

Departamento de Sociologia

**O valor da actividade criativa.**  
**Estudo de caso sobre o valor económico, cultural e social da música e**  
**do artesanato em Zavala e na Ilha de Moçambique.**

**Diogo Brito de Mesquita**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Estudos Africanos

**Orientador:**  
Doutor Pedro Costa, Professor Auxiliar  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

**Co-orientador:**  
Doutor Ulrich Schiefer, Professor Auxiliar  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Junho 2011



Departamento de Sociologia

**O valor da actividade criativa.**  
**Estudo de caso sobre o valor económico, cultural e social da música e**  
**do artesanato em Zavala e na Ilha de Moçambique.**

**Diogo Brito de Mesquita**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Estudos Africanos

**Orientador:**  
Doutor Pedro Costa, Professor Auxiliar  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

**Co-orientador:**  
Doutor Ulrich Schiefer, Professor Auxiliar  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Junho 2011

## **Agradecimentos**

Agradeço à minha família pela inspiração e apoio incondicional que são determinantes para conseguir atingir as metas a que me proponho, especialmente à Gisella, aos meus Pais, e ao Miguel que possibilitaram directamente este projecto.

Agradeço aos meus professores, especialmente ao Professor Ulrich Schiefer pela sua amizade e extraordinárias competências pedagógicas e ao Professor Pedro Costa pela sua disponibilidade e capacidade de me desafiar criativamente.

Agradeço à UNESCO – Moçambique que possibilitou a realização da pesquisa in situ, especialmente a Lorraine Johnsson pela disponibilidade para dar oportunidades a quem as procura e pela visão prática e inovadora com que muito aprendi.

Agradeço a todos os que directa ou indirectamente participaram na realização deste estudo, particularmente aos músicos e artesãos dos distritos de Zavala e da Ilha de Moçambique que pacientemente cederam informação relevante e fundamental. Agradeço igualmente a Rosa Alface e Celeste banze, a Linda Mandjate, ao Arcelino, Jorge e Aranha, ao Sarmento Armando, Avelino Garcia e Dias Velemo, cuja participação no processo de levantamento efectivo dos dados foi fundamental.

## **Resumo**

As actividades culturais e criativas de música e de artesanato praticadas em Zavala e na Ilha de Moçambique criam valor em termos económicos, culturais e sociais, contribuindo para a melhoria das condições de vida das populações locais. Este contributo pode ser significativamente ampliado através da criação de ligações efectivas ao mercado a nível local, regional e internacional. Catalisar as competências e o saber-fazer existente de forma a satisfazerem as necessidades e níveis de qualidade do mercado pode constituir uma estratégia de desenvolvimento eficaz, particularmente em comunidades que detenham um forte património cultural, que tenham acesso ao fluxo do turismo e cujas populações se dediquem naturalmente às actividades criativas e culturais. O facto das populações locais conseguirem gerar rendimento económico através destas actividades contribui não apenas para o desenvolvimento socioeconómico das suas comunidades como também para a sustentabilidade do próprio património cultural.

**Palavras-chave** - Economia criativa, indústrias culturais e criativas, desenvolvimento local, África, Moçambique, Zavala, Ilha de Moçambique

## **Abstract**

Cultural and creative activities of music and handicrafts in Zavala and the Island of Mozambique create economic, cultural and social value, contributing to the improvement of living conditions of local populations. Such contribution can be significantly extended through the creation of effective markets connections at local, regional and international level. To channel the existent competences and skills in such a way they meet market needs and standards can be an effective development strategy, especially in communities with strong cultural heritage, access to tourism and where populations are naturally engaged in cultural and creative activities. The fact local populations manage to create income from these activities contributes not only the socioeconomic development of their communities, but also for the sustainability of the cultural heritage itself.

**Keywords** - Creative economy, cultural and creative industries, local development, Africa, Mozambique, Zavala, Island of Mozambique.

## Índice

1. Introdução .....	1
2. Metodologia.....	5
2.1. Delimitação do objecto de estudo.....	5
2.2. Justificação do objecto de estudo.....	5
2.3. Justificação da escolha e contextualização dos casos de estudo .....	6
2.4. Linhas orientadoras da abordagem empírica .....	11
2.5. Abordagem metodológica.....	12
3. Economia criativa e valor .....	15
3.1. Hipóteses de delimitação da economia criativa.....	15
3.2. Noção de valor económico .....	18
3.3. Noção de valor cultural .....	20
3.4. Noção de valor social .....	23
3.4.1. Capital social.....	25
3.4.2. Capital humano .....	26
4. Economia criativa e valor no contexto específico dos países em desenvolvimento .....	27
4.1. As actividades criativas geram rendimento e criam emprego .....	27
4.2. A ligação aos mercados internacionais .....	28
4.3. O potencial do turismo cultural .....	29
4.4. O papel facilitador da tecnologia .....	31
5. Actividades criativas de música e de artesanato em Zavala e na Ilha de Moçambique. .	33
5.1. Distrito de Zavala.....	33
5.1.1. Enquadramento geral.....	33
5.1.2. Actividade criativa de música.....	34
5.1.3. Actividade criativa de artesanato .....	37
5.1.3.1. A especificidade da produção de m'bilas .....	40
5.2. Distrito da Ilha de Moçambique .....	41
5.2.1. Enquadramento geral.....	41
5.2.2. Actividade criativa de música.....	41
5.2.3. Actividade criativa de artesanato .....	44

5.3. Análise dos dados .....	47
5.3.1. Análise do valor económico .....	47
5.3.2. Análise do valor cultural .....	55
5.3.3. Análise do valor Social .....	59
5.3.4. Análises SWOT das actividades criativas por distrito .....	61
6. Conclusões.....	65
7. Fontes .....	73
8. Bibliografia.....	75

## **Índice de quadros**

Quadro 5.1 - Comparação entre o rendimento per capita proveniente da Actividade criativa de artesanato e o rendimento per capita a nível nacional.....	47
Quadro 5.2 - Estimativa do universo de artesãos em ambos os distritos .....	48
Quadro 5.3 - Estimativa do valor anual produzido pela actividade do artesanato por distrito .....	49
Quadro 5.4 - Comparação entre o rendimento per capita proveniente da actividade criativa de música e o rendimento per capita a nível nacional .....	51
Quadro 5.5 - Estimativa do universo de músicos e dançarinos em ambos os distritos .....	52
Quadro 5.6 - Estimativa do valor anual produzido pela actividade da música por distrito ...	53

## Índice de figuras

Figura 2.1 - As três forças propícias ao desenvolvimento da economia criativa (fonte: elaboração própria) .....	6
Figura 2.2 - Imagens de grupo a apresentar e do mestre timbileiro Alberto Feijão Manga a tocar m'bila.....	9
Figura 2.3 - Imagem de actuação de um grupo de Tufo. ....	11
Figura 5.1 - Principais problemas identificados pelos/as inquiridos/as .....	35
Figura 5.2 - Saídas profissionais mais procuradas pelos jovens no distrito de Zavala .....	37
Figura 5.3 - Imagens de Artesãos em Zavala e das m'bilas .....	37
Figura 5.4 - Classificação das condições de vida pelos/as inquiridos/as da Actividade criativa de artesanato em Zavala .....	39
Figura 5.5 - Níveis de escolaridade dos/as inquiridos/s da actividade criativa de música na Ilha de Moçambique .....	42
Figura 5.6 - Classificação das condições de vida pelos/as inquiridos/as da actividade criativa de música na Ilha de Moçambique .....	42
Figura 5.7 - Imagens de artesãos da Ilha de Moçambique e de alguns exemplares da cerâmica aí produzida. ....	44
Figura 5.8 - Classificação das condições de vida pelos/as inquiridos/as da actividade criativa de artesanato da Ilha de Moçambique.....	45
Figura 5.9 – Saídas profissionais mais procuradas pelos jovens no distrito da Ilha de Moçambique.....	46
Figura 5.10 - Análise SWOT da actividade criativa de música em Zavala.....	61
Figura 5.11 - Análise SWOT da Actividade criativa de artesanato em Zavala.....	62
Figura 5.12 - Análise SWOT da actividade criativa de música na Ilha de Moçambique .....	62
Figura 5.13 - Análise SWOT da Actividade criativa de artesanato na Ilha de Moçambique	63

## **Glossário de siglas**

AMIZAVA – Associação dos Amigos e Naturais de Zavala

ATA – Aid to Artisans

CEDARTE – Centro de Estudos e Desenvolvimento de Artesanato

DCMS - Department for Culture Media and Sport

IDI - Information and communication technology Developmental index

ITC – International Trade Center

ITU - International Telecommunications Union

MPE – Micro e Pequenas Empresas

NESTA - National Endowment for Science, Technology and the Arts

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PARPA – Plano de Acção para a Redução da Pobreza Absoluta

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

SPL – Sistemas Produtivos Locais

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development

UNDP - United Nations Development Programme

USD – United States Dollars

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

## **1. Introdução**

A criatividade, o conhecimento e o acesso à informação são cada vez mais determinantes para o crescimento económico e desenvolvimento das sociedades. A capacidade de inovação e adaptação em contextos caracterizados por rápidas transformações a nível tecnológico, social e económico, são determinantes para a competitividade das nações num mundo cada vez mais global. Nenhuma das três forças acima referidas é do exclusivo domínio de nenhum grupo, organização ou país. São transversais a todas as sociedades e domínios da actividade humana. No seu epicentro estão as actividades criativas, que em comparação com as restantes, mais delas dependem para serem exercidas.

As actividades criativas e culturais desempenham hoje um papel central nas sociedades a diversos níveis. Geram emprego, riqueza, promovem o bem-estar e a qualidade de vida. São frequentemente utilizadas como estratégias de inclusão de grupos desfavorecidos ou na requalificação de territórios degradados ou deprimidos. A cultura é um espaço fundamental de encontro entre pessoas e organizações, um fórum onde se forjam as soluções para uma sociedade mais equilibrada, coesa, e próspera.

Apenas recentemente estas actividades ganharam tamanha importância e destaque nas sociedades, pois tradicionalmente foram associadas ao ócio e à não produtividade (Costa P. , 2002, p. 12). Vários factores contribuíram para esta mudança de perspectiva, nomeadamente as transformações económicas, tecnológicas, organizacionais, nos estilos de vida e na organização de espaços (Costa P. , 2002, p. 14). A crescente importância de atributos estéticos e simbólicos seja ao nível dos bens e serviços produzidos, como de forma transversal, no domínio social, teve igualmente um impacto considerável para este processo.

Este crescente reconhecimento também despoletou uma maior produção científica sobre o assunto de vários pontos de vista, como por exemplo, a produção, distribuição e o consumo deste tipo de bens (Throsby, 2001; Caves, 2000), a organização do espaço e o desenvolvimento territorial (Scott, 2000; Costa P. , 2002; Kunzmann, 2005; Landry, 2003), a competitividade dos territórios (Costa P. , 2002; Florida, 2002), o conceito da criatividade (Boden, 2004) ou na formulação de políticas públicas acerca do tema (Babo, 2009). Neste campo também é importante referir que os avanços científicos vieram principalmente de

abordagens multi-disciplinares, envolvendo áreas de conhecimento, como a economia, a sociologia e a geografia devido à dificuldade em abranger as especificidades da economia criativa utilizando apenas um ponto de vista (Costa P. , 2002).

Complementarmente à produção científica também os governos e diversas organizações multilaterais dedicadas ao desenvolvimento têm vindo a focar-se cada vez mais para este campo. Destacamos, por exemplo, o governo do Reino Unido, através da DCMS e NESTA que publicam regularmente relatórios sobre o sector, a Comissão Europeia, que através da Kea European Affairs, uma empresa de consultadoria, tem igualmente impulsionado várias publicações a nível europeu, e organismos multilaterais especialmente activos na ligação entre a economia criativa e cultural com o desenvolvimento das sociedades, como a UNESCO, a UNCTAD e a UNDP.

Uma das mais importantes contribuições destes organismos para o crescente destaque das actividades criativas nas sociedades actuais foi a produção e divulgação de estatísticas que revelam a sua dimensão e impacte nas economias. Segundo o Creative Report 2010 (UNCTAD e UNDP, pp. 28-32), a economia criativa europeia gerou, em 2003, um produto de 654€ biliões de euros<sup>1</sup>, crescendo a uma taxa anual 12% maior do que o resto da economia. O sector cultural e criativo europeu providencia emprego qualificado a cerca de cinco milhões de pessoas nos 27 países que constituem a União Europeia e a taxa de criação de novos empregos no sector cresceu mais rapidamente do que em qualquer outro sector da economia europeia. Um cenário semelhante é observado ao nível dos países da OCDE, em que a economia criativa cresce duas vezes mais rapidamente que as restantes indústrias de serviços e quatro vezes mais rápido que indústrias de manufacturação. Em termos de comércio internacional, em 2005, o valor das exportações de bens e serviços criativos foi de cerca de 424 biliões de dólares, cerca de 3,4% do total do comércio internacional, e em 2008 o valor registado alcançou 592 biliões de dólares, o que significa uma taxa de crescimento anual de 14,4%. As estatísticas ilustram a importância que este tipo de actividades tem nas sociedades actuais como fontes de

---

<sup>1</sup> É importante notar a existência de um extenso debate quanto às limitações de ordem conceptual e metodológica dos estudos que têm por objectivo a quantificação da economia criativa e cultural. Esta discussão está no entanto fora do âmbito da análise efectuada.

riqueza e criação de emprego, forças motrizes do crescimento económico determinantes para a competitividade. No entanto, os mesmos estudos demonstram que a maior contribuição para a economia criativa é realizada nos países desenvolvidos onde as indústrias culturais e criativas estão fortemente estabelecidas, dominando naturalmente o comércio internacional para este tipo de bens e serviços.

O caso nos países em desenvolvimento, e especialmente nos países africanos como Moçambique, onde este estudo se foca, é substancialmente diferente. O continente africano engloba mais de 50 países, exibindo uma ampla diversidade de pessoas, culturas, economias, história e geografias. Cada país difere, frequentemente de forma bastante acentuada, na realidade social e económica que exhibe, baseada em distintas interpretações de noções como contrato social, religião, etnia, género, gerações, entre outras. Existem mais de 2000 idiomas no continente (Commission for Africa, 2005, p. 126). Esta diversidade influencia tudo, desde as atitudes perante a vida, a provisão de infra-estruturas, o acesso à educação, à saúde, às oportunidades económicas, os modelos de organização social e de governação, e a história política. Determina igualmente a existência de um património criativo e cultural extremamente rico e diversificado, observável pela quantidade de expressões culturais e tradicionais existentes, património intangível, como pelos monumentos, edifícios e obras de arte tangíveis reconhecidas e valorizadas globalmente. Estas economias não têm sido, no entanto, bem sucedidas em transformar este capital em valor económico, uma vez que a comercialização deste tipo de bens e serviços, a nível doméstico e internacional, é relativamente limitada. O facto da maior parte da produção cultural em países africanos ocorrer no sector informal (UNCTAD e UNDP, 2008, pp. 43-44) dificulta a percepção da sua dimensão e impacte. A falta de dados sobre estas actividades no contexto dos países em desenvolvimento, assim como a sua fraca legitimação, são apontados como obstáculos ao seu desenvolvimento, pois inibem a formulações de políticas e a atracção de investimento. Não obstante, as actividades criativas estão regularmente na base da principal fonte de rendimento para muitas famílias e comunidades, facto que a pesquisa de terreno efectuada demonstra. No caso de Moçambique especificamente, existe uma significativa produção e consumo de

produtos culturais como a música, a dança, o artesanato, as artes visuais, o cinema, a moda ou as artes de espectáculo (UNCTAD, 2009, pp. 43-56).

Este estudo de caso tem como objectivo estudar o processo de criação de valor económico, cultural e social das actividades criativas de música e de artesanato realizadas em Zavala e na Ilha de Moçambique. Estamos particularmente interessados em perceber em que medida é que estas actividades podem contribuir para a melhoria das condições de vida das populações locais, através da geração de rendimento e criação de emprego. Uma especial atenção é dada às ligações entre os produtores criativos e os mercados através dos quais os bens e serviços criativos podem ser comercializados, particularmente o mercado internacional, através da dinâmica do turismo. A criação de valor cultural e social é uma componente essencial e indissociável deste tipo de actividades. Ao longo da análise procuramos compreender os seus mecanismos de funcionamento e os benefícios gerados para as populações locais.

## **2. Metodologia**

### **2.1. Delimitação do objecto de estudo**

A pergunta de partida, tal como entendida por Quivy e Campenhoudt (1992, pp. 27-44), para este trabalho foi adaptada da formulação pertinente de Ana Carla Fonseca Reis (2008a, p. 12): *Podem as actividades criativas estar no centro de uma estratégia de desenvolvimento adequada ao contexto africano, que resulte na melhoria efectiva das condições de vida das populações? E, caso a resposta seja positiva, como suspeitamos, o que é necessário fazer para que esse potencial se concretize?* Estas perguntas sintetizam, de forma geral, a motivação do autor para se dedicar a este campo.

Este estudo de caso centra-se na questão do valor económico, cultural e social gerado pelas actividades criativas do artesanato e música em Zavala e na Ilha de Moçambique, que por sua vez constitui o seu objecto do estudo. Pretende assim contribuir para uma resposta fundamentada às perguntas de partida, que naturalmente deverá ser completada com mais estudos dada a complexidade e abrangência do tema.

### **2.2. Justificação do objecto de estudo**

A pertinência do objecto de estudo pode ser abordada por vários pontos de vista. No contexto de um novo paradigma mundial de crescimento económico e de desenvolvimento em que a criatividade, o conhecimento e o acesso à informação são apontados como factores decisivos de competitividade e em que as actividades culturais e criativas são progressivamente reconhecidas como criadoras de emprego, riqueza, coesão e bem-estar social, é com certeza pertinente olhar para o continente africano na sua diversidade e tentar perceber como é que estas transformações se estão a desenvolver neste âmbito. Este olhar é principalmente relevante se tivermos em conta o extenso e rico património cultural da região e a posição marginal que os vários países africanos ocupam no comércio internacional de bens e serviços culturais.

De um ponto de vista local, importa compreender se a prática das actividades criativas contribui efectivamente para a melhoria das condições de vida das populações que as praticam, de que forma é que essa contribuição se processa, e como pode ser desenvolvida. Esta perspectiva torna-se especialmente pertinente se tivermos em conta a existência de factores facilitadores das dinâmicas características da economia criativa

como as que são aprofundadas no capítulo quatro e a persistência dos baixos níveis de desenvolvimento que caracterizam as comunidades analisadas, não obstante do extenso corpo teórico sobre desenvolvimento e das conseqüentes políticas, programas e projectos que são implementados tendo em vista a transformação desta realidade.

Outra consideração importante prende-se com a falta de estudos e dados existentes sobre a economia criativa nestes países, factor que impede o seu reconhecimento, nomeadamente em termos de criação de rendimento e emprego. Este trabalho contribui para colmatar esta lacuna e neste objectivo reside parte da sua componente inovadora.

### **2.3. Justificação da escolha e contextualização dos casos de estudo**

A escolha das actividades criativas de música e artesanato nos distritos de Zavala e da Ilha de Moçambique - ambos em Moçambique - foi determinada no âmbito da realização do estudo “Levantamento Socioeconómico das Indústrias da Música e do Artesanato nos distritos de Zavala e Ilha de Moçambique”, produzido pela UNESCO – Moçambique, no contexto do Programa Conjunto para Fortalecimento das Indústrias Culturais e Criativas e Políticas Inclusivas em Moçambique e que foi coordenado pelo autor da presente dissertação em Julho de 2010 (UNESCO - Moçambique, 2010). A realização do levantamento constituiu uma valiosa oportunidade para realizar a pesquisa *in situ* necessária aos objectivos deste estudo de caso, o que de outra forma teria sido extremamente difícil, dada a quantidade de recursos que tal operação exige.

