

Componente Indústrias Culturais e Criativas

Train for Trade II

EU-UNCTAD joint Programme for Angola



UNITED NATIONS
UNCTAD



European Union



Mapeamento das Indústrias Culturais e Criativas de Angola

Lançamento Oficial
13 de Setembro de 2023

Katalin Bokor
Oficial de Assuntos Económicos, CNUCED
katalin.bokor@un.org

Histórico do projecto

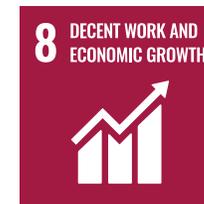
Componente indústrias culturais e criativas

Objectivo: Aumentar o potencial das indústrias culturais e criativas em Angola para emprego, comércio e ganhos de desenvolvimento

A componente contribuiu directamente para a implementação do Programa 1.7.2: "Promoção das Artes e Indústrias Culturais e Criativas" do Plano Nacional de Desenvolvimento de Angola 2018 - 2022.

Também contribui para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas:

- Meta 8 - Trabalho Decente e Crescimento Económico
- Meta 9 - Indústria, Inovação e Infraestrutura
- Meta 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis





Componente indústrias culturais e criativas

5 documentos produzidos

- Mapeamento das Indústrias Culturais e Criativas em Angola (Relatório)
- Plano de Acção
- Turismo Cultural e Criativo (Nota Técnica)
- A Dimensão Internacional das ICC em Angola: Imagem, Exportação e Investimento (Nota Técnica)
- Rumo à uma Estratégia sobre Indústrias Culturais e Criativas para Angola (Resumo da reunião)

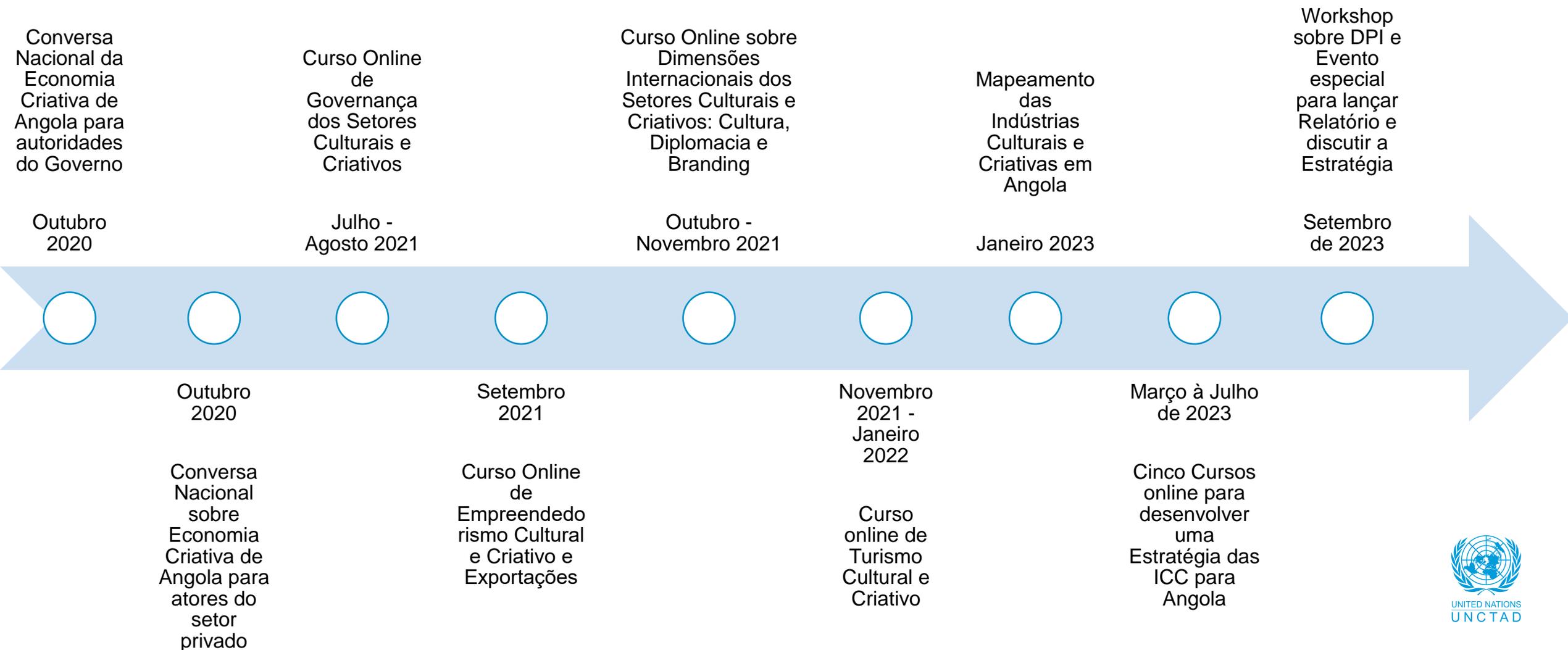
13 Cursos online e dois workshops presenciais

