



Train for Trade II

Programa Conjunto UE-CNUCED para Angola

Sessão Criação de Vínculos com Redes Culturais e Criativas Internacionais

O workshop faz parte da Componente de Economia Criativa do Programa Conjunto UE-UNCTAD para Angola: Train for Trade II.

A UNCTAD agradece o apoio financeiro da União Europeia na organização deste workshop.

11 de Maio de 2023, das 14h às 15h30

**Mediação Camille Girouard e Luiz Oliveira
Convidada especialista Ana Ferreira - PROCULTURA**





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

1ª sessão

A experiência do Plano Brasil Criativo

A experiência do Plano Brasil Criativo como *case* de plano de acção na esfera pública foi apresentada na sessão. A receção da metodologia apresentada estimulou os participantes a aprofundar e buscar estratégias para iniciativas do sector público. Os 5 tópicos de recomendação apresentados no relatório final do ICC angolano serviram de base para a formulação do desenvolvimento sustentável local. **Reflexões sobre a melhoria da comunicação entre os técnicos bem como uma ponte com o sector privado; marca de identidade do país; treinamento e capacitação para os setores de CCI foram alguns dos temas abordados pelos participantes.**



promoção de merchandising de da marca angola criativa

PROGRAMAS PARA JOVENS NAS ÁREAS DE TI

plataforma

CADASTRO E REGISTO DOS FAZEDORES DE CULTURA

Levamento dos criadores nacionais em todos os ramos de actividade e a criação de uma plataforma de consulta.

MAPEAMENTO DAS EMPRESAS PRIVADAS PARA PARCERIAS

Parcerias para capacitação dos técnicos para as ICC

SENSIBILIZAÇÃO DO MINISTÉRIO

Parcerias para capacitação dos técnicos para as ICC

mapeamento dos equipamentos culturais

ESPAÇOS DE COLABORAÇÃO E FORMAÇÃO

Criação de incentivos a exportação.

