomem). Outros sectores como o cinema, o audiovisual, as artes performativas, a moda e as artes plásticas são igualmente diversas vezes referidas, a par da arquitectura e património, e de produtos um pouco mais fora do conceito de criativo (vinhos), mas que podem trazer um chancela de qualidade a que interessa estar associado.

Analisando agora os inquéritos, releva-se o facto de os inquiridos admitirem conhecer “pouco” o tema Indústrias Criativas. Mais ainda, quando se especificam os territórios em estudo. Contudo, na sua larga maioria admitem o tema como “importante” ou “muito importante”.

Em termos de opções de resposta quanto aos subsectores mais relevantes em Portugal e Macau, registam-se alguns resultados relativamente aproximados, em especial pela selecção, por ambas as amostras, dos subsectores publicidade, arquitectura, design, música e artes performativas como os mais relevantes em Portugal (4 nos 5 primeiros são iguais), o que não deixa de ser algo surpreendente. Já em relação a Macau, apenas a escolha das artes visuais e do património cultural são coincidentes (2 nos 5 primeiros são iguais). Releva-se ainda o facto de o sector património cultural ter sido seleccionado por ambas as amostras como o mais importante, em relação a Macau.

Já quanto aos subsectores em que os alunos consideram existir possibilidade de colaboração no que às IC diz respeito entre os dois territórios, dos cinco sectores mais seleccionados, a

arquitectura, as artes visuais e antiguidades, e as artes performativas merecem destaque em ambas as amostras.

Saltam ainda à vista a importância que na região norte de Portugal é dada ao sector cinema, vídeo e audiovisual, sendo que idêntica relevância é atribuída, em Macau, ao *design* de moda.

Uma unanimidade total é alcançada nos resultados à escolha das barreiras e facilitadores de uma potencial colaboração: de um lado, como do outro, foram identificadas as questões geográficas, linguísticas e económicas como as principais dificuldades, e as questões históricas, diplomáticas e culturais como as principais vantagens.

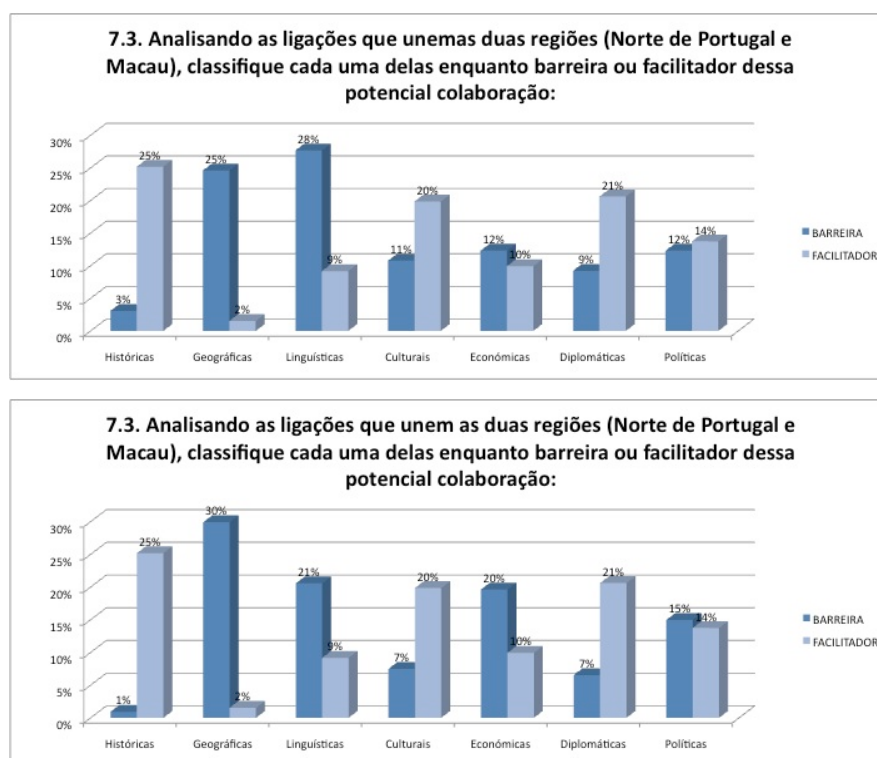


Figura 17 – Gráficos relativos às respostas dos alunos da USJ e UCP à questão 7.3 do inquérito

Na última questão, curioso que ambas as amostras responderam que o seu território poderá beneficiar mais com esta potencial colaboração (66%, no caso de Macau), (55% no caso de Portugal).

A terminar, uma palavra para a qualidade das respostas obtidas, em particular no que às questões 8 (de que forma considera que se pode efectivar a colaboração entre estas duas regiões, através das IC? Ao nível político, da comunidade académica, do sector cultural e criativo, de outras formas de potenciar a colaboração entre as duas regiões) e 10 (uma eventual aproximação ao nível das IC poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre os dois países? Se sim, quais e de que forma?) diz respeito, com propostas de acção concretas e respostas coincidentes, em especial em termos de necessidade de criação de um organismo que venha a lidar com esta parceria, da importância da língua e dos traços

da cultura portuguesa que ainda subsistem em Macau, da necessidade de políticas públicas que efectivem esta colaboração, da premência na realização de intercâmbios, e de eventos conjuntos que promovam os artistas e a cultura de ambos os territórios.

6. Conclusão

A introdução da nomenclatura “Indústrias Criativas” permitiu que o sector fosse medido em termos de viabilidade económica. Antes não se quantificava o valor económico das IC. Quando tal passou a acontecer, as IC passaram a ter valor económico, e em consequência disso, valor político.

A tradicional agenda da política cultural, até aqui centrada na democratização do acesso aos bens culturais, passou a tentar perceber como é que estes bens podem produzir emprego e riqueza em determinado território, sendo introduzidos novos tópicos de discussão: a competitividade dos territórios, a concentração de competências criativas, a economia do conhecimento.

O debate foi-se alargando cada vez mais, e foi trazido às universidades. Esta é das poucas áreas do conhecimento que vem da política para a academia.

Contudo, a própria definição de IC e economia criativa não está ainda totalmente estabilizada. Indústrias criativas é um conceito emergente, onde se interligam a ideia de arte, criatividade, negócio e tecnologia.

Hoje não há nenhum país do mundo que não tenha esta agenda no seu horizonte. É normal que ao mesmo tempo que em Portugal se fala do tema, também se fale de Macau e da China; é uma consequência do alargamento do âmbito geográfico da matéria.

Contudo, quando falamos do tema nos diferentes territórios, não falamos necessariamente da mesma coisa: quando falamos de Macau, falamos essencialmente de conteúdos. No caso português, estamos a falar de funções culturais e de funções ligadas ao talento e criatividade como geração de valor económico. No entanto, todos tocam pessoas, lugares, economia e cultura como denominadores comuns.

Numa altura em que a economia estagnou na Europa, pode dizer-se que não se pode crescer em mercados que estão em perda. Só se pode esperar crescimento da economia de uma região se ela exportar para mercados que estão a crescer. O mercado europeu está esmagado, em alta tensão, e Portugal tem muito pouco espaço. O mercado chinês tem liquidez e recursos para investir, logo tudo se torna mais rápido. É previsível que esse investimento venha a precisar

de muitos conteúdos, muito por via da sua importação. Portugal pode e deve participar neste processo de fornecimento.

Por outro lado, onde podemos ter uma entrada mais rápida, de entre os mercados em crescimento, se não naqueles em que algum tipo de afinidade cultural, linguística ou histórica já exista?

Mais, torna-se importante perceber que o Governo de Macau tem hoje receio da dependência das receitas do jogo e necessita diversificar através da produção de conteúdos, para o mercado local e regional. Macau não tem petróleo nem território para ter indústria, pelo que a sua aposta é no imaterial, chame-se indústrias criativas, multimédia ou digital.

Não se tenha, contudo, pretensão de que esta nova aposta possa rivalizar com a indústria do jogo. Pode, isso sim, ajudar a criar uma identidade mais forte de Macau, a melhorar a sua projecção no exterior, a apresentar alternativas de emprego para além do jogo.

Esta aproximação não se faz por autogestão, antes por políticas activas, sempre nos dois sentidos: é preciso criar laços, conhecer o mercado local; Portugal precisa conhecer a produção cultural e criativa de Macau, antes mesmo, o mercado, que não conhece, isto porque os negócios são hoje feitos numa lógica de conhecimento dos territórios.

A nossa pequena escala pode ser um obstáculo, mas podemos colocar a questão ao contrário: bastam meia dúzia de grandes clientes para que a nossa produção seja tomada. Teremos, isso sim, de apostar na diferenciação e factores distintivos.

Esta relação pode, pois, efectivar-se: por opção dos próprios (manifestação de vontade dos respectivos governos), pela necessidade de Portugal encontrar novos mercados, e/ou pela relação institucional que está a ser gerada do Norte de Portugal em relação a Macau. A importância da transferência do conhecimento e a proactividade de uma Universidade do Porto (Universidade Católica) em investir activamente nessa relação não pode também ser descorada, bem como a comunidade Portuguesa residente em Macau, que está bem estabelecida e apresenta laços de relacionamento bastante fortes.

Economicamente, Macau não necessita verdadeiramente de Portugal, pois não consegue sequer gastar o seu orçamento. Mas Macau gosta de Portugal, que se deve posicionar como um país inovador, de criatividade, de *design*.

A cultura Portuguesa que ficou em Macau, à excepção do património, é escassa, a remeter para um Portugal potência colonial que já não existe. O Chinês associa Portugal ao tradicional, ao Fado. Quando queremos mudar a nossa imagem, de um país moderno e atractivo, estamos a concorrer com todo o mundo.

Até há bem pouco tempo, nos BRICK, não se dava atenção à qualidade, pois quase não havia classe média ou não existia a necessidade de produtos de luxo para a oligarquia. Não podemos competir com a China a fazer milhões de peças de um produto, pois não conseguimos economia de escala. A aposta deve ser na qualidade e diferenciação.

Portugal exporta essencialmente bens de consumo. A China impôs-se com a economia da produção. Também aqui começa a haver uma mudança pois hoje já é mais barato produzir no Vietname. Logo, a China quer mudar de paradigma, para a inovação.

Macau pode ser a ligação entre Portugal e China. Porque é mais liberal e tem um *background* de cultura europeia. Contudo, o mercado é muito limitado entre Macau e Portugal. Devemos pensar sempre acima: Europa e China.

Outro dos entraves que se afigura a esta política de aproximação reside na situação económica em Portugal, com impactos materiais mas também subjectivos (desprestígio e desconfiança), isto quando a matriz cultural chinesa de negócio é baseada na confiança.

Apesar de a Ásia estar em sétimo no bloco estratégico português (o eixo principal da política portuguesa é a CPLP), Portugal está em grande crescimento na China. Noutra perspectiva, apesar do grande crescimento económico da China, o culto da Europa ainda tem bastante expressão neste país.

Ao olhar comum a China vê em Portugal uma porta privilegiada para entrar na Europa. Até por razões históricas, é importante que exista uma relação privilegiada (de amizade) com a China. A China tem a ganhar numa perspectiva macro – o mundo. E a Portugal interessa a China que está a despertar para as IC. Portugal deve tomar a dianteira, aproveitando a herança cultural que persiste em Macau e as boas relações com a China. A Ponte deve ser sempre nos dois sentidos: Portugal para a China através de Macau; Macau para a Europa através de Portugal.

É sobre a criatividade que se constrói o resto. Mas se não houver um organismo empresarial, apoio institucional e sustentabilidade, nada perdurará, até porque a organização das IC não está ainda muito bem definida; também aqui Portugal pode apoiar.

Nos processos de internacionalização devemos ter sempre uma atitude de “coopetição” – competir e cooperar.

Devemos partir sempre de situações concretas e tentar encontrar as melhores oportunidades. Então, como efectivar esta colaboração? Através de missões empresariais, eventos e sessões de *networking* – colocando ambos os lados a comunicar, após trabalho prévio de análise

mútua e a partir daí criar uma relação, baseada num efectivo conhecimento dos produtos e do mercado.

Portugal deve apostar: no encontro de culturas, na diversidade cultural (latina), na originalidade portuguesa (cultura e gastronomia), e na cooperação académica, conhecimento que depois se transmite para os alunos. Algumas artes performativas podem e devem ser apresentadas em Macau. Mas mais do que apresentadas, devem ser actividades de longa duração, que misturem ambas as culturas, para cativar os nativos.

Em termos de medidas concretas, são ainda sugeridas: actividades conjuntas entre grupos e instituições de Portugal e Macau, apoio à jovem produção criativa (através de bolsas individuais, subsídios à criação de empresas criativas, concursos de criação, por exemplo), e a realização de embaixadas culturais Portugal/China.

O importante é encontrar uma forma de cooperação, seja nas artes performativas, nas artes visuais, na produção de produtos, ou na produção de conteúdos.

Cantão e Shenzhen são as zonas mais industrializadas do mundo. Hong Kong a maior praça financeira do mundo. Macau, capital mundial do jogo, ao qual está associada a indústria do entretenimento, tem relação histórica e afectiva com Portugal. Logo, muitas oportunidades existem. Portugal tem a palavra para tomar a iniciativa.

Em resumo: em Macau, as IC estão ainda a dar os primeiros passos; ambas as partes têm a ganhar com esta aproximação; nos últimos meses deixou-se o âmbito meramente institucional, e a China passou a ser dos principais investidores em Portugal; já houve várias tentativas de aproximação anteriores em termos de IC, mas que foram pouco consistentes; as IC poderiam ser uma área de cooperação interessante, pois no geral ainda existe uma boa impressão da cultura portuguesa em Macau e na China.

Há uma nova identidade político-administrativa em Macau. O governo central (Pequim) e local (Macau) deram orientações para que Macau seja um *hub* cultural para a cultura latina e não tanto anglo-saxónicas, com a cultura portuguesa à cabeça. A intenção não parece cínica, antes efectiva: simular Macau como uma plataforma para a China e sudeste asiático.

Uma ponte entre as indústrias criativas no Norte de Portugal e na região de Macau China

Referências e Bibliografia

XVIII GOVERNO CONSTITUCIONAL (2009). Programa do XVIII Governo Constitucional. s.l., s.e.

XIX GOVERNO CONSTITUCIONAL (2011). Programa do XIX Governo Constitucional. s.l., s.e.

ADDICT (2011). *Plano de Actividades 2012 – 2013*. s.l., s.e.

CATARINO Pedro (1999). *Info China*. Lisboa: Câmara de Comércio e Indústria Luso-Chinesa

CAVALERA, Fabio (2010). *República impopular da China – as grandes mudanças e os grandes dirigentes desde Mao até ao século XXI* Lisboa: Editorial Presença

CHENGYU Xiong (2008). *Tendências actuais da indústria cultural chinesa: introdução e reflexão*. In Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural

COATES, Austin (1991). *Macau – Calçadas da História*. Trad. Luísa Guedes. Lisboa: Gradiva e Instituto Cultural de Macau

COLOMBAN, Eudore de (1980). *Resumo da História de Macau*. Macau: s. e.

COMISSÃO EUROPEIA (2006). *A União Europeia, Hong Kong e Macau: possibilidades de cooperação em 2007-2013*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

COMISSÃO EUROPEIA (1998). *Desenvolvimento de uma parceria global com a China*. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias

COMISSÃO EUROPEIA (2012). *Relatório conjunto ao Parlamento Europeu e ao Conselho – Região Administrativa Especial de Macau: Relatório annual de 2011*. Bruxelas: Comissão Europeia

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (1998). *Creative Industries Mapping Document 1998*. London: DCMS

ECO, Umberto (1997) – *Como se faz uma tese em ciências humanas*. 16ª ed. Lisboa: Editorial Presença

EUNIC European Union National Institutes for Culture (2011). *Europe China Cultural Compass – Orientation for cultural cooperation between China and Europe*. s.l.: Goethe Institut

EUROPEAN COMISSION (2011). *Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*. Brussels: European Comission

EUROPEAN COMISSION (2011). *Joint report to the European parliament and the council – annual report macao 2010*. Brussels: European Comission

EUROPEAN CULTURAL FOUNDATION (2005) – *The “creative sector” – an engine for diversity, growth and jobs in Europe*, s.l., s.n.

FERREIRA, Manuel Portugal (2011). *Negócios internacionais e internacionalização para as economias emergentes*. Lisboa: Lidel edições técnicas lda

FISHMAN, Ted C. (2009). *China Inc. – como a ascensão da próxima superpotência desafia o mundo*. Casal de Cambra: Caleidoscópio

FLORIDA, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class*. Nova York: Basic Books

FLORIDA, Richard; TINAGLI, Irene (2004). *Europe in the creative age*, s.l., Demos Publish

FUNDAÇÃO DE SERRALVES (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação de Serralves

GU, Zhibin (2005). *Made in China – o maior palco da globalização do século XXI* Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico

HONG Lee Peng. (1999). *Info China*. Lisboa: Câmara de Comércio e Indústria Luso-Chinesa

HOWKINS, John (2001). *The Creative Economy: how people make money from ideas*. Londres: Penguin Press

IVCA International Visual Communications Association (2010). *The Creative Industries in China - IVCA Report*. s.l.: IVCA

LANDRY, Charles (2000) – *The creative city: a toolkit for urban innovators*, London: Earthscan

LENGLET, François (2011). *A guerra dos impérios – a China contra os Estados Unidos*. Lisboa: Bertrand Editora

LOURIDO, Rui (2009). *De Portugal à China, Ciclo de Conferências*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa Observatório da China

MATEUS, Augusto (2010) – *O sector cultural e criativo em Portugal, Relatório Final*. Lisboa: GPEARI/Ministério da Cultura.

NESTA, The National Endowment for Science, Technology and the Arts (2003). *Report on Creative Industries*. Londres: Nesta

NEVES, Miguel (2000). *Projecto Praxis – Macau no contexto das relações entre a União Europeia e a China – O espaço de integração do triângulo do Sul da China*. Lisboa: s. e.

KEA (2011). *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform*. Brussels: IPR2

KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*. s.l., s.e.

REIS Ana Carla (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural

SILVA Teresa (s.d.). *Indústrias Culturais e Criativas de Macau – Abordagem sócio-económica*. s.l., s.e.

SOUSA, Gonçalo de Vasconcelos e (2003) – *Metodologia da investigação, redacção e apresentação de trabalhos científicos*. 2ª ed. Porto: Livraria Civilização Editora

TERA CONSULTANTS (2010). *Building a Digital Economy: The importance of saving jobs in the EU's creative industries*. Paris: Tera Consultants

UNCTAD (2004). *Creative Industries and Development*. s.l., Unctad

UNIDADE DE COORDENAÇÃO DO PLANO TECNOLÓGICO (s.d.). *Plano Tecnológico*. s.l., s.e.

UK TRADE & INVESTMENT DEPARTMENT (2011). *Creative Industries in China - Opportunities for business*. London: UK Trade & Investment

ADDICT – *Constituição*. Disponível em <http://www.addict.pt/pt/quem-somos/constituicao/>,
acedido em 15 Fevereiro 2012

ADDICT – *Missão e Visão*. Disponível em <http://www.addict.pt/pt/quem-somos/missao-e-visao/>,
acedido em 15 Fevereiro 2012

AICEP - *China Ficha de Mercado*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt>,
acedido em 03 Fevereiro 2012

AICEP - *Macau Ficha de Mercado*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt>, acessido em 03 Fevereiro 2012

AICEP - *Portugal Ficha de País*. Disponível em <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/SobrePortugal.aspx>, acessido em 05 Fevereiro 2012

COMISSÃO EUROPEIA – *Novo programa “Europa Criativa”*. Disponível em http://ec.europa.eu/portugal/comissao/destaques/20111129_programa_europa_criativa_pt.htm, acessido em 11 Fevereiro 2012

CULTDIGEST – *Notícias*. Disponível em <http://www.cultdigest.pt/cgibin/eloja21.exe?myid=cultdigest&lang=&titles=56&ch=&id=1684&cli=sn>, acessido em 16 Fevereiro 2012

DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE ESTATÍSTICA E CENSOS – *informações estatísticas*. Disponível em <http://www.dsec.gov.mo/Statistic.aspx>, acessido em 04 Fevereiro 2012

EU-CHINA HIGH LEVEL CULTURAL FORUM. Disponível em <http://euchinaculturalforum.com/>, acessido em 13 de Fevereiro 2012

GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO GOVERNO DA RAEM. Disponível em <http://www.gcs.gov.mo/showNews.php?DataUcn=54407&PageLang=P>, acessido em 16 Fevereiro 2012

HOJE MACAU – *Indústrias Criativas*. Disponível em <http://hojemacau.com.mo/?p=9255>, acessido em 16 Fevereiro 2012

INDEXMUNDI - *Macau*. Disponível em www.indexmundi.com/pt/macau/, acessido em 03 Fevereiro 2012

INSTITUTO CULTURAL DE MACAU. Disponível em <http://www.icm.gov.mo/dpicc/defaultp.aspx>, acessido em 16 Fevereiro 2012

MACAUHUB – *Dados estatísticos – Macau*. Disponível em <http://www.macauhub.com.mo/pt/Dados-estatisticos/Macau/>, acessido em 04 Fevereiro 2012

MACAUHUB – *Delta do Rio das Pérolas*. Disponível em <http://www.macauhub.com.mo/pt/Delta-do-Rio-das-Perolas/>, acessido em 04 Fevereiro 2012

OJE – *notícias economia*. Disponível em <http://www.oje.pt/noticias/economia/trocas-entre-china-e-portugal-sobem-21>, acessido em 05 Fevereiro 2012

REGIÃO ESPECIAL ADMINISTRATIVA DE MACAU – *Boletim Oficial n° 19 I Série*.

