Estudo das áreas temáticas no "Domínio Prioritário 1 – Criação de Emprego" no âmbito do Programa Indicativo Plurianual da Cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia (PALOP-TL/UE)

Mónica González Bastos

Data de submissão: 14/03/2016

SUMÁRIO

Contenido

SUMÁRIO 1
AGRADECIMENTOS 4
SIGLAS E ABREVIAÇÕES 5
SUMARIO EXECUTIVO 7
I. INTRODUCÇÃO 10
II. ANÁLISE DO ÂMBITO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM MOÇAMBIQUE 12
II.1. QUADRO INSTITUCIONAL 12
II.1.1. MINISTÉRIO DA CULTURA E TURISMO 12
II.1.2. FUNDO DE DESENVOLVIMENTO ARTÍSTICO E CULTURAL-FUNDAC 13
II.1.3. INSTITUTO NACIONAL DE AUDIOVISUAL E CINEMA- INAC 14
II.1.4. INSTITUTO NACIONAL DO LIVRO E DISCO -INLD 15
II.2. SOCIEDADE CIVIL MAIS DESTACADA PARA AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS 15
II.2.1. AMOCINE 15
II.2.2. AMMO 15
II.2.3. Associação Nacional de Artesãos-ANARTE 16
II.2.5. Sociedade Moçambicana de Autores-SOMAS 16
II.3. QUADRO DE EMPREGO, EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS FISCAIS 16
II.3.1. EMPREENDEDORISMO 16
II.3.2. EMPREGO 17
II.3.3. POLÍTICAS FISCAIS 18
II.4. QUADRO DOS DIREITOS DO AUTOR 18
II.5. FINANCIAMENTO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS 19
II.6. OPORTUNIDADES FORMATIVAS 21
II.7. ARTESANATO 22
II.7.1. FORMAÇÃO 22
II.7.2. PRODUCÇÃO 22
II.7.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 23
II.7.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA 25
II.8. CINEMA E AUDIOVISUAL 25
II.8.1. FORMAÇÃO 26
II.8.2. PRODUCÇÃO 26
II.8.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 27
II.8.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA 27

II.9. MODA 28
II.9.1. FORMAÇÃO 28
II.9.2. PRODUCÇÃO 28
II.9.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 29
II.9.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA 30
II.10. MÚSICA 31
II.10.1. FORMAÇÃO 31
II.10.2. PRODUCÇÃO 33
II.10.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 34
II.10.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA 37
II.11. OUTRAS INDÚSTRIAS CULTURAIS 37
II.11.1. TURISMO 37
II.11.2. ARTES CÉNICAS 38
II.11.3. PUBLICIDADE E EVENTOS 38
III. PROPOSTAS DE ACÇÃO 40
IV. PRIORIZAÇÃO DAS PROPOSTAS DE ACÇÃO 42
ANEXOS 43
TABELA 1: INSTITUIÇÕES PUBLICAS DE CULTURA 43
TABELA 2: EVOLUÇÃO DO MINISTÉRIO DA CULTURA 46
TABELA 3: CENTRO DE ESTUDOS E DESENVOLVIMENTO DO ARTESANATO-CEDARTE 47
TABELA 4: RUUM Gallery 48
TABELA 5: FEIRA DE ARTESANATO, FLORES E GASTRONÓMICA DE MAPUTO-FEIMA 49
TABELA 6: FESTIVAL AZGO 50
TABELA 7: LISTA DE PROBLEMAS 0
TABELA 8: LISTADO DE PROBLEMAS E ACÇÕES 3
TABELA 9: DESCRITIVO DAS ACÇÕES PROPOSTAS 0
LISTA DE ENTREVISTADOS 1
LISTA DE DOCUMENTOS CONSULTADOS 2
TERMOS DE REFERÊNCIA 5
PLANO DE TRABALHO DETALHADO 11
1. CONTEXTO 11
1.1. As relações UE-PALOP 11
1.2. Os apoios à Cultura 12
2. JUSTIFICAÇÃO 12
2.1 Observações aos Termos de Referência 12
2.2 Riscos e pressupostos 13

Tabela 2: Riscos e Estratégias de Mitigação 13
3. ESTRATÉGIA 13
3.1. Descrição Sumária 13
3.2. Plano de trabalho 14
Fase I 14
Fase II 15
Fase III 15
3.3. Cronograma 16
SESSÃO DE *BRIEFING* DO PROGRAMA DE COOPERAÇÃO PALOP E TIMOR-LESTE COM A UNIÃO EUROPEIA 3
SESSÃO DE DE*BRIEFING* DO PROGRAMA DE COOPERAÇÃO PALOP E TIMOR-LESTE COM A UNIÃO EUROPEIA 6

AGRADECIMENTOS

A missão agradece a gentileza e a disponibilidade do pessoal da delegação da UE e do Ordenador Nacional de Moçambique.

Cabe parabenizar a disponibilidade e paciência dos agentes da cultura, tanto público como privados em Maputo, Beira e Pemba.

A qualidade das informações recolhidas e a boa disposição das pessoas encontradas permitiram a consultora desenvolverem um trabalho eficiente e em condições ótimas.

Gostaríamos de destacar, em particular, a colaboração da Senhora Laurinda Ignas Simão Sikota, na sua labor de assistência de pesquisa e revisão do relatório.

SIGLAS E ABREVIAÇÕES

AEMO: Associação de Escritores de Moçambique

ANARTE: Associação Nacional de Artesãos

AMMO: Associação de Músicos de Moçambique

AMOCINE: Associação de Cineastas de Moçambique

ARPAC: Instituto de Investigação Sociocultural

ATA: Aid to Artisans

BPP: Bibliotecas Provinciais Públicas

CADUP: Cada Distrito um Producto

CEDARTE: Centro para o desenvolvimento do artesanato

CNCD: Companhia Nacional de Canto e Dança

CPC: Casas Provinciais da Cultura

DPEC: Direcção Provincial de Educação e Cultura

DPTC: Direcção Provincial de Turismo e Cultura

ECA: Escola de Comunicaçã e Arte

ENAV: Escola Nacional de Artes Visuais

END: Escola Nacional de Dança

ENM: Escola Nacional de Musica

FUNDAC: Fundo Nacional de Desenvolvimento Artístico e Cultural

GACIM: Gabinete de Conservação da Ilha de Moçambique

INAC: Instituto Nacional de Audiovisual e Cinema

INC: Instituto Nacional de Cinema

INE: Instituto Nacional de Estatística

INEFP: Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional

INLD: Instituto Nacional do Livro e o Disco

IPEME: Instituto para a Promoção das Pequenas e Médias Empresas

IPEX: Instituto para a Promoção as Exportações

ISARC: Instituto Superior de Arte e Cultura

ISCTEM: Instituto Superior de Ciências e Tecnologias de Moçambique

ITC: Organização Internacional do Comercio

LAM: Linhas Aéreas Moçambicanas

MDG-F: Fundo para os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

MESE: Mecanismo de Subvenções Empresariais

MICULT: Ministério da Cultura

MICULTUR: Ministério da Cultura e Turismo

MUCHAI: Museu de Chai

MUREI: Museu Regional de Inhambane

MUSART: Museu Nacional de Arte

MUSET: Museu de Etnología de Nampula

MUSIM: Museus de Ilha de Moçambique

OIT: Organização Internacional do Trabalho

PALOP's: Países Africanos de Lingua Oficial Portuguesa

PEEC: Plano Estratégico de Educação e Cultura

PEC: Plano Estratégico da Cultura

PES: Plano económico e social

PESOD: Plano económico social e orçamento distrital

OE: Orçamento do Estado

PIREP: Programa Integrado de reforma da educação técnico-profissional

PEMES: Pequenas e médias empresas

SADC: South African Development Community

SIDA: Agencia de Cooperação Internacional Sueca

SOMAS: Sociedad Moçambicana de Autores

UEM: Universidade Eduardo Mondlane

UNCTAD: Conferência das Nações Unidas sobre Comercio e Desenvolvimento

UNESCO: Organização de Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura

SUMARIO EXECUTIVO

No quadro do 11º FED a vigorar até 2020, foi aprovado o Programa Indicativo Plurianual (MIP) da Cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia (PALOP-TL/UE), e dentro deste foi necessária a realização de uma série de estudos nacionais das áreas temáticas no "Domínio Prioritário 1 – Criação de Emprego", isto é, das indústrias criativas em cada país. Estes estudos nacionais serão ulteriormente analisados regionalmente para os consolidar num programa comum. É neste quadro que se realizou o presente estudo sobre as indústrias criativas em Moçambique. O estudo está focado para os aspectos de maior relevo para o programa (criação de emprego e projeção regional), assim como para os sectores previamente identificados pelo Governo de Moçambique (artesanato, cinema, moda e música). Dentro dos limites dum trabalho desta extensão, faz-se uma aproximação ao quadro institucional e normativo das indústrias criativas em Moçambique, assim como as cadeias de valor dos sectores de maior relevo. Tomando como base as diferentes problemáticas encontradas, o estudo propõe áreas de acção com os respectivos exemplos de acções concretas.

A institucionalidade relativa às indústrias criativas está numa situação de grande fraqueza em Moçambique. As instituições mais relevantes são o MICULTUR, criado em 2015, junto de outras instituições dependentes como o INAC, o INLD e o INATUR. Todas elas têm em primeiro lugar um problema de recursos humanos, que são escassos e pouco especializados; em segundo lugar, um problema organizativo, com planificações pouco definidas e com confusão de funções; e em último lugar, um grave problema de recursos financeiros, sendo os orçamentos do estado para esta área extremamente baixos. Junto destas instituições centrais, há que contemplar também as instituições descentralizadas, como as DPTC, as Casas da Cultura e os Departamentos distritais, que cumprem uma função importante nos serviços de proximidade (lastrados pela falta de orçamento) e têm um conhecimento em profundidade dos recursos culturais de cada província.

Junto das instituições, encontramos uma sociedade civil activa, no sentido de encontrar numerosas associações culturais por todo o país, mas pouco organizada, com unidades de pequeno tamanho e sem grande capacidade de advocacia. São incontornáveis as associações de nível nacional, como a AMMO, AMOCINE, AEMO, ANARTE ou SOMAS, que representam os interesses das indústrias criativas ao nível nacional, ainda que com grandes dificuldades organizativas. Outros elementos- chave nas cadeias de valor, como podem ser as salas de espectáculos ao vivo, não formam parte do movimento associativo.

Dado que as indústrias criativas são principalmente pequenas e mesmo micro empresas, é importante destacar o apoio do Governo às mesmas através da Estratégia para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas (2007) e a criação do IPEME, embora as empresas criativas desconheçam os programas de apoio e não têm tirado proveito deles. De especial relevo é o sistema de licenciamento simplificado do qual podem usufruir grande parte das empresas criativas e que facilita a sua formalização. Mas o maior problema continua a ser o acesso ao crédito, no que podem se beneficiar do apoio do IPEME. No âmbito do emprego se destaca a Estratégia de emprego e formação profissional (2006) que não contempla áreas culturais, assim como a Lei 23/2007 do Trabalho, que mesmo flexibilizando o mercado laboral, não dá respostas às necessidades particulares dos trabalhadores culturais, dai que muitos não estejam registados no INSS, e portanto fiquem com direitos laborais muito precários. Desde o ponto de vista fiscal, a introdução da figura do ISPC simplifica claramente as obrigações tributárias das pequenas empresas. Determinadas áreas das indústrias culturais estão afectadas pelo regulamento relativo a exportações, assim destaca o Decreto 10/81 de 25 de Julho relativo ao comércio de bens culturais completado pelo Diploma Ministerial 220-A/2002 de 17 de Dezembro que regula a saída de grande parte do artesanato dependendo da matéria prima. A importaçõe de bens culturais também está sujeita a taxas importantes, mesmo que a pauta fiscal aprovada por Lei 6/2009 de

10 de Março introduza isenções para certos bens, como instrumentos, com procedência da África do Sul ou da UE. No que tem a ver com os Direitos de Autor, Moçambique faz parte do convénio da WIPO desde 2013, e conta com a Lei 4/2001 de 27 de Fevereiro de Direitos de Autor assim como com o Decreto 4/2002 de 12 de Março do Código da Propriedade Industrial. No referido ao financiamento das indústrias criativas, o orçamento do estado é insuficiente para levar a cabo programas de apoio, e a Lei 4/93 de 13 de Setembro do Mecenato e o Decreto 29/98 de 9 de Junho contendo o seu regulamento, são normas obsoletas.

No referido às oportunidades formativas, não existem formações gerais sobre negócios criativos, mas sim sectoriais. Assim, destacam-se como instituições de ensino superior o ISARC (gestão cultural, artes visuais e desenho) e a ECA (comunicação audiovisual, música e teatro), assim como as Escolas Nacionais (artes visuais, dança e música) para graus básicos e médios.

No sector do artesanato a formação é informal, embora exista um currículo (não implementado) aprovado pelo PIREP. Assim, as formações do tipo profissional como as da CEDARTE têm grande importância para profissionalizar o sector. Os problemas de maior relevo na produção do artesanato têm a ver com o acesso a uma matéria prima protegida, como são as madeiras preciosas –âmbito regulado desde o ponto de vista da proteção da floresta-, e com o financiamento inicial da actividade. Frequentemente as unidades produtivas se configuram como associações, e menos comumente como cooperativas. A distribuição no nível nacional continua a fazer-se através de redes informais, estando a venda concentrada nas áreas urbanas e locais turísticos. As exportações cresceram nos últimos anos através de vários programas de desenvolvimento, mas as ligações com os mercados internacionais continuam a ser um dos elos mais fracos.

No sector do cinema encontramos uma fraqueza importante em todos os elos da cadeia de valor. Existem em Moçambique várias formações desde o ponto de vista técnico do audiovisual, suficientes para o mercado de trabalho existente, mas muito mais reduzida do ponto de vista artístico. O problema principal da produção é que mesmo existindo recursos humanos, não há financiamento de nenhum tipo para as filmagens, e apenas existem duas salas de cinema comercial em todo o país. As televisões tampouco participam regularmente na produção de filmes, e portanto, o sector está a espera da aprovação da futura Lei do cinema para reactivar as produções. Assim, as produtoras de audiovisual realizam trabalhos principalmente para as ONG e particularmente para o sector da publicidade.

O sector da moda é relativamente novo no país, ainda que existiu em seu momento uma importante indústria têxtil. Hoje não existem formações profissionais relativas a moda, e muito especialmente ao estilismo, mas sim de corte e costura através do INEFP. A produção de moda está segmentada em três tipos de abordagem: a produção artesanal dos alfaiates e costureiras, a alta moda (minoritária) de alguns estilistas; e as novas empresas de vocação urbana para a classe média. Os problemas de produção têm a ver com a ausência de uma indústria de tecelagem no país, que obriga a importação da matéria prima, assim como a escassa capacidade das unidades produtivas. Não existe, de momento, uma distribuição consolidada da alta moda, embora os esquemas de comercialização de alfaiates e costureiras funcionem por todo o país. A MFW é um evento anual de grande importância que colocou a moda como sector de interesse para uma parte da população e que está a construir ligações com outros mercados internacionais. Porém, a saída dos estilistas moçambicanos para o exterior, ainda é muito fraca.

O sector da música em Moçambique é muito activo mas muito pouco profissionalizado. Existem formações musicais, mesmo com alguma lacuna importante como a inexistência de um nível médio no país; mas não existem formações técnicas (técnico de som) ou de negócios. Relativamente a produção, os estudos profissionais estão concentrados nas áreas urbanas (Maputo e Beira), onde nos últimos anos tem aparecido uma grande quantidade de home studios,

a maioria não registados oficialmente. Existe portanto uma oferta suficiente para gravações e masterizações, no entanto, a fabricação do disco em muitos casos se ainda é feita na África do Sul. Existem poucas companhias de agenciamento, sendo que, na maior parte dos casos, os músicos gerem a sua carreira eles mesmos. O desenvolvimento do negócio musical digital é ainda muito deficiente. A música ao vivo no país se vê prejudicada pelos altos custos das digressões nas províncias, já que mesmo que exista um público interessado, o poder aquisitivo da população não permite uma bilheteria que cubra os custos da digressão. Isto tem a ver com o preço das deslocações, mas também com uma oferta muito pequena de serviços técnicos, o que faz com que os preços do som num espectáculo sejam muito altos. Isto levou a um grande desconhecimento dos próprios agentes musicais dos cenários das províncias, mesmo apesar da contínua presença de músicos nos programas de televisão. A música moçambicana é bastante desconhecida no exterior, embora os artistas de relevo tenham um papel internacional e façam digressões no estrangeiro, especialmente nos países europeus. As ligações com os mercados internacionais ficam fracas por várias causas, desde a fraca qualidade da produção, até os altos custos das deslocações e o desconhecimento dos próprios músicos de estratégias de internacionalização.

O sector do turismo está muito focado no turismo de sol e praia de alta gama, com pouca preocupação pelo turismo cultural além do da Ilha de Moçambique. Porém, o mercado doméstico está todavia sem explorar, e sendo que há uma classe média crescente no pais, parece que pode ser um âmbito de interesse.

O sector das artes cénicas, isto é, teatro e dança, estão artisticamente bastante desenvolvidos no país apesar das inúmeras fraquezas em formação e apoios para a produção, e tem encontrado um nicho de mercado novo nos espectáculos para turistas. A CNCD teve no passado uma grande projeção internacional, mas nos últimos anos as suas saídas são raras.

Finalmente, há que mencionar o sector dos eventos e da publicidade como dois âmbitos de crescente importância em Moçambique, e grandes empregadores de empresas criativas, especialmente do audiovisual, do desenho e da música.

Na base dos problemas identificados, três áreas de acção foram identificadas: a capacitação em empreendedorismo, o sector do artesanato e o sector da música. Recomenda-se vivamente que o programa se concentre prioritariamente num só destes âmbitos, para não contribuir a uma pulverização dos recursos e obter maiores impactos. Assim, a dimensão regional, sendo a particularidade do programa, deverá ser o critério a privilegiar, junto da visibilidade pública das actividades, que contribui para a consolidação do conceito "PALOP".

I. INTRODUCÇÃO

O presente estudo pretende, segundo o previsto nos TdR, oferecer informação sobre o potencial de criação de emprego dentro do âmbito das indústrias criativas em Moçambique, e a capacidade da cultura para criar rendimentos económicos. O estudo se ocupa de analisar os diferentes sectores das indústrias criativas para identificar possíveis actuações. Porém, antes de passar ao estúdo, é pertinente fazer algumas indicações.

Quando o conceito de indústrias criativas emergiu com força nos inícios do século XXI, com obras como as de Florida (2002), as expectativas que foram depositadas no potencial económico da cultura foram muito altas. Os estudos económicos feitos nessa época assinalavam um enorme crescimento da economia criativa e da percentagem de força laboral do sector nos valores globais das economias desenvolvidas. Dado que uma grande parte do trabalho criativo não é deslocalizavel logo se apontou a economia criativa como uma oportunidade para os países em desenvolvimento. Estudos mais recentes dão uma visão mais acurada dos potenciais da economia criativa. Assim, no estudo da KEA (2006) se indica que o crescimento da economia criativa é particularmente elevado nas economias mais desenvolvidas, isto é, quanto maior a economia, maior é a percentagem da economia criativa, sendo que a comodificação e monetização da cultura é mais dificultosa em economias com menor grau de desenvolvimento. Por outra parte, o crescimento é mais elevado nas indústrias relativas às NTICs e aos dereitos de autor patrimoniais (*copyright)*, ambas fora do que se conhece como o núcleo duro das indústrias culturais. Assim, a UNCTAD (2013) estabeleceu que: "Não deveriam ser colocadas expectativas irreais na economia criativa. Esta não pode resolver sozinha os problemas de pobreza ou desigualdade no desenvolvimento. Mas o desenvolvimento da economia criativa pode fazer parte integral de qualquer intento de rectificar as desigualdades sempre que o processo traga consigo mudanças estruturais amplas que assegurem que os trabalhadores criativos não estejam em desvantagem em relação com os outros trabalhadores". Portanto, existe um campo de acção na promoção da economia criativa focado em políticas concretas, mas as expectativas de rendimento económico devem ser prudentes num contexto como o moçambicano onde não existem as condições de base para estabelecer uma cultura de pagamento alargada.

O primeiro capítulo do estudo faz uma análise do âmbito das indústrias criativas em Moçambique. Inicia com considerações gerais sobre a institucionalidade cultural e a sociedade civil organizada, e segue com considerações relativas ao ambiente para o empreendedorismo cultural e a empregabilidade e as políticas fiscais. Uma vez estabelecido o quadro geral, abordar-se-á a situação dos diversos sectores das indústrias criativas. Um foco particular se colocará nos âmbitos de preferência manifestados pelo Governo de Moçambique, nomeadamente, artesanato, cinema, moda e música. Serão adicionadas considerações sobre outros sectores de relevo como o turismo cultural ou as artes ao vivo (teatro e dança). A análise basear-se-á nos elos das cadeias de valor sectoriais para identificar as fraquezas nas mesmas. Assim, serão identificados os estrangulamentos da cadeia e os problemas dos diferentes sectores.

O segundo capítulo recolhe uma série de propostas de acção. Estas propostas buscam dar resposta de forma directa aos problemas identificados no capítulo primeiro, fugindo assim de acções demasiado vagas no seu planeamento, e portanto com baixo impacto no contexto real de Moçambique. Aliás, as acções propostas buscam por uma parte construir sobre a base do que foi feito com anterioridade, e por outra parte, identificar actividades e agentes que garantam a qualidade na implementação e a sustentabilidade das mesmas.

O terceiro capítulo ocupa-se da priorização das acções propostas, tendo em conta os recursos do programa a implementar e as sinergias entre as diferentes actividades. Para a priorização serão utilizados critérios básicos como o contexto político ou o desenvolvimento cultural, e muito especialmente os elementos a incluir no programa posterior: emprego, inclusão de mulheres e jovens, dimensão regional. A dimensão do emprego inclui dois aspectos, por uma parte a construção de capacidades –formação, e por outra parte o potencial de criação de emprego das actividades. Mas retomando o estudo da KEA (2006:73), o emprego nos sectores criativos tem elementos característicos, como altos níveis de auto-emprego, de emprego a tempo parcial e de pessoas que combinam mais de um emprego. Nestas circunstâncias, no que refere ao emprego será valorizado positivamente o impacto na melhora das circunstâncias laborais dos trabalhadores criativos, tanto como a capacidade de criar novos empregos. No que tem a ver com a dimensão regional, este é o elemento particular que diferencia o futuro programa de outros programas de apoio o sector cultural. O rasgo distintivo é o apoio à consolidação de um espaço PALOP e de mercados entre estes países lusófonos. Porém, a UNCTAD (2013) mostrou que as estratégias de regionalização dos produtos culturais nem sempre são as que têm mais impacto no desenvolvimento dos sectores criativos locais. Portanto, nem sempre será possível encontrar actividades que actuem positivamente nos dois níveis ao mesmo tempo.

II. ANÁLISE DO ÂMBITO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM MOÇAMBIQUE

II.1. QUADRO INSTITUCIONAL

A institucionalidade cultural de Moçambique integra uns órgãos centrais com outros órgãos descentralizados. Dentro dos órgãos centrais destaca-se o actual Ministério de Cultura e Turismo-MICULTUR, com toda uma série de instituições subordinadas (Biblioteca Nacional, Museu Nacional de Arte-MUSART, Museu da Ilha de Moçambique-MUSIM, Museu de Chai, Escola Nacional de Dança, Escola Nacional de Música, Escola Nacional de Artes Visuais-ENAV, Instituto Nacional do Turismo-INATUR) e de instituições tuteladas (ARPAC, Museu Nacional de Etnologia, Instituto Superior de Arte e Cultura-ISARC, Gabinete de Conservação de Ilha de Moçambique-GACIM, Fundo de Desenvolvimento Artístico Cultural-FUNDAC, Instituto Nacional do Audiovisual e o Cinema-INAC, Instituto Nacional do Disco e o Livro-INLD, e Companhia Nacional de Canto e Dança-CNCD). No nível provincial destacam-se as actuais Direcções de Cultura e Turismo, junto das Casas da Cultura (para mapa completo das instituições culturais consultar tabela 1 nos anexos). De entre estas instituições prestaremos atenção somente àquelas de mais relevo para as indústrias criativas.

II.1.1. MINISTÉRIO DA CULTURA E TURISMO

A última reconfiguração da institucionalidade cultural criou no princípio de 2015 o novo Ministério da Cultura e Turismo (MICULTUR, **Decreto presidencial 10/2015**) que substitui o extinto e de curta vida Ministério da Cultura (4 anos- para ver a evolução histórica ver tabela 2 nos anexos). Esta configuração particular, juntando cultura e turismo, dá-se por primeira vez em Moçambique. A lógica subjacente é que a cultura é um grande valor para o turismo e portanto um pelouro compartilhado favoreceria as sinergias entre ambos sectores. Porém, a estratégia de turismo integra o turismo cultural só muito parcialmente, e doutra parte, as estruturas dos antigos ministérios continuam a funcionar quase separadamente no momento. Na fronte do ministério se encontra Silva Dunduro, artista plástico e funcionário da cultura de longa data, foi o director do ARPAC na Beira. A vice-ministra Ana Camoana, já ocupara funções no antigo Ministério de Turismo antes de ser nomeada governadora de Manica. Como Secretário Permanente está Domingos Artur, homem de longa experiência no sector, já que ocupou diferentes Direcções Gerais e foi assessor do ministro. O Ministério conta com três direcções nacionais e vários departamentos. Duas direcções estão viradas para a cultura: a Direcção Nacional de indústrias culturais e criativas – dirigida por José Pita, na qual foram suprimidas as antigas Direcção Nacional de Indústrias Criativas e a Direcção Nacional de Acção Cultural; a Direcção Nacional do Património Cultural – que funciona na Casa de Ferro, sob a direcção de Solange Macamo, e uma está dedicada ao turismo, a Direcção Nacional do Turismo – dirigida por Eduardo Zuber.

O MICULTUR tem três mecanismos básicos de coordenação, o Conselho Coordenador, que se reúne ordinariamente uma vez ao ano e da qual participam os Directores Nacionais e Chefes de Departamento, Titulares de instituições subordinadas e tuteladas e os Directores Provinciais; o Conselho Consultivo, com participação dos órgãos centrais que se reúne duas vezes ao mês; e o Conselho técnico, que reúne os postos directivos do ministério uma vez por semana.
Com respeito ao orçamento do ministério, sofreu variações com o mudança de estructura. O montante total é de cerca de 10M€ anuais. No geral os gastos correntes têm um grande peso no organismo frente aos gastos de investimento, rondando uma distribuição de 70%/30%, e dentro dos gastos correntes, com um grande peso da rúbrica salários, que alcança 20% do total.

ORÇAMENTO DO MICULTUR 2015 (Unidades: 10^3 MT)					
Despessas com pessoal	**Bens e serviços**	**Outros**	**Total Funcionamento**	**Total Investimento**	**TOTAL**
101.190,54	200.640,82	39.609,99	341.441,35	149.766,94	491.208,29
% Funcionamento	**% Funcionamento**	**% Funcionamento**	**% Total**	**%Total**	
29,6%	58,7%	11,6%	69,51%	30,48%	
% Total	**% Total**				
20,6%	40,8%				

No âmbito da cultura o MICULTUR conta com dois regulamentos básicos, a **Política da Cultura** e o **Plano estratégico da Cultura**. A política cultural vigente em Moçambique data de 1997, (**Resolução nº12/97 de 10 de Junho: Política Cultural de Moçambique e estratégia de implementação**). É portanto uma política já antiga que não se ajusta as actuais circunstâncias do sector. Baseada nas conclusões e recomendações da I Conferência Nacional da Cultura celebrada em 1993, trata de ser uma política omni-compreensiva, apesar do objectivo da construção de uma identidade nacional ser prioritário. Depois de um Plano estratégico partilhado com o sector da educação, o antigo MICULT aprovou em 2012 o **Plano estratégico da Cultura 2012-2022**, baseado em quatro programas, nomeadamente: 1/ A gestão do sector cultural; 2/ A cultura como factor de geração de rendimento; 3/ A cultura como elemento de identidade e coesão social; 4/ A dimensão transversal da cultura nos domínios político e social. Até os dias de hoje pouco ou nada se tem adiantado na implementação da dita estratégia. Esta falta de implementação tem a ver com a fraqueza dos recursos humanos e financeiros, mas também com alguma falta de vontade política, já que nos sucessivos PES não aparecem recolhidas as actuações estratégicas do PEC.

Relativamente as indústrias criativas, o MICULTUR conta com uma série de regulamentos sectoriais que serão comentados mais abaixo, no entanto é preciso aqui anotar a questão da realização de uma **Política das indústrias culturais**. No quadro do anterior MICULT e da criação da DNPIC, que por primeira vez trazia em Moçambique as indústrias culturais como grande prioridade do governo, encarregou-se com financiamento do MDG-Fund a preparação de uma Política das indústrias culturais. Os trabalhos relativos a mesma incluíram extensas consultas com os agentes públicos e privados, assim como com a sociedade civil, e contaram com a participação da consultora Lala Deheinzelin, que no ano 2011 procedeu com a entrega do documento. A partir desse momento, a DNPIC trabalhou no documento incluindo sucessivas transformações mas o documento nunca chegou a ser aprovado. Em 2015, o MICULTUR entregou novamente o documento a um consultor –nacional- para a sua finalização, sem que constem consultas adicionais aos *stakeholders*. Aparentemente, o documento assim revisto poderia ser entregue e aprovado neste ano 2016, mas não há garantias.

II.1.2. FUNDO DE DESENVOLVIMENTO ARTÍSTICO E CULTURAL-FUNDAC

O FUNDAC é um organismo que se dedica principalmente à concessão de subvenções para o desenvolvimento de projectos culturais e artísticos, ainda que mais conhecido pela entrega de prémios anuais no âmbito artístico. A presidente do Conselho administrador, María Angela Khane, hoje funcionária da Agência Tributária, esteve vinculada ao sector cultural por muito tempo, ocupando diferentes direcções nacionais. Nos últimos anos o orçamento do FUNDAC tinha sido aumentado de forma importante, porém, no último ano (2016) ficou reduzido a um montante quase simbólico. Nestas condições o apoio que pode dar para o sector cultural é mínimo.

ORÇAMENTO DO FUNDAC 2015 (Unidades: 10^3 MT)					
Despessas com pessoal	**Bens e serviços**	**Outros**	**Total Funcionamento**	**Total Investimento**	**TOTAL**
1.731,14	533,99	14.492,54	16.757,67	1.300,00	18.057,67
% Funcionamento	**% Funcionamento**	**% Funcionamento**	**% Total**	**%Total**	
10,3%	3,1%	86,4%	92,8%	7,1%	
% Total	**% Total**	**% Total**			
9,5%	2,95%	80,2%			

Embora os evidentes problemas orçamentais, o FUNDAC tem outros problemas importantes, como o próprio mecanismo de financiamento. Não existe um convite aberto e competitivo com critérios de selecção claros para os projectos subsidiados, mas os projectos são seleccionados a medida que os pedidos vão entrando e dependendo do parecer particular do conselho administrador. Isto implica uma grande discricionaridade do FUNDAC e numerosas controvérsias com os agentes culturais. O FUNDAC esteve também no centro do desenvolvimento da ideia do Banco da Cultura que daremos conta mais adiante.

II.1.3. INSTITUTO NACIONAL DE AUDIOVISUAL E CINEMA- INAC

Com diferentes nomes, este organismo é se calhar um dos mais antigos do sector cultural. Foi criado, tal e como existe hoje pelo **Decreto 41/2000 de 31 de Outubro**, e tem por atribuições o estudo, o regulamento, fiscalização e a promoção do audiovisual e da actividade cinematográfica nacional. O seu director, Djalma Lourenço, indica como sendo as três grandes prioridades do INAC as seguintes: 1/Conservação do património cinematográfico –digitalização; 2/ Desenvolvimento da legislação relativa ao audiovisual –prevista aprovação da Lei do cinema em 2016-; 3/ Criação do Fundo de fomento à produção- previsto na nova Lei do cinema.
Com respeito a primeira das prioridades, o INAC tem contado com o apoio de parceiros internacionais, nomeadamente do IPAX com o financiamento da SIDA. Igualmente vários técnicos foram formados em Portugal mediante outras parcerias.

Apesar das instalações do INAC terem sido reabilitadas depois de 2010, a sua actividade continua a ser muito baixa, especialmente se se tomar em conta que a direcção aponta como uma tarefa imprescindível a criação de audiências. Assim, a sua actividade pública fica reduzida a alguma exibição de filmes – como no programa *Olhar do cine*, e a colaboração com festivais audiovisuais. Aliás, o INAC é responsável pela emissão de alvarás relativos as produções audiovisuais.

O INAC conta com delegações na Beira e Nampula, delegações que tem actividade nula. Os orçamentos do INAC são fracos no geral, e não conta com fontes de recursos próprios, já que é responsável pela colecta da taxa de 10% da arrecadação dos cinemas, que reverte ao OE e não ao próprio INAC. Ainda há que constatar que devido à situação do cinema, com apenas duas salas profissionais a funcionar no país, este montante é quase simbólico.

ORÇAMENTO DO INAC 2015 (Unidades: 10^3 MT)					
Despessas com pessoal	**Bens e serviços**	**Outros**	**Total Funcionamento**	**Total Investimento**	**TOTAL**
11.863,36	13.747,06	489,21	26.099,63	18.265,00	44.364,63
% Funcionamento	**% Funcionamento**	**% Funcionamento**	**% Total**	**%Total**	
45,45%	52,67%	1,87%	58,82%	41,17%	
% Total	**% Total**				

26,74%	30,98%

II.1.4. INSTITUTO NACIONAL DO LIVRO E DISCO -INLD

Existe desde 1975, quando era uma Direcção Nacional. Em 1991 tomou a sua forma actual para adaptar-se as novas necessidades. O INLD se criou por Decreto 4/91 de 3 de Abril. Uma estrutura que reúne dois âmbitos tão diferentes como a música e o livro, com produções e distribuições muito distintos, é no mínimo curiosa. O INLD tem principalmente funções de fiscalização, mas está também relativamente activo na realização de feiras de promoção.

Sob a anterior direcção de Boaventura Afonso trabalhou com o apoio do MDG-F no âmbito da antipirataria, com resultados pouco visíveis. O actual director, Francisco Esaú Cossa –Ungulane Ba Ka Cossa- é um dos mais destacados escritores do continente. Das instituições tuteladas é uma das que menos aumentou o orçamento nos últimos anos, com taxas muito baixas de execução.

ORÇAMENTO DO INLD 2015 (Unidades: 10^3 MT)					
Despessas com pessoal	**Bens e serviços**	**Outros**	**Total Funcionamento**	**Total Investimento**	**TOTAL**
4.295,66	3.214,46	980,15	8.490,27	5.478,00	13.968,27
% Funcionamento	**% Funcionamento**	**% Funcionamento**	**% Total**	**%Total**	
50,59%	37,8%	11,54%	60,78%	39,21%	
% Total	**% Total**				
30,75%	23,01%				

II.2. SOCIEDADE CIVIL MAIS DESTACADA PARA AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

II.2.1. AMOCINE

Agrupa realizadores e técnicos audiovisuais desde 2002. Trabalham fundamentalmente com o apoio de diferentes parceiros. Assim, com o financiamento francês criaram um fundo de 90.000 € para o financiamento de produções, e com o financiamento italiano adquiriram aparelhagem para dar formação no audiovisual e fazer difusão de filmes. Tem organizado vários ciclos de cinema moçambicano, e foi um agente activo na preparação da futura Lei do cinema. O carácter representativo da AMOCINE é fortemente colocado em questão pelas gerações mais novas, já que estas entendem que só representa a um núcleo de autores com carreiras já consolidadas, algo que tem a ver com a paralisia do por mais de vinte anos.

II.2.2. AMMO

Reúne músicos, produtores e distribuidores musicais há mais de vinte anos. Até 2008 a AMMO funcionou sob uma mesma direcção não eleita, o que provocou uma gestão pouco transparente e o descontentamento dos sócios. Em 2008 convocou-se uma Conferência Nacional donde resultou eleito como Secretário-geral Domingos Macamo, historicamente vinculado a Rádio Moçambique. A mudança na direcção coincidiu com um apoio dinamarquês que permitiu acometer a modernização da AMMO, especialmente no que tem a ver com as transformações administrativas e as melhoras nas infra-estruturas. Contaram igualmente com apoio da Embaixada dos EUA e da UNESCO, no entanto desde 2011 não tem parceiros externos, e as quotas dos membros (50 meticais) não são suficientes para cobrir os custos da AMMO. Foca-se especialmente em estabelecer um quadro regulador do trabalho do músico, criando um Código Ético do Músico, que contempla melhoras na sua contratação e na protecção social. Firmaram um acordo com a

Associação de Médicos para a provisão de serviços médicos para os membros, mas este acordo não foi renovado e portanto não está vigente.
Contam com uma escola de música, com um único professor, na qual estudam em torno de 30 alunos. Aliás, tem um centro social onde realizam concertos todas as semanas e contam com um estudo de gravação de qualidade média que oferece preços bonificados para os sócios.

II.2.3. Associação Nacional de Artesãos-ANARTE

Fundada em 2010, aspira a ser um órgão de representação para os artesãos ao nível nacional, ainda que de momento tem um alcance focado na região de Maputo. O nascimento da ANARTE tem a ver com o apoio directo do MDG-F ao artesanato, sendo que colaborou em 2011 com a criação da estratégia para a associação. Todavia é uma associação com grandes fraquezas organizativas e de comunicação.