Os distritos de Zavala e Ilha de Moçambique exibem uma combinação virtuosa de três forças esquematizadas em baixo que, quando presentes e devidamente articuladas, formam um contexto especialmente propício para o desenvolvimento da economia criativa.

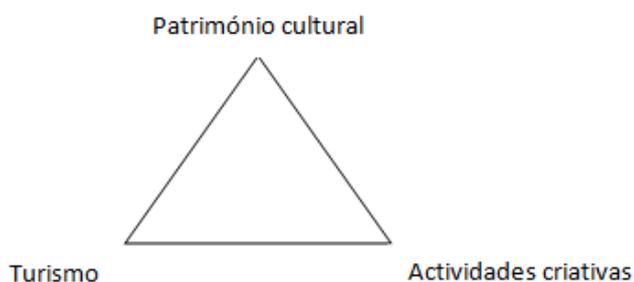


Figura 2.1 - As três forças propícias ao desenvolvimento da economia criativa (fonte: elaboração própria)

De acordo com a UNESCO<sup>2</sup>, por património cultural entende-se o legado de artefactos físicos e atributos intangíveis de um grupo ou sociedade, que foi herdado de gerações passadas, e que é mantido para o benefício das gerações presentes e futuras. Património cultural inclui bens tangíveis, por exemplo, edifícios, monumentos, livros ou objectos artísticos, e intangíveis, como o folclore, as tradições, o conhecimento ou a linguagem. Inclui igualmente o património natural, nomeadamente paisagens com significado cultural e biodiversidade. Todas as comunidades/territórios possuem alguma forma de património cultural, mas uma comunidade/território que se distinga positivamente, em relação a outras, pelo seu património cultural está à partida em vantagem para o desenvolvimento da sua economia criativa.

Admitimos igualmente que os eixos se influenciam. Uma comunidade/território que se distinga pelo seu património cultural terá, pelo menos potencialmente, mais capacidade de atracção do fluxo de turismo e, será igualmente mais propensa à existência de uma dinâmica de actividades criativas.

De acordo com a UNWTO (1995), por “turismo” entende-se o fluxo de pessoas que viaja para, e permanece em, locais distintos do seu ambiente usual, pelo período mínimo de 24 horas e máximo de um ano consecutivo, por motivos recreativos ou de trabalho, desde que não seja remunerado por qualquer entidade do local visitado. A capacidade, verificada ou potencial, de uma comunidade/território atrair este fluxo depende de inúmeros factores e processos cuja análise se encontra fora do âmbito deste trabalho. O que foi visado na corrente análise foi verificar qual a relação entre o fluxo de turismo, património cultural e actividades criativas numa determinada comunidade/território. Admite-se que uma comunidade/território mais capaz em atrair o fluxo de turismo estará à partida mais bem posicionada para desenvolver a economia criativa, ou seja o conjunto das actividades criativas, nomeadamente através da criação ou ampliação do mercado existente para este tipo de bens e serviços. No caso do património, a influência pode acontecer de duas formas: por um lado, existe um maior incentivo para valorizar e gerir de forma adequada o património cultural existente. Por outro, a existência de turismo pode aumentar o *flow* de

---

<sup>2</sup> (PDM, UNESCO and the french Senate, 2006)

bens e serviços culturais produzidos, o que acabará por aumentar e diversificar o património cultural inicial.

Por actividades criativas entende-se a produção de bens e serviços culturais, ou seja, aqueles que envolvem criatividade na sua produção, incorporaram algum grau de propriedade intelectual e comunicam significado simbólico (Throsby, 2001, p. 112). Admitimos que a produção de actividades criativas numa determinada comunidade/território pode exercer uma influência positiva sobre o fluxo de turismo, tendo em conta que existe um tipo de turistas que valoriza em particular a experiência de interagir com a cultura local, nomeadamente através da participação numa performance musical, num festival, numa apresentação teatral, ou através da contemplação ou compra de artesanato local. Uma dinâmica de produção criativa contribui, não só para a constituição de novo e mais diversificado capital cultural, como igualmente para uma maior consciência do seu valor e, conseqüentemente, uma gestão mais informada e consciente do mesmo.

O distrito de Zavala, na província de Inhambane, possui um património cultural de valor reconhecido e distinto dos distritos vizinhos. A sua origem está nas comunidades Chopi, que habitam naquela região, e que são famosas pela expressão musical denominada Timbila Chopi. Esta expressão artística foi classificada em 2005 pela UNESCO como obra-prima do património oral e intangível da Humanidade e é uma das expressões artísticas que mais se destaca a nível nacional, gerando igualmente um forte reconhecimento além fronteiras. Estas orquestras são constituídas por grupos de cinco a trinta xilofones, denominados m'bilas, com diferentes tamanhos e sonoridades. A m'bila é um instrumento musical de fabrico complexo, feito de uma variedade de madeira específica denominada m'wenge, que se distingue pela sua ressonância particular. Por baixo de cada tecla localiza-se uma cabaça que funciona como elemento ressoador e que é selado com cera de uma espécie específica de abelhas e temperado com o óleo do fruto nkuso, o que confere à m'bila o som nasalado e a vibração que a distingue de forma *sui generis*. As orquestras, denominadas Timbila, são formadas por membros da comunidade de diferentes idades. A música é acompanhada por uma dança com origens guerreiras, tradicionalmente representada pelos homens. Todos os anos novas composições são criadas e apresentadas em festas comunitárias e outros eventos.



Figura 2.2 - Imagens de grupo a apresentar e do mestre timbileiro Alberto Feijão Manga a tocar m'bila.

Além da expressão musical da Timbila, existem outros géneros musicais tradicionais. No seu conjunto, o distrito apresenta uma forte dinâmica musical que envolve regularmente cerca de 663 pessoas.

O artesanato é uma actividade praticada de forma transversal em Moçambique, e também em Zavala. Pode ser dividido em dois segmentos distintos, o utilitário e decorativo - sendo que neste segmento podem coexistir objectos com uma forte carga simbólica e artística - e objectos mais direccionados ao mercado dos turistas, como recordações ("souvenirs"). Relativamente a outros distritos vizinhos, a produção e comercialização de artesanato em Zavala é pouco desenvolvida. Uma actividade que se distingue, no entanto, é a produção de m'bilas, devido aos contornos específicos que a caracterizam, nomeadamente o facto de ser um instrumento musical tradicional de fabrico complexo, principalmente adquirido por músicos profissionais, cujo preço ronda os 14000 meticais<sup>3</sup>, cerca de 466 USD.

Paralelamente, Zavala demonstra ter boas condições para atrair um considerável fluxo de turismo dentro do contexto moçambicano, designadamente devido à sua localização geográfica, visto situar-se na estrada que liga a capital a Inhambane (um dos principais destinos turísticos nacionais), e dada a beleza natural do distrito, principalmente distinta pelos grandes lagos situados entre a vila de Quissico e a costa banhada pelo oceano Índico. Além destes factores, a expressão artística Timbila Chopi, é um forte

---

<sup>3</sup> A taxa de câmbio USD/MZN utilizada neste documento refere-se ao dia 1 de Janeiro de 2010 em que 1 Dólar norte-americano valia 30 meticais.

atractivo para os turistas nacionais e internacionais, principalmente observável durante a realização do festival anual que lhe é dedicado em Agosto e que mobiliza milhares de espectadores. Contudo, Zavala ainda não conseguiu concretizar todo este potencial, em parte por força da limitada oferta de infra-estruturas de acomodação e restauração e da falta de promoção turística consistente com as características originais distintivas.

Passando à Ilha de Moçambique que, no seu todo, pode ser considerada um monumento histórico, cujo valor cultural e patrimonial é há muito reconhecido. Com efeito, a partir do século XVI, a Ilha de Moçambique foi um dos principais entrepostos de comércio portugueses da rota da Índia, especialmente activo a partir da segunda metade do século XVIII no comércio de escravos. Até 1898 foi a capital colonial de Moçambique, depois transferida para Lourenço Marques, actualmente Maputo. Como importante local de trocas comerciais tornou-se, portanto, um espaço geográfico de persistente cruzamento de culturas que influenciaram profundamente o património arquitectónico, em que as tradições locais se entrelaçam com a influência portuguesa, e outras de origem indiana e árabe.

Actualmente, as suas características fazem da Ilha de Moçambique um destino turístico de sol e praia com um forte apelo cultural devido à existência de diversos monumentos históricos e dinâmicas culturais. Existem, no entanto, várias áreas de intervenção determinantes para que o território possa desenvolver o seu potencial cultural e turístico. A recuperação do património é uma destas áreas. Apesar de nos últimos anos se terem dado passos importantes, designadamente com a recuperação do forte de São Sebastião, muitos dos edifícios e monumentos existentes encontram-se ainda em estado de degradação devido à falta de manutenção. A nível do desenvolvimento social, as áreas de intervenção mais urgentes são o saneamento, as infra-estruturas, e o problema de sobrepopulação na parte insular (CESO CI Internacional, S.A., 2009).

Em termos de actividades criativas, existem uma forte dinâmica tradicional enraizada em torno da música. A expressão mais conhecida e que mobiliza mais pessoas é a dança do Tufo – dança essencialmente realizada por mulheres, que além do valor estético tem, na sua origem, uma forte componente política traduzida na letra das canções.



Figura 2.3 - Imagem de actuação de um grupo de Tufo.

O artesanato demonstra ser uma actividade dinâmica e rentável em parte devido à maior exposição ao turismo. Existem tradições antigas de fabrico de peças em ouro, prata e diversos materiais encontrados no meio subaquático como as conchas e as missangas (outora abundantes devido ao elevado número de naufrágios ocorridos no mar daquela zona ao longo da história).

#### **2.4. Linhas orientadoras da abordagem empírica**

Tendo por base a pesquisa exploratória efectuada, nomeadamente através da realização de um levantamento bibliográfico sobre a economia criativa, a evolução socioeconómica de Moçambique, da sua economia criativa, especificamente sobre as actividades criativas de música e de artesanato e nos dados recolhidos durante a pesquisa *in situ*, chegou-se a um quadro de análise em que se estabeleceram as seguintes hipóteses de trabalho:

- As actividades criativas realizadas nas comunidades estudadas geram valor económico, cultural e social para as populações;
- A existência de ligações efectivas ao mercado internacional através do turismo tem um impacte económico significativo nas actividades criativas analisadas;

- O rendimento económico gerado pelas populações locais através das actividades criativas contribui para a sustentabilidade do património cultural;

A primeira hipótese de trabalho foi definida antes da pesquisa de terreno tal como é previsto pelas metodologias de investigação mais clássicas (Quivy, 1992). A segunda e a terceira hipóteses tornaram-se pertinentes já no decorrer da pesquisa de terreno.

Os conceitos teóricos de valor económico, cultural e social, devidamente definidos no capítulo três, constituem as principais chaves de leitura teórico-conceptuais a ser aplicadas aos dados recolhidos que são expostos no capítulo cinco. Considerámos igualmente importante analisar a aplicação empírica de certos factores facilitadores do desenvolvimento da economia criativa nos países em desenvolvimento. Estes factores, aprofundados no capítulo quatro, referem-se ao potencial das actividades criativas na criação de riqueza e de emprego, à importância da existência de ligações efectivas aos mercados internacionais de bens e serviços criativos, ao potencial do turismo cultural e ao papel facilitador da tecnologia.

Para além da verificação das hipóteses, pretendeu-se ainda compreender o funcionamento dos processos de criação de valor e analisar estratégias que visem a sua maximização, tendo especialmente em vista o impacto nas condições de vida das populações locais. Neste sentido, delimitámos dois objectivos complementares:

- Compreender o funcionamento dos processos de criação de valor estudados, nomeadamente em termos de oportunidades e constrangimentos observados;
- Identificar formas de maximizar o valor económico, cultural e social gerado pelas actividades criativas nas comunidades estudadas

## **2.5. Abordagem metodológica**

A abordagem metodológica considerada adequada ao modelo de análise previamente definido foi a realização de um estudo de caso. Segundo Judith Bell (1997, pp. 8-9), o estudo de caso pode ser descrito como uma agregação conceptual de uma família de métodos de pesquisa que têm em comum o facto de se debruçarem sobre um exemplo concreto. Este facto possibilita ao investigador identificar os vários processos interactivos operantes que dificilmente poderiam ser captados através de inquéritos em larga escala. No caso de ser bem sucedido, o estudo de caso poderá proporcionar ao leitor uma visão

tridimensional das relações estabelecidas, questões políticas ao nível micro e dos padrões de influências num contexto particular.

Neste caso específico, procedeu-se à realização de um levantamento empírico quantitativo e qualitativo em que foram combinados diversos métodos de recolha de dados:

- Observação directa não participante (Quivy, 1992, pp. 196-201);
- Administração indirecta de um inquérito por questionário aos grupos-alvo previamente definidos (Quivy, 1992, pp. 190-193);
- Realização de entrevistas semi-dirigidas (Quivy, 1992, pp. 193-196) a pessoas consideradas “chave”, como responsáveis de instituições estatais a nível distrital e provincial, responsáveis de agências multilaterais de desenvolvimento, líderes comunitários e dirigentes de entidades da sociedade civil;
- Entrevistas não estruturadas a grupos focais considerados relevantes para o estudo, nomeadamente a jovens e líderes de orquestras de Timbila;

No âmbito da administração indirecta de um inquérito por questionário foram definidos dois grupos-alvo principais:

- Agentes da Actividade criativa de artesanato nos distritos seleccionados (produtores, vendedores, intermediários, etc.)
- Agentes da actividade criativa de música nos distritos seleccionados (músicos, dançarinos, compositores, gestores de grupos, etc.)

Foi estipulado como objectivo a administração do inquérito a uma amostra de vinte questionários por cada grupo-alvo em cada distrito, totalizando oitenta inquéritos. Esta meta foi considerada adequada tendo em conta os objectivos propostos e os recursos disponíveis para a pesquisa de terreno. Na maior parte dos casos, a amostra não é, suficiente para efectuar certos tipos de tratamento estatístico. Em termos qualitativos consideramos que tal facto não enviesou a imagem global que obtivemos do objecto de estudo tendo em conta o elevado grau de homogeneidade da caracterização socioeconómica que observámos entre os agentes das actividades focadas e o facto de ter sido efectuada uma triangulação de dados obtidos pela aplicação de diversas técnicas de pesquisa. Em termos quantitativos, e especialmente relativamente aos dados sobre o rendimento auferido pelos agentes inquiridos, consideramos que são válidos como

indicadores, tendo em conta não apenas a dimensão da amostra, mas principalmente o facto de os inquiridos poderem tendencialmente enviesar as respostas dadas sobre o nível de rendimento que auferem.

A pesquisa de terreno teve a duração de 19 dias. No distrito de Zavala decorreu entre 25 de Abril e 5 de Maio de 2010, enquanto que, na ilha de Moçambique, foi efectuada entre 9 e 18 de Maio de 2010. Os resultados da pesquisa de terreno foram apresentados aos stakeholders a nível local, em Zavala e na Ilha de Moçambique, respectivamente em 7 de Julho de 2010 e em 13 de Julho de 2010. As críticas e sugestões resultantes dessas apresentações participativas foram posteriormente reflectidas neste documento.

### **3. Economia criativa e valor**

Neste capítulo pretende-se desenvolver os principais conceitos que estão subjacentes à análise efectuada, mantendo como pano de fundo a sua aplicação ao contexto sobre o qual nos debruçámos.

#### **3.1. Hipóteses de delimitação da economia criativa**

A problemática decorrente da definição e delimitação do que se designa por economia criativa<sup>4</sup> surge com maior acutilância quando se visa estudar a economia criativa como um todo, ou conceptualmente, casos em que importa definir fronteiras efectivas que determinem quais as actividades que estão incluídas e as que estão excluídas do objecto de estudo. No âmbito deste estudo de caso, dado o baixo nível de desenvolvimento da economia criativa que se verifica nas comunidades analisadas, a questão da delimitação da fronteira não se põe para já como fundamental ou urgente. A explicação é simples: no contexto que nos propomos estudar apenas podemos observar o que é amplamente indicado como o centro de qualquer modelo de posicionamento das actividades criativas, ou seja, as artes como são tradicionalmente entendidas: a música, o teatro, a dança, a literatura, as artes visuais e plásticas, o artesanato, e as suas formas mais recentes como o vídeo, a “performance”, as artes computacionais e multimédia (Throsby, 2001, p. 94). Podem logicamente existir excepções, todavia de uma forma objectiva são estes os tipos de actividades praticadas nos territórios em que nos focamos. Tendo isto em conta, consideramos que esta discussão não é particularmente decisiva para os objectivos propostos.

Segundo Throsby (2001, p. 112), “bens e serviços culturais” definem-se pelo envolvimento de criatividade na sua produção, pela incorporação de algum grau de propriedade intelectual e pela comunicação de significado simbólico. Esta definição pressupõe um modelo de posicionamento das actividades criativas e culturais centrado nas ideias criativas e que irradia para o exterior à medida que essas ideias são combinadas com mais “inputs” de forma a produzir uma gama cada vez mais complexa e diversificada de produtos. No centro deste modelo estão, como já foi dito, as artes.

---

<sup>4</sup> Para um excelente síntese das principais correntes ver (Costa P. , 2002, pp. 41-57))

As indústrias culturais e criativas, por sua vez, são criadas em redor de bens culturais específicos, com por exemplo a música. O termo indústria compreende normalmente não só o processo de criação artística, mas todas as actividades e participantes que operam em seu redor, como por exemplo, no caso da música, os compositores, os produtores, os distribuidores, as empresas discográficas, as sociedades de direito de autor, etc.

O termo *indústria* coloca, no entanto, alguns problemas pelas seguintes razões, identificadas por Pedro Costa (2002, pp. 39-40): (i) se for entendido no sentido de actividade transformadora e não no sentido de ramo de actividade (terminologia anglo-saxónica), este conceito pode ser considerado inadequado para aplicação à realidade analisada, devido ao baixo nível de desenvolvimento que esta apresenta, em comparação com as indústrias culturais mais desenvolvidas; (ii) pelo facto de a dicotomia arte/indústria ser todavia alvo de polémicas e de equívocos (injustificados, na nossa opinião) que estão para além do âmbito da nossa análise; e que - do nosso ponto de vista - não apresentam qualquer utilidade para os fins a que este estudo se propôs; (iii) pela usual associação do termo “indústrias da cultura” a um conjunto restrito de actividades mais estruturadas e desenvolvidas, assentes na reprodução estandardizada em massa, como a indústria discográfica ou a indústria audiovisual, deixando de fora actividades criativas que apresentam um menor grau de estruturação e de desenvolvimento, como as que são analisadas neste trabalho. Por estas razões preferimos utilizar o termo “actividades criativas”. No seu conjunto, estas actividades podem ser entendidas como a economia criativa.

As designações *Indústrias criativas* e *indústrias culturais* também são objecto de controvérsia. Um relatório da Comissão Europeia denominado “Livro verde – Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas” (2010, p. 6) define *indústrias culturais* como “aquelas que produzem e distribuem bens ou serviços que, no momento em que são desenvolvidos, têm uma qualidade, utilização ou finalidade específica que incarna ou transmite expressões culturais, independentemente do seu valor comercial. Para além dos sectores tradicionais das artes (artes do espectáculo, artes visuais, património cultural, incluindo o sector público), estas indústrias incluem o cinema, DVD e vídeo, a televisão e a rádio, os jogos de vídeo, os novos suportes, a música, os livros e a imprensa”. Por seu

turno *indústrias criativas* são definidas como “as indústrias que utilizam a cultura como factor de produção e têm uma dimensão cultural, embora os seus resultados sejam sobretudo funcionais. Incluem a arquitectura e o design, que integram elementos criativos em processos mais amplos, bem como subsectores como o design gráfico, o design de moda ou a publicidade”. De forma relativamente antagónica, num relatório da OCDE intitulado “Key role of cultural and creative industries in the economy” da autoria de Hendrik van der Pol (2008, pp. 2-3) as indústrias culturais são entendidas como as indústrias relacionadas com a criação, produção e comercialização de produtos de criatividade humana que são copiados e reproduzidos por processos industriais e distribuídos em massa, nomeadamente a edição de livros ou de música; e as indústrias criativas traduzem um conceito mais amplo que inclui um leque de actividades que vai das artes performativas, à arquitectura ou à publicidade.