Disponível em <http://bo.io.gov.mo/bo/i/2010/19/bo19.asp>, acedido em 16 Fevereiro 2012

REGIÃO ESPECIAL ADMINISTRATIVA DE MACAU – *Regulamento Administrativo n°*

5/2010. Disponível em <http://bo.io.gov.mo/bo/i/2010/13/regadm05.asp>, acedido em 16 Fevereiro 2012

WIKIPEDIA – *História de Macau*. Disponível em

http://pt.wikipedia.org/wiki/História_de_Macau, acedido em 09 Dezembro 2011

APÊNDICE A

LISTAGEM DE ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevistado	Entidade	Data
Maria Geraldês	Fundação da Juventude	06/03/2012
Alexandra Fonseca	Universidade Católica do Porto	06/03/2012
Jorge Cerveira Pinto	Agência Inova	06/03/2012
Lúcia Lemos	Creative Macau	14/03/2012
José Manuel Simões	Universidade S. José de Macau	16/03/2012
José Mário Teixeira	Instituto Internacional de Macau	16/03/2012
José Sales Marques	Instituto de Estudos Europeus de Macau	19/03/2012
Ivo Carneiro Sousa	Universidade S. José de Macau	19/03/2012
Amélia António	Casa de Portugal em Macau	19/03/2012
Paula Cleto	Fundação Oriente, delegação de Macau	21/03/2012
Berton Tsoi e Henry Chio	Fundação Macau	21/03/2012
Manuel CS	Lines Lab	21/03/2012
Teresa Fu (<i>casual talk</i>)	Instituto Cultural de Macau	22/03/2012
Chan Peng Fai	Departamento de Promoção das Indústrias Criativas	22/03/2012
Ernesto Santos	IACM – Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais de Macau	23/03/2012
Filipe Costa	Cônsul Comercial de Portugal / Director da AICEP Xangai	30/03/2012
Ana Filipa Teles	Leitora do Instituto Camões em Xangai	30/03/2012
Carlos Martins	ADDICT	10/04/2012
Paulo Alves	Inserralves	23/04/2012
Maria Antónia Martinho (<i>mail</i>)	Delegação Económica e Comercial de Macau em Lisboa	09/07/2012

Outras entidades contactadas:

Embaixada da China em Portugal; Câmara de Comércio Internacional Luso Chinesa; EDP; Unicer; Art for All; Albergue Santa Casa da Misericórdia

APÊNDICE B

GUIÃO DA ENTREVISTA

- Enquadramento do entrevistado e da instituição
- Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau
- Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau
- Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração
- Como efectivar essa aproximação
- Sectores preferenciais
- Agentes que deverão ser chamados a actuar
- Vantagens de uma eventual aproximação
- Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Público-alvo:

- académicos
- criativos
- institucionais

APÊNDICE C

TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS - PORTUGAL

MARIA GERALDES - FUNDAÇÃO DA JUVENTUDE

Em 06 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

A Fundação da Juventude surge em 1989, dando atenção às temáticas da empregabilidade, ciência e tecnologia (sensibilização para a investigação), artes e cultura (actividade mais estruturada depois do surgimento do Palácio das Artes).

A Fundação da Juventude trabalha o reforço de competências, não dá subsídios, faz investimentos, tendo sido a primeira entidade privada a criar uma incubadora em Portugal, em 1990, da qual prosperaram cerca de 500 micro e pequenas empresas.

A ligação das FJ às IC foi um processo natural. Todas as actividades da Fundação estão relacionadas com negócio, emprego e crescimento. Ainda não se chamando IC, a FJ já dava atenção à questão do emprego a jovens altamente qualificados.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

A introdução da nomenclatura IC permitiu que o sector fosse medido em termos de viabilidade económica. A própria União Europeia começou a mapear o sector e a criar programas específicos, e as universidades começaram a ser chamadas para o tema, que tem um imenso potencial. Antes não se quantificava o valor económico das IC; quando tal passou a acontecer, as IC passaram a ter valor económico, e em consequência disso, valor político.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Nota-se um investimento reduzido nas dinâmicas da língua. Triste por a língua portuguesa não ser utilizada em Macau, que é um território estratégico. A existência de raízes culturais e económicas não devem ser desperdiçadas. Macau tem ainda muito a fazer em termos de IC.

Portugal é pioneiro nas dinâmicas de apoio ao empreendedorismo, que começaram nos finais dos anos 80.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Os Portugueses são naturalmente descobridores. Portugal só “aumenta” se explorar os territórios em que tem influências culturais e linguísticas.

Temos muito a aprender com a cultura chinesa e as suas lógicas de organização e disciplina.

Somos mais diferentes fisicamente do que estruturalmente; temos mais coisas que nos aproximam do que as que nos afastam.

Temos algumas fronteiras psicológicas que é necessário quebrar. Ainda há muitos preconceitos nos negócios, baseados na cor, raça, etc.

Como efectivar essa aproximação

Criar nichos de mercado e aumentar as exportações.

Ligações económicas e empresariais como mais-valias. Antropologia económica.

Apoio nas redes sociais em proveito do negócio e da profissão.

Descobrir “almas gémeas” e acrescentar massa crítica ao nosso produto final.

Acredito no investimento directo ao negócio, às pessoas, do que numa lógica mercantilista.

Lógica de acreditar no valor das pessoas. Dinâmica transnacional.

Sectores preferenciais

A Europa é forte no cinema, design de produto e arquitectura.

Portugal, em termos de território exportador, não deve descorar: o têxtil, o calçado, o mobiliário, o design de produto, os novos produtos de cortiça.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

A União Europeia, que é exemplar a abolir barreiras físicas.

O Governo, a promover dinâmicas. Os negócios são hoje feitos numa lógica de conhecimento dos territórios. O estado tem de ter noção de que está a fazer um investimento, cujos frutos irá colher no futuro.

Vantagens de uma eventual aproximação

A aproximação tem acontecido em diversos sectores. Inicialmente os empresários portugueses tiveram receio da abertura dos mercados à China, e com razão, pois perderam quota de mercado para mercados com baixos custos de produção. Os equilíbrios estão a ser feitos, a sociedade chinesa é hoje mais informada, cada vez mais ocidentalizada. Não há que ter receio destas parcerias, pois há muito a aprender com outras culturas. Noutra perspectiva, os

equilíbrios (ao contrário dos monopólios – gás, petróleo) entre territórios promovem a paz no mundo.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

É no novo que se faz a base do futuro. É na criação onde há mais união. São necessários acordos transnacionais que se reflectam nos negócios. É necessário desbravar novos mundos em termos de criatividade.

ALEXANDRA FONSECA – UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Em 06 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Viveu 4 anos em Macau, de onde regressou em 1997, dois anos antes da transferência. Continua a ter ligações. A cidade mudou de fisionomia, hábitos e gente.

Criou uma associação cultural e de artes em Macau.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Socialmente, os modelos de sociedade eram mais os de Lisboa do que os do Norte de Portugal. Na altura as pessoas frequentavam o Centro Cultural de Hong Kong pois ainda não existia o Centro Cultural de Macau. Na altura “Macau era um deserto cultural”.

Eventos: FIMM – festival de música erudita. Festival de Artes de Macau. Outros eventos: cinema, tai-chi, tradicionais chineses. Existiam eventos mainstream, mas também grupos e companhias tradicionais.

Casa Garden era o principal espaço expositivo (o trabalho criativo propriamente dito que existia), Galeria do Leal Senado, Fundação Oriente apresentavam-se como instituições promotoras de eventos.

Na altura sentia-se uma forte presença de arquitectos, havia muitas exposições e a tendência para chegar ao território e começar a escrever livros.

Muitos dos portugueses tinham vivido nas ex-colónias; outros, a chegar, foram uma espécie de primeira geração erasmus. A comunidade era pequena, mas com formação superior.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Portugal não aproveitou os 500 anos da presença em Macau. Apenas nos últimos anos antes da transição é que começaram a surgir comitivas Portuguesas em Macau. Não sei se será com os Portugueses que os Chineses quererão fazer negócio agora.

Macau tem vindo a aumentar território graças aos aterros. Construção densa e em altura. O terreno pertence ao estado; a construção é feita por privados.

Instituto Politécnico de Macau organiza cursos de artes plásticas, para o que convida professores das Belas Artes do Porto.

Sector da construção aproveitou bem. O resto dos Portugueses que lá estavam eram funcionários públicos.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Dificuldades na adaptação. Burocracia. Tamanho da China, país com muitas diferenças.

Sem constrangimento financeiro. Consumismo desenfreado.

Valores tradicionais Chineses encontram-se em queda, em favor do crescimento económico.

Como efectivar essa aproximação

Internacionalizar o sector criativo Português, em especial para locais (Macau) onde existem remanescências da cultura Portuguesa. Há muita vontade em Macau em receber produtos de Portugal. Como é longe, é necessário criar pontes e intermediários.

Através da criação de uma espécie de “Programa Cultura para a Diáspora”, assente no empreendedorismo.

Feiras de comércio e serviços, organização de eventos performativos e outras áreas artísticas, diversificar a oferta com o acréscimo da criatividade.

Itinerâncias e o estabelecimento de parcerias são formas de projectar os nossos sectores.

Sectores preferenciais

Ao nível industrial, os produtos de cortiça, do calçado, do mobiliário.

Ao nível das IC, tudo o que esteja ligado ao design e ao design de produto, pois “Os Chineses, que são agressivamente consumistas, adoram design”.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Instituto Cultural de Macau, Fundação Oriente, Consulado de Portugal.

Vantagens de uma eventual aproximação

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Por via do sector artístico convida-se o sector criativo por forma a impulsionar sectores da economia que já foram fortes, e que ou se auto-regeneram ou morrem.

JORGE CERVEIRA PINTO - AGÊNCIA INOVA

Em 06 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

A Agência Inova é uma entidade de direito privado que desenvolve o seu trabalho nas áreas do empreendedorismo cultural e criativo, funcionando numa lógica de parceria público-privada. Realizou uma visita de mercado a Macau em 2010.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

As IC são um sector relevante, apresentando um grande potencial em termos de médio e longo prazo. Actualmente ainda é pouco significativo, o que não quer dizer que não tenha valor simbólico. Agora, se não formos capazes de materializar o seu valor económico (em termos de criação de emprego, de inovação, de exportação), será mais um sector adiado.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Macau é jogo. Independentemente daquilo que os Portugueses quiserem achar. Para os Chineses é apenas jogo.

Não me parece que existam em Macau muitas empresas disponíveis e a querer colaborar com empresas Portuguesas, pois que mais-valia iriam elas obter?

Tenho dúvidas que Macau possa servir para fazer entrar os produtos culturais e criativos de Portugueses na China, por estar apenas associado ao jogo.

O Governo criou um departamento específico para as IC, através do qual se percebe a intenção de alterar o paradigma económico assente no jogo.

A China ainda não tem educação para a criatividade. Vai durar talvez uma geração.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Para o mercado de Macau poucos produtos poderão interessar. A cidade é pequena, os Chineses que aí se deslocam para jogar, vão apenas mesmo para jogar.

Dificuldades: distância geográfica, psicológica e cultural. E o constrangimento económico actual, pois uma internacionalização para a China é cara, por se tratar de um mercado muito competitivo.

Principais barreiras: a língua e a cultura. A proximidade cultural “é uma treta”.

Como efectivar essa aproximação

Macau tem relevância política, mantemos instituições no território, muitas vezes com ligações a Hong Kong, que “é o que interessa”.

Do ponto de vista empresarial, não conhecemos o mercado. É necessário primeiro compreender o mercado, a cultura e os interesses.

As nossas lógicas de internacionalização continuam a ser muito individuais, sem colaboração entre empresas que criam cadeia de valor. Ao mesmo tempo, as trocas comerciais entre Portugal e a China/Macau são ainda irrelevantes.

Para Macau ser a plataforma que se pretende muitas coisas teriam de mudar, a começar pela imagem que a China tem de Macau.

A cultura Portuguesa que ficou em Macau é muito pouca, a remeter para um Portugal potência colonial, que já não existe. O Chinês associa Portugal ao tradicional, ao Fado. Quando queremos mudar a nossa imagem, de um país atractivo e inovador, estamos a concorrer com todos os países.

Sectores preferenciais

Artes performativas orientadas para os casinos; tudo o que estiver relacionado com luz e imagem, pois a cidade vive muito desses processos; tudo o que estiver ligado ao jogo; tudo o que forem produtos de luxo.

Negócios com eventual sucesso: design de produto, mobiliário, design de interiores, mobiliário urbano, arquitectura, mobiliário e todos os produtos relacionados com salas de jogo. Ainda as artes performativas e a produção de conteúdos para os espaços expositivos em hotéis e casinos.

Seria interessante analisar a fundo a indústria do jogo e eventuais oportunidades.

O vinho e a gastronomia Portuguesa entraram na China através de Macau, talvez aqui existam possibilidades. Tentar ir a reboque e tentar vender produtos associados como as azeitonas, de entre outros.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Câmara de Comércio União Europeia vs Macau e Hong Kong. CGD e BES, para perceber se têm algum tipo de estratégia para estes territórios.

Vantagens de uma eventual aproximação

Uma empresa Portuguesa entra em Macau como entra em Hong Kong ou em Xangai, pois as condições são as mesmas. Entre Macau e Hong Kong, a minha opção vai para Hong Kong, isto porque em Hong Kong estamos em Macau, ao contrário não.

Por outro lado, a criação de empresas e as condições fiscais em Hong Kong são melhores do que em Macau, tem também um maior historial de IC, além de que “é a verdadeira porta de entrada na China”. Por isso, julgo que faz mais sentido investir em Hong Kong, pois tem mais impacto na China.

Noutra perspectiva, em Hong Kong, Pequim e Xangai concorreremos com todo o mundo; o potencial está nas outras 100 cidades com mais de um milhão de habitantes, que nem sequer conhecemos.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Ao contrário. Se houvesse algum sector Português que se conseguisse impor, talvez as IC pudessem ir a reboque.

CARLOS MARTINS - ADDICT

Em 10 Abril 2012

Enquadramento do tema IC (apenas nesta entrevista)

O tema das Indústrias Criativas nasce na cultura anglo-saxónica (Reino Unido e Austrália, em momentos próximos, mas com motivações distintas). Ambas decorrem de uma consciência de mudança de paradigma económico nas pequenas cidades, e do repensar do papel da cultura e das pessoas criativas na vida política.

O governo Blair encontrou um novo discurso, para contrariar os cortes à criação que se estavam a fazer sentir. O que se encontrou foi uma justificação do próprio sistema público da área de cultura, pela via económica.

Ao juntar ao tradicional discurso de política cultural outros subsectores que não apenas o artístico, o turismo cultural ou os eventos, o debate tornou-se mais alargado, surgindo temas como os direitos de autor ou o digital, numa série de novas agendas.

A tradicional agenda da política cultural, até aqui centrada na democratização do acesso aos bens culturais, passa a partir de agora a tentar perceber como é que estes bens podem produzir emprego e riqueza em determinado território, sendo introduzidos novos tópicos de discussão: a competitividade dos territórios, a concentração de competências criativas, a economia do conhecimento.

O debate foi-se alargando cada vez mais, e foi trazido às universidades. Esta é das poucas áreas do conhecimento que vem da política para a academia. As universidades só pegam no assunto depois de algumas agendas políticas para o sector estarem orientadas. Contudo, a própria definição de IC e economia criativa ainda não está estabilizada. A universidade começa a colocar em causa todos estes conceitos, contudo não coloca em causa a importância económica crescente destes sectores. Começam-se a fazer mapeamentos em geografias distintas e todos provam que estamos a falar de 2 a 6 por cento do valor económico de cada um dos territórios.

Hoje não há nenhum país do mundo que não tenha esta agenda no seu horizonte político.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

É normal que ao mesmo tempo que em Portugal se fala do tema, também se fale de Macau e da China; é uma consequência do alargamento do âmbito geográfico da matéria.

Contudo, quando falamos do tema nos diferentes territórios, não falamos necessariamente da mesma coisa: quando falamos de Macau falamos de conteúdos. No caso português, estamos a falar de funções culturais e de funções ligadas ao talento e criatividade como geração de valor económico, em sectores que usam como denominador comum a possibilidade de cobrar direitos de autor. No hemisfério Sul, em especial no Brasil, passa pela promoção do acesso ao emprego e à integração social pelas funções culturais (economia criativa).

No entanto, todos tocam pessoas, lugares, economia e cultura como denominadores comuns. Perceber estas diferenças é fundamental para o debate.

No Norte de Portugal foram já realizados dois estudos sobre a temática IC.

No primeiro, duas perguntas estavam na sua origem: será que vale a pena para a região norte apostar nesta agenda em termos de desenvolvimento regional? Se sim, que política pública deve ser produzida, e como é que se clusteriza? Mais do que mapear o valor, esse estudo pretendeu perceber sobre o que se estava a falar, tendo chegado à conclusão de que mesmo existindo hoje massa crítica na região, não podemos deixar de trabalhar nesta agenda pois ela é global.

Características particulares demográficas, sociológicas, das universidades, a relação com o Reino Unido, a relação entre o rural e o urbano, entre o litoral e o interior, uma população jovem, nível de habilitações literárias muito baixo, o empreendedorismo das pessoas da região, uma cultura de contrapoder que a região sempre teve, o perfil da economia que é muito exportadora, a marca Porto, eis o que torna este território especial, os seus valores simbólicos, os seus significados, que o estudo tentou perceber, e que chegou ainda à conclusão de que o modelo industrial existente está ultrapassado, deixou de ser competitivo, e que muito dele migrou para outras geografias.

O estudo apresentava uma agenda com 3 caminhos: trabalhar as competências das pessoas na escola, desde logo no ensino básico, para promover uma sociedade mais crítica e curiosa (agenda que não teve suporte por parte do Ministério da Educação); a questão do empreendedorismo existente na região (incubadoras, programas de apoio, fundos de investimento); e a afirmação do território (espaços físicos, regeneração urbana, centros históricos) e de uma marca regional. A região tem referências de nível internacional, por exemplo na arquitectura, no cinema ou na música, as quais nunca são afirmadas como sendo deste território.

Este território tem de ser visto como um todo e esta malha urbana litoral desde a Galiza até Aveiro forma um todo que não tem consciência de si próprio e das suas competências, de entre outras coisas porque as empresas e as universidades falam pouco entre si.

O segundo estudo veio, pois, provar, que o sector é muito desequilibrado, não funciona em ecossistema e é ainda muito frágil em termos de valor económico, e depende ainda muito do modelo mais tradicional da economia (a arquitectura depende totalmente da construção civil, o design depende ainda muito das indústrias tradicionais, a edição é ainda quase toda em papel). Apesar de a Galiza ser a região mais pobre de Espanha, em qualquer uma destas características está mais avançada do que o Norte de Portugal.

O valor económico deste sector na economia regional é de 1,8%, com mil e duzentos milhões de facturação. Com um potencial de crescimento muito rápido, representa um potencial de valor económico que não está a ser aproveitado na região, fiktando, de entre outras coisas, marcas internacionais com expressão.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

A economia não está a crescer na Europa e está a crescer na China. Pode dizer-se desde logo que não se pode crescer em mercados que estão em perda. Só se pode esperar crescimento da economia da região se ela exportar para mercados que estão a crescer.

