

Indústrias Culturais e Criativas de Macau

Abordagem sócio-económica

*Teresa J.C.L. Silva**

I. Enquadramento e perspectivas

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

A valorização das características culturais singulares de Macau (em especial o Património) e os incentivos à produção criativa local e às iniciativas privadas de organização de eventos culturais, têm como objectivo gerar riqueza e bem-estar social. Actualmente as Indústrias Culturais e Criativas são referidas com frequência no discurso político da RAEM, dando-se ênfase às medidas de apoio do Governo e transmitindo-se a convicção de que a diversificação económica de Macau passa pelo contributo deste sector. Tal propósito tem sido considerado irrealista por alguns analistas, dado o impacto avassalador do Jogo na Economia da RAEM, mas não podemos deixar de reparar no facto de o financiamento das actividades culturais provir em grande parte das receitas do Jogo. Assim, a viabilização da maior parte das iniciativas culturais é presentemente indissociável do sucesso da exploração dos casinos. No futuro será desejável que estes apoios (nomeadamente os subsídios do Governo às iniciativas privadas) venham a dar lugar à autonomia da capacidade empreendedora do sector cultural, que permita o seu desenvolvimento autosuficiente e sustentável.

* Técnica superior da Direcção dos Serviços de Estatística, Licenciada em Sociologia pela Universidade Nova de Lisboa.

Não existindo dúvidas sobre o potencial das Indústrias Culturais e Criativas em Macau, resta saber como estas se tornarão viáveis como sector económico alternativo. Crê-se que uma adequada coordenação e gestão de recursos públicos e privados seja a chave. É necessária uma política cultural que viabilize esse modelo de diversificação, que lhe dê pernas para andar. A par deste esperado florescimento cultural, que pode talvez vir a garantir proventos de relevo dentro de uma década, persistem também expectativas positivas em sectores relacionados, que se encontram em notável ascensão, tais como o turismo de reuniões, incentivos, convenções e exposições (mais conhecido como *MICE Industry*) e a realização de grandes eventos por parte do Governo, incluindo as tradicionais competições desportivas, imprescindíveis no cartaz turístico. O desenvolvimento conjunto destes sectores reforça o efeito dos atractivos culturais.

A intervenção governativa, de que são exemplos recentes a criação do Departamento de Promoção das Indústrias Culturais e Criativas, junto do Instituto Cultural (BO n.º 13, de 29 de Março de 2010) e do Conselho para as Indústrias Culturais (BO n.º 19, de 10 de Maio de 2010), deverá estimular um trabalho de apoio à formulação de uma política cultural, o qual passa pela definição de conceitos, delimitação de áreas, levantamento de intervenientes e quantificação da Cultura. São estes os pontos aqui abordados, visando construir uma base metodológica para uma futura avaliação do impacto sócio-económico deste sector. Esta forma de abordagem das Indústrias Culturais e Criativas é uma hipótese inicial de trabalho, inspirada em estudos recentes publicados pela UNESCO, com a intenção de incitar à investigação, recolha de dados, escolha de indicadores e organização da informação em compilações de Estatísticas da Cultura.

II. Conceitos

Cultura — “Conjunto dos aspectos espirituais, materiais, intelectuais e emocionais característicos de uma sociedade, grupo social, ou comunidade. Para além da arte e da literatura, abrangem os estilos de vida, as formas de convivalidade e os sistemas de valores, tradições e crenças” (in: “2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, UNESCO Institute for Statistics”).

Realidade cultural — fenómeno multidimensional manifestado em três planos distintos:

1. Intangível — tradições, crenças, valores, línguas e estilos de vida, ou seja, os aspectos imateriais que determinam os comportamentos e práticas típicos de uma comunidade;

2. Tangível — bens imóveis classificados como Património Histórico/Cultural e bens móveis, como obras de arte, ou certos tipos de bens de consumo, os quais são os activos culturais da comunidade, já que são transaccionáveis e/ou consumíveis;

3. Fruição social — eventos culturais e manifestações artísticas, tais como celebrações, espectáculos, representações, concertos, exposições, feiras, etc. A respectiva realização assenta, em grande parte, em actividades de produção de bens e de serviços criativos, que por sua vez têm como base aspectos culturais intangíveis.