No contexto deste estudo, porque lidamos apenas com as artes, consideramos que esta discussão não é essencial para atingir os objectivos propostos. Desta forma, optámos pela designação “actividades criativas”, em vez de “actividades culturais”, pela razão do termo “criativo” ser recentemente mais associado às noções de “negócio”, “empreendedorismo” e “inovação” que consideramos determinantes para a análise e para o contexto em estudo.

Para efeitos de contextualização conceptual, iremos adoptar a definição de economia criativa proposta pelo Creative Report 2008 (UNCTAD e UNDP, 2008, p. 15):

- A “economia criativa” é um conceito abrangente baseado em bens criativos potencialmente capazes de gerar crescimento económico e desenvolvimento;
- Permite fomentar a geração de rendimento, a criação de empregos e ganhos de exportações enquanto promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano;
- Engloba aspectos económicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia, a propriedade intelectual e os objectivos do turismo;
- Constitui um conjunto de actividades económicas baseadas no conhecimento, que contêm uma dimensão de desenvolvimento e ligações transversais - tanto ao nível micro como ao nível macro - à economia como um todo;

- Constitui uma opção de desenvolvimento exequível que requer um enquadramento inovador e multidisciplinar ao nível das políticas e da acção governativa;
- No coração da economia criativa estão as indústrias criativas;

Esta definição adequa-se particularmente ao caso concreto uma vez que sublinha a potencialidade das actividades criativas para gerar valor na vertente económica, cultural e social, com a incorporação da dimensão do desenvolvimento local e social - as perspectivas centrais da análise designada.

### **3.2. Noção de valor económico**

A noção de valor económico é absolutamente basilar para as ciências económicas. A questão de como valorar um bem ou serviço é extremamente complexa, principalmente por ter inúmeras repercussões directas na forma como as sociedades se organizam. Do ponto de vista neoclássico, hegemónico nas sociedades contemporâneas, refere-se à valoração que os agentes económicos fazem do bem ou serviço no âmbito de um processo de transacção, ou seja a quantidade de moeda, bens ou serviços, que estão dispostos a receber, ou a dar, em troca pelo determinado bem ou serviço em causa. Segundo a *teoria do comportamento do consumidor*, assume-se que os participantes neste processo conseguem ordenar as suas preferências sobre os bens ou serviços que satisfazem as suas necessidades, de forma a maximizar a sua utilidade. Entende-se que cada participante neste processo consegue estabelecer perfeitamente que prefere uma dada quantidade de um bem ou serviço em detrimento de uma determinada quantidade de outro bem ou serviço, ou que é indiferente perante qualquer das alternativas. Pressupõe-se também que a utilidade marginal associada ao consumo de um bem diminui à medida que o consumo desse determinado bem aumenta. Complementarmente à teoria do consumidor, existe a *teoria do produtor*. A agregação do comportamento dos vários consumidores em conjunto com a agregação do comportamento dos produtores, permite estabelecer um modelo de determinação do preço de bens e serviço em mercados competitivos. Segundo esta teoria, o preço determinado competitivamente é o melhor indicador do valor desse bem ou serviço naquele momento específico. O processo é tendencialmente dinâmico uma

vez que depende de variáveis dinâmicas, como por exemplo as preferências dos consumidores.

Este modelo, ao comportar simplisticamente uma relação directa entre valor e preço, é igualmente bastante criticado. Alguns dos campos em que a sua aplicação falha, ou é ineficiente, é na ausência de mercados concorrenciais, na valoração de bens públicos, perante a existência de externalidades, ou perante a existência de informação assimétrica entre os agentes económicos. A determinação do valor económico dos bens e serviços culturais é especialmente problemática devido às propriedades que os caracterizam<sup>5</sup> e à subjectividade inerente à sua avaliação no quadro do discurso cultural, que se repercute na sua valoração económica<sup>6</sup>. De forma a responder a estas falhas foram desenvolvidos métodos de valoração alternativos como o método da valoração contingente ou modelo hedónico de avaliação<sup>7</sup>.

Neste estudo de caso em particular, não está em causa discutir a forma como é determinado o valor económico, mas sim aferir se os agentes criativos realizam rendimento económico através das actividades da música e do artesanato nos territórios analisados; compreender o funcionamento destes mercados, nomeadamente identificando as suas oportunidades e os constrangimentos respectivos; e analisar o impacte que os benefícios económicos gerados têm nas condições de vida dos seus participantes.

De forma a contabilizar o valor económico criado iremos utilizar os dados recolhidos durante a pesquisa de terreno, relativos ao rendimento realizado pelos agentes criativos, uma vez que não dispomos de mais nenhuma fonte que os possam complementar.

Paralelamente importa analisar os efeitos indirectos e induzidos que estas actividades têm em outros sectores (v.g. o turismo, o comércio em geral, os transportes). Apesar de não ter sido possível quantificar estes efeitos, iremos considerá-los qualitativamente, completando uma perspectiva mais abrangente do valor económico gerado por estas actividades.

---

5 Para uma descrição destas propriedades ver (Caves, 2000, pp. 2-10)

6 A este respeito ver (Throsby, 2001, pp. 31-43, 80-83)

7 A este respeito ver (Throsby, 2001, pp. 80-83)

### 3.3. Noção de valor cultural

A noção de valor é essencial dentro da esfera cultural. Seja no âmbito do processo de criação ou de uma transacção de um bem cultural, o acto de avaliar, descrever, afirmar, modificar está intimamente ligado com a noção de valor. O valor cultural é uma característica inerente aos bens culturais que reflecte as diversas dimensões que estes bens incorporam e que existem independentemente do seu valor económico. O valor cultural só pode ser efectivamente avaliado dentro do discurso cultural. Esta avaliação é, no entanto, complexa e, em parte, subjectiva, visto não existir um modelo universal de avaliação dos bens culturais, capaz de tomar em conta as diversas dimensões que estes bens incorporam.

De facto, a noção de valor de um bem cultural pode divergir fortemente de pessoa para pessoa. A explicação para esta heterogeneidade de posições perante o mesmo objecto pode estar relacionada com a noção de capital cultural segundo Bourdieu. Para este autor (1986), o conceito refere-se à acumulação de conhecimento e pode existir sob três formas: no estado incorporado - parte integrante do indivíduo, uma disposição adquirida, um habitus; no estado objectivado - sob a forma de bens culturais (v.g. livros, imagens, obras de arte); ou, estado institucionalizado - sob a forma de certificados de competência cultural, como um diploma de uma instituição de ensino, por exemplo. Segundo Bourdieu, a acumulação no indivíduo de capital cultural no seu estado incorporado irá determinar a sua capacidade para se apropriar dos bens culturais, ou seja do capital no estado objectivado. Importa referir que essa capacidade de apropriação dos bens culturais é uma consequência de um investimento significativo em termos de tempo de aprendizagem - feito nomeadamente a nível doméstico entre pais e filhos - e que pode constituir uma forma de dominação e estratificação social.

Uma das formas de lidar com a complexidade no âmbito da avaliação cultural é a participação no processo de intermediários e *gatekeepers*. Segundo Costa (2011, forthcoming), estas entidades são fundamentais pois assumem as funções de filtrar a informação, avaliar, categorizar, e hierarquizar sobre o que - e quem - é fundamental num contexto de grande incerteza, tanto do lado da oferta como da procura (Caves, 2000). Este papel é desempenhado por uma ampla gama de entidades (v.g curadores, programadores,

canais de média, produtores, críticos, artistas, jornalistas, editores, colecionadores), cujo poder de influência é legitimado de diversas formas. Estes processos são determinantes para a visibilidade, promoção e desenvolvimento de certos artistas, formas de arte e tendências contribuindo fortemente para a formação de gostos e opiniões, com o efeito de estruturar os diversos mundos artísticos e culturais.

Throsby propõe um modelo de avaliação de objectos ou fenómenos culturais baseado na desagregação dos seus elementos mais importantes: valor estético, valor espiritual, valor social, valor histórico, valor simbólico e valor de autenticidade. Este modelo pressupõe que: (i) é possível avaliar separadamente o valor estético do bem ou serviço cultural e, por outro lado, o contexto social ou político em que tal avaliação é feita; (ii) dada uma certa regularidade das respostas individuais, é possível chegar a acordos consensuais sobre casos particulares que são interessantes por mérito próprio; (iii) o valor cultural é algo que está em constante mudança e que não pode ser compreendido sob uma única perspectiva; (iv) a mensurabilidade do conceito pode não ser possível.

O mesmo autor define capital cultural como um activo que incorpora, acumula ou providencia valor cultural além do valor económico que pode conter (Throsby, 2001, pp. 45-52). Tal como noutros tipos de capital podemos distinguir entre o stock de capital cultural, que se refere a quantidades de capital cultural disponível num dado espaço de tempo, e o *flow* de serviços produzidos utilizando como recurso esse capital, que podem ser consumidos por si só, ou combinados com outros inputs de forma a produzir novos bens ou serviços - que, no caso de serem bens ou serviços culturais, podem vir a ser considerados como capital cultural, aumentando o seu valor. O capital cultural pode tomar uma forma tangível (v.g edifícios, locais, esculturas, quadros) ou intangível, através de ideias, costumes, tradições ou linguagem, que são partilhadas por um grupo, ou ainda de obras de arte como a música ou a literatura. Ele possibilita que manifestações culturais tangíveis e intangíveis sejam articuladas como uma acumulação duradoura de valor que beneficia indivíduos e grupos.

Esta concepção de capital cultural distingue-se da de Bourdieu por se centrar mais no processo de criação de valor cultural e menos na posição do indivíduo perante o mesmo processo, pelo que será adaptada no âmbito da presente análise.

Apesar das noções de *valor cultural* e *valor económico* terem existência independente, podemos observar uma correlação, ainda que não perfeita, entre as duas noções. No caso dos bens tangíveis isto pode ser facilmente observado - por exemplo, no valor económico atribuído a um edifício que incorpore um valor histórico. É comum um bem ou objecto com valor histórico ser avaliado de forma superior. Veja-se o caso da Ilha de Moçambique, reconhecido como património da humanidade pela UNESCO, cujo valor histórico e cultural influencia o valor económico do património nela existente.

No caso dos bens intangíveis, a relação entre o valor cultural e o valor económico é mais complexa. A música, a literatura, as crenças e tradições de um povo, ou até o seu idioma comum, têm um valor cultural fortíssimo, mas a sua mercantilização é por regra mais complexa - podendo por exemplo acontecer através da aplicação dos direitos de propriedade intelectual - ou até impossível - como acontece com os bens culturais públicos. Neste contexto, são os serviços que utilizam o capital cultural intangível na sua produção que frequentemente são transaccionados por um valor económico mais elevado devido ao seu valor cultural. É o caso das orquestras de Timbilas, oriundas do distrito de Zavala, que são frequentemente requisitadas para actuações ao vivo a nível nacional e internacionalmente, devido ao reconhecimento da expressão cultural Timbila Chopi, classificada em 2005 pela UNESCO como obra-prima do património oral e intangível da Humanidade.

Por fim, a noção de capital cultural introduz a conceito de sustentabilidade onde questões inter-geracionais desempenham uma função relevante. O capital cultural viabiliza a produção de bens e serviços culturais geradores de benefícios, materiais e imateriais - não apenas no presente, mas igualmente no futuro. Como indivíduos, ou como sociedade, podemos deixar que esse capital se deteriore com o tempo, podemos mantê-lo (o que implica despender os recursos de manutenção necessários), ou podemos aumentá-lo, o que, em resumo, significa que o podemos gerir (Throsby, 2001, pp. 44-58) .

O conceito de diversidade cultural é também determinante neste domínio. A existência de diversidade cultural na forma de ideias, crenças, tradições, valores, e de bens e serviços culturais, é especialmente importante para o capital cultural, já que dela depende a capacidade para formar novo capital cultural. Assim sendo, se a produção

artística se inspira no capital cultural existente, uma maior diversidade de recursos culturais irá originar uma maior diversidade e qualidade de trabalhos artísticos, potenciando a dinâmica criativa.

Por último, paralelamente ao princípio actualmente aceite de interdependência entre os ecossistemas naturais e a economia real - ou seja, que uma gestão irresponsável desta interdependência pode causar o colapso de sistemas - o mesmo princípio pode ser formulado para o capital cultural. Numa sociedade que depende da criatividade, do conhecimento e do acesso à informação, os “ecossistemas” culturais têm um papel fundamental de suporte das operações da economia real. A sua deterioração influencia os valores que estruturam o sentido de identidade, podendo causar falhas em sistemas sociais complementares e perdas significativas de bem-estar e de riqueza económica.

#### **3.4. Noção de valor social**

Segundo Throsby (2001, pp. 12-14), o impulso cultural é colectivista, por oposição ao impulso económico que é individualista. Se na teoria económica neoclássica, o indivíduo age exclusivamente em seu próprio proveito de forma a maximizar a sua própria utilidade, ou lucro no caso do produtor, o comportamento “cultural” reflecte objectivos colectivos e deriva da natureza da cultura como necessidade de expressão e de identificação com um grupo. O impulso cultural pode ser visto como o desejo de participação numa experiência de grupo, seja através da produção colectiva ou do consumo colectivo. No centro desta dinâmica social estão as artes. Qualquer obra de arte incorpora necessariamente um significado colectivo. Em termos de produção artística, muitos bens e serviços criativos são produzidos como uma actividade de grupo; e mesmo quando um artista trabalha individualmente, fá-lo, normalmente com o intuito de o seu trabalho comunicar com os outros. De forma semelhante, a participação - enquanto consumidor - numa actividade cultural constitui, em princípio, uma actividade colectiva em que o valor da experiência de grupo transcende o somatório do valor individual para cada um dos consumidores presentes. Analogamente, os consumidores solitários das artes buscam estabelecer algum tipo de ligação aos seus semelhantes e, portanto, ao colectivo.

Deste ponto de vista podemos afirmar que as actividades criativas contribuem para a estruturação das relações sociais e para a formação de um sentido de identidade através

da criação de significados e de simbolismos sociais. Este processo afecta não apenas os grupos envolvidos directamente na sua produção, que dependem das relações estabelecidas para a obtenção de fins comuns e que neste processo desenvolvem relações de confiança e redes sociais próprias. Afecta igualmente o círculo mais amplo que envolve os consumidores directos e indirectos que beneficiam da partilha de normas, valores e crenças comuns, os quais, por sua vez, estimulam a confiança e reforçam o sentido de pertença a uma comunidade ou a uma cultura específica. Por outras palavras, as actividades criativas contribuem para o fortalecimento do capital social, conceito que será desenvolvido de seguida.

O facto de o impulso cultural ser colectivista e do indivíduo, através dele, procurar uma experiência de grupo, contribui igualmente para o seu desenvolvimento pessoal. Para o indivíduo que participa directamente na produção de bens ou serviços culturais a proposição aplica-se directamente, uma vez que este terá necessariamente de contribuir com uma competência própria que desenvolve através da *praxis*. Quando a produção depende de um grupo várias competências são obrigatoriamente trabalhadas, seja ao nível técnico específico da actividade criativa em questão, seja ao nível das competências de comunicação, de relacionamento interpessoal ou de outras enquadradas ao nível do desenvolvimento pessoal do indivíduo. Podemos admitir também que o consumo, directo ou indirecto, de um bem ou serviço cultural contribui para desenvolvimento de competências individuais, nomeadamente ao nível da comunicação - através da semiótica, do desenvolvimento de capacidades cognitivas, ou do relacionamento interpessoal.

Entendemos portanto que, no âmbito da análise da contribuição das actividades criativas para a criação de valor social, podemos agregar sob esta noção os conceitos de capital social, que respeita às relações estabelecidas entre os actores sociais, e de capital humano, no âmbito das qualidades próprias de cada indivíduo. Esta agregação resulta da interdependência dos conceitos e da transformação recíproca resultante das actividades criativas.

### 3.4.1. Capital social

O capital social é um dos principais conceitos que tem dominado as ciências sociais nas últimas décadas (Fine, 2002, p. 18). A teoria do capital social encontra-se fundamentada no trabalho de três autores dominantes, James Coleman, Robert Putnam e Pierre Bourdieu.

Para Coleman (1988; 1990), o capital social existe na estrutura das relações entre indivíduos; quanto mais forte for, mais eficaz será a actividade produtiva entre os parceiros em relação. É desenvolvido ao longo do tempo e permite aos indivíduos obter objectivos comuns, ou seja, mais complexos que os individuais. O autor identifica quatro formas que o capital social pode tomar: i) as obrigações e expectativas partilhadas entre os indivíduos; ii) a partilha de informação útil entre os indivíduos que pode conduzir à acção conjunta; iii) a existência de normas e sanções efectivas que estabelecem um padrão moral partilhado de comportamento comunitário; iv) o reconhecimento de relações de autoridade e de liderança. Para Putnam (1993; 1993; 1995), que tal como Coleman tem uma visão funcionalista do conceito, o *capital social* tem três componentes: a) as obrigações morais e normas; b) os valores sociais, particularmente o sentimento de confiança estabelecido entre indivíduos; e, c) as redes sociais, especialmente aquelas cuja associação é voluntária. Estas três formas de capital social são essenciais para o funcionamento das comunidades e da sociedade civil em geral, uma vez que facilitam a coordenação e a cooperação em acções concertadas para benefício mútuo. Em Bourdieu (1980), a principal distinção em relação à visão funcionalista dos restantes autores é a relação que se estabelece entre o capital social existente numa sociedade e a posição social dos indivíduos. Para o autor, o capital social, a par do capital cultural e do capital simbólico, é uma forma não económica de dominação e de estratificação social.

Do ponto de vista da presente análise, centrada nas actividades criativas, é pertinente citar Helen Gould (2001, p. 71) quando afirma que “quando uma comunidade partilha em conjunto a vida cultural, através de celebrações, rituais e diálogo intercultural, está a promover as suas relações, partenariados e redes – noutras palavras está a desenvolver capital social”. A mesma autora sublinha ainda que “a participação em actividades artísticas e culturais pode favorecer o desenvolvimento de redes e de espaços de cooperação, bem como a confiança”.

Apesar de o conceito de capital social se afigurar como um dos instrumentos válidos para a compreensão do valor criado pelas actividades criativas, importa não esquecer que a sua utilidade e ampla disseminação no campo das ciências sociais não é consensual. Ben Fine (2002), no seu artigo *It Ain't Social, It Ain't Capital and it Ain't Africa*, é especialmente crítico a tal propósito, argumentando que o conceito é demasiado abrangente, difícil de definir e de medir, que na prática funciona como um “buraco negro” que “explica” o que de outra forma seria inexplicável sobre o funcionamento das sociedades.

### **3.4.2. Capital humano**

Por capital humano designa-se o “stock de educação, competências, cultura e conhecimento armazenado nos próprios indivíduos” (Costanza & Daly, 1992, p. 38). Por outras palavras, são todos os conhecimentos e os saber-fazer que o indivíduo adquire e acumula e que lhe permitem trabalhar e participar em actividades produtivas de forma mais competente e necessariamente mais produtiva (Babo, 2009, p. 49). Do ponto de vista económico, este tipo de capital é tão fundamental para processo produtivo como o capital físico ou o capital financeiro, principalmente num tempo em que grande parte das barreiras à mobilidade dos recursos financeiros e das mercadorias foram removidas.