II.2.5. Sociedade Moçambicana de Autores-SOMAS

Constituída em 1998, a SOMAS é a associação que tem a responsabilidade da recolha e distribuição dos direitos de autor em Moçambique. O Secretário-geral é Domingos Carlos Pedro, escritor. Está organizada em quatro departamentos, literatura, artes visuais, música, e moda. Os seus resultados são fracos. Tem um muito baixo nível de afiliação –muitos músicos moçambicanos preferem fazer parte da SAMRO, a sociedade sul-africana, que garante uma gestão mais profissional-; e a sua capacidade arrecadatória é mínima, já que só a Rádio Moçambique paga direitos de forma regular, sendo que nenhuma das televisões, a pesar dos MoUs assinados, cumprem regularmente com os pagamentos. Tampouco tem capacidade para arrecadar dos negócios privados, bem seja de música ao vivo ou pelo uso das gravações. Apesar de ser uma das organizações privilegiadas pelo MDG-F, a SOMAS não tem melhorado os seus resultados. Isto tem a ver tanto com os seus recursos limitados para a fiscalização, como com a nula vontade política de implementar as leis sobre os direitos de autor.

Como consequência, a SOMAS não tem a capacidade de registar obras de forma acurada – por exemplo, no caso da música registaram uma gravação e não a partitura, e tampouco de distribuir os ganhos de forma justa entre os membros.

II.3. QUADRO DE EMPREGO, EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS FISCAIS

II.3.1. EMPREENDEDORISMO

A maior parte das empresas culturais em Moçambique são pequenas empresas (mesmo microempresas). O Governo de Moçambique, ciente de que as Pequenas e Médias Empresas representam 89,5% das empresas registadas no país, lançou em 2007 a **Estratégia para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas**, que não se ocupa de sectores prioritários, mas fixa objectivos para a melhora do contexto de criação e sustentabilidade das PEME, entre eles, as referidas facilidades de financiamento de empresas mediante a garantia ao crédito, a flexibilização dos trâmites administrativos ou a revisão das cargas fiscais.

Neste sentido criou-se o **Instituto de Promoção das Pequenas e Médias Empresas-IPEME**, que oferece uma grande quantidade de serviços de apoio e acompanhamento para os empreendedores que de momento não estão a ser aproveitados pelos empreendedores culturais. Entre as suas actividades mais destacáveis estão os CORES, centros de informação e formação em empreendedorismo localizados em alguns distritos. O Programa CADUP –Cada distrito um

produto- também teve resultados positivos. No âmbito do financiamento de empresas o IPEME tem um importante trabalho de informação, e de apoio indirecto, já que o seu Departamento de Assistência Financeira orienta os empreendedores sobre financiamentos comerciais e acompanha-os na preparação dos documentos precisos para as solicitações. Aliás, o IPEME conta com o FECOP- Fundo empresarial da cooperação portuguesa-. Por outra parte, espera poder reactivar o MESE com uma segunda fase que deveria melhorar as áreas de cobertura. Este programa de comparticipação do governo no investimento das empresas oferecia as PEME até 50% do custo das suas actividades, percentagem que se elevava até 70% para as microempresas, com um limite de 70.000 $ por empresa para um período de 5 anos. No caso das associações a percentagem incrementa-se até 75% do custo de actividades sem ultrapassar os 25.000 $ cada 5 anos. Igualmente, o IPEME está focado na implementação de incubadoras empresariais. Pelo momento tem um modelo piloto na Matola.

Por outra parte, foi posto em funcionamento um sistema de licenciamento simplificado para as PEMES de uma grande parte de actividades, modelo do que poderiam beneficiar-se a quase totalidade das empresas criativas.

Neste sentido é importante fazer destaque das dificuldades que os produtores culturais encontram para transformar a sua actividade, de carácter maiormente informal, em empresas legalmente constituídas. Isto tem que ver com um escasso conhecimento dos modelos de negócios e dos trâmites administrativos e de contabilidade que implica o funcionamento de uma empresa. Não existem formações práticas em empreendedorismo disponíveis.

Porém, uma das maiores dificuldades das empresas criativas é o acesso ao crédito. Sendo que são consideradas empresas de alto risco pelos bancos comercias – que muitas vezes não conhecem a mecânica do sector- é difícil que empréstimos lhes sejam concedidos. Mas mesmo antes de chegar a este ponto, há que ter em conta que as PEME podem chegar a pagar até 25% de juros em créditos comerciais, custos impossíveis de suportar para empresas com rendimentos reduzidos.

II.3.2. EMPREGO

A Estratégia de emprego e formação profissional foi lançada pelo governo em 2006, com um grande foco na formação ligada a empregabilidade. Porém, as oportunidades formativas apresentadas pela estratégia não estão a ser aproveitadas pelo sector das indústrias criativas. No âmbito do emprego, a última reforma da Lei do Trabalho (**Lei 23/2007**) liberalizou consideravelmente o mercado do trabalho baseando-se em três princípios: o aumento da flexibilidade na contratação, a redução dos custos laborais mediante o recorte nas compensações e períodos feriados, e mudanças na negociação e a resolução dos conflitos laborais. A lei está pensada para incentivar a contratação, mas os empresários do sector criativo continuam a ver os contratos laborais como um dos grandes desafios para negócios com fraco volume de negócios. Assim, muitos empresários, apesar de contar com empregados a tempo inteiro, não formalizam a contratação dos mesmos, e portanto, estas pessoas não tem os benefícios do INSS. Neste sentido, também é importante destacar as reformas feitas no INSS para os trabalhadores por conta própria que permite a trabalhadores culturais intermitentes aceder com pequenas contribuições a este sistema. Porém, poucos são os que se registam voluntariamente.

II.3.3. POLÍTICAS FISCAIS

Desde o ponto de vista das obrigações fiscais gerais, a introdução do **ISPC**, apresenta indubitáveis vantagens para as empresas com pequenos volumes de negócios (igual ou inferior a 2.500.000MT), ao substituir todas as taxas por um único pagamento de 75.000MT anuais ou por 3% sobre o volume de negócios anual a ser pago trimestralmente. Evidentemente, as empresas de maior tamanho continuam a estar sujeitas a taxas ordinárias. Além das taxas nacionais, as empresas estão também sujeitas a taxas municipais que nem sempre são bem conhecidas ou fiscalizadas.

Além do referido propriamente as políticas fiscais, é relevante também a regulação do comércio de bens culturais. Este comércio está regulado no **Decreto 10/81 de 25 de Junho**, no qual se detalham as condições relativas aos materiais, quantidades e bens protegidos. Este decreto é completado pelo **Diploma Ministerial 220-A/2002 de 17 de Dezembro**, que busca clarificar as condições de exportação dos bens culturais, nomeadamente objectos artísticos e de artesanato. Este regulamento é pouco conhecido pelos agentes de alfândegas, o que provoca vários problemas aos turistas no momento de sair do país. Também no âmbito do comércio de bens cultural é de destaque o relativo às taxas de importação, já que os preços do material de produção, especialmente o tecnológico, são uma das reclamações constantes dos agentes culturais. Assim, as importações de instrumentos musicais, considerados produtos de luxo, pagam 80% de IVA, enquanto os produtos tecnológicos pagam 40%. É evidente que a pressão fiscal sobre estes produtos é muito alta. Porém, a pauta fiscal aprovada pela Lei 6/2009 de 10 de Março estabelece que os instrumentos musicais provenientes da SADC ou de EU estão isentos de imposto, uma pauta que nem sempre é cumprida por falta de conhecimento tanto dos agentes de alfandegas como dos próprios agentes culturais.

II.4. QUADRO DOS DIREITOS DO AUTOR

A protecção da propriedade intelectual e a gestão de direitos do autor e conexos é um dos grandes temas legais das indústrias culturais, até ao ponto de alguns sistemas, como o dos EUA, falarem em indústrias de *copyright*.

O Conselho de Ministros ratificou a Convenção de Verna por Resolução 13/97, mas a ratificação não foi depositada na WIPO até 22 de Novembro de 2013, data a partir da qual Moçambique faz parte dos instrumentos internacionais de protecção dos direitos de autor. Porém, em 2001 aprovou a **Lei 4/2001 de 27 de Fevereiro de Direitos de Autor**. A lei permanece praticamente sem aplicação por vários motivos: em primeiro lugar não existe um regulamento da lei que especifique os procedimentos e multas concretas previstas para a violação da lei, fazendo com que as consequências desta violação pareçam pouco gravosas, especialmente num contexto em que nem a polícia nem as autoridades fiscalizadoras têm actuado contra os incumprimentos sistemáticos da lei. Assim, apesar de se ter lançado "campanhas antipirataria", estas estão viradas mais para a destruição de objectos reproduzidos ilegalmente que para obrigar aos pagamentos devidos pelos grandes usuários, como podem ser as televisões. Em segundo lugar, as sociedades de gestão de direitos do autor, nomeadamente a SOMAS, não têm capacidade nem representativa nem arrecadatória, e, portanto, os mecanismos pelos quais se poderiam fazer efectivos os direitos do autor são muito fracos. O MDG-F preparou um texto para uma nova lei de direitos de autor, que foi remitida para o antigo MICULT, mas esta nunca foi aprovada. Também no quadro do MDG-F a SOMAS recebeu um importante apoio, e entre outros, foi desenhada uma nova estratégia, contudo os resultados não foram positivos.

Na realidade, as "campanhas antipirataria" lançadas pelas instituições moçambicanas tem muito a ver com a pressão dos parceiros internacionais, mas não correspondem com uma reflexão sobre os diferentes modelos de exploração dos direitos de autor e modelos alternativos de exploração (por exemplo a promoção dos licenciamentos mais do que a cobrança por venda de original); sobre o custo/benefício das medidas de protecção actuais em relação com outras estratégias de promoção das indústrias culturais, nem sobre o que representam os novos modelos de negócio digital no âmbito das indústrias de *copyright*.

Nesta situação produzem-se situações como a de artistas reivindicando os seus direitos de autor quando as obras não foram nunca registadas, ou as instituições públicas tentando proibir a reprodução de obras de folclore, dado que estas são propriedade do estado. Existe no geral um grande desconhecimento do que são os direitos do autor e conexos, que tipo de obras podem ser registadas, como e donde, além de modelos paralelos de exploração dos mesmos, que são, nos dias de hoje, os mais lucrativos.
Esta lei geral se completa com regulamentos específicos para obras de cinema e música que serão comentados mais abaixo.

No referido ao **Código da Propriedade Industrial este foi aprovado por Decreto 18/99, e refundido pelo Decreto 4/2006 de 12 de Abril**, com um conteúdo concordante com as posturas da OMC. A responsabilidade pela propriedade industrial é do Instituto da Propriedade Industrial-IPI, dependente do Ministério da Indústria e Comércio. O registo no IPI é de especial relevo tanto para o registo de marcas e logos que afectam as empresas, como o registo de certos objectos vinculados ao artesanato de alta gama. Porém, as indústrias criativas não têm feito até o momento uso do mesmo. Entre as explicações está o desconhecimento da regulação e processos, mas também a convicção que o processo de registo não tem tantas vantagens, sendo que uma mínima modificação num objecto é suficiente para criar um novo registo.

II.5. FINANCIAMENTO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS

O modelo de financiamento da cultura em Moçambique é basicamente público, com uma aportação marginal mas crescente do sector privado. As contribuições públicas estão formadas tanto pelo OE como por contribuições de parceiros internacionais. Quando estas últimas são canalizadas para as instituições do estado, são relativamente simples de contabilizar, já que aparecem nos relatórios financeiros oficiais. Contudo, os apoios através de ONGs e Associações são quase impossíveis de contabilizar nesta altura, já que não existe nenhum sistema de controlo. Nos OE o valor da cultura fica difícil de contemplar, toda vez que no nível das províncias a cultura aparece ligado a outros setores (antes educação, agora turismo), e só algumas rubricas aparecem refletidas nos OE.
Mas algumas tendências podem ser destacadas no financiamento público. Em primeiro lugar que existem graves problemas de planificação, com incoerências nos valores globais com respeito aos das instituições culturais, o que dificulta uma análise real dos fluxos orçamentais. Em segundo lugar, o financiamento da cultura está claramente estancado há anos, com valores extremamente baixos que visam apenas cobrir os gastos correntes das instituições mas que impedem de levar a cabo qualquer programa de apoio real ao desenvolvimento cultural. Em terceiro lugar, o gasto em cultura está excessivamente centralizado, o que impede que existam serviços culturais de proximidade – grandes clientes das indústrias criativas, e o que faz que o MICULTUR esteja a actuar mais como um programador cultural do que como um órgão de ordenação do sector. Assim,

os dois grandes gastos públicos na cultura são os salários dos agentes públicos e a organização do Festival Nacional da Cultura.

ORÇAMENTO DO SECTOR CULTURAL 2015 (Unidades: 10^3 MT)			
INSTITUIÇÃO	FUNCIONAMENTO	INVESTIMENTO	TOTAL
Comissão Nacional da UNESCO	15941,63	3994,54	19936,17
MICULTUR	341441,35	149766,94	491208,29
INATUR	58955,96	96,58,87	58955,96
ENAV	11751,05		11751,05
ISARC	57883,23	36260	94143,23
END	6325,44	39000	45325,44
ENM	6202,39	4221,17	10423,56
FUNDAC	16757,63	1300	18057,63
INAC	26099,63	18265	44364,63
INLD	8490,27	5478	13968,27
CNCD	10354,24	14000	24354,24
ARPAC	13703,81	23697	37400,81
ARPAC Maputo Cidade	9977,18		9977,18
ARPAC Maputo Provincia	8790,3		8790,3
ARPAC Gaza	5777,16	2520	8297,16
ARPAC Sofala	5914,35	603	6517,35
ARPAC Manica	4308,92		4308,92
Casa Provincial da Cultura Chimoio		2500	2500
ARPAC Tete	4475,77	2250	6725,77
Casa Provincial da Cultura de Tete		2700	2700
ARPAC Cabo Delgado	3284,23		3284,23
Biblioteca Provincial Pemba		4394,86	4394,86
ARPAC Niassa	3494,48	6705	10199,48
Casa Provincial da Cultura Lichinga		450	450
TOTAL	**619929,02**	**318105,51**	**938034,53**

No relativo o financiamento privado da cultura, não existem pelo momento dados fiáveis. Está em vigor a **Lei do mecenato 4/93 de 13 de setembro**. A lei demorou quatro anos em ter o seu regulamento, aprovado por **Decreto 29/98 de 9 de junho**. A lei, a sua implementação e a sua fiscalização tributária correspondem ao Ministério das Finanças, com o qual o MICULTUR deveria trabalhar em qualquer possível transformação. Nos últimos tempos a Lei do Mecenato é alvo de discussões, e os agentes da cultura, de todos os sectores, reclamam uma revisão da mesma como solução para o financiamento da cultura. Certamente existe um grande desconhecimento sobre a lei do mecenato entre os potenciais beneficiários, além de uma correspondência fraca entre os estímulos tributários previstos e a realidade actual. Diversos intentos de revisão foram feitos, o último no quadro do programa ACP-EU de apoio ao sector cultural, mas nada se tem avançado. É importante a revisão das oportunidades de mecenato, contudo a publicação de uma nova lei, por si mesma, não será suficiente, se não se coloca um sistema canalizador deste mecenato (por exemplo, na forma de um fundo, como existe em países como Brasil), assim como se não se melhora a arrecadação fiscal no pais.

Aliás, algumas grandes empresas em Moçambique estão a fazer financiamento da cultura sem acudir aos esquemas do mecenato, dentro do âmbito do marketing, especialmente empresas como Vodacom, M-Cel ou Cocacola. Algumas destas empresas investiram enormes quantidades em eventos musicais nos passados anos, mesmo que a actual situação económica tenha levado para uma redução radical destas contribuições. O problema é, portanto duplo, de uma parte, estes investimentos não são constantes, e doutra, são focados para determinados tipos de actividades culturais, o que deixa as manifestações menos comerciais ou visíveis das indústrias culturais sem financiamentos deste tipo.

II.6. OPORTUNIDADES FORMATIVAS

No referido as oportunidades formativas no âmbito das indústrias criativas, há que distinguir as oportunidades de formação formal das não formais.

Dentro do âmbito formal destacam as instituições vinculadas ao MICULTUR. Em primeiro lugar o **Instituto Superior de Arte e Cultura-ISARC**, com campus na Matola- que oferece licenciaturas em três áreas, nomeadamente, gestão cultural, artes visuais e desenho. Além destes cursos –de três anos- oferece um Curso intermédio de cinema de um ano de duração. Os licenciados do ISARC são supostos conformar a nova geração dos agentes públicos da cultura, e muitos já estão a trabalhar nas províncias.

Desde o ponto de vista artístico são importantes as três escolas nacionais. A **Escola Nacional de Música** e a **Escola Nacional de Dança** oferecem formação básica, estando num estado muito precário, especialmente esta última. A **Escola Nacional de Artes Visuais-ENAV** oferece estudos de grau médio em várias áreas, com destaque para o desenho, e com uma formação de qualidade. Neste ano, o currículo das escolas nacionais foi "exportado" para as Casas da Cultura Provinciais, mas o resultado da acção está por ver, toda vez muitas das Casas da cultura não tem condições básicas para ministrar estes currículos.

No quadro da formação superior destaca igualmente a **Escola de Comunicação e Arte-ECA** da UEM, que oferece licenciaturas em Comunicação Audiovisual, Música e Teatro. Com turmas de cerca de 20 alunos, as licenciaturas em comunicação audiovisual e música parecem ter taxas de empregabilidade altas, os primeiros nos médios de comunicação e os segundos como professores de música nas escolas.

Tanto a Universidade Politécnica como a Universidade Católica de Moçambique e o ISCTEM tem licenciaturas em Ciências da comunicação, assim como em Gestão de Turismo, que incluem matérias de Turismo cultura.

As oportunidades formativas não formais são muito importantes neste quadro, assim encontramos cursos de fotografia no CDFF, cursos de música na AMMO, na Rádio Moçambique ou no Music CrossRoads. Na área do artesanato, associações como a MOZARTE ou a CEDARTE tem uma grande importância, assim como as oficinas celebradas pelos centros culturais que tem por objeto áreas específicas- por exemplo, o CCFM tem feito formações na área do som-.

Por outra parte, o INEFP inclui formações de corta duração (20 e 12 semanas) nas áreas de Corte e Costura e Artesanato.

II.7. ARTESANATO

O artesanato em Moçambique é um dos aspectos mais visíveis das indústrias criativas e um dos sectores mais apoiados nos últimos anos. Porém, ainda está longe de alcançar cotas altas de desenvolvimento e rendimentos óptimos. De facto, estimações da OIT (OIT:2010) consideram que o artesanato poderia chegar a contribuir para até 5% do PIB se for correctamente apoiado.

II.7.1. FORMAÇÃO

No referido a formação há que diferenciar dois grandes aspectos, o desenho e a manufactura. A formação em artesanato segue a ser feita maioritariamente como é tradição, com ensinos directos do mestre para os aprendizes. Este modelo formativo tem vantagens claras, como o facto de criar unidades de produção estáveis, ou de permitir relações intergeracionais nas que o traspasso de conhecimento vai além do puramente prático. Porém, é um modelo que coloca inúmeros desafios. Regulado pelas normas tradicionais, poucos mestres estão dispostos a modificar o seu comportamento e introduzir inovações, como pode ser a formação de mulheres. Em segundo lugar, se a formação tem lugar em unidades muito fechadas, a capacidade de criar novos desenhos ou modos de trabalho fica limitada. Finalmente, muitos dos mestres são já idosos, e entre eles muitos estão a falecer de forma prematura por causa de enfermidades como a HIV-SIDA, com a perda de conhecimento subsequente.

No quadro do MDG-F foi preparado um currículo em artesanato (2011), com várias especialidades, que devia ser validado pelo PIREP. O currículo foi validado no ano 2015, contudo fica sem ser implementado, já que não foi feita a formação de formadores. As formações informais são de grande importância. Desde 1999, quando todo um ciclo de formações foi começado pela Aid to Artisans-ATA (Maputo, Nampula, Sofala), e continuado por programas sucessivos da OIT, da ITC e do próprio MDG-F, formações mais completas, incluindo capacidades de negócio, distribuição e aceso aos mercados tem sido realizado com um número importante de artesãos. Nestas formações a CEDARTE (ver tabela 3) tem um papel importante. Além destas formações, associações como a MOZARTE também oferecem formações especialmente para jovens.

A formação em desenho é praticamente inexistente, sendo que os artesãos têm uma fraca capacidade para inovar e aperfeiçoar os seus produtos. De facto, os programas de apoio ao artesanato feitos nos últimos dez anos apostaram em trazer desenhadores de fora para identificar e melhorar novos produtos. Esta carência não permite ao artesanato evoluir para se adaptar rapidamente às necessidades do mercado, ficando preso de moldes ultrapassados e desenhos repetitivos. Neste sentido, poucos são os artesãos que trazem uma visão diferente para os seus trabalhos, e casos como os da RUUM Gallery (ver tabela 4) fazem prova da distância entre os modelos de artesanato mais tradicionais e os que poderiam encontrar maiores mercados internacionais.

II.7.2. PRODUCÇÃO

No que tem a ver com a produção do artesanato, há que salientar que existem dois modelos claramente diferenciados. O artesanato da região centro e sul é um artesanato mecanizado, que usa torno - em muitos casos eléctrico - e que produz artesanato funcional; em contrapartida, o artesanato da região norte é feito completamente a mão e dotado de maior componente artístico. Assim, são dois tipos diferentes de artesanato que provavelmente precisaram de estratégias de mercado distintas. Em segundo lugar, o artesanato mais destacado de Moçambique é o de madeira, cestaria, batiks e prataria, com especial destaque para o primeiro, já que são as madeiras preciosas que dão um valor acrescentado ao artesanato nos mercados.

O acesso às matérias primas coloca um importante desafio ao artesanato. As madeiras preciosas são madeiras protegidas, que precisam de licença para ser extraídas (**Decreto no 12/2002 que Aprova o Regulamento da Lei no 10/99 de 7 de Julho. Lei de Florestas e Fauna Bravia**). Os custos das mesmas são altos demais para os artesãos, sendo que foram pensados para as grandes companhias madeireiras. Assim, os artesãos devem normalmente comprar a madeira a agentes licenciados (poucos) com o encarecimento do produto.

Por outra parte, as ferramentas de trabalho são principalmente importadas, e com preços também altos, o que dificulta o acesso as mesmas por parte dos artesãos. Muitos fazem as suas próprias ferramentas, mas isto impede ter acabados de qualidade, e portanto, produtos óptimos para os mercados internacionais. O investimento inicial do artesanato é alto para o volume de negócio dos artesãos, que estão quase excluídos dos créditos comerciais. O financiamento público da produção artesanal é inexistente.

Com respeito aos modos de organização, os artesãos funcionam normalmente em pequenas unidades de produção quase familiares, sobre as quais se foram construindo associações de artesãos. Estas acostumam ser de pequeno tamanho (por exemplo, só em Cabo Delgado a DPTC tem contabilizadas até 70 associações) e tem uma capacidade organizativa muito limitada. A presença de empresas no âmbito produtivo e desconhecida.

II.7.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

A distribuição e venta do artesanato dependem em grande parte dos próprios artesãos (segundo um estudo da ITC (ITC:2010) 80% dos artesão se ocupam da distribuição e venda), mas as vendas importantes do artesanato correspondem aos núcleos urbanos nos quais os objetos chegam através de intermediários. Estes intermediários são na sua maior parte informais. Uma parte importante e crescente da produção é direccionada para a exportação. Neste sentido, é importante salientar as fracas capacidades dos artesãos para compreender os mercados e desenvolver estratégias de expansão. Aliás, a sua capacidade para pagar o transporte da mercadoria até aos mercados finais é muito baixa, o que faz com que a sua posição negociadora com os intermediários seja vulnerável.

A promoção do artesanato tem sido feita principalmente através dos programas de apoio de parceiros internacionais, e em menor medida das instituições públicas, como a DNICC. Porém não existe uma estratégia clara ao nível nacional de promoção do artesanato, sendo que a presença recorrente dos produtos do artesanato na FACIM é a ferramenta mais utilizada.

Mas o principal desafio do artesanato é a criação de mercado. Aqui há que distinguir entre o mercado doméstico e o externo. No que tem a ver com o mercado doméstico, este está virado para três compradores principais: turistas, estado e compradores corporativos; e concentrado principalmente na área de Maputo e em menor medida Beira. O INE carece de dados sobre o volume de vendas do artesanato, já que estas decorrem na maioria no sector informal. Nos núcleos de produção a venda do produto faz-se bem em grandes quantidades para os intermediários, bem nas lojas próprias dos artesãos- que funcionam normalmente como oficinas-. Nos núcleos urbanos, a venda é todavia maioritariamente ambulante ou em mercados informais. No caso de Maputo, o mercado da Praça 25 de Setembro foi durante muito tempo o ponto de referência. A aparição da FEIMA constituiu uma mudança no modelo (ver tabela 5). A criação de mercados formais converteu-se num objectivo do governo, que tem desenhado um modelo tipo a ser construído em cada uma das capitais de província. Este modelo é muito contestado pelos agentes

do sector, já que o mercado doméstico é pequeno demais para sustentar estas estruturas, com a frustração dos artesãos que constatam a falta de vendas como a sua principal dificuldade. Esta realidade da fraqueza de vendas no mercado doméstico é todavia verificada nos últimos dois anos, nos quais houve uma perda considerável de turistas no pais.

Respeito dos compradores, é preciso anotar certos pontos. Quando se trata de turistas (incluindo aqui expatriados que compram artesanato para levar aos seus países, muitas vezes como presente) estes preferem a compra de objectos de pequeno tamanho, facilmente transportáveis. As dificuldades nas alfândegas são numerosas. Segundo o regulamento em vigor, é permitido sacar do país sem necessidade de autorização até 20 quilos de produtos de artesanato. Porém, os agentes das alfândegas frequentemente colocam problemas aos turistas na sua saída do país, problema que só poderá ser resolvido se ambos, agentes e turistas, conhecerem o dito regulamento. Uma das acções mais positivas neste ponto foi a distribuição de folhetos explicativos (por conta do MDG-F) do regulamento nos hotéis, locais turísticos e no próprio aeroporto. Neste momento está a decorrer um projecto de formação dos agentes das alfândegas liderado pela CEDARTE para prevenir este problema. Para quantidades maiores de 20 quilos é preciso pedir autorização às autoridades provinciais, o que na prática faz ser quase impossível para um turista levar peças maiores.

Com respeito ao mercado externo, nem o INE nem o IPEX contam com estatísticas. Segundo estimativas da UNCTAD (UNCTAD:2011), o volume de exportações no 2009 não alcançava os 100.000 $. Hoje o maior exportador de artesanato é *Greenarte*, fundada em 2010 pela CEDARTE como empresa comercial, que actua como distribuidora internacional da produção de uma grande parte das cooperativas de artesanato do centro e sul do país. Segundo os dados fornecidos pela própria empresa, em 2015 exportaram por valor de 2,5M$, principalmente a França e EUA. Se sermos por certos estes dados, o crescimento nos últimos anos teria sido enorme, e estaria ligado principalmente a uma estratégia de promoção através da presença em férias profissionais internacionais, e as capacidades de adaptação as necessidades destes mercados. A *Greenarte* contou com o apoio do Banco Mundial através do programa MESE-PACDE para levar a cabo a ligação com os mercados.

No desenvolvimento dos mercados internacionais o primeiro desafio é estabelecer as ligações com os mesmos. Pela configuração das associações e cooperativas de artesãos, estas carecem das capacidades para fazer estas ligações directamente, É preciso um envolvimento de empresas de distribuição e das instituições públicas. O IPEX, com o apoio dos Países Baixos, incluiu o artesanato como um dos seus 7 programas-piloto de exportação, pelo que assinou um MoU com a CEDARTE. O projecto incluía a formação de artesãos e desenvolvimento do produto, com a vista virada para o mercado sul-africano. Trabalhou-se principalmente com a Saruna (Associação de artesãos de Nampula) e com a ANARTE (Associação nacional de artesãos sedeada em Maputo). Foram seleccionados aproximadamente 20/30 produtores de cada uma para serem formados - que deviam funcionar como agentes multiplicadores, e vários desenhadores participaram no desenvolvimento de linhas de produto. Foram feitas as ligações com grossistas e retalhistas sul-africanos e preparados dois catálogos. Porém, o programa redistribuiu os fundos, de forma que o piloto de artesanato ficou sem fundos para a sua finalização, motivo pelo qual não foi completado o ciclo. A pesar de não ser finalizado, vários problemas foram colocados. Em primeiro lugar o alto custo do produto, devido por uma parte a matéria prima, mas também ao custo de transporte, já que uma grande parte da exportação far-se-ia por avião. Isto provocou diferencias entre os

produtores e os compradores sobre o lugar efectivo da compra. Em segundo lugar, as fraquezas das cooperativas para fazer ligações nos mercados internacionais por falta de conhecimentos especializados.

Dentro do crescimento das exportações, tem um papel fundamental as encomendas nas que o comprador envia o desenho a ser reproduzido pelos artesãos locais, o que significa uma mudança no modelo de negócio para uma produção mais estandardizada.

II.7.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA

Respeito da empregabilidade no sector do artesanato, é um âmbito de mão-de-obra intensiva no elo da produção (não na comercialização de distribuição), mas sem criação de mercado para o produto a absorção dos produtores pela economia formal torna-se difícil. Os artesãos funcionam no geral na economia informal, sem fazer parte do INSS, e com relações comerciais pouco reguladas. A ITC (ITC:2010) desenvolveu um contrato tipo para o sector do artesanato, mas este não é usado habitualmente. O sector do artesanato é tradicionalmente masculino, sendo que a entrada de mulheres se está a produzir na cestaria e nos tecidos, e é menos lucrativo que o da madeira. Os jovens encontram uma entrada mais fácil para o artesanato, como mostram as numerosas associações de jovens artesãos, como a Associação de Artesãos Juvenis de Pemba. Igualmente há que fazer um destaque para o desenvolvimento do artesanato por associações de portadores de deficiências, como a Cooperativa de deficientes visuais de Dondo, o que representa uma oportunidade de inclusão para colectivos de difícil empregabilidade.

A capacidade do artesanato para criar mercados regionais é pequena. Os produtos de artesanato são caros, e salvo pela matéria prima –madeiras- muito próximo ao artesanato dos países próximos. Se bem a importância dos mercados internacionais é chave no desenvolvimento do artesanato, os mercados mais abertos até o de agora são os dos EUA e os da EU –especialmente França, Portugal e Itália-. A criação de um mercado PALOP de artesanato seria muito difícil portanto por causa das características do produto e da situação geográfica, e tendo em conta o diferente grau de desenvolvimento. Assim, Cabo Verde compra artesanato na África Ocidental pela proximidade.

Os programas mais importantes de apoio ao sector do artesanato foram os seguintes:

- Aid to Artisans-ATA (1999). Iniciativa regional. Duração: 3 anos. Análise do setor. Melhoria do desenho de produtos.
- Aid to Artisans (2001) Valor: 5M$. Local: Maputo, Nampula, Sofala, Inhambane. Componente forte de gestão de negócio e acesso aos mercados. Apoio a constituição de empresas.
- Aga Khan Development Trust: Projecto Ujaama. Programas de apoio ao artesanato na província de Cabo Delgado com diversos projectos (prataria na Ilha de Ibo, madeira no continente...). Melhoria do desenho de produto e capacitação dos artesãos. Venda directa do produto pela Aga Khan.
- MDG-F (2008/2013): com várias componentes. OIT: emprego decente para mulheres e jovens. Formação em negócios. UNESCO: melhora do produto. ITC: desenvolvimento de mercados e oportunidades de negócio.

II.8. CINEMA E AUDIOVISUAL

Em 1976 foi criado o Instituto Nacional de Cinema como eixo fundamental da produção moçambicana. Foram criados nesta altura uma série de filmes documentais que são hoje um importante acervo do cinema africano. Também o INC produziu o Kuxa Kanema, um semanário

de 10 minutos de duração que era exibido em salas de cinema. Nestas peças documentais participaram os grandes directores e técnicos do cinema moçambicano. Nesta etapa, conhecida como a idade de ouro do cinema moçambicano, existia uma extensa rede de salas de cinema, videoclubes e cinemas móbiles. A produção era altamente dependente do estado. Dois acontecimentos coincidiram para acabar com a produção de cinema. Em primeiro lugar o incêndio do INC em 1991, onde se perdeu toda a aparelhagem (de filmagem, produção e exibição) e as películas em distribuição, conservando-se unicamente o arquivo histórico. Em segundo lugar, o fim da guerra civil e a caída do socialismo provocou que o estado abandonasse o apoio ao cinema. A partir desse momento, o cinema fica completamente nas mãos privadas. No ano 2001 aparece o INAC, mas já não será produtor de filmes como fora o INC.

II.8.1. FORMAÇÃO

No referido a formação em cinema, esta é muito limitada nos aspectos artísticos ou de negócios, contudo suficiente nos aspectos técnicos. Como já foi referido, várias instituições de ensino superior oferecem Ciências da Comunicação ou Comunicação Audiovisual, com formações técnicas básicas. Por outra parte, o ISARC oferece o curso intermédio de cinema, que pretende abordar tanto as questões técnicas como as de linguagem cinematográfica. Claramente, as formações são limitadas no total, no entanto suficientes para a capacidade de absorção do mercado de trabalho.

II.8.2. PRODUCÇÃO

O problema da produção no cinema é maior que em outras áreas, já que pelas suas próprias características é custoso e complexo, apesar da introdução das tecnologias digitais. Existem produtoras audiovisuais em Moçambique, mas todas de pequeno tamanho. Uma parte destas produtoras pertence aos grandes nomes do cinema dos oitenta, como Sol de Carvalho ou Licínio de Azevedo, enquanto que uma nova geração está tomando também o seu espaço. Assim, nomes importantes da produção são a Promarte, Kanema Produções, Papaia Produções, Malha Filmes, e Ekaya Produções, entre outras. No entanto, estas produtoras quase não têm actividade propriamente cinematográfica. O seu negócio é baseado por uma parte na realização de audiovisual para ONG e parceiros internacionais, e por outra parte no vídeo corporativo, especialmente a publicidade. Isto leva a uma diversificação do negócio: assim por exemplo a Malha Filmes participa no negócio musical através da Kongoloti Records, e a Ekaya produções é propriamente uma produtora musical que faz audiovisual principalmente para publicidade. O documental tende a ser dominante, mas apenas se realizam longa-metragens de ficção, e os poucos que foram feitos nos últimos tempos são co-produções (O último vóo do flamingo).

As produtoras contam com pessoal capacitado e com aparelhagem (importada com altos custos), pelo que o problema fundamental é que não existe financiamento para a produção de filmes, nem pública, nem privada, dentro do país. Isto está claramente ligado à falta de uma Lei do cinema que inclua um fundo de produção, lei que poderia ser aprovada em 2016. Com respeito ao financiamento privado, é pouco atractivo para os investidores, já que nos atuais moldes comerciais o retorno previsto é muito baixo.

Neste contexto de precariedade, as empresas do audiovisual estão registadas como tal, mas têm um número baixo de empregados, e nem todos a tempo inteiro. Assim, muitos dos trabalhos são temporários, o que não facilita a situação com respeito aos direitos laborais e de segurança social.

II.8.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

Os dois principais canais de distribuição do cinema são as difusões públicas através do cinema e a televisão, e o consumo privado mediante a compra ou o renda de filmes. O **Diploma Ministerial 88/90 de 3 de Outubro** obriga a licenciar a importação, distribuição e aluguer de videocassetes, e proíbe a importação de videocassetes não originais. O regulamento é obsoleto, mas continua em vigor. Neste âmbito, a pirataria é um problema importante, mas o seu impacto na produção nacional tem que ser relativizada, já que não se encontram filmes moçambicanos pirateados a venda, mas produções americanas, indianas e de Hong Kong. Um mercado incipiente de vídeo nacional com pequenas peças cómicas teatrais foi localizado no norte do país, fora dos canais oficiais. Por isto, a pirataria tem o efeito de desincentivar o investimento no cinema, e de vaziar as salas de cinema.

A situação das salas de cinema em Moçambique pode ser qualificada de dramática. Em 1991 existiam em Moçambique 42 salas comerciais (dados do INE), hoje funcionam unicamente duas, pertencentes ao grupo Lusomundo, uma no Maputo Shopping e outra na Matola (ambas com uma taxa de entrada mínima de 200MT), com uma arrecadação muito pequena. Existem outras salas, como o Cine Scala que funciona como cineclube. Pelo contrário, cresceram muito os locais informais de exibição de filmes, que segundo estimativas do INAC chegam a 5.000 em todo o pais. O sucesso destes locais, sendo em grande parte casas de filmes, onde os filmes são exibidos directamente numa televisão a uma média de 4/6 sessões diárias, por um preço entre 2 e 5 MZN, indicam que o público está interessado em ver cinema.

A televisão é o outro canal importante de difusão, mesmo que o grau de penetração da mesma no país seja ainda limitado – no ano 2006, segundo dados da UNESCO, só 6% da população tinha aparelho em casa. A televisão pública dedica quase 1000h anuais a filmes, que na prática são estrangeiros na totalidade. A programação dos novos canais privados tampouco tem espaço para as produções nacionais. Não existe tampouco a ideia da televisão como produtora dos seus próprios produtos cinematográficos, como é habitual em outros países. A chegada da televisão por satélite deveria ser uma oportunidade para as produções locais, já que existem locais exclusivos para o cinema africano.