Estes planos interagem num sistema dinâmico denominado ciclo cultural que se desenrola em 5 fases interrelacionadas e por vezes sobrepostas:

Ideias/Criação — Produção de Bens/Serviços — Divulgação — Distribuição — Participação/Consumo

Indústrias Culturais — constituem a vertente económica do ciclo cultural, já que a dinamização deste ciclo está condicionada por actividades e recursos económicos e direccionada para o consumo. O seu impacto económico pode ser avaliado através de aspectos ligados a:

1. Produção de actividades, bens e serviços culturais;
2. Ocupações culturais — profissões directa e indirectamente relacionadas com a produção cultural, podendo o emprego ser formal ou informal;
3. Circulação de bens culturais, nomeadamente a sua importação/exportação.
4. Participação cultural e/ou consumo cultural;

Indústrias Criativas — estão ligadas à produção artística, com destaque para as artes visuais e o artesanato, encontrando-se também presentes em áreas híbridas, não exclusivamente culturais, de serviços criativos tais como a arquitectura o design e a publicidade. Para se ter uma noção das áreas abrangidas, vide Creative Macau: <http://www.creativemacau.org.mo/EN/hotnews.php>

III. Áreas ou domínios culturais

A UNESCO propõe uma categorização em domínios (áreas) culturais, com base na estruturação e delimitação das Indústrias Culturais adoptada nas classificações económicas internacionais:

1. Património — Museus, Locais Históricos e Arqueológicos, Paisagens Históricas, Património;

2. Espectáculos/Festivais — Teatro, Dança, Ópera, Marionetas, Música, Festivais, Festas e Feiras;

3. Artes Visuais/Artesanato — Artes Plásticas, Fotografia, Objectos Artesanais;

4. Publicações/Imprensa — Livros, Jornais, Publicações Periódicas, Bibliotecas, Feiras de Livros;

5. Audio-visual/Media — Rádio, Televisão, Internet, Filme, Video, Media Interactivos;

6. Design/Serviços Criativos — Design de Moda, Design Gráfico, Design de Interiores e Paisagístico, Serviços de Arquitectura, Serviços de Publicidade.

Cada área cultural engloba as várias fases do Ciclo Cultural, abrange actividades sociais e/ou económicas, tem por base actividades profissionais ou amadoras, formais ou informais e pode ser objecto de diversos meios de financiamento, por parte de entidades públicas e privadas.

O seguinte quadro-resumo, sem pretensões de exaustividade, é um esboço de aplicação à RAEM deste modelo de áreas culturais, mostrando o panorama geral de cada área relativamente à intervenção das diversas entidades públicas e de vários tipos de entidades privadas.

Áreas culturais e intervenção de entidades da RAEM

Domínios	1. Património	2. Espectáculos Festivais	3. Artes Visuais Artesanato	4. Publicações Imprensa	5. Audio-visual Media	6. Design Serviços Criativos
Entidades Públicas						
IC*						

Domínios	1. Património	2. Espectáculos Festivais	3. Artes Visuais Artesanato	4. Publicações Imprensa	5. Audio-visual Media	6. Design Serviços Criativos
IACM e CCM*						
DST e IFT*						
FO e IPOR*						
FM*						
Creative Macau						
Entidades Privadas						
Associações						
Empresas						
Clubes/Ateliers						
Teatros/Cinemas						
Editores/Jornais						

* IC — Instituto Cultural; IACM — Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais de Macau; CCM – Centro Cultural de Macau;

DST — Direcção dos Serviços de Turismo; IFT — Instituto de Formação Turística; FO — Fundação Oriente; IPOR — Instituto Português do Oriente; FM — Fundação Macau.