Enquadrando o conceito na esfera específica das actividades culturais ou criativas, Helen Gould (2001, p. 71) afirma que a cultura, no conjunto das dimensões que a integram (o património, as ideias, o talento, a criatividade, os produtos e serviços culturais que deles resultam) influencia os processos de desenvolvimento do capital humano, na medida em que tais componentes oferecem formas de aprendizagem e de desenvolvimento de novas competências.

Um indivíduo, ou um grupo de indivíduos, quando se dedica à produção de um bem ou serviço criativo, ou ao seu consumo, aplica, desenvolve e enriquece o seu capital humano. Esse processo forma externalidades positivas para a sociedade no seu todo, nomeadamente reflectidas na capacidade produtiva e no capital social.

#### **4. Economia criativa e valor no contexto específico dos países em desenvolvimento**

Segundo a definição adoptada, “a economia criativa tem o potencial de fomentar o crescimento económico, a criação de emprego e os ganhos de exportação, ao mesmo tempo que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano” (UNCTAD e UNDP, 2008, p. 15). Neste capítulo iremos analisar alguns factores que facilitam o desenvolvimento da economia criativa nos países em desenvolvimento, especificamente em comunidades com características semelhantes às que estamos a analisar, nomeadamente em termos das três forças propícias ao desenvolvimento da economia criativa que identificámos anteriormente. Apesar de estes factores poderem, de forma geral, ser aplicados aos países em desenvolvimento, os exemplos mencionados referem-se ao contexto africano, tendo em conta o facto desta dissertação se enquadrar no campo dos estudos africanos.

##### **4.1. As actividades criativas geram rendimento e criam emprego**

O principal factor de produção das actividades criativas é a própria criatividade, ou seja a capacidade criativa individual da(s) pessoa(s), e não o capital financeiro. Sob certas condições, as actividades criativas podem transformar-se em micro e pequenos negócios desde que seja efectuada uma ligação bem sucedida ao mercado. Em territórios marcados pelo fraco dinamismo económico que oferecem poucas oportunidades de inserção no mercado de trabalho e em que a maioria da população tem baixos níveis de escolaridade - como é o caso dos dois distritos estudados neste trabalho - as actividades criativas podem constituir uma alternativa real de geração de rendimento e criação de emprego, agindo como um veículo da entrada das pessoas na economia informal e formal.

O facto de estarmos em presença de áreas de actividade que exigem baixas barreiras de entrada é determinante para comunidades em que o acesso ao capital físico e financeiro é muito limitado. Por outro lado, a criatividade é uma força omnipresente nas várias esferas da vida das pessoas, seja na educação, no trabalho, no lazer, nos rituais sociais, etc. Especialmente para as camadas mais desfavorecidas dos países em vias de desenvolvimento, as actividades criativas, normalmente ligadas às artes e à cultura tradicional, são competências e saber-fazer que podem constituir a oportunidade real única de inclusão social e económica.

Este processo acontece de variadas formas. Por exemplo, um grupo de danças tradicionais que actua para turistas ou um jovem que transforma um talento artístico num negócio do sector informal. Tendo em conta que tais actividades são - muitas vezes - tradicionalmente, uma responsabilidade das mulheres - como é o caso da cerâmica ou da dança do Tufo na Ilha do Moçambique - a sua integração na economia criativa através da efectivação de ligações ao mercado, pode potencialmente promover um maior equilíbrio entre os géneros. Outra consideração importante é o facto das populações mais desfavorecidas serem não apenas produtoras culturais, mas também consumidoras do mesmo segmento de produtos. Isto mesmo foi constatado ao longo da pesquisa *in situ* realizada: na maior parte dos casos a produção destinava-se primordialmente a satisfazer a procura local.

#### **4.2. A ligação aos mercados internacionais**

As recentes transformações económicas, organizacionais, nos estilos de vida e na organização de espaços decorrentes de processos estruturais - como a globalização e a revolução tecnológica - em conjugação com a crescente relevância social e económica dos atributos estéticos e simbólicos, deram um importante impulso às exportações de bens e serviços criativos. Entre 2003 e 2008, estas registaram uma taxa de crescimento de 14,4%, valendo em 2008 cerca de 592 biliões de dólares (UNCTAD e UNDP, 2010, pp. 125-128).

Em África, apesar da profusão de talento e criatividade que se constatam, as indústrias criativas estão de uma forma geral fragmentadas, devido em parte ao facto de o ciclo de produção, marketing e distribuição não estar, em muitos casos, completo, o que determina o nível limitado de comercialização de bens e serviços criativos (UNCTAD e UNDP, 2010, pp. 41-47).

Não obstante, o recente dinamismo deste mercado significa uma oportunidade para os produtores criativos dos países em desenvolvimento. A diversidade cultural e o conhecimento tradicional constituem factores intangíveis que podem ser incorporados em produtos tangíveis, que, por serem únicos e culturalmente específicos têm o potencial de serem particularmente dotados de valor acrescentado. A unicidade do produto ou serviço é a característica que determina o seu valor acrescentado e a vantagem competitiva. Neste contexto, regiões que apresentam grande diversidade de culturas e de saberes tradicionais,

ou seja um capital cultural rico, têm um forte potencial competitivo quando ligadas a mercados que valorizam tais características. Usando as palavras de Rubens Ricupero, Secretário-geral da UNCTAD entre 1995 e 2004<sup>8</sup>: “O panorama é universal: as cores deslumbrantes dos tecidos africanos, dos panos da Costa, como se dizia no Brasil de outrora, as tonalidades inesgotáveis dos saris indianos, as máscaras e esculturas do Mali, de Burkina, do Congo, do Gabão, as pinturas do Haiti, do sul da África, o cinema do Irão, a poesia dos cordéis ou dos poetas repentistas do Nordeste, ficaríamos aqui a encher páginas se buscássemos fazer o inventário da criatividade anónima dos povos ditos atrasados. É essa diversidade das culturas e dos produtos que elas engendram que, desde tempos imemoriais, alimentou o comércio de sedas, damascos, brocados, incenso, perfumes, especiarias, entre Oriente e Ocidente, Sul e Norte. O que é inédito nos nossos dias é a escala estonteante de multiplicação desses contactos e o aparecimento de um público de massa, de milhões de indivíduos com capacidade de compra, dispostos a pagar para assistir a um concerto de cítara indiana ou de músicos tuaregues, comprando-lhes os discos editados em casas especializadas.”

#### **4.3. O potencial do turismo cultural**

Como é sabido, o turismo é um sector económico extremamente importante na economia global; estima-se que em 2008 a receita global proveniente deste sector tenha chegado aos 944 biliões de dólares (UNCTAD e UNDP, 2010, p. 21). Tendo em conta que um sector de trabalho intensivo, contribui fortemente para a criação de emprego. Caracteriza-se igualmente por estabelecer ligações com diversos sectores económicos, nomeadamente transportes, agricultura, alimentação e bebidas, serviços financeiros, construção e as actividades criativas.

Para os países em desenvolvimento, para além de ser uma importante força em termos de criação de riqueza e emprego, o sector do turismo é igualmente uma fonte de entrada de divisas estrangeiras extremamente importante ao nível da balança comercial. Do ponto de vista global, África recebe apenas uma pequena fracção do fluxo internacional de turistas, mas do ponto de vista das economias africanas o sector do turismo é uma das

---

<sup>8</sup> Citado por Ana Carla Reis (2008a, pp. 29-30)

maiores fontes de receita, o que explica que a maior parte dos respectivos governos o considere um sector prioritário, tanto mais quando está a crescer no continente africano. Em 1980 o turismo significava apenas 2% das exportações africanas, mas em 2005 essa percentagem era seis vezes maior. A quota africana do mercado global também tem vindo a crescer (Ashley & Mitchell, 2005, pp. 1-2).

Em Moçambique, o sector do turismo ainda está relativamente pouco desenvolvido. Segundo o Plano Estratégico para o Desenvolvimento de Turismo em Moçambique (Ministério do Turismo de Moçambique, 2004, p. 6), em 2002 o país recebeu 900.000 turistas o que gerou uma contribuição para o PIB de 1,2%. Contudo, no período entre 1998 e 2002, 16% do total do investimento realizado foi dirigido para o sector, sendo considerado o terceiro maior sector em termos de investimento no país, no qual apenas é ultrapassado pelos sectores da energia e dos recursos naturais.

A cultura, as actividades criativas e o património são áreas que interagem de forma especialmente dinâmica com o turismo. Uma parte substancial dos turistas procura o contacto com a cultura local. Estar entre pessoas que falam um idioma diferente, conhecer diferentes comidas e sabores, conhecer novas formas de comportamento e comportar-se de forma diferente estão entre as principais motivações de muitos turistas. Neste contexto, as actividades criativas e culturais, como festivais, performances musicais, o artesanato, os museus ou os edifícios históricos, são fortemente procuradas por turistas.

Segundo Caroline Ashley e Jonathan Michel (2005), o debate académico sobre o papel do turismo nos países em desenvolvimento centra-se especialmente nos benefícios para as populações locais, especialmente para as camadas mais desfavorecidas. Um dos principais argumentos dos mais cépticos consiste no facto de o sector do turismo ser geralmente gerido por estrangeiros, ou por grupos sociais mais abastados, o que determina que poucos benefícios alcancem as camadas mais desfavorecidas. Outras preocupações prendem-se com a competição pela posse dos recursos, como água ou a terra, e os impactes sociais e ambientais que podem advir em consequência da dinâmica de desenvolvimento do sector. Por outro lado, estudos recentes apontam o turismo como um sector de trabalho intensivo, que não depende necessariamente da importação dos bens ou serviços que comercializa, em que uma parte relativamente maior - em comparação

com outros sectores - dos benefícios criados são para mulheres. É um sector com baixas barreiras de entrada, em que competem desde multinacionais a microempresas que promove diversas ligações produtivas à economia local. E que aqueles que mais facilmente podem sofrer os efeitos nocivos da concorrência pelos recursos, as camadas mais desfavorecidas, podem também beneficiar de oportunidades de emprego e da construção de infra-estruturas.

Neste contexto, uma gestão consciente e informada das iniciativas que envolvam o sector do turismo, nos diversos níveis de decisão, assume uma importância cada vez mais determinante de forma a maximizar os impactos positivos e a minimizar os negativos. Os governos têm um papel especialmente importante em desenvolver e aplicar políticas que encorajem o investimento responsável que se traduza em benefícios líquidos para as populações, especialmente para as camadas mais carenciadas, ao mesmo tempo que asseguram a gestão sustentável dos impactes sociais e ambientais.

#### **4.4. O papel facilitador da tecnologia**

A diversidade de canais de comunicação e distribuição actualmente existentes constituem um importante desafio para as indústrias criativas responsáveis pela criação de conteúdos. Este desafio não se limita às indústrias dos países mais desenvolvidos, uma vez que os próprios consumidores têm, também eles, preferências culturais diversas. Tal como foi dito anteriormente, a diversidade cultural e o conhecimento tradicional constituem factores intangíveis que podem ser incorporados em produtos tangíveis que, por serem únicos e culturalmente específicos, têm o potencial para serem dotados de valor acrescentado. Neste contexto, regiões que apresentam grande diversidade de culturas e de saberes tradicionais, têm um forte potencial competitivo quando ligadas a mercados que valorizam tais características.

A tecnologia é um dos factores mais decisivos neste processo ao facilitar a ligação dos produtores culturais aos mercados. O custo da tecnologia tem baixado substancialmente o que tem transformado a forma como os produtos criativos são desenvolvidos, distribuídos e consumidos. Esta tendência favorece os produtores criativos que se encontram fora dos sistemas de produção dominantes, que se dedicam à criação

de conteúdos alternativos, e oriundos de zonas mais periféricas, baixando as barreiras de entrada no mercado e democratizando o acesso à informação.

Os recentes avanços tecnológicos e a disseminação abrangente da tecnologia revelam-se igualmente essenciais para o desenvolvimento de redes colaborativas entre os vários participantes na economia criativa. O desenvolvimento destas redes assume uma função determinante para comunidades criativas mais periféricas - territorial ou culturalmente.

Embora a tecnologia possibilite importantes e inovadoras possibilidades de expressão e comunicação, tal não significa que todas as pessoas estejam em igualdade de oportunidades para aceder, utilizar e beneficiar delas. A utilização da tecnologia depende não só do acesso, mas igualmente das competências necessárias para a sua utilização e do capital cultural necessário para querer e conseguir aceder e decodificar os respectivos conteúdos e neste domínio ainda subsistem diferenças substanciais entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento.

A divisão digital constitui uma das principais preocupações globais, visto ameaçar contribuir para a acentuação da desigualdade de desenvolvimento social e económico entre estes países. Segundo dados da ITU (2010), esta tendência continuou a acentuar-se em 2010, uma vez que a taxa de crescimento do IDI (principal indicador que mede o desenvolvimento da sociedade da informação a nível global) do primeiro grupo foi superior à do segundo. A tendência acentua-se ao nível dos três principais sub-índices, que medem especificamente o acesso, o uso e as competências. De forma geral, África é o continente que apresenta um menor nível de desenvolvimento da sociedade de informação, apesar de o índice continuar a crescer em todos os países, principalmente ao nível do acesso.

## **5. Actividades criativas de música e de artesanato em Zavala e na Ilha de Moçambique.<sup>9</sup>**

### **5.1. Distrito de Zavala**

#### **5.1.1. Enquadramento geral**

O distrito de Zavala situa-se no extremo sul da província de Inhambane, ocupando uma área de 1997 quilómetros quadrados. A sua capital é a vila de Quissico e, segundo o perfil do distrito traçado pelo Ministério da Administração Estatal (2005), a população era estimada em 154.747 habitantes, dos quais 83.000 foram considerados população activa.

Em termos de infra-estruturas, o distrito é atravessado pela estrada nacional número um (EN1). Segundo a mesma fonte, em 2005:

- Só 1% da população tinha acesso a água canalizada, sendo que a maioria da população abastecia-se por furos, captação da água da chuva ou da água proveniente de rios ou lagos;
- Só 1% da população tinha acesso a electricidade nas suas casas;
- Só 48% da população dispunha de latrinas ou retrete nas suas casas;
- Só 28% da população tinha acesso a um rádio;
- Só 3,7% da população vivia em casas construídas com materiais convencionais;
- A taxa de analfabetismo situava-se em 53,3%;
- Só 16,5% da população tinha completado o ensino primário e apenas 0,4% tinha concluído o ensino secundário;
- Existiam 78 escolas no distrito, das quais, 77 eram de nível primário, existindo apenas uma de nível secundário;
- Existiam 10 unidades de saúde distritais;
- A actividade económica predominante era a agricultura de subsistência absorvendo cerca de 95% da população activa. Os restantes 5% distribuía-se pelo sector secundário (2%) e terciário (3%). 71% dos agregados familiares vivia com menos de 2000 meticais por mês, o que coloca a maior parte da população

---

<sup>9</sup> Este capítulo é adaptado do Levantamento Socioeconómico das Indústrias da Música e do Artesanato nos distritos de Zavala e na Ilha de Moçambique (UNESCO - Moçambique, 2010) que foi coordenado pelo autor da presente dissertação.

numa situação de pobreza absoluta, tal como definida pelo PARPA II (Governo de Moçambique, 2006, p. 8);

### **5.1.2. Actividade criativa de música**

A música tem uma forte expressão no distrito de Zavala. A maioria das pessoas envolvidas nesta actividade está inserida num dos 26 grupos identificados. A Timbila é, sem dúvida, a expressão musical mais destacada em termos de notoriedade e do número de pessoas envolvidas, constituindo uma marca importante no âmbito da cultura nacional. Porém, existem outros géneros que têm uma forte adesão, o que se traduz num panorama diverso de sons, ritmos e formas de dançar, o qual pode ser considerado bastante rico e distinto.

Ao todo estimámos um total de 663 pessoas envolvidas de forma activa e regular nas actividades dos grupos identificados. A maior parte destas pessoas são dançarinos/as dos grupos. Existem também os músicos e cada grupo é normalmente associado a um mestre que lidera o grupo e/ou a um gestor que se dedica mais à organização das actividades.

Além da Timbila, que como já foi referido é o género mais popular (11 dos 26 grupos dedicam-se exclusivamente a ele), existem também Ngalanga, Macuela, Xingomana, Massessa, Xinveca, Chopo, Marrabenta, Ngunhuta, Chigovila, Macane e Chitende. Além dos mais tradicionais, identificámos também um grupo de jovens da escola ESG1 que se dedicava à fusão entre a Timbila e outras sonoridades mais modernas e três artistas individuais que se dedicavam à música ligeira.

A repartição entre géneros dentro dos grupos pende mais para o lado masculino (69%) do que para o lado feminino (31%). Mas esta repartição depende fortemente dos géneros musicais a que o grupo se dedica, pois existem danças que são tradicionalmente executadas por homens como é o caso da Timbila. No entanto, identificámos outros grupos que são maioritariamente constituídos por mulheres.

Quando inquiridos sobre a razão da sua participação nos grupos, a maior parte respondeu ser por gosto/expressão individual ou por tradição. 76% dos inquiridos declararam que o rendimento que obtinham das actividades musicais era muito insuficiente, enquanto os restantes 24% declararam que era insuficiente. Os dados que apurámos revelam também que 62% dos inquiridos auferem um rendimento total mensal igual ou inferior a 1000 meticais, embora possamos assumir que esta percentagem seja, na

realidade mais elevada, tendo em conta que uma parte considerável das pessoas entrevistadas eram chefes do grupo, que normalmente têm maior capacidade económica. O que se pode constatar através da observação e de conversas informais com as pessoas locais é que realmente a maior parte das pessoas vive em condições de pobreza absoluta tal como definida pelo PARPA II (Governo de Moçambique, 2006, p. 8).

73% dos inquiridos da actividade criativa de música em Zavala consideram que as suas condições de vida são “muito insuficientes” ou “insuficientes”, sendo as causas mais apontadas as seguintes:

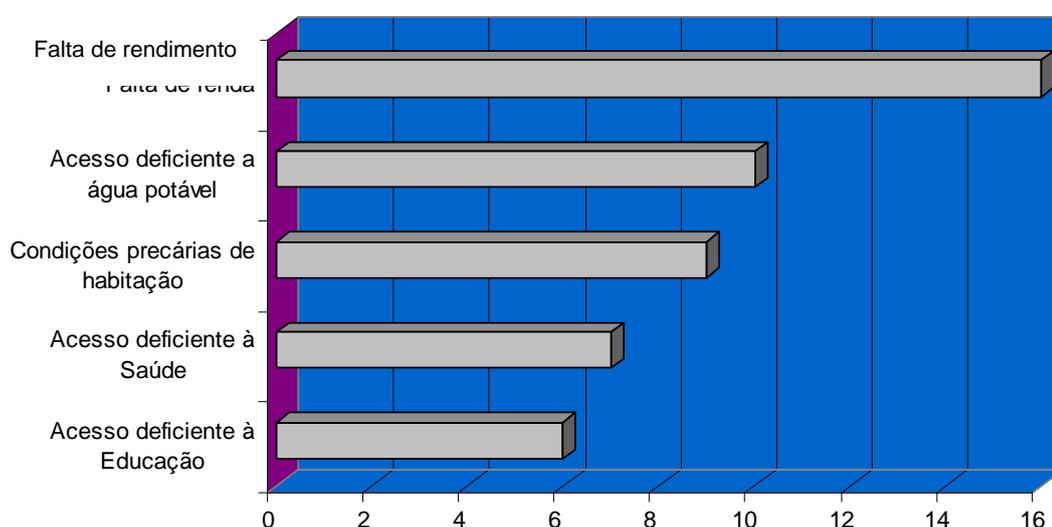


Figura 5.1 - Principais problemas identificados pelos/as inquiridos/as

Em 60% dos casos os grupos declaram fazer duas ou mais apresentações públicas por mês. Uma parte considerável destas apresentações é efectuada a pedido do Estado, que tem como política/prática não remunerar os grupos pelas mesmas. Adicionalmente, 61% dos inquiridos declararam só ser remunerados quando apresentavam em cerimónias comunitárias, como por exemplo casamentos, e 33% disseram que nunca eram remunerados pelas apresentações que efectuavam. Quanto ao preço pedido por cada apresentação os dados que recolhemos evidenciam forte oscilação, mas é possível observar que o reconhecimento social que existe em torno da actividade musical dificilmente se traduz em ganhos suficientemente relevantes para se tornarem a principal fonte de rendimento dos artistas, dado o fraco poder de compra da população local e o pouco representativo fluxo turístico.