O mercado europeu está esmagado, em alta tensão, temos muito pouco espaço. O mercado chinês tem liquidez e recursos para investir, logo tudo se torna mais rápido.

É previsível que esse investimento venha a precisar de muitos conteúdos, muito por via da sua importação. Portugal pode e deve participar neste processo de fornecimento.

Por outro lado, onde podemos ter uma entrada mais rápida, de entre os mercados em crescimento? Naqueles em que algum tipo de afinidade cultural, linguística ou histórica já exista. Por outro lado, é importante perceber que o Governo de Macau tem hoje receio da dependência das receitas do jogo e necessita diversificar através da produção de conteúdos, para o mercado local e regional. Macau não tem petróleo nem território para ter indústria, pelo que será sempre no imaterial que fará a sua aposta, chame-se indústrias criativas, multimédia ou digital.

Apesar do grande crescimento económico na China, o culto da Europa ainda tem bastante expressão.

A importância da transferência do conhecimento e haver uma Universidade do Porto (UCP) a investir activamente nessa relação não pode também ser descorada.

Esta relação pode efectivar-se: por opções dos próprios (manifestação de vontade dos respectivos governos), pela nossa necessidade de sair, pelos laços históricos e culturais comuns, pela relação institucional que está a ser gerada do Norte de Portugal em relação a Macau.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

A nossa pequena escala pode ser um obstáculo, mas podemos colocar a questão ao contrário: bastam meia dúzia de grandes clientes para a nossa produção estar tomada. Teremos de apostar na diferenciação e factores distintivos. E não na quantidade e preço.

Laços de proximidade histórica são uma vantagem; contudo o gap cultural e de negócios é enorme, o que implica um processo de muita maturidade para um dia conseguir explorar esses laços. Já que não temos a força do poder económico, temos de ter a inteligência da diplomacia.

Os europeus precisam de perceber aquele tipo de mercado, em que o regime económico, legal e político são tão diferentes. Macau como está numa zona de fronteira, mais do que uma zona de entrada, pode constituir-se como espaço de passagem.

É quase uma contradição, tendo em conta as relações históricas existentes, mas continuo a pensar que a maior barreira será sempre a cultural.

Como efectivar essa aproximação

Não acredito que a aproximação se faça por autogestão, antes por políticas activas, sempre nos dois sentidos: é preciso criar laços, conhecer o mercado local.

Nós precisamos de conhecer a produção cultural e criativa de Macau, que não conhecemos. O mesmo é válido, salvo alguns clichés, em sentido inverso.

Para tal acontecer, devemos ter uma presença efectiva no mercado (dar a conhecer os artistas, promover efectivamente a língua), realizar embaixadas culturais, presença em feiras, missões de negócios e diplomáticas. Alguns mecanismos a implementar deverão ser uma política activa de mobilidade dos estudantes, e uma aposta mais concreta no programa Inovart.

A Addict propõe-se criar condições para levar a Macau os criadores portugueses e trazer a Portugal os compradores de Macau. A estratégia da Addict para Macau passa mais até pelo segundo aspecto. E, eventualmente, pela contratação dos serviços de intermediários influentes no terreno que ajudem a perceber o contexto e a mediar a relação.

Sectores preferenciais

A Addict definiu o design, a arquitectura, o software do jogo e o audiovisual como áreas preferenciais para a região.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Addict, Instituto Camões, AEP (apoio à internacionalização) e AICEP (informação sobre mercados, como montar uma empresa em diferentes mercados, mecanismos fiscais, informações relevantes, etc.).

Vantagens de uma eventual aproximação

Os dois lados devem querer fazer esta ligação. Se mais conteúdos e criação criativa portugueses chegarem a Macau é porque houve interesse de Macau nisso; estaremos também a contribuir para o cluster criativo de Macau. Já na perspectiva de Portugal, a vantagem estará na necessidade urgente do país exportar, de atingir mercados internacionais.

Portugal poderá ficar a ganhar mais pois neste momento está mais débil.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Os inputs das IC, além de serem um conjunto de funções económicas específicas, são também inputs que produzem valor para outras indústrias (ex.: mobiliário, têxtil, calçado). Logo, o aumento de competências e o crescimento das indústrias criativas na região influenciará o sistema económico em sentido geral, num efeito de contágio muito próprio das IC.

PAULO ALVES - INSERRALVES

Em 23 Abril 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Paulo Alves: Economia, Marketing, Empreendedorismo

Responsável da Inserralves desde Outubro 2011

A Fundação de Serralves tem as Indústrias Criativas na sua missão; enquanto eixo estratégico da sua actividade.

A sua relação com estas é tripartida:

- foi uma das entidades promotoras do primeiro estudo sobre a temática na região Norte de Portugal, “uma espécie de road map para potenciar o cluster das IC na região norte”, o qual viria a dar origem à criação da Addict;
- tem a sua própria incubadora, a Inserralves, espaço de experimentação, que presta apoio operacional às empresas residentes;
- verificando que o contexto sócio-económico é agora diferente - quando comparado com o de 2008 - decidiu apostar num novo desafio a que chamou Serralves Networking, financiado pelo ON2 e que tem como objectivo integrar a Incubadora e a Fundação em redes internacionais e continuar a debater as IC no norte de Portugal, sob a alçada do qual já realizou três iniciativas: o Fórum “Empreendedorismo Criativo”, para reflectir sobre boas práticas e experiências de outras entidades e aferir o know-how das diversas entidades

internacionais convidadas; o Clube Addict especialmente dedicado às incubadoras (“actualmente há cada vez mais incubadoras - existem doze no Norte de Portugal dedicadas ao empreendedorismo criativo, mas falta articulação, troca de experiências, de networking”); e a Conferência “Agenda para o empreendedorismo nas IC”, com o objectivo de ouvir todos os agentes do ecossistema do empreendedorismo criativo (universidades, escolas, associações empresariais, incubadoras, empresas, criativos) e tentar encontrar um mapa de acção de apoio ao sector.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Verifica-se uma evolução positiva das Indústrias Criativas enquanto actividade económica. Vive-se uma nova fase das IC na região Norte de Portugal.

As IC como geradoras de valor e criação de emprego qualificado e que utiliza novos recursos. Verifica-se uma evolução das competências das pessoas que já perceberam que no actual contexto de mercado, terão de criar o seu próprio emprego. “Actualmente, as pessoas são donas do seu futuro, há uma mudança de paradigma em relação ao emprego”.

Do ponto de vista empresarial (recente estudo da Addict), as Indústrias Criativas estão ainda conotadas com um certo cariz tradicional (ex.: joalharia, edição), ao passo que na Galiza têm já um perfil de especialização bastante mais moderno.

“Há ainda muito trabalho a fazer. Considero que o desenvolvimento futuro das Indústrias Criativas deverá estar ligado às indústrias tradicionais, como acontece já, por exemplo, em Paredes, na indústria do mobiliário”.

Outro domínio a ter em conta deverão ser as novas tecnologias.

"Num sentido mais lato – do empreendedorismo enquanto condição fundamental nas economias actuais – devemos começar a trabalhar mais a montante, nas escolas, oferecendo novas formas de aprendizagem, promovendo novas competências nas pessoas, isto porque se chegou finalmente à conclusão de que há um choque entre as pessoas mais criativas e as que vêm do mundo da economia”.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Factor determinante de uma possível colaboração no que às IC diz respeito entre os dois territórios será sempre a herança cultural Portuguesa em Macau.

Macau, estando englobado num mercado (o Chinês) que já não é emergente, antes um dos principais do mundo, pode ser um pólo de atractividade para as empresas Portuguesas, que poderão e deverão tentar explorar este mercado através de projectos ‘glocais’, projectos únicos localmente e com potencial de serem projectados a nível internacional.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

O financiamento apresenta-se como um dos principais bloqueios que, regra geral, se apresentam às Indústrias Criativas, pela não existência de instrumentos financeiros ajustados às necessidades do sector.

Os padrões de análise dos investimentos nas IC são normalmente os mesmos que são utilizados noutros sectores, quando os negócios são diferentes, a linguagem é diferente, os resultados esperados são diferentes, e o período de retorno mais alargado do que outros negócios. O que se nota é que os empreendedores deste sector sentem extremas dificuldades sempre solicitam um financiamento, pois os investidores não entendem as oportunidades de negócio. Valeria a pena que houvesse um cuidado especial na análise dos projectos das IC, particularizando os factores que lhe são característicos.

Outro dos bloqueios reside no facto de a escala das indústrias criativas ser micro ou nano, de ter recursos humanos e financeiros limitados, do seu volume de negócio ser reduzido e de se basearem no auto-emprego, em que muitas vezes o próprio empresário é o criador.

Em contrapartida, apresentam-se como eventuais facilitadores (promovidos pela Incubadora de Serralves):

Softlanding, que reside na possibilidade de intercâmbio entre empresas de incubadoras internacionais, sem dúvida uma boa forma de explorar mercados internacionais.

Networking, pela participação em redes internacionais (no caso da Inserralves, a EBCN e a EICI), seja pela perspectiva de negócio, no primeiro caso, ou pela perspectiva de criação de lobby para a criação de políticas e apoios para o sector, no segundo.

Como efectivar essa aproximação

Nos processos de internacionalização devemos ter uma atitude de “coopetição” – competir e cooperar.

Devemos partir sempre de situações concretas (ex.: audiovisual, e tentar encontrar as melhores oportunidades).

Como efectivar uma colaboração: através de missões empresariais, eventos e sessões de networking – plano para colocar ambos os lados a comunicar, após trabalho prévio de análise mútua e a partir daí criar uma relação.

Missões empresariais com agentes da área, com o objectivo de conhecer outras realidades, aprofundar relações, conhecer mercados, mostrar produtos.

Missões empresariais, conferencias e networking – o plano para colocar ambos os lados a comunicar entre si. Necessidade de realização de um trabalho prévio de análise, e só depois partir para políticas de aproximação.

O conhecimento dos dois mercados é essencial – economia da experiência - em que cada um dos lados vê como o outro trabalha em termos de novos negócios e novas cadeias de valor.

Sectores preferenciais

Não conheço o mercado em Macau, é difícil antecipar.

Sou contra se decidir à partida quem são os “cavalos ganhadores”, os sectores a apostar. Acredito mais numa lógica dos empreendedores em si mesmos, daqueles que têm capacidade e arriscam. Acredito numa aposta mais individualizada: empreendedores em vez de sectores.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

A Adccit, obviamente, deve ser chamada a intervir; as universidades, pois é pelas universidades que se começa a trabalhar estes temas; a AICEP, no apoio à internacionalização; alguns fundos de investimento em capital de risco, para prever a componente financeira com instrumentos à medida e não intervenções desgarradas.

Vantagens de uma eventual aproximação

3000 chineses estão actualmente a estudar design em Londres; a China está a despertar para as IC. Portugal deve tomar a dianteira, aproveitando a herança cultural que persiste em Macau e as boas relações com a China.

A Ponte deve ser sempre nos dois sentidos: Portugal para a China através de Macau; Macau para a Europa através de Portugal.

A disponibilidade financeira da China e de Macau poderão permitir a criação de fundos de capital de risco.

A questão cultural, em si mesmo uma oportunidade, deve ser melhor trabalhada.

Mercado Chinês é enorme e tem muito potencial.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Sim, as Indústrias Criativas podem impulsionar outros sectores, assim como outros sectores podem impulsionar as Indústrias Criativas. Voltamos ao exemplo das indústrias tradicionais, que poderão ser alavancadas.

As Indústrias Criativas são as actividades do futuro, através das quais poderão passar novas relações e novos processos de cooperação.

APÊNDICE D

TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS - MACAU

LÚCIA LEMOS - CREATIVE MACAU

Em 14 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

A Creative Macau surge oficialmente no espaço onde se encontra actualmente (Centro Cultural de Macau) em 28 de Agosto de 2003, espaço inaugurado pelo novo Governador de Macau. Este projecto surgiu para promover e divulgar o trabalho dos criativos locais (pessoas que residem e se encontrem integradas na comunidade).

Nessa altura (2003), verificava-se uma recessão económica, num período de desconfiança após a transferência. As pessoas não tinham horizontes, pelo que foi a altura ideal para fazer algo por elas. Naquela altura, Indústrias Criativas eram um tema que não se falava sequer. Entretanto, já passaram nove anos..

A Creative Macau já teve contactos com Paredes, Agência Inova e Fundação da Juventude. Está totalmente disponível para colaborar, a dar apoio, a estabelecer contactos, os quais, regra geral, não têm dado grandes resultados.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Não é fácil comparar o tema IC pois Portugal e a Europa desenvolveram conceitos estéticos, de conforto e bem-estar. Em Macau e na China as coisas são diferentes. Em Macau é necessário que determinado produto seja fácil de esgotar e num espaço temporal curto, pois existe uma perspectiva de consumo rápido.

Os empresários não estão preocupados em desenvolver a imagem dos seus produtos, antes preocupados com a produção em quantidade (usar até à exaustão) e cadeia de distribuição para os seus produtos.

Existe também uma lógica de aquisição, utilização e deitar fora, sem preocupação em criar produtos relacionados com sensações e emoções.

Para a China, IC é tudo, daí que já estejam a ficar mais abertos. Começam a chamar designers, a vender produtos através do design, mas ainda de forma incipiente.

Os casinos apresentam lógicas feitas, não usam nada local. Muitas pessoas de Macau trabalham nos casinos, mas não em áreas criativas.

Não vejo, assim, que tenha existido uma grande viragem.

Em Macau não há, também, um verdadeiro empreendedorismo.

Não há um programa contínuo de apoio à cultura, nem uma definição concreta de apoio. Daí que o Governo criou uma Comissão das Indústrias Culturais e Criativas (CICC), composta por 44 elementos/conselheiros (membros do Governo, presidentes de organismos, produtores (de cinema), representantes de associações (de arquitectos, de designers), de outras indústrias, algumas das quais nem sequer estão relacionadas com as IC.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

No início a ideia do projecto era ir por aí, mas encontramos esse fosso (os criativos locais não conseguem entrar no mercado e/ou lutar contra as grandes companhias). As pessoas ainda não são verdadeiramente empreendedoras. Não há ainda investidores para as boas ideias, não há investidores a apostar no individual.

A Creative Macau colocou diversas companhias a encontrarem-se, contactos com países europeus foram efectuados, mas tudo ficou sempre pelas conversas, nunca avançou verdadeiramente. Com isso, a Creative Macau abandonou a ideia de colaboração, mas mantém a perspectiva de divulgação.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Faltam estruturas e programas que encorajem os criativos. Em Macau não existe um Centro de Design, não há uma universidade de arquitectura, não existem investidores a visitar a universidade e a investir nos melhores alunos.

Não há ainda maturidade suficiente, o impulso tem de vir do governo, de forma contínua. Se o Governo deseja que Macau seja forte no mundo empresarial criativo, deve apoiar.

As pessoas criativas têm ainda pouco trabalho para mostrar. Não há produção nem diferenciação.

Enquanto mais valias: as pessoas nascem e crescem em Macau e convivem com diversas culturas, o que as torna pessoas diferentes. Quando alguém chega efectivamente a produzir algo, fá-lo de forma diferente. Existe um forte sentido de pertença em Macau, mas ao mesmo tempo alguma vulnerabilidade.

O que Macau tem? É um sítio único, onde existe tempo para fazer as coisas.

As pessoas têm medo das cópias, pois os chineses fazem-nas, de facto. A vantagem de produzir na China é por ser mais barato. O criador não deve ficar, contudo, agarrado a um único design, pois se esse for copiado, deve partir para outro.

Como efectivar essa aproximação

Macau começa a ter produtos para mostrar nas áreas do mobiliário, moda e sector artístico (artes visuais). As pessoas em Macau pensam mais à frente. Não se trata, pois, de pegar na ideia, mas nas pessoas que têm as ideias. Ideias essas baseadas na cultura, na etnia chinesa.

De Portugal para Macau: levar criativos a Macau, mostrar o que fazem em termos de cinema, mobiliário, jóias, design.

Deverá ser promovida a união a outras associações de Macau e Hong Kong, estabelecendo cooperação. É preciso divulgar, o que pode ser feito através da presença em feiras; mostrar é o ponto de partida para as pessoas conhecerem e acreditarem (o Chinês, por tradição, tem de ver para crer). Se estão cá os Italianos e os Alemães, por que não os Portugueses? De Portugal, para já, só chegam os chouriços e os vinhos! Por que não juntar a estes, produtos contemporâneos, de pessoas criativas?

Nós, Portugueses, não podemos julgar que chegamos a China e começamos a fazer negócio amanhã, pois o negócio com os Chineses demora tempo a implementar-se, estando muito ligado a comportamentos de proximidade/confiança.

A presença de Portugueses deveria ser contínua, não apenas ao nível do chouriço e do vinho de qualidade. É preciso vender um Portugal moderno.

Possibilitar a realização de estágios Inov-art em Macau.

Sectores preferenciais

Em Portugal: cinema, festivais, feiras, produtos tradicionais, teatro, museus, turismo, património.

Em Macau estão definidas doze áreas/sub-sectoros para as IC.

Macau tem vários festivais (Festival de Música de Macau, Festival de Artes de Macau, Fringe, etc.).

Em Macau: turismo (museus e igrejas). A indústria do entretenimento é muito forte devido aos casinos (jogos de vídeo). Design gráfico, design de interiores, uma série de indústrias que os casinos consomem. Cinema e vídeo comercial, vídeo arte começam a aparecer.

A China e Macau definiram prioridades: design (moda, interior, gráfico), audiovisual e entretenimento (através dos casinos).

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Instituto Cultural do Governo da RAE de Macau – Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas; Comissão das Indústrias Culturais e Criativas (CICC)

Vantagens de uma eventual aproximação

Intercâmbio cultural e criativo e de produtos. Não apenas ir a seminários e ter ideias, antes mostrar coisas.

As parcerias são úteis pela partilha de ideias diferentes com objectivos comuns.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Poderá ter um efeito positivo em termos de intercâmbio económico, cultural, diplomático e ao nível da educação.

JOSÉ MANUEL SIMÕES - UNIVERSIDADE DE S. JOSÉ

Em 16 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Coordenador do curso de comunicação e media e do departamento de relações públicas da Universidade S. José Macau.

R.P. pré e pós promoção de eventos (escrita, foto, vídeo) em 3 línguas.

Abandonou a carreira jornalística há 4 anos para abraçar uma carreira académica.

USJ – de matriz portuguesa, língua curricular inglesa.

Maioria dos alunos são naturais da China e Macau, mas a universidade é cosmopolita, com mais de 30 nacionalidades. Staff de 20 países.

Cursos abrangentes: psicologia, design, *business*, comunicação, arquitectura, etc.

2000 alunos a frequentar licenciaturas, mais de 500 em mestrados e doutoramentos.

Um campus projectado. Mas mantêm a mesma filosofia: o aluno como prioridade, com turmas pequenas. Vertente prática e pragmática de ensino. Universidade de excelência, com visão de futuro.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Indústrias Criativas em Portugal: houve um *boom*, sobretudo no Porto, com a conversão de espaços industriais em culturais. Ter em conta a nuance entre indústrias criativas e culturais: indústrias criativas é um conceito emergente, onde se interligam a ideia de arte, criatividade, negócio e tecnologia. Não existe uma definição científica.

No Porto, diversas instituições se destacam nesta matéria: a UCP e Serralves.

Em Macau há uma ideia embrionária de lançar primeiras pedras nesse sentido. Há vontade dos artistas. Há a vontade política de fazer avançar a ideia. O desenvolvimento é ainda embrionário.

Os artistas locais sentem dificuldade em se fixar, pois há uma componente bastante amadora; e o artista local tem necessidade de viver, o que não consegue fazer só da arte. Verifica-se que os artistas tentam fazer várias coisas para poderem sobreviver. São ecléticos.

Essencialmente, em Macau expõe-se sobre arte local, para um público local, num mercado fechado. Há poucos festivais de arte, exposições. As que existem são de matriz elitista. Os próprios artistas são um pouco fechados. Precisam das galerias das instituições.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Necessidade de medir o valor económico para cada um dos territórios.

Envolver artistas Portugueses, Chineses e Macaenses. A cooperação com Portugal é muito pontual, alguns artistas vão a Portugal, mas os de Portugal não vêm cá.

Há vontade, mas ainda não acontece. Porque Macau é um espaço restrito. Portugal em certa maneira também o é.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Não me parece que a barreira seja a língua, pois a arte não tem língua.