Este resumo surge confluências e interligações entre os diversos agentes sociais, aspectos essenciais para a delineação de uma política cultural. Para além de um levantamento exaustivo de todas as entidades, seria útil esmiuçar as fases do ciclo cultural em que cada uma intervém, para se detectarem as dinâmicas de relacionamento entre intervenientes públicos, entre estes e os privados e destes entre si (note-se que existem em Macau 241 associações de cariz cultural).

Tal conhecimento facilitará a coordenação entre entidades, assim como orientará os critérios de distribuição de recursos e respectiva rentabilização (nomeadamente os subsídios do Governo).

Enquadrando este conjunto de 6 áreas culturais existem 4 áreas complementares, também chamadas “domínios transversais”, com um papel crucial no Ciclo Cultural, em especial na fase de divulgação/transmissão da Cultura:

1. Património cultural intangível — domínio integralmente cultural, subjacente a todos os outros, congregando vivências, linguagens, rituais e costumes;

2. Formação e educação — transmissão de valores e competências culturais, da responsabilidade de organismos da Administração Pública, Fundações, Universidades, Escolas, Associações, etc.;

3. Arquivo e preservação — actividades essenciais para a continuidade da cultura e da criação artística, já que os bens arquivados (e por vezes exibidos) podem servir de inspiração para novas criações;

4. Equipamento e materiais de apoio — não sendo intrinsecamente culturais, facilitam e/ou permitem a criação, produção e distribuição de produtos culturais. Como exemplos temos os computadores, equipamentos de tecnologia da informação e materiais de design.

Finalmente, completando o panorama cultural, existem 3 áreas, sectores ou “domínios relacionados” que abrangem actividades com alguns elementos culturais, apesar da sua natureza ser diversa:

1. Turismo — o turismo cultural (e religioso) é incluído nas campanhas promocionais oficiais dos Serviços de Turismo de Macau, assim como o Turismo MICE, com um crescimento assinalável nos últimos anos, em termos de número de eventos, recursos humanos e locais de realização de eventos.

2. Desporto — as exposições/competições de Artes Marciais, as corridas de Barcos-dragão, o Grande Prémio de Macau são exemplos de actividades desportivas sazonais ligadas à cultura e às tradições da região.

3. Entretenimento — o Jogo, para além de ser o atractivo turístico dominante, é um meio indirecto de dinamização cultural, sendo especialmente beneficiadas as associações locais, através dos subsídios atribuídos regularmente pelo Governo e pelas Fundações.

IV. Dimensão económica da Cultura

É a partir da identificação dos bens e serviços culturais que se chega à avaliação do impacto económico do sector das Indústrias Culturais e Criativas. A escolha de fontes e recolha de dados quantificáveis é o passo decisivo para a integração do Ciclo Cultural no modelo de crescimento sócio-económico.

As classificações internacionais permitem a identificação dos produtos culturais e das actividades culturais produtivas, sobretudo nas quatro primeiras fases do Ciclo Cultural: criação, produção, divulgação e distribuição/transmissão. Elas fornecem as bases para a obtenção e a análise dos dados comparáveis internacionalmente.

Na RAEM existem classificações de actividades e de ocupações profissionais, para além da Nomenclatura para o Comércio Externo de Macau/Sistema Harmonizado, a qual nos fornece as bases para a análise da circulação de produtos culturais.

Classificação das Actividades Económicas de Macau (CAM, 1997) http://www.dsec.gov.mo/getdoc/427d5b02-9a1c-4bba-b865-7bb49c44a5d0/cam_pub_1997_y.aspx

Na CAM 1997 encontram-se listados os seguintes produtos e actividades:

(Secção D — Indústrias transformadoras)

22. Edição, Impressão e reprodução de suportes de informação gravados:

221. Edição:

22110. Livros, brochuras, partituras e outras publicações

22120. Jornais, revistas e outras publicações periódicas

22130. Gravações de som

22190. Edição, N.E (fotografias, gravuras, postais, calendários, cartazes, reproduções de obras de arte, microedição)

222. Impressão e actividades dos serviços relacionados com a impressão (...)

223. Reprodução de suportes gravados (som, vídeo, suportes informáticos)

(Secção O — Outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais)

92. Actividades recreativas, culturais e desportivas:

- 921. Cinema, Teatro, Rádio, Televisão e actividades conexas (...incluindo espectáculos)
- 922. Actividades de agências de notícias
- 923. Actividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras actividades culturais
 - 92310. Actividades das bibliotecas e arquivos
 - 92320. Actividades dos museus e conservação de locais e monumentos históricos

As áreas de Publicações/Imprensa e de Audio-visuais/Media estão contempladas no Grupo 22, enquanto que o Património e os Espectáculos/Festivais aparecem no Grupo 92.