Os grupos actuam regularmente em festivais ao nível distrital, provincial e nacional, em grande parte dinamizados pelo Estado ou pela Associação dos Amigos de Zavala (AMIZAVA). De uma forma geral, os inquiridos consideraram estas iniciativas como positivas, principalmente para fins de convívio, aprendizagem/colaboração entre artistas e promoção. A participação nestes eventos, na maior parte dos casos, não implica um pagamento aos artistas por parte da organização e estes também não conseguem rentabilizar a sua participação de outras formas.

Os constrangimentos face à obtenção de maior rendimento das actividades musicais, identificados pelos inquiridos foram os seguintes: i) Falta de apoio do Estado; ii) Falta de apoio de outras entidades; iii) Falta de instrumentos, adereços e figurinos; iv) Falta de transporte; v) Fraco poder de compra do público local.

Quando inquiridos sobre as possíveis soluções para estes constrangimentos, a principal solução apontada foi a existência de um parceiro que providenciasse meios financeiros.

Quando questionados sobre o processo de formação, a quase totalidade dos inquiridos revela que aprenderam a sua arte “naturalmente na comunidade”. Todos os inquiridos mostraram-se disponíveis e capazes para ensinar outras pessoas e 69% declararam estar interessados em receber formação. As áreas em que gostariam de desenvolver competências estão principalmente relacionadas com o aperfeiçoamento da arte que desempenham, nomeadamente em novos instrumentos, dança, canto e novos géneros musicais.

Em relação aos jovens, 81% dos inquiridos acredita que os jovens estão interessados em aprender música, principalmente por “gosto”, “expressão individual” ou “tradição”, visto que, de uma forma geral, a música é vista como uma actividade que “não dá renda”. Quando questionados acerca das saídas profissionais mais procuradas pelos jovens, obtivemos os seguintes resultados:

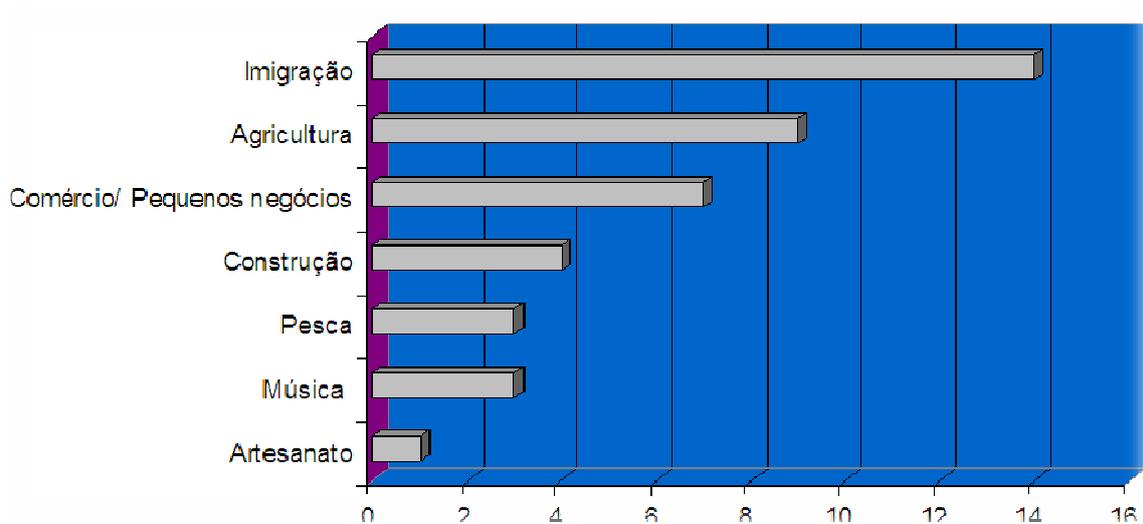


Figura 5.2 - Saídas profissionais mais procuradas pelos jovens no distrito de Zavala

A falta de emprego e de oportunidades de integração profissional e económica vivida no distrito tem como consequência que a imigração seja a “saída profissional” mais procurada pelos jovens. A maior parte dos jovens que entrevistámos tinha dificuldades em ver a música como uma possível carreira por força da inexistência de educação formal nesta área a nível local e da falta de exemplos próximos de pessoas que tenham obtido sucesso pela música e que possam de certa forma inspirar a nova geração.

### 5.1.3. Actividade criativa de artesanato

Exceptuando a produção de Timbilas (caracterizada numa secção específica), o distrito de Zavala tem uma forte concentração de competências no desenvolvimento de artesanato, mas que é pouco explorada em termos comerciais. A principal razão apontada pelos inquiridos prende-se com o fraco nível de procura registado a nível local e a falta de ligação a outros mercados.



Figura 5.3 - Imagens de Artesãos em Zavala e das m'bilas

A procura local de artesanato utilitário, apesar de ser bastante activa, é, no entanto, limitada às necessidades domésticas da população. A procura de artesanato decorativo por turistas é igualmente limitada, visto não haver infra-estruturas, nem uma oferta estruturada que estimule a paragem e permanência em Zavala dos turistas que circulam na estrada nacional. O miradouro de Quissico é disso um bom exemplo: apesar de ser um importante local atractivo, principalmente por causa da sua vista única sobre as lagoas, não é explorado num contexto de desenvolvimento turístico local, perdendo-se a oportunidade de ampliar o benefício e o tempo de permanência dos turistas. De facto, neste local, registamos a existência regular de três vendedores de artesanato, cuja maior parte de produtos oferecidos era proveniente de Maputo e de Inhambane, não apresentando qualquer ligação específica ao distrito de Zavala.

No que diz respeito à caracterização socioeconómica dos agentes envolvidos nesta actividade constatámos que são maioritariamente homens, que se dedicam ao artesanato de vários tipos de madeira disponíveis no distrito. Apenas 27% apontou o artesanato como a sua principal ocupação. À excepção dos produtores de m'bilas, a actividade criativa é vista como secundária, principalmente em relação à agricultura. A maior parte da produção consiste em objectos utilitários, encontrando-se pontualmente alguns artesãos que se dedicam à produção de objectos decorativos, principalmente manufacturados em pau-preto. Constatámos igualmente a existência de costureiros que satisfazem a procura local de roupa e de algumas mulheres que tradicionalmente se dedicam à produção de objectos utilitários de cerâmica.

A média mensal de rendimento obtido da actividade do artesanato entre os inquiridos situa-se nos 3095 meticais, mas este valor está inflacionado pelo facto de os construtores de m'bilas conseguirem realizar rendimentos muito acima da média. Mesmo tendo este factor em conta, os dados demonstram que para os restantes o artesanato é uma importante fonte de rendimento complementar. Ao classificarem as suas condições de vida, 73% dos inquiridos considerou-as como insuficientes, como se pode observar na seguinte distribuição:

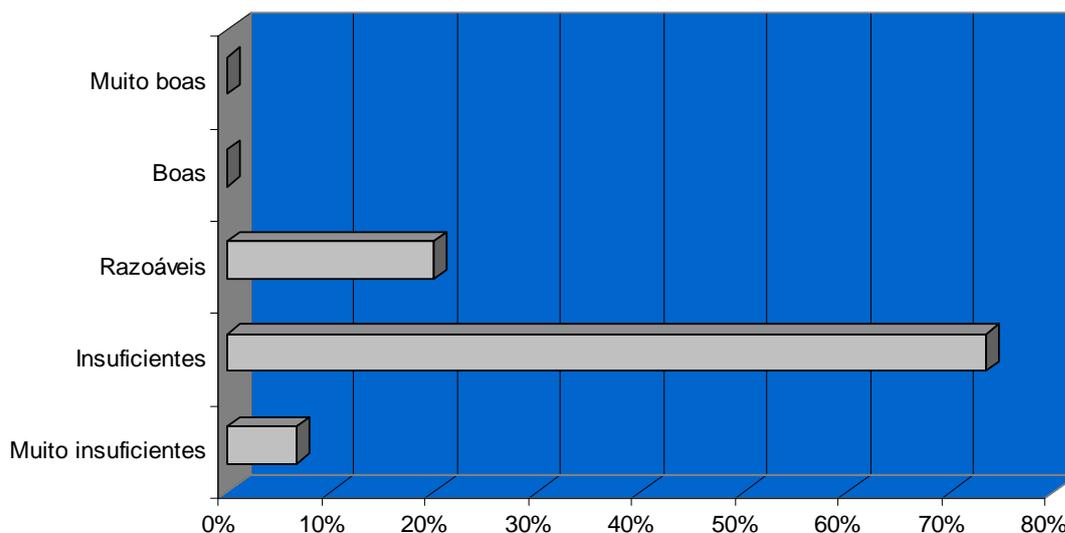


Figura 5.4 - Classificação das condições de vida pelos/as inquiridos/as da Actividade criativa de artesanato em Zavala

Os principais constrangimentos ao negócio identificados pelos agentes inquiridos foram os seguintes: i) Falta de acesso a transporte para transportar matéria-prima; ii) Escassez de matéria-prima a nível local; iii) Falta de acesso a transporte para aceder a outros mercados; iv) Fraca procura a nível local; v) Falta de acesso a recursos financeiros; vi) Falta de ferramentas eléctricas; vii) Inexistência de um local específico para exposição e venda de artesanato.

Os constrangimentos relacionados com a matéria-prima afectam principalmente os fabricantes de m'bilas, cuja matéria-prima principal, o m'wenge, está em vias de extinção a nível local, sendo necessário obtê-lo noutras províncias. As questões relacionadas com o transporte são transversais a todos os artesãos, tanto para transportar a matéria-prima desde o local onde é recolhida até ao local de fabrico, como para aceder a outros mercados para escoamento em maior escala da produção.

Quando inquiridos sobre as possíveis soluções para estes constrangimentos, obtivemos as seguintes respostas: i) Existência de um parceiro que providencie os meios financeiros; ii) Existência de um local específico para exposição e venda de artesanato; iii) Existência de um parceiro que providencie meios de transporte.

Relativamente ao processo de formação do conhecimento, a maior parte dos inquiridos declarou ter aprendido de forma natural na comunidade ou através da

aprendizagem directa de mestres. Todos os inquiridos se mostraram disponíveis e capazes para ensinar outras pessoas, mas apenas 67% se mostraram interessados em aprender novas competências. As áreas mais indicadas foram novas técnicas de produção de artesanato, o desenvolvimento de novos produtos e a carpintaria.

#### **5.1.3.1. A especificidade da produção de m'bilas**

A produção de m'bilas pode ser considerada como um nicho dentro do mercado de artesanato, devido, não apenas ao - relativamente elevado - valor de mercado de cada instrumento, como também pelos factores que a diferenciam: o facto de ser um instrumento musical tradicional de fabrico complexo, cujo tempo de construção ronda os 90 dias; acresce a circunstância já referida de ser feita com madeira de m'wenge, uma espécie em risco de extinção no distrito de Zavala; e ainda, o facto de, no decurso deste estudo terem sido identificados apenas quatro mestres que têm o conhecimento e os meios para se dedicar de forma regular ao seu fabrico; por fim, a classificação em 2005 pela UNESCO como obra-prima do património oral e intangível da Humanidade, o que impulsionou a notoriedade nacional e internacional do instrumento.

Estes factores fazem com que a produção de m'bilas seja um negócio muito mais rentável em comparação com os demais produtos artesanais produzidos no distrito. No entanto, apesar de considerarem que existe procura para o produto, os quatro mestres foram unânimes em considerar como limitados os impactes na melhoria das suas condições de vida. Um dos mestres resumiu esta realidade com a seguinte frase: “Já deveríamos andar de carro, mas nem uma bicicleta conseguimos comprar”. As razões apontadas para esta situação foram essencialmente as seguintes: i) A já referida escassez da matéria-prima a nível local, o que obriga a buscá-la de fora do distrito, para o que não dispõem de transporte. Este factor limita a quantidade de matéria-prima disponível para produção, e por conseguinte não lhes permite satisfazer a procura de forma satisfatória; ii) O facto de não terem acesso a meios de transporte próprios dificulta igualmente o acesso aos mercados em que conseguem escoar a sua produção, dado que a procura a nível local é limitada. Um dos Timbileiros relatou que faz regularmente o percurso até Maputo de transporte público. Deste modo fica limitado a três, o número de m'bilas que consegue transportar e que pode vender em cada viagem; iii) Falta de ferramentas eléctricas, ou nos

casos em que estão disponíveis, falta de acesso a electricidade para garantir o seu funcionamento.

Na opinião dos fabricantes, estes condicionalismos impossibilitam a produção de m'bilas numa escala que lhes permitiria melhorar substancialmente as condições de vida. Como forma de resolver estes problemas, apontaram as seguintes soluções: i) A existência de um parceiro que disponibilizasse a recursos financeiros; ii) A existência de um parceiro que disponibilizasse o meio do transporte; iii) A existência de um local específico para a exposição e venda de artesanato.

Desde que a Timbila foi classificada pela UNESCO como obra-prima do património oral e intangível da Humanidade, têm sido implementados projectos de desenvolvimento por várias agências tendo em vista a preservação e promoção desta expressão cultural. Contudo, os beneficiários directos destes projectos sentem que as suas condições de vida não sofreram melhorias significativas com a implementação dos mesmos. Os agentes criativos exibem, de forma transversal, um certo grau de frustração pela forma como os projectos têm sido conduzidos, apontando o baixo nível da sua participação no processo de decisão e de execução, como a principal causa do seu descontentamento.

## **5.2. Distrito da Ilha de Moçambique**

### **5.2.1. Enquadramento geral**

O distrito de da Ilha de Moçambique situa-se na província de Nampula. O distrito ocupa uma área de 411 quilómetros quadrados que se dividem pela parte insular e pela parte continental. De acordo com o censo de 2007 o distrito tinha 48839 habitantes. Da população total, estima-se que 36387 pessoas habitem a parte continental - divididas por 22 bairros, e que as restantes 17356 pessoas habitem na parte insular, constituída por 8 bairros. As suas principais actividades económicas são a pesca, o comércio/pequenos negócios, o turismo, o artesanato, a extracção de sal e a agricultura (na parte continental).

### **5.2.2. Actividade criativa de música**

A música e a dança têm uma forte expressão no distrito da Ilha de Moçambique. Existem diversas expressões, como é o caso do Tufo, da Marimba, Chacacha, Ngunhuta, Maulide Makira, Mzope ou da Masepa. No entanto, a mais conhecida e que mobiliza mais pessoas é a dança do Tufo. Ela é essencialmente realizada por mulheres, o que no universo das

As pessoas entrevistadas pesou na distribuição de género: 67% dos inquiridos foram do sexo feminino.

A maior parte das pessoas envolvidas estão inseridas num grupo. Os grupos têm em média 29 participantes e são maioritariamente constituídos por pessoas na idade activa (a média de idades dos inquiridos situou-se nos 40 anos). De uma forma geral verificam-se baixos níveis de escolaridade, como se pode constatar na distribuição obtida:

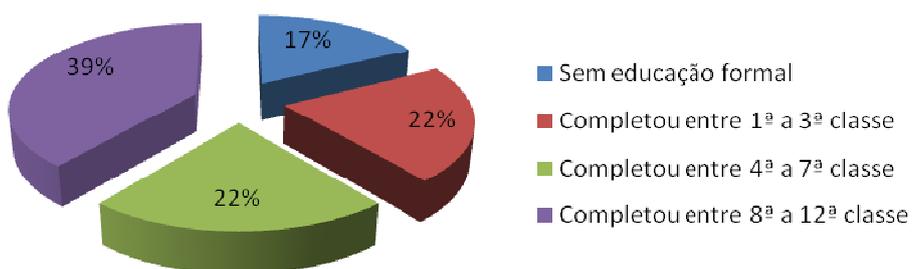


Figura 5.5 - Níveis de escolaridade dos/as inquiridos/s da actividade criativa de música na Ilha de Moçambique

Para 87% dos inquiridos a música/dança é uma forma de renda complementar. As actividades que absorvem mais mão-de-obra no distrito são a pesca (principalmente homens) e o comércio/pequenos negócios em que se inserem mais mulheres. Quando inquiridos sobre o nível das condições de vida, obtivemos a seguinte distribuição:

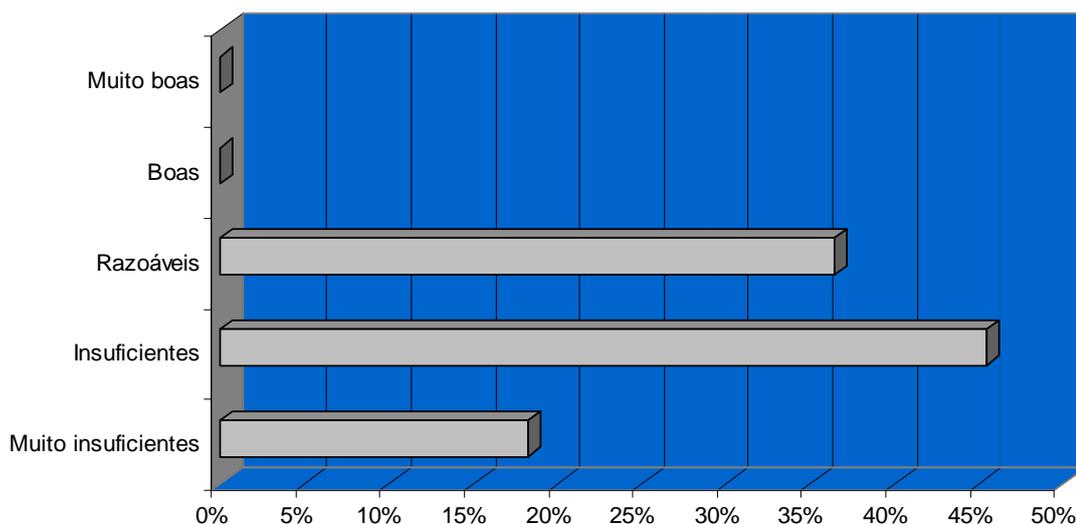


Figura 5.6 - Classificação das condições de vida pelos/as inquiridos/as da actividade criativa de música na Ilha de Moçambique

As principais razões apontadas para que 64% dos inquiridos as tenham classificado de “muito insuficientes” ou “insuficientes” foram a falta de rendimento e de emprego formal.

O rendimento proveniente da actividade criativa é, de forma geral, bastante limitado. A média de rendimento declarada pelos inquiridos situou-se nos 1361 meticais mensais *per capita*, mas a média mensal de rendimento obtido através da música apenas representa cerca de 5% daquele valor, ou seja 73 meticais. O rendimento proveniente da música é realizado principalmente através das apresentações dos grupos para turistas ou em cerimónias comunitárias. Em relação às apresentações para turistas, estas não acontecem em número significativo, nem de forma regular, pelo que os artistas não vêm nelas uma fonte de rendimento significativa. Além do mais, o grupo normalmente recebe um valor por apresentação que é, posteriormente dividido por todos os artistas que actuaram. Constatámos também que este tipo de convites varia fortemente entre os grupos, existindo grupos mais populares, por conseguinte mais visíveis, e outros que não encontram formas de aceder a este mercado.