Train for Trade II

EU-UNCTAD joint Programme for Angola



Componente indústrias culturais e criativas



UNITED NATIONS
UNCTAD

Contexto

Contexto

- História Contemporânea de Angola: Colonialismo, Conflito e Dependência de mercadorias.
- Angola tem uma arqueologia cultural rica, uma base de talento criativo e história em todos os seus sectores criativos.
- Existe uma oportunidade para estimular as Indústrias Culturais e Criativas (ICC) e os ecossistemas de Inovação de forma mais ampla, como uma via para o desenvolvimento e a diversificação económica.
- A diversificação da Economia, ajudará Angola a gerir melhor as flutuações económicas associadas ao preço do petróleo.
- O Relatório do Mapeamento, avalia o potencial económico das ICC em Angola para a criação de emprego e comércio, e cria o contexto para uma conversa mais ampla

Contribuição económica

ICC em Angola

- Angola é uma nação rica em diversas expressões culturais e criativas. A produção da Economia Criativa centra-se na música, literatura, produção audiovisual, artes performativas, festivais e artesanato, mas poderia ser expandida.
- A diáspora angolana desempenha um papel crucial de embaixador na divulgação da cultura, das artes e das criações de Angola à outros países.
- A população jovem de Angola apresenta um enorme potencial para a produção cultural e criativa, incluindo jogos e streaming.
- Uma nova geração de empreendedores criativos está a desenvolver inovações industriais, comerciais e de consumo tanto para Angola como para os Países de língua portuguesa.
- Com ligações linguísticas e mercados de consumo partilhados, os produtos culturais e criativos de Angola podem alcançar e crescer nos mercados internacionais sem adaptação significativa.
- Mesmo dentro da sua dependência de matérias-primas, existe uma margem significativa para alavancar o potencial comercial e de exportação das ICC, especialmente com parceiros comerciais de língua portuguesa.

Taxonomia e medição

- O estabelecimento de uma taxonomia para as ICC em Angola, é fundamental porque permitirá a medição do peso económico total das ICC, do emprego e do comércio de bens e serviços criativos.
 - Dados sobre a contribuição das ICC para o Produto Interno Bruto de Angola: não disponíveis
 - Dados sobre emprego nas ICC: não disponíveis
- A falta de uma base de dados partilhada entre as principais partes interessadas do Governo, é um grande desafio que afecta a legitimidade económica do sector

Desafios

Principais desafios

Economia	Legislação	Estrutura Política	Sector Financeiro
Incapacidade de diminuir a dependência das exportações de petróleo e a exposição à volatilidade global do preço do petróleo.	Centralização de políticas a nível ministerial aliada à falta de participação do sector privado e da sociedade civil na consulta e planeamento de políticas públicas.	Baixos níveis de acesso à Internet entre a população jovem devido aos elevados custos.	Falta de acesso a crédito, microfinanciamento ou financiamento para iniciar um negócio financeiramente sustentável.
Subestimação do potencial macroeconómico das ICC por parte do Executivo.	Legislação e regulamentação ineficiente sobre patrocínio, Direitos Autorais e Direitos de Propriedade Intelectual.	Falta de Turismo Criativo internacional devido à escassez de serviços de turismo profissional e à consequente degradação ou falta de manutenção da infra-estrutura cultural.	O sector não tem em conta as empresas das ICC para obter crédito e, quando o faz, os processos são excessivamente burocráticos.
Falta de uma definição e classificação para as ICC em Angola e de uma estratégia de recolha de dados.	Ausência de sistema tributário eficiente e políticas de incentivos aos profissionais das ICC.	Falta de competências técnicas, empreendedoras e de gestão no setor.	Os requisitos de crédito para atividades culturais e criativas são desafiadores.
O elevado grau de informalidade das ICC torna mais difícil estimar o seu peso económico.			
Baixo nível de investimento público nas ICC a nível nacional e provincial.			