O acesso ao cinema através da internet – legal ou ilegal - todavia não é uma opção maioritária em Moçambique devido ao custo da rede, mas muitas produtoras usam plataformas como vimeo para mostrar os seus trabalhos.

Portanto, o consumo de cinema moçambicano é inexistente, porque a oferta também o é. Há que destacar alguma iniciativa com êxito nos últimos anos, como o Festival Dockanema, dedicado integramente ao documentário que é uma referência para o documental africano. Dirigido pelo produtor Pedro Pementa, figura incontornável do cinema moçambicano e actual director do Durban Film Festival, tem uma secção em Nampula e um programa de cinema móbil. O Dockanema participou no programa ACP-EU DOC-ACP, que promovia a criação de uma rede de festivais de documentais.

II.8.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA

A capacidade de criação de emprego no cinema nos moldes comerciais tradicionais é muito limitada em Moçambique. Mesmo em mercados maduros e desenvolvidos, os empregos no sector são intermitentes. As produções para a televisão são uma alternativa de empregabilidade em outros países, mas de momento a produção de telenovelas e séries próprias não tem sido

contemplada pelas televisões locais - mesmo que isto possa estar a mudar com produções como *Nineteens*. Outra fonte de emprego são as produções internacionais filmadas em Moçambique - por exemplo, A intérprete ou Diamantes de sangue - mas as instituições públicas não têm contemplado uma política de atracção de filmagens.
Porém, o cinema é um produto com um claro mercado regional nos PALOPs. Não só a língua, mas um passado cultural comum leva a criação de histórias nas quais se reconhecem todos os países PALOPs. Prova disto é que uma grande quantidade de co-produções foram feitas entre estes países, como *Virgem Margarida*(Moçambique, Angola, Portugal); *O último vóo do flamingo* (Moçambique, Espanha, Angola, Portugal); *A república das crianças* (Guinée-Bissau, Moçambique, Portugal, Senegal); *O grande Kilapy* (Moçambique, Angola, Portugal); assim como o sucesso das telenovelas, entre elas *Windeck* produção luso-angolana que foi para o ar em quase todos os países PALOPs.

Não tem havido grandes programas de apoio ao cinema moçambicano depois do fim da guerra civil. Vários parceiros internacionais apoiaram o INAC na conservação do património, assim como comparticiparam na realização de festivais e ciclos de cinema. Mas o programa fundamental de apoio a produção é o ACP Films Programme, que tem financiado vários filmes moçambicanos.

II.9. MODA

O sector da Moda em Moçambique é apenas incipiente, e não se pode pelo momento dizer que esteja estruturado.

II.9.1. FORMAÇÃO

No âmbito formativo, há que distinguir vários aspectos: o desenho de moda, o figurino e o corte e costura. Não existe em Moçambique formação alguma em desenho de moda, e portanto os estilistas moçambicanos carecem de uma base sólida excepto aqueles que como Taibo Bacar foram formados no estrangeiro. Tampouco existem formações em figurino propriamente, sendo que as formações oferecidas pelo INEFP são de carácter básico e de curta duração. Assim, uma grande parte de alfaiates e costureiras aprende uns dos outros, dificultando o aperfeiçoamento da profissão.

II.9.2. PRODUCÇÃO

No respeitante a produção, há que assinalar antes de mais, que Moçambique teve historicamente uma indústria têxtil bastante importante –a qual os vestígios estão espalhados por todo o país - que foi desmantelada nos anos 90 depois de mais de uma década de carestia provocada pela guerra civil. Assim, fecharam fábricas importantes como a TextAfrica ou a TextMoque, e o país ficou completamente dependente do exterior nas áreas têxteis e indumentárias.

Se algo caracteriza a área da moda em Moçambique é o uso da capulana, o tecido típico nacional. A capulana que é usada hoje, dado que não existe a produção nacional, é importada. A grande produtora é uma empresa holandesa, que faz a produção na China e Índia. Assim, o Instituto Nacional do Algodão estima que 100% das quase 30 mil toneladas de algodão produzido no país são exportadas sem processar. A dependência de tecidos do estrangeiro faz que o custo dos mesmos seja alto, e que certas matérias fiquem difíceis de encontrar. Como dado positivo, a Mozambique Cotton Manufacturers, um consórcio moçambicano-português, recuperou recentemente a antiga Riopele em Marracuene, com um investimento total de 30M€, e que tem previsto criar até o fim do ano 2016 750 postos de trabalho. O consórcio pretende processar parte do algodão do país, numa primeira etapa fazendo fio-principalmente para a exportação- e numa

segunda etapa passar para o tecelagem. Este desenvolvimento poderia aliviar os custos de acesso aos tecidos para o sector da moda no futuro.

A forma mais habitual de produção é através de unidades individuais ou muito reduzidas, produzindo bem tanto por encomenda e à medida, como em produção em série, especialmente para o subsector dos acessórios – pastas especialmente. São poucas as oficinas de maior tamanho a funcionar no país. Neste sentido é destacável o investimento que a Aga Khan Development Fund fez em 2009 na Moztex (antiga Texlon, sita na Matola) por um montante de 2,5M$, que conta com mais de 300 máquinas, mas que busca crescer até 1.000 máquinas. Emprega por volta de 400 pessoas que recebem um salário de 2.500MZN, sendo que a produção principal é a roupa de trabalho que se exporta para a África do Sul. Por comparação, os pequenos produtores carecem de recursos financeiros para expandir a produção pelo custo elevado das máquinas e da matéria prima. Os *standards* de qualidade da produção são muito variáveis, sendo especialmente deficitários nos acabamentos das peças para a maior parte da produção.

Porém, isto não impede que neste aspecto se tenha avançado muito nos últimos anos. Esta melhoria nos acabamentos finais leva à uma melhoria na comercialização, que começa pela criação de uma imagem de marca; está-se a passar de uma produção anónima a uma produção identificável pelo estilo e pela etiqueta. A apresentação dos produtos é cada vez mais importante, não só para estilistas de renome como Taibo Bacar ou Sheila Tique, mas para outras marcas com estratégias comerciais distintas, como podem ser a Mozquito e Pirikito, ou a Chibaia Clothing, que buscam um consumidor urbano de classe média.

Devemos, portanto, diferenciar no mínimo três tipos de produções dentro do sector da moda: em primeiro lugar, a produção de alfaiates e costureiras, que existem em abundância nos bairros de todo o país, produzindo por encomenda e vendendo desde a própria casa ou desde pequenas lojas - aqueles negócios mais desenvolvidos; em segundo lugar, o que poderíamos considerar alta moda, produzida por uma elite de estilistas como Taibo Bacar, Carla Pinto, Adelia Tique, Isis Mbaga ou Wacelia Zacarias - sendo que nem todos produzem no país; e no último lugar, o desenvolvimento de linhas de produto urbano de venta massiva, como a já mencionada Chibaia Clothing. As produções de alta gama, como as de Taibo Bacar, são feitas principalmente à mão – com preço muito alto- e o estilista faz um esforço por localizar toda a produção nas suas oficinas em Moçambique. Mas o *pronto-a-vestir* exige uma maior mecanização da produção para serem competitivos, tanto que estilistas como Wacelia Zacarias buscassem a dado momento produtores no estrangeiro para a sua coleção. Neste sentido, o desenvolvimento de tiragens limitadas, como faz a Chibaio com os seus *hoodies* é tanto uma opção como uma necessidade ao carecer da capacidade para produzir em grandes quantidades.

Este modelo produtivo, faz com que nem todos os estilistas e marcas estejam resgistados, nem os trabalhadores tenham contratos laborais. Mesmo aqueles que trabalham para sí mesmos, ficam na economia informal.

II.9.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

O auge da moda em Moçambique tem muito a ver com a Maputo Fashion Week-MFW, evento que começou em 2005 da mão da DDB –companhia da que falaremos mais adiante. A MFW é um evento que reúne estilistas não só moçambicanos, mas também estrangeiros, especialmente africanos. Uma semana de desfiles que contam com concurso de jovens estilistas, e que se tem convertido numa citação obrigatória no calendário da moda africana. O trabalho de promoção da

MFW tem sido chave, assim como vários programas de moda nas televisões públicas, entre eles Fita Métrica de Isis Mbaga. Assim, ao redor da moda crescem uma série de serviços auxiliares, como agências de modelos - Nhelete e Elegance entre outras, fotógrafos de moda, serviços de beleza entre outros.

É precisamente no passo da profissionalização da moda onde se coloca o problema dos direitos do autor. A SOMAS tem um departamento dedicado ao Design, mas a realidade é que os estilistas não têm o hábito de registar as suas criações, e portanto, os seus desenhos podem ser facilmente copiados. Atendendo também a natureza do produto, o recurso ao registo nem sempre irá proteger realmente o estilista, já que só é preciso mudar, por exemplo, o tecido, para nos deparar com uma criação distinta. Assim, já se tem visto uma certa produção inspirada nos desenhos moçambicanos com capulana em outros países, nomeadamente Portugal.

Além destes eventos, o certo é que a promoção da marca é uma das grandes fraquezas dos estilistas moçambicanos, que não têm praticamente presença digital, e que ficam portanto bastante desconectados dos mercados. Assim, o avanço no plano criativo não está sendo acompanhado por uma melhoria nas capacidades de desenvolvimento de negócio.

Isto leva a problemas claros de distribuição. Poucos dos grandes estilistas têm loja própria no país, como Taibo Bacar e Carla Pinto, para além dos que distribuem tanto através dos próprios ateliês, como através de lojas multimarca. O certo é que para a alta moda, o acesso nem sempre é fácil. No caso dos alfaiates e costureiras, os seus serviços são conhecidos principalmente pelo boca-orelha, e muitas vezes são eles a se deslocar para a casa do cliente. No caso desse terceiro grupo de produtores, entre a alta moda e a produção artesanal, os seus produtos são vendidos principalmente em lojas multimarca, alguma das quais pedem exclusividade.

O mercado doméstico potencial para a moda moçambicana é enorme. Apontemos que a oferta de roupa é limitada. Assim, uma grande parte da população compra a roupa no negócio da "Xkalamidadi", é dizer, roupa de segunda mão vinda de Europa, que os grossistas compram em grandes fardos sem conhecer o conteúdo. Esta roupa pode ser vendida bem sem transformar, ou já transformada por alfaiates e costureiras. A penetração do têxtil chinês é notável, mas todavia não tão importante como em outros países. Mas o hábito de encomendar roupa nas costureiras e alfaiates é todavia forte. A isto há que adicionar que o sucesso de desenhos africanos na moda de todo o mundo levou para um novo interesse da população com maior poder de auisição nos desenhos próprios e nas roupas realizadas por estilistas nacionais. Porém, a presença da moda moçambicana em feiras profissionais continua a ser muito escassa. Taibo Bacar tem participado na Milão Fashion Week, mas é uma excepção. A pouca presença internacional tem a ver com vários parâmetros: o primeiro são as dificuldades de produção já mencionadas; a segunda a falta tanto de habilidades de exportação como do investimento necessário para levar a cabo uma estratégia de expansão; e por último, há que assinalar também a necessidade de melhorar os acabamentos para alcançar os standards de qualidade internacional. Por outra parte, a presença dos estilistas e marcas moçambicanos na internet é quase inexistente. Algumas marcas mais jovens estão tentado ter uma maior presença online, mas os seus sites são pouco funcionais, e sobretudo, não servem nem como pontos de venda, nem como meio de contacto para os distribuidores.

II.9.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA

Desde o ponto de vista da empregabilidade, a moda oferece uma perspectiva muito positiva em todas as suas formas, e muito especialmente para alfaiates e costureiras, que podem passar da

formação para o auto-emprego com um custo de investimento inicial relativamente pequeno. Se nas cidades já existe uma inúmera quantidade destes serviços, no rural são mais escassos; e mesmo que a reclamação sobre a chegada de alfaiates nigerianos seja comum, existe certamente espaço para o crescimento. Mas a alta moda e o desenvolvimento de marcas comerciais é também uma oportunidade. A moda moçambicana está numa fase muito inicial, mas o interesse que levanta, e uma crescente classe alta no país, aponta a um mercado interessante. Por outra parte, é um setor no qual facilmente podem ser integradas as mulheres, em quase todas as profissões relativas, de costureira a cabeleireira. Seria interessante neste sentido, insistir nas capacidades de negócio das mulheres, de forma que possam aplicar esquemas profissionais a estas actividades.

No que diz respeito a dimensão regional, a situação não é tão positiva. O certo é que estilistas dos PALOPs tem participado na MFW, assim como estilistas moçambicanos participaram nas semanas da moda de outros PALOPs, por exemplo, Taibo Bacar na Angolan Fashion Week, mas a comercialização entre os países PALOP todavia não é grande. Há graus diferentes de desenvolvimento, por exemplo com um sector da moda angolana mais desenvolvida, contribui para a dificuldade das exportações, junto das barreiras em produção e alfandegárias.

Pelo momento não houve grandes programas de apoio a moda, nem do próprio governo, nem dos parceiros internacionais, em grande parte porque a moda é entendida por muitos como uma indústria superficial e não é contemplado o seu potencial de criação de renda e emprego.

II.10. MÚSICA

Moçambique possui uma grande riqueza musical. Além da música tradicional, com exponentes como a timbila, considerada património da humanidade, a música contemporânea tem tido um desenvolvimento considerável, com estilos locais como a Marrabenta e mais recentemente o Pandza (que mistura basicamente Marrabenta com Ragga num tempo mais rápido). Mas a situação da música em Moçambique é muito precária. Ao desenvolvimento extraordinário da música desde fim dos sessenta até o princípio dos oitenta seguiu um período no que o sector musical sofreu um declive progressivo desde o ponto de vista comercial. Isto teve muito a ver com as condições da guerra, pelas quais foram fechadas uma grande parte de salas de música ao vivo e se reduziu a variedade de estilos musicais apoiados pelo governo. É importante lembrar que a música moçambicana até esse momento tinha claras ligações com as correntes internacionais, muito especialmente com os modernos estilos africanos, do Afro beat a Rumba congolesa, mas também com os estilos portugueses e caribenhos, do Rock ao Fado. Esta etapa da música moçambicana ficou esquecida na confusão da guerra civil e período de pós-guerra. Na actualidade há um interesse, especialmente por selos estrangeiros, por recuperar esta parte da história musical moçambicana, com obras como *Memórias de África – As grandes músicas dos anos 60, 70 e 80. Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe* um luxuoso pacote de 4 CDs e livreto que mostram a vitalidade do período além de fazer o ponto de atenção nos aspectos partilhados entre os PALOPs. Mas esta recuperação das músicas modernas do período anterior aos 80 está muito mais desenvolvida para outros países africanos, sendo que há muito trabalho a fazer na pesquisa histórica em Moçambique.

II.10.1. FORMAÇÃO

Hoje a situação da música em Moçambique, é, como adiantado, precária, mas com grandes potencialidades. No âmbito da formação há que tratar no mínimo três aspectos diferentes: a formação musical, a formação técnica e a formação em negócio musical.

A formação musical vive uma situação particular, com oportunidades várias de formações não formais, mas escassa presença das formações formais. Assim, nas Casas da Cultura de todo o país são habituais os cursos de música, tanto de instrumentos tradicionais como de instrumentos contemporâneos. Uma grande parte da formação musical acontece no âmbito das associações culturais ou musicais que existem em abundância por todo o país, em condições muito fracas de acesso aos instrumentos – muitas vezes de fabricação própria. A Escola de Música da Rádio Moçambique foi durante um tempo uma das melhores escolas de música, seguindo o currículo da ENM em seis níveis foi capaz de criar duas orquestras de música clássica - Orquestra feminina Sadzyana e a Orquestra Tickyt-, contudo não está agora nos seus melhores momentos. Já adiantamos que também a AMMO tem uma escola de música, organizada ao redor de cursos privados, e normalmente com uma presença mais importante de jovens adultos que de crianças. A Academia de Música da Music Croosroads, aberta em 2013, também oferece uma interessante possibilidade formativa. Podemos adicionar que a música virou uma matéria importante nas aulas das escolas moçambicanas, já que no currículo educativo foram introduzidas entre uma e duas horas semanais de música segundo o nível e o modelo educativo.

No que tem a ver com formações formais no âmbito da música há que destacar o papel da **ENM**, criada em 1991 por **Diploma Ministerial 31/91 de 8 de Maio**. Desde 2003 é dirigida por Isabel Mabote, que fez estudos no estrangeiro, principalmente em Cuba, União Soviética, Zimbabwe e Portugal. Embora o plano da escola comtemple a formação inicial e média, não tem conseguido ministrar o nível médio por falta de professores, e portanto apostam por um ciclo inicial longo, de 5/7 anos. Antes da existência da ECA, também a ENM se ocupava da formação dos professores de música das escolas com cursos de curta duração. As especialidades oferecidas pela escola são flauta travesseira y doce, clarinete, sax, guitarra, instrumentos tradicionais (timbila, djembe, mbira y marimba), canto, piano e violino. Trabalham principalmente com o repertório da música clássica, mas nos últimos anos se está a fazer um esforço para introduzir músicas tradicionais, ainda que neste aspecto faltem materiais pedagógicos. A escola tem um número alto de alunos (por volta de 200) seleccionados no princípio do ano, com duas turmas, de manhã e de tarde. As salas estão superlotadas, e apesar de várias doações recentes (Standard Bank, Governo chinês...), os instrumentos não são suficientes e as suas condições são precárias. O seu orçamento é baixo no geral, e as propinas dos estudantes 400/500MZN mensais não são suficientes para a melhora das condições da escola. Faz tempo que existe a ideia de replicar o modelo das Escolas Nacionais nas províncias. No presente ano de 2016 se abriram nas Casas Provinciais da Cultura cursos musicais seguindo o currículo da ENM como primeiro passo.

Na área da formação superior encontramos a **ECA**, dependente da UEM, que tem uma licenciatura em música com duas especialidades, pedagógica e performance. A maior parte dos alunos seguem a primeira das especialidades que lhes garante saída laboral como mestres nas escolas, e poucos são os que se orientam para a performance. O desenho do currículo inicial da ECA foi encomendado a profissionais da música moçambicana com formações musicais superiores no estrangeiro de altíssima qualidade, que fizeram um trabalho de pesquisa importante para desenvolver o dito currículo (entre eles membros do Gorowane). Mas o currículo, que correspondia com os standards internacionais de formação superior musical foi tido como demasiado elitista pelas exigências académicas. Assim, a ECA não tem requisitos artísticos de entrada, e não é preciso ter conhecimentos musicais prévios; a única exigência é ter a 12ª classe. Muitos dos alunos não sabem ler nem tocar música, e na realidade, a ECA está a ministrar uma

formação que corresponde apenas a uma formação de grau médio mesmo que o título seja superior.

No referido as formações de tipo técnico, a situação é bem diferente. Não existem em Moçambique formações de técnico de som ou de engenheiro de som, algo que tem um impacto directo na qualidade da música gravada e ao vivo. Os técnicos que existem foram formados tanto no exterior – alguns com formações altamente especializadas, como aprenderam directamente nos estúdios e concertos através da experiência prática. Porém, não se pode dizer que a falta de técnicos seja um grave problema para o sector da música. Com certeza, há perfis profissionais apropriados nas áreas urbanas, especialmente Maputo e Beira – sendo mais raros em outras capitais de província - que são suficientes para cobrir as necessidades do mercado local. Isto é especialmente certo com a difusão de novas tecnologias digitais que fazem com que a gravação e mesmo a masterização seja cada vez mais simples. Também foram feitas várias oficinas técnicas, especialmente no CCFM, que oferecem a oportunidade de aperfeiçoar as capacidades dos técnicos existentes.

Finalmente, as formações sobre negócio musical são inexistentes se deixarmos de parte algumas oficinas realizadas pelo MDG-F e a SOMAS, focadas sobretudo nos contratos musicais e os direitos do autor. Mas não existe propriamente formação sobre gestão musical.

II.10.2. PRODUCÇÃO

A produção musical tem mudado muito nos últimos tempos, em Moçambique como no estrangeiro, e fica muito mais simples – e mais barato - para os músicos passar da criação a gravação. Se há uns anos não existiam muitos estudos de gravação em Moçambique, hoje a situação é bem distinta. A grande maioria são estudos não profissionais, nas próprias casas dos produtores, que segundo perícia dos mesmos podem atingir qualidades distintas. No que diz respeito aos estudos profissionais, são muito menos, e estão localizados principalmente em Maputo e Beira. Estes estudos (Ekaya producções, Rec, Mukheru Studios, Chayenne Recording Studios entre outros), mesmo vocacionados para a música, fazem grande parte do seu negócio na publicidade, sendo que muitas vezes é o rendimento destes trabalhos o que faz sustentável o negócio musical. Estes estúdios, que não alcançam uma dezena, podem fazer mesmo a masterização das gravações. Contudo, muitos dos grandes nomes da música continuam a sair para gravar ou masterizar na África do Sul, Portugal ou França.

Por outra parte, encontramos toda uma série de estúdios de gama média, como os da AMMO ou da Rádio Moçambique, com preços bonificados para sócios. O MICULTUR equipou algumas Casas da Cultura com estúdios muito precários, sem assegurar nem o uso nem a manutenção. Ainda em Fevereiro de 2016 o senhor Ministro providenciou novo equipamento de gravação para duas casas da cultura distritais. Segundo o governo, isto contribuiria para a criação de emprego. Estes estúdios não têm a qualidade suficiente para fazer gravações profissionais, e a ideia de evitar deslocações para os artistas tampouco se atinge, já que para a masterização e fabricação deveriam sair dos distritos. Neste sentido, projectos como o *Wired for Sound*, que levam um estúdio móvel para os distritos são uma alternativa interessante para fazer gravações simples. Por outra parte, toda uma série de estúdios de gravação dependentes do estado não têm um regulamento claro, pelo que se mistura o público e o privado de forma preocupante.

Existem portanto oportunidades de gravar com qualidade no país, mas ficam custosas, especialmente para aqueles que estão fora dos centros urbanos e têm que se deslocar para as capitais. Não existem fundos específicos para o apoio das gravações musicais, mas o FUNDAC tem

financiado gravações através de uma política contestada pelos produtores que falam de como se privilegiam certos estúdios de gravação face aos outros. Neste contexto, muitos dos estúdios não estão registados legalmente e funcionam no informal. Só aqueles de maior tamanho podem fazer fronte aos trâmites de criação de empresa, também em parte por desconhecimento dos procedimentos simplificados.

O que parece até hoje imperativo é a fabricação dos discos no exterior, nomeadamente na África do Sul. Isto provocou situações desagradáveis para os artistas que trataram de introduzir os discos em Moçambique sem passar pelas alfândegas, e custos extremamente altos para aqueles que cumpriram com o regulamente vigente. Outros suportes físicos para a música ainda foram pouco ou nada explorados em Moçambique, o que poderia aliviar os custos de produção.

A maior parte dos selos discográficos perderam o interesse no disco em tanto que objecto comercial, passando-se para as plataformas digitais como mercado. Isto tem a ver em parte com as dificuldades da venda de discos em Moçambique, e com uma tendência geral no negócio musical- assim apareceram selos exclusivamente digitais como a Kongoloti-. Porém, o disco é todavia um objecto imprescindível da difusão musical em aquelas áreas com escasso acesso o internet, e portanto, um elemento a ter muito em conta.

Junto da gravação musical, o negócio musical passa hoje pelo vídeo, que é obrigado para a difusão em diferentes plataformas. Neste sentido, existem produtoras audiovisuais em Moçambique com capacidade suficiente de realização, sobretudo, para o tamanho dum mercado em que os músicos têm um orçamente muito limitado para estas produções. Porém, encontra-se uma certa repetição nestes vídeos por causa do uso repetido das mesmas produtoras –e das demandas dos próprios músicos-, que não desenvolvem um estilo próprio.

II.10.3. DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

Na comercialização da música há que ter em conta, em primeiro lugar os direitos do autor, que é todavia uma área pouco desenvolvida em Moçambique. Sobretudo, porque se está a potenciar o pagamento por cópia – sendo que o mercado é pequeno - sem explorar outras áreas, como os diferentes tipos de licenciamento. As obras comercializadas devem estar autorizadas pelo INLD, como está plasmado no **Decreto 927/2001 de 4 de Setembro e no Diploma Ministerial 8/2003 de 15 de Janeiro**. A aposição do selo nas obras gravadas é visto como uma carga pelos produtores. Ainda que o fim do mesmo seja em princípio garantir a autenticidade da obra e assim lutar contra a pirataria, muitos não compreendem como o selo por si mesmo pode proteger as obras se não há fiscalização real sobre os direitos do autor. Assim, o selo contribui para o incremento do preço final, mas não traz benefícios certos para os artistas.

O declive do disco como objecto comercial constata-se na transformação dos selos discográficos em agências de management –um movimento similar em todo o mundo- com contratos de 360º para os artistas. Neste sentido, muitos músicos moçambicanos não estão familiarizados com os novos modelos de contrato. Estas agências ainda não são muito numerosas em Moçambique, sendo que muitos artistas se encarregam da sua própria distribuição e da promoção das suas obras.

Na promoção musical continua a ser extremamente importante a rádio, especialmente nas áreas rurais. Contudo, a televisão é um meio incontornável. As televisões em aberto, como a TVM ou STV têm inúmeros programas musicais – às vezes a quantidade leva para uma qualidade muito fraca,

e plataformas como Afro-Music programa exclusivamente música dos PALOPs. A presença regular na internet é muito mais fraca, e o que se percebe claramente é que não existem estratégias profissionais de difusão, que deveriam correr por conta de agências de management profissionais. Nem rádios nem televisões pagam regularmente direitos do autor, e não existe uma estratégia do governo com respeito aos direitos na internet.

Em conjunto, existe uma grande desproteção dos músicos, que não participam activamente no INSS - apesar de existirem fórmulas atractivas - e que não encontram um modelo de pagamento de taxas adequado. Por outra parte, o management também é pouco profissional por vezes, com poucas agências registadas.

A música tem dois meios principais de distribuição, a música gravada e a música ao vivo. Na música gravada podemos distinguir o suporte físico do digital. No que diz respeito ao suporte físico, principalmente CD, a distribuição é extremamente fraca em Moçambique. Não existem distribuidoras, e são maioritariamente os músicos os que se encarregam da sua venda, com pontos em centros culturais, hotéis ou nos próprios estudos de gravação. A esta falta de redes de distribuição adicionam-se outros problemas. O primeiro é o custo do disco, que nesta altura, para cobrir os custos de produção é de 500MZN, quantidade acima das possibilidades de grande parte da população (lembremos que o salário mínimo não alcança os 2.500MZN). O segundo, é a crescente pirataria, mesmo que o seu impacto tenha que ser relativizado. A maior parte da música pirata a venda é angolana, e muita gente que compra música pirata careceria de recursos para comprar discos originais. No referido as vendas de música digital, a presença de músicos moçambicanos em plataformas como itunes é ainda muito pequena, e tem espaço para crescer uma vez que é uma forma de negócio musical com menos custos – mas com pouca possibilidade de crescer no interior do país.

A música ao vivo é o outro grande canal de distribuição. Devemos distinguir o mercado doméstico do internacional. O mercado doméstico de música ao vivo tem inúmeros desafios. As empresas promotoras são poucas, e muitas são recentes e sem estar registadas.

Um primeiro problema se apresenta com os custos das deslocações, que elevam os preços das possíveis digressões. As deslocações entre as diferentes regiões do país devem ser feitas muitas vezes em avião, e os preços da LAM colocam um enorme desafio.

Um segundo problema é a fraqueza de locais para a música ao vivo. Fora de Maputo e Beira, existem menos locais e com equipamento mais fraco. Isto provoca que para algumas digressões os artistas tenham que levar o seu próprio equipamento e técnicos. Adicionalmente, se bem há técnicos suficientes para os espectáculos ao vivo, existem poucas companhias que possuam a aparelhagem necessária, -3 em Maputo, 2 em Beira, e companhias muito mais fracas nas outras províncias - o que faz com que o preço final seja muito alto-. Estas companhias, em situação de quase monopólio, dificultam a entrada no mercado de outros competidores, se bem que também há que assinalar que são centros de formação para os técnicos, e que apoiam determinados eventos musicais. Porém, também é notável o desconhecimento que os promotores têm da situação de salas e equipamentos nas províncias, e portanto, das possibilidades de tocar fora de Maputo.

Um terceiro problema é o novo **Regulamento dos Espectáculos e Divertimentos públicos aprovado por Decreto do Conselho de Ministros 23/2012 de 9 de Julho**. O Regulamento comporta custos adicionais para os promotores, como é o pagamento da segurança –policia- dos eventos, ou certo número de taxas que variam segundo o tipo de espectáculo. O regulamento é problemático especialmente para os promotores e concertos de pequeno tamanho, que compreendem a necessidade do regulamento, mas acham que é demasiado restritivo. Porém, o regulamento fica sem fiscalização efectiva, e assim, o cumprimento do mesmo é altamente variável.

O último e mais importante problema da música ao vivo, é a capacidade de aquisição da população. Tanto em Maputo como na Beira há uma camada da população com grande capacidade de aquisição que enche concertos de grandes nomes com preços que podem ir de 500/1500MZN. Contudo, no interior do país dificilmente um bilhete pode ser vendido a mais de 100MZN – os concertos ficam vazios quando o preço é alto, com o que evidentemente não se podem cobrir os custos de uma digressão. A música ao vivo precisa de suporte financeiro para poder desenvolver audiências. Existe em Moçambique um grande público para a música, e assim os festivais de música que acontecem por todo o país são boa amostra. O êxito de festivais como AZGO (tabela 6) ou o Festival do Baluarte, e a presença de público que assiste aos concertos desde fora dos recintos, fazem prova. O público assiste espectáculos, sempre que sejam gratuitos ou pouco custosos. É preciso portanto, um apoio decidido das autoridades e dos parceiros para sustentar o negócio da música ao vivo, que tem inúmeras externalidades, e que é definitivo tanto para o desenvolvimento da carreira musical como para o desenvolvimento cultural.

Nestas condições, a música ao vivo fica muitas vezes nas mãos de grandes companhias que dentro dos seus programas de marketing apoiam grandes eventos musicais, como tem sucedido com a M-Cel, a Vodacom, ou a Coca-Cola. Mas o apoio das marcas não é regular, e é virado para certos tipos de música, esquecendo propostas arriscadas e menos populares.

Por outra parte, a relação com o artista na música ao vivo poucas vezes passa pelo contrato, mesmo que a ITC (ITC:2010) tenha desenvolvido um modelo de contrato para os músicos. Os acordos verbais são habituais, com os perigos derivados para todas as partes envolvidas, incluído o público, que encontra muitas das vezes espectáculos suspendidos ou atrasados além do razoável (normalmente porque o músico não quer tocar até ser pago, e o promotor não lhe pode pagar até ter a arrecadação da bilheteria).

No que tem a ver com os mercados internacionais, a música moçambicana tem uma presença muito modesta. São os músicos de gerações mais velhas os que conseguem fazer digressões no estrangeiro com mais facilidade, ainda que existam alguns músicos e colectivos que conseguiram uma certa presença internacional. Porém, a música moçambicana está longe da internacionalização da angolana ou da cabo-verdiana. Por exemplo, o Pandza não conseguiu dar o salto internacional como fez o Kuduro. Isto tem a ver com vários factores: em primeiro lugar podemos apontar a qualidade do próprio produto. Sem apoio para desenvolver carreiras musicais profissionais, uma parte da música moçambicana cai no amadorismo. Em segundo lugar a falta de estratégias dos próprios músicos e agências de management, assim como a falta de apoio por parte das autoridades. Não existe nenhum tipo de política ou programa de apoio para a internacionalização da música, apesar de se ter redigido um projecto de Estratégia de exportação da música moçambicana há alguns anos – que foi redigido sem consultar os agentes privados

relevantes da indústria musical. Moçambique não participa em mercados e festivais internacionais, e, portanto, a sua música fica desconhecida para os programadores musicais estrangeiros. Porém, existem músicos com trajectórias sólidas que possuem as agendas necessárias para fazer de ligação com os mercados estrangeiros, e uma política decidida poderia dar resultados muito positivos neste âmbito, sempre que fosse dirigida desde o ponto de vista estritamente profissional, sem interferências políticas.

II.10.4. IMPORTANCIA PARA O PROGRAMA

O potencial de criação de emprego no setor musical localiza-se sobretudo na música ao vivo, como mostram os números de empregados nos festivais musicais. Porém, a música ao vivo depende da existência de propostas musicais de qualidade, o que indica que para aproveitar este elo da cadeia de valor, o fortalecimento dos anteriores é imprescindível. No momento, o mercado interno é fraco demais para criar um grande número de empregos directos, mas é preciso criar audiências para desenvolver o mercado. A participação das mulheres no mercado musical é limitada, em Moçambique e internacionalmente. As mulheres aparecem normalmente como cantoras, e em menor medida como músicos, e a sua presença na parte da gestão musical é muito limitada. Este é um grande desafio para o sector musical de todo o mundo, e artistas-produtoras como a Dama do Bling tem já colocado a questão em Moçambique. A solução passa por incentivos a participação das mulheres no negócio, por exemplo, fomentando a sua participação em formações.

O potencial de regionalização PALOP da música é grande. A música angolana e cabo-verdiana é bem conhecida em Moçambique, e músicos moçambicanos vão para Angola como músicos de acompanhamento ou de estudo. Já existem plataformas comuns entre os países, como canais de televisão, e o uso comum do português facilita a circulação do produto. Por outra parte, a música é hoje basicamente um produto imaterial, e, portanto, a sua exportação evita uma grande parte das taxas relativas a mesma (não se exporta um objecto material-disco oud CD-, se licencia a música para determinado país). As possibilidades de criar um mercado comum são altas, mesmo apesar das dificuldades das distâncias. Por outra parte, os benefícios na criação de uma identidade partilhada para os PALOP são enormes.

II.11. OUTRAS INDÚSTRIAS CULTURAIS

Além dos sectores directamente indicados pelo Governo de Moçambique, há outros setores que apresentam um interesse relativo, nomeadamente o turismo cultural e as artes cénicas (teatro e dança).

II.11.1. TURISMO

O Governo de Moçambique está a dar aparentemente uma grande prioridade como actividade geradora de renda o turismo. Moçambique conta com grades atractivos turísticos, como os seus 2.700 km de costa. No entanto, o turismo em Moçambique tem uma série de problemas estruturais que dificultam o seu desenvolvimento: em primeiro lugar o *value for money* do turismo moçambicano está muito longe do oferecido pelos países da sua área, tanto para os alojamentos como para o transporte; em segundo lugar continua a ser uma zona de malária, o que desencoraja certo tipo de turismo; em terceiro lugar é um grande desconhecido ao nível internacional; e em último lugar os trâmites do visto dificultam o tráfico de turistas dos países vizinhos. Além disto, a experiência turística em Moçambique fica decepcionante para muitos: inúmeros problemas com a polícia, com a fixação dos preços dos serviços, etc, são histórias habituais daqueles que visitam o país.

O turismo precisa de diversificação para dar um valor acrescentado ao turismo de sol e praia, e o turismo cultural pode fazer o seu contributo. A própria estratégia de turismo do país dá grande importância ao turismo cultural, mas de momento é só na Ilha de Moçambique onde se tem desenvolvido uma proposta forte deste tipo. O programa do MDG-F trabalhou neste sentido na Ilha de Moçambique e em Inhambane, criando roteiros culturais. Infelizmente a oferta não encontrou sucesso, e muitos dos guias e pessoas capacitadas para os roteiros ficaram frustrados depois das formações. Porém, o turismo cultural tem grande potencial para o mercado doméstico, uma vez que o moçambicano gosta de conhecer a sua própria cultura, ainda que não tenha o hábito de fazer turismo –sim de se deslocar para assistir, por exemplo, os festivais culturais-.

Neste sentido, o turismo comunitário orientado para o público local é uma oportunidade para as comunidades de criar uma renda, e para os moçambicanos de entrar em conexão com a realidade turística. Experiências como a de Mafalala liderada por IVERCA mostram que é possível criar um interesse turístico deste tipo.
Porém, o potencial do turismo regional nos PALOPs é claramente limitado pela distância geográfica, que impossibilita os pacotes partilhados.

II.11.2. ARTES CÉNICAS

No sector das artes cénicas, onde as formações estão concentradas na ECA e na END, as oportunidades de criação de emprego e renda são muito menores segundo a UNCTAD. Porém, o valor cultural do setor é claro, e por isso, não pode ser esquecido dentro do núcleo das indústrias culturais. No âmbito da dança, Moçambique conta com inúmeros grupos não profissionais, principalmente de danças tradicionais, mas o sector profissional é menor. A Companhia Nacional de Canto e Dança é um grande activo, que numa altura teve projecção internacional. No que tem a ver com a dança contemporânea, as fraquezas são inúmeras, apesar do positivo contributo do Festival Kinani e dançarinos como Panaibra Gabriel Canda ou Quito Tembe. No setor do teatro, abundam as companhias amadoras, muitas desenvolvendo teatro para ONGs, destacando-se experiências como o Teatro do Oprimido ou a Rede de Teatro Comunitario, e destacam-se poucas profissionais como a Mutumbela Gogo. Os desafios das artes cénicas são coincidentes com os da música ao vivo: falta de locais, falta de técnicos, custos das digressões, entre outros, com a problemática adicional de tratar-se normalmente de grupos grandes. Porém, as artes cénicas estão encontrando um nicho de mercado nas representações turísticas que tem lugar nos hotéis e restaurantes. Como no caso da música, o seu contributo para uma identidade comum é grande, e assim deveria fazer parte desta perspectiva regional, mas as possibilidades de rentabilizar economicamente digressões de artes cénicas dentro dos próprios PALOPs são muito pequenas, tendo que acudir a outros esquemas de financiamento através do mecenato ou o subsidio público.