Em relação às apresentações em cerimónias comunitárias existe o hábito de o grupo actuar e de posteriormente estender o pano para recolher as contribuições da audiência, o que em regra foi considerado uma fraca fonte de rendimento, tendo em conta o fraco poder de compra local e a quantidade substancial de pessoas que participam na actuação, pelas quais o montante colectado é dividido. Tal como em Zavala, os grupos da Ilha de Moçambique participam regularmente em festivais, maioritariamente organizados pelo Estado. E, como em Zavala, os participantes acreditam que tais eventos são importantes para o processo de aprendizagem/colaboração entre artistas e para efeitos de promoção dos grupos, embora lamentem o facto de a sua participação não ser remunerada.

Quando pedimos aos inquiridos para compararem a sua situação socioeconómica com a dos seus vizinhos que exercem outras actividades, 43% dos inquiridos consideraram estar em iguais condições, enquanto 29% consideraram estar melhor, visto a actividade da música proporcionar “prazer”, “expressão individual” e o “reforço da sua integração em redes sociais”.

Do ponto de vista das pessoas locais que não praticam actividades criativas, 35% dos inquiridos declararam acreditar que as pessoas que trabalhavam na actividade criativa

de música tinham melhores condições do que as suas, mas os restantes 65% acreditavam que as pessoas que trabalhavam em música estariam em iguais ou piores condições que as suas.

Quando inquiridos acerca de quais os obstáculos à realização de mais rendimento proveniente da música, os inquiridos identificaram os seguintes: i) Falta de um mecanismo de ligação entre os grupos e os turistas; ii) Falta de apoio do Estado; iii) Pouca capacidade para transformar o reconhecimento social em ganhos monetários devido ao fraco poder de compra a nível local. No âmbito de possíveis formas de melhorar a situação, a maioria afirma que a solução passa pela intervenção do Estado, quer simplesmente através do pagamento das apresentações que contrata, quer através de um mecanismo de apoio financeiro, ou ainda pela criação de uma tabela pública de preços e pela gestão centralizada da ligação com os turistas.

Na Ilha de Moçambique uma parte considerável dos grupos estão organizados em associações, mesmo que a maior parte não esteja legalmente constituída.

### **5.2.3. Actividade criativa de artesanato**

Na Ilha de Moçambique, a actividade do artesanato funciona de forma regular, proporcionando rendimento significativo aos respectivos profissionais. Existem várias formas de artesanato na Ilha, nomeadamente, a ourivesaria, alfaiataria, a carpintaria, ou o trabalho com conchas e missangas. Enquanto alguma destas actividades são quase exclusivamente produzidos para os turistas (v.g. o artesanato que utiliza missangas e conchas), outras demonstram uma dinâmica de procura local intensa, como é o caso da alfaiataria e da joalheria em ouro, que demonstra ser um factor importante para ultrapassar a sazonalidade do turismo.



Figura 5.7 - Imagens de artesãos da Ilha de Moçambique e de alguns exemplares da cerâmica aí produzida.

Ao contrário dos casos analisados anteriormente, 86% dos artesãos entrevistados declararam ser o artesanato a sua principal ocupação. A média de rendimento *per capita* declarada pelos inquiridos situou-se nos 3845 meticais mensais, com a média mensal de rendimento proveniente da actividade do artesanato a representar 76% daquele valor, ou seja 2938 meticais. Estes indicadores demonstram a consistência da actividade do artesanato neste distrito em comparação com os restantes casos ora analisados. A percepção dos próprios artesãos sobre as suas condições de vida, em comparação com os casos apresentados anteriormente, reflecte essa conclusão:

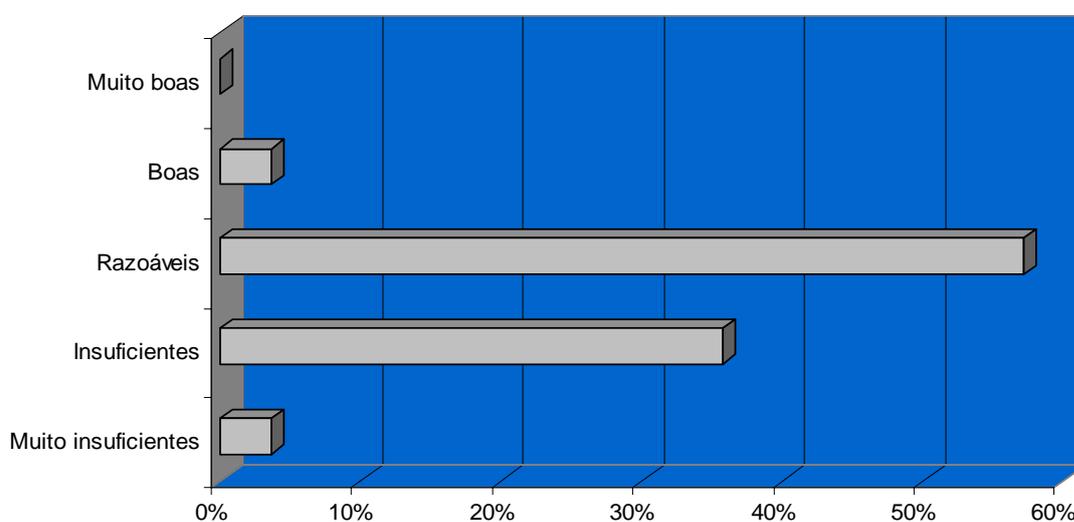


Figura 5.8 - Classificação das condições de vida pelos/as inquiridos/as da actividade criativa de artesanato da Ilha de Moçambique

Quando pedimos aos artesãos para compararem a sua situação socioeconómica com a dos seus vizinhos que exercem outras actividades, 56% dos inquiridos consideraram estar melhor devido ao rendimento que conseguiam auferir. Quando perguntámos a pessoas que trabalham noutras actividades, que não a música e o artesanato, como viam as condições de vida dos seus vizinhos que trabalhavam em artesanato, 65% dos inquiridos declararam acreditar que as pessoas que trabalhavam no artesanato tinham melhor condições de vida do que eles. A razão desta percepção foi rapidamente justificada: para 73% dos inquiridos as pessoas que trabalham no artesanato obtêm rendimentos superiores à média da população.

Outro dado interessante é o interesse dos jovens sobre a actividade do artesanato, como saída profissional, em comparação com outras actividades:

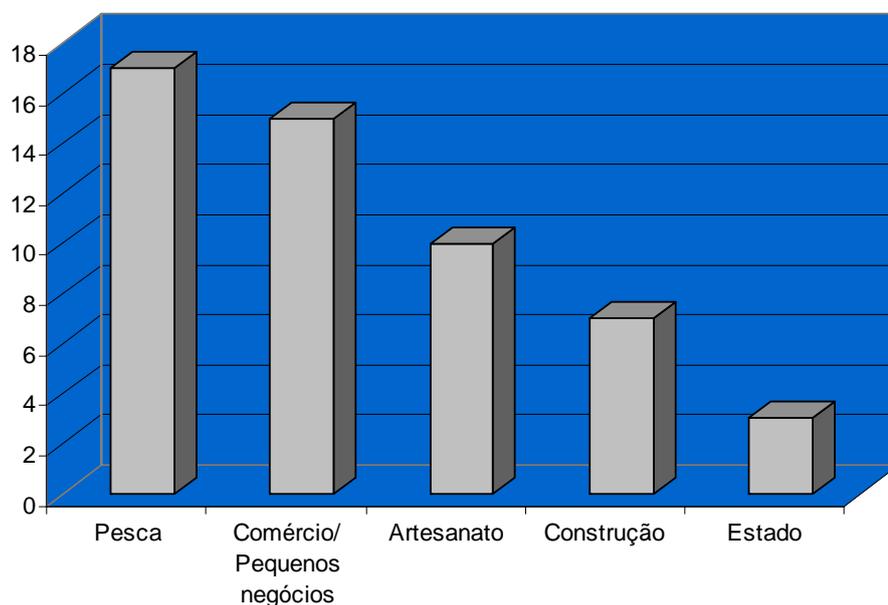


Figura 5.9 – Saídas profissionais mais procuradas pelos jovens no distrito da Ilha de Moçambique

De facto, a actividade do artesanato neste distrito, apesar de absorver substancialmente menos mão-de-obra quando comparada com a indústria pesqueira ou com o comércio/pequenos negócios, é vista pela população como uma alternativa profissional consistente e regular, capaz de oferecer rendimentos acima da média.

Quando inquiridos acerca de quais os obstáculos à realização de mais rendimento, os artesãos identificaram os seguintes: i) Fraco nível de procura; ii) Falta de capacidade para aceder a outros mercados; iii) Escassez da matéria-prima a nível local; iv) Incapacidade para aceder a recursos financeiros; v) Subida no preço das matérias-primas. O factor “fraco nível de procura” é apontado por uma parte considerável dos artesãos cujo negócio depende mais do turismo e que, conseqüentemente, sofre mais efeitos de sazonalidade. O factor “escassez da matéria-prima” aponta uma realidade que está a afectar várias áreas do artesanato, como a joalharia em prata, os trabalhos com conchas, missangas e moedas, que dependem essencialmente de materiais que se encontravam com facilidade, mas que localmente são cada vez mais raros. O factor da “subida do preço das matérias-primas” afecta principalmente a actividade da joalharia (prata/ouro). Com

efeito, esta actividade desenvolveu-se devido à relativa abundância destes metais a nível local, e que já não existe. Actualmente o acesso ao ouro e à prata passa cada vez mais pela compra a preços de mercado e os artesãos queixam-se da falta de capacidade financeira para trabalhar nestas condições, acabando por somente poder aceitar encomendas prévias.

Os artesãos identificam como possíveis soluções a existência de parcerias que providenciem os meios financeiros e a existência de um espaço específico para a venda de artesanato.

Todos os artesãos mostram-se disponíveis e capazes para ensinar a sua arte e 89% estão interessados em ter formação acrescida. As áreas preferidas para desenvolver competências foram as técnicas de artesanato/carpintaria, desenvolvimentos de novos produtos, a gestão e o marketing.

### 5.3. Análise dos dados

#### 5.3.1. Análise do valor económico

As actividades criativas de música e de artesanato contribuem para a geração de rendimento por parte das populações locais, ainda que de uma forma substancialmente diferente.

	Média do rendimento anual proveniente de actividade criativa	PIB per capita 2009 (a)
Actividade criativa do artesanato em Zavala	1.238 USD	428 USD
Actividade criativa do artesanato na Ilha de Moçambique	1.175 USD	428 USD

(a) Fonte: Banco Mundial

Quadro 5.1 - Comparação entre o rendimento per capita proveniente da Actividade criativa de artesanato e o rendimento per capita a nível nacional

A Actividade criativa de artesanato demonstra em ambos os distritos, que é uma actividade económica sustentada, capaz de gerar rendimentos substancialmente acima da média nacional. De forma geral, o artesanato é uma actividade que permite aos seus praticantes pôr em prática as competências e o saber-fazer que aprenderam naturalmente nas suas comunidades e aplicá-lo, criando assim o seu próprio sustento. Porém, o número

de pessoas que consegue ter no artesanato a sua principal ocupação é limitado pela dinâmica da procura deste tipo de bens a nível local. Os que o conseguem, são maioritariamente homens, com uma idade relativamente avançada e que contam com vários anos de experiência a aperfeiçoar a sua arte, em certos casos, uma base de conhecimento muito valiosa, como é o caso dos produtores de m'bilas em Zavala ou dos ourives da Ilha de Moçambique. Em Zavala estimámos que 32 pessoas trabalhavam artesanato, mas apenas 26% declarou ser essa a sua principal ocupação. Na Ilha de Moçambique o número de pessoas integradas nessa actividade é substancialmente maior e 86% declarou ser o artesanato a sua principal ocupação.

Actividade Criativa do Artesanato em Zavala	32
Actividade Criativa do Artesanato na Ilha de Moçambique	89

Quadro 5.2 - Estimativa do universo de artesãos em ambos os distritos

A principal explicação para a disparidade entre o número de praticantes nos dois distritos é o factor “turismo”. A Ilha de Moçambique consegue atrair um maior e mais estável fluxo de turistas, de origem nacional e internacional, o que constitui um factor determinante para o desenvolvimento do artesanato. Isto não significa, no entanto, que só se produza artesanato nos locais onde há turismo, bem pelo contrário. A maior parte do artesanato oferecido na capital é fabricado em vários pontos do país, dependendo de uma extensa e informal rede de distribuidores/revendedores, até chegar ao consumidor final.

Uma efectiva ligação ao mercado é um factor crítico de sucesso, quando consideramos o mercado ao nível local, nacional, ou internacional. Este foi identificado como um dos principais constrangimentos dos produtores de Zavala e da Ilha de Moçambique que frequentemente não possuem os meios e/ou competências para o fazer.

A falta de ligações efectivas ao mercado sente-se principalmente ao nível do mercado internacional. Nos últimos anos vários organismos, nomeadamente ONG's, como a Aid to Artisans (ATA), ou a fundação Aga Khan, implementaram programas de desenvolvimento tendo como público-alvo certas comunidades de artesãos situadas em

Moçambique e obtiveram resultados globalmente positivos<sup>10</sup>. De uma forma geral, estas organizações trabalham com os artesãos ao nível do desenvolvimento do produto, do design, do marketing e da criação de ligações efectivas aos mercados, numa perspectiva de potenciação das competências técnicas e de empreendedorismo dos mesmos com vista à sua autonomia e inclusão socioeconómica. Uma outra ONG moçambicana denominada CEDARTE, que continuou o trabalho iniciado pela ATA, dedica-se à exportação de artesanato moçambicano para vários mercados internacionais, nomeadamente para feiras especializadas (v.g. *New York International Gift Fair* nos EUA, *Ambiente e Tendence* na Alemanha ou a *SARCDA* na África do Sul (CEDARTE, 2010))

Estes programas permitem aos artesãos envolvidos adequar os seus produtos às exigências do mercado internacional, produzir em maior escala de forma regular e, por conseguinte, melhorar significativamente as suas condições de vida. No entanto, nos territórios específicos analisados o impacte ainda é nulo ou bastante limitado.

Actividade Criativa do Artesanato em Zavala	39.623 USD
Actividade Criativa do Artesanato na Ilha de Moçambique	104.600 USD

Quadro 5.3 - Estimativa do valor anual produzido pela actividade do artesanato por distrito

No quadro acima, a diferença que se observa entre os dois distritos reside principalmente na quantidade de pessoas envolvidas, bastante maior na Ilha de Moçambique, uma vez que o nível de rendimento auferido em cada distrito é, em média, comparável. Apesar de não possuímos dados sobre outras actividades a nível local - o que nos permitiria comparar a contribuição económica do artesanato para a economia local - podemos considerar que o valor é significativo, tendo em conta as limitadas oportunidades de criação de rendimento e emprego existentes nos dois distritos.

Cada vez mais problemática para a criação de valor económico através da produção de artesanato é a progressiva escassez de certas matérias-primas a nível local e a falta de

---

<sup>10</sup> A informação sobre os programas da ATA foram recolhidos numa entrevista efectuada a Lorraine Johnsson, representante Regional da Aid to Artisans para África entre 1996 e 2009.

recursos dos artesãos para as importarem de outras regiões, quando tal opção existe. O caso mais premente é a extinção a nível local da madeira de m'wenge usada na construção de m'bilas no distrito de Zavala. No distrito da Ilha de Moçambique, esta tendência verifica-se principalmente com os artigos de prata e as missangas que se colectavam no meio subaquático. Acontece ainda com o ouro, durante muito tempo extraído na zona de Nampula e vendido a preços relativamente baixos. Actualmente, os ourives para acederem a essa matéria-prima têm de a comprar no mercado a preços substancialmente mais altos, o que se repercute de forma negativa na procura. Estas questões tornam-se um desafio crescente para muitos artesãos e apenas poderão ser ultrapassados com mais competência e melhor organização em termos de gestão e marketing.

De forma sintética, pode afirmar-se que a actividade do artesanato em Zavala e na Ilha de Moçambique permite aos produtores gerarem rendimentos económicos significativos, contribuindo para a melhoria das suas condições de vida. Esta forma de geração de rendimento por conta própria através de uma actividade criativa é especialmente importante em territórios com fraca dinâmica económica e com muito desemprego, como são os territórios estudados. Existe uma procura local estável para este tipo de produtos, principalmente do segmento utilitário. Mas para o desenvolvimento da actividade e a consequente disseminação dos benefícios económicos por mais pessoas, ela terá de se focar principalmente no segmento decorativo e no seu público-alvo preferencial - o mercado internacional - seja através do fluxo de turismo, seja das exportações. Neste contexto, a eficácia das ligações ao mercado - a par de certas características dos produtos como o design e o marketing - são determinantes. Num mercado cada vez mais competitivo, os produtores dos distritos estudados, de forma geral, demonstram poucas competências nestes domínios, o que os limita à partida. O desenvolvimento de competências - quer a nível do desenvolvimento de produto, quer na sua comercialização - bem como, o acesso a recursos financeiros, parecem ser as estratégias mais adequadas para os produtores conseguirem ultrapassar muitos dos obstáculos que eles próprios, por si só, identificam. Contudo, apenas um número reduzido entre eles reconhece a sua falta de capacidade de gestão e marketing, uma lacuna

fundamental a suprir para o sucesso das actividades. De uma forma geral as pessoas esperam que um Estado “activo” esteja na base da dinâmica económica local, salientando pouco as capacidades empreendedoras individuais.

Se nos focarmos nos mercados locais, os principais constrangimentos, além dos identificados acima, parecem estar relacionados com a capacidade do território em atrair turistas e na inexistência de locais específicos para a venda do artesanato. Neste domínio, o distrito de Zavala está claramente menos desenvolvido que o da Ilha de Moçambique, apesar de ter boas características para atrair turistas, nomeadamente pela localização. Mas concretizar o potencial turístico demonstrado por ambos os territórios é uma tarefa que envolve uma estratégia mais abrangente que envolve stakeholders a nível local, regional e nacional.

No caso da Actividade criativa de música , a situação é substancialmente diferente. Apesar de em ambos os distritos existirem fortes dinâmicas em torno da música - quer através da quantidade de pessoas envolvidas regularmente nesta actividade (ver quadro 5.5), quer pela qualidade e diversidade de géneros musicais que integram o património cultural de ambos os distritos – parece haver constrangimentos na transformação dos serviços intangíveis (como as apresentações musicais) em rendimento económico que beneficie as populações locais, tal como demonstra o quadro 5.4.

	Média do rendimento anual proveniente de actividade criativa	PIB per capita 2009 (a)
Actividade criativa da música em Zavala	22 USD	428 USD
Actividade criativa da música na Ilha de Moçambique	29 USD	428 USD

(a) Fonte: Banco Mundial

Quadro 5.4 - Comparação entre o rendimento per capita proveniente da actividade criativa de música e o rendimento per capita a nível nacional

Actividade Criativa do Música em Zavala	663
Actividade Criativa da Música na Ilha de Moçambique	474

Quadro 5.5 - Estimativa do universo de músicos e dançarinos em ambos os distritos

Apesar de este tipo de serviços criativos ser regularmente comercializado - mesmo quando um grupo de música é solicitado para um evento social de carácter particular, como um casamento, é sempre negociada uma contrapartida, nem que seja apenas a deslocação e alimentação do grupo - o rendimento mensal médio auferido por cada participante é relativamente baixo, ainda que significativo como fonte de renda complementar.

A dificuldade que se verifica em transformar o reconhecimento social existente em rendimento económico para os que o produzem deve-se principalmente à forma como a própria sociedade ainda vê a Actividade criativa de música, isto é, como uma actividade em que os membros da comunidade participam e usufruem de forma natural, sem que para isso seja devido um pagamento.