Principais áreas políticas

Áreas para uma jornada liderada pelas ICC rumo à diversificação

- Actualmente, existe uma forte falta de coerência política em Angola em relação às ICC.
- Mas em Angola já existe o entendimento de que as ICC constituem uma caminho viável para a diversificação da economia.
- Existem seis áreas políticas a considerar para o desenvolvimento das Indústrias Culturais e Criativas de Angola:
 1. Políticas públicas e governação
 2. Medição
 3. Empoderamento
 4. Finanças, inovação e tecnologia
 5. Promoção
 6. Comércio

Key policy areas

1. **Políticas públicas e governação:** A política de ICC de Angola está fragmentada entre Ministérios. É necessária uma estrutura de governação mais coesa e coordenada.
2. **Medição:** Falta uma definição e classificação nacional suficiente para as ICC e, por isso, os dados estão dispersos e não podem ser comparados local e globalmente. A melhoria da recolha de dados, da medição e das estatísticas é essencial para apoiar as ICC e concretizar a sua promessa.
3. **Capacitação:** Existe uma margem significativa para capacitar os trabalhadores criativos e artistas em Angola em diversas dimensões: desde infra-estruturas digitais e físicas, e até formação, educação, aprendizagem contínua e desenvolvimento de ecossistemas.
4. **Finanças, inovação e tecnologia:** As ICC necessitam de um financiamento mais ponderado e consciente dos desafios sectoriais e adaptável às necessidades reais das ICC, dadas as flutuações dos rendimentos.
5. **Promoção:** Os produtos culturais e criativos de Angola carecem de uma marca e imagem fortes e vendáveis a nível nacional e global. As campanhas de marca e de comunicação poderiam destacar a importância e o papel do setor em tudo, desde a criação de emprego até à coesão social e à diplomacia cultural.
6. **Comércio:** Angola deve diversificar os seus parceiros comerciais. As ICC podem desempenhar um papel fundamental no reforço das relações comerciais e de cooperação. Uma oportunidade significativa reside em outros países de língua portuguesa e na cooperação regional africana.

Rumo à uma estratégia

Rumo à uma estratégia das indústrias culturais e criativas para Angola

- Objectivos:

- Definir um quadro para todos os intervenientes angolanos nas ICC para maximizar o potencial das Indústrias Culturais e Criativas.
- Enviar uma mensagem forte às partes interessadas sobre a importância dos TPI angolanos.
- Aumentar a visibilidade dos TPI angolanos no exterior.

- Elementos chave:

- Visão para as ICC de Angola partilhada com todas as partes interessadas
- Os princípios orientadores incluem crenças, valores e comportamentos compartilhados entre as partes interessadas
- Antecedentes das ICC
- Análise das partes interessadas
- Objectivos que fornecem soluções para os problemas
- Ações necessárias para produzir soluções
- Os resultados expressam o que se espera alcançar
- Estratégia de implementação

Esboço da estratégia das ICC

1. Objetivo da estratégia

- Promover a produção, distribuição e consumo de bens e serviços oferecidos pelas Indústrias Culturais e Criativas de Angola, reconhecendo-os como uma componente estratégica para o desenvolvimento do país.

2. Principais intervenientes

- Public stakeholders: relevant ministries, agencies, departments, public enterprises, public education institutions, public cultural centers, etc.
- Intervenientes públicos: Ministérios, Agências, Departamentos relevantes, Empresas públicas, Instituições de ensino público, Centros culturais públicos, etc.
- Intervenientes privados: trabalhadores das ICC, empresários e empresas, instituições financeiras, instituições de ensino privadas, centros culturais privados, consumidores, etc.
- Sociedade civil: Organizações da sociedade civil, etc.
- Intervenientes internacionais: organizações internacionais, bancos de desenvolvimento, agências e parceiros de desenvolvimento, embaixadas, turistas, etc.

3. Aspirações

- Aumentar em 50% o volume de exportações de produtos criativos angolanos.
- Construir a marca “Angola Criativa” e torná-la uma referência no continente africano.
- Posicionar a infra-estrutura digital de Angola entre as três melhores infra-estruturas do continente africano.

Esboço da estratégia das ICCs (continuação)

4. Principais áreas onde as partes interessadas podem agir

- a. Coordenação e gestão
- b. Taxonomia
- c. Legislação
- d. Propriedade intelectual
- e. Estatísticas
- f. Colecta de dados
- g. Educação e capacitação
- h. Parcerias
- i. Infraestrutura física
- j. Infraestrutura digital
- k. Financiamento
- l. Rotas para receitas
- m. Marca e imagem
- n. Diplomacia cultural e criativa

Obrigado/a!

Esta apresentação foi produzida com o apoio financeiro da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade do autor e não reflecte necessariamente os pontos de vista da União Europeia.



European Union