II.11.3. PUBLICIDADE E EVENTOS

É importante fazer destaque do potencial da indústria da publicidade e os eventos em Moçambique, com empresas muito conhecidas e consolidadas como a GOLO ou a DDB (esta responsável pela MFW e pelos Mozambique Music Awards). Este tipo de empresa é um cliente principal para outras empresas criativas, ao subcontratar a produção audiovisual, o desenho gráfico, etc...

Finalmente há que apontar a um sector que é de momento pouco considerado em Moçambique, mas que é de grande importância em si mesmo, e como suporte para os outros sectores: o da inovação tecnológica com o foco para o digital. Mesmo nos novos parques de inovação o conceito de medialab ou fablab fica desconhecido, apesar da sua presença em outros países africanos. A

introdução para um uso prático das novas tecnologias é imprescindível, e em tanto que fazendo parte da economia do conhecimento, não é estranha às indústrias criativas.

Partindo deste contexto foram identificados uma série de problemas (ver tabela 7) nos diferentes sectores.

III. PROPOSTAS DE ACÇÃO

Em todo momento as acções propostas têm uma relação directa com os problemas colocados no capítulo primeiro (ver tabela 8 no anexo), porém, o número de atividades que poderiam ser realizadas é inúmero, ao abordar as indústrias criativas de uma forma muito geral; e muitas actividades contribuem para solucionar vários problemas. Assim, foi precisso limitar estas acções, seguindo vários critérios iniciais.

Em primeiro lugar, e dado que no sector se encontraram várias actividades com uma implementação inacabada, estas foram privilegiadas, para construir no que já foi feito e assim aproveitar os recursos financeiros e humanos. Em segundo lugar, se destacam actividades que já estão a ser desenvolvidas por parceiros fiáveis de implementação, mas que precisam de apoio financeiro para concretizar a actividade ou para a sua replicação quando esta já teve sucessos anteriores. Em terceiro lugar, foram explorados apenas os sectores propostos pelo governo, e portanto existe já uma delimitação sectorial clara.

Finalmente, se privilegiam actividades que possam ser atingidas por um programa com características e dimensões do proposto. Por exemplo, apesar das enormes fraquezas institucionais, um programa regional não é a ferramenta adequada para tratá-las, uma vez que o fortalecimento institucional precisa de enormes recursos e tempo. Por outra parte, sendo que é um programa mais virado para a economia criativa do que para a cultura no geral, se privilegiam claramente os produtores e empresários culturais como beneficiários finais face às instituições. Assim, foram identificadas 24 acções (para um descritivo completo, ver tabela 9 no anexo) que se concentram basicamente em três áreas: formação em empreendedorismo, sector musical e sector do artesanato.

É importante destacar que tanto as instituições como a sociedade civil da cultura têm grandes fraquezas organizativas, e, portanto, a implementação de qualquer acção exigirá um envolvimento maior da Unidade de Gestão do Programa - UGP. Neste sentido, a UGP não pode ser só uma unidade administrativa, tem que estar envolvida nos aspectos técnicos do programa, e mesmo em certo ponto actuar como líder. Mesmo que uma UGP forte seja normalmente rejeitada, as instituições locais têm uma capacidade muito fraca para poder por si mesmas implementar com sucesso o programa, como foi constatado em programas anteriores, tanto do nível regional como do nível nacional.

SECTOR	OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACÇÃO
Todos	Adequados os recursos humanos e a informação das empresas criativas as demandas do mercado	1. Criação de um sistema de informação cultural
		2. Mapeamento das cadeias de valor dos diferentes sectores em todas as províncias
		3. Criação de um ponto de informação para as empresas criativas
		4. Capacitação em empreendedorismo criativo
		5. Criação de uma incubadora de empresas criativas
		6. Capacitação em modelos de negócio digital
Artesanato		7. Programa formativo da CEDARTE para artesãos
Moda		8. Apoio a formação do INEFP em corte e costura através da unidade móbil e kits de início de negócio
Música		9. Oficinas de som
Música		10. Capacitações de negócio musical
Todos	Melhoradas as oportunidades de financiamento de projetos criativos	11. Criação do Banco da Cultura
		12. Programa de ligação entre as empresas criativas e os mecenas.
Música		13. Criação de estudo de gravação móbil
		14. Fundo de apoio a produção musical
Artesanato	Diversificadas as oportunidades de distribuição dos produtos culturais	15. Programa de fomento do artesanato nas Férias Profissionais Internacionais
Artesanato		16. Programa de exportação do artesanato do IPEX
Moda		17. Programa de fomento da moda nas Férias Profissionais Internacionais
Música		18. Elaboração de uma Guia da Música
Música		19. Fundo de mobilidade para música
Música		20. Criação de uma rede alternativa de distribuição do disco
Música		21. Escritório de exportação de musica
Música		22. Feria Internacional de Música de Maputo
Todos		23. Festival Artístico Multidisciplinar PALOP
Turismo	Criados produtos turísticos culturais	24. Desenvolvimento de Pacotes turístico doméstico

IV. PRIORIZAÇÃO DAS PROPOSTAS DE ACÇÃO

Uma vez identificadas as acções, foi feita uma priorização das mesmas com base em vários critérios (ver tabela 10 em anexo). O primeiro é o critério do valor da acção, e este em relação a quatro aspectos, o seu contributo para a criação de emprego, a sua capacidade para criar empregos para mulheres, o seu impacto no desenvolvimento cultural, e o seu potencial para alcançar e promover uma dimensão regional nos PALOP. O segundo critério tem a ver com o apoio que a acção poderá encontrar. Assim, valoriza-se em primeiro lugar a existência de um quadro regulador adequado, o possível apoio institucional, o apoio que receberia da sociedade civil, e a possibilidade de estabelecer alianças durante a sua implementação. O último critério é a capacidade do programa de desenvolver a acção, tomando nota do grau de dificuldade da mesma, do seu custo, dos parceiros de implementação existentes e da sua sustentabilidade.

Aparecem assim hierarquizadas as acções, mas sobre o resultado há que fazer também alguma consideração. Em primeiro lugar, as acções que têm a ver com economía criativa no geral, aparecem como menos interessantes para o programa, no entanto as actividades sectorias têm um maior atrativo. Por exemplo, a criação de uma incubadora é muito interessante para o sector criativo moçambicano, mas provavelmente absorveria a maior parte dos recursos do programa, e por tanto, seria uma escolha arriscada.

Porém, as acções dos diferentes sectores aparecem intercaladas entre sim. Não podemos esquecer que as actividades tem sinergias positivas entre elas, e portanto, quanto mais concentradas, maior as possibilidades de impacto. Assim foi indicado na avaliação do PAIC, que assinalava a pulverização sectorial dos fundos como um dos maiores problemas para atingir impactos.

Tendo isto em consideração, a proposta final passaria por se concentrar, ou no sector musical, ou no sector do artesanato. Assim, poderíamos falar de dois blocos de actividades:

Música	Artesanato
1. Elaboração de uma guia da música 2. Capacitações em negócio musical 3. Fundo de apoio a producção musical 4. Fundo de mobilidade para a música 5. Feira internacional de música de Maputo 6. Criação de uma rede alternativa de distribuição do disco 7. Festival artístico multidisciplinar PALOP 8. Banco da Cultura	1. Programa formativo da CEDARTE para artesãos 2. Programa de fomento do artesanato nas Feiras Internacionais Profissionais 3. Programa de exportação do artesanato do IPEX 4. Festival artístico multidisciplinar PALOP 5. Banco da Cultura

ANEXOS

TABELA 1: INSTITUIÇÕES PUBLICAS DE CULTURA		
PROVÍNCIA	**INSTITUIÇÃO**	**CONTACTO**
MAPUTO	MICULTUR	José Pita (Director DNICC); Tl: 824162820; jmanuelpita@yahoo.com.br Celeste Jaime Manguele (Chefa de Departamento DNICC); Tl: 824321240; celjmaunguele@gmail.com
	Biblioteca Nacional de Moçambique	Roque Félix (Director); Tl: 21311905; bcanacional@yahoo.com.br
	Museu Nacional de Arte	Julieta Massimbe (Directora); Tl: 21320264; missmassimbe@hotmail.com
	Escola Nacional de Música	Isabel Mabote (Directora); Tl: 824724110; enmusica@tvcabo.co.mz
	Escola Nacional de Dança	María Celia Mugalela (Directora); tl: 824704600
	Escola Nacional de Artes Visuais	Jorge Dias (Director); Tl: 828525100; jmodias2003@yahoo.br
	Instituto de investigação sócio-cultural/ARPAC	Fernando Dava (Director); arpac@tvcabo.co.mz
	Instituto Superior de Arte e Cultura-ISARC	Filimone Meigos (Director); Tl: 826523590; fmeigos01@yahoo.com.br
	Fundo de desenvolvimento artístico e cultural	Maria Angela Khane (Secretaria Geral); Tl: 828683110; khudzy@hotmail.com
	Instituto Nacional do Disco e o livro	Francisco Essau Cossa
	Companhia Nacional de Canto e Dança	Candida Mata
	Museu nacional de Geología	Luis Costa Junior; Tl: 21313508; museugeologia@tvcabo.mz
	Museu de Historia Natural	Lucilia Chuquela
	Museu Nacional da Moeda	21320290
	Museu da Revolução	
	Casa da Cultura do Alto Mãe	Jorge Langa
	Centro Cultural Ntsynda	Eldorado Labula (Director); Tl: 828403010; ntsynda@yahoo.com.br
	Direcção Provincial do Turismo e Cultura	Faustino Nativo; Tl: 21724075
GAZA	Direcção Provincial de Turismo e Cultura	Unicia Carlos Cumbe (Chefa do DAC) Tl: 823948547 uniciacarlos@yahoo.com.br
	Casa Provincial da Cultura de Gaza	Hermenegildo Domingos Chiúre (Director) Tl: 828354360; hchiure@yahoo.com.br
	Biblioteca Pública Provincial de Gaza	Abel Caetano dos Santos Sebastião (Director) Tl: 825782508; abelambane@yahoo.com.br
	Delegação do ARPAC em Xai-Xai	Alberto Francisco Valoi (Director) Tl: 28222537; albertovaloi@yahoo.com.br
	Depósito Museológico de Chibuto	Lucía Joaquim Machava (auxiliar) Tl: 826137582
	Casa Museu Samora Machel- Centro de interpretação de Chilembene	Sem pessoal
	Centro de interpretação de Nwadjahane	Arlindo Francisco Hognawe (Director) tl: 825435044
INHAMBANE	Direcção provincial de Turismo e Cultura	João Rousse (Técnico da cultura) Tl: 824102820

	Casa Provincial da Cultura de Inhambane	Abel Afonso Joaquim (Director interino) Tl: 846027110
	Biblioteca Pública Provincial de Inhambane	Palmira Ignacio (Directora) Tl: 29320297
	Museu Regional de Inhambane	Francisco José Antonio Tl: 29320756
	Casa da Cultura de Vilanculos	Sem pessoal
	Centro de interpretação de Chibuto	Sem pessoal
SOFALA	Direcção Provincial de Turismo e Cultura	Zaia Miquitaio Tl: 827211964; zaiamiquitaio@yahoo.com
	Casa Provincial da Cultura de Beira	Matías Félix Chapungo; Tl: 825920720; matiaschapungo@yahoo.com.br
	Biblioteca Pública Provincial de Beira	María Imaculada Rosario Guta (Directora); Tl: 825648570
	Delegação do ARPAC de Beira	Joaquim Juma (Chefe do sector da documentação); Tl: 825732280
	Delegação do INAC de Beira	Jorge Manuel Ataíde (Delegado); Tl: 824395100
	Casa da Cultura distrital de Buzi	Manuel Chibongoloa (Director)
MANICA	Direcção Provincial de Turismo e Cultura	Marino Primeiro (Chefe do DAC); Tl: 825855090
	Biblioteca Pública Provincial de Manica	Moises Manuel Quichine (Director); Tl: 825749270; mquichine@yahoo.com.br
	Delegação do ARPAC em Chimoio	Alberto Folowara; Tl: 25122458
TETE	Direcção Provincial de Turismo e Cultura	Simão Jacobe Dimba (Director Adjunto); Tl: 25223896
	Biblioteca Pública Provincial de Tete	Carlos Bulha Jaqueta (Chefe do Departamento técnico): Tl: 823944888
	Delegação do ARPAC de Tete	Fernando Manjate; Tl: 25223082
NAMPULA	Direcção Provincial de Turismo e Cultura	Mario Intetepe (Chefe Departamento Patrimonio) Tl: 826686010
	Casa Provincial da Cultura de Nampula	Bernardo Mualacua (Director); mualacuapereira@yahoo.com.br
	Museu Nacional de Etnología de Nampula	Pedro Guilherme Kulyumba
	Biblioteca Pública Provincial de Nampula	Boaventura Mucage; Tl: 842062676
	Museus da Ilha de Moçambique-MUSIM	Silverio Nauito (Director); Tl: 26610047; info@musim.org.mz
	Gabinete de Conservação da Ilha de Moçambique	Celestino Gerimula (Director); Tl: 826400580; g.ilhademoçambique@yahoo.com.br
	Casa Distrital da Cultura de Nacala	Omar Abdul Aquiamungo (Director); Tl: 844211334
	Depósito museológico de Angoche	Alberto Abosse Somar
CABO DELGADO	Direcção Provincial e Turismo e Cultura	Marcelino Ngalino Dingano (Director); Tl: 826665340; marcelino.dingano@yahoo.com.br
	Casa Provincial da Cultura de Pemba	Cesario Valentim (Director); Tl: 823897724
	Biblioteca Pública Provincial de Cabo Delgado	Regina António Lichinga (Directora); Tl: 27220743
	Museu de Chai-MUCHAI	Valerio Gabriel (Director); Tl: 863126988
	Centro de Interpretação de Mueda	Sem pessoal

NIASSA	Direcção Provincial de Turismo e Cultura	Henriques Alí
	Biblioteca Pública Provincial de Lichinga	Chande Uaite (Director); Tl: 827776930
	Depósito museológico de Niassa	Henriques Alí

TABELA 2: EVOLUÇÃO DO MINISTÉRIO DA CULTURA

ANO	INSTITUIÇÃO	NORMA	ESTRUTURA
1975	Ministério de Educação e Cultura	Orden Ministerial 39/76 de 14 de fevereiro	• Instituto nacional da Cultura • Serviço nacional de Bibliotecas • Serviço Nacional de radio educativa • Serviço Nacional de Museos
1983	Secretaría de Estado de Cultura (subordinada o Conselho de Ministros)	Decreto Presidencial 84/83 de 29 de dizembro	• Direcção Nacional do Patrimonio Cultural • Direcção Nacional de Acção Cultural • Departamento de Relações Internacionais • Departamento de administração e finanças • Departamento de formação e recursos humanos
1987	Ministério de Cultura	Decreto Presidencial 11/87 de 12 de janeiro	• Instituto Nacional do Libro e Disco
1992	Ministério da Cultura e Juventude	Decreto Presidencial 3/92 de 26 de junho	• Direcção Nacional de Patrimonio Cultural • Direcção Nacional de Acção Cultural • Direcção Nacional de Assuntos da Juventude • Gabinete de estudos • Departamento de Administração e Finanças • Departamento de Cooperação internacional • Departamento de planificação • Departamento de Recursos Humanos
1996	Ministério da Cultura, Juventude e Desportos	Decreto Presidencial 2/96 de 21 de dezembro	• Inspecção Geral • Direcção Nacional de Cultura • Direcção Nacional de Assuntos da Juventude • Direcção Nacional de Desportos • Direcção de Estudos e Projetos • Departamento de Cooperação Internacional • Departamento de Recursos Humanos • Departamento de Administração e Finanças
2000	Ministério da Cultura	Decreto Presidencial 1/2000 de 17 de janeiro	• Inspecção Geral • Diecção Nacional do Patrimonio Cultural • Direcção Nacional da Acção Cultural • Direcção de Estudos e Projetos • Departamento de Cooperação internacional • Departamento de recursos humanos • Departamento de Administração e finanças
2005	Ministério da educação e Cultura	Decreto Presidencial 13/2005 de 4 de fevereiro	• Inspecção geral • Direcção Nacional de educação geral • Direcção Nacional de alfabetização e educação para adultos • Direcção Nacional da Cultura • Direcção de coordenação do Ensino superior • Direcçao de Programas especiais • Direcção da planificação e a cooperação • Direcção de recursos humanos • Direcção de administração e finanças • Gabinete de cominucação e informação • Depratamento de Tecnologías da informação e comunicação • Departamento jurídico
2010	Ministerio da Cultura	Decreto Presidencial 1/2010 de 15 de janeiro	• Inspecção Geral • Direcção Nacional do Patrimonio Cultural • Direcção Nacional de Acção Artístico-Cultural • Direcção Nacional de Promoção das Indústrias Culturias • Departamento de Planificação de cooperação internacional • Departamento dos Recursos Humanos • Departamento de Administração e finanças • Departamento de tecnologias de informação e comunicação

TABELA 3: CENTRO DE ESTUDOS E DESENVOLVIMENTO DO ARTESANATO-CEDARTE
O CEDARTE nasceu em 2006 com o apoio de vários parceiros internacionais, e sob a tutela da Aid to Artisans-ATA, organização na que vários dos seus fundadores tinham trabalhado. Configurada como ONG, tem uma folha de rota clara para o seu trabalho. A CEDARTE tem como objectivo final se converter num centro de referência em Moçambique para o conhecimento e a promoção do desenvolvimento do artesanato nacional. Desenvolvem os seguintes programas: 1. Formação e capacitação dos empreendedores do artesanato Contribuir para o aumento da qualidade e quantidade da produção de artesanato através de acções de formação contínua e de desenvolvimento de capacidades. 2. Promoção do uso sustentável de recursos Facilitar o acesso contínuo dos artesãos à matéria prima sustentável e outros recursos, incluindos os financeiros. 3. Desenvolvimento de produtos, desenho e inovação Contribuir para a inovação e o aumento do potencial de venda dos produtos do artesanato moçambicano. 4. *Marketing* e Acesso os mercados Fomentar a comercialização do artesanato moçambicano no país e internacionalmente *5. Marketing* do sector, comunicação e *networking* Melhorar a visibilidade e uma maior sensibilidade dos moçambicanos, por um lado, e dos compradores internacionais, por outro, sobre o potencial do artesanato moçambicano, e através de acções de *networking* e apoio, provocar um funcionamento mais harmonioso do sector 6. Desenvolvimento institucional Garantir a existência de condições de funcionamento interno O CEDARTE tem-se convertido num potente agente no sector do artesanato, que funciona principalmente como provedor de consultoria para parceiros que desejam trabalhar no sector, e que podem aproveitar o seu *know-how*. Neste momento o seu director é Lucrécio Macuacua, mas antigos fundadores, como Abel Dabula, hoje membro do *board*, continuam a ter um papel importante na organização, garantindo a qualidade dos seus serviços. O CEDARTE criou a Greenarte, uma companhia comercial, para a exportação do artesanato, principalmente das associações de Maputo, para os mercados dos EUA e europeos (particularmente França), sendo neste momento o maior agente de exportação de artesanato. O CEDARTE foi igualmente o responsável pelo desenvolvimento da FEIMA de Maputo, que hoje em dia já está a ser gerida pelas autoridades municipais.

TABELA 4: RUUM Gallery
A RUUM Gallery é um projecto comercial focado no desenho de objectos, claramente vocacionado para, partindo do artesanato e dos materiais locais, trazer um ponto de alto desenho à produção local. O projecto é liderado por duas moçambicanas que seguiram formações no estrangeiro, a Dirce Pinto (desenhadora industrial) e a Taila Carrillo (desenhadora gráfica). O projecto começou com uma linha de carpintaria de pequenos objectos, mas devido a demanda, começaram a fabricar mobília de maior tamanho. Esta linha de carpintaria exigiu que formassem os carpinteiros nas especificidades dos seus desenhos. Devido ao êxito da sua linha de carpintaria, foram convidadas pelo CCFM para abrir um espaço, o qual chamaram RUUM Gallery. Neste espaço, exibiram peças de todos os tamanhos, todas feitas à mão pelos artesãos locais, segundo os desenhos muito trabalhados criados por elas. O conceito da sua linha de trabalho é se concentrar em desenhos depurados e funcionais, com cada peça sendo única pelas particularidades da fabricação artesanal, mais com acabados de alto *standard.* A criação da empresa não foi difícil desde o ponto de vista burocrático, já que internalizaram o processo, no entanto, o investimento inicial foi completamente pessoal, devido a impossibilidade de aceder ao crédito no país (pela alta taxa dos juros). Tendo em conta as características do seu negócio, este investimento é muito alto, devido a renda dos espaços e os custos de materiais de primeira qualidade que elas seleccionam pessoalmente. Isto faz com que o negócio seja dificilmente sustentável na base do mercado local, que sem estar ainda acostumado ao desenho, veem as suas peças como tendo preços muito altos. Assim, no período em que a RUUM esteve aberta no CCFM, o seu comprador habitual era o turista e os expatriados, com grandes picos de compra no natal. Nesta base, a RUUM conseguiu empregar de forma regular a 4 pessoas além das donas, mais várias pessoas de produção. Devido as elevadas rendas dos locais em Maputo, chegaram a decisão de fechar o espaço no CCFM, mas não a finalizar o projecto, que se está a reorientar, na base da demanda existente. Desde que iniciaram o seu projecto, muitos foram os pedidos que receberam do exterior, pedidos que não atendiam pelas dificuldades que encontravam na exportação, tanto pela logística como por desconhecimento do regulamento. Mas as peças que produzem, de altíssima qualidade, continuam a ter demanda no exterior, pelo que tem a ideia de abrir uma loja *online* em breve e começar a fazer envios para o exterior. O seu projecto tem chamado a atenção de vários *hubs* de desenho estrangeiro, que lhes tem oferecido trasladarse para eles, especialmente na África do Sul. Isto mostra como é um negócio com um produto que tem uma clara projeção internacional, mas que não é apoiado em Moçambique, onde é percebido como sendo muito elitista. Trazer uma visão de alta gama para os produtos moçambicanos, baseados em matéria prima de luxo como são as madeiras preciosas, é um aspecto do artesanato que não deveria ser esquecido. https://www.facebook.com/RUUM-342004782603876/ https://www.youtube.com/watch?v=0aYbMpTg8M8

TABELA 5: FEIRA DE ARTESANATO, FLORES E GASTRONÓMICA DE MAPUTO-FEIMA
A FEIMA foi criada em Maputo, no Parque dos Continuadores com o intuito inicial de reabilitar uma zona urbana, para oferecer aos habitantes de Maputo um espaço de lazer e encontro. O projecto contou com o apoio da Cooperação Espanhola, que reabilitou o espaço e acompanhou as autoridades no desenho das atividades. Se entendeu que deveria ser um espaço multidisciplinar, que acolhera não só o artesanato, as outras mostras da cultura moçambicana, assim como, locais de restauração onde se pudessem consumir receitas típicas do país, e espaços para a realização de espectáculos ao vivo, além de áreas de jogos para as crianças. Pelas dimensões da FEIMA o projecto foi custoso. Uma vez completada a reabilitação, iniciou o trabalho de trazer os vendedores de artesanato para a FEIMA. Até esse momento existia em Maputo unicamente um mercado informal realizado aos sábados na praça da 25 de Setembro, sendo que a maior parte da venda era uma venda ambulante. Num primeiro momento os vendedores não queriam trasladar o seu negócio para a FEIMA, entendendo que não haveria clientes, mas pouco a pouco foram instalando-se no mercado. Nos anos seguintes, a FEIMA foi-se tornando num ponto popular para os turistas, e portanto, as vendas aumentaram consideravelmente. Tanto a CEDARTE como a UNESCO estiveram envolvidas em certos momentos no que tem a ver com a melhora das condições de venda do artesanato (por exemplo, com o desenho de expositores), mas numa certa altura, já não participaram mais no procjeto. As primeiras dificuldades chegaram quando, depois de vários anos subvencionados, os vendedores deviam começar a pagar quotas, algo ao que se negavam. Trás a conclusão do projecto com a Cooperação Espanhola, o projecto passou para a gestão da municipalidade. Num primeiro momento, e dado que se pensava num projeto cultural integral, se lançou um concurso público para contratar uma gestora, mas finalmente a gestão passou directamente para os funcionários do município. Actualmente, a cobrança continua a ser muito irregular, e os artesãos reclamam de um descenso importante das vendas desde há dois anos (coincidindo com a diminuição do número de turistas). Por outra parte, a falta de um projecto cultural consistente, converteu a FEIMA num simples mercado.

TABELA 6: FESTIVAL AZGO
O Festival Azgo é uma das iniciativas culturais com mais éxito nos últimos anos, até o ponto que este festival musical conseguiu atrair em 2015 a mais de 8.000 pessoas. O festival começou há cinco anos, e neste período breve de tempo, conseguiu crescer como festival, oferecendo uma programação completa de música e oficinas, além do espaço AZGITO virado para as crianças. O diretcor do festival- e fundador- é Paulo Chinbanga (membro do grupo 340ml), que fazendo parte da indústria da música, colaborou em primeiro lugar com o festival Mafalala Livre. Depois desta experiência decidiram fazer um festival de música em Maputo, inspirados por festivais que conheciam na região. A primeira edição foi financiada com investimento próprio, já que o acesso ao crédito era impossível por causa dos altos juros. Na segunda edição, já contavam com o apoio de várias embaixadas, que financiam principalmente a presença de grupos no festival (o que as vezes tem contribuído para uma certa dispersão no elenco artístico). No primeiro ano, tiveram que contar com empresas de som da África do Sul para a produção, mas hoje emdia prácticamente toda a produção é feita com recursos locais. De facto, os números da edição do 2015 mostram uma grande profissionalização e desenvolvimento do evento, de forma que foi necessário a criação da Khuzula Produções para gerir o festival. O festival criou 386 postos de trabalho directo durante o mesmo, e só em bilheteria e negócios internos (*merchandising*, comida e bebidas) geraram 114.000 $, ao que há que somar 112.000$ arrecadados dos patrocinadores. Mas o AZGO, com uma estratégia de comunicação e *fundraising* bem planeada, é capaz de criar toda uma série de colaboraçãos com parceiros de comunicação, alojamento, etc... Nestes anos, o AZGO conseguiu também fazer parcerias com outros festivais musicais, participando na rede de Festivais de África (até agora financiada por um projecto ACP), e partilha uma parte da sua programação com o Bushfire (Suazilândia). De momento, o AZGO é um festival de projeção local, sendo que aproximadamente 95% da audiência é de Maputo, e 5% são turistas. O objectivo é conseguir diversificar a audiência, e converter o evento num ponto internacional, mas para isso seria preciso uma melhora das condições turísticas da cidade. A Khuzula entende que o AZGO é basicamente um empreendimento social, e por isso os lucros são investidos em projectos como o AZGITO. Assim, entendem que a continuação lógica do projecto é levar a música ao vivo além de Maputo, nas províncias, onde as pessoas têm pouca oportunidade de assistir a espectáculos. http://www.azgofestival.com/

TABELA 7: LISTA DE PROBLEMAS		
AREA		PROBLEMA
INSTITUIÇÕES	P1.1.	Baixo nível de especialização dos funcionários públicos na Economia Criativa
	P.1.2.	Falta de orçamento para programas de apoio as indústrias culturais
	P.1.3.	Planificação operativa (PES) institucional virada para actividades sem valor real para o fortalecimento da economia criativa
SOCIEDADE CIVIL	P.2.1.	Carácter escassamente representativo e pouco profissional da sociedade civil cultural
	P.2.2.	Baixo nível de financiamento próprio ou externo da sociedade civil cultural
EMPREGO, EMPREENDEDORISMO E POLÍTICA FISCAL	P.3.1.	Potencial da economia criativa desconhecido para os agentes públicos e privados com poder para promover as indústrias criativas
	P.3.2.	Inexistência de dados fiáveis sobre a economia criativa
	P.3.3.	Os agentes/empresas criativas desconhecem os programas/esquemas de apoio as PEME públicas e privados
	P.3.4.	Os agentes/empresas criativas desconhecem os trâmites legais e fiscais, assim como os modelos simplificados dos que poderiam beneficiar-se
	P.3.5.	Os agentes/empresas criativas carecem de capacidades relacionadas com o desenvolvimento de negócios
	P.3.6.	O acesso ao financiamento público/privado é difícil para os agentes/empresas criativas
	P.3.7.	Os modelos de contratação existentes são gravosos para os agentes/empresas culturais
	P.3.8.	Os trabalhadores criativos estão numa situação precária de direitos laborais e sociais
	P.3.9.	As taxas de importação/exportação dos bens culturais prejudicam os agentes/empresas culturais
DIREITOS DO AUTOR	P.4.1.	Lei dos Direitos do Autor obsoleta e não aplicada
	P.4.2.	Fraca capacidade/vontade de fiscalizar o cumprimento da Lei dos Direitos do Autor
	P.4.3.	Baixo nível de representatividade e capacidade arrecadatória da SOMAS
	P.4.4.	Os agentes/empresas criativas e as instituições desconhecem modelos alternativos de exploração dos direitos de autor
	P.4.5.	O IPI não está envolvido nas industrias criativas
FINANCIAMENTO	P.5.1.	Baixo nível de orçamento público para as indústrias culturais e orientação do mesmo para actividades não estruturantes
	P.5.2.	A Lei do mecenato é ineficiente e obsoleta
	P.5.3.	Os agentes/empresas criativas tem dificuldades para aceder a empréstimos e investimentos nos moldes comerciais
ARTESANATO	P.6.1.	Os conhecimentos tradicionais estão a perder-se com o falecimento dos mestres
	P.6.2.	Inexistência de formação formal de artesanato
	P.6.3.	Baixa capacidade de adaptar a produção as demandas do mercado
	P.6.4.	Os artesãos encontram dificuldades para o aceso a matéria prima e as ferramentas
	P.6.5.	O investimento inicial para produção de artesanato fica alto para muitos indivíduos e cooperativas

	P.6.6.	A produção de artesanato está pouco profissionalizada, com abundância de produtores individuais e associações frente as cooperativas
	P.6.7.	Os artesãos não utilizam modelos de contrato para formalizar as suas relações comerciais
	P.6.8.	Os artesãos carecem de capacidades relacionadas com o desenvolvimento de negócios
	P.6.9.	Os artesãos desconhecem os mecanismos do mercado
	P.6.10.	Os altos custos do transporte nacional e internacional prejudicam o comércio de artesanato
	P.6.11.	Os agentes públicos/privados e os compradores desconhecem a Lei de Comércio de Bens Culturais
	P.6.12.	O mercado doméstico para o artesanato tem um potencial limitado
	P.6.13.	Inadequados canais e oportunidades para a ligação do artesanato com os mercados internacionais
CINEMA	P.7.1.	Inexistência de formações superiores específicas de cinema
	P.7.2.	Custos altos do material de produção do cinema
	P.7.3.	Inexistência de financiamento público/privado para a produção de cinema
	P.7.4.	Pirataria massiva de material audiovisual
	P.7.5.	Desaparição das salas de cinema comercial
	P.7.6.	O cinema moçambicano tem poucas oportunidades de exibição
	P.7.7.	As televisões moçambicanas não produzem apenas audiovisual de ficção ou documentário próprio
MODA	P.8.1.	Inexistência de formações formais no âmbito da moda
	P.8.2.	Os custos dos materiais de moda e das ferramentas são altos
	P.8.3.	Os agentes/empresas da moda carecem de recursos financeiros para grandes produções de qualidade e desenvolvimento de negócio
	P.8.4.	A capacidade produtiva para grandes pedidos é escassa
	P.8.5.	Os agentes/empresas de moda têm fracas capacidades para a criação de marca e gestão de negócio
	P.8.6.	Os pontos de venda são escassos e as redes de distribuição fracas
	P.8.7.	As empresas de moda não estão a explorar as oportunidades de negócio na *internet*
	P.8.8.	Inadequados canais e oportunidades para a ligação da moda moçambicana com os mercados internacionais
MUSICA	P.9.1.	Existência de lacuna formativa de grau médio em música
	P.9.2.	Fracas oportunidades formativas na área musical nas províncias
	P.9.3.	Os custos dos instrumentos tradicionais e modernos são altos
	P.9.4.	Inexistência de formações técnicas
	P.9.5.	Os agentes/ empresas musicais carecem de conhecimentos específicos dos modelos de negócio da música
	P.9.6.	O acesso aos estúdios de gravação profissional é difícil para os músicos
	P.9.7.	A fabricação do disco faz-se fora do país, e os custos de importação são altos
	P.9.8.	A realização de vídeos musicais de qualidade é difícil para os artistas

	P.9.9.	Fraca exploração dos Direitos do Autor no sector musical
	P.9.10.	Baixa exploração do negócio musical digital
	P.9.11.	Altos graus de amauterismo na música, sem desenvolvimentos de carreiras profissionais dirigidas por agências de *managemen*t profissionais
	P.9.12.	Escassa capacidade das redes de distribuição do disco
	P.9.13.	Altos preços do disco em relação com o poder aquisitivo da população
	P.9.14.	O número de empresas promotoras de música ao vivo é baixo, e muitas não estão registadas
	P.9.15.	Os custos altos das deslocações nacionais e internacionais prejudicam a possibilidade de realizar digressões
	P.9.16.	Espaços para a música ao vivo escassos no país, especialmente nas províncias
	P.9.17.	Existência de um número reduzido de empresas de som, o que acrescenta os custos de produção da música ao vivo
	P.9.18.	Os agentes/empresários musicais desconhecem a estrutura existente nas outras províncias
	P.9.19.	O Regulamento de espectáculos é especialmente gravoso para a música ao vivo
	P.9.20.	Os preços dos espectáculos ao vivo são altos para a capacidade aquisitiva do público, especialmente nas províncias
	P.9.21.	Inadequados canais e oportunidades para a ligação da música moçambicana com os mercados internacionais
Turismo	P.10.1.	O turismo moçambicano não oferece *value for money*
	P.10.2.	Apenas existem rotas turísticas culturais estabelecidas
	P.10.3.	O mercado turístico doméstico está pouco desenvolvido
Artes cénicas	P.11.1.	Espaços para as artes cénicas escassos no país, especialmente nas províncias
	P.11.2.	Os custos altos das deslocações nacionais e internacionais prejudicam a possibilidade de realizar digressões
	P.11.3.	Os preços dos espectáculos ao vivo são altos para a capacidade aquisitiva do público, especialmente nas províncias

TABELA 8: LISTADO DE PROBLEMAS E ACÇÕES			
INSTITUIÇÕES	P1.1.	Baixo nível de especialização dos funcionários públicos na Economia Criativa	A1.1. Capacitação específica para os funcionários públicos
	P.1.2.	Falta de orçamento para programas de apoio as indústrias culturais	A1.2. Programas de advocacia junto das autoridades financeiras
	P.1.3.	Planificação operativa (PES) institucional virada para actividades sem valor real para o fortalecimento da economia criativa	A.1.3. Capacitação específica para os funcionários públicos
SOCIEDAD E CIVIL	P.2.1.	Carácter escassamente representativo e pouco profissional da sociedade civil cultural	A.2.1. Campanha de promoção do associativismo no âmbito cultural
	P.2.2.	Baixo nível de financiamento próprio ou externo da sociedade civil cultural	A.2.2.1. Subsídios directos a sociedade civil para o fortalecimento das suas estruturas A.2.2.2. Capacitação em *fundraising* e elaboração de projectos
EMPREGO, EMPREENDEDORISMO E POLÍTICA FISCAL	P.3.1.	Potencial da economia criativa desconhecido para os agentes públicos e privados com poder para promover as indústrias criativas	A.3.1.Criação de um sistema de informação cultural
	P.3.2.	Inexistência de dados fiáveis sobre a economia criativa	A.3.2.1. Criação de um sistema de informação cultural A.3.2.2. Elaboração de mapeamentos sectoriais e provinciais das indústrias criativas
	P.3.3.	Os agentes/empresas criativas desconhecem os programas/esquemas de apoio as PEME públicos e privados	A.3.3.1. Criação de um ponto de informação para as indústrias criativas A.3.3.2. Seminário sobre os programas/ esquemas de apoio as PEME das indústrias criativas
	P.3.4.	Os agentes/empresas criativas desconhecem os trâmites legais e fiscais, assim como os modelos simplificados dos que poderiam beneficiar-se	A.3.4.1. Criação de um ponto de informação para as indústrias criativas A.3.4.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas
	P.3.5.	Os agentes/empresas criativas carecem de capacidades relacionadas com o desenvolvimento de negócios	A.3.5.1. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas A.3.5.2. Capacitações em empreendedorismo criativo
	P.3.6.	O acesso ao financiamento público/privado é difícil para os agentes/empresas criativas	A.3.6.1. Criação dum Banco da Cultura A.3.6.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas A.3.6.3. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais A.3.6.4. Capacitação em modelos alternativos de financiamento