Como vimos, as próprias instituições estatais moçambicanas alimentam esta mentalidade ao contratar apresentações para a animação de eventos de interesse público ou para fins eleitorais, não prestando qualquer pagamento pelo serviço prestado, na maior parte das vezes.

A progressiva transformação deste mentalidade, principalmente em locais com actividade turística, pode ter diversos efeitos positivos, designadamente a melhoria das condições de vida dos participantes destas actividades, a melhoria da qualidade artística dos grupos e a própria preservação do património cultural local, que de outra forma tenderá a perder-se, visto que as populações (e principalmente os jovens) não têm incentivo bastante para as realizar de forma regular e comprometida.

Devido ao maior fluxo de turistas, na Ilha de Moçambique existe uma maior capacidade dos grupos em gerar rendimento económico, uma vez que as apresentações solicitadas por turistas são sempre pagas e normalmente a preços substancialmente superiores aos praticados entre a população local. Mas mesmo aqui pesa negativamente a

falta de ligações regulares e bem sucedidas ao mercado, assim como as fracas competências de marketing: não existe, por exemplo, um mecanismo de oferta deste tipo de serviços aos turistas, o que os faz depender única e exclusivamente da própria iniciativa dos turistas. As mesmas razões limitam particularmente o acesso dos grupos ao mercado nacional e internacional – oportunidades fulcrais, por exemplo para as orquestras de Timbila, devido ao reconhecimento mundial obtido pela expressão artística Timbila Chopi. No entanto, quando estas ligações são pontualmente feitas, nomeadamente devido à acção de intermediários, acabam por ter um fraco impacte económico para os participantes criativos pela pouca participação destes nos proventos dos contratos.

O facto de a actividade musical em ambos os distritos envolver grande quantidade de pessoas é, por um lado, um constrangimento para a geração de um rendimento substancial para os participantes, uma vez que a soma colectada tem de ser dividida por um elevado número de indivíduos (a média de participantes nos grupos em ambos os distritos ronda as 28 pessoas). Contudo, por outro lado, este facto pode constituir um canal de distribuição de recursos económicos a nível comunitário, caso se consiga aumentar o rendimento proveniente da actividade musical. O facto desta actividade envolver um número relativamente elevado de indivíduos determina igualmente que o valor total anual gerado através da música seja substancial, como se pode constatar no quadro abaixo.

Actividade Criativa do Música em Zavala	14.514 USD
Actividade Criativa da Música na Ilha de Moçambique	13.919 USD

Quadro 5.6 - Estimativa do valor anual produzido pela actividade da música por distrito

Seria igualmente interessante comparar estes dados com o valor produzido por outras actividades económicas a nível local, com vista a demonstrar o potencial de inclusão socioeconómica das actividades criativas em contextos em que as possibilidades de geração de rendimento são bastante limitadas para a maior parte da população, como é o caso. Infelizmente esses dados não estão disponíveis.

A produção de rendimento no caso da música pode ser concretizada por outros meios além das actuações públicas, nomeadamente, a produção e a distribuição

discográfica. Mas a indústria discográfica nacional não tem demonstrado capacidade ou interesse suficiente na promoção destes artistas; e estes não demonstram capacidade para empreender este tipo de iniciativas, dada a escassez de conhecimento na área do marketing, como pela inexistência de equipamentos de gravação nos territórios estudados. O mestre timbaleiro Venâncio, o mais famoso dos mestres timbaleiros, parece ser a única excepção, uma vez que numa entrevista nos informou que tinha editado recentemente o seu primeiro CD. Tendo em conta que tal aconteceu ao tempo em que foi realizada a investigação de terreno, não foi possível apurar outros detalhes, como os relativos aos resultados da acção.

Em suma, a actividade criativa de música nos distritos analisados, podendo ser considerada como bastante rica em termos culturais e socialmente bastante dinâmica, permite aos seus participantes gerar rendimentos económicos apenas de uma forma limitada, ainda que significativa como fonte complementar de rendimento no contexto económico pouco dinâmico verificado nos distritos analisados. As razões que justificam esta limitada capacidade de transformar o reconhecimento social existente em benefícios económicos prendem-se com três ordens de factores. Em primeiro lugar, o facto de a valorização monetária deste tipo de serviços intangíveis não estar enraizada na sociedade moçambicana. Ao promover a realização de inúmeras apresentações gratuitas as próprias instituições estatais moçambicanas mantêm e reforçam esta visão, mesmo contra a manifesta vontade de muitos artistas, que se vêem impotentes para provocar tão indispensável mudança. Em segundo lugar, a maior parte da actividade musical nos distritos analisados está organizada em grupos que incluem cerca de 28 pessoas, o que torna a sua contratação logisticamente complexa e pouco lucrativa para cada participante. Por último, os grupos demonstram poucas competências ao nível da mercantilização dos serviços que prestam, nomeadamente em termos de marketing e capacidade para criar ligações efectivas ao mercado, seja a nível local, nacional ou internacional.

Tal como no caso do artesanato, o mercado do turismo pode ser uma oportunidade importante nos dois distritos, se as condições para tal forem criadas, nomeadamente ligações eficazes entre produtores e turistas, e, de uma perspectiva mais ampla, se houver a capacidade dos territórios competirem com sucesso pela atracção do fluxo turístico.

O facto de a actividade criativa de música envolver muitas pessoas constitui uma oportunidade em termos de distribuição de rendimento económico, caso se consiga aumentar o rendimento proveniente da actividade musical. Um outro veículo de oportunidade a considerar será o desenvolvimento de Sistemas Produtivos Locais (SPL's), conceito que pode abarcar a colaboração de diversas entidades locais (por exemplo governo local, restaurantes, hotéis, associações de artistas, etc.) na organizações de eventos locais em torno de um certo tema/actividade característica do património cultural local, de forma promover o território, a economia local e o património cultural. O festival que é dedicado anualmente à Timbila Chopi em Zavala é disso um exemplo. Este tipo de eventos podem constituir excelentes oportunidades para distritos que possuem um património cultural tão valioso como os de Zavala e da Ilha de Moçambique. A participação dos agentes criativos no planeamento, execução e avaliação deste tipo de iniciativas é essencial para assegurar que os resultados tenham um novo impacte nas suas condições de vida, o que não tem acontecido de forma satisfatória em muitos dos projectos implementados.

### **5.3.2. Análise do valor cultural**

Apesar de uma análise profunda do valor cultural das actividades criativas analisadas estar fora dos objectivos deste estudo de caso, a pesquisa efectuada leva-nos a concluir que o valor que acrescentam ao património cultural reside desde logo no seu elevado grau de autenticidade e nas características harmoniosas, singulares e complexas ao nível estético. A influência de outros capitais culturais é ainda uma realidade marginal, o que determina a sua unicidade e que é uma consequência do relativo isolamento destas comunidades em relação aos sistemas globais de produção criativa. Demonstram, além disso, possuir um claro valor espiritual, simbólico, histórico e social para as comunidades em que se inserem e, indirectamente, para os que não pertencendo à comunidade apreciam e estudam estas manifestações culturais. O reconhecimento da Timbila Chopi pela UNESCO em 2005 como obra-prima do património oral e intangível da Humanidade e da Ilha de Moçambique, em 1991, como Património Mundial da Humanidade são importantes certificações de qualidade do património cultural das comunidades estudadas.

Do ponto de vista da sustentabilidade do capital cultural, porque são actividades praticadas de forma espontânea e natural, esta é já uma forma de o manter preservado, uma vez que o seu conhecimento é posto em prática e transmitido, vivo, de geração em geração. O facto de a realização destas actividades não depender essencialmente de factores económicos é positivo para a preservação do capital cultural e demonstra a sua utilidade para as populações locais. O facto da passagem de conhecimento neste domínio se fazer de “forma natural na comunidade”, contribui igualmente para a preservação do capital cultural existente.

No entanto, verificam-se algumas tendências que podem contribuir para a progressiva deterioração e enfraquecimento deste património. Em primeiro lugar, em alguns casos, a média das idades dos praticantes é bastante avançada. O caso mais preocupante é o dos mestres timbileiros, principais detentores do conhecimento da expressão cultural Timbila Chopi, seja na construção das m'bilas, seja na vertente musical, através da composição musical e das tradições ancestrais que suportam a expressão artística no seu todo. Neste momento são apenas quatro, todos com idade relativamente avançada, as pessoas que detêm este conhecimento. Em segundo lugar a aludida escassez de algumas das matérias-primas necessárias à realização das actividades. E por último, o nível de participação das novas gerações, naturalmente mais expostas a conteúdos criativos globais, demonstra algumas tendências preocupantes. É o caso do artesanato em Zavala, em que 79% dos inquiridos revelaram que os jovens estavam a perder o interesse em aprender as técnicas do artesanato. A principal explicação apontada prende-se com as fracas perspectivas de geração de rendimento através da actividade. A contrastar foram as respostas à mesma questão que obtivemos na Ilha de Moçambique. Aqui, 57% dos inquiridos respondeu que os jovens estavam mais interessado em aprender artesanato hoje, do que no passado. A principal razão para tal foi a perspectiva de obter rendimento através da actividade. Estes dados levam-nos a concluir que, no caso do artesanato, a realização de rendimento económico é determinante para a preservação da actividade criativa. Sobre a música, já não podemos tirar idêntica conclusão de forma tão clara. De forma geral, as pessoas que praticam esta actividade criativa fazem-no por tradição, gosto, sentido de expressão artística, e reforço da integração social, até porque

os rendimentos gerados através da música são relativamente baixos. Mas mesmo neste contexto os dados indicam uma tendência de perda de interesse em relação ao passado. De forma geral, os jovens demonstram um grande entusiasmo pela música como veículo de expressão pessoal e tradição, mas têm dificuldade em encarar, ainda que teoricamente, a possibilidade de seguir uma carreira nesta área. As razões apontadas foram, a falta de exemplos, as poucas perspectivas de rendimento, e a falta de formação formal na área da música.

Importa igualmente analisar as possibilidades de desenvolvimento e expansão do capital cultural, nomeadamente através das capacidades das comunidades criativas de inovarem, combinando o capital cultural existente com novos inputs de forma a produzir novos bens e serviços criativos integrantes do património cultural inicial, enriquecendo-o e expandindo-o. Esta capacidade é, em regra, limitada. Apesar de os produtores criativos se dedicarem de forma regular e esforçada ao aperfeiçoamento e desenvolvimento da sua arte, constatámos igualmente que carecem das ferramentas que lhes permitiriam tal inovação benéfica. A falta de ferramentas que falamos prende-se principalmente com o desenvolvimento de competências, com o acesso à informação, e com o acesso a recursos. A formação, vista de um ponto de vista abrangente, é importante, se não determinante, para o desenvolvimento da capacidade de inovação. O acesso à informação, nomeadamente o conhecimento de novas técnicas, materiais, tendências, ou apenas diferentes formas de pensar, é igualmente indispensável. O acesso aos recursos, sejam financeiros ou materiais, é também decisivo neste âmbito. De uma forma geral as pessoas que entrevistámos subsistem com rendimentos extremamente limitados, o que naturalmente determina que a maior parte do seu tempo seja dedicado às actividades que garantem a subsistência, deixando pouco tempo para dedicar à inovação, mesmo quando esta pode ser aplicada à sua principal ocupação.

Um bom exemplo da forma que a inovação pode tomar neste contexto específico é o grupo de música Timbila Muzimba, que mistura a tradição da Timbila com sonoridades mais modernas essencialmente ligadas ao jazz. O grupo, que conta com vários membros oriundos de Zavala, desenvolve as suas actividades a partir de Maputo, e é uma referência

na música contemporânea moçambicana, tendo já gravado vários CD's, sendo frequentemente solicitado para actuações a nível nacional e internacional.

Uma das características do capital cultural é a sua potencialidade para influenciar o valor económico dos bens e serviços criativos que o incorporam. Nos casos analisados, encontramos situações em que essa relação é perceptível, influenciando a procura e o preço do bem ou serviço em questão, e outras situações em que a relação é pouco explorada, ou nem é explorada de todo, limitando o valor económico gerado.

Por efeito do reconhecimento obtido pela expressão cultural Timbila Chopi, as orquestras de Timbila são regularmente solicitadas para actuações tanto dentro como fora do país e o aumento da procura determinou a consequente subida dos preços. No entanto, este reconhecimento poderia ter sido melhor explorado pelos fabricantes de artesanato do distrito através da produção de artigos alusivos à expressão cultural distinguida. A maior parte dos artigos de artesanato produzidos e vendidos em Zavala em pouco se distinguem dos que se produzem noutros distritos, como por exemplo em Inhambane.

Na Ilha de Moçambique, em termos de artesanato, o cenário é comparável. A Ilha de Moçambique possui um património cultural ímpar, principalmente devido à sua história. Apesar de se encontrar alguns artigos de artesanato que são característicos apenas daquele distrito, em grande medida a nossa percepção foi que a incorporação desses elementos específicos e únicos do seu património cultural no artesanato local é limitada. Uma parte significativa do artesanato vendido localmente não apresenta características distintivas e pode ser obtido indiferenciadamente noutras localidades. Pode-se presumir que o fraco aproveitamento das ligações entre o capital cultural específico da Ilha de Moçambique e o artesanato produzido localmente limita a procura, principalmente ao nível do mercado de turismo local, uma vez que é comum os turistas procurarem bens e serviços especificamente ligados aos locais que visitam. As razões deste subaproveitamento estão, no nosso entender, ligadas à falta de competências em design, desenvolvimento e inovação do produto e marketing anteriormente identificadas.

### **5.3.3. Análise do valor Social**

Os dados recolhidos indicam que a participação nas actividades criativas em causa, quer da perspectiva dos produtores quer da perspectiva dos consumidores, contribui para o desenvolvimento do capital social e humano.

Com efeito, verificámos que as actividades estudadas mobilizam de forma directa uma considerável quantidade de pessoas. No caso da música, as pessoas envolvidas constituem na sua maioria diversos grupos musicais, em cuja organização e produção das actividades, entre ensaios e apresentações, participam regularmente. Os resultados obtidos por um grupo dependem logicamente da capacidade que os seus intervenientes desenvolvem de trabalhar em conjunto, o qual, por sua vez, depende da qualidade das relações de proximidade e confiança estabelecem. Este processo reforça o sistema de valores e normas que partilham e consolida as relações entre os indivíduos, as redes sociais e os partenariados.

No caso do artesanato o processo é bastante semelhante. Verifica-se igualmente um número substancial de organizações colectivas, como empresas ou associações de artesãos, onde os mesmos processos de estruturação das relações acontecem de modo idêntico. Mesmo no caso de artesãos que trabalham individualmente, a actividade não é desenvolvida em absoluto isolamento, já que estão integrados e dependentes de inúmeras redes sociais essenciais para a realização da actividade.

Tendo em conta que as actividades criativas projectam o património cultural da comunidade – v.g. as tradições, crenças e restantes características que distinguem o grupo social - é igualmente promovido um sentimento de pertença, de identidade cultural e comunitária. Quando os resultados desta actividade criativa são partilhados com o resto da comunidade, todo este património cultural é projectado para um grupo bastante mais alargado de participantes indirectos, reforçando o sentimento de pertença, de identidade na comunidade como um todo. Tal acontece não apenas nas inúmeras apresentações e festivais promovidos regularmente, mas igualmente nos ensaios dos grupos musicais que são abertos à restante comunidade. Visto que as actividades criativas se realizam de forma praticamente transversal em toda a sociedade moçambicana, que são regularmente criados espaços de encontro e partilha - seja através dos festivais locais, regionais e

nacionais, seja nos contactos que se desenvolvem ao longo da cadeia de valor, seja através dos média - o sentimento de cultura, de pertença e de identidade promovido pelas artes manifesta-se ao nível da sociedade como um todo, contribuindo determinantemente para a coesão e o equilíbrio social; estes, por seu turno, facilitam as acções coordenadas e eficiência da sociedade, ou seja criam um ingrediente vital do desenvolvimento económico.

Já foi dito anteriormente que é difícil medir o capital social. No entanto, tendo em conta a dimensão espiritual, simbólica, histórica e social das actividades analisadas, a forte implementação demonstrada e a natureza colectivista do impulso cultural, podemos concluir que estas actividades são das que mais contribuem para o fortalecimento do capital social nas comunidades estudadas. Esta afirmação ganha ainda mais consistência se tivermos em conta as características problemáticas dos territórios estudados, designadamente a fraca dinâmica económica, os baixos níveis de escolaridade da população, e a escassa participação cívica na construção da sociedade, o que reflecte o estado quase embrionário da democracia moçambicana<sup>11</sup>.

Em termos de capital humano, pode ser feita uma observação semelhante. A participação do indivíduo em actividades criativas, como produtor ou consumidor, contribui para o desenvolvimento de conhecimentos e competências que possibilitam fazer parte do processo produtivo de uma forma mais competente e produtiva. Participar directamente na criação e desenvolvimento de bens e serviços criativos, em grupo ou individualmente, é uma forma de aprendizagem e de desenvolvimento de competências. A dinâmica gerada em torno da música é um dos principais espaços onde este processo acontece, com o envolvimento de várias gerações na partilha do conhecimento e do saber-fazer que lhes são próprios. O artesanato, embora em menor escala, também pode ser considerado um desses espaços. Importa salientar que a maioria dos inquiridos declarou ter aprendido a sua arte “naturalmente na comunidade”.

Do ponto de vista do consumidor, além de meio de aprendizagem, potenciador do enriquecimento da educação, do conhecimento e da cultura de cada indivíduo, o consumo de bens e serviços culturais demonstra ainda uma característica cumulativa que o distingue

---

<sup>11</sup> Ver a este respeito (Hanlon, 1998; 2008).

do consumo de outros bens e serviços. Ou seja, quanto mais consumimos, mais capacidade temos de processar o conhecimento e a informação incorporados e consequentemente mais queremos consumir, numa espiral virtuosa de conhecimento.

### 5.3.4. Análises SWOT das actividades criativas por distrito

Nas figuras seguintes é apresentado um resumo de todo este capítulo através da análise SWOT de cada uma das actividades criativas por distrito.

