

Workshop Nacional da UNCTAD sobre Mapeamento e Estratégia das Indústrias Culturais e Criativas de Angola

30 de janeiro de 2023 a 1 de fevereiro de 2023
Mediação por Camille Girouard

Resumo:

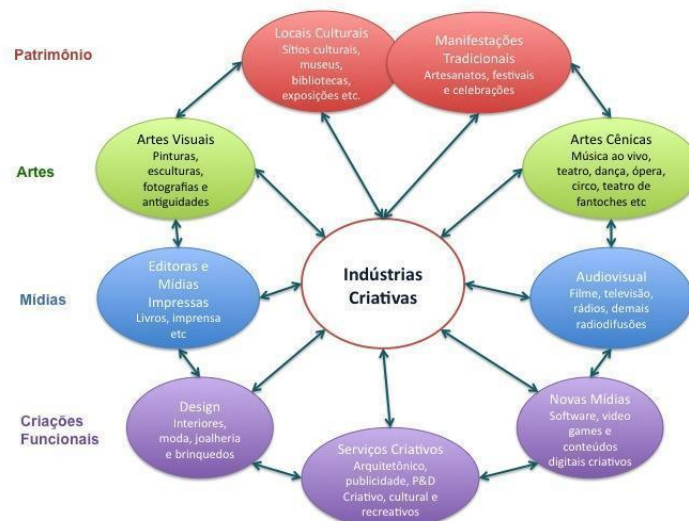
As Indústrias Culturais e Criativas (ICC) têm um grande potencial para promover **mudanças sociais e económicas** nos países em desenvolvimento, principalmente por meio da **inovação e da geração de empregos, especialmente entre os jovens**.

Este relatório de mapeamento orientado para políticas, apoiado pelo programa conjunto UE-UNCTAD Train for Trade II, avalia o potencial económico das Indústrias Culturais e Criativas em Angola para a **criação de emprego e comércio**. Esta avaliação traça um perfil do sistema de Indústrias Culturais e Criativas de Angola, identificando os principais constrangimentos e propondo um conjunto de recomendações para fomentar o crescimento do sector criativo angolano com base nas comunidades ricas e diversificadas que tornam o país único.

Para o Relatório da UNCTAD (2010), "as indústrias criativas compreenderiam um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico".

A UNCTAD estruturou um primeiro *framework* que classifica os setores criativos:

Figura 3: Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas



Fonte: UNCTAD (2010; p. 8)

Angola é um país dependente do petróleo; assim, o seu desenvolvimento tem evoluído num contexto de fortes constrangimentos estruturais e flutuações económicas. Como estudos internacionais têm mostrado ao longo dos anos, a inovação e a criatividade são consideradas os principais motores do crescimento de longo prazo em todas as economias e, portanto, devem ser consideradas pelas autoridades nacionais.

A maior parte das exportações nacionais vai para a China (60,3%), Índia (9,94%), Emirados Árabes Unidos (4,2%) e Tailândia (3,02%). Relativamente às importações, o principal parceiro externo de Angola é a China, representando cerca de 14,9% do total. Países como Brasil (4,8%), Portugal (11,9%) e Estados Unidos (4,6%) também representam um grupo de parceiros importantes no comércio internacional.

A necessidade de uma abordagem abrangente e conectada a várias áreas da governança pública é, sem dúvida, uma necessidade para as indústrias culturais e criativas. No entanto, essa necessidade é ainda mais abrangente do que o possibilitado pelo Ministério da Cultura, Turismo e Ambiente (MCTA), exigindo a criação de uma comissão multisectorial reunindo vários ministérios e articulando com a sociedade civil, investidores e praticantes da economia cultural.

A identidade de Angola é definida pela cultura das suas comunidades e pela criatividade do seu povo. Essa riqueza de expressões culturais e criativas tem potencial económico para beneficiar toda a sociedade e precisa ser incentivada. Daí a importância central do desenvolvimento de políticas, infraestruturas, incentivos e investimento nas artes, no património e nas indústrias culturais e criativas, de apoio ao desenvolvimento social e cultural. Uma política cultural e criativa implica a reflexão sobre os seus valores e princípios e a tomada de decisão sobre os recursos humanos, técnicos, organizacionais e financeiros a mobilizar, sobretudo no atual contexto de contenção orçamental e crise económica.