Quanto às áreas das Artes Visuais/Artesanato e Design/Serviços Criativos, componentes essenciais das Indústrias Criativas, são de difícil identificação nesta classificação, sendo contudo fácil encontrá-las através das ocupações profissionais, na COPM.

Classificação das Ocupações Profissionais de Macau (COPM, 1997) http://www.dsec.gov.mo/getdoc/a6ec3cfc-e98f-4396-93afc4c9fdb0435d/copm_pub_1997_y.aspx

Na COPM as profissões estão estruturadas por Grandes Grupos, Sub-Grandes Grupos, Subgrupos, Grupos Base e ocupações profissionais. No caso das ocupações ligadas às Indústrias Culturais, a maior parte delas encontra-se listada no âmbito do Grande Grupo das Profissões Intelectuais, conforme segue:

GRANDE GRUPO 2 — ESPECIALISTAS DAS PROFISSÕES INTELECTUAIS E CIENTÍFICAS

SUB-GRANDE GRUPO 24 — Especialistas (...) da Administração, (...) Artistas e Profissões Intelectuais (...)

SUBGRUPO 243 — ARQUIVISTAS, BIBLIOTECÁRIOS E TRABALHADORES SIMILARES

2431 — Arquivistas e conservadores de museus

2432 — Bibliotecários e documentalistas

SUBGRUPO 245 — ESCRITORES E ARTISTAS CRIADORES

2451 — Escritores, jornalistas e similares

2451.05 Escritor

2451.10 Crítico

2451.15 Editor geral

2451.20 Chefe de Redacção

2451.25 Editor (redactor)

2451.30 Jornalista — rádio e televisão

2451.35 Jornalista — jornais e revistas

2451.99 Escritor/jornalista/especialista similar não classificado em outra parte

2452 — Escultores, pintores e outros artistas similares

2452.05 Escultor

2452.10 Pintor de arte

2452.15 Desenhador humorístico

2452.20 Desenhador ilustrador

2452.25 Calígrafo chinês

2452.30 Restaurador - trabalho de arte

2452.35 Desenhador criador industrial

2453 — Compositores, músicos e cantores

2453.05 Compositor musical

2453.10 Maestro de orquestra (chefe ou regente de orquestra)

2453.15 Regente de coro

2453.20 Instrumentista

2453.25 Cantor de arte

2454 — Coreógrafos e dançarinos de arte

2454.05 Coreógrafo

2454.10 Dançarino de arte

2455 — Especialistas de artes de filme e teatro

2455.05 Realizador de filme

2455.10 Realizador de televisão

2455.15 Realizador de rádio

2455.20 Director de fotografia — cinema

2455.25 Director de som — cinema

2455.30 Director de arte — cinema e televisão

2455.35 Director de dobragem — cinema e televisão

2455.40 Director de efeitos especiais — cinema e televisão

2455.45 Encenador

2455.50 Dramaturgista

2455.99 Especialista de artes de filme e teatro não classificado em outra parte

Existem aqui referências às actividades produtivas em todas as áreas culturais:

1. Património — Subgrupo 243 e Subgrupo 245 — ocupação 2452.30

2. Espectáculos — Subgrupos 245 / Grupos Base 2453, 2454 e 2455 (sobreposto com Audio-visuais)

3. Artes Visuais — Subgrupo 245 / Grupo Base 2452

4. Publicações — Subgrupo 245 / Grupo Base 2451

5. Audio-visuais — Subgrupo 2455

6. Design — Grupo Base 2452 - ocupação 2452.35

Para além destas ocupações, existem nesta classificação outras que estão também relacionadas com o trabalho criativo (p. ex.: arquitectos,

programadores). Será necessária uma delimitação daquilo que constitui “produção cultural” na área do Design e Serviços Criativos, ou seja, há que listar as actividades e produtos abrangidos pela definição de Cultura.