Há elos de carácter histórico que nos ligam, há uma população residente portuguesa de elite, com artistas de renome, feitos aqui, com capacidade de criação acima da média.

Parece que depois não acontece mais nada. Mas em Portugal eu também não conheço artistas de Macau e China. Aqui sim há uma barreira linguística e cultural.

Portugal tem um contexto económico difícil. Macau sofre da exiguidade do espaço.

Como efectivar essa aproximação

Estratégias de aproximação: é preciso compreender as mentalidades – os chineses são altamente pragmáticos. Só entram no mundo da arte se tiverem rentabilidade.

Como? Necessidade de criação de links (portas entre os dois territórios), contactos, promoção artistas locais, também os nascidos em Portugal, que têm qualidade para expor em qualquer parte do mundo. É preciso apoio das instituições.

Sectores preferenciais

Subsectores: 3 festivais: Festival das Artes, Festival Internacional de Música de Macau, Festival da Lusofonia - espaço de visibilidade de artistas portugueses, que não são conhecidos em Macau.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

José Drummond, Lúcia Lemos, Jame Chu (Art For All). AFA podia ter um papel muito importante, pena não se voltar muito para Portugal. António Conceição Júnior.

Entidades oficiais: o ICM, IPOR - Instituto Português do Oriente, as universidades, as fundações.

Vantagens de uma eventual aproximação

Vantagens da aproximação: vivemos uma era em que a criatividade se tornou uma driving forte do desenvolvimento.

Existe a necessidade de incentivar a criatividade, a inovação.

Aplicação do conhecimento à técnica e ao trabalho. Aplicação do conhecimento ao conhecimento. É uma mais valia em termos técnicos e económicos. Nessa criação de links, todos têm a aprender com todos. Originalidade e inovação da arte. Componente de raiz portuguesa envolta em eventos do espaço onde vive (ex.: a arte de José Drummond).

Quem pode ficar a ganhar: Portugal ou Macau? O povo! Enquanto fruidor de arte e os artistas.

Trazer artistas portugueses a Macau pode ajudar a perpetuar a arte e cultura de Portugal em Macau, o que infelizmente actualmente não está a acontecer.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Indústrias Criativas influenciarem outros sectores económicos? Sim, como no Porto aconteceu, pode acontecer aqui.

Portugal/China seria mais valia enorme!

JOSÉ MÁRIO TEIXEIRA - INSTITUTO INTERNACIONAL DE MACAU

Em 16 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Coordenador de Projectos Especiais no Instituto Internacional de Macau.

O Instituto Internacional de Macau foi criado em 1999, aquando da transição, para projectar a Portugalidade e a identidade de Portugal em Macau. Objectivo: preservar e divulgar a cultura de Macau de matriz portuguesa. Foi evoluindo e agora é uma plataforma de colaboração entre a China/Macau e os países de língua portuguesa, quer ao nível económico, quer académico.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Os esforços estão todos a ser orientados para as indústrias criativas, em especial em Portugal com apoio às empresas e criadores locais. Cá, a economia gira muito à volta dos casinos. Muitos jovens não chegam a ir para a universidade, pois têm logo emprego nos casinos (a ganhar +/- €1500).

Há contudo, mais espaços, mais exposições. O centro cultural e a universidade têm feito um bom trabalho, mas falta muito à educação (cursos).

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Com a crise na Europa, há cada vez mais gente de Portugal a chegar a Macau, em especial profissionais qualificados.

A chegada destes profissionais para Macau, que ficam em boa posição, ajuda a abrir canais de comunicação entre Macau e Portugal.

Existe uma ligação histórica com o norte de Portugal. Macau sempre teve gente do norte. A China está cada vez mais interessada em Portugal. Não pelo mercado, que é pequeno, mas para chegar a outros países de língua portuguesa.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Barreira geográfica: nas indústrias criativas tem de haver discussões físicas sobre os produtos (logotipos, cores, por exemplo). A barreira da língua e da cultura é também enorme. É muito difícil conseguir uma boa ideia portuguesa para a China, em português.

Problema enorme: o português não sabe exportar.

Como efectivar essa aproximação

Com um bom intermediário/comercial bilingue, que conheça ambas as realidades e tradições. Alguém que conheça todas as características dos dois mercados.

A comunidade portuguesa continua atenta às notícias de Portugal. Deve haver um apoio governamental. Criação de um organismo (espécie de câmara do comércio), que sirva de intermediário para a disseminação das empresas e dos trabalhos de parte a parte.

Fórum para a cooperação económica entre a China e os países lusófonos – curiosamente trabalha mais com o Brasil e Angola. Um estudo que analise como fazer negócio, o que fazer, o que não fazer. Que façam entender sociologicamente a forma de ser e estar.

Essas câmaras de comércio deverão ter China e Portugal representados para ajudar a quebrar barreiras.

Macau não precisa de Portugal na perspectiva económica. Macau não consegue gastar o orçamento que tem. Não tem estradas suficientes para construir, por exemplo. Mas Macau gosta de Portugal. Essa aproximação deve surgir a partir de Portugal.

Cantão e Shenzhen são as zonas mais industrializadas do mundo. Hong Kong a maior praça financeira do mundo. Logo, muitas oportunidades existem. A iniciativa deve partir de Portugal.

Sectores preferenciais

Portugal para Macau – audiovisual para os casinos.

Cada casino é um país de marketing. Anúncios, outdoors, etc.

Aposta nos casinos, sobretudo (som e imagem). Marketing em suporte multimédia é um mercado inesgotável.

Nas plataformas virtuais.

A arte como produto é mais complicado porque a cultura chinesa está bem vincada. A clientela é de produtos chineses para consumidores chineses.

A traça oriental está bem marcada. Existem dúvidas sobre o design oriental, logo, aqui está mais uma oportunidade.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Vantagens de uma eventual aproximação

Macau tem a ganhar, pelo problema da educação - há poucos profissionais qualificados, logo, a vinda de profissionais de Portugal poderá originar melhores produtos. Em Macau não precisa ser bom para vender. Basta que um em cada dez compre.

A arquitectura de Macau é feia, os espaços são mal aproveitados. É o mais barato, é chinês, e Portugal teria a ganhar pois poderia ser a porta para o mercado chinês.

Quem pode ficar a ganhar? Economicamente – Portugal. Na qualidade final dos produtos – Macau.

É preciso perder o estigma em relação aos chineses. Não se pode olhar para a cultura deles com os olhos ocidentais.

Se Portugal não está a aproveitar esta oportunidade, é por parvoíce, pois os portugueses e só os portugueses, podem tornar-se cidadãos de Macau. Mais ninguém. Nem os chineses continentais o conseguem. Os portugueses são acolhidos de braços abertos. Porquê só 2011? De certeza para fugir à crise. Porque são pessoas com ideias, não produtos para exportar e vender.

Podemos exportar cérebro, não mão-de-obra barata.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Exemplo: o sucesso que teve o vinho de Portugal em Macau. Que sirva de exemplo para as IC.

Em Macau não se paga impostos, logo criam-se grandes impérios.

Portugal consegue vender um produto de luxo em Macau (ex.: um par de sapatos), mas não consegue milhares (ex.: sapatos para colégio).

Mas Portugal, naquilo que é bom, já está a vender à China. Na indústria e no têxtil não, pois eles têm. Acentuar na base tecnológica. Para ter um produto criativo, basta ser bom, não é preciso ter uma fábrica.

Tudo o que podemos já exportamos (vinho, azeite), e não se compara com a quota do Brasil. A exportação de vinhos para a China duplicou em 2011; nas duas ou três coisas que somos bons (produzimos em grande escala), não lhes interessa.

“Este vinho é excelente. Quando consegue ter aqui 2 milhões de garrafas? Não consigo...”

Em 19 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

IEE, fundado em 1997. Instrumento para cooperação Macau/União Europeia, nas áreas académicas.

Do ponto de vista jurídico é uma associação, um organismo independente do governo de Macau. Embora todos os seus membros sejam organismos públicos.

Organismo com alguma garantia financeira, pois o financiamento vem do governo, mas tem a vantagem de não ser funcionalismo público.

Mentor de um acordo (1992, entrou em vigor em 1993) de cooperação entre UE e Macau. Visa criar, estabelecer e desenvolver laços de cooperação com a União Europeia. Contudo, é um instituto de Macau, não da UE.

1º Presidente: Maria do Céu Esteves. Actual: José Sales Marques

Desde o princípio o instituto interpretou a relação com a Europa de uma forma alargada. Oferece um mestrado em integração europeia com a universidade de Macau. Pretende passar para Macau uma ideia mais abrangente (arte, criação, IC). Pelo que criou uma pós-graduação em gestão das artes. É uma componente de arte e cultura local e regional (Macau, China e região asiática); terminou em 1999.

Em 2002 foi lançado um novo programa em turismo cultural, com outras valências acrescentadas - políticas públicas de cultura e turismo, aspectos antropológicos, gastronomia, arquitectura, templos, pintura, etc.

Em 1999/2000 o instituto organizou debates sobre as cidades criativas.

Macau – capital lusófona da cultura.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

O instituto começou a trabalhar na investigação e levantamento de um *mapping* primitivo das IC de Macau, e na renovação da zona de S. Lázaro para as IC.

José Sales Marques entrou no IEE em 2002 com a ideia de criar um portal para as IC em Macau. Em 2003 lançou a Creative Macau, pioneira em toda a região, sem paralelo em Hong Kong ou Singapura.

Esperança de criar um espaço de debate, de mostra, de exposição para os criativos de Macau (a Creative Macau).

Na Cina mantinha-se a ideia de indústrias culturais mais tradicionais.

A Coreia sim, foi pioneira na Ásia nas IC.

Nessa altura as IC não estavam ainda na agenda política, mas as coisas evoluíram na China (sensivelmente em 2004/2005) e em que se percebeu que a cultura não deveria estar tão dependente do Estado e que tinha interesse de mercado, e que a China deveria deixar de ser a fábrica do mundo e passar a ser o estúdio do mundo (processo que está ainda numa fase inicial).

Na China começaram a surgir debates sobre as IC. O instituto foi convidado a lançar um programa sobre as IC em Chongqing.

Ao nível das IC tem havido uma evolução lenta em Macau. Talvez porque não existam ideias claras sobre isso, e porque há várias dificuldades que os criativos tendem a não suportar, ora por falta de apoio institucional, ora porque o mercado é pequeno (mas tem vindo a crescer).

Os casinos introduziram uma nova componente: entretenimento, design e jogos nos hotéis e casinos. Na construção de casinos e hotéis foram gastos biliões, muitos dos quais no design, mas para as empresas locais sobrou pouco.

Começa a haver interesse do governo, que criou o Conselho para as IC. Começa a sentir-se uma evolução. O que é preciso definir são as prioridades para as “I.C.C. de Macau” e que meios de apoio e financiamento pode o governo oferecer.

Problema de diversificação económica de Macau: uma necessidade. Daí que as IC comecem a ter alguma importância. Não tenho a esperança que possam rivalizar nunca com a indústria do jogo, mas podem ajudar a criar uma entidade mais forte de Macau, a sua projecção no exterior, apresentar alternativas de emprego para além do jogo, etc.

O sector do jogo permite às micro empresas das IC ganharem experiência tecnológica e de competitividade, para que possam entrar noutros mercados, nomeadamente na China. Para tal, têm de dar o salto do meio pequeno (desvantagem mas pode ser vantagem) em que se encontram.

O sector do jogo é um sector internacionalizado (mgm, city of dreams, etc). Isso é bom, e ainda as empresas locais que para elas fornecem serviços, dão a oportunidade de trabalhar num ambiente dinâmico, criativo e competitivo.

É sobre a criatividade que se constrói o resto. Mas se não houver um organismo empresarial, apoio institucional e sustentabilidade, não perdurará.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Têm existido algumas colaborações. O tema IC começou a ganhar peso também em Portugal. Já se chegou a falar, abrir a possibilidade de o trabalho criativo de Macau ir a eventos internacionais (a Creative Macau já foi à Experimenta Design).

Possibilidade de intercâmbio, de internacionalização, de apresentar os criativos num novo ambiente. Em Macau as pessoas conhecem o vinho, o queijo, os enchidos, o futebol. O intercâmbio seria interessante. Outra possibilidade seria a formação, através da criação de programas académicos para a gestão das IC. Claro que feitos à medida e necessidade local (Macau).

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Barreira linguística (português e mesmo inglês).

Na área da investigação há coisas que podem se trabalhadas. A comunicação Portugal/Macau tem sido confinada ao aspecto institucional e económico. Não tem havido um grande intercâmbio cultural nos últimos anos. Não tem havido em Macau expressão da criatividade portuguesa. Não há nada.

Tudo o que vem para Macau (de Portugal), tem que ver com o que é tradicional, até na música; não há nada de design ou tecnologia.

Já abrimos as portas para instituições, mas depois não deu em nada.

Como efectivar essa aproximação

Institucionalmente: conversa entre governos, organismos públicos oficiais, um quadro estabelecido.

Macau pode beneficiar com a CEC 2012. Macau quer mostrar que não é só jogo.

E não esquecer as entidades ligadas ao ensino, as universidades. Há uma falha ao nível do ensino artístico em Macau. Apenas 2 institutos: instituto politécnico (voltado para as tecnologias) e escola de música dependente do instituto cultural, um curso arquitectura Universidade S. José. Não há em Macau uma verdadeira escola de artes, nem programas (mestrados, *master classes*, etc.).

A organização das IC não está ainda muito concreta. Não há uma associação representativa do sector.

Art For Art (AFA) talvez devesse ter uma parceria com alguém em Portugal.

Sectores preferenciais

Arquitectura, design (gráfico, moda, comunicação ou software), tecnologias de informação.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

A nível oficial (estado, municípios), pois a territorialidade das IC é muito importante.

Vantagens de uma eventual aproximação

Vantagens: aprofundar diálogo cultural entre Portugal e China, com Macau como Angola. Qualquer ICC em Macau tem de ter marca disso.

Macau é um território aduaneiro diferente da China, com algumas vantagens. Macau pode procurar entrar na Europa. Da mesma forma que Portugal pode entrar na China. Através da Creative Macau já recebemos manifestações de interesse de empresas europeias. Ainda temos preços competitivos.

Macau é uma fonte de inspiração. E aprendizagem, nem que seja do mercado chinês.

Várias áreas que exploraram pode dar alguma coisa de lado a lado. Portugal/Macau; Macau/Portugal.

Do ponto de vista de uma marca criativa, se for conhecida na Europa acaba por ter maior capacidade de penetração na China. Uma valorização que é óbvia.

Imagem do jogo – desvantagem. Daí ser importante ter outras valências.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Ambas as partes têm a ganhar com esta aproximação. Não importa os ganhos relativos, mas absolutos.

Noção do tamanho das coisas: IC Macau ainda são pequenas.

Nos últimos meses a China passou a ser dos principais investidores em Portugal. Deixou-se o âmbito meramente institucional.

As questões institucionais ajudam a aumentar o seu poder.

Conhecimento de Macau que se traduza em algo mais concreto.

Já houve várias tentativas de aproximação, mas foram pouco consistentes. Há sempre a iniciativa privada, mas hoje em dia é preciso aprender o chinês!

IVO CARNEIRO DE SOUSA - UNIVERSIDADE S. JOSÉ

Em 19 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Director Estudos Avançados e Professor na Universidade S. José, em Macau. 53 anos

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Em relação ao tema Indústrias Criativas, diria que não existe investigação científica, publicações ou projectos académicos. Existem impressões que se comunicam nos jornais. Não existe um pensamento sistematizado sobre as IC em Macau.

Nos últimos 3 anos o governo central definiu 3 políticas para Macau:

- ser a plataforma mundial do lazer e do entretenimento (jogo e convenções - existem várias exposições industriais e comerciais);
- constituir-se como a plataforma para a integração no grande rio da pérola. Região com mais de 200 milhões de habitantes. Indústrias de transformação primária, brinquedos e têxtil. O estado pretende transformar esta região numa base tecnológica.
- transformar-se na plataforma de relacionamento e investimento com os países de língua portuguesa. Apesar de a China já está bem relacionada com Angola (petróleo) e Brasil.

Em termos culturais a difusão dos últimos 3 anos decorre dessas 3 políticas, e do objectivo de diversificação de economia de Macau, actualmente apenas assente no jogo.

IC em Macau: o património (exemplo final: a igreja da Madredeus, vulgo ruínas de S. Pedro), o turismo e o jogo, são os sectores que discutem o tema e que estão presentes no conselho para as IC.

Já o Instituto Cultural desenvolve actividades culturais, juvenis, museus e bibliotecas. No entanto não tem acção sobre as IC. Daí que a discussão esteja assente nos 3 pilares falados anteriormente.

Macau não é um destino turístico mas de jogo.

Marginalmente, 25 a 30 milhões das pessoas que visitam Macau para jogar, visitam verdadeiramente Macau.

IC como acumulação de capital, criando mais ganhos nestes 3 sectores: melhorar o entretenimento dos casinos, criação de novos produtos para o turismo e o património.

Como é que os biscoitos da amêndoa de Macau, se devem apresentar de forma mais criativas (chega a isto).

Desporto nas IC: Na China há mais adeptos do Manchester United do que qualquer clube chinês.

Falta uma discussão culturalmente séria sobre o que são as IC.

Em Macau há uma dificuldade em dar uma noção densa ao que podem ser as suas IC.

IC e património cultural é a base que distingue Macau, por ser a única cidade europeia na China e uma das mais antigas cidades chinesas. Macau preservou muitos aspectos do tradicional chinês.

Cidade cristã de matriz europeia que se cruza com a cultura tradicional chinesa. E com presença de diversas culturas paralelas (diversas culturas chinesas e outras minorias: Myanmar, Indonésia, Birmânia, etc). Pois Macau sempre foi receptor de refugiados da região.

O fisherman wharf é a disneyland. Pode ser feito em qualquer lado do mundo. Não é isso que vai diferenciar Macau. Não é rentável economicamente. Em contraste, sempre que se consegue animar o património de Macau, é sempre bastante lucrativo. O ano passado 10000 canadianos visitaram Macau. São estas particularidades que deviam liderar as IC e não apenas o jogo.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Cooperação Macau/Portugal: ao nível da formação académica, profissional, técnica.

Jurídica (a lei de Macau assenta na lei Portuguesa, e o enquadramento jurídico das IC no que diz respeito ao *copyright* é muito importante, ainda para mais nesta zona do mundo.

Noutras áreas: património. Não há serviço arqueológico em Macau. Ex.: neste momento estão a ser feitas obras na parede axa em Coloane onde foram descobertos vestígios de populações com 15/20 mil anos.

Não me parece que seja na área da criação em si que alguém possa dar lições a outrem. Antes na formação.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Entraves: a situação económica em Portugal. Com impactos materiais mas também subjectivos (desprestígio e desconfiança). A matriz cultural chinesa de negócio é baseada na

confiança. Também a burocracia (tudo é muito lento em Portugal) e uma certa sobrançeria aristocrática em Portugal.

Portugal é um país pouco cosmopolita, que conhece mal a China e a Ásia. E as relações são escassas. Macau é uma espécie de relíquia.

Macau como a plataforma da relação da China com os palop: Importa colocar as IC portuguesas nesta plataforma e explorar. Se Portugal não faz noutros PALOP, como o fará em Macau?

Como efectivar essa aproximação

Através de concursos, competições escolares, turismo de património, que tem de ser ensinado.

O património de Macau vale pelo todo. Pelo ambiente de diversas culturas. É a igreja de S. Domingos estar ao lado de um templo chinês. Ou de um bazar. É esta a diferença de Macau.

Se não, será sempre só o jogo. Nada contra o jogo, que trouxe qualidade de vida e óptimos hotéis a Macau.

IC devem procurar apoiar produções originais, de população que precisa de apoio.

Importa estudar o problema com mais profundidade. As IC são definidas por 3 sectores (ver atrás) e pelos arquitectos.

Actividades conjuntas entre grupos de Portugal e Macau. Há países como a França (+/- 200 pessoas) que fazem mais do que Portugal (+/- 1500 pessoas).

Apoio à jovem produção criativa (através de bolsas individuais, subsídios à criação de empresas criativas, concursos de criação).

Portugal deve apostar: encontro de culturas, diversidade cultural (latina), e originalidade portuguesa (cultura e gastronomia).

Fazer boas exposições e conferências com elementos portugueses reconhecidos internacionalmente (ex.: Siza Vieira), música, arquitectura. Cooperação académica, que depois se transmite para os alunos.