	P.3.7.	Os modelos de contratação existentes são gravosos para os agentes/empresas culturais	A.3.7.1.Capacitação em modelos de contratação, benefícios fiscais e registo no INSS A.3.7.2. Promoção da figura do "intermitente"
	P.3.8.	Os trabalhadores criativos estão numa situação precária de direitos laborais e sociais	A.3.8.1. Capacitação em modelos de contratação, benefícios fiscais e registo no INSS A.3.8.2. Estabelecimento do Estatuto do Artista
	P.3.9.	As taxas de import/export dos bens culturais prejudicam os agentes/empresas culturais	A.3.9. Advocacia para a redução de taxas nos bens culturais
DIREITOS DO AUTOR	P.4.1.	Lei dos Direitos do Autor obsoleta e não aplicada	A.4.1. Revisão da Lei dos Direitos de Autor
	P.4.2.	Fraca capacidade/vontade de fiscalizar o cumprimento da Lei dos Direitos de Autor	A.4.2. Advocacia ante os poderes públicos sobre os direitos de autor
	P.4.3.	Baixo nível de representatividade e capacidade arrecadatória da SOMAS	A.4.3. Financiamento da assessoria jurídica da SOMAS para o começo de denúncia e persecução jurídica das violações dos direitos do autor
	P.4.4.	Os agentes/empresas criativas e as instituições desconhecem modelos alternativos de exploração dos direitos de autor	A.4.4. Capacitação em modelos alternativos de exploração dos direitos do autor
	P.4.5.	O IPI não está envolvido nas indústrias criativas	A.4.5. Campanha de sensibilização do IPI
FINANCIAMENTO	P.5.1.	Baixo nível de orçamento público para as indústrias culturais e orientação do mesmo para actividades não estruturantes	A.5.1.1. Programas de advocacia junto das autoridades financeiras A.5.1.2.Capacitação específica para os funcionários públicos
	P.5.2.	A Lei do mecenato é ineficiente e obsoleta	A.5.2.1. Revisão da Lei do mecenato A.5.2.2. Criação de programas de ligação entre as empresas criativas e os mecenas
	P.5.3.	Os agentes/empresas criativas têm dificuldades para aceder a empréstimos e investimentos nos moldes comerciais	A.5.3.1. Criação dum Banco da Cultura A.5.3.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas A.5.3.3. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais A.5.3.4. Capacitação em modelos alternativos de financiamento
ARTESANATO	P.6.1.	Os conhecimentos tradicionais estão a perder-se com o falecimento dos mestres	A.6.1.1. Documentação do conhecimento tradicional em artesanato A.6.1.2. Programa de aprendizagem intergeracional
	P.6.2.	Inexistência de formação formal de artesanato	A.6.2.1. Implementação do currículo aprovado pelo PIREP A.6.2.2. Replicação do programa de formação CEDARTE com novos núcleos de artesãos A.6.2.3. Bolsas de estudo no estrangeiro

	P.6.3.	Baixa capacidade de adaptar a produção as demandas do mercado	A.6.3.1. Implementação do currículo aprovado pelo PIREP A.6.3.2. Replicação do programa de formação CEDARTE com novos núcleos de artesãos
	P.6.4.	Os artesãos encontram dificuldades para o acesso a matéria prima e as ferramentas	A.6.4.1. Estabelecimento de protocolos de cooperação com o Ministério da Agricultura, fauna e floresta. A.6.4.2. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias A.6.4.3. Criação de um Banco da Cultura A.6.4.4. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais
	P.6.5.	O investimento inicial para produção de artesanato fica alto para muitos indivíduos e cooperativas	A.6.5.1. Criação dum Banco da Cultura A.6.5.2. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias A.6.5.3. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais
	P.6.6.	A produção de artesanato está pouco profissionalizada, com abundância de produtores individuais e associações frente as cooperativas	A.6.6.1. Replicação do programa de formação CEDARTE com novos núcleos de artesãos A.6.6.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas
	P.6.7.	Os artesãos não utilizam modelos de contrato para formalizar as suas relações comerciais	A.6.7.1. Replicação do programa de formação CEDARTE com novos núcleos de artesãos A.6.7.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas
	P.6.8.	Os artesãos carecem de capacidades relacionadas com o desenvolvimento de negócios	A.6.8.1. Replicação do programa de formação CEDARTE com novos núcleos de artesãos A.6.8.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas
	P.6.9.	Os artesãos desconhecem os mecanismos do mercado	A.6.9.1. Replicação do programa de formação CEDARTE com novos núcleos de artesãos A.6.9.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas
	P.6.10.	Os altos custos de transporte nacional e internacional prejudicam o comércio de artesanato	A.6.10. Advocacia para a redução de taxas de transporte nos bens culturais
	P.6.11.	Os agentes públicos/privados e os compradores desconhecem a Lei de comércio de Bens Culturais	A.6.11.1. Capacitação dos agentes de alfândegas A.6.11.2. Cartazes informativos nos pontos turísticos
	P.6.12.	O mercado doméstico para o artesanato tem um potencial limitado	A.6.12.1. Financiamento de análises de mercado A.6.12.2. Financiamento do lançamento de novos produtos adaptadas a demanda do mercado doméstico

	P.6.13.	Inadequados canais e oportunidades para a ligação do artesanato com os mercados internacionais	A.6.13.1. Financiamento da presença do artesanato em Feiras profissionais internacionais A.6.13.2. Recuperação do programa piloto de exportação do artesanato do IPEX A.6.13.3. Programa de ajuda para as exportações de artesanato A.6.13.4. Apoio do artesanato através da rede de Embaixadas
CINEMA	P.7.1.	Inexistência de formações superiores específicas de cinema	A.7.1.1.Criação de uma licenciatura em cinema no ISARC A.7.1.2. Bolsas de estudo no estrangeiro
	P.7.2.	Custos altos do material de produção do cinema	A.7.2. Advocacia para a redução de taxas nos bens culturais
	P.7.3.	Inexistência de financiamento público/privado para a produção de cinema	A.7.3.1. Aprovação da Lei do Cinema A.7.3.2. Criação de um Fundo de Apoio a Produção de Cinema A.7.3.3. Capacitação em modelos alternativos de financiamento
	P.7.4.	Pirataria massiva de material audiovisual	A.7.4.1. Revisão da Lei dos Direitos do Autor A.7.4.2. Advocacia frente os poderes públicos sobre os direitos do autor A.7.4.3. Financiamento da assessoria jurídica da SOMAS para o começo de denúncia e persecução jurídica das violações dos direitos do autor A.7.4.4. Capacitação em modelos alternativos de exploração dos direitos do autor A.7.4.5. Campanha de sensibilização do IPI
	P.7.5.	Desaparição das salas de cinema comercial	A.7.5.1. Programa de criação de público mediante bilhetes subsidiados
	P.7.6.	O cinema moçambicano tem poucas oportunidades de exibição	A.7.6.1. Apoio aos festivais de cinema A.7.6.2. Programa de cinema móvil A.7.6.3. Programa de cinema nas escolas A.7.6.4. Acordos com a TVM para a exibição de filmes moçambicanos
	P.7.7.	As televisões moçambicanas não produzem apenas audiovisual de ficção ou documentário próprio	A.7.7.1. Aprovação da Lei do cinema
MODA	P.8.1.	Inexistência de formações formais no âmbito da moda	A.8.1.1. Desenvolvimento de um currículo em moda A.8.1.2. Apoio a formação profissional do INEFP em costura e moda A.8.1.3. Bolsas de estudo no estrangeiro
	P.8.2.	Os custos dos materiais de moda e das ferramentas são altos	A.8.2.1. Criação de um Banco da Cultura

			A.8.2.2. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias A.8.2.3. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais A.8.2.4. Ajudas para a indústria de tecelagem
	P.8.3.	Os agentes/empresas da moda carecem de recursos financeiros para grandes produções de qualidade e desenvolvimento de negócio	A.8.3.1. Criação de um Banco da Cultura A.8.3.2. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias A.8.3.3. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais
	P.8.4.	A capacidade produtiva para grandes pedidos é escassa	A.8.4.1. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias
	P.8.5.	Os agentes/empresas de moda tem fracas capacidades para a criação de marca e gestão de negócio.	A.8.5.1. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas A.8.5.2. Capacitações em empreendedorismo criativo
	P.8.6.	Os pontos de venda são escassos e as redes de distribuição fracas	
	P.8.7.	As empresas de moda não estão a explorar as oportunidades de negócio na *internet*	A.8.7.1. Capacitações em modelos de negócio digital A.8.7.2. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias
	P.8.8.	Inadequados canais e oportunidades para a ligação da moda moçambicana com os mercados internacionais	A.6.13.1. Financiamento da presença da moda em Feirass profissionais internacionais A.6.13.2. Programa de ajuda para as exportações de moda A.6.13.3. Promoção da moda através da rede de Embaixadas
MUSICA	P.9.1.	Existência de lacuna formativa do grau médio em música	A.9.1. Desenvolvimento de currículo de grau médio na ENM
	P.9.2.	Fracas oportunidades formativas na área musical nas províncias	A.9.2. Apoio a escolas e cursos de música não formais
	P.9.3.	Os custos dos instrumentos tradicionais e modernos são altos	A.9.3.1. Advocacia para a redução de taxas nos bens culturais A.9.3.2. Fundo de ajuda para a compra de instrumentos
	P.9.4.	Inexistência de formações técnicas	A.9.4.1. Desenvolvimento de um currículo de grau médio de técnico de som A.9.4.2. Oficinas de som nas capitais de província

	P.9.5.	Os agentes/ empresas musicais carecem de conhecimentos específicos dos modelos de negócio da música	A.9.5.1. Capacitações em modelo de negócio musical A.9.5.2. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas
	P.9.6.	O acesso aos estúdios de gravação profissional é difícil para os músicos	A.9.6.1. Fundo de mobilidade para músicos: gravação e digressões A.9.6.2. Criação de um estúdio de gravação móvil A.9.6.3. Ajudas financeiras para a aquisição de equipamento e introdução de novas tecnologias A.9.6.4. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais
	P.9.7.	A fabricação do disco faz-se fora do país, e os custos de importação são altos	A.9.7.1. Advocacia para a redução de taxas nos bens culturais
	P.9.8.	A realização de vídeos musicais de qualidade é difícil para os artistas	A.9.8.1. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais
	P.9.9.	Fraca exploração dos Direitos do Autor no sector musical	A.9.9.1. Revisão da Lei dos Direitos do Autor A.9.9.2. Advocacia frente aos poderes públicos sobre os direitos do autor A.9.9.3. Financiamento da assessoria jurídica da SOMAS para o começo de denúncia e persecução jurídica das violações dos direitos do autor A.9.9.4. Capacitação em modelos alternativos de exploração dos direitos do autor
	P.9.10.	Baixa exploração do negócio musical digital	A.9.10. Capacitação em modelos de negócio digital
	P.9.11.	Altos graus de amauterismo na música, sem desenvolvimentos de carreiras profissionais dirigidas por agências de *management* profissionais	A.9.11.1. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas A.9.11.2. Criação do Banco da Cultura
	P.9.12.	Escassa capacidade das redes de distribuição do disco	A.9.12. Criação de pontos de distribuição alternativos nas províncias com discos a baixo preço
	P.9.13.	Altos preços do disco em relação com o poder aquisitivo da população	A.9.13.1. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais A.9.13.2. Fundo de mobilidade para músicos: gravação e digressões A.13.3. Advocacia para a redução de taxas nos bens culturais
	P.9.14.	O número de empresas promotoras de música ao vivo é baixo, e muitas não estão registadas	A.9.14.1. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas A.9.14.2. Criação do Banco da Cultura A.9.14.3. Fundo de mobilidade para músicos: gravação e digressões

			A.9.14.4. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais
	P.9.15.	Os custos altos das deslocações nacionais e internacionais prejudicam a possibilidade de realizar digressões	A.9.15.1. Fundo de mobilidade para músicos: gravação e digressões A.9.15.2. Advocacia para a redução de taxas de transporte
	P.9.16.	Espaços para a música ao vivo escassos no país, especialmente nas províncias	A.9.16.1. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais (programação musical)
	P.9.17.	Existência de um número reduzido de empresas de som, o que acrescenta os custos de produção da música ao vivo	A.9.17.1. Estabelecimento de uma incubadora de empresas criativas
	P.9.18.	Os agentes/empresários musicais desconhecem a estrutura existente nas outras províncias	A.9.18.1. Realização de um mapeamento e a sua difusão através de publicação e *site*
	P.9.19.	O Regulamento de espectáculos é especialmente gravoso para a música ao vivo	A.9.19.1. Revisão do Regulamento de espectáculos
	P.9.20.	Os preços dos espectáculos ao vivo são altos para a capacidade aquisitiva do público, especialmente nas províncias	A.9.20.1. Fundo de mobilidade para músicos: gravação e digressões A.9.20.2. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais (programação musical)
	P.9.21.	Inadequados canais e oportunidades para a ligação da música moçambicana com os mercados internacionais	A.9.21.1. Financiamento da presença da música em Férias profissionais internacionais A.9.21.2. Criação de um escritório de exportação da música A.9.21.3. Realização de uma Feira de Música de carácter internacional em Maputo A.9.21.4. Fundo de mobilidade internacional para os músicos A.6.13.3. Promoção da música através da rede de Embaixadas
Turismo	P.10.1.	O turismo moçambicano não oferece *value for money*	
	P.10.2.	Apenas existem rotas turísticas culturais estabelecidas	A.10.2.1. Desenho de rotas turísticas culturais A.10.2.2. Formação de guias turísticos
	P.10.3.	O mercado turístico doméstico está pouco desenvolvido	A.10.3. Criação de pacotes turísticos de baixo custo baseados no turismo comunitário
Artes cénicas	P.11.1.	Espaços para as artes cénicas escassos no país, especialmente nas províncias	A.11.1. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projeto anuais (programação de artes cénicas)
	P.11.2.	Os custos altos das deslocações nacionais e internacionais prejudicam a possibilidade de realizar digressões	A.11.2. Advocacia para a redução das taxas de transporte

	P.11.3.	Os preços dos espectáculos ao vivo são altos para a capacidade aquisitiva do público, especialmente nas províncias	A.11.3. Criação de um Fundo de apoio ao sector criativo com convocatórias de projecto anuais (programação artes cénicas)

TABELA 9: DESCRITIVO DAS ACÇÕES PROPOSTAS
1. CRIAÇÃO DE UM SISTEMA DE INFORMAÇÃO CULTURAL
Moçambique carece de estatísticas sobre a Cultura, sendo que o INE deixou de recolher dados sobre os cinemas, museus e bibliotecas há alguns anos. Esta situação impede o desenvolvimento real de *evidence based policy*, assim como uma advocacia eficaz no sector da Cultura. É preciso desenvolver um sistema de estatísticas sobre a cultura baseado nos moldes internacionais (preferentemente no sistema de estatísticas da UNESCO) que permita solucionar esta lacuna. *Exemplos: http://sic.conaculta.gob.mx/ (SIC nacional); http://www.sicsur.org/ (SIC regional)* Parceiros de implementação: INE O INE é o órgão do estado responsável pelas estatísticas, e portanto deve ser um parceiro privilegiado. Existe em Moçambique um Observatório da Cultura de carácter privado, que não tem a capacidade de liderar um estudo estatístico destas dimensões. O MICULTUR tampouco tem a capacidade de produzir estatísticas, e tem solicitado a colaboração do INE, aparentemente sem sucesso. Programas relacionados: O MDG-F fez um primeiro intento de criação de um Sistema de informação cultural-SIC, seguindo um modelo usado em outros países. O sistema não se limitava a tirar estatísticas, mais oferecia um *site* público com uma interface simples que permitia consultar os dados facilmente e mediante infografias. Se desenvolveu completamente a base de dados e se criou um *site* na *internet* (que nunca apareceu em aberto), e o MDG-F passou o projecto para o MICULT. Uma vez finalizado o projecto, o MICULT aduziu que não tinham os "*passwords*" para controlar a base, e solicitou apoio financeiro da Cooperação Espanhola para a finalizar. Se contratou um novo consultor, local, para finalizar o sistema, sendo que nada aconteceu em um ano. No quadro do PEEC, se tentou aproveitar o sistema para fazer o seguimento da implementação da estratégia. Convocou-se novamente o consultor, que não tinha adiantado com o trabalho e se lhe ofereceu um modelo de base de dados para aperfeiçoar. Finalmente, o projecto ficou suspendido. CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO • Capacidade para criar emprego: Muito baixa. Trata-se de uma ferramenta de seguimento e planificação, mas não tem impacto directo na criação de emprego. • Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Muito baixa. • Desenvolvimento cultural: Baixo. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, já que não contribui para o fortalecimento da cadeia de valor, mas sim tem um impacto indirecto ao permitir desenhar políticas mais adequadas. • Dimensão regional: Baixo. Não tem um impacto regional directo, já que se trata de tirar dados nacionais. Porém, sempre será bom ter dados comparáveis entre os PALOP. • Quadro Regulador: Muito Baixo. Não existe um acordo entre o MICULTUR e o INE sobre o desenvolvimento de estatísticas. No sistema de seguimento do PEEC 2012-2022 estavam previstas o tipo de estatísticas e os dados precisos, no entanto não está a ser implementada. • Apoio Institucional: Muito Baixo. Nem o MICULTUR nem o INE mostram entusiasmo por realizar este trabalho. • Apoio Social: Muito Baixo. Além do Observatório Cultural, que poderia estar eventualmente interessado no projecto, o maior interesse é dos parceiros de desenvolvimento e dos pesquisadores na área da cultura. Os produtores e agentes culturais entendem que é um gasto que desvia os escassos recursos do apoio directo à cultura. • Possibilidade de alianças: Baixo. Poderiam estabelecer-se alianças estratégicas com as universidades nas províncias para levar a cabo uma parte do trabalho. • Grau de dificuldade: Muito alto. A elaboração de estatísticas fiáveis é um trabalho altamente especializado que requer uma equipe grande de cientistas sociais e especialistas em estatística, assim como da colaboração das autoridades que devem fornecer parte dos dados.

- Custo: Muito alto. A recolha de dados em um país grande como Moçambique, e com grandes dificuldades de transporte, acrescenta o custo de acção. Aliás, para encontrar sentido nos dados estatísticos é preciso ter séries, pelo que o processo deve repetir-se periodicamente.
- Parceiros: Muito poucos. Idealmente o INE, mas o seu interesse é muito limitado.
- Sustentabilidade: Muito baixa. As estatísticas nacionais devem ser da responsabilidade do governo. contudo, até o momento esta não é uma área de interesse.

2. MAPEAMENTO DAS CADEIAS DE VALOR DOS DIFERENTES SECTORES EM TODAS AS PROVÍNCIAS

As cadeias de valor das indústrias criativas em Moçambique são pouco conhecidas. O conhecimento das cadeias de valor é o sistema que melhor permite aprofundar os sectores, e distinguir de maneira acurada as oportunidades e dificuldades para cada local concreto. O mapeamento das cadeias de valor se vinculam directamente ao desenvolvimento territorial, e assim, poderia ser feito tanto numa base provincial, como numa base distrital

Parceiros de implementação: MICULTUR

Em tanto responsável pela promoção das indústrias criativas, o MICULTUR deveria responsabilizar-se pelos mapeamentos. Porém, o MICULTUR não tem por si mesmo as capacidades de fazer este tipo de trabalho, pelo que o acompanhamento da Unidade de Gestão de Programa seria imprescindível. Assim, o projecto de levantamentos teria que ser desenvolvido pelo programa em colaboração com o MICULTUR e para os levantamentos propriamente ditos, haveria que contar com assistentes de pesquisa, por exemplo, das universidades ou do ISARC.

Programas relacionados:

O CEDARTE fez o estudo da cadeia de valor do artesanato em Nampula, mais para outros sectores e províncias nada se tem feito sistematicamente.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: muito baixa. Trata-se de uma ferramenta de seguimento e planificação, mas não tem impacto directo na criação de emprego.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Muito baixa
- Desenvolvimento cultural: Baixa. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, já que não contribui para o fortalecimento da cadeia de valor, mas sim tem um impacto indirecto ao permitir conhecer acuradamente quais são os elos mais fracos e fortes.
- Dimensão regional: Muito Baixa. Não tem um impacto regional directo, já que se trata de tirar dados nacionais.
- Quadro Regulador: Média. Não precisa de um quadro específico.
- Apoio Institucional: Baixo. O MICULTUR poderia estar interessado, no entanto o maior apoio seria das instituições de formação e pesquisa.
- Apoio Social: Muito baixo. Os produtores e agentes culturais entendem que é um gasto que desvia os escassos recursos do apoio directo à cultura.
- Possibilidade de alianças: Médio. Poderiam estabelecer-se alianças estratégicas com o ISARC e as universidades nas províncias para levar a cabo uma parte do trabalho.
- Grau de dificuldade: Médio. Os dados a recolher por um mapeamento deste tipo não são extremamente complexos, mas o levantamento tem que ser feito sobre o térreo, contar com bons informadores e é um trabalho lento.
- Custo: Médio. A recolha de dados em um país grande como Moçambique, e com grandes dificuldades de transporte, acrescenta o custo de acção.
- Parceiros: Baixo. MICULTUR, mas o seu interesse é muito limitado.

- Sustentabilidade: Média. Os mapeamentos são ferramentas que uma vez feitos sim interessam aos agentes da cultura, aliás, têm uma vigência bastante longa.

3. CRIAÇÃO DE UM PONTO DE INFORMAÇÃO PARA AS EMPRESAS CRIATIVAS

As empresas criativas desconhecem em grande medida a legislação tanto particular como geral que lhes é aplicável. Igualmente, desconhecem quais são as oportunidades de apoio e os programas de financiamento existentes para pequenas e médias empresas. As possibilidades de criar um ponto de informação passam bem por criar um espaço particular nalguns dos CORE já existentes (IPEME), ou bem criar um ponto específico dentro do MICULTUR com a assistência do IPEME. Este ponto serviria para centralizar a informação disponível e orientar es empreendedores culturais. No caso de que uma incubadora de empresas culturais começasse a funcionar, este seria o local mais adequado para o funcionamento de um ponto de informação, além da criação dum espaço no *site* correspondente reunindo todas as informações e com espaço para consultas.

Parceiros de implementação: MICULTUR. A ideia de criar um ponto de informação já existe há tempo, mas não foi concretizada pelo MICULTUR, dentre outros motivos, por falta de capacidade.

Programas relacionados:

Os CORE (Centros de Orientação ao Empresário) do IPEME cumprem esta função informativa em todo o país, mas nunca atenderam a empresas culturais.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. A existência do ponto em si mesma não cria emprego. Contudo, favorece para conseguir formalizar empresas e consequentemente postos de trabalho.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Poderiam orientar-se os pacotes de informação para estes grupos alvos, mas por si mesma a informação não cria emprego.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, mas sim indirecto ao favorecer a consolidação de empresas criativas.
- Dimensão regional: Muito baixo. Não tem impacto regional.
- Quadro Regulador: Baixo. Não existe um acordo entre o IPEME e o MICULTUR.
- Apoio Institucional: Alto. Tanto o MICULTUR como o IPEME tem mostrado interesse na acção.
- Apoio Social: Alto. Os produtores e agentes culturais têm um grande interesse em contar com um espaço (seja físico ou digital) onde seja possível encontrar todas as informações relativas os negócios criativos.
- Possibilidade de alianças: Médio. O IPEME é uma aliança importante, se tivermos em conta que os COREs estão em todas as províncias.
- Grau de dificuldade: Baixo. A recolha e apresentação de informação sobre a legislação, os regulamentos, os programas de apoio e as oportunidades de financiamento é simples. O mais difícil é fazer conhecer às empresas criativas os serviços do ponto de informação.
- Custo: Baixo. A colocação em funcionamento não é custosa, mas o serviço deve ser mantido no longo prazo, e portanto há que fazer previsão duradoira de salários.
- Parceiros: Alto. MICULTUR.
- Sustentabilidade: Média. Uma vez criada a dinâmica de funcionamento do ponto, as instituições locais deveriam poder manter o funcionamento sem grandes dificuldades.

4. CAPACITAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO CRIATIVO

Não existe em Moçambique uma formação específica no âmbito dos negócios criativos, e o tamanho do mercado desaconselha o estabelecimento de formações regradas. A insuficiência de

conhecimentos sobre questões tanto básicas como específicas de gestão de negócios, é um problema para a consolidação das empresas culturais. Uma solução para o problema é a realização de formações de curta duração sobre empreendedorismo criativo, que deveriam conter no mínimo: formação sobre o quadro regulador e aspectos fiscais; formação financeira, incluíndo plano de negócios, procura de financiamento e contabilidade; formação sobre as indústrias do *copyright* e diferentes modelos de exploração; formação em modelos de negócio digital; formações específicas sobre os diferentes sectores. As capacitações poderiam ser ministradas com o MICULTUR e o IPEME como parceiros em qualquer momento (e uma vez desenvolvido o programa, poderia ser replicado em diferentes lugares), porém, se existisse uma incubadora de empresas criativas esse seria um espaço óptimo. É chave a selecção de participantes entre pessoas que tenham já um projecto a desenvolver, já que experiências anteriores com participantes não bem escolhidos não tiveram um impacto positivo. É aconselhável que o processo de selecção inclua a apresentação de um projecto pessoal como medida avaliadora.

Parceiros de implementação: MICULTUR e IPEME; e possivelmente o MCTES.

Programas relacionados:

O IPEME tem feito várias capacitações em empreendedorismo para pequenas e médias empresas; e o MCTES, no âmbito do Concurso de ideias inovadoras, também realizou formações. O MDG-F, numa primeira etapa fez algumas formações de carácter geral sobre empreendedorismo criativo.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Não cria empregos directos, mas ajuda para a consolidação de empresas criativas.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Podem colocar-se incentivos para a formação de mulheres e jovens, mas por si mesma a capacitação não cria emprego.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, mas sim indirecto ao favorecer a consolidação de empresas criativas.
- Dimensão regional: Muito baixo. Não tem impacto regional.
- Quadro Regulador: Baixo. Não existe um acordo entre o IPEME e o MICULTUR.
- Apoio Institucional: Alto. Tanto o MICULTUR como o IPEME tem mostrado interesse na acção.
- Apoio Social: Muito Alto. Os produtores e agentes culturais gostariam de acrescentar os seus conhecimentos de negócios, especialmente num âmbito especializado.
- Possibilidade de alianças: Médio. O IPEME é uma aliança importante pelos conhecimentos em negócios no geral.
- Grau de dificuldade: Médio. A elaboração do programa formativo tem que estar adaptada ao país, além de contar com especialistas. A selecção dos participantes pode ser dificultosa.
- Custo: Médio. O custo será mais elevado se a capacitação for feita nas províncias ou se os formandos deslocarem-se das províncias para assistir as formações.
- Parceiros: Alto. MICULTUR.
- Sustentabilidade: Média. Uma vez elaborado o programa formativo, poderia repetir-se cada certo tempo, com a participação dos formados anteriormente.

5. CRIAÇÃO DE UMA INCUBADORA DE EMPRESAS CRIATIVAS

Não existe em Moçambique uma formação específica no âmbito dos negócios criativos, e o tamanho do mercado desaconselha o estabelecimento de formações regradas. A insuficiência de conhecimentos sobre questões tanto básicas como específicas de gestão de negócios, é um problema para a consolidação das empresas culturais. Dentro das múltiplas soluções, a implementação de uma

incubadora cultural é a que oferece uma solução de 360º. Uma incubadora permite criar um ponto de informação, programas de assessoria e capacitações pontuais, oferece um espaço onde as empresas podem começar a trabalhar, e finalmente pode dar apoio durante um tempo determinado (1/2 anos) às empresas incubadas.

Parceiros de implementação: MICULTUR e IPEME e MCTES.

Programas relacionados:

O IPEME tem um projecto piloto de incubadora em Matola, focado para as empresas de carpintaria; o MCTES prestou serviços semelhantes aos vencedores do Concurso de ideias de inovação, e de apoio a uma incubadora de negócios na área do agro-processamento; aliás, o MCTES tem o Espaço inovação equipado dentro da UEM, que fica de momento sem actividade. Em 2008 houve uma experiência privada, liderada por BalaioArte dentro dum quadro de empreendedorismo social, que não teve éxito, por falta de propostas viáveis. Isto mostra que a capacitação é importante antes de entrar para a fase de incubação.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Não cria empregos directos, mas ajuda para a consolidação de empresas criativas.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Podem colocar-se incentivos para a formação de mulheres e jovens, mas a incubadora não cria empregos para este grupo alvo directamente.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, mas sim indirecto ao favorecer a consolidação de empresas criativas.
- Dimensão regional: Muito baixo. Não tem impacto regional.
- Quadro Regulador: Baixo. Não existe um acordo entre o IPEME e o MICULTUR.
- Apoio Institucional: Alto. Tanto o MICULTUR como o IPEME têm mostrado interesse na acção.
- Apoio Social: Muito Alto. Os produtores e agentes culturais conhecem experiências similares e estão muito interessados em contar com um espaço deste tipo.
- Possibilidade de alianças: Médio. O IPEME é uma aliança importante pelos conhecimentos em negócios no geral. O MCTES precisa de actividades para implementar no seu Espaço inovação e tem uma forte componente tecnológica.
- Grau de dificuldade: Alto. Uma incubadora é um projecto complexo com várias fases e dimensões, deve contar com pessoal especializado, que nem sempre estará disponível no país.
- Custo: Alto. A incubadora tem custos correntes altos que devem ser mantidos durante um tempo prolongado, além de contar com um fundo específico de apoio os projectos no início.
- Parceiros: Muito alto. As três instituições, MICULTUR, IPEME e MCTES têm interesse em este tipo de programas, contudo nenhum dos três tem sozinho a capacidade para implementar a ideia. Teria que existir uma equipa específica para a incubadora.
- Sustentabilidade: Média. Dificilmente um só ministério poderia sustentar a incubadora, mas este tipo de projectos atraem usualmente parcerias públicas e privadas, e são candidatos para fundos de apoio a cultura de vários tipos.

6. CAPACITAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIO DIGITAL

As empresas criativas em Moçambique tem desenvolvido pouco a vertente digital do seu negócio. Não existe o hábito de desenvolver produtos digitais, fazer posicionamento na *internet* ou utilizar as redes de forma sistemática. No entante o digital oferece enormes vantagens para novas

oportunidades de negócio no âmbito criativo, e se não entrar em esta dinâmica, cada vez as indústrias criativas moçambicanas estarão menos integradas no mercado global.

Uma capacitação deste tipo, pode incluir-se em programas mais amplos de capacitação como indicado anteriormente, mas também pode oferecer-se separadamente. Sobre tudo é interessante quando é uma formação sectorial e pode estar incluída num programa específico, por exemplo, uma formação em negócio musical digital dentro do quadro da Feira Internacional da Música.

Parceiros de implementação: MICULTUR e MCTES.

Programas relacionados:

De momento não houve programas deste tipo em Moçambique.

CRITERIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Não cria empregos directos, mas ajuda para criar novas oportunidades de negócio.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Podem colocar-se incentivos para a formação de mulheres e jovens,mas a capacitação não cria empregos para este grupo alvo directamente.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, mas sim indirecto ao favorecer a consolidação de empresas criativas.
- Dimensão regional: Muito baixo. Não tem impacto regional.
- Quadro Regulador: Médio. Não precisa de um quadro específico.
- Apoio Institucional: Médio. O MCTES está especialmente interessado neste tipo de capacitações.
- Apoio Social: Muito Alto. Os produtores e agentes culturais entendem que é um âmbito de formação de grande interesse. Aliás, é uma capacitação que poderia ter espaço em eventos que já estão a acontecer, como o AZGO.
- Possibilidade de alianças: Muito alto. Tanto MICULTUR como MCTES estão interessados nestas capacitações, mas sobretudo existem agentes da sociedade civil (AMMO, SOMAS) e privados (promotores culturais) que poderiam integrar a capacitação em programas já existentes.
- Grau de dificuldade: Médio. Há que desenvolver um conteúdo pertinente para o contexto moçambicano, e trazer especialistas de fora.
- Custo: Baixo. É uma capacitação curta, que só acrescenta o custo pelos especialistas estrangeiros ou pela assistência subsidiada de assistentes das províncias.
- Parceiros: Médio. O MCTES tem mandato para introduzir a inovação e a tecnologia como base de negócios.
- **Sustentabilidade: Média. Os resultados das formações som positivos se a aplicação é directa, caso contrário, as capacidades criadas perdem-se.**

7. PROGRAMA FORMATIVO DA CEDARTE PARA ARTESÃOS

Os artesãos têm em geral uma formação muito precária nos aspectos de desenho e de capacidades de negócio. A CEDARTE tem elaborado um programa de formação que já foi implementado com sucesso em Nampula e Maputo, e alcançaram até 200 artesãos. O programa compreende a mapeamento da cadeia de valor do artesanato local, formação básica em desenho, habilidades de negócio e ligações com os mercados. Este programa poderia ser aplicado facilmente em outras provincias.

Parceiros de implementação: CEDARTE e MICULTUR.

Programas relacionados:

Em primero lugar o Programa de apoio ao artesanato da ATA; e mais recentemente o apoio do MDG-F ao sector do artesanato, que usou este mesmo programa. O Aga Khan Trust faz programas formativos, e por vezes também tem trabalhado com a CEDARTE.

CRITERIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Alta. Contribui fundamentalmente para que aqueles que já são artesãos melhorem os seus rendimentos (sempre que exista ligação com os mercados).
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Média. Nem todos os subsectores do artesanato podem absorver mulheres, no entanto experiências passadas apontam que estes âmbitos se podem ir ampliando.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Pode contribuir para a conservação de modelos de artesanato assim como a criação de novos produtos.
- Dimensão regional: Muito baixo. A exportação de artesanato para os PALOP é extremamente dificultosa, sendo que os mercados naturais são EUA e EU.
- Quadro Regulador: Médio. Não precisa de um quadro específico.
- Apoio Institucional: Alto. O MICULTUR está interessado em este tipo de formações, sendo que eles fazem de tanto em tanto algum pequeno seminário formativo na área.
- Apoio Social: Alto. Os artesãos estão interessados nestas formações sempre que compreendam a sua utilidade e tenham incentivos para as levar a cabo.
- Possibilidade de alianças: Muito altas. Além do MICULTUR, a ANARTE e as demais associações de artesanato podem criar fortes alianças com o programa.
- Grau de dificuldade: Médio. É um programa de certa duração, e portanto exige criar laços de confiança fortes com os parceiros e os artesãos, e requer uma certa logística.
- Custo: Alto. A formação é longa, e mesmo que os formadores sejam locais, devem deslocar-se para as províncias. Aliás, há que contar com as matérias primas e outros incentivos para os artesãos.
- Parceiros: Muito alto. CEDARTE
- **Sustentabilidade: Média. Si é completada com acções de clara ligação para o mercado.**

8. APOIO A FORMAÇÃO DO INEFP EM CORTE E COSTURA ATRAVÉS DA UNIDADE MÓVIL E *KITS* DE COSTURA

O INEFP tem um programa formativo de corte e costura de várias semanas de duração. Este programa é ministrado em muitos dos seus centros de formação, mas para atingir outras populações, o INEFP tem desenvolvido uma unidade móvil de ensino que se desloca para os distritos, composta por uma viatura 4x4 e reboque onde se coloca a oficina de aprendizagem. As formações incluem a entrega de um kit de autoemprego aos formandos, que neste caso inclui todo o material necessário para começar a trabalhar como alfaiate/costureira.

Parceiros de implementação: INEFP

Programas relacionados:

O próprio programa do INEFP.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Muito alta. Os formados têm uma possibilidade real de autoemprego num sector de demanda crescente.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Muito alta. As mulheres não têm problemas para o acesso a esta profissão, e é uma actividade compatível com outras responsabilidades.
- Desenvolvimento cultural: Muito baixo. As formações são muito básicas, e não entram no aspecto criativo da moda.

- Dimensão regional: Muito baixo. A exportação de roupa neste nível de confecção é impossível.
- Quadro Regulador: Médio. Não precisa de um quadro específico.
- Apoio Institucional: Alto. Este tipo de formações estão contempladas na Estratégia de emprego.
- Apoio Social: Alto. Existe uma alta demanda dos cursos profissionais.
- Possibilidade de alianças: Altas. É um área onde as associações e movimentos sociais estão interessados.
- Grau de dificuldade: Muito baixo. O INEFP tem o programa já desenvolvido e aplicado com sucesso.
- Custo: Muito alto. O investimento inicial das unidades móveis é alto, assim como o dos kits.
- Parceiros: Muito alto. INEFP
- Sustentabilidade: Alta. O próprio INEFP assegura a continuidade, e o kit permite a inserção real.

9. OFICINAS DE SOM

Não existem em Moçambique formações de técnicos de som, mas o desenvolvimento de um currículo implica um custo em tempo e financiamento que não é justificável, de momento, para o mercado de trabalho existente. Assim, uma forma de aperfeiçoar as capacidades dos que já estão a trabalhar é realizar oficinas sobre aspectos concretos. Estas oficinas poderiam ser feitas tanto nos centros culturais como nas casas da cultura sempre que tenham o equipamento necessário. A ECA também poderia ser um espaço oportuno.

Parceiros de implementação: Casas da Cultura, Centros Culturais, ECA

Programas relacionados:

Não existem programas específicos.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. As empresas de som já têm as suas necessidades cobertas, portanto se o mercado de música ao vivo não cresce, dificilmente seria possível aumentar o número de técnicos contratados. Em caso do mercado crescer, formações mais sérias seriam necessárias. Contudo, as oficinas podem contribuir para melhorar as habilidades dos técnicos já existentes.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Muito baixa. Esta é uma área especialmente dificultosa para a integração laboral da mulher, no entanto um esforço em publicidade e incentivos deve ser feito para mudar a situação.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Melhores técnicos de som significa melhores espectáculos ao vivo, e também melhores gravações.
- Dimensão regional: Muito baixo. As formações têm um impacto local.
- Quadro Regulador: Médio. Não precisa de um quadro específico.
- Apoio Institucional: Baixo. Não existe uma demanda urgente por parte das instituições.
- Apoio Social: Alto. Há um interesse por desenvolver capacidades específicas e conhecer novas técnicas e tecnologias.
- Possibilidade de alianças: Média. As Casas da Cultura e Centros Culturais têm interesse em completar as suas programações públicas.
- Grau de dificuldade: Médio. São formações técnicas, que precisam especialistas para as ministrar, e uma selecção de formandos acurada.
- Custo: Baixo. São formações curtas que não precisam de materiais próprios.
- Parceiros: Baixo. ECA.