O mesmo se passa no âmbito das Artes Visuais e Artesanato, onde existem diversas profissões manuais e/ou industriais (por ex.: fotógrafos, joalheiros, ceramistas) dedicadas à produção de artigos que podem ser culturais, mas em grande parte são apenas bens de consumo corrente.

As classificações não nos permitem identificar automaticamente os produtos culturais, sendo necessário averiguar as suas características ao nível do consumo. O critério para distinguir os bens e produtos culturais, gerados ou não por processos industriais, baseia-se no facto de serem portadores de identidade, valores e significados. Para além do valor económico de um bem cultural, é considerado o seu valor estético, espiritual ou simbólico, o que implica que, independentemente do seu valor comercial, esse bem encarna ou transmite uma expressão cultural, quer do ponto de vista da sua qualidade, da sua utilização ou da sua finalidade específica.

Quanto à Nomenclatura do Comércio Externo de Macau/Sistema Harmonizado (NCEM 2007), classifica os produtos de acordo com as suas características físicas, portanto não nos diz nada sobre o seu eventual conteúdo cultural, sendo necessário confrontar as listas de produtos com dados sobre serviços culturais. O comércio internacional de bens e serviços culturais pode ser estudado através da Balança de Pagamentos. Os valores de Exportações e Importações de alguns bens culturais encontram-se disponíveis em séries de dados estatísticos, como por exemplo no âmbito das Artes Visuais/Artesanato, dos Livros e Imprensa e dos Audio-Visuais e Media interactivos.

V. Dimensão social da Cultura

Os fenómenos da participação cultural e do consumo cultural da população local são distintos do consumo cultural dos visitantes. O conceito de “Indústrias” (Culturais e Criativas) exprime uma correspondência entre a oferta de bens e serviços culturais e o consumo em massa por parte de uma crescente procura, a qual é sustentada pelos turistas/visitantes. Por outro lado, a participação cultural local é avaliada tendo especialmente em conta a importância qualitativa das vivências culturais no dia-a-dia da população. A partir de inquéritos e/ou sondagens podem ser analisadas as seguintes 3 vertentes:

1. Cultura caseira — tempo dispendido a ver TV, ouvir rádio, ver filmes, ouvir música, usar a Internet;

2. Cultura de rua — visitas a locais culturais, como cinemas, teatros, salas de concertos, museus, monumentos;

3. Cultura de identidade — participação em actividades culturais amadoras, associações culturais, tradições de costumes populares, cultura étnica e cultura de juventude.

Quanto ao consumo cultural local, baseia-se no peso das despesas das famílias em bens e serviços culturais. *O Inquérito aos Orçamentos Familiares (IOF)* apresenta a percentagem das despesas dos orçamentos familiares em “Consumo de Bens e Serviços de Lazer, Recreação e Cultura”. Apesar de não serem actualmente disponibilizados separadamente os dados exclusivos referentes à “Cultura”, é possível discriminar essas componentes culturais mediante um tratamento específico das respostas relativas a este tópico no IOF.

O IOF 2008 pode ser consultado em:

http://www.dsec.gov.mo/getAttachment/bf8ae07a-01cf-4512-84c5-9cf45e57da72/P_IOF_PUB_2008_Y.aspx

VI. Indicadores Culturais

Consoante as fontes de informação utilizadas podem ser definidos indicadores para as dimensões social e económica da Cultura. Além de determinar o peso económico deste sector, o seu impacto social pode também ser avaliado (ex: diversidade linguística da população).