POLÍTICAS DE EXPORTAÇÃO MAIS SIMPLIFICADAS

PROGRAMAS DE AÇÃO PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

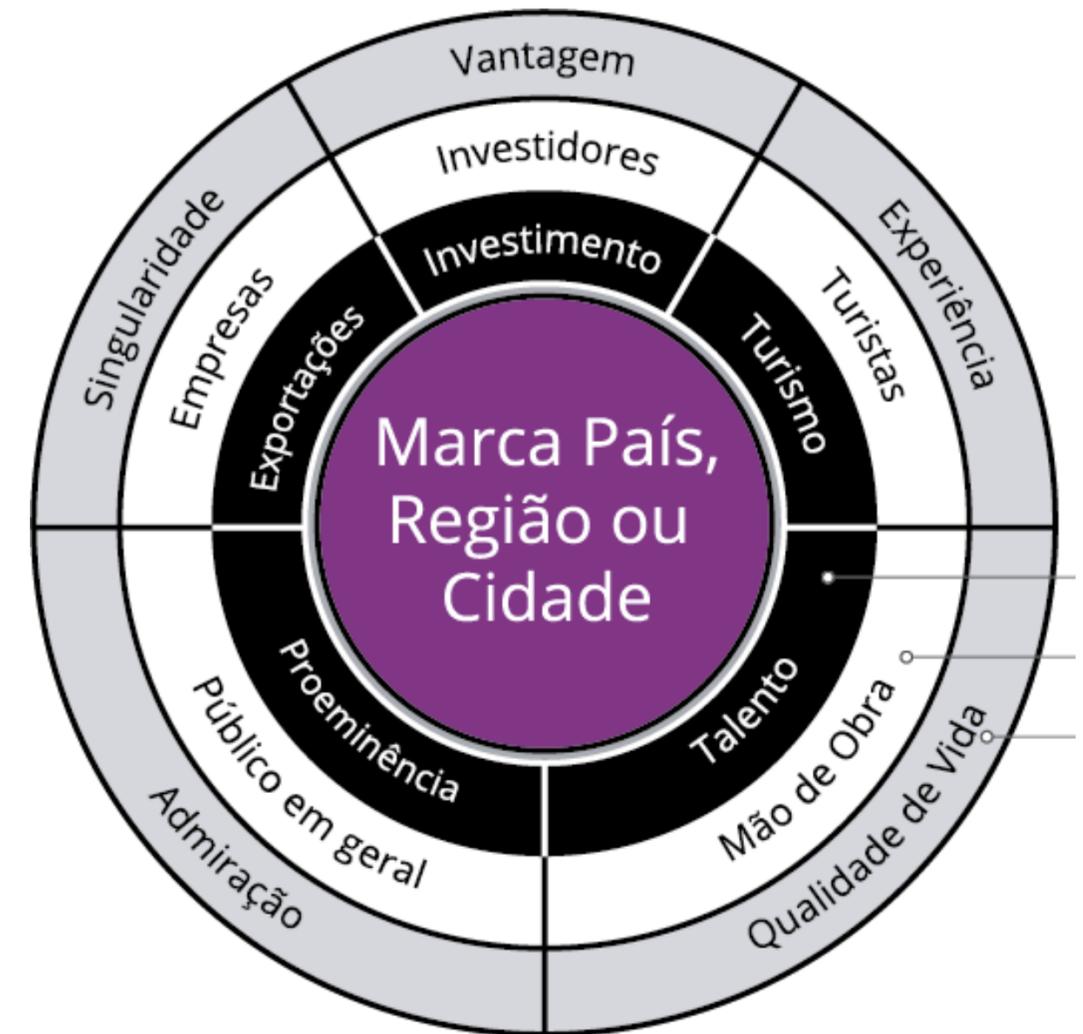
2ª sessão

Marca Criativa de Angola - Marca País

A sessão contou com a presença de Vinicius Lages, ex-ministro do Turismo do Brasil, e trouxe uma reflexão sobre o processo identitário de um país para a construção de sua marca. O soft power como dinâmica de planos de ação entre os sectores público e privado para:

1. amplificar a visibilidade de um país e identificar suas expressões culturais como branding;
2. desenvolvimento sustentável do território e de suas comunidades.

A sessão centrou-se nas funções e papéis dos sectores envolvidos; **a criatividade como motor de expressão identitária e envolvimento dos fazedores de cultura**; constatação de que as infraestruturas básicas devem ser previamente resolvidas para em sequência desenvolver de forma colaborativa a Marca do país; legitimar os processos criativos para que a cultura tenha um papel decisivo nas tomadas de decisão sobre a identidade de Angola.