- **Sustentabilidade: Muito baixa.**

10. CAPACITAÇÕES DE NEGÓCIO MUSICAL

Muitos dos agentes do sector musical carecem de capacidades de negócios específicas, e não conhecem novos modelos de negócio musical que permitam explorar novos mercados ou canais de distribuição. Formações de curta duração sobre aspectos concretos podem ter um impacto positivo, e podem ser ministrados em diferentes formatos, como parte de um ciclo de capacitação em empreendedorismo criativo, como um curso autónomo, ou como parte de um evento musical como a Feira Internacional de Música (modelo habitual em outras feiras).

Parceiros de implementação: AMMO ou Agentes privados (se em uma feira).

Programas relacionados:

Tanto o ILO como o ITC realizaram já há tempo formações no âmbito da música, embora muito focadas nos contratos e nos direitos do autor por venda ao consumidor.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Não cria empregos directos, mas ajuda para criar novas oportunidades de negócio.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Podem colocar-se incentivos para a formação de mulheres e jovens, mas a capacitação não cria empregos para este grupo alvo directamente, e o negócio musical continua a ser muito masculino.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Não tem um impacto directo no desenvolvimento cultural, mas sim indirecto ao favorecer a consolidação de novos negócios musicais.
- Dimensão regional: Baixo. Não tem um impacto directo, mas pode capacitar para os negócios musicais atingirem mercados regionais.
- Quadro Regulador: Médio. Não precisa de um quadro específico.
- Apoio Institucional: Médio. O MICULTUR e a ECA estão interessados em apoiar este tipo de formações
- Apoio Social: Muito Alto. Os produtores e agentes musicais entendem que a formação em modelo de negócio para profissionais deve ser contínua.
- Possibilidade de alianças: Muito alto. Tanto o MICULTUR como a ECA estõ interessados em estas capacitações, mas sobretudo existem agentes da sociedade civil (AMMO, SOMAS) e privados (promotores culturais) que poderiam integrar a capacitação em programas já existentes.
- Grau de dificuldade: Médio. Há que desenvolver um conteúdo pertinente para o contexto moçambicano, e trazer especialistas de fora.
- Custo: Baixo. É uma capacitação curta, que só acrescenta o custo pelos especialistas estrangeiros ou pela assistência subsidiada de assistentes das províncias.
- Parceiros: Muito Alto. AMMO ou Agentes Privados
- **Sustentabilidade: Média. As capacidades podem manter-se no tempo se são aplicadas e há acompanhamento.**

11. CRIAÇÃO DO BANCO DA CULTURA

O problema do acesso ao financiamento para os agentes e empresas criativas é extremamente difícil, ao considerar os bancos comerciais que se trata de investimentos de alto risco. Para solucionar este problema tem aparecido em muitos países fundos de empréstimos específicos para a cultura, com esquemas bonificados que fazem o acesso a investimentos mais simples. Em Moçambique, o FUNDAC tem desenvolvido um modelo de Banco Cultural no qual os parceiros colocariam um investimento inicial que depois seria gerido nos moldes comerciais por um banco com o que se assinaria um MoU. Dito projecto ficou parado com a mudança de governo, no entanto poderia ser

facilmente recuperável se houver um interesse pelos parceiros. O Banco da Cultura foi desenhado baseando-se no modelo cabo-verdiano (http://bancodecultura.blogspot.co.za/), mas existem outros esquemas, incluso regionais, que funcionam não criando um fundo próprio, mas oferecendo garantias bancárias.

Parceiros de implementação: FUNDAC e Banco Comercial.

Programas relacionados:

Não existem esquemas de financiamento reembolsável para as empresas criativas em Moçambique.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Não cria empregos por si mesma, mas consolida o capital das empresas, e portanto a sua capacidade de contratação.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Não tem um impacto directo neste grupo alvo.
- Desenvolvimento cultural: Alta. Permite as empresas criativas aceder aos recursos para a produção.
- Dimensão regional: Baixa. Em princípio é uma iniciativa nacional, e passar para um esquema de fundos regionais nos moldes comercias implica uma grande sofisticação financeira que não corresponde com os valores dos empréstimos previstos.
- Quadro Regulador: Muito baixo. A criação de um Banco deste tipo precisa da aprovação do Conselho de Ministros assim como de toda uma série de MoU que não existem.
- Apoio Institucional: Médio. O FUNDAC está muito interessado neste projecto, mas não parece haver o mesmo interesse para outras instituições como o MICULTUR.
- Apoio Social: Muito alto. Os empreendedores criativos entendem que seria uma fonte de investimento acessível, que solucionaria problemas de investimentos em materiais, e também de fluxo de caixa para grandes espectáculos.
- Possibilidade de alianças: Altas. Estes modelos têm tido sucesso para a mobilização de parceiros em outros lugares.
- Grau de dificuldade: Muito alto. A criação de uma estrutura deste tipo requer grandes doses de sofisticação financeira, de acordos complexos...
- Custo: Alto. O Banco da Cultura pretende chegar a um fundo de 500.000 € em três anos, mas começar a andar com um fundo mais pequeno de 200.000 €.
- Parceiros: Baixo. FUNDAC, mas precisa aprovação do Governo.
- **Sustentabilidade: Alta. Uma vez criado o fundo, facilmente se atraíram novos investimentos. O fundo é autossustentável (empréstimos, não subsídios) sempre que o risco do empréstimo esteja bem valorado.**

12. PROGRAMA DE LIGAÇÃO ENTRE AS EMPRESAS CRIATIVAS E OS MECENAS

Existem grandes empresas que têm investido na cultura no âmbito dos seus programas de *marketing*. Assim, CocaCola tem o CokeStudio, e M-Cel e Vodacom, junto de grandes marcas de bebidas patrocinam usualmente concertos. Porém, não existe uma relação intensa entre as empresas criativas e os possíveis financiadores privados de projectos culturais. A criação de um escritório específico para promover estas relações, que seja capaz de acompanhar no desenvolvimento de projectos para apresentação as empresas, ou capaz de oferecer as empresas que buscam um projecto cultural determinado uma solução, existe em outros países, assim, por exemplo BASA (http://www.basa.co.za/). No caso de existir uma incubadora de empresas culturais, a própria incubadora poderia acolher esta actividade. Pelo contrário, o MICULTUR seria a lugar adequado para uma iniciativa deste tipo, já que o FUNDAC não tem capacidade operativa.

Parceiros de implementação: MICULTUR.

Programas relacionados:
A posta em funcionamento de um escritório deste tipo estava prevista dentro do programa ACP-EU de apoio as indústrias culturais, com a própria BASA como parceira. Mas o programa não foi concluído e portanto ficou sem implementação.
CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. Não cria empregos por si mesma, mas aumenta a possibilidade de realizar projectos culturais.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Não tem um impacto directo neste grupo alvo.
- Desenvolvimento cultural: Média. Permite aceder a mais uma fonte de financiamento para os projectos culturais.
- Dimensão regional: Baixa. É uma iniciativa nacional.
- Quadro Regulador: Muito baixo. O MICULTUR não foi capaz de criar as condições para a sua criação apesar de contar com financiamento. Aliás, a Lei do mecenato está obsoleta.
- Apoio Institucional: Baixo. Em princípio o MICULTUR está interessado em fomentar o mecenato, mas não tem actuado nestes âmbito.
- Apoio Social: Alto. Os empreendedores criativos entendem que seria uma fonte de investimento suplementar e que poderia facilitar as suas relações com patrocinadores que nem sempre são claros com eles.
- Possibilidade de alianças: Média. É um esquema que pode interessar tanto as grandes empresas privadas, como a sociedade civil do âmbito criativo (AMMO, AMOCINE e AEMO especialmente).
- Grau de dificuldade: Alto. As ligações com o âmbito privado são complicadas e introduzir um novo modelo de relação entre elas e os operadores culturais não é fácil.
- Custo: Baixo. É basicamente uma acção que necessita pessoal, mas pouco investimento.
- Parceiros: Baixo. MICULTUR, mas não tem as capacidades necessárias.
- **Sustentabilidade: Baixa sem a participação do MICULTUR.**

13. CRIAÇÃO DE ESTUDO DE GRAVAÇÃO MÓVIL

Nas províncias não existem estúdios de gravação nem mesmo precários, e portanto os grupos musicais devem deslocar-se para as capitais para poder gravas as suas músicas. Doutra parte, nas zonas rurais existe um enorme acervo de música tradicional que se está a perder por não estar documentada. Uma solução para os dois problemas é a criação de um estúdio de gravação móvel, que se possa deslocar pelos distritos. O objectivo não seria realizar gravações profissionais de alta qualidade, para o que seguiria sendo necessário ir para as capitais, mas dar uma oportunidade de desenvolvimento cultural a espaços fora dos circuitos convencionais. O estudo poderia trabalhar em coordenação com as Casas da cultura e associações culturais das províncias, contudo a gestão directa da mesma poderia ser feita por agentes privados.
Parceiros de implementação: AMMO, agentes privados.
Programas relacionados:
Uma experiência deste tipo teve lugar nas províncias do norte com uma ONG liderada por músicos profissionais (http://wiredforsound.co.za/category/media/)
CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. O objetivo principal é cultural.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. O objetivo principal é cultural

- Desenvolvimento cultural: Alta. Permite aceder a possibilidade de gravação a populações afastadas, incluso para fazer *demos*.
- Dimensão regional: Muito baixa. É uma iniciativa local.
- Quadro Regulador: Médio. Não é preciso um quadro específico para as gravações (sempre que não se comercializem).
- Apoio Institucional: Baixo. As direcções distritais estão interessadas, mas muitas Casas da Cultura com equipamento próprio entendem que prejudica o seu "negócio".
- Apoio Social: Muito alto. Os músicos vêm uma oportunidade de gravar nos inicios da sua carreira.
- Possibilidade de alianças: Altas. Estes modelo atrai especialmente as associações de músicos como a AMMO.
- Grau de dificuldade: Médio. O equipamento necessário não é complexo e pode ser carregado numa viatura corrente. Porém, existem dificuldades logísticas e de trânsito pelas estradas.
- Custo: Médio. O custo do equipamento para gravações simples não fica muito alto, mas os deslocamentos e salários dos técnicos acrescentam o *budget*.
- Parceiros: Alto. AMMO.
- Sustentabilidade: Baixa. As deslocações são caras para ser assumidas pela AMMO no médio prazo.

14. FUNDO DE APOIO A PRODUÇÃO MUSICAL

Um dos maiores problemas dos músicos é o acesso ao financiamento para as produções musicais. Em Moçambique existe apenas o FUNDAC que em limitadas vezes pode apoiar estas producções. Sem gravação, é impossível desenvolver uma carreira musical e fazer parte da música ao vivo. A criação de um Fundo de apoio à produção musical solucionaria este problema. O fundo poderia estar aberto tanto para os próprios músicos como para os selos ou agências de *management*, funcionando mediante chamadas competitivas nas que os solicitantes devem apresentar um plano de acção (não se podem financiar producções se não há um plano de exploração da mesma), que poderia cubrir tudo relativo a produção (gravação, masterização, fabricação). O requisito imprescindível para o financiamento seria que todas as fases da produção fossem feitas em Moçambique (incluída a fabricação em suporte tradicional ou alternativo).

Parceiros de implementação: AMMO, agentes privados.

Programas relacionados:

Não existem fundos similares em Moçambique, mas diferentes parceiros têm apoiado a gravação particular de alguns disco.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. Um fundo como este cria emprego directo no âmbito da gravação de forma limitada, e tem um impacto indirecto na criação de demanda de música ao vivo.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. O objectivo principal é cultural, mas com incentivos pode lograr-se uma maior participação de mulheres nos aspectos artísticos e técnicos do negócio musical.
- Desenvolvimento cultural: Muito alta. Permite maior profissionalização na produção musical, e oportunidades de distribuição ao reduzir o custo do disco.
- Dimensão regional: Média. Em princípio é uma acção local, mas a produção musical pode circular facilmente pelos PALOPs, além de que um fundo destas caraterísticas poderia ter uma dimensão regional, com o que a competitividade seria entre os músicos de todos os PALOPs.

- Quadro Regulador: Médio. Não é preciso um quadro específico para as gravações (sempre que não se comercializem). Em caso de serem comercializadas, como seria a intenção, existe regulamento sobre a aposição do selo em fonogramas. Igualmente, para poder aproveitar dos direitos de autor, o fundo deveria exigir o registo da obra gravada.
- Apoio Institucional: Médio. As instituições, como o MICULTUR, estão interessadas em melhorar as condições de produção, mas ao ser uma actividade sem rendimento directo para as instituições o seu envolvimento seria parcial.
- Apoio Social: Muito alto. Músicos consolidados e novas promessas entendem que um fundo deste tipo, que existe em muitos países, é uma oportunidade de acesso a investimento alternativo na base de um processo competitivo e justo. As agências de *management*, que são, muitas vezes, as que fazem o investimento inicial, também entendem estes fundos como oportunidades muito positivas, se são geridos profissionalmente.
- Possibilidade de alianças: Muito Altas. Desde as rádios até associações de músicos, empresas privadas ou NGOs como Music CroosRoads poderiam estar envolvidas na difusão do fundo, assim como na selecção dos projectos.
- Grau de dificuldade: Baixo. É uma chamada a propostas tradicional, onde a única dificuldade está nas pequenas quantidades de cada uma das subvenções, que dificulta o aspecto administrativo.
- Custo: Baixo. Tratando-se de pequenas subvenções (o que se pretende é fomentar a produção musical, não fazer producções extra-luxuosas), o custo para toda a duração do programa é baixo.
- Parceiros: Alto. AMMO/FUNDAC
- Sustentabilidade: Média. Existem altas possibilidades de ser absorvido pelas instituições locais e buscar novos parceiros.

15. PROGRAMA DE FOMENTO DO ARTESANATO NAS FÉRIAS PROFISSIONAIS INTERNACIONAIS

O problema apontado pelo sector do artesanato como sendo mais o importante é a necessidade de criar mercados. Neste sentido, o mercado doméstico tem limitaçãos que podem ser ultrapassadas nos mercados internacionais. Para isso, é precisso que exista uma presença contínua e sistemática do artesanato moçambicano em Feiras profissionais internacionais. Estas feiras são as que permitem fazer a ligação com os clientes internacionais. Mas não é suficiente como subvencionar a presença de associações de artesãos nas feiras, é precisso fazer uma análise das mesmas, ter uma estratégia de apresentação do artesanato, e que exista um acompanhamento nas suas ligações com os mercados internacionais.

Parceiros de implementação: MICULTUR, IPEX

Programas relacionados:

Acções de apoio foram feitas no MDG-F e anteriormente no programa de apoio ao artesanato da ATA.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Alta. Se as ligações com o mercado internacional forem bem sucedidas, o nível de encomendas criará novos postos de trabalho.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Média. Nem todos os subsectores do artesanato podem absorver mulheres, mas experiências passadas apontam que estes âmbitos se podem ir ampliando.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Pode contribuir para a conservação de modelos de artesanato assim como a criação de novos produtos.

- Dimensão regional: Muito baixo. A exportação de artesanato para os PALOP é extremamente dificultosa, sendo que os mercados naturais são os EUA e a EU.
- Quadro Regulador: Baixo. A exportação de bens culturais está regulada por normas que dificultam a saída de certos produtos.
- Apoio Institucional: Alto. O MICULTUR apoia claramente o sector do artesanato, assim, tem realizado várias feiras e oficinas; aliás tem um interesse em que o artesanato saia fora do país não somente pela renda, mas como imagem do país.
- Apoio Social: Alto. Os artesãos estão interessados na criação de mercados; porém, uma grande parte dos mesmos não tem as capacidades de negócios para participar directamente nas feiras.
- Possibilidade de alianças: Muito altas. Além do MICULTUR, a ANARTE e as demais associações de artesanato podem criar fortes alianças com o programa, assim como a CEDARTE.
- Grau de dificuldade: Médio. Trata-se de financiamento para deslocações e participação em feiras, mas para ser bem sucedido há que fazer um trabalho prévio de adequação do produto às feiras.
- Custo: Médio. Depende em grande medida do número de feiras por participar da sua localização geográfica e do tamanho da delegação.
- Parceiros: Alto. MICULTUR
- Sustentabilidade: Média. Existem possibilidades de ser absorvido a médio prazo pelo IPEX.

16. PROGRAMA DE EXPORTAÇÃO DO ARTESANATO DO IPEX

O IPEX desenvolveu com apoio dos Paises Baixos um programa piloto de exportação do artesanato entre 2011 e 2014, mas as fases finais do programa não puderam ser completadas por falta de financiamento. Retomar este programa poderia contribuir muito para o aumento da exportação do artesanato, sempre que bem organizado.

Parceiros de implementação: IPEX

Programas relacionados:

Projecto Piloto de Exportação do artesanato-IPEX.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Alta. Se as ligações com o mercado internacional foram bem sucedidas, o nível de encomendas criará novos postos de trabalho.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Média. Não todos os subsectores do artesanato podem absorver mulheres, mas experiências passadas apontam que estes âmbitos se podem ir ampliando.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Pode contribuir para a conservação de modelos de artesanato assim como para a criação de novos produtos.
- Dimensão regional: Muito baixo. A exportação de artesanato para os PALOP é extremamente dificultosa, sendo que os mercados naturais são os EUA e a EU.
- Quadro Regulador: Baixo. A exportação de bens culturais está regulada por normas que dificultam a saída de certos produtos.
- Apoio Institucional: Médio. O MICULTUR apoia claramente quaisquer estratégias de criação de mercados, mas para parte das autoridades do Ministério do Comércio, o artesanato é uma exportação menor em relação com a exportação de matérias primas.
- Apoio Social: Alto. Os artesãos estão interessados na criação de mercados; e entendem que a venda para o exterior, com a ajuda do governo, é uma solução para a sua produção.

- Possibilidade de alianças: Muito altas. O IPEX estaria interessado em finalizar o programa, ainda que a responsável já não forma parte da instituição.
- Grau de dificuldade: Alto. Toda estratégia de exportação é complexa, e mesmo que neste caso parte do programa já está desenvolvido, provavelmente haveria que se fazer um *update*.
- Custo: Alta. Depende em grande medida da amplitude da estratégia e da quantidade de artesãos envolvidos.
- Parceiros: Alto. IPEX
- Sustentabilidade: Media. Existe a possibilidade de o IPEX continuar com o programa se for bem sucedido

17. PROGRAMA DE FOMENTO DA MODA NAS FEIRAS PROFISSIONAIS INTERNACIONAIS

O sector da alta moda se constroi sobre as apresentações internacionais de colecções. Assim, para se consolidar como estilistas, os desenhadores e marcas moçambicanos necessitam aumentar a sua presença nos foros internacionais. Isto implica um custo importante, em primeiro lugar pela própria participação, pelas deslocações, mas também pelo custo de fabricar uma coleção completa. Assim, o programa deveria estabelecer as ligações entre os estilistas e as plataformas internacionais, e apoiar financeiramente àqueles com mais perspectiva de crescimento.

Parceiros de implementação: MICULTUR, IPEX

Programas relacionados:

Nenhuma acção deste tipo tem sido realizada.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Alta. Se as ligações com o mercado internacional forem bem sucedidas, o nível de encomendas criará novos postos de trabalho.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Alta. A moda é um sector que emprega especialmente a mulheres.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Pode contribuir para o desenvolvimento de uma costura e desenho de alta qualidade.
- Dimensão regional: Média. Já existe presença de estilistas moçambicanos nas *fashion weeks* dos PALOPs.
- Quadro Regulador: Médio. Não existe uma regulação que proteja apropriadamente os desenhos, mas a exportação de roupas não é especialmente complexa.
- Apoio Institucional: Baixo. De momento a moda é um dos sectores mais esquecidos pelas instituições.
- Apoio Social: Alto. Tanto os próprios estilistas, como as agências privadas (a DDB, a STV) têm um interesse importante na internacionalização da moda moçambicana.
- Possibilidade de alianças: Baixa. Deveriam ser feitas principalmente com a área do comércio, mas novamente, o comércio internacional de moda não se contempla.
- Grau de dificuldade: Médio. Trata-se de financiamento para deslocações e participação em feiras, mas para ser bem sucedido há que fazer um trabalho prévio de adequação do produto às feiras.
- Custo: Médio. Depende em grande medida do número de feiras por participar, da sua localização geográfica e do tamanho da delegação.
- Parceiros: Muito baixo.
- Sustentabilidade: Média. A presença subvencionada por um período de tempo, pode atrair as autoridades locais para tomar o relevo.

18. ELABORAÇÃO DE UMA GUIA DA MÚSICA

Um dos problemas da música em Moçambique, especialmente da música ao vivo, é que os agentes musicais desconhecem em grande medida o que é que existe em cada província. Não há uma informação clara sobre o número de locais para tocar, a aparelhagem existente e as empresas que estão a funcionar. Reunir todas estas informações de forma a serem facilmente consultáveis pelos músicos e empresários musicais, propiciando o contacto directo entre eles é imprescindível para criar uma rede de música ao vivo. A guia poderia ser tanto em papel, como digital, o que permitiria o *update* anual.

Parceiros de implementação: AMMO.

Programas relacionados:

Um mapeamento do sector musical ainda não foi realizado.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Muito Baixa. Não há criação de emprego directo.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Muito baixa. Não há criação de emprego directo.
- Desenvolvimento cultural: Médio. É uma ferramenta para fomentar a música ao vivo.
- Dimensão regional: Média. Tem um foco nacional, mas uma guia deste tipo de nível regional, contribuiria modestamente para a criação de circuitos PALOP.
- Quadro Regulador: Médio. Não precisa regulamento específico.
- Apoio Institucional: Médio. As DPTC sim estão interessadas em ter uma ferramenta de informação sobre o que existe nas províncias, de forma a atrair artistas.
- Apoio Social: Alto. Os empresários da música entendem um directório empresarial como algo que facilite o seu trabalho.
- Possibilidade de alianças: Altas. As DPTC e os departamentos distritais são uma fonte de informação muito importante.
- Grau de dificuldade: Baixo. É uma publicação simples de um directório, com a única dificuldade de conseguir a informação dos distritos mais remotos.
- Custo: Muito baixo
- Parceiros: Muito alto. AMMO
- Sustentabilidade: Muito alta. O *update* de uma publicação deste tipo não é custosa nem tem que ser feita frequentemente.

19. FUNDO DE MOBILIDADE PARA A MÚSICA

A música ao vivo em Moçambique tem um problema fundamental que é a dificuldade de fazer digressões, por causa dos custos das mesmas. Assim, um fundo de mobilidade para músicos poderia reduzir os custos das digressões através do apoio financeiro directo por uma parte, e de acordos com a LAM por outra parte (A LAM realiza descontos habitualmente para artistas individualmente. Um acordo geral para um fundo de mobilidade entra dentro do possível). O fundo financiaria parcialmente digressões através de uma chamada de projectos competitiva, no que se valoraria tanto o valor artístico como a solidez da proposta de digressão, exigindo um número determinado de concertos e províncias a incluir. Existiria a possibilidade de que uma percentagem do fundo fosse reservada para digressões pelos PALOP. Outra percentagem poderia estar reservada a participação dos músicos moçambicanos em feiras profissionais internacionais, sendo que neste caso, a selecção poderia ser feita através de concurso (*battle of bands*) ou de chamada para propostas, mas em todo caso, seria interessante que se financiasse não a participação individual, mais a participação de uma delegação. Assim, o fundo teria três pilares: digressões nacionais, digressões regionais e participação em feiras profissionais internacionais.

Este tipo de fundo é habitual no sector da música (http://www.concertssa.co.za/ ; http://www.francophonie.org/Fonds-d-aide-a-la-circulation-des.html), e tem contribuído claramente para a criação de audiências. No que tem a ver com os rendimentos económicos, são mais importantes no que tem a ver com a participação em feiras, sendo que as digressões nacionais estão mais focadas para o desenvolvimento cultural que para a obtenção rápida de lucro.
Parceiros de implementação: AMMO, agentes privados.
Programas relacionados:
Não existem fundos similares em Moçambique, mais diferentes parceiros têm apoiado digressões internacionais.
CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Contribui para criação de emprego na música ao vivo, que é intensiva em mão de obra. Mas até que o mercado esteja maduro não se podem esperar grandes números.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. A presença da mulher no negócio da música ao vivo é especialmente baixa, especialmente no que tem a ver com os aspectos técnicos ou empresariais. Incentivos na concessão de fundos é a chave para tratar de mudar a situação.
- Desenvolvimento cultural: Muito alta. Permite criar audiências nacionais e internacionais. As digressões nacionais nas províncias permitem uma experiência cultural à população de locais remotos que não tem tantas oportunidades de consumo cultural.
- Dimensão regional: Muito alta. O financiamento das digressões nos PALOP tem uma importância chave para criar um mercado musical comum.
- Quadro Regulador: Médio. O Regulamento de Espectáculos é visto como pesado por parte dos empresários musicais.
- Apoio Institucional: Médio. As instituições, como o MICULTUR, estão interessadas em melhorar as oportunidades de digressão, mas ao ser uma actividade sem rendimento directo para as instituições, o seu envolvimento seria parcial.
- Apoio Social: Muito alto. Músicos e empresários da música reclamam financiamento para digressões, entendendo que a música ao vivo é o núcleo do trabalho do músico.
- Possibilidade de alianças: Muito Altas. Desde as rádios até as associações de músicos, empresas privadas ou NGOs como Music CroosRoads poderiam estar envolvidas na difusão do fundo, assim como na selecção dos projectos. Além disto, a externalização de determinados serviços para empresas consolidadas é importante (especialmente no que tem a ver com as feiras profissionais).
- Grau de dificuldade: Baixo. É uma chamada a propostas tradicional, onde a única dificuldade está nas pequenas quantidades de cada uma das subvenções, que dificulta o aspecto administrativo. Por outra parte, a participação em feiras através de delegações também exige uma logística relativamente complexa.
- Custo: Alto. O custo dependerá do número de digressões financiadas, sendo que as nacionais têm um custo relativamente baixo, mas a participação em feiras pode ser mais custosa se as delegações forem muito grandes.
- Parceiros: Alto. AMMO/FUNDAC.
- Sustentabilidade: Média. Um fundo deste tipo é atrativo para captar investimentos privados se se consolida como uma iniciativa de sucesso.

20. CRIAÇÃO DE UMA REDE ALTERNATIVA DE DISTRIBUIÇÃO DO DISCO

O disco como objecto está a desaparecer rapidamente, já que em muitos mercados a música é estrictamente digital, e o disco é pouco mais que *merchandising*. Porém, isto não pode ser extrapolado à realidade de Moçambique. Nos núcleos urbanos, especialmente em Maputo, sim é importante a música digital, mas no interior do país, onde a *internet* não é ainda tão comum, o disco continua a ter importância. A venda de discos tem dois desafios fundamentais: o preço e a distribuição. O preço habitual de um disco para cobrir os gastos de produção é em torno de 500MZN, preço fora do alcance de grande parte da população no interior do país. Por outra parte, não existem redes de distribuição nem lojas onde os discos originais sejam vendidos. É preciso, portanto, criar formas de fazer o disco acessível à população. Para a redução do preço, pode financiar-se a produção do disco (Acção 14) sob a condição de um preço máximo de venda. Com respeito a distribuição, podem encontrar-se vias alternativas que permitam um contacto directo entre o músico e o ponto de venda, levando o disco para os lugares de passagem habitual da população (por exemplo, em Burkina Faso se tem criado uma rede de venda de sucesso nos cabeleireiros).

Parceiros de implementação: AMMO, agentes privados.

Programas relacionados:

Não existem redes de distribuição no interior do país.

CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. O objectivo não é tanto criar novos empregos como garantir rendimentos aos músicos.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa. Ainda que nos labores comerciais é mais simples introduzir a mulher.
- Desenvolvimento cultural: Muito alto. Permite criar audiências nacionais.
- Dimensão regional: Muito baixa. A acção tem um foco nacional e quase local.
- Quadro Regulador: Médio. O regulamento de aposição do selo nos fonogramas constitui um problema para a redução do preço do disco.
- Apoio Institucional: Baixo. O INLD poderia ter um certo interesse.
- Apoio Social: Alto. Os músicos têm interesse no crescimento dos pontos de venda, mas a fraca margem de rendimento é um ponto negativo.
- Possibilidade de alianças: Alta. Rádios, associações de músicos e ONGs poderiam participar na criação da rede de distribuição.
- Grau de dificuldade: Médio. Há que criar uma rede de distribuição que implica não só localizar pontos de venda, como também criar sistemas de gestão que permitam os pagamentos de forma simples.
- Custo: Baixo. É uma acção complexa logisticamente mas que não necessita de grandes fundos se a produção do disco já estivesse subvencionada.
- Parceiros: Alto. AMMO
- Sustentabilidade: Média. Uma vez criada a rede de distribuição, continuaria a haver discos a baixo preço e está poderia manter-se sem apoio.

21. ESCRITÓRIO DE EXPORTAÇÃO DA MÚSICA

A música moçambicana é muito desconhecida nos mercados internacionais. Para chegar a estes mercados é preciso uma actividade de promoção sistemática e profissional da música. Isto pode ser feito através de um escritório de exportação da música, que existe em muitos países, mesmo do continente africano (http://www.french-music.org/home.html#; http://www.le-bema.com/en/node/2306). O escritório é principalmente um agente de difusão e acompanhamento

para a saída para o exterior, especialmente para apoiar a presença de músicos e empresas nos eventos profissionais de carácter internacional.
Parceiros de implementação: AMMO, agentes privados.
Programas relacionados:
Estratégia nacional de exportação da música e dança, desenhada pelo ITC com colaboração com o IPEX, mas com uma fraca participação dos agentes do sector musical. Não foi aprovada pelo Conselho de Ministros, e portanto não se implementou.
CRITERIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. O objectivo não é tanto criar novos empregos mas sim garantir rendimentos aos músicos.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Se bem sucedido, contribui claramente para os intercâmbios musicais.
- Dimensão regional: Alta. Um escritório de exportação poderia fazer uma ligação especial com os PALOP, ou seguindo o modelo da BEMA, criar um escritório de exportação regional.
- Quadro Regulador: Médio. Não existe um regulamento específico sobre a exportação de música (sim sobre a importação).
- Apoio Institucional: Baixo. O IPEX não teve a capacidade de implementar uma estratégia já desenhada, e o MICULTUR não tem pessoal especifico para estas tarefas.
- Apoio Social: Médio. Os músicos estão interessados em entrar nos mercados internacionais, mas entendem que o financiamento directo da participação em férias é mais positivo.
- Possibilidade de alianças: Baixas. Os actores mais interessados como a AMMO não têm capacidades, e os agentes privados, que sim as têm, desconfiam de projectos muito institucionais.
- Grau de dificuldade: Alto. O desenvolvimento de estratégias de exportação é dificultoso, sobretudo para mercados ainda pouco maduros. Provavelmente a criação de um escritório de exportação só poderia ser realizada numa segunda etapa, quando umas certas ligações com o exterior já tiverem sido desenvolvidas (Acção 19).
- Custo: Médio. Como ponto de promoção o seu custo é relativo a quantidade de actividades por realizar.
- Parceiros: Baixo. IPEX
- Sustentabilidade: Baixa. O tamanho do mercado não permite a sustentabilidade a curto prazo.

22. FEIRA INTERNACIONAL DA MÚSICA DE MAPUTO

As feiras profissionais de música continuam a ser uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento do sector musical. Estas feiras têm um formato complexo que junta *showcases* com espaços de exposição, conferências e festival (www.womex.com; www.atlanticmusicexpo.com; www.musik.messefrankfurt.com), e que portanto exigem uma grande logística e importantes ligações com os mercados internacionais para serem bem sucedidas. Assim, as feiras são essencialmente eventos privados, geridos pelos agentes da própria indústria musical, e com financiamento tanto privado como público. No continente africano as feiras profissionais são ainda bastante poucas. Em Moçambique, os representantes com longa experiência do negócio musical (Ekaya Producções) e fortes ligações internacionais, têm um projecto deste tipo muito avançado, mas com falta de financiamento para a sua implementação, sendo que poderia converter-se num evento de referência do negócio musical, com claras oportunidades adicionais em réditos turísticos.
Parceiros de implementação: Ekaya Produções

Programas relacionados:
Não existem feiras musicais em Moçambique.
CRITÉRIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. Um evento desta dimensão tem um impacto directo na criação de emprego na hotelaria. De forma indirecta as oportunidades de negócio musical são muito altas.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa.
- Desenvolvimento cultural: Muito alto. É uma experiência multidimensional com grande impacto no desenvolvimento do sector musical.
- Dimensão regional: Alta. Uma feira internacional é um espaço de encontro privilegiado para os mercados PALOP.
- Quadro Regulador: Médio. Trata-se da aplicação do regulamento dos espectáculos. Além disto há que ter em consideração o relativo aos vistos, que dificulta a mobilidade para Moçambique.
- Apoio Institucional: Médio. O MICULTUR aprecia enormemente as inciativas privadas na música, mas o seu apoio não se materializa em contributos financeiros.
- Apoio Social: Muito alto. Os músicos e empresas musicais entendem que os benefícios de um evento deste tipo bem sucedido são enormes para indústria.
- Possibilidade de alianças: Alta. Todos os agentes da indústria musical, assim como elementos do negócio de hotelaria e restauração.
- Grau de dificuldade: Médio. A organização é complexa, mas poder ser executado na sua totalidade pelos agentes privados, actuando a EU só como financiador.
- Custo: Alto. Mesmo com patrocínios diversos, uma feira para ser bem sucedida tem um custo alto, principalmente pelas deslocações de certos convidados internacionais (especialmente programadores de festivais).
- Parceiros: Muito alto. Ekaya Producções.
- Sustentabilidade: Média. São eventos que normalmente resultam atrativos para os parceiros públicos e privados, mas que precisam de um certo tempo para se consolidar.

23. FESTIVAL ARTÍSTICO MULTIDISCIPLINAR PALOP

A realização de um festival artístico multidisciplinar de tipo itinerante nos PALOPs é uma forma efectiva de criar um espaço cultural de dimensão regional. O festival tem que ser claramente multidisciplinar (por exemplo www.unesco.org/culture/dialogue/2010iyrc/projects/project.php?id=120) e com participação de todos os países PALOP. O CPLP tem este evento como proposta, e precisa de apoio financeiro e logístico para a sua implementação.
Parceiros de implementação: CPLP
Programas relacionados:
Não existe um festival comum
CRITERIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Baixa. O principal objectivo é desenvolver uma identidade cultural partilhada.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Baixa.
- Desenvolvimento cultural: Muito alto. É uma experiência multidimensional com grande impacto no desenvolvimento de uma identidade cultural comum.
- Dimensão regional: Muito alta. O foco é precisamente nos PALOPs.
- Quadro Regulador: Médio. Depende de cada um dos países.

- Apoio Institucional: Médio. O MICULTUR está interessado numa presença internacional da cultura moçambicana, mas a sua capacidade para fornecer apoio é limitada.
- Apoio Social: Médio. Os artistas entendem toda oportunidade de mostrar os seus trabalhos como positivo.
- Possibilidade de alianças: Média. Um festival deste tipo, institucional, tem que provar a seu sucesso antes de construir alianças solidas.
- Grau de dificuldade: Alto. O organização é muito complexa, e nem sempre a CPLP terá a capacidade ou a flexibilidade para o organizar em todos os países.
- Custo: Alto. Mesmo com patrocínios diversos, um festival internacional tem custos muito altos, sobretudo tendo em conta as deslocações e a distância entre os PALOP.
- Parceiros: Muito alto. CPLP
- Sustentabilidade: Baixa. Ao tratar-se de um festival institucional –não profissional- são os próprios governos quem deveriam sustentar a médio prazo o seu financiamento, o que parece difícil.

24. DESENVOLVIMENTO DE PACOTES DE TURISMO DOMÉSTICO

Como forma alternativa de desenvolvimento turístico em Moçambique, há agentes que estão a apostar pelo desenvolvimento do mercado doméstico, sobretudo através de pacotes de baixo custo ligados ao turismo comunitário. A IVERCA é um dos agentes com mais experiência neste âmbito, e tem como objectivo desenvolver vários destes pacotes na província de Maputo em primeiro lugar (Namaacha ou Inhaca). O processo é longo, já que há que envolver a toda a comunidade, criar as rotas, e as introduzir num mercado pouco desenvolvido; mas também muito positivo em termos de desenvolvimento comunitário e cultural.

Parceiros de implementação: IVERCA

Programas relacionados:

Mafalala Cultural

CRITERIOS DE PRIORIZAÇÃO

- Capacidade para criar emprego: Média. O turismo comunitário cria empregos na hotelaria e restauração, assim como nas actividades turísticas (visitas) e para guias.
- Capacidade para integrar mulheres e jovens no mercado laboral: Média. As mulheres podem ser incluídas totalmente na área do turismo.
- Desenvolvimento cultural: Médio. Contribui para a criação de um movimento cultural local.
- Dimensão regional: Muito baixa. É uma acção completamente local.
- Quadro Regulador: Médio. Existe uma estratégia de turismo, mais não é implementada.
- Apoio Institucional: Baixo. IVERCA confirma o pouco interesse das autoridades turísticas no desenvolvimento de modelos alternativos ao turismo de sol e praia.
- Apoio Social: Médio. As populações estão interessadas, mas ao mesmo tempo receosas dos turistas.
- Possibilidade de alianças: Baixa. Importantes com a sociedade civil, mas baixa com as autoridades institucionais.
- Grau de dificuldade: Alto. O desenvolvimento dos pacotes exige especialistas em turismo comunitário que conheçam bem o local, assim como um trabalho desenvolvido muito lentamente.
- Custo: Médio. Incluiria o mapeamento do local turístico e a formação dos que participem na rota, mas também a sua comercialização
- Parceiros: Muito alto. IVERCA

- Sustentabilidade: Media. Se o projeto é bem sucedido, garante-se a sustentabilidade e autonomia, e certos pacotes são previsíveis serem bem sucedidos (por exemplo, Inhaca).