Sectores preferenciais

Media, design, grafismo, produção artística, produção turística, que anime o património diversificado de Macau.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

ICM (deve promover um debate sério sobre as IC, em ligação com os festivais culturais; as Associações culturais (existem centenas – caligrafia, ópera chinesa, etc), o IPOR – braço do Instituto Camões para Macau.

É difícil ter cooperação cultural séria, quando o Instituto Camões tem mais funcionários em Portugal do que no mundo.

Vantagens de uma eventual aproximação

Ambos os territórios têm a ganhar com uma eventual aproximação: Portugal em mais cosmopolitismo, diversidade. Macau na qualificação técnica, jurídica e académica.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

O que falta é mobilizar apoios estatais que apoiem a cooperação.

Aproximação económica: anualmente as relações são limitadas. O BNU é o que resta de Portugal em Macau. A Hovione é a única empresa industrial portuguesa que existe.

As bolsas que existiam nas águas, electricidade e aeroportos deixaram de existir.

No futuro restará a Hovione, o BNU e a USJ. No limite, existem portugueses em empresas de arquitectura.

As IC poderiam ser uma área de cooperação interessante, pois no geral ainda existe uma espécie de boa impressão da cultura portuguesa quase mítica (embora a maioria da população nem saiba onde fica Portugal).

AMÉLIA ANTÓNIO - CASA DE PORTUGAL EM MACAU

Em 19 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Casa de Portugal em Macau: Fundada 2001, após a transferência. Tudo se foi construindo pouco a pouco.

Entrevista: Enquanto Casa de Portugal em Macau e não enquanto residente.

2 fenómenos em Macau: o primeiro, após a transferência, as instituições que tinham algo com Portugal pararam (a Fundação Oriente, o IPOR deixou de ter actividade cultural, passou apenas a época de língua portuguesa). Logo, percebemos um vazio em relação à língua portuguesa; o segundo, com a liberalização do jogo, deu-se o estabelecimento de algumas

comunidades (USA, Austrália) com bastante poderio, por forma a que as coisas se passassem de acordo com a sua cultura, o que teve forte impacto social.

Com isto, achamos que tínhamos de estar presentes socialmente e que a comunidade portuguesa tinha ainda uma palavra a dizer. Continuar a fazer a afirmação contínua da portugalidade.

Pequim define Macau como plataforma para as relações com os PALOP, logo, continuar a dar importância ao português e à língua portuguesa, o que deu novo alento à nossa actividade: espectáculos, exposições, etc.

Em 2008 pensamos que era necessário dar um salto maior. E abrimos os primeiros ateliers de formação. Começámos com a joalheria (chegou a haver um curso no politécnico, mas deixou de existir), pela tradição portuguesa neste sector, e por não haver nada em Macau.

Ser útil para Macau e continuar a divulgar Portugal (objectivos da Casa), e não apenas um revivalismo/saudosismo de Portugal.

Depois: atelier de artes plásticas e arte digital; e formação para jovens e começamos a ter problemas de espaço.

Chegamos a ter 5 espaços na cidade, agora temos 1 prédio industrial arrendado e com perspectivas de alargamento. Actualmente (cursos e aulas livres): joalheria (tinham dificuldades em vender uma peça, agora estão a fazer colecções limitadas a X peças, sem ser industrial) por forma a ajudar as pessoas a entrar no mercado; cerâmica; gravura; audiovisual (já fez a cobertura de todas as festividades de qualquer natureza: religiosa, tradicional, etc. chinesas e de outras culturas), por altura dos 20 anos da transferência (para ajudar a mostrar como tudo estava na mescla que é Macau); fotografia (de vários tipos); artes plásticas (educação pelas artes); aulas de hip-hop e outras artes performativas; marionetas – exposição em Agosto, objectivo criar um museu (como se fazem, conservam, manipulam); encadernação, guitarra portuguesa, etc.

Todas as formações são abertas a toda a gente, a única diferenciação positiva é quem é sócio da casa de Portugal em Macau.

Chegam a ter tradutores nas aulas para que ninguém deixe de participar, e eventualmente, encontre aqui a sua veia artística.

Também estão desporto: basquetebol, hóquei em patins, escola de futebol.

Projecto do Lusitanus: Transmitir e mostrar Portugal. E o que pode trazer a Macau e à região.

Sempre presentes na comemoração de datas emblemáticas: 10 de Junho, 25 de Abril, 05 de Outubro, com algo: espectáculo/exposição (world press photo) e trazem 2 espectáculos de qualidade por ano de Portugal.

Já fizeram uma exposição em colaboração no galaxy. Já participaram em diversas exposições: expo shanghai, Fringe Macau, Festival das Artes de Macau.

A casa de Portugal em Macau é uma associação.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

2 fenómenos em Macau: o primeiro, após a transferência, as instituições que tinham algo com Portugal pararam (a Fundação Oriente, o IPOR deixou de ter actividade cultural, passou apenas a época de língua portuguesa). Logo, percebemos um vazio em relação à língua portuguesa; o segundo, com a liberalização do jogo, deu-se o estabelecimento de algumas comunidades (USA, Austrália) com bastante poderio, por forma a que as coisas se passassem de acordo com a sua cultura, o que teve forte impacto social.

Com isto, achamos que tínhamos de estar presentes socialmente e que a comunidade portuguesa tinha ainda uma palavra a dizer. Continuar a fazer a afirmação contínua da portugalidade.

Pequim define Macau como plataforma para as relações com os PALOP, logo, continuar a dar importância ao português e à língua portuguesa, o que deu novo alento à nossa actividade: espectáculos, exposições, etc.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Aquilo que aqui já fazemos é optar por fazer formação nas áreas em que há aqui um vazio. É uma forma de transmitir e recriar e assimilar a cultura portuguesa, não necessariamente por portugueses. Para que a cultura portuguesa não deixe de fazer parte de Macau, para que Macau não seja igual a qualquer outra cidade. Macau tem “um cheiro diferente”. Macau é multicultural; Portugal é o aglutinador desses pedaços de cultura que aqui vieram parar.

Os portugueses devem continuar a ter presença activa, para que a sua cultura continue.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Barreiras: língua. Há artes em que a comunicação não é obrigatória, noutras sim. A nova informação também é difícil para chegar aos chineses (a imprensa chinesa é muito cara). “Os mundos mantêm-se separados”.

Os importadores resistem a trazer algo que sabem cuja venda é garantida nos supermercados.

Burocracia. É necessário gente mais diligente. Não só no governo mas também nas pessoas.

Como efectivar essa aproximação

Marcam presença na MIF e na Lusofonia.

Rua dos Pescadores – ateliers.

Com base no galo de barcelos, os alunos (re)criaram o galo de barcelos.

Já esteve presente na MIF e no pavilhão de Portugal em Shangai. Os chineses adoram os *magnets*, que vendem imenso.

Sectores preferenciais

Produtos: vinhos, gastronomia, artesanato, música portuguesa (para chegar ao turismo japonês e coreano, pois são os países com maior apetência para o fado).

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Governo de Macau, através da Fundação Macau. Reconhecimento do governo pela actividade da casa de Portugal em Macau – medalha de mérito cultural em 2011. O próprio governo faz propostas à casa de Portugal em Macau para determinados projectos (ex.: lusitanos).

Vantagens de uma eventual aproximação

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Sentem abertura do governo para mais, pois também apresentam muito trabalho. É o que tem dado credibilidade. Mostrar que sabemos fazer, com gente e com capacidade.

As IC têm um papel claro na economia, desde que se consiga dar-se a dinâmica necessária para que possam produzir.

O que fazemos é criar embriões para que coisas aconteçam, mas não somos agentes industriais. Estamos numa perspectiva prática e realista em criar condições para que pessoas se lancem/arranquem.

Estaremos a tentar casar a nossa cultura com a forma de ser de quem recebe estes conhecimentos e de Macau continuar a ter personalidade e identidade próprias, que não é Portugal nem China.

Em 21 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Delegada da Fundação Oriente em Macau

Fundação Oriente – mais do que uma instituição de Macau, somos uma instituição portuguesa.

A Delegação de Macau foi a primeira delegação e onde a fundação nasceu, em 1988. A sede foi transferida para Portugal, mas há outras (Timor, Goa).

3 áreas: cultura (exposições, concertos, apoio a outros projectos: audiovisual, prémios jornalismo, artistas, festival vídeo Macau); colaboração com outras instituições e até governo, filantropia (apoio social – escolas, orfanatos, etc.), educação e investigação (bolsas).

Responsável pelo IPOR e Escola de Portugal em Macau.

IC Macau: acabam por não estar muito ligados. Estamos ligados à cultura, mas na vertente artes visuais.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

As IC em Macau é uma aposta recente (3 anos?). Em Março 2010, com a nomeação do novo director do ICM, deu-se o novo impulso. Criou-se uma comissão. O governo criou estruturas para dar novo fôlego à área cultural e envolveu as associações privadas.

Têm vindo a ser feitas algumas iniciativas. Talvez Macau não seja uma cidade que se tenha preocupado muito com as questões culturais. Macau preocupa-se com a cultura, mas é um núcleo restrito. Ainda assim, acontecem muitas coisas.

As pessoas gostam de música, aderem muito aos concertos. Já em relação a outras áreas, ainda há muito a fazer.

Há muita gente nova que começa a trabalhar. Há dinheiro, há apoios, e o espaço e atenção que as pessoas começam a dar. Mas é um nicho, não a população em geral.

Alguma seriação Portugal e China, conforme o tipo de actividade.

Algumas companhias ligadas aos casino (galaxy e MGM) começam a apoiar actividades culturais (ex.: exposições).

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Existe vantagem, mas não tenho grande noção do que se passa em Portugal.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Entraves: Dinheiro (é, mas em Macau não). Em relação ao governo de Macau, se as instituições o quiserem abordar, poderá haver uma resposta positiva. É preciso é apoiar boas ideias e os interlocutores certos. Creio que o governo e os próprios chineses estão interessados. É preciso é estabelecer os contactos/iniciativas.

Entrave: A comunicação; a forma/cultura diferentes. O contacto com os chineses é mais lento, é um processo moroso, pois os chineses precisam de ganhar confiança. A partir daí, estabelecem uma relação sólida.

A China é muito grande. Em Macau podemos virar para a China. Portugal é que se pode/deve virar-se para Macau.

Como efectivar essa aproximação

Sectores preferenciais

Design. Casinos já trazem tudo contratado, já vem tudo feito, apenas se constrói cá. A concepção vem de lá; os americanos trazem o produto acabado. Aqui só constroem. Há, contudo, criativos portugueses a trabalhar nos casinos.

Cinema é interessante. Todas as áreas são interessantes, desde que hajam bons projectos.

Moda – projecto com Torres Novas.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

ICM e IACM (Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais de Macau); Creative Macau; Albergue Criativo.

Vantagens de uma eventual aproximação

Troca de experiências; aquilo que se ganha com a criatividade que vem do ocidente e que se junta com a criatividade oriental é um processo de enriquecimento. A comunicação que se dá quando diferentes culturas se encontram para produzir projectos comuns.

David Valentim – junta músicos da Ásia com europeus. Tudo através da internet. Criam música em conjunto com edição de CD's e termina com apresentação em concertos. Projectos ainda são pequenos...

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Todos têm a ganhar com uma aproximação ao nível das IC. A China é muito grande, sendo já o principal mercado da arte.

Para Portugal é importante. Quando saímos somos bons. Trabalhamos mais e melhor fora de Portugal. Somos bem sucedidos. O mundo gosta de nós; Para Portugal e jovens criativos pode ser uma oportunidade de construir projectos com a China. Se for através de Macau tanto melhor, por ser fácil aos portugueses (são amigos de Macau) se instalarem em Macau.

Economia: Sim. E parece-me que os chineses estão interessados nisso. Ao olhar comum a China vê em Portugal uma porta privilegiada para entrar na Europa. É preciso cuidado, pois há sempre um lado perverso, economicista (Portugal tem de se defender). Até por razões históricas, é importante que exista uma relação privilegiada (de amizade) com a China. A China tem a ganhar numa perspectiva macro – o mundo. E a nós interessa a China.

BERTON TSOI e HENRY CHIO - FUNDAÇÃO MACAU

Em 21 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

O facto de Macau se ter tornado Património da Humanidade (2005) contribuiu para estimular a ideia das Indústrias Criativas.

Macau ainda não é assim tão próspero nas IC. Ainda não são bem indústrias, apenas PME, com pequena produção.

Já as artes performativas estão a prosperar (C. Soleil).

É uma vantagem, a proximidade.

Neste momento está a ser “construída” a Hengqin Island (para desenvolver as IC), que tem o triplo do tamanho de Macau.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Macau pode ser uma ligação entre Portugal e China. Porque é mais liberal. Plataforma de introdução das artes performativas na China.

Macau tem um background de cultura europeia. A gastronomia e alguns eventos/festivais que relembra Portugal e a Europa. Mesmo que muita gente venha a Macau para jogar.

O mercado é muito limitado em Macau e Portugal. Mesmo que se consiga cooperar, será sempre pouco; Temos de pensar acima – Europa e China.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Barreiras: Língua, geografia.

Facilidades: vinho, futebol (ideia sobre Portugal). Começar com algo que as pessoas de Macau já tenham uma ideia sobre Portugal.

Scottish Whisky *versus* Porto Wine. Tentar encontrar uma marca. E a partir daí, “vender” para a China, que talvez nem conheça o vinho do Porto.

Almond cookies (muito famosos em Macau) *plus* Vinho do Porto (cooperação/ligação um ao outro). Promoção com o marketing comum. E ainda promover o vinho português na China e as bolachas na Europa.

Como efectivar essa aproximação

Algumas artes performativas conhecidas em Portugal podem e devem ser apresentadas em Macau. Mas mais do que isso, devem ser “localizadas”, actividades de longa duração com workshops para os locais começarem a perceber e interiorizar.

Também se devem misturar ambas as culturas numa só execução e apresentação de eventos.

Há tantas marcas europeias famosas na China. Devem começar a pensar como envolver a cultura local nas suas criações. E podem começar por Macau, para perceber as especificidades culturais.

Alguns eventos (“dancing water”) não dizem assim tanto aos chineses, antes aos estrangeiros. Introduzir elementos locais (para dar importância) para que os chineses sintam mais apego, senão não terá sucesso.

O importante é encontrar uma forma de cooperação, seja nas artes performativas ou na produção de produtos.

Transformar a coisa do institucional para a prática.

As artes performativas e a língua podem não ser assim tão importantes.

IC para balancear a economia.

Sectores preferenciais

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Vantagens de uma eventual aproximação

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

O governo pode/deve criar o ambiente. As empresas é que devem cooperar.

Benefícios económicos: Harmonia entre as duas nações. A China quer uma aproximação com os países lusófonos.

A cooperação inicial entre duas nações começa sempre na parte económica e começa a aprofundar-se através da cultura.

IC (cultura + economia), logo, pode ser um bom exemplo para o resto da economia.

MANUEL CS e CLARA BRITO - LINES LAB

Em 21 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Clara Brito: Lisboa, Belas Artes, Design Equipamento; 1 ano em Itália a estudar Moda. 7/8 anos em Macau.

Manuel Correia Silva: Relação longa com Macau (pais nos anos 80). Diversas visitas e em 2002 regressa de vez. Mesmo curso. Em Lisboa já sentiam o estrangulamento de oportunidades, apesar de algum reconhecimento pelo trabalho. A Europa estava toda “parecida demais”, optei por Macau.

City Furniture Designers – primeiro criam a empresa, depois a marca Lineslab. Actualmente envolvidos em várias áreas: moda, equipamento urbano, organização de eventos, curadoria.

Actualmente: ligados ao design produto e design de moda (que tem imenso potencial).

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

De Portugal conhecem pouco. A ligação tem sido através da Experimenta Design. Pouco mais do que isso.

Em Macau, o termo IC chegou no final do mandato do anterior executivo. Da necessidade de diversificação da economia local, dependente do jogo. Nós já gostávamos que esta terminologia fosse empregue antes, no entanto damos conta que o governo tem estado a perceber como é que isso pode acontecer, dada a especificidade da economia local, e da própria região do rio das pérolas: e encontrar o papel das IC em Macau – pensar o papel de Macau nesta região.

O estado está a tentar perceber o que fazer com o que tem, pois a comunidade de arquitectos, designers e artistas não é assim tão grande. A parte mais difícil de realizar é a da “indústria”, pois a criatividade existe.

Não é possível ter todas as IC ao mesmo nível. É preciso coragem política para tomar decisões sobre em que sectores apostar.

O governo tem imensos recursos, pode investir, podendo dar-se ao luxo de apostar em todos e depois estrategicamente não apostar em nenhum.

Em Macau não há indústria. Está tudo na China. O pouco que existia, também foi para a China. Logo não há grande inovação.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Macau sempre esteve atento ao papel que podia ter com o exterior. Macau ficou um pouco esquecido. Na altura da transição (1999), foram poucas as empresas que já estavam e que ficaram.

Macau é perfeito para qualquer empresa que se queira posicionar em relação à China. Só agora se começa a ver algum interesse de novo em Macau.

Macau será sempre uma plataforma. Só não pode morrer a China, pois se isso acontecer, Macau também vai por água abaixo.

Vêm-se empresas angolanas e portuguesas (vinhos, cafés, etc.) a estabelecerem-se cá. O papel de Macau é esse. De fazer a ligação ao mercado emergente da China.

Situação estratégica: China pressiona Macau, mais do que Macau a si mesmo, para que Macau se posicione em relação aos países da lusofonia.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Fala-se muito da China mas as pessoas não sabem o que é a China. Vir a Macau não é vir à China. Falar chinês é fundamental. Também é longe mas com a internet não é grande entrave. Mesmo a língua (inglês) começa a ajudar.

Quem chega cá a falar chinês, mesmo que seja pouco, tem uma vantagem brutal.

Temos um problema de economia de escala. Todo o mundo quer participar na China. Apesar de nós termos a vantagem de estar em Macau e termos vantagens de nos localizarmos (o impresso, por exemplo, é em português). Língua portuguesa como elemento facilitador.

Como efectivar essa aproximação

Nós temos a oferecer a ideia de marca. A China impôs-se com a economia da produção. Começa a haver uma mudança. Pois a economia “vai fugindo” (hoje é mais barato produzir no Vietname). Logo, a China quer mudar de paradigma para a inovação.

Em chinês és educado, não perguntando, mas decorando, repetindo, logo os ocidentais têm uma vantagem. Os chineses fazem, executam o produto (indústria da reprodução contra a indústria da inovação). Não o conseguem pensar. Mas já se começam a haver chineses que estudaram e que já pensam e executam de forma diferente.

Sectores preferenciais

Portugal/Macau – cortiça. O vinho (hábitos novos na China). Café. Produtos com qualidade, tradição, para uma classe média que quer diferenciação.

Importação de conhecimentos para Macau (ex.: criação de um cluster tecnológico).

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Entidades de Turismo; AICEP; IPIM; ICM;

Em Macau é o ICM quem está a lidar com as IC. Para nós não está bem, pois lida mais com questões culturais do que propriamente com a indústria.

Vantagens de uma eventual aproximação

Quantidades pequenas para nós é difícil. Ninguém quer apostar. Na China estão a desaparecer as *sample rooms*.

Até pela dimensão, Macau tem a capacidade para fazer esse *research and development*. Que depois poderia ser copiado na China.

Temo das cópias: os nossos produtos que já foram copiados. Como lidamos com isso? Temos de ser criativos e minimais pois se nos mostrarmos com medo de ser copiados, não fazemos nada. A ideia é estar sempre a criar coisas diferentes.

Há muita gente na China que vive da cópia, logo o governo ainda não quer acabar com isso, pois é importante para a economia.

Mesmo nas imitações há níveis de muito boa qualidade.

A China vai começar a tomar medidas, quando a China começar a produzir as suas próprias marcas.

O mercado é enorme, dá espaço para todos. O nosso problema (Portugal e Macau) é mesmo sermos pequenos.

Vantagens: Portugal (ar diplomático que Portugal pode vender) de aceder a um novo mercado, de exportar, fazer crescer a economia.

Macau ao serviço da China, abrindo aos mercados da China.

A China não precisa de Portugal para chegar ao Brasil.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

IC e economia: Sim de certeza. Tudo isto é *network*. Se começam a investir, aparecem outro tipo de oportunidades.

É preciso investir à escala do mercado em que se vai investir (China) e Portugal actualmente não está em condições.