Infraestrutura Física

Coordenação e Gestão

Formação

Taxonomia

ANGOLA CRIATIVA

Propriedade Intelectual

**Financiamento
Marca&Imagem**

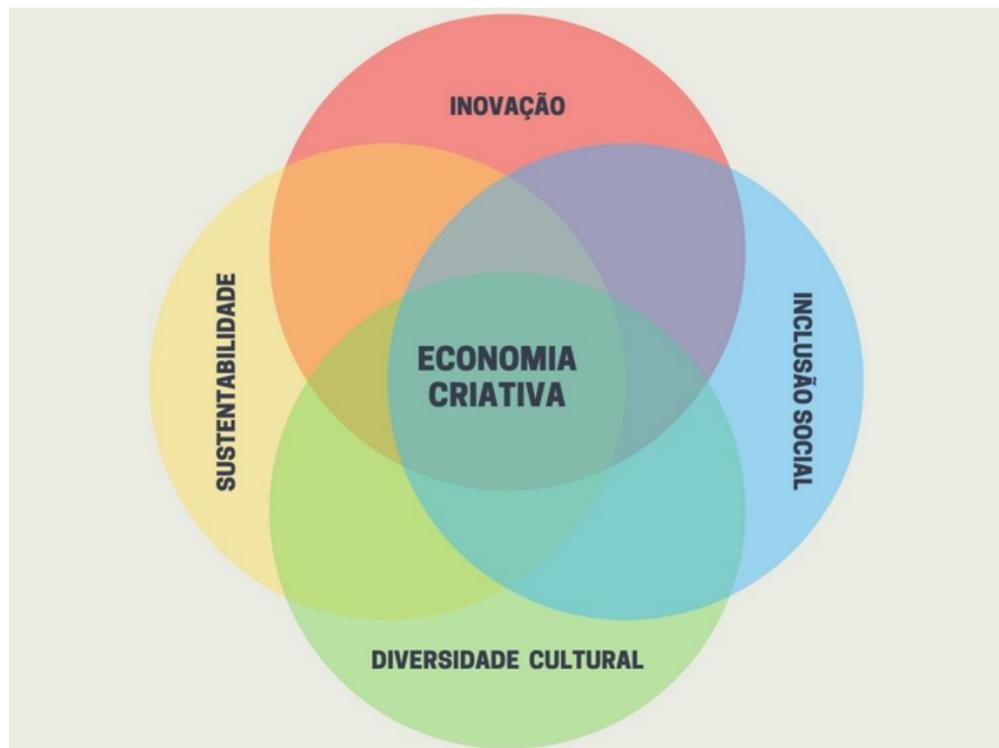
Infraestrutura Digital

Legislação

Estatísticas



ACÇÕES



Apoio/Suporte de modelos de governança

Inovação e Tecnologias Sociais

Promoção e Exportação

Empoderamento educacional e em infraestrutura

Recolha, compilação e análise de dados sectoriais





Diagnóstico e conclusão das recomendações



Apoio/Suporte de modelos de governança

Inovação e Tecnologias Sociais

Promoção e Exportação

Empoderamento educacional e em infraestrutura

Recolha, compilação e análise de dados sectoriais

Modelos de formação e políticas públicas na governanças das ICC

Mecanismos de proteção aos produtos das ICC e processos de regulamentação

Diplomacia cultural e programas de desenvolvimento

Infraestrutura básica para acessibilidade e preservação do património angolano e os fazedores de cultura

Promoção de iniciativas para levantamento de estatística e suporte para identificação das actividades das ICC



Criação de Vínculos com Redes Culturais e Criativas Internacionais

Perguntas Motivadoras

**Apoio/Suporte de
modelos de
governança**

Que iniciativas – governamentais e/ou privadas – de governança/articulação podem suportar a criação ou ampliação de networks internacionais dos empreendedores criativos angolanos?

**Inovação e
Tecnologias Sociais**

De que forma a inovação da gestão pública e a criação de tecnologias sociais pelos empreendedores criativos podem promover os produtos culturais/criativos angolanos no mercado internacional?

Promoção e Exportação

Quais ações concretas podem ser implementadas pelo governo e pelos próprios empreendedores criativos angolanos para a promoção das exportações de seus produtos?



Criação de Vínculos com Redes Culturais e Criativas Internacionais

Perguntas Motivadoras

**Empoderamento
educacional e em
infraestrutura**

Que iniciativas governamentais e privadas podem contribuir para a qualificação dos empreendedores culturais/criativos angolanos e para o fortalecimento da infraestrutura de criação e comercialização de seus produtos nos mercados internacionais?

**Recolha, compilação
e análise de dados
sectoriais**

De que forma o governo e os próprios empreendedores culturais/criativos podem usar a estatísticas e os indicadores culturais para criar e expandir o networking internacional dos empreendedores culturais/criativos de Angola?

Infraestrutura

Física

Formação

Coordenação e

Gestão

Taxonomia

Legislação

**Rede, parcerias e Mercado
Internacional Angolano**

Estatísticas

Propriedade

Intelectual

Financiamento

Marca&Imagem

Infraestrutura Digital

Próximo encontro

Quinta-feira, 08 de Junho

Divulgação e difusão das ICC: Acção em Angola

De 14h às 15h30



Train for Trade II

Programa Conjunto UE-CNUCED para Angola



Obrigada!

Caso tenha dúvidas, envie uma
mensagem para
camille@tempodehermes.com

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