TABELA 10: PRIORIZAÇÃO DE ACÇÕES

ACÇÃO	VALOR				APOIO				CAPACIDADE				
	Criação de emprego	Integração de mulheres e jovens	Desenvolvimento cultural	Dimensão Regional	Quadro Regulador	Apoio institucional	Apoio social	Alianças	Grau de dificuldade	Custo	Parceiros	Sustentabilidade	
19	3	2	5	5	3	3	5	5	4	2	4	3	44
14	2	2	5	3	3	3	5	5	4	4	4	3	43
8	5	5	1	1	3	4	4	4	5	1	5	4	42
22	3	2	5	4	3	3	5	4	3	2	5	3	42
18	1	1	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	41
7	4	3	3	1	3	4	4	5	3	2	5	3	40
10	3	2	3	2	3	3	5	5	3	2	5	3	39
15	4	3	3	1	2	3	4	5	3	3	4	3	38
20	2	2	5	1	3	2	4	4	3	4	4	3	37
23	2	2	5	5	3	3	3	3	2	2	5	2	37
3	2	2	3	1	2	4	4	3	4	4	4	3	36
4	3	2	3	1	2	4	5	3	3	3	4	3	36
5	3	2	3	1	3	3	5	5	3	2	3	3	36
6	3	2	3	1	3	3	5	5	3	2	3	3	36
16	4	3	3	1	2	3	4	5	2	2	4	3	36
13	2	2	4	1	3	2	5	4	3	3	4	2	35
17	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3	1	3	35
11	3	2	4	2	1	3	5	4	1	2	2	4	33
24	3	3	3	1	3	1	3	1	2	3	5	3	31
21	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	30
9	2	1	3	1	3	2	4	3	3	4	2	1	29
12	2	2	3	2	1	2	4	3	2	4	2	2	29
2	1	1	2	1	3	2	1	3	3	3	2	3	25
1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	16

Critérios de priorização:

Critério 1: Valor da Acção

Aspecto 1.1: Qual é a capacidade da acção de criar emprego? Muito alta: 5/ Muito baixa: 1

Aspecto 1.2: Qual é o potencial da acção para integrar a mulheres e jovens? Muito alto:5/ Muito baixo:1

Aspecto 1.3: Qual é o impacto da actividade no desenvolvimento cultural? Muito alto:5/ Muito baixo:1

Aspecto 1.4: Tem a acção uma dimensão PALOP ou contribui para a criação de mercados comuns? Muito: 5/Pouco:1

Critério 2: Apoio para a acção

Aspecto 2.1: É favorável o quadro regulador existente para a acção? Muito favorável:5/ Pouco favorável:1

Aspecto 2.2: Existe apoio das instituições públicas para realizar a acção? Muito:5/Pouco:1

Aspecto 2.3: Existe apoio da sociedade civil para realizar a acção? Muito:5/Pouco:1

Aspecto 2.4: Há possibilidade de criar alianças para a realização da acção? Muitas:5/Poucas:1

Criterio 3: Capacidade para realizar a acção

Aspecto 3.1: Quál é o grau de dificuldade da acção? Muito baixo: 5/Muito alto:1

Aspecto 3.2: Qual é o custo da actividade? Muito baixo:5/Muito alto:1

Aspecto 3.3: Existem parceiros de implementação sólidos? Sim:5/Não:1

Aspecto 3.4: Qual é a perspectiva de sustentabilidade da acção? Muito alta:5/ Muito baixa:1

LISTA DE ENTREVISTADOS			
Provincia	**Pessoa**	**Instituição**	**Contacto**
MAPUTO	José Pita. Director Nacional de Industrias Culturais e Criativas	MICULTUR	824162820
	Celeste Maunguele. Oficial de Programas.	MICULTUR	824321240
	Djalma Luiz Fêlix Lourenço. Director	INAC	825746737; djalma.lourenco@hotmail.com
	Maria Angela Khane. Presidenta	FUNDAC	828683110
	Solange Matsinhe. Programa Moçambique tecnológico	MCTES	823156060; solangematsinhe@gmail.com
	Lucia Cándida da Silva. Programa Inovador Moçambicano	MCTES	843097595
	João Miguel. Director	ECA	828714880; joaomiguelmz@gmail.com
	Fidélio Rosse Salamandane. Técnico superior de comércio	IPEX	842652433; fsalamandane@ipex.gov.mz
	Gilda Bjadte. Responsàvel programa exportação de artesanato	IPEX	826829203
	Claire Mateus Zimba. Director Geral	IPEME	824310160; claire.zimba@ipeme.gov.mz
	Yerussalema Chambal. Direcção Assitencia Financeira	IPEME	yerusschambal@gmail.com
	Maria Luisa Domingos. Chefe de Departamento de Planificação de Cooperação	INEFP	826716940
	Aldino Novais (Director)		
	Antonio Machinge	INEFP	828526420
	João Gabriel Madjungue	INEFP	824498600
	Elio Ernesto	INEFP	846796774
	Eva Meignen. Assistente Técnica	CiCa	844000782; emeignen@collegesinstitutes.ca
	Carlos Henriques	ACIS	21244326; acis@acismoz.com
	Lara Pacheco	ACIS	843051884
	Domingos Carlos Pedro. Secretário Geral	SOMAS	824203230
	Douglas Spencer Harris. Secretário Geral Adjunto	AMMO	824410040
	Eugenia María	AMMO	828879440
	Mateus Mucavela. Administrador	FEIMA	824182254
	Gabriel Limaverde	Balaio Arte	826752934; gabriel.limaverde@aism-moz.com

	Dirce Pinto. Proprietária	RUUM Gallery	849009512
	Ivan Laranjeira. Director	IVERCA	848846852
	Abel Dabula. Board Member	CEDARTE	adabula@hotmail.com
	Lucrecio Macuacua. Director	CEDARTE	lucrecio.macuacua@cedarte.org.mz
	Filipe Soeiro. Responsável de marketing e vendas	Khuzula Produções	marketing@azgofestival.com
	João Carlos "Joni" Schwalbach	Ekaya Productions	823120830
SOFALA	Zaia Miquitaio. Técnica provincial da cultura	DPCT Sofala	827211964
	Inácio Joãno. Técnico da Cultura	DPTC Sofala	
	Carlito Vilanculo. Técnico da cultura	Casa da Cultura de Beira	825753950
CABO DELGADO	Marcelino Dingamo. Técnico Provincial da Cultura	DPTC Cabo Delgado	826665340
	Victoria Borges. Repartição das industrias culturais	DPTC Cabo Delgado	
	Saliso Filipe. Repartição Acção Cultural	DPTC Cabo Delgado	
	Hermenegildo Canxixe. Proprietário	Estudo Canxixe	824987050
	Aruma Alí. Secretário	Associação Artes Juventos	860839601

LISTA DE DOCUMENTOS CONSULTADOS

Adenda ao Protocolo entre IPAD, IGESPAR y GACIM do 2 de junho de 2010
ANARTE (2011): Plano estratégico da Associação Nacional de Artesãos
Ashok Menon: Documento de reflexão: Que política industrial para Moçambique. USAID SPEED
Declaração de Hangzhou: Situar a cultura no centro das políticas de desenvolvimento sustentável
Decreto Presidencial n.º 10/2015 de 13 de Março. Competências e Atribuições do MICULTUR
Diploma Ministerial nº105/2015 de 27 de Novembro. Inscrição dos trabalhadores por conta própia na segurança social
Estratégia Nacional de Desenvolvimento 2015/2035
Estratégia de Emprego e Formação Profissional 2006-2015
Estratégia para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas em Moçambique
Estrategia da Propiedade Intelectual 208-2018
Estratégia de desenvolvimento integral da Juventude Resolução nº32/2006

Gómez Salas de Schetter, Margarita: O turismo cultural como estratégia para o desenvolvimento sustentável. O caso de Inhambane.
Goulart, C: Estudo de viabilidade: Salas Ditigais em Moçambique, 2010
IPAD: O Cluster da Ilha de Moçambique e a recuperação da Fortaleza de Saõ Sebastião 2009
IPEX: Oportunidades de exportação de Moçambique. 2008
IPEX: Artesanato
ITC(2010): Guía de contracto para o sector do artesanato em Moçambique
ITC(2010): Guía de contracto para o sector da música em Moçambique
ITC: Mozambique national export strategy: creative industries sector: music and dance
KEA European Affairs (2006): *The Economy of Culture in Europe*. Estudio preparado para a Comissão Europeia.
Lei de Telecomunicações (8/2004 de 21 de junho)
Lei do Turismo (4/2004 de 17 de junho)
MDG-F (2012): Final evaluation of Join Programme of MDG-F in Mozambique: Culture and Development. Eurosis.
Ministério da Educação e Cultura (2007): Colectânea da legislação cultural de Moçambique. 1ª Edición
Ministério da Cultura (2011: Avaliação do PEEC 2006-2010/11 na área de cultura. Draft para discussão. Cesoci
Ministério de Educação e Cultura: Principais conclusões e recomendações da II Conferencia Nacional sobre Cultura. Cultura Moçambicana, chave para o desenvolvimento sustentável. 2009
Ministerio da Educação e Cultura: Projeto de Elaboração de Planos de Gestão dos sitios históricos. 2009
MOU entre IPEX e CEDARTE
Music Crossroads: Relatório final MESA Project (Musical Education in Southern Africa) 2010
OIT (2010): Impacto da implementação da Estratégia de Emprego e Formação profissional (EVTS) em Moçambique-sector artesanal
OIT (2008): A relação entre a Lei do trabalho e o desenvolvimento e crescimento de micro, pequenas e médias empresas (MMPEs)
OMC: Exame das políticas comerciais de Moçambique. 2009
PALOP-TL - União Europeia Programa Indicativo Plurianual para o período 2014-2020
PARPA I, PARPA II, PARP
Pinto de Abreu, A.: Cultura e Economía: industrias culturais e criativas no desenvolvimento económico de Moçambique
Plano Estratégico de Educação e Cultura 2006/2010-11
Plano de Desenvolvimento Integrado de Ilha de Moçambique. CESO-CI. 2009
Plano Estratégico da Cultura 2012-2022
Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Cabo Delgado 2008-2013
Plano Estratégico para o Desenvolvimento do turismo em Moçambique 2004-2013
Plano Quinquenal do Governo de Moçambique 2015-2019:
Política Cultura e Estratégia da sua implementação Resolução nº12/97
Política de Ação Social Resolução nº12/98
Política de Ciência e Tecnologia e a Estratégia da sua implementação
Política de Difusão da Informação Estatística
Política de Informática

Política de Monumentos
Política de Museus
Política do Turismo
Política e Estratégia Comercial Resolução nº25/98
Política e Estratégia de Informação Resolução nº3/97
Programa de cooperação PALOP e Timor Leste com a União Europeia. XI Reunião de Ordenadores Nacionais. São Tomé, 30 de Abril de 2015
Regulamento de espectáculos e divertimentos públicos
Requisitos para Licenciamento de Editoras Livreiras e Discográficas
Requisitos para o Pedido de Alvará de Promotores de Espectáculos e Entretenimento
Sessão de video-conferência do programa de cooperação PALOP e Timor Leste com a União Europeia
Síntese das Lições apreendidas na implementação dos projectos do Programa PALOP-TL/UE
UNCTAD (2010): Report Creative Economy
UNCTAD (2013): Report Creative Economy
UNCTAD (2011): Fortalecendo as industrias criativas para o desenvolvimento em Moçambique
UNESCO (2010): Avaliação dos Centros de Formação vocacional (formais e não formais) de artesãos na cidade de Maputo, Provincia de Nampula e Inhambane.
UNESCO (2010): Avaliação das necessidades de formação do sector da cultura em Moçambique
UNESCO/SIDA (2011): Evaluation report of Development of cultural institutions o Mozambique project. MDF Training&Consultancy BV
UNESCO: Documento de projeto "Desenvolvimento das instituições culturais em Moçambique
UNESCO: Framework for cultural statistic 2009

TERMOS DE REFERÊNCIA

Estudo das áreas temáticas no "Domínio Prioritário 1 – Criação de Emprego" no âmbito do Programa Indicativo Plurianual da Cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia (PALOP-TL/UE)

1. INFORMAÇÃO GERAL

1.1. Países beneficiários

Os países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP), designadamente Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe e ainda, Timor-Leste (TL), serão os países beneficiários finais no contexto do "Programa de Cooperação PALOP e TimorLeste com a União Europeia "("PALOP-TL/UE").

1.2. Entidade Contratante

A entidade contratante é o Ordenador Nacional do FED da República de Moçambique.

1.3. Antecedentes Relevantes

A cooperação entre os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) e a União Europeia (UE) iniciou-se em 1992 e, até à data, foram desenvolvidos três programas regionais financiados pelo 7º, 8º, 9º e 10º Fundo Europeu de Desenvolvimento (FED) que financiaram diversos sectores e projectos de apoio ao desenvolvimento. Com o ingresso de Timor-Leste (TL) neste grupo, a sua designação passou para PALOP-TL.

Trata-se de uma singular cooperação inserida no âmbito da cooperação da UE com o Grupo ACP (países de África, Caraíbas e Pacífico), promovida entre países com grande descontinuidade geográfica mas motivada pela língua comum, afinidades históricas e culturais e um sistema afim de administração pública e em que se pretende que as intervenções sejam complementares aos demais programas de cooperação da UE que se desenvolvem quer a nível bilateral, através dos Programas Indicativos Nacionais (PIN), quer a nível regional (de inserção geográfica), através dos Programas Indicativos Regionais (PIR).

Actualmente, a cooperação decorre sob financiamento do 10º FED com enfoque na "Boa Governação".

Entretanto, no quadro do 11º FED a vigorar até 2020, foi aprovado o **Programa Indicativo Plurianual** (MIP) para o período 2014-2020 que se centrará em dois domínios prioritários, designadamente:

A) Criação de emprego, nomeadamente nas actividades geradoras de rendimentos no sector cultural;

B) Desenvolvimento das capacidades de governação.

Perspectiva-se que mercê de medidas específicas destinadas a grupos desfavorecidos como as mulheres e os jovens, bem como ao respeito da diversidade cultural, o programa contribuirá para promover alguns aspectos da democracia e para o desenvolvimento dos recursos humanos num contexto de um crescimento sustentável e inclusivo.

1.4. Situação actual

Na XI Reunião de Ordenadores Nacionais (RON) realizada em Abril de 2015 na cidade de São Tomé, para dar seguimento ao processo de programação do MIP 2014-2020, foi deliberado:

- Realizar consultas internas com as instituições e os actores ligados ao sector do emprego e da cultura antes da videoconferência para melhor definição do domínio Prioritário 1 "Criação de emprego nomeadamente nas actividades

geradores de rendimentos no sector cultural" do Programa Indicativo Plurianual do 11º FED;

- Lançar em seguida o processo de identificação dos estudos nacionais;
- Enquadrar os estudos de identificação com termos de referência acordados entre a Coordenação e a DUE de Moçambique que terão em conta as lições apreendidas. Os termos de referência serão previamente comentados e ajustados pelos países em função das suas especificidades.

Concluída a primeira etapa, relativa às consultas internas, segue-se a realização dos estudos nacionais.

2. OBJETIVOS E RESULTADOS ESPERADOS

2.1. Objectivo Geral

O objectivo geral é lançar a primeira etapa do processo de identificação nas áreas prioritárias de intervenção acordadas durante a videoconferência interna PALOP-TL de 16Julho-2015 para o ciclo do 11º FED do PALOP-TL/UE.

2.2. Objectivo Específico

Os objectivos específicos são:

1. Formular um estudo nacional, para identificar as iniciativas com mais potencial de valor acrescentado para cooperação entre os PALOP/TL no domínio da criação de emprego, em particular a cultura como actividade económica (indústria culturais e criativas) através do empreendedorismo visando o emprego e auto-emprego, bem como o desenvolvimento de capacidade dos actores públicos e da sociedade civil relevantes neste domínio;
2. Apresentar uma análise detalhada do contexto nacional, das políticas ou planos estratégicos existentes, bem como apresentar dados estatísticos e informação relevante sobre as áreas prioritárias de intervenção a serem estudadas.

O objectivo específico é formular um estudo nacional das áreas a seguir indicadas, o qual por sua vez deverá apoiar a formulação de um estudo regional integrado no quadro do Programa de Cooperação PALOP-TL/EU, conforme com as disposições aplicáveis do MIP 2014-2020 sobre a criação de emprego, incluindo no sector da cultura.

As áreas indicativas (não exaustivas) acordadas na videoconferência interna PALOP-TL de 16-Julho-2015, são:

- Economia/indústria criativa que promove projectos culturais e/ou turísticos que contribuam para o emprego/auto-emprego, inclusão social (particularmente das jovens e mulheres), diversidade cultural e o desenvolvimento sustentável;
- Formação profissional, incluindo a formação / capacitação de quadros e apoio a implementação das políticas prioritárias de geração de emprego, especialmente no sector da cultura (com ênfase particular na transformação da economia informal em formal), incluindo também formação para empreendedores, gestores e administradores de programas culturais.

Este estudo deverá apoiar a formulação de um estudo regional (2ª etapa do processo de identificação) integrado no quadro do Programa de Cooperação PALOP-TL/UE, conforme com as disposições aplicáveis do MIP 2014-2020 sobre a criação de emprego, incluindo no sector da cultura.

2.3. Serviços Requeridos

Para a consecução dos serviços requeridos, o perito ou a equipa de peritos deverá trabalhar directamente com a Delegação da União Europeia no país, com o Gabinete / Serviço do Ordenador Nacional do FED, departamentos e instituições Governamentais com tutela e/ou intervenção na área sectorial em estudo, organizações da sociedade civil, o sector privado e cidadãos em geral.

A par dos presentes Termos de Referência, constituem documentos orientadores:

- MIP 2014-2020;
- Registo da videoconferência PALOP-TL de 16-Julho-2015
- Relato da XI RON do PALOP-TL/UE
- Síntese das lições apreendidas
- UNESCO Convention "Protection and Promotion of Intangible Heritage" (2003)
- UNESCO Convention on "Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions" (2005)
- Charter for African Cultural Rennaissance (for the PALOP)
- 2009 Framework for Cultural Statistics.

O perito ou a equipa de peritos deverá realizar o mapeamento da indústria criativa existente e dos recursos disponíveis, bem como analisar e ponderar as seguintes questõeschave:

- Quadro institucional e legislativo sobre a economia criativa (política cultural, mecanismos de financiamento e organização profissional do sector);
- Quadro regulador e legislação sobre emprego;
- Política de Empreendedorismo e Desenvolvimento de PME;
- Direitos de propriedade intelectual;
- Política fiscal e de investimento;
- Caracterização dos cursos de FTP, de cursos artísticos e de criações e eventos culturais nacionais e internacionais existentes nos PALOP-TL;
- Quadros Nacionais de Qualificação;
- Organizações públicas vocacionadas para a investigação e inovação, sublinhando as boas práticas e os resultados de parcerias público-privadas;
- Qualidade da informação estatística sobre formação técnico-profissional, indústria criativa, emprego e mobilidade avaliada de acordo com as normas da UNESCO;
- Mobilidade dos artistas, criativos e de bens e serviços culturais, ao nível nacional e entre os PALOP-TL;
- Acesso dos bens e serviços culturais PALOP-TL aos mercados regionais e internacionais, e respectiva difusão;
- Dificuldades dos jovens e mulheres em particular no acesso ao mercado de trabalho formal;
- Complementaridade do programa proposto com outras acções implementadas e/ou financiadas pela UE e por outros parceiros (p.e., Programa Intra-ACP, Programas temáticos DCI-HUM, DCI-NSA, etc.);
- Dados estatísticos sobre o património, actividades e operadores culturais existentes (produção cultural, orçamento e políticas, etc).

Todos os aspectos acima mencionados devem ser analisados na perspectiva de identificar o que é necessário para melhorar o acesso dos cidadãos ao mercado de trabalho formal e ao

trabalho digno (particularmente os jovens e as mulheres), para diminuir mercado de trabalho informal e para garantir melhores direitos sócio-económicos aos cidadãos.

O perito ou equipa de peritos deverá organizar uma reunião para recapitular e enquadrar a informação com o Serviço do Ordenador Nacional e manifestar disponibilidade para posterior participação num seminário regional, a realizar num dos PALOP-TL em data a anunciar, que visará analisar conjuntamente os seis estudos nacionais sobre a temática e geração de emprego para subsequente formulação de projectos regionais no âmbito do 11º FED. Esta reunião visará também harmonizar os dados recolhidos para garantir que todos os relatórios nacionais utilizam os mesmos conceitos. A participação no seminário poderá, em alternativa, ser substituída por sessões de videoconferência.

O perito deverá explicitar a disponibilidade para posterior participação num seminário regional, a realizar num dos PALOP-TL em data a anunciar, que visará analisar conjuntamente os seis estudos nacionais sobre a temática e geração de emprego para subsequente formulação de projectos regionais no âmbito do 11º FED. Em alternativa, a participação no seminário poderá ser substituída por sessões de videoconferência.

2.4. **Resultados**

Espera-se que o estudo produza informação sobre o potencial de criação de emprego, em particular no que concerne à cultura como actividade económica (indústria cultural e criativa) que permita identificar desafios e fragilidades incluindo fundamentos para a promoção de políticas sociais e culturais adaptadas às necessidades das populações e o nível de qualidade da formação profissional. Estas necessidades poderão estar relacionadas com a elaboração de um programa de educação em indústria cultural, melhoria da qualidade de educação/formação, participação e circulação de produtos e bens culturais na economia nacional, mecanismos de financiamento e oportunidades económicas conexas a actividades culturais que podem atrair investidores.

São esperados três resultados principais, designadamente:

(i) Potenciais áreas de intervenção caracterizadas, qualitativa e quantitativamente. Para o efeito, o estudo disponibilizará um quadro geral do sector que contempla, pelo menos:

- Clara síntese histórica,
- Quadro jurídico-legal existente e prospectivo (conforme e se aplicável),
- Actores relevantes do governo, da sociedade civil e parceiros internacionais,
- Grupos vulneráveis,
- Capacidade de formação profissional no sector e sistemas de qualificação se aplicáveis,
- Dados estatísticos relevantes de acordo com as normas da UNESCO,
- Intervenções realizadas, em curso ou em carteira e respectivos protagonistas (financiador, implementador, beneficiários).

(ii) Acções relevantes identificadas para o curto e médio prazo, mercê de:

- Tipificação de projectos /acções geradoras de emprego a promover,
- Beneficiários principais (população alvo),

- Potencial para articular com outros sectores e/ou áreas de actividade
- Contributo expectável para a criação de emprego e geração de receita.

(iii) Matriz comparada das possíveis intervenções preconizadas com hierarquização por mérito relativo com vista subsidiar a tomada de decisão na selecção dos projectos no âmbito do 11º FED do Programa PALOP-TL/UE.

PRESSUPOSTOS E RISCOS

O estudo, conquanto tenha carácter nacional, tem em conta:

- Os resultados apoiam a formulação de projectos regionais para os seis países do Programa PALOP-TL, designadamente, Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste; neste sentido, devem prosseguir uma estrutura padrão que facilite a análise comparada com estudos nacionais afins a formular em cada um dos demais cinco países.
- O Programa Indicativo Plurianual do PALOP-TL/UE para o período 2014-2020.
- O perito ou equipa de peritos tem conhecimento profundo das instituições e actores relevantes da sociedade civil no sector em estudo.

PERFIL DO PERITO

O perito ou, se aplicável, a equipa, deverá ter no seu conjunto:

- Especialista com pelo menos 10 anos de experiência profissional relevante;
- Mínimo 7 anos de experiência progressiva nas áreas afins;
- Conhecimento profundo do contexto local;
- Experiência em avaliação e / ou concepção de programas;
- Perícia em comunicação e experiência em elaboração de relatórios;
- Aptidão para trabalhar em equipa;
- Conhecimento de tratamento de dados em sistemas estatísticos;
- Experiência de trabalho em países africanos similares, sendo nos PALOP-TL uma vantagem;
- A experiência no âmbito de análise institucional e de capacitação e/ou colaboração com centros de pesquisa académica será também considerada como uma vantagem;
- Proficiência em Português (escrito e falado) é um requisito, que não pode ser substituído com a inclusão na proposta de serviços de interpretação / tradução;
- Fluência em Inglês (escrito e falado).

LOGÍSTICA E CALENDÁRIO

Duração e data de início

- Início: após a assinatura do contrato
- Duração: quatro semanas de calendário

Local da prestação dos serviços

- Por conta da parte contratada

Relatórios e documentos

- Plano de trabalho inicial com a metodologia revista e previsão do calendário para a missão;
- Minuta do *briefing* no arranque da missão a ser entregue 2 dias depois da sua realização, contendo os comentários e as principais recomendações da reunião.
- Minuta do *debriefing* no final da missão a entregar 2 dias depois da sua realização, contendo as principais conclusões, recomendações e comentários.
- Relatório provisório após o final da missão, em formato electrónico, com um máximo de 25 páginas, incluindo o sumário executivo sem os anexos. Os anexos, a serem apresentados em separado, deverão conter:
    - Termos de Referência da missão; o Informação sobre a equipa e plano de trabalho implementado; o Lista de documentos, estudos e relatórios consultados;
    - Lista de instituições e pessoas consultadas no âmbito da missão e dados para contacto;
    - Documentos de suporte à missão: metodologia, notas de briefing e de debriefing; o Outros materiais considerados relevantes.
- Relatório final: até 1 semana após a recepção de comentários do Entidade Adjudicante, ao relatório provisório.
- Todos os documentos devem ser apresentados em português.

Recursos a disponibilizar pelo Serviço do Ordenador Nacional

- Apoio no agendamento de contactos com outras entidades oficiais necessários para a realização do estudo.
- Instalações para reuniões de trabalho.
- Acesso a documentos relativos ao Programa PALOP-TL/UE.

Comunicação e visibilidade

A visibilidade do projecto será assegurada em conformidade com o "Manual de Comunicação e Visibilidade das Acções Externas da UE" de 2010.

O logotipo do Programa PALOP-TL/UE será utilizado em todas as comunicações e documentos oficiais.

Despesas

O montante máximo de 20.000 Euros ou equivalente em moeda nacional, num contrato que abrange a totalidade das despesas em que o Contratado possa incorrer excepto a eventual participação, numa 2ª fase, no seminário para integrar os seis estudos nacionais num estudo regional PALOP-TL.

PLANO DE TRABALHO DETALHADO

1. CONTEXTO

1.1. As relações UE-PALOP

Inicialmente, o grupo dos países dos PALOP, consistindo em Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe, partilha uma forte identidade linguística e cultural, um sistema de governação semelhante (incluindo os sistemas semelhantes de administração pública, justiça, gestão das finanças públicas, mercados de trabalho e serviços sociais interligados) e uma longa tradição de contactos e intercâmbios entre si.

A cooperação entre os cinco países dos PALOP e a Comissão Europeia (CE) começou em 1992. Dentro deste quadro, o FED financiou os seguintes programas:

Tabela 1: Programas Financiados pelo FED

Período	Programas financiados	Montante M€
1990-1995	Programa Regional 1 (7ºFED)	25
1995-2000	Programa Regional 2 (8º FED)	30
2000-2007	Transferência do Programa Regional 2 (9º FED)	28,7
2008-2013	Iniciativa de Governação (10º FED)	33,1
2014-2020	Programa Indicativo Plurianual (11º FED)	30
TOTAL		**118,1**

Os PIRs PALOP proporcionaram o enquadramento para projectos multianuais e multinacionais que abordam directamente as questões de governação (justiça e administração pública). Além disso, um projecto de estatística também convergiu para esse fim comum. Dentro do 9º FED, também se lançaram três projectos orientados para os sectores sociais (saúde, emprego, formação ecultura).

Na sequência de uma reunião ministerial realizada em Moçambique no contexto duma avaliação da cooperação da UE com os PALOP, reforçou-se o diálogo político e técnico em 2005 para renovar uma abordagem comum e acelerar a mobilização dos recursos existentes.

Em 2007 assinou-se um memorando de entendimento, que definiu o quadro de uma extensão da parceria do 10º FED (Iniciativa de Governação PALOP & Timor Leste). Nessa ocasião, Timor-Leste (TL) juntou-se ao grupo dos PALOP expandindo-o, deste modo, da África para a região do Pacífico Asiático. Os projectos identificados, incluem a assistência eleitoral, o apoio ao mecanismo de coordenação dos PALOP/TL, a governação económica e o sector privado, o estado de direito, os serviços públicos, o Instituto para a Gestão Macroeconómica e Financeira e a Facilidade para a Cooperação Técnica III, para apoiar a identificação e a implementação das acções.

Desde Janeiro de 2006, Moçambique tem sido o Ordenador Regional (OR) no âmbito do PIR conforme o memorando de 2007. Para completar o sistema, um dos ordenadores nacionais é nomeado como responsável para cada projecto ou programa, actuando como ordenador delegado. Periodicamente, a CE e os PALOP/ TL organizam reuniões de coordenação aos níveis

ministerial e técnico, convocadas pelo OR e pela CE, e que decorrem alternadamente em Bruxelas e, numa base rotativa, em cada um dos seis países.

No ano 2015, assinou-se o novo Programa Indicativo Plurianual (MIP) no quadro do 11º FED para o período 2014-2020. O MIP concentrar-se-á em dois domínios prioritários: Criação de emprego, nomeadamente nas actividades geradoras de rendimentos no sector cultural e Desenvolvimento das capacidades de governação.

1.2. Os apoios à Cultura

No âmbito do segundo Programa Indicativo Regional (PIR PALOP II), e particularmente no seu terceiro sector de concentração da cooperação – a Cultura, ao qual foi atribuído um montante de EUR 3 milhões (correspondente a 1/10 do montante global do PIR PALOP II), implementou-se o "Projecto de Apoio às Iniciativas Culturais nos PALOP" (PAIC), desenvolvido nos cinco Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) e em Timor-Leste (TL), cujas intervenções se centraram no reforço das capacidades dos profissionais no domínio da salvaguarda, da valorização e da promoção do património histórico e cultural dos PALOP/TL, bem como na reabilitação de algumas infraestruturas e no apoio à iniciativas de operadores culturais e de entidades institucionais para a salvaguarda do património e da promoção artística e cultural com uma dimensão à escala PALOP-TL.

A execução do projecto visou, através da sua componente "Fundo de apoio às iniciativas culturais": (1) a melhoria das capacidades profissionais dos indivíduos e das entidades ligados à salvaguarda, valorização, promoção do património histórico e cultural dos PALOP-TL , (2) a realização de iniciativas culturais e artísticas, de acções de reabilitação de património imobiliário, (3) a criação de mecanismos de observação, sistematização e partilha de boas prácticas, promovidas por operadores culturais da sociedade civil e de entidades institucionais.

O projecto foi liderado pela Guiné-Bissau, através do seu Ordenador Nacional do FED (Ministro das Finanças), e posto sob a tutela técnica do Ministério da Educação Nacional, Cultura, Ciências, Juventude e Desportos (MENCCJD). A sua gestão foi confiada a uma Unidade de Gestão do Projecto (UGP) sob a modalidade descentralizada indireta privada.

Um novo projecto no setor da cultura será implementado no quadro do MIP 2014-2020. No processo de programação do MIP 2014-2020 teve lugar uma Reunião de Ordenadores Nacionais em Abril de 2015, onde se acordou uma melhor definição do domínio prioritário 1: "Criação de emprego, nomeadamente nas atividades geradoras de rendimentos no sector cultural". É dentro deste processo que se enquadra o presente estudo, que visa um mapeamento e análise das potencialidades das indústrias criativas em Moçambique.

2. JUSTIFICAÇÃO

2.1 Observações aos Termos de Referência

O presente estudo corresponde a um mapeamento em profundidade do sector das indústrias culturais e criativas (economia criativa) em Moçambique, e o seu potencial de geração de rendimentos e criação de empregos de qualidade.

O estudo tem como objectivo principal oferecer subsídios relevantes para uma futura análise de nível regional e posterior desenho dum projecto regional no âmbito das indústrias criativas, focando-se especialmente na relação entre investimento e lucro para cada área da economia criativa, e na possibilidade de criar mercados a escala no âmbito PALOP-TL.

Mais especificamente, o estudo deve:

- Fazer um mapeamento da economia criativa em Moçambique abrangendo o quadro regulatório de todos os âmbitos envolvidos na mesma, a dimensão económica e formativa das indústrias criativas, e os actores e recursos disponíveis no setor. O mapeamento incluirá uma análise transversal das diferentes áreas das indústrias criativas e das suas cadeias de valor focando em aquelas que apresentem maior potencial (Vide página 6 e 7);
- Propor áreas de intervenção de maior impacto na criação de emprego e identificação de ações relevantes no curto e medio prazo, incluindo projectos com destaque para aqueles que visem como beneficiários aos jovens e as mulheres;
- Construir cenários alternativos baseados na hierarquização das propostas segundo os critérios de rentabilidade, capacidade de criação de emprego e de geração de receitas, possibilidade de criar mercados regionaise foco nos sectores criadores de sinergias.
-

2.2 Riscos e pressupostos

Tabela 2: Riscos e Estratégias de Mitigação

Riscos e pressupostos	Estratégia de mitigação
Disponibilidade dos interlocutores durante a missão para os encontros e entrevistas	• Deixar um espaço temporal suficiente entre o fim do período de férias e a missão • Marcação com suficiente antecedência dos encontros (lista a fornecer na Fase I do estudo)
Participação suficiente dos interlocutores nos contactos online (nomeadamente encontros *Skype* e inquéritos *online*).	• Envio periódico de demandas de participação para os grupos alvos
Instabilidade em certas áreas do país, nomeadamente no centro.	• Seguimento da situação, e limitação da missão as áreas urbanas
Instabilidade económica provoca perda de interesse em setores produtivos considerados pouco rendíveis, como a cultura.	• Foco no aspecto "criação de emprego", fazendo a indústria criativa um uso intensivo de mão de obra
Dados estatísticos fracos	• Metodologias complementares como os "estudos de caso"

3. ESTRATÉGIA

3.1. Descrição Sumária

Conforme o cronograma tentativo de actividades apresentado no capítulo seguinte, o presente estudo/identificação será dividido em 3 fases sucessivas:

- **Fase I**: de arranque basicamente no escritório da consultora para analisar a documentação existente e disponível. No final destsa fase, um plano de trabalho detalhado, incluídas ferramentas de recolha de dados é elaborado e entregue antes de dar início às fases seguintes.

- **Fase II**: missão em Moçambique incluindo os encontros com DUE-ON e encontros com os agentes relevantes para as indústrias criativas num mínimo de três cidades (tentativamente Maputo, Beira e Pemba).
- **Fase III:** de finalização que abrange duas etapas: etapa 1, de análise das informações e preparação do relatório provisório; e etapa 2, de análise dos comentários ao relatório provisório e finalização do relatório.

Para a realização do estudo utilizar-se-ão os seguintes instrumentos: (1) análise documental, (2) reuniões individuais e colectivas com os agentes relevantes da economia criativa, incluindo os agentes institucionais e privados e (3) contactos telefónicos ou *online*.

Na elaboração do estudo os seguintes pontos serão tidos em conta:

- **Foco nas áreas urbanas**: as indústrias criativas tendem a formar *clusters* que encontram o seu acomodo natural nas cidades. As cidades oferecem umas condições de dinamismo e de massa crítica de recursos e público imprescindíveis para o crescimento da economia criativa. Portanto, o estudo focar-se-á nas cidades principais de Moçambique, nomeadamente Maputo e Beira. A terceira das cidades poderá ser tanto Nampula (3ª cidade por povoação do país) como Pemba (cidade mais pequena mas muito dinâmica nos últimos anos).
- **Foco no digital:** a produção de conteúdos digitais e a sua monetização, e a distribuição de produtos criativos (digitais ou não) através de canais digitais, são o presente e o futuro da economia criativa. O estudo não pode se distanciar desta realidade, e portanto deve usar uma visão inovadora que fuja dos preconceitos que reduzem as possibilidades das indústrias criativas aos sectores tradicionais nos países em desenvolvimento.
- **Foco nas Parcerias Público-Privadas (PPP):** as indústrias criativas precisam de um quadro institucional e legal que incumbe aos diferentes níveis de governo. Contudo, os principais protagonistas das indústrias criativas são os agentes privados, empreendedores, empresas e prestadores de serviços que funcionam com uma lógica de mercado. O estudo deve apresentar propostas que tenham em conta as PPP como um instrumento fundamental de melhoria da produtividade na economia criativa.
- **Foco no tridente criativo:** especialistas criativos – trabalhadores criativos empregados nas indústrias criativas; trabalhadores de apoio – trabalhadores não criativos empregados nas indústrias criativas; criativos integrados – empregados em ocupações criativas dentro de indústrias que não produzem produtos criativos.