As Indústrias Culturais e Criativas têm sido um sector crucial para o desenvolvimento e o bem-estar socioeconómico há pelo menos vinte anos. Compreendendo sua importância, os sectores público e privado de países considerados desenvolvidos têm estimulado o crescimento de indústrias culturais e criativas para **geração de emprego e renda, regeneração de áreas urbanas, saúde mental, coesão social, turismo e desenvolvimento sustentável**. Em termos de tempo de apoio prestado, o que pode significar um atraso para Angola, aliás se pensado de outro ponto de vista coloca Angola numa posição privilegiada. Angola agora pode observar quais intervenções e quais modelos deram certo ou errado não apenas nesses países desenvolvidos, mas também nos países em desenvolvimento. A realização do Componente das Indústrias Criativas demonstra que há um entendimento de que as indústrias culturais e criativas são de fato um caminho alternativo para a diversificação económica do país. A possibilidade de Angola estruturar o sector através desta componente já confere a Angola uma vantagem competitiva, colocando o país numa posição de liderança, sobretudo em relação a muitos países do Sul Global.

Para fins de diagnóstico das indústrias culturais e criativas de Angola, foi adotada a metodologia da Análise SWOT. Análise ou matriz SWOT – em português, análise ou matriz FOFA – é um método de planeamento estratégico que engloba a análise de cenários para tomada de decisões, observando 4 fatores. São eles, em inglês: Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats. Em português: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças.

Segue abaixo análise SWOT realizada no relatório “Mapeamento e Estratégia das Indústrias Culturais e Criativas de Angola”:

Forças	Fraquezas
<ol style="list-style-type: none"> Angola tem um rico portfólio de expressões culturais e criativas, especialmente as intangíveis: música, literatura, produção audiovisual, artes cênicas e artesanato. Sectores dinâmicos: música, literatura, produção audiovisual, artes cênicas e artesanato que já mostram a oferta cultural e criativa de Angola ao mundo. Diáspora como embaixadora do país e a contribuir para a marca do país: Angola tem cidadãos residentes em países como o Brasil e Portugal, e estes centros culturais e criativos trazem pontes a cultura, as artes e as criações de Angola para o mundo. Um exemplo disso é o Festas de Kizomba e Semba realizadas pelos angolanos na diáspora. Angola tem uma população jovem: Representa um enorme potencial de valor cultural e produção criativa, consumo, incluindo jogos e streaming. Nova geração de empreendedores criativos: Angola tem uma nova geração de empreendedores criativos a desenvolver inovações para a indústria, comércio e consumidor final. Estes criativos estão nas Startups incubadas e aceleradas com apetite para expandir os seus negócios, registar as suas inovações em Angola, ligar-se internacionalmente e libertar o seu potencial. Conexões de idiomas: Com um idioma compartilhado com Portugal, Brasil e 	<ol style="list-style-type: none"> Angola tem uma lista reduzida de património cultural mundial reconhecida pela UNESCO no qual reduz a visibilidade internacional e pode ter um impacto na quantidade de turismo internacional. Além disso, existem poucos edifícios classificados no centro histórico de Luanda ou monumentos históricos classificados no resto do país. Subestimação do sector: apesar da vontade dos empresários e de parte do governo, não há um amplo reconhecimento da importância socioeconómica das ICC no sector público e sociedade civil em geral. Assim, o acesso ao crédito e a falta de incentivos continua a ser um grande constrangimento para o desenvolvimento do sector. Inexistência de taxonomia e classificação oficial: Essa inexistência gera uma lacuna de dados e informações sobre o setor e seu desempenho.. Falta de uma visão transversal para promover as ICC: Isso impede que o governo, o sector privado e empresários compreendam os sectores das inter-indústrias e as cadeias de produção e distribuição. Algumas ICC têm um potencial incipiente, mas não têm o suporte adequado: Os setores de jogos, tecnologia e inovação não são considerados, pois as ICC são subutilizadas para trazer benefícios socioeconómicos para o país. A população jovem de Angola tem acesso inadequado à Internet: a quantidade baixa dos internautas é um impedimento à produção e ao consumo em larga escala.