Presentemente, além do IOF, outros inquéritos poderão ser explorados, tais como o Inquérito ao Emprego e o Inquérito às Despesas dos Visitantes. Por outro lado, para além dos dados sobre Comércio Externo já mencionados, existem outros dados económicos a partir dos quais podem ser obtidos indicadores relativos a diversas fases do Ciclo Cultural, por áreas culturais, tais como o Índice de Preços no Consumidor (IPC) e o Índice de Preços Turísticos. Os Censos também podem contribuir para explorar vários indicadores sociais.

Tal como é sugerido pela UNESCO, os indicadores podem ser apresentados cruzando as áreas culturais (e eventualmente as 3 áreas relacionadas) com as 5 fases do ciclo cultural.

A seguinte matriz exemplificativa apresenta indicadores hipotéticos, a par de outros acessíveis ou potencialmente acessíveis (mediante tratamento de dados estatísticos não publicados).

Exemplos de Indicadores

Ciclo Cultural Áreas	Criação	Produção	Divulgação	Distribuição/ Transmissão/ Exibição	Participação/ Consumo
Património (incl museus)	Orçamentos de projectos do Governo	Despesas de construção e de manutenção	Despesas com palestras/exposições (Património, História, Cultura...)	Entradas em museus	Despesas e preços de serviços de Cultura e Lazer
Espectáculos e Festivais	Subsídios, Patrocínios, Investimentos	Despesas de montagem, Rendimentos dos artistas/performers	Despesas de publicidade e de eventos promocionais	Receitas de vendas de bilhetes; Receitas dos promotores	Despesas e preços de serviços de Cultura e Lazer
Artes Visuais e Artesanato	Subsídios, Patrocínios, Investimentos	Rendimentos dos artistas criativos	Despesas de divulgação	Importação/Exportação; Exposições e feiras/Receitas de vendas	Despesas e preços de bens de Cultura e Lazer
Publicações (livros e imprensa)	Subsídios, Patrocínios, Investimentos	Rendimentos dos profissionais das editoras	Despesas de distribuição	Importação/Exportação; Exposições e feiras/Receitas de vendas	Despesas e preços de bens de Cultura e Lazer
Audio-visual e média	Subsídios, Patrocínios, Investimentos	Rendimentos dos profissionais, técnicos e criativos	Despesas de distribuição e publicidade	Importação/Exportação; Receitas (vendas e exploração de serviços)	Despesas e preços de bens e serviços de Cultura e Lazer
Design e Serviços Criativos	Subsídios, Patrocínios, Investimentos	Rendimentos dos profissionais e criativos	Despesas de distribuição e publicidade	Importação/Exportação; Receitas (vendas e exploração de serviços)	Despesas e preços de bens e serviços de Cultura e Lazer

Nota: Dados em “bold”: encontram-se disponíveis (ou potencialmente disponíveis) em compilações estatísticas da DSEC.

VII. Nota final

São geralmente escassos os dados disponíveis na área da Cultura, mesmo nos países onde já se compilam estatísticas da cultura. O elevado nível de desagregação das actividades e produtos culturais existente nas classificações não é geralmente contemplado nos inquéritos, nem nas recolhas de dados administrativos, sendo por vezes necessário recorrer a estimativas para discriminar as componentes culturais em categorias mais abrangentes de dados.

Por outro lado, a selecção e compilação de dados administrativos que contribuam para a elaboração de Estatísticas da Cultura está em grande parte dependente da vontade e da colaboração entre entidades públicas e entre estas e as privadas. Na RAEM, a coordenação das entidades intervenientes nas áreas culturais passa porventura pelo recentemente criado Conselho de Cultura, funcionando como plataforma de intercâmbio de informação entre os membros, muitos dos quais representam entidades públicas e privadas.

Nos organismos internacionais de estatística fala-se já na criação de um futuro instrumento adequado para revelar o peso económico das Indústrias Culturais ao nível nacional/territorial: o PIB Dourado (“*Golden GDP*”). Presentemente ainda não se avançou na sua implementação, mas espera-se que possa vir a ser, mundialmente, um instrumento revelador da Cultura como uma componente determinante da realidade sócio-económica a nível nacional/territorial.