3.2. Plano de trabalho

Fase I

Nesta fase a DUE/ON fornecerá a documentação e os contactos que considerem necessários. Com a maior brevidade possível, a consultora proporá uma lista de agentes para a marcação dos encontros da fase II. Elaborar-se-á um Plano de Trabalho detalhado, com um cronograma revisto e as ferramentas de recolha de informações, incluindo esquemas das entrevistas (abertas e semiestruturadas), inquérito *online* e quadros comparativos de dados estatísticos. Não estão previstos encontros em formato *workshop*, mas sim entrevistas colectivas com agentes representativos de sectores da atividade.

Tabela 3: Fase I

Tarefas	Resultados esperados
• **Revisão da documentação relevante** • **Proposta de Plano de Trabalho**	• Análise geral das indústrias criativas em Moçambique • Lista de agentes a entrevistar • Cronograma detalhado • Metodologia de recolha de dados detalhada • Esquema das entrevistas • Inquérito *online* para outros agentes
Documentos	**Plano de trabalho**

Fase II

Esta fase decorrerá em Moçambique e abrangerá os encontros com a DUE/ON e com os agentes das indústrias culturais. No início da missão terá lugar uma sessão de *briefing* junto da DUE/ON. Os encontros e entrevistas incluirão no mínimo os parceiros institucionais, as instituições de formação e os agentes privados da economia criativa. No final da missão terá lugar um novo encontro de *debriefing* com a DUE/ON para partilhar as conclusões preliminares. Nesta fase é possível a colaboração com pesquisadores/consultores locais para assuntos concretos e pontuais.

Tabela 4: Fase II

Tarefas	Resultados esperados

• ***Briefing* com a DUE/ON**
• **Encontros e entrevistas em Maputo, Beira e Pemba com:**
  ○ **Parceiros institucionais**
  ○ **Instituições de formação**
  ○ **Agentes privados**
• **Análise das informações recolhidas**
• ***Debriefing* com a DUE/ON**
	• Clarificação das expectativas da DUE/ON
	• Informações dos interlocutores
	• Análise de dados
	• Conclusões preliminares

Documentos	**Minuta do *Briefing*** **Minuta do *Debriefing***

Fase III

Na última fase reunir-se-á a documentação e informação adicionais para completar as informações recolhidas nas fase I e II. Um Relatório Provisório será elaborado com destaque para a proposta de áreas de intervenção. Em seguida haverá um período para os comentários da DUE/ON, onde estes serão analisados e um Relatório Final será entregue.

Tabela 5: Fase III

Tarefas	Resultados esperados
• **Revisão da documentação adicional** • **Relatório Provisório** • **Análise dos comentários da DUE/ON** • **Relatório final**	• Mapeamento das indústrias criativas em Moçambique finalizado • Propostas de áreas de intervenção e projectos finalizadas • Matriz de hierarquização das propostas finalizada
Documentos	**Relatório Provisório**

3.3. Cronograma

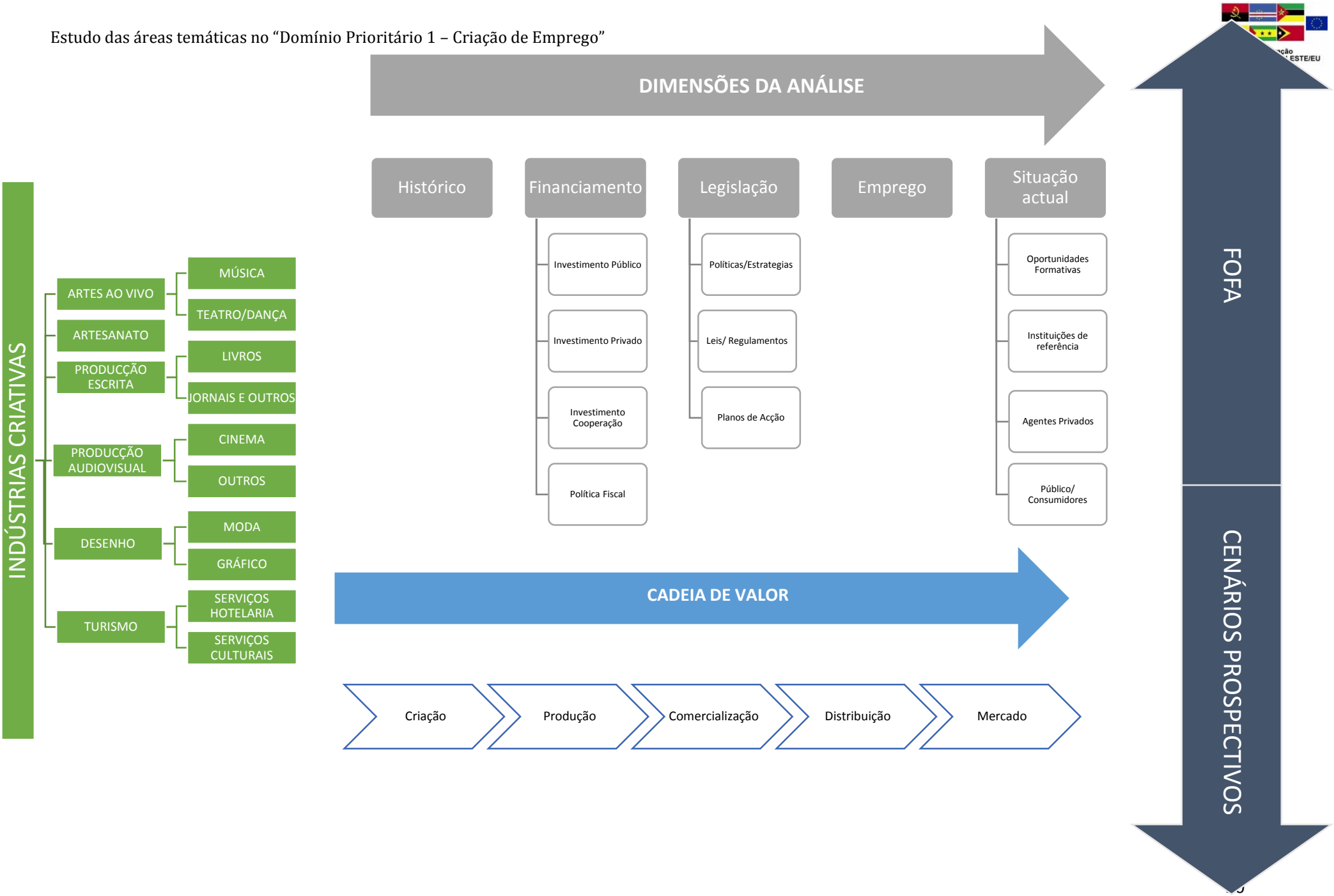
Vider tabela

ÁREAS DE MAPEAMENTO	QUADRO INSTITUCIONAL E LEGAL	Cultura	Leis e regulamentos
			Instituições públicas e sociedade civil organizada
			Políticas, estratégias e planos de acção
		Emprego	Leis e regulamentos
			Instituições públicas e sociedade civil organizada
			Políticas, estratégias e planos de acção
		Finanças	Leis e regulamentos
			Instituições públicas e sociedade civil organizada
			Políticas, estratégias e planos de acção
		Turismo	Leis e regulamentos
			Instituições públicas e sociedade civil organizada
			Políticas, estratégias e planos de acção
		TIC	Leis e regulamentos
			Instituições públicas e sociedade civil organizada
			Políticas, estratégias e planos de acção
	QUADRO ECONÓMICO E FINANCIAMENTO	Política fiscal	Impostos
			Política de investimento
			Política de mecenato
		Propriedade intelectual	Leis e regulamento
			Instituições públicas e privadas
			Conscientização dos produtores
			Pirataria
		Mercado	Locais
			Regionais e Internacionais
			Proximidade e quantidade de consumidores
		Acesso ao crédito	Acesso ao crédito bancário
			Sistemas de garantias e outros mecanismos financeiros
			Disponibilidade de capital de risco para as indústrias criativas
		Subvenções	Nacionais
			Internacionais
	RECURSOS	Conhecimento	Instituições de formação públicas
			Instituições de formação privadas
			Quadro Nacional de qualificações
			Formações artísticas e técnicas
			Formações em empreendedoria
			Conservação do conhecimento tradicional
			Mobilidade formativa
		RRHH e Agentes	Institucionais
			Financiamento
			Setores criativos (segundo classificação da UNESCO)
		Culturais	Existência de património histórico, cultural e artístico
			Existência de massa crítica de trabalhadores criativos e empreendedores
		Industriais	Editores e criadores de conteúdos
			Distribuidores
			Fornecedores de produtos intermédios e ferramentas

CLASSIFICAÇÃO UNESCO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

DOMINÍNIOS CULTURAIS						DOMÍNIOS RELACIONADOS	
Património cultural e natural • Museus • Sítios arqueológicos e históricos • Paisagens culturais • Património natural	**Artes vivas e eventos** • Interpretação • Música • Festivais, Feiras e Festas	**Artes visuais e artesanato** • Belas Artes • Fotografia • Artesanato	**Livros e imprensa** • Livros • Jornais e revistas • Outro material impresso • Bibliotecas • Feiras de livros	**Médios audiovisuais e interactivos** • Cinema e vídeo • TV, rádio e difusão ao vivo por internet • Internet *Podcasting* • Jogos de vídeo	**Desenho e serviços criativos** • Desenho de moda • Desenho gráfico • Desenho de interiores • Desenho de paisagem • Arquitectura • Publicidade	**Turismo** • Serviços de turismo e viagem • Serviços de alojamento	**Desportos e entretenimento** • Desportos • Condicionamento físico • Parques temáticos e de entretenimento • *Camping*
PATRIMóNIO CULTURAL INTANGÍVEL							
EDUCAÇÃO E TREINO							
ARQUIVO E CONSERVAÇÃO							
EQUIPAMENTO E MATERIAIS DE APOIO							

PLANO DE TRABALHO. CRONOGRAMA																																							
			Fevereiro															Março																					
Nº	ACTIVIDADE	DÍAS	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
FASE I: Arranque																																							
A1	Revisão Documentação	2																																					
A2	Visto, marcação de encontros, bilhetes de avião	1																																					
A3	Plano de trabalho e ferramentas metodológicas	2																																					
	Plano de trabalho inicial						◊																																
FASE II: Missão																																							
B1	Briefing	1																																					
	Minuta do Briefing											◊																											
B2	Maputo	4																																					
B3	Beira	2																																					
B4	Maputo	2																																					
B5	Debriefing	1																																					
	Minuta do Debriefing																							◊															
FASE III: Análise e Síntese																																							
C1	Revisão Documentação adicional	2																																					
C2	Relatório Provisorio	3																																					
	Relatório Provisorio																											◊											
C3	Análise dos comentarios ao Relatório Provisorio	1																																					
C4	Relatório Final	1																																					
	Relatório final																																						◊


DIMENSÕES DA ANÁLISE
Histórico
Financiamento
Legislação
Emprego
Situação actual
Investimento Público
Investimento Privado
Investimento Cooperação
Política Fiscal
Políticas/Estrategias
Leis/ Regulamentos
Planos de Acção
Oportunidades Formativas
Instituições de referência
Agentes Privados
Público/ Consumidores
INDÚSTRIAS CRIATIVAS
ARTES AO VIVO
MÚSICA
TEATRO/DANÇA
ARTESANATO
PRODUCÇÃO ESCRITA
LIVROS
JORNAIS E OUTROS
PRODUCÇÃO AUDIOVISUAL
CINEMA
OUTROS
DESENHO
MODA
GRÁFICO
TURISMO
SERVIÇOS HOTELARIA
SERVIÇOS CULTURAIS
CADEIA DE VALOR
Criação
Produção
Comercialização
Distribuição
Mercado
FOFA
CENÁRIOS PROSPECTIVOS

4. METODOLOGIA

A análise proposta basear-se-á no cruzamento dos elos das cadeias de valor das Indústrias criativas com as diferentes dimensões da análise, como aparece refletido no mapa acima. Com base nas sugestões feitas na sessão de video-conferência do Programa de Cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia de 16 de Julho de 2015, limitaram-se os sectores das indústrias criativas à aqueles de interesse para Moçambique. Para isto, é preciso dum lado estabelecer quais são as cadeias de valor concretas dos setores em relação com a situação particular de Moçambique, e doutro lado definir as perguntas que deverão ser respostas para cada âmbito de análise.

No que concerne às cadeias de valor, as indústrias criativas possuem particularidades que criam elos extremamente complexos pela multiplicidade de actores e canais que participam delas (mesmo que tenham uma base comum como refletido no mapa acima). Porém, esta complexidade depende em grande parte do nível de sofisticação que a referida indústria tenha conseguido no país, assim, em mercados pouco desenvolvidos, podemos encontrar produtos culturais de grande qualidade mas com cadeias de valor muito curtas. Por outro lado, as cadeias mais tradicionais estão a ser alteradas pelas novas tecnologias, que permitem em muitos casos um encurtamento da cadeia de valor com concentração de benefícios nos extremos ao colocar os produtores e consumidores em contato directo, eliminando desta forma os elos intermédios.

Sem ânimo de exaustividade, que não cabe num estudo deste tipo, podemos assinalar algumas das particularidades das cadeias de valor em Moçambique para os setores com mais destaque, e focando a atenção nos protagonistas de cada uma das fases (vide mapas no final), podemos distinguir quais são os elos que criam mais oportunidades de emprego e a relação entre o investimento e o rendimento.

Relativamente às perguntas da análise (vider tabela), estas permitirão estabelecer quais são os pontos de estrangulamento em cada uma das indústrias criativas, mais também quais as suas potencialidades. Com base nos resultados deste análise, far-se-á uma FOFA para cada um dos sectores com o que identificar os aspectos dos diferentes elos susceptíveis de ser priorizados em futuros projectos. As cinco perguntas chave que há que responder são:

- Tem o sector capacidade de crescimento?
- Existe um quadro adequado para fomentar o crescimento?
- Tem o sector capacidade para se internacionalizar/regionalizar?
- Apresenta o sector capacidade para criar empregos de qualidade?
- Qual é a possibildade de concretização das questões anteriores tendo em conta os recursos limitados do futuro projecto?

As acções propostas recolherãoos subsídios dos agentes entrevistados, tanto do âmbito público como do privado, dando relevo à aqueles projectos que já tenham provado ser eficazes a em outros lugares, a dificuldade e a capacidade de gestão, o custo do projecto e a sustentabilidade dos seus resultados.

No que diz respeito as entrevistas, estas terão um formato semiestruturado, e no caso da sociedade civil tentar-se-á realizar entrevistas colectivas. Segue abaixo o modelo de entrevista a ser utilizado no estudo

ROTEIRO DA ENTREVISTA
Apresentação consultora/entrevistado **1. Origem/Formação da instituição/companhia/ individuo** **2. Dependência hierárquica e legislação que lhe afeta** **3. Recursos Humanos: número e capacidades. Tipo de contratos. Oportunidades formativas dos recursos humanos** **4. Recursos financeiros: procedência e tipo de gestão. *Fundraising* e procura de investimentos** **5. Infraestruturas** **6. Estratégias/Planos de Acção/ Plano de negócios** **7. Programação/ Actividades** **8. Público/ Usuários/Clientes. Estudos de público. Tipo de participação do público.** **9. Tipo de colaborações** **10. Próximos projectos** **11. Áreas fortes** **12. Maiores dificuldades que encontram no seu desempenho (soluções)**

5. DOCUMENTOS

Adenda ao Protocolo entre IPAD, IGESPAR y GACIM do 2 de junho de 2010

ANARTE (2011): Plano estratégico da Associação Nacional de Artesãos

Ashok Menon: Documento de reflexão: Que política industrial para Moçambique. USAID SPEED

Declaração de Hangzhou: Situar a cultura no centro das políticas de desenvolvimento sustentável

Decreto Presidencial n.º 10/2015 de 13 de Março. Competências e Atribuições do MICULTUR

Diploma Ministerial nº105/2015 de 27 de Novembro. Inscrição dos trabalhadores por conta própia na segurança social

Estratégia Nacional de Desenvolvimento 2015/2035

Estratégia de Emprego e Formação Profissional 2006-2015

Estratégia para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas em Moçambique

Estrategia da Propiedade Intelectual 208-2018

Estratégia de desenvolvimento integral da Juventude Resolução nº32/2006

Gómez Salas de Schetter, Margarita: O turismo cultural como estratégia para o desenvolvimento sustentável. O caso de Inhambane.

Goulart, C: Estudo de viabilidade: Salas Ditigais em Moçambique, 2010

IPAD: O Cluster da Ilha de Moçambique e a recuperação da Fortaleza de Saõ Sebastião 2009

IPEX: Oportunidades de exportação de Moçambique. 2008

ITC(2010): Guía de contracto para o sector do artesanato em Moçambique

ITC(2010): Guía de contracto para o sector da música em Moçambique

Lei de Telecomunicações (8/2004 de 21 de junho)

Lei do Turismo (4/2004 de 17 de junho)

MDG-F (2012): Final evaluation of Join Programme of MDG-F in Mozambique: Culture and Development. Eurosis.

Ministério da Educação e Cultura (2007): Colectânea da legislação cultural de Moçambique. 1ª Edición

Ministério da Cultura (2011: Avaliação do PEEC 2006-2010/11 na área de cultura. Draft para discussão. Cesoci

Ministério de Educação e Cultura: Principais conclusões e recomendações da II Conferencia Nacional sobre Cultura. Cultura Moçambicana, chave para o desenvolvimento sustentável. 2009

Ministerio da Educação e Cultura: Projeto de Elaboração de Planos de Gestão dos sitios históricos. 2009

MOU entre IPEX e CEDARTE

Music Crossroads: Relatório final MESA Project (Musical Education in Southern Africa) 2010

OIT (2010): Impacto da implementação da Estratégia de Emprego e Formação profissional (EVTS) em Moçambique-sector artesanal

OIT (2008): A relação entre a Lei do trabalho e o desenvolvimento e crescimento de micro, pequenas e médias empresas (MMPEs)

OMC: Exame das políticas comerciais de Moçambique. 2009

PALOP-TL - União Europeia Programa Indicativo Plurianual para o período 2014-2020

PARPA I, PARPA II, PARP

Pinto de Abreu, A.: Cultura e Economía: industrias culturais e criativas no desenvolvimento económico de Moçambique

Plano Estratégico de Educação e Cultura 2006/2010-11

Plano de Desenvolvimento Integrado de Ilha de Moçambique. CESO-CI. 2009

Plano Estratégico da Cultura 2012-2022

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Cabo Delgado 2008-2013

Plano Estratégico para o Desenvolvimento do turismo em Moçambique 2004-2013

Plano Quinquenal do Governo de Moçambique 2015-2019:

Política Cultura e Estratégia da sua implementação Resolução nº12/97

Política de Ação Social Resolução nº12/98

Política de Ciência e Tecnologia e a Estratégia da sua implementação

Política de Difusão da Informação Estatística

Política de Informática

Política de Monumentos

Política de Museus

Política do Turismo

Política e Estratégia Comercial Resolução nº25/98

Política e Estratégia de Informação Resolução nº3/97

Programa de cooperação PALOP e Timor Leste com a União Europeia. XI Reunião de Ordenadores Nacionais. São Tomé, 30 de Abril de 2015

Regulamento de espectáculos e divertimentos públicos

REO 2008-2014

Requisitos para Licenciamento de Editoras Livreiras e Discográficas

Requisitos para o Pedido de Alvará de Promotores de Espectáculos e Entretenimento

Sessão de video-conferência do programa de cooperação PALOP e Timor Leste com a União Europeia

Síntese das Lições apreendidas na implementação dos projectos do Programa PALOP-TL/UE

UNCTAD (2011): Fortalecendo as industrias criativas para o desenvolvimento em Moçambique

UNESCO (2010): Avaliação dos Centros de Formação vocacional (formais e não formais) de artesãos na cidade de Maputo, Provincia de Nampula e Inhambane.

UNESCO (2010): Avaliação das necessidades de formação do sector da cultura em Moçambique

UNESCO/SIDA (2011): Evaluation report of Development of cultural institutions o Mozambique project. MDF Training&Consultancy BV

UNESCO: Documento de projeto "Desenvolvimento das instituições culturais em Moçambique

UNESCO: Framework for cultural statistic 2009

PERGUNTAS DA ANÁLISE					
	HISTÓRICO	FINANCIAMENTO	LEGISLAÇÃO	EMPREGO	SITUAÇÃO ACTUAL
MÚSICA	Música Tradicional Histórico de gravações e consumo	Financiamento público (REO) Financiamento privado (*sponsors*, acesso ao empréstimo) Financiamento da cooperação (projectos, ONGs) Fiscalidade (Taxas por licenciamento e venda de discos, regime de pagamento por rendas, aplicação do mecenato)	Políticas/Estratégias históricas e actuais Regulamento do disco Regulamento de espetáculos Regulamento das empresas musicais Estatuto do artista	Existência de classificação no Instituto Nacional de Segurança Social (INSS) Existência de estatísticas Existência e aplicação de modelos de contrato regulados	Formações regradas (número e equivalências) Formações não regradas (número e nível) Instituições de referência (DNPIC, INLD, SOMAS, AMMO) Estúdios de gravação Lojas de instrumentos Produtores Lojas de discos Promotores Salas de música (Privadas e públicas) Público (existência de estatísticas, comprador música, assistente espetáculos)
AUDIOVISUAL	Historia do cinema moçambicano	Financiamento público (REO) Financiamento privado (*sponsors*, acesso ao empréstimo) Financiamento da cooperação (projectos, ONGs) Fiscalidade (Taxas por licenciamento e venda de filmes, regime de pagamento por rendas, aplicação do mecenato)	Políticas/Estratégias históricas e actuais Regulamento do filme e vídeo Regulamento dos espaços de exibição Regulamento para filmagem no exterior Regulamento das empresas audiovisuais Estatuto do artista	Existência de classificação no INSS Existência de estatísticas Existência e aplicação de modelos de contrato regulados	Formações regradas (número e equivalências) Formações não regradas (número e nível) Instituições de referência (DNPIC, INAC, AMOCINE) Estúdios de filmagem Estúdios de mistura Lojas de equipamento técnico Lojas de vídeo (renda/aluguer) Produtores

					Exibidores (cinemas, casas de cinema, salas públicas) Público (existência de estatísticas, comprador vídeo, assistente cinema/online)
ARTESANATO	Diversidade do artesanato	Financiamento público (REO) Financiamento privado (*sponsors*, acesso ao empréstimo) Financiamento da cooperação (projectos, ONGs) Fiscalidade (Taxas por licenciamento, regime de pagamento por rendas, aplicação do mecenato)	Políticas/Estratégias históricas e actuais Regulamento do acesso a matérias primas Regulamento da exportação do artesanato Estatuto do artista	Existência de classificação no INSS Existência de estatísticas Existência e aplicação de modelos de contrato regulados	Formações regradas (número e equivalências) Formações não regradas (número e nível) Instituições de referência (DNPIC, ANARTE, CEDARTE) Associações Lojas de ferramentas e matérias primas Produtores Exibidores (cinemas, casas de cinema) Consumidores (existência de estatísticas, comprador nacional /internacional)
MODA	Indumentária tradicional moçambicana	Financiamento público (REO) Financiamento privado (*sponsors*, acesso ao empréstimo) Financiamento da cooperação (projectos, ONGs)	Políticas/Estratégias históricas e actuais Regulamento das empresas do têxtil	Existência de classificação no INSS Existência de estatísticas Existência e aplicação de modelos de contrato regulados	Formações regradas (número e equivalências) Formações não regradas (número e nível) Instituições de referência (DNPIC, ACIS) Fornecedores de têxtil Desenhadores Marcas de indumentária

		Fiscalidade (Taxas por licenciamento, regime de pagamento por rendas, aplicação do mecenato)			Lojas de moda Consumidores (existência de estatísticas, comprador doméstico/internacional)
TURISMO	Histórico do desenvolvimento do turismo	Financiamento público (REO) Financiamento privado (acesso ao empréstimo ou joint ventures) Financiamento da cooperação (projectos, ONGs) Fiscalidade (Taxas dos negócios turísticos, taxas turísticas, regime de pagamento por rendas)	Políticas/Estratégias históricas e actuais Regulamento de estabelecimentos turísticos Regulação de proteção do Meio Ambiente e do Património Regulamento de transportes	Existência de classificação no INSS Existência de estatísticas Existência e aplicação de modelos de contrato regulados	Formações regradas (número e equivalências) Formações não regradas (número e nível) Instituições de referência (DNT, INATUR) Grupos hoteleiros Empresas de transporte Locais turísticos Empresas de serviços turísticos Turistas (doméstico/estrangeiro, pernoites, nível de gasto)

SESSÃO DE *BRIEFING* DO PROGRAMA DE COOPERAÇÃO PALOP E TIMOR-LESTE COM A UNIÃO EUROPEIA

Síntese

Participantes: Sr. José Cardoso, GON, Assistente Técnico PALOP; Srª Marta Aurora Macie Gwambe, GON, coordenadora de projectos; Srª Marilia Antonio Baloi, GON; Sr. Orlando Reis, GON; Srª Frederique Hanotier, DUE; Sr. Mahomed Murargy, DUE; Srª Mónica González Bastos, consultora.

Realizou-se no dia 22 de Fevereiro de 2016, nas instalações do GON em Moçambique, uma sessão de *briefing* relativa ao estudo nacional no Domínio Prioritário 1 – Criação de Emprego, no âmbito do Programa Indicativo Plurianual (MIP) da Cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia (PALOP-TL/UE).

A sessão começou com a apresentação dos participantes e em seguida a consultora procedeu com as primeiras impressões sobre a matéria extraídas do *desk study*. Em termos gerais, assinalou que o financiamento público para as indústrias criativas em Moçambique é muito reduzido, tem diminuído nos últimos anos e que uma grande parte do orçamento público é dedicada ao pagamento dos gastos correntes, especialmente salários, pelo que há pouca margem para programas de apoio ao sector. Adicionou ainda, que o quadro regulador das indústrias culturais está avançado em bastantes aspectos, contudo falta por ver a implementação do mesmo.

A consultora referiu que o estudo focar-se-á especialmente nas áreas identificadas pelo Governo de Moçambique como sendo a sua prioridade na sessão de videoconferência do programa de cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia do dia 16 de Julho de 2015 nomeadamente música, artesanato, moda e cinema.

Dando sequência a sua intervenção, a consultora indicou que no sector musical as perspectivas de criação de emprego são altas no âmbito da música ao vivo, onde já existe público e um regulamento de espectáculos. Porém, parece que subsistem problemas de carácter técnico, bem por escassez de formações deste tipo, bem como pelas dificuldades de acesso ao equipamento técnico. No domínio do artesanato, indicou que já foi feito um grande trabalho de apoio ao sector através do programa MDG-F de indústrias culturais, e que sendo um sector de mão de obra intensiva, não conta com um público tão desenvolvido, o que constitui a grande dificuldade para o seu crescimento. O sector da moda esteve até agora muito vinculado ao sector do artesanato, e a grande parte das formações existentes são ligadas ao corte e a confecção. Ademais, foram identificados alguns negócios com um modelo novo que tem grande

potencial de crescimento, e parecem poder gerar uma quantidade importante de emprego. Finalmente, no que toca ao cinema, a consultora referiu que embora pareça estar a produzir-se um novo interesse nas salas de cinema, a situação da produção cinematográfica em Moçambique é em grande medida deficitaria, e os desafios estruturais do sector parecem amplos demais para serem abordados por um programa regional deste porte.

Em seguida, o GON perguntou pelos sectores do teatro e do turismo cultural.

A consultora reagiu referindo que Moçambique não menciona o teatro nas suas áreas de preferência, mas que sendo esta uma arte ao vivo, poderia aproveitar-se de formações comuns com a música ao vivo. Relativamente ao turismo, indicou igualmente que foi um sector muito trabalhado pelo MDG-F especialmente nas áreas de Inhambane e Ilha de Moçambique, mas que é um sector focado no turismo de luxo, que apresenta um baixo *value for money* e dificuldades estruturais de grande dimensão que pareceria difícil actuar desde um programa como o presente.

A consultora indicou também que concerne as estatísticas sobre as indústrias culturais, estas não existem em Moçambique, salvo para a actividades dos cinemas e dos museus. Apontou que uma base de dados com recolha de alguma estatística simples tentou ser desenvolvida pelas instituições da área da cultura desde o ano 2006, mas o projecto não avançou e parece que actualmente foi definitivamente abandoado. Seria necessário o envolvimento do INE para avançar neste âmbito.

O GON enfatizou que mesmo sendo um estudo nacional, não há que perder de vista que o programa é regional, e portanto, as actividades tem que ter um porte regional, além de introduzir as mulheres como um elemento importante das mesmas.

Nesta área, a DUE indicou que há várias organizações trabalhando no desenvolvimento de emprego para mulheres através da cultura, como a DIFD, ou no desenvolvimento de capacidades de emprego como o Instituto de Canadá, e facilitou os respectivos contactos à consultora.

A consultora referiu que sendo um programa de emprego nas indústrias, o modelo de subsídio directo poderia não ser o mais adequado, e que poderia ser interessante ter outras vias de financiamento, como é o caso do co-financiamento ou das garantias bancárias. Neste quadro, tentaria visitar algumas das instituições que estão a trabalhar em soluções de financiamento para pequenas e micro empresas.

A DUE forneceu o contacto do Banco Oportunidade, que de entre outros oferece microcréditos. Indicou igualmente a existência do Banco de Mulheres da Matola.

Finalmente, a consultora perguntou pela dimensão do programa, tendo sido indicado pelo GON que as intervenções seriam de pequena dimensão. A DUE adicionou que o montante total do programa é de 14 milhões de €, a distribuir entre os seis (6) países participantes num período de 7 anos.

O senhor Cardoso salientou que não se pode perder de vista o referido ao ponto um do programa, mais precisamente às qualificações formais. Neste quadro, foi considerado necessário que a consultora entrevistasse um representante do PIREP. O GON concordou em fazer o contacto pertinente para o efeito.

Desde o ponto de vista logístico, O GON indicou que não fora possível fechar os encontros solicitados pela consultora, e que as cartas de pedido ainda estavam a ser encaminhadas para as instituições. A consultora assinalou que ela mesma aproximaria as instituições culturais para não perder tempo, mas pediu, que se possível, tentar marcar os encontros com as instituições ligadas ao comercio e a indústria. Por outra parte, indicou que devido a grande quantidade de encontros que oferece Maputo, tal vez fosse bom suspender a visita a Pemba para dedicar mais algum tempo a Maputo. A DEU considerou que seguia a ser interessante visitar as três cidades –Maputo, Beira e Pemba- e a mesa concordou, pelo que assim ficou decidido.

Por último, acordou-se que o encontro para o *debriefing* teria lugar no dia 4 de Março as 9:00h nos locais do GON e deu-se por encerrada a sessão.

Maputo, 21 de Fevereiro de 2016

SESSÃO DE DE*BRIEFING* DO PROGRAMA DE COOPERAÇÃO PALOP E TIMOR-LESTE COM A UNIÃO EUROPEIA

Síntese

Participantes: Da parte do GON: Raul Gigueira, Marta Gwambe, Marília Balói e Orlando Rudolfo; Da parte da DUE: Anna Renieri, Frederique Hanotier e Mahomed Murargy; José Luís Cardoso como Assistente Técnico à Coordenação do Programa PALOP-TL/UE e a Consultora Mónica González Bastos.

Realizou-se no dia 4 de Março de 2016, nas instalações do GON em Moçambique, uma sessão de de*briefing* relativa ao estudo nacional no Domínio Prioritário 1 – Criação de Emprego, no âmbito do Programa Indicativo Plurianual (MIP) da Cooperação PALOP e Timor-Leste com a União Europeia (PALOP-TL/UE).

A sessão começou com a apresentação pela consultora das impressões recolhidas durante a missão. Em primeiro lugar fez considerações gerais sobre as instituições públicas relativas as indústrias culturais, nomeadamente o Ministério da Cultura e Turismo (MICULTUR), o Instituto Nacional de Adudiovisual e Cinema (INAC), o Instituto Nacional do Disco e Livro (INLD), o Fundo de Desenvolvimento Artístitco e Cultural (FUNDAC) e o Instituto Nacional do Turismo (INATUR), indicando que todas elas são instituições com grandes fraquezas nos recursos humanos e financeiros, assim como desde o ponto de vista organizativo.

Junto destas instituições a consultora identificou outras instituições públicas não culturais, que têm grande potencial como parceiros, como o Ministério da Ciência, Tecnologia e Educação Superior (MCTES), o Instituto para a Promoção das Pequenas e Médias empresas (IPEME), o Instituto para a Promoção de Exportações (IPEX) e o Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional (INEFP).

Seguidamente, referiu-se às considerações por sectores. No âmbito do artesanato, constatou-se a existência de certificação aprovada pelo PIREP mas ainda sem implementação. Desde o ponto de vista da produção constata-se desafios relativos ao acesso as matérias primas, especialmente as madeiras. Igualmente, distingue-se claramente a divisão entre duas zonas de produção, a região centro e sul com uso de torno e produção mecanizada de artesanato funcional, e a região norte com trabalho manual de carácter artístico. Identificam-se vários programas de apoio ao artesanato com o CEDARTE como parceiro, assim como a fraqueza do mercado doméstico e a fraqueza nas ligações com os mercados internacionais.

No âmbito da moda não existe ainda uma estrutura suficiente, nem certificações além das formações de curta duração ministradas pelo INEFP. Porém, é uma área de alta empregabilidade directa e com um mercado doméstico amplo. Identificam-se desenvolvimentos recentes, como a fábrica téxtil da Aga Khan na Matola ou o Hub téxtil de Marracuene, que provavelmente terão um impacto no sector ao reduzir os preços das matérias primas. Constata-se a dificuldade de aceder aos mercados internacionais pela fraca qualidade dos produtos acabados.

No âmbito do cinema constata-se a fraqueza de todos os elos da cadeia de valor. No aspecto formativo existem certificações superiores, principalmente na ECA em forma de estudos de comunicação, assim como no ISARC através do Curso médio de cinema. Os formados têm uma alta empregabilidade no âmbito da televisão assim como na comunicação coorporativa. Contudo, a produção de cinema está completamente paralizada pela falta de fundos. Neste sentido, a nova Lei do Cinema, com aprovação prevista ainda para 2016, constituirá um fundo de producção orçamentado na base de diferentes taxas, que podería mudar a situação. Não existem praticamente produtoras de cinema, e as que existem têm como modelo de negócio bem o trabalho subsidiado pelas ONG ou parceiros institucionais, bem o audiovisual coorporativo, este sim gerando um grande volume de negócio para as produtoras existentes. No âmbito da distribuição e difusão, apenas subsistem dois cinemas em Maputo, ambos do Lusomundo, um deles, é o de Matala que apresenta cifras de assistentes muito modestas.

No setor da música constatou-se alguma lacuna no âmbito formativo, com a inexistência de uma formação de grau médio. Com respeito a produção constatou-se a existência em Maputo e Beira de vários estudos com padrões profissionais, além de outros de menor qualidade mas com capacidade para realizar produções aceitáveis. A fabricação de CD para aqueles selos que o continuam a fazer realiza-se na África do Sul. A legislação das alfándegas assim como o selo obrigatório dos CDs são vistos como barreiras para o sector ao aumentar o preço final. No âmbito da produção da música ao vivo constatou-se a ausência de formações regradas, mas a existência de suficientes técnicos formados por vias alternativas para o mercado existente, sendo o maior problema a existência de poucas empresas de produção, o que leva a preços altos ao aumento dos preços dos espectáculos. Neste sentido, os produtores apontam três dificuldades maiores no âmbito das digressões, os preços das deslocações, o novo regulamento de espectáculos e a escassa capacidade aquisitiva do público moçambicano fora de Maputo. Apesar da fraqueza do mercado doméstico, aprecia-se uma grande potencialidade da música no âmbito regional.

Partindo desta análise, adianta-se alguma actividade a ser proposta, como a implementação da formação em artesanato, a posta em marcha de uma unidade móvel de aprendizagem de corte e costura, a realização dum mercado de música, ou a possibilidade de um festival PALOP itinerante, assim como a criação de um mecanismo específico de apoio as digressões nacionais com foco na criação de audiências.

Foi perguntado se foram abordadas as áreas do turismo, do teatro e da dança. A consultora indicou que foi identificado o turismo comunitário, virado para a criação do mercado doméstico como um potencial importante. Neste âmbito, também o teatro e a dança são vistos mais como um potencial turístico como factor de exportação devido aos altos custos de exportação do mesmo.

Indica igualmente várias propostas de carácter geral ligadas ao empreendedorismo, como a possibilidade de instalação de uma incubadora de empresas culturais contando com parceiros institucionais como o MCTES e o IPEME. Além destas estruturas de apoio, e para ultrapassar as dificuldades de financiamento, pode ser viável recuperar a ideia do Banco Cultural, desenvolvido pelo FUNDAC sobre o modelo Cabo Verdiano. A consultora indica que é um modelo de éxito que se tem implantado incluso no âmbito regional, por exemplo, na UEMOA. Foi sugerido que neste caso, pode ser interessante apostar por alargar o âmbito de acção do banco cabo verdiano para o regional mais que apoiar um banco nacional.

A consultora mostrou a sua preocupação em introduzir numa mesma actividade todos as perspectivas do programa, nomeadamente: apoio a empregabilidade, com foco em mulheres e jovens, e de dimensão regional. Foi indicado que nem todas as actividades têm que cumprir estritamente todos os criterios, que podem existir actividades com foco nacional e com perspectivas de replicar nos outros países

Para consolidar a problemática e a relevância regional do Programa haverá uma videoconferência com os consultores dos outros PALOPs no dia 9 de Março. A consultora constata que não estará em Maputo mas em Johanesburgo. Será acordado com a DUE de Pretoria a participação da consultora na videoconferência desde as suas instalações.

Maputo, 4 de Março de 2016