Nunca estivemos tão ligados à China como agora, mas podíamos estar melhor.

A comunidade francesa, que está totalmente integrada, fala e escreve.

É preciso Portugal primeiro vir aprender à China para depois se fazer alguma coisa.

CHAN PENG FAI - DEPARTAMENTO DE PROMOÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Em 22 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Chan Peng Fai é o coordenador do DPIC

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Em Macau, o governo quer promover as IC.

Todos os impostos vêm dos casinos. O governo quer diversificar a economia, daí a aposta nas IC.

Macau tem três formas de desenvolver as IC: 1. Através dos casinos (ex.: artes performativas); 2. Festivais. Agora as pessoas vêm a Macau para jogar, nós queremos que venham assistir a espectáculos, fazer turismo e ver património; 3. Apoio à criação dos artistas e criadores locais, que não têm ainda uma lógica industrial. Têm potencial, mas estão a começar. Pretende-se que não dependam dos casinos, que sejam independentes. Queremos

que os artistas locais estejam no mercado em Macau, mas queremos que estejam também noutros mercados.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

Colaboração Portugal/ Macau: o departamento tem dois anos. As IC em Macau ainda não estão muito desenvolvidas. Ainda estamos a perceber como e com quem trabalhar. Mas o estabelecimento de parcerias pode ser um bom caminho.

Estão à procura de organizações e entidades governamentais para cooperar.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Ainda estamos numa fase de discussão, ainda não vamos lançar nenhum projecto este ano, logo, não é fácil saber quais as dificuldades.

Como efectivar essa aproximação

Workshops e convidar professores portugueses.

Primeiro: trabalho de comunicação; só depois: promoção de actividades.

Sectores preferenciais

Artes visuais, exposições, design e cinema.

As artes performativas estão muito associadas aos casinos e à indústria do jogo, talvez não seja esse o caminho.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Instituto de Estudos Europeus de Macau – facilitador da cooperação. E também a Delegação Comercial do governo de Macau em Lisboa.

Vantagens de uma eventual aproximação

Para Macau, é um ponto de partida para explorar o mercado em Portugal e na Europa. Para Portugal, uma boa oportunidade para testar o mercado chinês.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

É difícil de dizer que sectores podem ser positivamente afectados, pois ainda não lançamos qualquer projecto, mas julgamos que sim.

ERNESTO JORGE SANTOS - INSTITUTO PARA OS ASSUNTOS CÍVICOS E MUNICIPAIS DE MACAU

Em 21 e 23 Março 2012

Enquadramento do entrevistado e da instituição

Dez anos no IACM na área cultural e organização de eventos (festivais, curadoria de exposições, em especial as de fora). Também a área de museologia.

Investigação histórica e museologia por formação.

Opinião sobre o ponto de situação actual em relação ao tema “Indústrias Criativas” no Norte de Portugal e Macau

Portugal: sei que se estão a fazer umas coisas válidas, mas não havendo recursos (as IC exigem recursos financeiros, e não só criativos), a tarefa é mais difícil.

Macau: fase de transição e de definição. O que são as IC, que áreas é que abrange, a que áreas se pretende dar destaque.

Macau, apesar de exíguo, é um território de criativos. Tem potencial endógeno (pessoas de cá) e criativos. Dar as condições e possibilidades aos criativos de participar. Muitos também são de fora, que se endo-aculturaram, logo, assimilaram os elementos de Macau.

O que tem acontecido até agora é ao nível particular (associações, individuais). E timidamente institucional (governo).

IC estão em ebulição em Macau.

Qual o modelo/paradigma em que estão a definir as IC para Macau? Querem criar um edifício para as IC e fazer trabalho de campo (Armazém do Boi, Albergue da Santa Casa da Misericórdia, Art For All, Casa de Portugal em Macau).

Macau está pleno de organismos, associações, instituições, criativos, que podem fazer a diferença. Falta fazer a moldura (legal, institucional, de exportação) disto tudo. Para onde vamos com este potencial todo. É o que falta. Salvo raros casos, as coisas (cinema, mercados de arte) são mal feitas.

Ratios: o Instituto Politécnico cria mais designers gráficos do que qualquer parte do mundo. Os designers gráficos e os artistas de Macau estão muito bem cotados em Hong Kong, para onde são “exportados”. Os criativos são de facto muito bons. Macau dá cartas, exporta imensos *brandings* para HKG.

Perspectiva sobre possibilidades de colaboração e oportunidades de negócio entre a Região Norte de Portugal e Macau

As IC, tratando-se de indústria como outra qualquer, tem uma face económica, tem de ser lucrativa. Deve dar vazão aos criativos de Macau e internacionalizá-los para outras áreas geográficas, em especial para aquelas em que temos maior afinidade (ex.: Portugal).

Há muitas exposições de artes plásticas com artistas de um lado e de outro (no ano passado, 26 artistas de Macau estiverem no Museu Oriente, em Lisboa; e agora, em princípio, virão portugueses a Macau).

Existe um enorme potencial noutras áreas. Institucionalmente há algumas iniciativas, nomeadamente memorandos entre universidades.

Barreiras e facilitadores a uma possível aproximação e às possibilidades de colaboração

Há muito mais factores facilitadores do que entraves, devido às ligações histórico-culturais, e à cumplicidade que existe entre Macau e Portugal.

A língua poderia ser uma barreira, mas tal não acontece, porque muitos dos interlocutores culturais são bilingues e porque a linguagem artística é universal. Ex.: alguns criativos de Macau (Irmãos Marreiros – Carlos e Vítor).

Pululam em Macau imensas estátuas (anteriores a 1999, é certo) de artistas portugueses. A tendência é deve ser para a continuidade.

A criação do Centro Económico de Macau é um exemplo mundial do que é Macau em relação às IC e ao *melting pot* que Macau é, pois assume uma função religiosa e cultural. Integra uma simbiose quase perfeita de artistas orientais e ocidentais.

Não há uma mas várias escolas artísticas (artes plásticas e audiovisuais) em Macau, com grandes nomes ocidentais (ex.: Nuno Barreto – criou uma corrente artística em Macau).

Como efectivar essa aproximação

Fundo Fomento de Promoção de Portugal: apenas usado a 20%. Brasil está fora, lida directamente com a China, não via Macau.

Embaixadas culturais Portugal/China; China/Portugal.

Associação para as comemorações dos Quinhentos anos da chegada de Portugal a Macau (a Figueira da Foz vai fazer uma semana de programação).

7000 alunos na universidade em Pequim a estudar português.

Para os chineses é importante materializarem o que é o segundo sistema. Deveriam ser os europeus (Portugal) a fazer esse trabalho (quem são os agentes, os protagonistas, os interlocutores).

Fazer embaixadas culturais Portugal/Macau; há um potencial enorme e está quase tudo por fazer.

Há uma nova identidade político-administrativa em Macau. O governo central (Pequim) e local (Macau) deram orientações para que Macau seja um *hub* cultural para a cultura latina e não tanto anglo-saxónicas, com a cultura portuguesa à cabeça.

A intenção não é cínica, é efectiva. Criar IC nestas realidades distantes, e que simulam Macau como uma plataforma para a China e sudeste asiático.

Tem de haver duplicidade de vontades. De Portugal para cá, através de uma ou outra autarquia e Fundação Oriente, Fundação Jorge Alvarez, missão de Macau em Lisboa, Centro Científico e Cultural em Lisboa.

Do lado de Macau há o empenho e total disponibilidade e garantia do governo e dos institutos ligados às IC para a materialização desta colaboração (financiamento, recursos humanos, etc.). Não é por acaso que as programações do Centro Cultural e dos festivais locais integram sempre obras e apresentações de Portugal.

Importa colocar mais nomes Portugueses nas exposições colectivas, nas equipas técnicas dos espectáculos, trazer mais criativos para Macau.

Sectores preferenciais

Colaboração mais profícua e rentável são: o audiovisual (tendência dos produtores de Macau encontrarem parceiros para filmes e documentários), o cinema (Pequim é a terceira maior indústria do mundo, a seguir à Índia e aos EUA), as artes performativas e audiovisual podem estar ligadas à indústria do jogo, a moda e as artes plásticas.

Em quase todas as áreas se pode trabalhar (ex.: documentários e audiovisual – documentários da RTP1 que passam na TDM, realizados por J.M. de Castro, sobre os Jesuítas nos Himalais e na China, com produção de um lado e outro, e que servem os propósitos de ambas as TV's. É um exemplo bem acabado desta colaboração).

A actividade ao nível de Museologia e documentação em termos de parceria Portugal/ Macau é nula. Podia haver exposições, arquivos históricos de Lisboa, bibliotecas nacionais e municipais que têm muita informação que pode ser útil para a produção de livros, manuais escolares, etc.

Nas artes plásticas já muito tem vindo a ser feito, existe já um bom grau de desenvolvimento nas relações Portugal/Macau.

Audiovisual, museologia e documentação devem ter mais atenção.

Agentes que deverão ser chamados a actuar

Existem já muitas instituições que querem criar intercâmbios de cooperação entre os dois lados. Não passa apenas pelo governo (os recursos financeiros para promover uma fase inicial das IC, pois para já ainda é muito incipiente), mas também por associações, fundações, etc.

Passa igualmente pela criação de novas indústrias: património edificado e intangível. Empresas de requalificação arquitectónica estão a surgir, com novas profissões (arqueologia) até aqui desconhecidas.

Vantagens de uma eventual aproximação

China: metódicos e sistemáticos. Fácil trabalhar com previsão e a longo prazo. Mas são incapazes do improviso. E de lidar com situações imprevistas. Relacionado com uma questão escolar – disciplina. Não tem capacidade de abstracção.

Os novos criativos (que viajam, que fizeram percursos formativos fora) já são diferentes, pois conseguem juntar a tradição (regra, princípio, disciplina, respeito pelo *status quo*) com a inovação e algum desprendimento. Há elementos (da cultura oriental) sempre presentes nas suas obras, seja qual for o tipo de arte.

Estão a chegar muitos portugueses a Macau, de todas as áreas (*hi-tech*, criativos, etc.). É muito bom para a tendência cosmopolita de Macau, que quer essas pessoas altamente formadas.

Macau não tem economia de mercado, é uma mono economia, sujeito a ameaças (a indústria do jogo começa a entrar em força em Singapura).

As entidades de matriz cultural tem interesse em promover as obras e os trabalhos dos autores, para promover os territórios, pois os artistas são o espelho dos territórios em que habitam.

Interesse em internacionalizar autores e criativos e de criar um mapa geopolítico (sentido de afirmação desse espaço cultural, daquilo que é português, lusófono, e a sua internacionalização, em contraposição à francofonia, anglofonia, que estão já um pouco mais adiantados em relação a nós) no âmbito da lusofonia. O Festival da Lusofonia já faz um pouco isso: mostra de cada um dos países da lusofonia. Acontece em Macau, no Brasil, não em Portugal.

Influência desta aproximação/colaboração ao nível das Indústrias Criativas noutros sectores da economia e nas relações Portugal/China

Para a semana, o fórum permanente para a cooperação entre a China e os países de língua portuguesa vai definir as áreas principais de acção ao nível das relações económicas. Mil milhões de euros. IC também estão presentes.

FILIPE COSTA - CÔNSUL COMERCIAL DE PORTUGAL / DIRECTOR DA AICEP XANGAI e

ANA FILIPA TELES - LEITORA DO INSTITUTO CAMÕES EM XANGAI

Em 30 Março 2012

AFT

O Instituto Camões não têm a perspectiva industrial. Trabalham para o MNE. Não estão muito orientados para o lucro. Em Xangai, está associado a actividades privadas, mas sem a perspectiva de lucro.

Instituto Camões: braço diplomático do estado português no estrangeiro.

Exemplos de acções:

1) Inauguração de Exposição de Street Art, a 31 de Março, de Alexandre Farto Vihlls.

Instituto Camões faz o apoio à criação do catálogo.

Em termos de diplomacia pública e cultural, o retorno não é imediato. O objectivo é a imagem de Portugal, de modernidade, e aparecer em todas as revistas de Xangai. Nem sempre a diplomacia se traduz em dinheiro.

2) Espectáculo de ballet “correr o fado”: organização fez o seu contacto com uma entidade local, logo são duas entidades privadas. O estado dá um pequeno apoio.

FC

Vihlls expõe em Xangai, com intuítos comerciais. Xangai, uma das capitais cosmopolitas da criatividade. Além da parte económica. Em Xangai é possível fazer esta abordagem. É uma arte moderna, quando Portugal é visto como um país tradicional.

Três empresas portuguesas vão oferecer produtos para a abertura da exposição. Os Sumos Compal estão a entrar no mercado e com grande sucesso.

Posicionar Portugal como um país inovador, criatividade, design, acrescento de valor.

Na China existe a ideia de que Portugal é só vinho, azeite e madeira. Mas as grandes exportações para a China são tecnologia, componente para carros, etc.

“Vocês fazem máquinas?” Mas a Europa não é a Alemanha!.

Tentativa de posicionamento: novos tecidos, novo calçado.

Apostas na China: Casa/Domotex (acordo Amorim com empresa chinesa – cartão, parede, granulado, cimento); Moda (Somelos – novos tecidos para HKG); manifesto de moda em Macau (Paulo Gomes Teixeira); universidades e empresas; Alimentar: Portugal país mediterrâneo - gastronomia.

Não podemos competir com a China a fazer milhões de peças de um produto, pois não conseguimos economia de escala. A aposta deve ser na qualidade e diferenciação.

AICEP – operacionaliza/apoia a ligação entre empresas. Empresas fazem marcas únicas para a China (“*matching*”). O calçado português é muito considerado (muito mais do que a roupa), talvez porque haja mais cuidado com a qualidade no calçado português. Na roupa produzimos para as grandes marcas, mas não temos marca comercial portuguesa.

AICEP - instituto público que pertence agora ao MNE. Apoia empresas individuais e associações comerciais em feiras internacionais, com o objectivo de aumento das exportações portuguesas e aumentar o investimento estrangeiro em Portugal. Através: da identificação de feiras e missões empresariais importantes, apoio à participação portuguesa, identificação de questões alfandegárias, apoio à criação de *joint ventures* e de escritórios de representação. Actua como facilitador de relações de empresas portuguesas na China.

PME's: incentivos, verificação de incentivos e atracção de investidores directo estrangeiro (projectos pioneiros).

AICEP Capital (injecta capital para avançar e apoiar).

AICEP Global Parques (encontra e oferece localização em parceiros industriais).

O registo das empresas em Xangai é ao nível da freguesia. Xangai tem doze. E o capital mínimo também varia de freguesia para freguesia. A China, apesar de ser um monólito político (central), ao nível económico, fiscal e alfandegário apresenta grandes diferenças.

AFT

Instituto camões – a Ásia está em sétimo no bloco estratégico português. O eixo principal da política portuguesa é a CPLP. Contudo, Portugal está em grande crescimento na China.

Catorze universidades oferecem cursos (licenciaturas e mestrados) em português, todos com muita procura, pois falar português é considerado uma mais-valia na procura de emprego.

Portugal exporta essencialmente bens de consumo. O mercado europeu está em *standby*, logo, há que procurar outros mercados.

Produtos portugueses: boa qualidade dos nossos produtos. Até há pouco nos BRICK não se dava atenção à qualidade, pois quase não havia classe média ou não existia a necessidade de produtos de luxo para a oligarquia.

Nós estamos a ganhar quota de mercado: 8% economia (PIB); 9% consumo privado; 10%/11% investimento crescimento importações;

Aposta na elevação do nível de vida dos chineses. Até aqui privada de muita coisa.

Portugal: 836 milhões, em 2011; 54%, 09/10

MARIA ANTÓNIA MARTINHO - DELEGAÇÃO ECONÓMICA E COMERCIAL DE MACAU EM LISBOA

Em 09 Julho 2012, por mail

A Delegação Económica e Comercial de Macau, em Lisboa, funciona na directa dependência do Chefe do Executivo da Região Administrativa Especial de Macau, com a natureza de serviço de representação e apoio da RAEM em Portugal.

O Chefe da Delegação é designado por livre escolha do Chefe do Executivo, competindo-lhe representar a Delegação e os interesses da RAEM, bem como apoiar o Chefe do Executivo nas tarefas de relacionamento e cooperação económica e comercial da Região Administrativa Especial de Macau em Portugal.


São atribuições da Delegação: a contribuição para o estreitamento dos laços existentes entre a RAEM e Portugal; a defesa dos interesses da RAEM em Portugal, bem como a promoção dos interesses económicos e comerciais da RAEM junto de organismos, empresas e entidades públicas ou privadas portuguesas ou sediadas em Portugal; a divulgação das realidades sociais e culturais da Região Administrativa Especial de Macau e o desenvolvimento do intercâmbio cultural entre ambos; o apoio à formação de quadros de Macau em Portugal e a colaboração com organismos públicos ou privados portugueses na formação de quadros de Macau a realizar na RAEM; o apoio aos funcionários públicos da Região Administrativa Especial de Macau e às entidades públicas ou privadas ou com interesses na RAEM; e, ainda, o apoio nas áreas logísticas e de documentação ao Governo da Região Administrativa Especial de Macau.

Trata-se, pois, de um serviço de representação e de apoio aos interesses e às atividades deles decorrentes organizadas por organismos de competência própria nos seus respetivos sectores. Os apoios prestados às diversas iniciativas têm carácter nacional e não regional, isto é, visam promover o relacionamento e a sua consolidação recíproca entre Portugal e a RAEM, em que o interlocutor português privilegiado é a AICEP – Portugal Global.

Informações detalhadas sobre áreas específicas devem, pois, ser solicitadas junto dos organismos com essa competência própria, designadamente as questões mais específicas colocadas por V. Exa. sobre o tema «Indústrias Criativas».

APÊNDICE E

INQUÉRITO (PORTUGAL)



CATÓLICA
UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA | PORTO

DISSERTAÇÃO

Uma ponte entre as indústrias criativas no Norte de Portugal a na região de Macau-China

INQUÉRITO

8

De que forma considera que se pode efectivar a colaboração entre estas duas regiões, através das IC?

8.1. A nível político?

8.2. A nível da comunidade académica?

8.3. A nível do sector cultural e criativo?

8.4. Outras formas de potenciar a colaboração entre as duas regiões através das IC?

ENQUADRAMENTO

O Norte de Portugal e a Região de Macau - China têm em comum uma estratégia regional de dinamização de um Cluster de Indústrias Criativas¹.

A aposta na cultura e criatividade volta, assim, a aproximar dois territórios que mantêm uma relação política, diplomática e histórica com mais de 500 anos, podendo a portugalidade [a par de outros elementos remanescentes da presença do nosso país em Macau], funcionar como impulsionadora desta realidade. Não só ao nível das parcerias comerciais em geral, mas naquilo que à criatividade diz respeito, o relacionamento dos dois países tem ainda espaço para evoluir, com vantagens para ambos. Tirando partido da relação privilegiada da Universidade Católica do Porto e a Universidade de São José em Macau, pretende-se que esta dissertação resulte num estudo de diagnóstico e análise de oportunidades e desafios para potenciais colaborações entre os dois clusters. Através de entrevistas a actores-chave nas duas regiões, pretende-se perceber o enquadramento institucional e estruturante que ambos os governos estão a promover, e em que medida pode haver diálogo entre os dois territórios.

9

Não sendo esse o fundamental deste estudo, qual a região que poderá beneficiar mais desta potencial colaboração?

Norte de Portugal

Macau (China)

Justifique:

10

Uma eventual aproximação ao nível das IC, poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre os dois países? Se sim, quais e de que forma?

Obrigado pela colaboração

José Cardoso

C/ Orientação

Prof. Doutor Álvaro Barbosa

Nov 2011

TEMPO MÉDIO PREVISTO PARA O PREENCHIMENTO DO PRESENTE INQUÉRITO / 5 minutos

INQUÉRITO

1

2

3

4

5

Idade :

Sexo :

Masculino

Feminino

Aluno do Curso :

Ano :

Conhecedor da temática "Indústrias Criativas" em sentido geral?

Muito

Pouco

Nada

Conhecedor da temática "Indústrias Criativas" no que respeita aos territórios em análise?

	Muito	Pouco	Nada
Macau			
Região Norte de Portugal			

6

7

Nos últimos anos a temática IC tem ganho destaque social e económico.

Qual considera ser a importância actual das IC em PT/MC?