<p>países africanos (PALOP), os bens culturais e criativos de Angola podem aceder ao mercado internacional sem exigir grandes adaptações.</p> <p>7. Mercados consumidores dos PALOPS: já consomem principalmente música e literatura angolana. Campanhas de marketing e parcerias internacionais podem aumentar ainda mais o potencial angolano, desde músicos, escritores e suas respetivas obras.</p> <p>8. Os angolanos têm boa reputação de serem um povo alegre, criativo e inventivo: Este espírito estimula os criadores e influencia a forma como os parceiros de negócios encaram as capacidades dos angolanos.</p> <p>9. Festivais e festas populares: Os festivais em Angola como o Carnaval, FESTICONGO, teatros de rua, são descentralizados e têm a possibilidade de mobilizar as comunidades locais e atrair turistas internacionais.</p> <p>10. Transição política e contexto constitucional favorável desde o Tratado do Luena em 2002: o que gera uma certa sensação de liberdade de expressão e criação.</p>	<p>7. Ausência de sistema tributário eficiente e políticas de incentivos: A falta de um sistema de imposto unificado é um entrave para empreendedores culturais e criativos na produção e distribuição de produtos culturais e criativos; enquanto a Lei do Mecenato é amplamente considerada ineficiente.</p> <p>8. Falta de aplicação de direitos autorais e uma cultura de pirataria desencoraja os criadores de registar suas criações e consumidores de respeitar os direitos autorais.</p> <p>9. Degradação da infraestrutura: previne que a comunidade, profissionais da cultura e mentes criativas tenham um ponto de encontro comum onde possam trabalhar, interagir e trocar ideias.</p> <p>10. Estrutura de governança complexa e inerte: nenhuma estrutura clara de quem faz o quê, institutos acumulando papéis diferentes, atores governamentais duplicando esforços e ineficiência em trazer ações para o campo (principalmente no repasse de recursos de Luanda para o resto do país).</p>
<p>Oportunidades</p>	<p>Ameaças</p>
<p>1. Revisão da política cultural em 2021: Esta pode ser uma oportunidade para acomodar um modelo eficiente de governança cultural e criativa, incluindo definições, taxonomias, e informações sobre financiamento para as partes interessadas.</p> <p>2. Participação em programas internacionais: como UNCTAD Train for Trade II, Programas de fundo Europeu financiados pela União a nível nacional e regional, Instituto Camões Procultura, “Quem Quer Ser Empreendedor” da Embaixada Americana, e “Orange Corners” pela Embaixada da Holanda oferece oportunidades de colaboração, treinamento cultural e profissionais criativos, atrair investimento internacional, estabelecer parcerias e</p>	<p>1. Principais parceiros comerciais de importação e exportação: A China e os Estados Unidos geralmente não são mercados interessados em importar produtos culturais e criativos de Angola.</p> <p>2. Quadro legislativo, regulamentos de financiamento e incentivos: A legislação atual não atende às necessidades e realidade das ICC em Angola. Isso não regulamenta as profissões, não estabelece valores concretos para o salário mínimo ou incentiva financiamento privado do setor.</p> <p>3. Baixa eficiência das instituições públicas responsáveis pela ICC: dificulta o fortalecimento das ICC. MINCULT e seus institutos (ou seja, Instituto Nacional de Indústrias Criativas; Instituto Angolano de Cinema, Audiovisual e Multimédia, Instituto</p>