Muito Importante

Importante

Pouco Importante

Nada Importante

Relativamente aos sub-sectores das IC e potencial colaboração entre os agentes da Região Norte de Portugal e de Macau:

7.1. Quais os sub-sectores das IC que considera mais relevantes em cada um dos territórios? (Seleccione apenas 3 sub-sectores)

	Norte de Portugal	Macau
Publicidade		
Arquitectura		
Design de moda		
Design		
Cinema, vídeo e audiovisual		
Música e Artes performativas		
Edição		
Software educacional e serviços de informática		
Televisão e rádio		
Artes e antiguidades		
Artesanato		
Artes visuais		
Artesanato		
Artes performativas		
Património Cultural		
Filmes e Vídeo (Inc. Cartoon)		
Televisão e rádio		
Jogos online e new media		
Edição		
Publicidade		
Design		

7.2. Quais os sub-sectores nos quais considera existirem possibilidades de colaboração no que as IC diz respeito, entre o Norte de Portugal e a região de Macau na China? (Seleccione apenas 3 sub-sectores)

Publicidade	
Arquitectura	
Artes visuais e antiguidades	
Artesanato e Joalheria	
Design	
Design de moda	
Cinema, vídeo e audiovisual	
Software educacional e de entretenimento	
Música	
Artes performativas	
Edição	
Software e serviços de informática	
Televisão e rádio	


7.3. Analisando as ligações que unem as duas regiões (Norte de Portugal e Macau), classifique cada uma delas enquanto barreira ou facilitador dessa potencial colaboração:


Ligações	Barreira	Facilitador
Históricas		
Geográficas		
Linguísticas		
Culturais		
Económicas		
Diplomáticas		
Políticas		
Outras*		

* Quais:

APÊNDICE F

INQUÉRITO (MACAU)





On what basis do you consider that the collaboration between both regions can be effective, through the Creative Industries?

8.1. At the political level?

8.2. Within the academic community?

8.3. At the cultural and creative sector level?

8.4. Other ways to enhance cooperation between the two regions through the Creative Industries?

9

This is not the fundamental in this study, but which region do you consider can benefit most from this potential collaboration?

Northern Portugal

Macao

Justify:

10

Do you consider that an eventual rapprochement on the Creative Industries may spill over the economic relations between the two countries? If so, which and how?

Thank you for your collaboration

José Cardoso

Orientation by
Álvaro Barbosa, PhD

March 2012

DISSERTATION | A bridge between the Creative industries of Northern Portugal and the Region of Macao - China

INQUIRY

FRAMEWORK

Northern Portugal and the Region of Macao - China share a common regional strategy for the promotion of a Creative Industries Cluster¹.

The focus on culture and creativity is again tightening the bonds between two territories that have kept a political, diplomatic and historical relation for more than 500 years, in which case "portugality" (along with other remaining elements of the Portuguese presence in Macao), could act as driving force of this reality.

Not only at the level of business partnerships in general, but also creativity-wise, the relationship between the two countries still has room to evolve, with advantages for both parts.

Taking advantage on the special relationship between Oporto Catholic University and Macao Saint Joseph University, this work is intended to result in a diagnosis study and an opportunities analysis, as well as providing challenges for potential collaborations between the two clusters.

Through interviews with key actors in both regions, one intends to understand the institutional and structuring framework that both governments are promoting, and to what extent there can be dialogue between the two territories.

ESTIMATED COMPLETION TIME FOR THIS SURVEY / 5 minutos

¹ - "those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent which have a potential for job and wealth creation through the generation and exploitation of intellectual property" [(Creative Industries Mapping Document), UK's Department of Culture, Media and Sport]

INQUIRY

1

Age :

2

Sex :

Male

Female

3

Student of :

Degree :

4

Do you know the "Creative Industries" theme in a general sense?

A lot

A little

Nothing

5

Do you know the "Creative Industries" theme with respect to the territories in analysis?

	A lot	A little	Nothing
Macao			
Northern Portugal			

6

In recent years, the "Creative Industries" issue has gained social and economic importance.

What do you consider to be the present importance of the Creative Industries in Portugal and Macao?

Very important

Important

Barely important

Unimportant

Regarding the sub-sectors of the Creative Industries and the potential collaboration between the two regions:

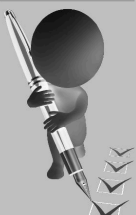
7.1. Which sub-sectors of the Creative Industries do you consider most relevant in each of the territories? (select only three sub-sectors)

	Northern Portugal	Macao
Advertising		
Architecture		
Fashion Design		
Design		
Cinema video and audiovisual		
Music and performing arts		
Publishing		
Educational software and computer services		
Television and radio		
Arts and crafts		
Handicraft		
Visual arts		
Crafts		
Performing arts		
Heritage		
Film and video (incl. cartoon)		
Television and radio		
Online Games and New Media		
Publishing		
Advertising		
Design		

7

7.2. In which sub-sectors do you envisage collaboration opportunities regarding the Creative Industries between Northern Portugal and the Macao region in China? (select only three sub-sectors)

Advertising	
Architecture	
Visual arts and antiques	
Craft and jewelry	
Design	
Fashion design	
Cinema, video and audiovisual	
Educational software and computer services	
Music	
Performing Arts	
Publishing	
Software and services	
Television and radio	



7.3. Analyzing the ties that bind both regions (Northern Portugal and Macao), classify each of them as a barrier or a facilitator of a potential collaboration:

Ties	Barrier	Facilitator
Historical		
Geographic		
Language		
Cultural		
Economic		
Diplomatic		
Policies		
Others*		

*Which:

APÊNDICE G

RESULTADOS DOS INQUÉRITOS (PORTUGAL)

TOTAL DE INQUÉRITOS 42

1. IDADE	fa	fr%
18-22	29	69%
23-27	9	21%
28-32	2	5%
33-37	0	0%
40-44	0	0%
45-49	1	2%
Não respondeu	1	2%

2. SEXO	fa	fr%
Masculino	21	50%
Feminino	21	50%

3. CURSO	fa	fr%	ANO	fa	fr%
Som e Imagem	30	71%	2º	1	2%
Música	2	5%	3º	40	95%
Arte de conservação e restauro	10	24%	4º	0	0%
			Ñ resp	1	2%

4. Conhecedor da temática "Indústrias Criativas" em sentido geral	fa	fr%
Muito	3	7%
Pouco	30	71%
Nada	8	19%
Não respondeu	1	2%

5. Conhecedor da temática "Indústrias Criativas" no que respeita aos territórios em análise?	Muito	Pouco	Nada	Não resp
Macau	0	4	37	1
Macau fr%	0%	10%	88%	2%
Região Norte de Portugal	2	24	14	2
Região Norte de Portugal %	5%	57%	33%	5%

6. Nos últimos anos a temática IC tem ganho destaque social e económico. Qual considera ser a importância actual das IC em PT/MC.

	fa	fr%
Muito importante	7	17%
Importante	30	71%
Pouco importante	4	10%
Nada importante	0	0%
Não respondeu	1	2%

7. Relativamente aos sub-setores das IC e potencial colaboração entre os agentes da Região Norte de Portugal e de Macau:

7.1. Quais os sub-setores das IC que considera mais relevantes em cada um dos territórios?

NORTE DE PORTUGAL	fa	fr%
Publicidade	18	16%
Arquitectura	13	12%
Design de moda	4	4%

Design	14	13%
Cinema, vídeo e audiovisual	21	19%
Música e Artes performativas	12	11%
Edição	1	1%
Software educacional e serviços de informática	7	6%
Televisão e rádio	9	8%
Artes e antiguidades	8	7%
Artesanato	4	4%
Não respondeu correctamente	5	

MACAU	fa	fr%
Artes visuais	14	14%
Artesanato	11	11%
Artes performativas	3	3%
Património cultural	24	24%
Filmes e vídeo (inc. cartoon)	11	11%
Televisão e rádio	7	7%
Jogos online e new media	15	15%
Edição	0	0%
Publicidade	8	8%
Design	9	9%
Não respondeu correctamente	8	

7.2. Quais os sub-setores nos quais considera existir possibilidades de colaboração no que às IC diz respeito, entre o Norte de Portugal e a Região de Macau na China?

SUB-SECTORES	fa	fr%
Publicidade	6	6%
Arquitectura	15	14%
Artes visuais e antiguidades	14	13%
Artesanato e Joalheria	6	6%
Design	12	11%
Design de moda	2	2%
Cinema, vídeo e audiovisual	15	14%
Software educacional e de entretenimento	5	5%
Música	8	8%
Artes performativas	8	8%
Edição	2	2%
Software e serviços de informática	6	6%
Televisão e rádio	6	6%
Não respondeu correctamente	7	

7.3. Analisando as ligações que unem as duas regiões (Norte de Portugal e Macau), classifique cada uma delas enquanto barreira ou facilitador dessa potencial colaboração:

LIGAÇÕES	BARREIRA	BARREIRA %	FACILITADOR	FACILITADOR %
Históricas	1	1%	33	25%
Geográficas	32	30%	2	2%
Linguísticas	22	21%	12	9%
Culturais	8	7%	26	20%
Económicas	21	20%	13	10%
Diplomáticas	7	7%	27	21%
Políticas	16	15%	18	14%
Não respondeu corretamente	8			
Outras:				

9. Não sendo esse o fundamental deste estudo, qual a região que poderá beneficiar mais desta potencial colaboração?

REGIÕES	fa	fr%
Norte de Portugal	23	55%
Justificação:		
Macau (China)	8	19%
Justificação:		
Ambos	4	10%
Justificação:		
- Penso que deve ser uma colaboração equilibrada. - Se a colaboração for honesta. Caso contrário, ambas as partes teriam a perder credibilidade política. - Ambas poderão beneficiar a diferentes níveis.		
Não respondeu	7	17%

8. e 10. Ver doc anexo

Respostas à Questão 8: De que forma considera que se pode efectivar a colaboração entre as duas regiões, através das IC?

8.1. A nível político

- Trabalho no sentido de criar e/ou apostar num gabinete de cooperação política em que representantes de ambos os países colaborarem.
- Uma fonte de colaboração entre duas regiões e investimentos partilhados.
- Cooperação ideais/ intelectual.
- Criar uma maior abertura e estabelecimento político no sector artístico e cultural.
- Através de diálogo e criação de bolsas, e concursos de trabalho.
- Laços diplomáticos mais fortes e desenvolvidos.
- Honestamente, na situação actual, não faço a mínima ideia.
- Não sei.
- Elaboração de políticas que incentivam e facilitam o apoio, ligação e trocas culturais e artísticas.

8.2. A nível da comunidade académica

- Programa equivalente ao Erasmus.
- Através da troca de experiências académicas e de alunos entre as instituições de ensino de Portugal e Macau (Erasmus).
- Promoção de encontros de intercâmbio e acordos que facilitam o mesmo.
- Através de programas de intercambio, facilidades em estágios e projectos comuns.
- Através de programas de intercâmbio de alunos e parcerias científicas ou de investigação.

- Criar protocolos de intercâmbio estudantil.
- Sim.
- Viagens e câmbios culturais.
- Parcerias entre comunidades académicas do sector criativo mais activas.
- Intercâmbio/ estágios.
- Praxe.
- Fornecimento de experiências e de oportunidades aos mais pobres.
- Mecanismo de intercâmbio mais facilitados e proveitosos para alunos de ambas as zonas geográficas.

8.3. A nível do sector cultural e criativo.

- Criação de eventos e iniciativas partilhadas e que resultem quer no norte do país, como em Macau.
- Partilha de conhecimentos.
- Skype.
- Troca de projectos/ eventos comuns, parcerias.
- Elaboração de mais actividades culturais e artísticas entre elementos dinamizadores das duas regiões.
- Maior apresentação e divulgação de características de cada uma à outra.
- Sim.
- Organização e eventos em que os dois territórios sejam os elementos centrais das actividades.
- Parcerias museológicas e entre outras instituições culturais como a Gulbenkian, para a promoção de intercâmbios culturais e artísticos (por exemplo, exposições, conferências, jornadas e digressões de companhias performativas).
- Não sei.
- Ligações por meio da divulgação e contacto entre culturas. Projectos em comum que facilitam estes processos e os concretizem.
- Atrair investimentos para este sector.
- Projectos conjuntos entre centros de investigação universitários e empresariais.

8.4. Outras formas de potenciar a colaboração entre as duas regiões através das IC?

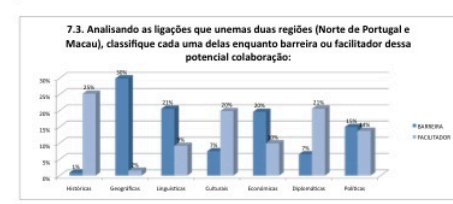
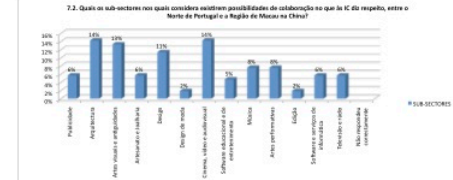
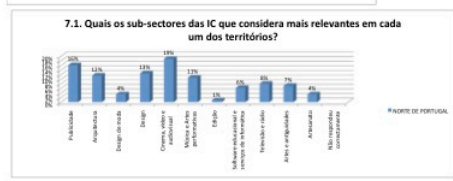
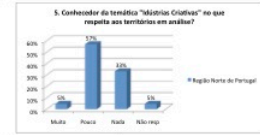
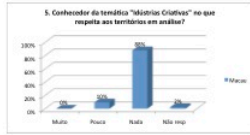
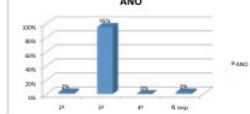
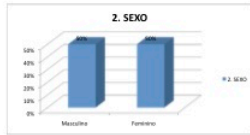
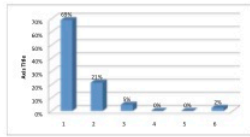
- Tornar a língua portuguesa a língua oficial (efectiva) em Macau. Tornar o mandarim a 3ª língua (opcional) no nosso sistema de ensino público.
- Potenciar a cultura portuguesa em Macau.
- Não sei.

- Partilha de histórias, notícias, gostos, basicamente, maior comunicação entre ambos.
- Maior contacto entre duas regiões através da divulgação e intercâmbio entre artistas e pessoas ligadas ao sector e o seu trabalho.
- Volume tareado.
- Facilidade de intercâmbio e de transparência para os participantes das IC nos dois locais.

Respostas à Questão 10: Uma eventual aproximação ao nível das IC poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre os dois países? Se sim, quais e de que forma?

- Claro, negócios fomentam negócios.
- Sim (sem justificação).
- Sim, a partir do momento em que se estabeleça uma relação entre os dois países, potencia o desenvolvimento económico a partir das trocas comerciais ou até mesmo empréstimos.
- Sim, uma vez que num início de relações, estabelecidas no âmbito das IC, potenciará eventuais oportunidades de encontro e trocas, com o seguimento de novas ideias projectuais.
- Sim. Jogos (casinos, online), desporto, turismo, televisão e cinema e design de moda.
- Sim, havendo colaboração entre sectores cultural e criativo, pode correr o contágio para os sectores económicos.
- Não sei.
- Indústria de comunicação.
- Acredito que sim, porque conhecer é sempre melhor quando se trata de descobrir pontos coincidentes entre ambos, nas mais variadas relações económicas.
- Sim, é obvio que uma maior colaboração cultural vai contagiar claramente o sector turístico, as relações políticas entre os dois locais e conseqüentemente a economia.
- Sim, principalmente as diversas indústrias.
- Cultural, histórico, social, artístico, científico. Através da partilha de conhecimento e experiência. Encontro com o “diferente” – motivador do desejo de conhecimento mútuo no qual encontramos pontos comuns pela história.
- Sim. As relações económicas seriam potenciadas pelo desenvolvimento das IC (a sua eficácia e sucesso resultaria no alcance de resultados económicos favoráveis).

Uma ponte entre as indústrias criativas no Norte de Portugal e na região de Macau China



APÊNDICE H

RESULTADOS DOS INQUÉRITOS (MACAU)

TOTAL DE INQUÉRITOS 38

1. IDADE	fa	fr%
18-22	1	3%
23-27	23	61%
28-32	7	18%
33-37	3	8%
38-42	1	3%
43-47	1	3%
Não respondeu	2	5%

2. SEXO	fa	fr%
Masculino	21	55%
Feminino	17	45%

3. CURSO	fa	fr%	ANO	fa	fr%
Som e Imagem		0%	2º		0%
Música		0%	3º		0%
Arte de conservação e restauro		0%	4º		0%
			Ñ resp		0%

4. Conhecedor da temática "Indústrias Criativas" em sentido geral	fa	fr%
Muito	7	18%
Pouco	26	68%
Nada	5	13%
Não respondeu	0	0%

5. Conhecedor da temática "Indústrias Criativas" no que respeita aos territórios em análise?	Muito	Pouco	Nada	Não resp
Macau	5	27	5	1
Macau fr%	13%	71%	13%	3%
Região Norte de Portugal	0	11	27	0
Região Norte de Portugal %	0%	29%	71%	0%

6. Nos últimos anos a temática IC tem ganho destaque social e económico. Qual considera ser a importância actual das IC em PT/MC.

Muito importante	15	39%
Importante	21	55%
Pouco importante	1	3%
Nada importante	1	3%
Não respondeu	0	0%

7. Relativamente aos sub-setores das IC e potencial colaboração entre os agentes da Região Norte de Portugal e de Macau:

7.1. Quais os sub-setores das IC que considera mais relevantes em cada um dos territórios?

NORTE DE PORTUGAL	fa	fr%
Publicidade	10	12%
Arquitectura	16	19%
Design de moda	4	5%

Design	9	11%
Cinema, vídeo e audiovisual	4	5%
Música e Artes performativas	11	13%
Edição	4	5%
Software educacional e serviços de informática	8	10%
Televisão e rádio	4	5%
Artes e antiguidades	9	11%
Artesanato	5	6%
Não respondeu correctamente	10	

MACAU	fa	fr%
Artes visuais	12	13%
Artesanato	2	2%
Artes performativas	8	9%
Património cultural	18	19%
Filmes e vídeo (inc. cartoon)	6	6%
Televisão e rádio	9	10%
Jogos online e new media	4	4%
Edição	7	8%
Publicidade	14	15%
Design	13	14%
Não respondeu correctamente	7	

7.2. Quais os sub-setores nos quais considera existir possibilidades de colaboração no que às IC diz respeito, entre o Norte de Portugal e a Região de Macau na China?

SUB-SECTORES	fa	fr%
Publicidade	9	9%
Arquitectura	18	19%
Artes visuais e antiguidades	9	9%
Artesanato e Joalheria	8	8%
Design	7	7%
Design de moda	10	10%
Cinema, vídeo e audiovisual	3	3%
Software educacional e de entretenimento	7	7%
Música	7	7%
Artes performativas	10	10%
Edição	1	1%
Software e serviços de informática	3	3%
Televisão e rádio	4	4%
Não respondeu correctamente	6	

7.3. Analisando as ligações que unem as duas regiões (Norte de Portugal e Macau), classifique cada uma delas enquanto barreira ou facilitador dessa potencial colaboração:

LIGAÇÕES	BARREIRA	BARREIRA %	FACILITADOR	FACILITADOR %
Históricas	2	3%	23	21%
Geográficas	16	25%	9	8%
Linguísticas	18	28%	7	6%
Culturais	7	11%	18	16%
Económicas	8	12%	17	15%
Diplomáticas	6	9%	19	17%
Políticas	8	12%	17	15%
Não respondeu corretamente	12			
Outras:				
Eventos especiais e cultura gastronómica			1	1%

9. Não sendo esse o fundamental deste estudo, qual a região que poderá beneficiar mais desta potencial colaboração?

REGIÕES	fa	fr%
Norte de Portugal	11	29%
Justificação:		
Macau (China)	25	66%
Justificação:		
Ambos	2	5%
Justificação:		
- Ambos nas duas regiões podem ter benefícios desta colaboração.		
Não respondeu	0	0%

8. e 10. Ver doc anexo

Respostas à Questão 8: De que forma considera que se pode efectivar a colaboração entre as duas regiões, através das IC?