- abrir o mercado para os produtos culturais e criativos de Angola.
3. **Train for Trade II como uma oportunidade de entender as CCI:** de forma mais transversal, como alternativa concreta para o crescimento económico e inclusão social do país.
 4. **Eventos como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável em 2021 como ponte para sensibilizar e legitimar o sector perante a sociedade angolana:** por meio de campanhas em mídia oficial do governo, redes sociais e mídia paga podem promover as ICC como um setor importante na crise pós-COVID-19.
 5. **Train for Trade II como oportunidade para Angola dar mais visibilidade ao seu CCI:** Através das campanhas de marketing sobre bens culturais e criativos de Angola; concentra-se em expressar a singularidade de Angola, produtos de alta qualidade e um ecossistema atraente.
 6. **Disposição das ICC para colaborar:** Empresários, profissionais da cultura, agentes culturais, produtores criativos e distribuidores estão interessados em colaborar para um melhor desenvolvimento do sector apesar da perda de confiança no Estado como um dos principais agentes.
 7. **Vontade política de colaborar com o sector:** Alguns membros do governo angolano mostram apoio ao investimento na produção cultural e criativa angolana. É preciso colocar isso em prática, convidando atores para trabalharem juntos.
 8. **Proximidade das Secretarias de Estado que compõem o Ministério da Cultura e Turismo:** As sinergias entre secretários e pontos focais podem facilitar a coordenação e co-gestão, beneficiando o turismo cultural, histórico, natural e sustentável.
 9. **Coordenação, incentivo e canalização de investimentos:** na forma de reunião do governo angolano com bancos locais e internacionais, investidores e anjos investidores para sensibilizar e coordenar esforços para investir nos setores.
- Nacional de Arte Formação e Direcção Nacional de Museus) necessitam de uma melhor comunicação e coordenação, pessoal mais qualificado e mais orçamento para projetos.
4. **Insuficiente ligação entre as instituições públicas responsáveis pela CCI e o sector privado** durante o processo de elaboração de políticas públicas, definição e atendimento alvos. Isso causa falta de confiança entre as partes interessadas do sector privado.
 5. **Baixo nível de formalidade e nenhum esforço do governo para formalizar os profissionais das ICC:** por meio de medidas como isenção de impostos, regulamentação de profissões com salário mínimo e garantia de reforma.
 6. **Falta de atratividade e estrutura para o turismo cultural afasta turistas e público:** Voos, conexões, rede hoteleira e de serviços precisam ser melhorados. O turismo cultural no país é principalmente internacional e incipiente devido a problemas.
 7. **Fuga de cérebros e falta de registros de propriedade intelectual:** existe uma significativa fuga de criadores e criações não estão registadas em Angola, fazendo com que país perca sua vantagem competitiva em termos de propriedade intelectual no curto, médio e longo prazo.
 8. **Baixo nível de interesse de investidores privados:** Bancos privados e investidores não entendem as ICC, não estão confiantes e não percebem nenhuma situação financeira concreta de mobilização do governo que poderia incentivar micro ou macro investimento, investimento solidário e financiamento coletivo.
 9. **O nível de maturidade dos empresários para receber investimentos precisa ser reforçado:** Os empreendedores das ICC precisam passar por período de incubação e precisam de orientação, captação de recursos e negociação com investidores.
 10. **Baixo investimento em infraestrutura digital:** Apesar dos esforços para trazer uma melhor ligação local de distribuição à Angola, ainda está por decifrar. Também é necessário construir plataformas online para a nova geração de criadores de conteúdo que poderiam colaborar por meio dessas

10. **Vincular talentos culturais e criativos ao sistema educacional:** envolve promover atividades culturais e criativas desde o ensino fundamental até as universidades, abrindo mais cursos relacionados às ICC, e inclusão de empreendedorismo no currículo do CEARTE e ISART.

plataformas. A capacidade da cultura rural e marginalizada e empreendedores criativos.

Com base neste relatório de mapeamento, existem **dez grandes áreas onde as Indústrias Culturais e Criativas de Angola são necessárias intervenção:**



1. **Coordenação e Gestão:** O Governo de Angola precisa de desenvolver estruturas de comunicação (grupos de trabalho) que permitam a coordenação de ministérios, secretarias e institutos que possam colaborar no desenvolvimento das ICC. A sociedade civil também deve se organizar para ser forte parceira do governo na defesa das ICC.
2. **Taxonomia:** Há muito pouca informação sobre as ICC em Angola, devido à falta de taxonomia oficial e classificação que permitiria a coleta de dados de órgãos competentes (ou seja, MIDCOM, MINCULT, INE e autoridade aduaneira).
3. **Estatísticas:** A falta de dados obriga o governo a trabalhar “às cegas”, resultando em subestimação do potencial das ICC. O setor privado (formal e informal) também não reconhece o potencial das ICC e não consegue se posicionar como um pilar importante. A ausência de detalhes estatísticos cria uma lacuna de conhecimento sobre as ICC angolanas a nível internacional. A disponibilidade de dados em instituições internacionais pode legitimar Angola como um país atractivo para a alocação de capital privado internacional para projetos culturais e criativos e cooperação.
4. **Legislação:** As regras de direitos autorais e a lei de patrocínio são instrumentos básicos que precisam ser devidamente implementadas, executadas e divulgadas. A Lei do Mecenato para patrocínio é alvo de muitas críticas, principalmente no que diz respeito à falta de clareza sobre o funcionamento desse instrumento.
5. **Propriedade intelectual:** Criação e inovação estão no centro das ICC, mas devem ser apoiadas por um esquema eficiente de registo de propriedade intelectual que pode garantir a monetização a curto, médio e longo prazo para os criadores.

6. **Infraestrutura Digital:** Melhorias na qualidade e acessibilidade da distribuição de Internet em Angola são essenciais para o desenvolvimento das ICC.
7. **Infraestrutura Física:** Reformas e melhorias na infraestrutura física, incluindo acesso à eletricidade também são necessários, abrindo espaço para a criação, distribuição e consumo de arte, cultura e criatividade.
8. **Formação:** As estruturas para formar pessoas para trabalhar em ICC existem, mas não têm professores ou materiais para formar a qualidade e a quantidade de recursos humanos necessários. Além do mais, formação centrada nas profissões culturais e criativas, formação em gestão cultural, empreendedorismo e financeiro também são essenciais.
9. **Financiamento:** Os empreendedores precisam de apoio e recursos para desenvolver e implementar seus projectos. Eles precisam de apoio público e que os bancos os considerem dignos de crédito. Os bancos precisam entender o sector para poder oferecer crédito. Além do financiamento privado tradicional, outras formas de financiamento público, como licitações permanentes e compras públicas esporádicas, são importantes. Resolver problemas relacionados a pagamentos internacionais e online é crucial para monetizar o sector. Com as habilidades certas para construir parcerias internacionais, instituições e os empresários das ICC também podem se beneficiar da cooperação internacional.
10. **Marca / Imagem Angola:** Os produtos culturais e criativos angolanos carecem de marca e imagem fortes a nível nacional e internacional. Campanhas de comunicação poderiam destacar a importância do sector, auxiliam na comercialização de produtos culturais e criativos e valorizam a imagem Angola.

A partir do diagnóstico descrito acima, foram elencadas 12 recomendações ou linhas de ação para potencializar as indústrias culturais e criativas de Angola. Essas recomendações estão agrupadas em 5 blocos temáticos, quais sejam: APOIO/SUORTE DE MODELOS DE GOVERNANÇA; EMPODERAMENTO EDUCACIONAL E EM INFRAESTRUTURA; INOVAÇÃO E TECNOLOGIAS SOCIAIS; PROMOÇÃO E EXPORTAÇÃO; e COLETA, COMPILAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.

A seguir, estão resumidas as 12 recomendações que serão validadas no workshop Nacional da UNCTAD sobre Mapeamento e Estratégia das Indústrias Culturais e Criativas de Angola:

5 TEMAS DE RECOMENDAÇÕES	
1. Apoio/Suporte de modelos de governança	1. Organizar um modelo de governança eficaz para envolver o Governo Angolano, sector privado e sociedade civil, de forma que desenvolvam estruturas e parcerias fortes no desenvolvimento das ICC.
	2. Desenvolver um quadro de políticas e regulamentos que abranja os aspectos relacionados com as ICC, tais como incentivos de classificação, monitoramento, avaliação, direitos autorais e patrocínio.
2. Empoderamento educacional e em infraestrutura	3. Promover a formação básica, superior e técnica voltada para as ICC tanto para profissionais públicos e privados em áreas como governança, gestão, empreendedorismo, promoção internacional, marketing, etc.
	4. Melhorar a qualidade e acessibilidade do acesso à Internet em Angola.

	5. Reformar e melhorar a infraestrutura física, bem como o espaço para criação, distribuição e consumo de arte, cultura e criatividade.
3. Inovação e Tecnologias Sociais	6. Melhorar a infraestrutura digital do país e melhorar o acesso dos profissionais criativos.
	7. Envolver sectores culturais tradicionais com novas mídias criativas, artes digitais, videogames, etc.
	8. Abordar questões relacionadas com pagamentos internacionais e online, fundamentais para rentabilizar o sector.
4. Promoção e Exportação	9. Valorizar a marca "Angola Criativa" para promover a exportação de bens e serviços criativos, e aumentar a atratividade nos circuitos turísticos culturais e criativos internacionais.
	10. Incentivar o financiamento privado de atividades culturais e criativas, e diferentes formas de financiamento, tais como concursos públicos e concursos permanentes.
5. Recolha, compilação e análise (processamento) de dados sectoriais	11. Melhorar a capacidade nacional de recolha de dados detalhada sobre as ICC e apresentar a sua contribuição socioeconómica para sensibilização do público no papel vital do sector na economia nacional.
	12. Apoiar o Instituto Nacional de Estatística (INE) na recolha de dados detalhados sobre as empresas em CCI, tais como pessoas que trabalham na indústria desagregadas por sexo e idade, o número total de empresas por indústria, dimensão das empresas e receitas, etc.

Assim, diante do enorme desafio de potencializar e impulsionar as indústrias culturais e criativas de Angola, convidamo-lhe a participar e a dar sua contribuição no Workshop Nacional da UNCTAD sobre Mapeamento e Estratégia das Indústrias Culturais e Criativas de Angola, onde serão apresentados e validados as informações e recomendações do relatório UNCTAD. Além disso, na ocasião, serão realizadas discussões iniciais relativas à elaboração de planos de ação para o desenvolvimento das ICC de Angola e fortalecimento das políticas culturais e criativas locais.

Até logo!