8.1. A nível político

- Lei comercial e de educação
- Bolsas e subsídios
- Cooperação económica
- Na criação de Leis
- Não é fácil de efectivar: Macau agora pertence à China
- Não é fácil de efectivar: as leis de Macau baseiam-se agora nas lei Chinesa
- Não creio que a um nível político a colaboração entre as duas regiões possa ser efectiva
- Pode ser mais fácil montar negocio noutras regiões
- Permissões de trabalho
- Criar uma base de dados para ligar criativos de ambos os lados
- Cooperação governamental
- O Norte de Portugal não tem representatividade política para colocar esta questão com sentido. Mais, a política externa de Macau é definida pela China
- As IC em Macau são fracas; Portugal pode ser uma base para os estudantes de Macau
- O governo de Macau deve estabelecer laços fortes com Portugal
- Apoio à inovação cultural, por parte do Governo. Taxa zero de impostos em produtos culturais dos dois territórios
- Garantir que as politicas definidas entre os dois países, em termos de IC, possam ser benéficas para ambas as regiões

- Os dois governos deveriam assinar um acordo em termos de IC
- Participação na tomada de decisão em certos assuntos de forma a estimular as relações entre as duas regiões
- Benefícios políticos e fiscais entre as duas regiões
- Isenções aduaneiras
- Excepção de visto

8.2. A nível da comunidade académica

- Palestras online
- Promoção de programas de intercâmbios de estudantes
- Permitirá aos alunos pensar de forma mais criativa e inovadora
- Novas formas de partilhar conhecimento
- Promover o ensino da língua Portuguesa
- De alguma forma fácil de efectivar: o Português ainda é língua oficial e a USJ e a EPM são escolas portuguesas
- De alguma forma fácil de efectivar: ainda existem algumas instituições ligadas à educação que incorporam a cultura Portuguesa e a sabedoria académica
- Ambos poderão partilhar os seus métodos de pesquisa
- Intercâmbio de alunos
- Troca de experiências a um nível académico pode melhorar as IC
- Intercâmbio de alunos
- Intercâmbio de alunos
- Troca e desenvolvimento de ideias
- A comunidade académica em Macau e Norte de Portugal estão organizadas por universidades e não por regiões
- Como Macau faz parte da história de Portugal, novos valores poderão surgir
- Estudos culturais e sobre artes performativas e a história de Macau podem actuar como facilitadores
- Programa de intercâmbios
- Criação de novos cursos
- Intercâmbio de alunos
- Mais seminários, para discutir e partilhar ideias
- Intercâmbio de alunos
- Encorajar a educação cultural e as actividades culturais, através das escolas
- Criar mais programas de intercâmbio entre as duas regiões

- O trabalho colaborativo a nível académico pode apoiar os profissionais da área do conhecimento
- Intercâmbio de professores

8.3. A nível do sector cultural e criativo.

- Comida, performances, arte
- A língua entre os dois países pode ser uma barreira. A maioria da população de Macau não percebe/fala Português. Se esta barreira for quebrada, os contactos entre os dois países poderão ser melhorados
- Fácil de efectivar: o governo presta atenção e esforço na preservação e promoção da cultura de Macau, que inclui a cultura e a história de Portugal
- Fácil de efectivar: Macau ainda preserva o património histórico de antiga colónia portuguesa; contudo, mais criatividade é necessária
- O Norte de Portugal pode aproveitar a cultura mista de Macau para ser mais criativo
- Festival de música
- Há sempre espaço para melhorar
- Há um grande background cultural em Macau. Os Portugueses podem encontrar uma cultura diferente em Macau
- É o mais importante. Ambos partilham similaridades culturais
- Intercâmbios podem ser positivos
- A arquitectura e os festivais de matriz Portuguesa podem actuar como facilitadores
- Ambas as regiões podem receber mais eventos, permitindo aos locais plataformas de troca de ideias e de promoção das duas regiões
- Troca de ideias e experiências; mais exposições
- Cultura gastronómica, língua
- Mais eventos entre as duas regiões para que nos sintamos mais perto
- Através do património histórico existente, desenvolver outros subsectores como a arquitectura
- Ambas as regiões podem aprender, uma com a outra
- A cultura Portuguesa é tradicional. Se conseguir vir a Macau promover-se, pode atrair pessoas para a sua cultura, aumentar o turismo e a economia

8.4. Outras formas de potenciar a colaboração entre as duas regiões através das IC?

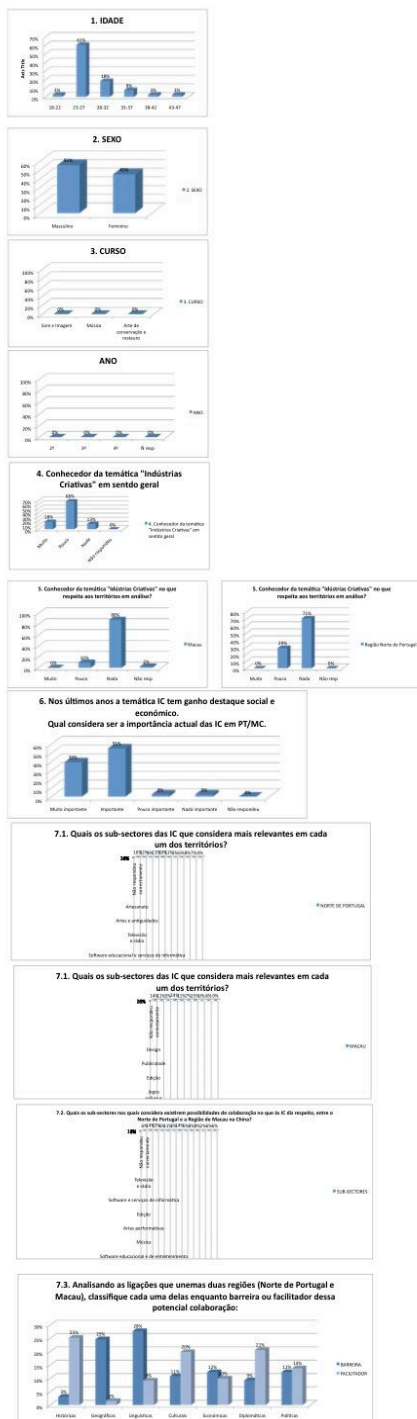
- Dando a oportunidade de intercâmbios ao nível da educação entre as duas regiões, as pessoas podem aprender e praticar as referidas indústrias através de cursos académicos
- Aumentar a pesquisa e desenvolvimento nestes sectores, entre os dois países

- Através de intercâmbios culturais para alunos e artistas amadores o governo estaria a ajudar ambas as regiões, em especial ao nível educacional, tendo em conta que o design e o campo criativo são considerados algo novo e ainda não facilmente aceites pelas mentes mais tradicionais da família
- Organização de exposições conjuntas de indústrias criativas
- No património
- A cooperação pode ser aprimorada principalmente pela transferência de tecnologia de uma região e aplicação dessa tecnologia e procedimentos no mercado da outra região
- Mais cooperação entre as duas regiões – mais intercâmbio – mais ideias – mais criatividade
- Construir um site para discutir o assunto e colocar o projecto neste site

Respostas à Questão 10: Uma eventual aproximação ao nível das IC poderá contagiar outros sectores das relações económicas entre os dois países? Se sim, quais e de que forma?

- O subsector arquitectura poderá ser uma das colaborações entre os dois países. As características da arquitectura atraem muitos turistas para visitar Macau. Ambos os países também poderão aumentar as relações económicas através do comércio e empreendedorismo
- Património e turismo
- Não acontecerá se ambas as regiões não planearem e levarem em consideração todos os riscos
- Acredito que é positivo reconstruir as relações entre os dois países; afinal, Macau representa parte da história Portuguesa
- Podemos trocar ideias para criar novos negócios ou oferecer novas ideias ao mercado
- A comida portuguesa é muito famosa e popular em Macau
- Património – Macau poderia usar a experiência Portuguesa em termos de património para aumentar as relações económicas entre os dois países
- Artes performativas, pois a economia de Macau é baseada no jogo, logo, será interessante olhar para a indústria do entretenimento
- Reforçar as indústrias existentes e trazer novas ideias de cooperação
- Através das IC outros sectores da economia podem ser desenvolvidos: hotelaria e restauração, pelo aumento de performances e concertos
- Melhores relações entre ambas as regiões

- Todo o tipo de conexões contribui para o crescimento das relações económicas. Mais, uma cultura fica a conhecer mais a outra através do estabelecimento e reforço de relações económicas
- Os produtos criativos acrescentar valor e têm a cultura portuguesa, que é única
- Pode ajudar, apoiando o desenvolvimento académico de Macau e a diversificar a economia local
- Macau pode beneficiar, com o aparecimento de outras indústrias



ANEXO A: Programa do XVIII Governo Constitucional – Artes e Indústrias Criativas e Culturais

O Governo reforçará os apoios aos artistas e aos criadores, bem como às artes e às indústrias criativas e culturais. Assim:

- Promoverá a educação artística nos diferentes níveis de ensino e desenvolverá programas de incentivos à promoção das artes e à formação de novos públicos, designadamente criando, em articulação com os municípios, um programa nacional de ocupação de tempos livres que fomente a educação artística e promova as artes junto dos jovens;
- Promoverá a articulação entre o serviço público na cultura e o serviço público na comunicação social, valorizando o papel da RTP e da RDP como instrumentos fundamentais de difusão da cultura e da Língua Portuguesa;
- Promoverá a qualificação e democratização do ensino artístico, apoiando estágios profissionalizantes para jovens artistas e criadores, como o Inov-Art, que será alargado;
- Promoverá a articulação com as autarquias locais e os agentes culturais para a produção e programação cultural, visando a cobertura integrada, e em rede, de todo o território nacional e o acesso equitativo à cultura;
- Promoverá a existência de linhas de crédito público, de instrumentos de capital-mente, capital de desenvolvimento, capital de internacionalização e capital de reestruturação por forma a fomentar e qualificar as estruturas de apoio às artes e à criação cultural, às empresas do sector industrial criativo e industrial cultural, designadamente a moda e o *design*;
- Apoiará a criação de programas de apoio financeiro à formação e internacionalização de artistas e criadores e apoiará programas de circulação de artistas e de obras de arte, nomeadamente no âmbito da CPLP e da União Europeia;
- Apoiará a criação literária e a sua internacionalização, reforçando, nomeadamente, a tradução de autores portugueses;
- Reforçará a forma de financiamento de apoio às artes e ao cinema, reformulando, ouvidos os profissionais do sector, o Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual;
- Defenderá um pleno empenhamento das televisões na produção e difusão do cinema português;

- Articulará as políticas de apoio e promoção das artes e indústrias culturais e criativas com o sector do audiovisual, o turismo e a formação profissional;
- Aperfeiçoará o estatuto de carreiras artísticas, visando o aprofundamento dos mecanismos de apoio no desemprego, na doença e na reforma às profissões artísticas e aos artistas cujas actividades estão sujeitas a permanentes intermitências;
- Defenderá a revisão da lei da cópia privada, uma pedagogia de respeito pelos direitos de autor e a procura de modelos de negócio e outras soluções que permitam a adequada e equitativa remuneração dos autores e intérpretes, bem como o livre acesso de todos à cultura e aos produtos culturais;
- Desenvolverá e manterá actualizado o portal da cultura interactivo, de modo a que permita a todos os agentes culturais formar redes de trabalho, programação e divulgação;
- Promoverá a integração dos instrumentos públicos de produção audiovisual na política cultural, nomeadamente na divulgação e internacionalização da cultura contemporânea de Língua Portuguesa, usando para o efeito todas as plataformas multimédia disponíveis em rede e promovendo sempre a utilização das plataformas multicanal;
- Estimulará a produção audiovisual independente e promoverá, nesse contexto, a criação independente de conteúdos em Língua Portuguesa;
- Promoverá, estimulará e apoiará a criação, o desenvolvimento e a internacionalização de programadores independentes e a sua disseminação em rede;
- Promoverá um plano interministerial que valorize a cultura como factor de crescimento e emprego, proporcionando a colocação temporária de desempregados qualificados em instituições culturais;
- Dará especial atenção ao apoio à criação artística, em especial em áreas que não podem ser abandonadas à pura lógica do mercado, designadamente o teatro, a música, a dança, o circo, as artes visuais, o cinema e o audiovisual.

ANEXO B: Programa do XIX Governo Constitucional – Indústrias criativas, direitos dos criadores e produtores

O Governo reconhece o valor económico do sector criativo e cultural, inovador por excelência, constituindo o trabalho dos criadores um factor fundamental para a definição da identidade contemporânea de Portugal, para a reflexão sobre a sociedade na qual vivemos e para a construção da sua modernidade.

Contribuir para o desenvolvimento das indústrias criativas, sector transversal a várias áreas da governação, mas claramente emanando da Cultura, é fundamental para aumentar a auto-sustentabilidade do sector cultural, assegurar a difusão e defesa dos Direitos de Autor e gerar emprego qualificado, concorrendo ainda para a revitalização urbana.

O Governo compromete-se a promover a ligação entre o sector criativo e cultural, entre parceiros institucionais e privados, apoiando institucionalmente a criação de outras soluções de financiamento a projectos artísticos e culturais, assumindo as seguintes prioridades:

- Redacção, com os restantes sectores envolvidos (Economia, Finanças, Segurança Social, Emprego, Educação e Ciência), de um Estatuto dos Profissionais das Artes, a completar no prazo de 270 dias;
 - Aprofundar a contratualização dos apoios, aumentando os prazos de concessão no sentido de possibilitar a criação de projectos artísticos plurianuais;
 - Aumentar a circulação interna da criação artística, promovendo os circuitos integrados e a co-produção e programação regionais;
 - Promover a proximidade e articulação entre os criadores e as indústrias de modo a potenciar o valor económico de projectos e talentos;
 - Apostar na divulgação internacional dos criadores portugueses em todos os quadrantes das artes, destacando o design, reconhecida a sua capacidade de acrescentar valor e contribuir para as exportações nacionais;
 - Assegurar a ligação entre os vários Ministérios, os Institutos, os serviços e o SEE de modo a promover e incentivar o trabalho conjunto de criadores, indústrias produtivas e prestadoras de serviços;
 - Apoiar a criação de gabinetes empresariais vocacionados para a gestão de entidades culturais independentes;
- Governo compromete-se a elaborar uma nova Lei da Cópia Privada, adaptando-a às necessidades e exigências actuais, num período de seis a oito meses.

- O Governo compromete-se, num prazo razoável de seis meses a um ano, a elaborar legislação sobre o combate às várias formas de pirataria – e a promover regulação eficiente e mecanismos de monitorização de acordo com as estratégias entretanto definidas pela Comissão Europeia.
- A Secretaria de Estado da Cultura elaborará, no prazo de seis a nove meses, e em colaboração com o Ministério da Justiça, um estudo sobre a possibilidade de ampliar o número de Tribunais de Propriedade Intelectual.
- Tendo em conta a preparação de uma Directiva da Comissão Europeia sobre a Lei das Sociedades de Gestão Colectiva de Direitos, o Governo compromete-se a actualizar a lei actual, que carece de revisão urgente, acreditando que a sua aplicação ao sector da música será extensiva ao audiovisual e à área literária. Serão adoptados princípios para garantir uma governação eficiente e transparente das sociedades de gestão, tendo em vista a sua compatibilização com os princípios do licenciamento multi-territorial.
- O Governo considera necessário produzir uma norma interpretativa do conceito de promotor de espectáculo, procedendo à audição dos interessados num período de dois a três meses.
- O Governo estabelecerá um período de um a dois anos para elaborar legislação respeitante à adaptação do Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos às novas realidades do mundo digital.

ANEXO C: Classificação das Actividades Económicas de Macau. CAM, 1997

Na CAM 1997 encontram-se listados os seguintes produtos e actividades:

(Secção D — Indústrias transformadoras)

22. Edição, Impressão e reprodução de suportes de informação gravados:

221. Edição:

22110. Livros, brochuras, partituras e outras publicações

22120. Jornais, revistas e outras publicações periódicas

22130. Gravações de som

22190. Edição, N.E (fotografias, gravuras, postais, calendários, cartazes, reproduções de obras de arte, microedição)

222. Impressão e actividades dos serviços relacionados com a impressão (...)

223. Reprodução de suportes gravados (som, vídeo, suportes informáticos)

(Secção O — Outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais)

92. Actividades recreativas, culturais e desportivas:

921. Cinema, Teatro, Rádio, Televisão e actividades conexas (...incluindo espectáculos)

922. Actividades de agências de notícias

923. Actividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras actividades culturais

92310. Actividades das bibliotecas e arquivos

92320. Actividades dos museus e conservação de locais e monumentos históricos

As áreas de Publicações/Imprensa e de Audiovisuais/Media estão contempladas no Grupo 22, enquanto que o Património e os Espectáculos/Festivais aparecem no Grupo 92.

Quanto às áreas das Artes Visuais/Artesanato e Design/Serviços Criativos, componentes essenciais das Indústrias Criativas, são de difícil identificação nesta classificação, sendo contudo fácil encontrá-las através das ocupações profissionais, na COPM.

ANEXO D: Classificação das Ocupações Profissionais de Macau. COPM, 1997

Na COPM as profissões estão estruturadas por Grandes Grupos, Sub-Grandes Grupos, Subgrupos, Grupos Base e ocupações profissionais. No caso das ocupações ligadas às Indústrias Culturais, a maior parte delas encontra-se listada no âmbito do Grande Grupo das Profissões Intelectuais, conforme segue:

GRANDE GRUPO 2 — ESPECIALISTAS DAS PROFISSÕES INTELECTUAIS E CIENTÍFICAS

SUB-GRANDE GRUPO 24 — Especialistas (...) da Administração, (...) Artistas e Profissões Intelectuais (...)

SUBGRUPO 243 — ARQUIVISTAS, BIBLIOTECÁRIOS E TRABALHADORES SIMILARES

2431 — Arquivistas e conservadores de museus

2432 — Bibliotecários e documentalistas

SUBGRUPO 245 — ESCRITORES E ARTISTAS CRIADORES

2451 — Escritores, jornalistas e similares

2451.05 Escritor

2451.10 Crítico

2451.15 Editor geral

2451.20 Chefe de Redacção

2451.25 Editor (redactor)

2451.30 Jornalista — rádio e televisão

2451.35 Jornalista — jornais e revistas

2451.99 Escritor/jornalista/especialista similar não classificado em outra parte

2452 — Escultores, pintores e outros artistas similares

2452.05 Escultor

2452.10 Pintor de arte

2452.15 Desenhador humorístico

- 2452.20 Desenhador ilustrador
- 2452.25 Calígrafo chinês
- 2452.30 Restaurador - trabalho de arte
- 2452.35 Desenhador criador industrial
- 2453 — Compositores, músicos e cantores
 - 2453.05 Compositor musical
 - 2453.10 Maestro de orquestra (chefe ou regente de orquestra)
 - 2453.15 Regente de coro
 - 2453.20 Instrumentista
 - 2453.25 Cantor de arte
- 2454 — Coreógrafos e dançarinos de arte
 - 2454.05 Coreógrafo
 - 2454.10 Dançarino de arte
- 2455 — Especialistas de artes de filme e teatro
 - 2455.05 Realizador de filme
 - 2455.10 Realizador de televisão
 - 2455.15 Realizador de rádio
 - 2455.20 Director de fotografia — cinema
 - 2455.25 Director de som — cinema
 - 2455.30 Director de arte — cinema e televisão
 - 2455.35 Director de dobragem — cinema e televisão
 - 2455.40 Director de efeitos especiais — cinema e televisão
 - 2455.45 Encenador
 - 2455.50 Dramaturgista
 - 2455.99 Especialista de artes de filme e teatro não classificado em outra parte

Existem aqui referências às actividades produtivas em todas as áreas culturais:

1. Património — Subgrupo 243 e Subgrupo 245 — ocupação 2452.30

2. Espectáculos — Subgrupos 245 /Grupos Base 2453, 2454 e 2455 (sobreposto com Audiovisuais)
3. Artes Visuais — Subgrupo 245 /Grupo Base 2452
4. Publicações — Subgrupo 245 / Grupo Base 2451
5. Audio-visuais — Subgrupo 2455
6. Design — Grupo Base 2452 - ocupação 2452.35

Para além destas ocupações, existem nesta classificação outras que estão também relacionadas com o trabalho criativo (ex.: arquitectos, programadores). Será necessária uma delimitação daquilo que constitui “produção cultural” na área do Design e Serviços Criativos, ou seja, há que listar as actividades e produtos abrangidos pela definição de Cultura.

O mesmo se passa no âmbito das Artes Visuais e Artesanato, onde existem diversas profissões manuais e/ou industriais (por ex.: fotógrafos, joalheiros, ceramistas) dedicadas à produção de artigos que podem ser culturais, mas em grande parte são apenas bens de consumo corrente.

Uma ponte entre as indústrias criativas no Norte de Portugal e na região de Macau China