<b>Análise SWOT Música Zavala</b>	
<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. As actividades criativas podem actuar como alavanca para o desenvolvimento socioeconómico do distrito, devido ao reconhecimento internacional da Timbila;</li> <li>2. Inclusão de Zavala na rota turismo cultural de Moçambique;</li> </ol>	<p><b>Ameaças</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A sustentabilidade da expressão cultural da Timbila devido; <ul style="list-style-type: none"> <li>• À idade avançada dos mestres;</li> <li>• Ao facto dos jovens não reconhecerem a música como uma actividade económica legítima;</li> <li>• À progressiva extinção a nível local de matérias primas necessárias;</li> </ul> </li> </ol>
<p><b>Forças</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A notoriedade nacional e internacional da Timbila;</li> <li>1. A riqueza e diversidade cultural existente no distrito;</li> <li>2. A beleza natural do distrito;</li> <li>2. A localização geográfica do distrito na rota de turistas Maputo– Inhambane;</li> </ol>	<p><b>Fraquezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baixo nível de competências em gestão, empreendedorismo, marketing e inovação dos diversos stakeholders a nível local;</li> <li>1. Fraca legitimação da música como actividade que produz valor;</li> <li>2. A ausência de infra-estruturas turísticas relevantes no distrito;</li> </ol>

Figura 5.10 - Análise SWOT da actividade criativa de música em Zavala

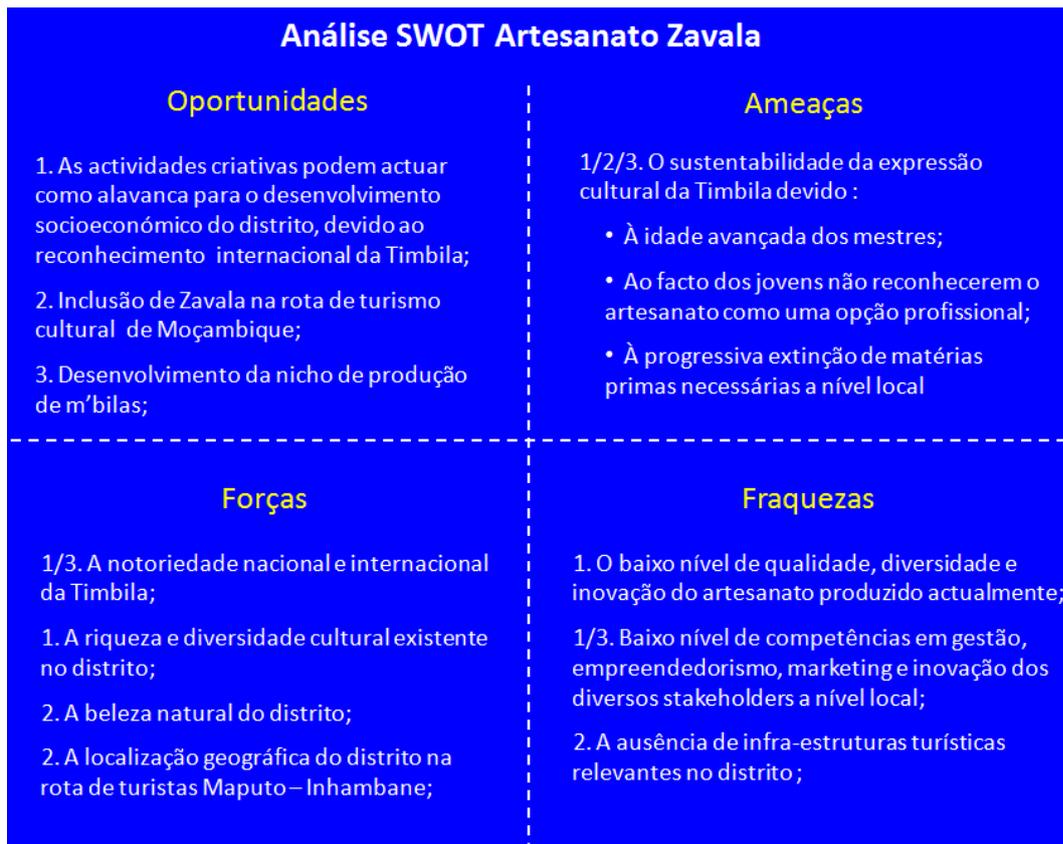


Figura 5.11 - Análise SWOT da Actividade criativa de artesanato em Zavala



Figura 5.12 - Análise SWOT da actividade criativa de música na Ilha de Moçambique



Figura 5.13 - Análise SWOT da Actividade criativa de artesanato na Ilha de Moçambique



## 6. Conclusões

A análise efectuada demonstra que, de facto, as actividades criativas realizadas nas comunidades analisadas geram valor económico, cultural e social para as populações, e que, portanto, se verifica a primeira hipótese que nos propusemos validar no âmbito do quadro de análise.

Do ponto de vista económico, os artesãos têm, de uma forma geral, a capacidade de gerar rendimentos económicos bastante superiores ao rendimento médio nacional.

O artesanato praticado na Ilha de Moçambique demonstra ser uma actividade económica consistente e capaz de proporcionar uma fonte de rendimento regular às pessoas que escolheram esta profissão. Mesmo em Zavala, em que a actividade do artesanato é menos expressiva, verifica-se a existência de um grupo, os produtores de m'bilas, que consegue realizar rendimentos bastante superiores à média nacional, e de outro grupo que, no mínimo, vê o artesanato como uma importante fonte de rendimento complementar.

No caso da música verifica-se uma maior dificuldade dos agentes económicos em realizarem rendimento económico através da actividade criativa. As principais razões prendem-se com a dificuldade em valorizar monetariamente este tipo de serviços intangíveis no contexto da sociedade moçambicana e o facto da actividade musical estar, de uma forma geral, organizada em grupos de 28 participantes - em média - o que coloca dificuldades logísticas e torna a sua actividade pouco rentável. Por outro lado, de forma transversal, as ligações efectivas ao mercado, designadamente do turismo, são pouco desenvolvidas e os agentes criativos demonstram pouca capacidade para transformar esta situação devido às fracas competências ao nível da gestão e do marketing. Ainda assim, a prática da mercantilização deste tipo de serviços é comum, uma vez que existe sempre uma negociação para a sua prestação, pelo menos quando este processo se dá entre agentes da sociedade civil. Esta dinâmica determina que a actividade criativa de música esteja na origem de uma componente de rendimento complementar que é relevante para os seus praticantes, face à escassez de oportunidades económicas oferecida pelo contexto.

Concluí-se ainda que o valor económico gerado nos casos estudados poderia ser significativamente ampliado. Neste contexto, identificámos dois constrangimentos como

principais. Por um lado a falta de ligações entre os agentes criativos e os mercados relevantes, a par da limitada eficácia que caracteriza as ligações existentes. Ao longo da análise foram identificados vários exemplos, mas podemos afirmar que este constrangimento verifica-se de forma mais contundente ao nível das ligações ao mercado internacional, nomeadamente através do turismo, o que nos leva à segunda hipótese do modelo de análise, que consideramos parcialmente verificada. No caso do artesanato, parece-nos claro que a existência de ligações ao mercado do turismo tem um impacto económico significativo na actividade, apesar da existência de procura local para este tipo de produtos, principalmente no segmento utilitário. O segmento decorativo, por sua vez, é essencialmente dirigido aos turistas e o relativo sucesso da actividade do artesanato na Ilha de Moçambique depende, em grande parte, deste mercado. No caso da música tal ligação é menos directa. Em Zavala, as ligações ao mercado internacional através do turismo são escassas e na Ilha de Moçambique, apesar de as haver e de serem significativas para o valor económico gerado, poderiam ser melhor exploradas dado o potencial existente.

A causa do primeiro obstáculo identificado reside em parte no segundo, igualmente transversal - as limitadas competências e recursos dos agentes criativos na gestão do seu negócio. Apesar de considerarem desejável que os bens e produtos criativos que produzem constituam uma fonte de rendimento, de forma geral, os agentes criativos demonstram limitadas capacidades e recursos para concretizarem soluções adequadas a esse objectivo. Neste quadro encontramos diferentes situações. Desde pessoas que nem sequer vêem a actividade criativa como uma possível fonte de rendimento a outros que constituíram empresas para prestar os seus serviços de forma organizada; daqueles que consideram que deve ser o Estado a financiar e dinamizar as actividades criativas, aos que, proactivamente empreendem formas de actuação no âmbito da economia de mercado.

Neste contexto, afigura-se determinante a actuação das entidades estatais moçambicanas, das entidades multilaterais de desenvolvimento e das organizações da sociedade civil, como facilitadores de um processo que vise o desbloqueamento dos constrangimentos observados, posicionando-se como *gatekeepers*. Nos casos concretos estudados existem já diversos exemplos deste tipo de actuação: o Programa Conjunto para

Fortalecimento das Indústrias Culturais e Criativas e Políticas Inclusivas em Moçambique (ONU e República de Moçambique, 2008), que visa o fortalecimento de políticas, estratégias e estruturas legais e reguladoras, o acesso a dados de qualidade no sector, o desenvolvimento do turismo cultural, o fortalecimento da capacidade da Administração e das comunidades na gestão sustentável de bens culturais e a promoção de ligações produtivas entre o sector privado e os agentes criativos. Outro caso que deve ser destacado é o papel de ONG's como a Aid to Artisans e a CEDARTE, que trabalham com os artesãos ao nível do desenvolvimento do produto, do design, do marketing e da criação de ligações eficazes aos mercados, promovendo particularmente a exportação deste tipo de produtos. Tendo por base os dados recolhidos, considera-se que este tipo de intervenção pode ser adequada e útil, dada a capacidade verificada das actividades criativas de gerarem valor económico, cultural e social, a par dos factores facilitadores descritos no capítulo quatro.

Partindo da definição de valor cultural avançada, os dados reunidos indicam, com alguma reserva, que as actividades criativas de artesanato e de música nas comunidades estudadas têm valor cultural. As reservas justificam-se apenas pelo facto de tal avaliação apenas poder ser efectivamente feita no quadro do discurso cultural e este incorpora algum grau de subjectividade. Neste contexto é importante a facilitação dos referidos *gatekeepers*. O facto de a UNESCO reconhecer e certificar o valor de certos bens culturais, como aconteceu com a Timbila Chopi e com a ilha de Moçambique, é com certeza um indicador determinante, que além do mais pode ter um efeito positivo na preservação e promoção do bem em causa, assim como para o desenvolvimento socioeconómico das comunidades em que o património se insere.

Os dados recolhidos e analisados sob o ponto de vista do valor cultural, apontam, em alguns casos, para o perigo de progressiva deterioração do património cultural das comunidades estudadas, devido ao facto de as novas gerações terem menos interesse nestas práticas criativas, de a média actual de idades dos praticantes ser relativamente avançada, e da progressiva escassez que se verifica em algumas das matérias-primas utilizadas. Outra questão suscitada pela pesquisa foi a capacidade limitada das comunidades criativas para promoverem a inovação do património cultural existente.

Qualquer um destes três factores tem implicações para a sustentabilidade do património cultural, o que nos reporta para a terceira hipótese do nosso quadro de análise, se o rendimento económico gerado pelas populações locais através das actividades criativas contribui para a sustentabilidade do património cultural.

No caso do artesanato, os dados recolhidos são coerentes com a hipótese. Em Zavala, a crescente falta de interesse dos jovens perante a actividade do artesanato foi justificada pelos inquiridos pela ausência de perspectivas de rendimento dessa actividade. Na ilha de Moçambique, o caso contrário, ou seja, a crescente tendência de interesse dos jovens, foi justificada pelas perspectivas de rendimento através da actividade. Quanto ao caso da música, a conclusão não é tão clara, pois as populações demonstram interesse na sua prática, apesar das fracas perspectivas de obtenção de rendimento por tal via, indicando razões de gosto, expressão artística e reforço da integração social. No entanto, verificámos também que os jovens têm dificuldade em perspectivar um futuro profissional nesta área, devido à falta de exemplos, às poucas perspectivas de rendimento e a falta de formação formal na área.

A pesquisa leva-nos, portanto, a validar a hipótese proposta. Apesar de não ser o único factor a considerar, como o caso da música nos indica, se as populações conseguirem realizar rendimentos económicos através da prática das actividades criativas, isso contribuirá positivamente para a sustentabilidade do património cultural, uma vez que essa prática é incentivada não apenas por razões sociais, culturais e hedonistas, mas igualmente económicas. A motivação económica contribui decisivamente para a sustentabilidade. Não apenas porque permite criar o encorajamento para uma prática regular e empenhada - o que assegura a preservação do património cultural - mas também porque incentiva à qualidade e à inovação, ao introduzir necessariamente uma dinâmica de competição pelos recursos económicos que, em regra, são escassos.

A intervenção das entidades governamentais e não governamentais referidas *supra* no quadro da sustentabilidade do património cultural (conceito que do nosso ponto de vista engloba a sua preservação e a sua evolução através da inovação) é especialmente pertinente, política e economicamente, uma vez que este património permite gerar benefícios para as gerações presentes, bem como para as gerações futuras. Constata-se

efectivamente que a preservação da diversidade cultural é determinante não apenas para a geração de novo capital cultural, mas potencialmente para o equilíbrio da sociedade como um todo. Neste contexto, nas comunidades estudadas, as entidades responsáveis devem assegurar a transmissão do conhecimento entre gerações; apoiar a sua prática pelas gerações mais jovens; evitar a extinção ou a falta de acesso às matérias-primas necessárias; promover o uso sustentável das mesmas; e fomentar a preservação e inovação do património cultural das comunidades.

Do ponto de vista do valor social, a análise levada a cabo confirma que as actividades criativas contribuem para a formação de capital social e de capital humano. Apesar da contribuição para o capital social ser difícil de medir (Fine, 2002) e de tal tentativa de contabilização estar fora dos nossos objectivos, uma visão mais abrangente dos dados recolhidos indica que as actividades criativas são das actividades sociais estruturadas que mais contribuem para o desenvolvimento de capital social nos territórios estudados, caracterizados pela fraca dinâmica económica, pelos baixos níveis de escolaridade e em que o conceito de participação cívica na construção da sociedade ainda está pouco desenvolvido. Assim sendo, as actividades criativas fundamentam a abertura de espaços comunitários de convívio, partilha, expressão e participação que contribuem para a estruturação das redes sociais e para o reforço do sentimento social de confiança. Uma das marcas mais relevantes da sua prática é a sua permanente abertura ao outro, não se fechar sobre si mesmo, pelo contrário, verifica-se a ocupação de forma constante, e bem visível, do espaço público moçambicano, o que determina a transversalidade do seu impacte.

Em termos de capital humano, a análise leva-nos a concluir que as actividades criativas nas comunidades estudadas contribuem para o desenvolvimento do conhecimento e do saber-fazer, assim como de competências técnicas e sociais, o que valoriza o capital humano dos indivíduos participantes, directa ou indirectamente. Este enriquecimento pessoal contribui para que possam incluir-se no processo produtivo de forma mais capaz e expedita. Mas o que é especialmente interessante observar nas comunidades estudadas é se o capital humano existente, particularmente sob a forma dos conhecimentos e do saber-

fazer criativo, está a ser aproveitado de forma a fomentar a melhoria das suas condições de vida?

No contexto destes territórios, em que a economia é especialmente pouco dinâmica, em que as oportunidades de emprego e de criação de rendimento económico são escassas e em que as instituições de formação têm claras limitações que influenciam de forma global o seu desempenho (o distrito de Zavala, por exemplo, tem apenas uma escola secundária<sup>12</sup>), mobilizar as competências e o saber-fazer que as pessoas detêm, e criar um ambiente em que estas possam ser aplicadas de forma melhorar as suas condições de vida, parece-nos uma proposição consistente.

Estando fortemente enraizadas nas comunidades, as actividades criativas – que criam valor económico, cultural e social - constituem uma oportunidade de desenvolvimento local que deve ser promovida pelas entidades competentes de forma a libertar esta força que é endógena às comunidades. Respondendo à pergunta de partida para este trabalho - *Podem as actividades criativas estar no centro de uma estratégia de desenvolvimento adequada ao contexto africano, que resulte na melhoria efectiva das condições de vida das populações? E, caso a resposta a esta pergunta seja positiva, como suspeitamos, o que é necessário fazer para que esse potencial se concretize?* - nos casos de Zavala e Ilha de Moçambique a resposta afigura-se positiva, tendo em conta a verificação das hipóteses propostas e o facto de ambos os territórios demonstrarem um forte potencial em termos de turismo, património cultural e dinâmica criativa.

Importa sobremaneira reconhecer que a maior parte do desenvolvimento actual das actividades criativas aconteceu devido a factores e dinâmicas endógenas, nomeadamente a apetência cultural das comunidades para a prática deste tipo de actividades e a organização comunitária consequente. Deste modo, consideramos que o posicionamento das actividades criativas no centro de uma estratégia de desenvolvimento local deve assentar do planeamento participativo dos agentes criativos, em conjugação com um número alargado de parceiros, nomeadamente as entidades estatais (aos vários níveis) e as entidades internacionais que se dedicam ao desenvolvimento, assim como outras

---

<sup>12</sup> (Ministério da Administração Estatal , 2005)

organizações da sociedade civil. Uma estratégia local de desenvolvimento centrado nas actividades criativas deverá visar o fortalecimento e a autonomia das mesmas como actividades capazes de gerar rendimento e emprego para as populações locais. As actividades devem visar a resolução dos principais constrangimentos encontrados, ou seja a criação de ligações efectivas aos diversos mercados e o desenvolvimento de competências nos próprios agentes criativos. Tal estratégia deverá promover uma forte ligação ao sector do turismo e estar integrada em programas e políticas mais abrangentes de nível nacional.



## **7. Fontes**

Aid to Artisans. <http://www.aidtoartisans.org/> (acedido em 19 de Junho de 2011)

Cedarte. <http://www.cedarte.org.mz> (acedido em 19 de Junho de 2011)

Unesco. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=00133> (acedido em 19 de Junho de 2011)

Unesco. <http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf> (acedido em 19 de Junho de 2011)

Unesco. <http://whc.unesco.org/en/list/599> (acedido em 19 de Junho de 2011)

World Bank. <http://data.worldbank.org/country/mozambique> (acedido em 19 de Junho de 2011)



## 8. Bibliografia

- Ashley, C., & Mitchell, J. (November de 2005). Can tourism accelerate pro-poor growth in Africa? *ODI Opinions* , 60.
- Babo, M. E. (2009). *Cultura e desenvolvimento: novos desafios para as políticas municipais*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Bell, J. (1997). *Como realizar um projecto de investigação : um guia para a pesquisa em ciências sociais e da educação*. Lisboa: Gradiva.
- Boden, M. A. (2004). *The Creative Mind - Myths and Mechanisms*. London and New York: Routledge.
- Bourdieu, P. (1980). Le Capital Social. *Actes de la recherche en sciences sociales* , 31 (Janvier), 2-3.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Castells, M. (2007). *Sociedade em rede - A Era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol I*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries - Contracts between art and Commerce*. Cambridge e Londres: Harvard University Press.
- CEDARTE. (2010). *Análise da Cadeia de Valor do sector do Artesanato em Maputo, Inhambane e Nampula*. Maputo: ITC.
- CEDARTE. (2008). *Levantamento de Campo para Determinar o Potencial para o Desenvolvimento de um Centro de Artesanato no Lumbo - Ilha de Moçambique*. Maputo: UNESCO - Moçambique.
- CESO CI Internacional, S.A. (2009). *Plano de Desenvolvimento Integrado da Ilha de Moçambique*. Banco Africano de Desenvolvimento (BAD).
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology* (94), 95-120.
- Comissão Europeia. (2010). *Livro Verde - Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Commission for Africa. (2005). *Our Common Interest. Report of the Commission for Africa*. Commission for Africa.
- Costa, P. (2002). *As actividades da cultura e a competitividade territorial: o caso da Área Metropolitana de Lisboa* . Universidade Técnica de Lisboa.
- Costa, P. (2011, forthcoming). Gatekeeping processes, reputation buiding and creative milieus: evidence from case studies in Lisboa, Barcelona and São. In L. (. Lazzeretti, *Creative industries and innovation in Europe: Concepts, measures and comparatives case studies*. Routledge.
- Costa, P., Magalhães, M., & Vasconcelos, B. S. (2006). On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach. *DINÂMIA Working Paper* , 54.
- Costa, P., Vasconcelos, B., & e Sugahara, G. (2007). Beyond services competitiveness: urban milieu and creativity in cultural activities. *XVIIth RESER conference "Services Competitiveness and Cohesion – Balancing Dynamics in the Knowledge Society"*. Tampere.
- Costanza, R., & Daly, H. E. (1992)). Natural capital and sustainable development. *Conservation Biology* , Vol. 6, 37-46.
- Department of Arts, C. S. (1998). *Cultural Industries Growth Strategy (CIGS - The South African Craft Industry Report*. Ministry of Arts, Culture, Science and Technology - Republic of South Africa.

- Development Works. (2004). *Take Note! The (Re)naissance of the Music Industry in Sub-Saharan Africa*. Paris: The Global Alliance for Cultural Diversity - Division of Arts and Cultural Enterprise - UNESCO.
- Duer, K. (1999). *Culture and Sustainable Development - A Framework for Action*. Washington DC: World Bank Publications.
- Fine, B. (2002). It Ain't Social, It Ain't Capital and it Ain't Africa. *Studia Africana* (13), 18-33.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community & Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Gould, H. (2001). Culture and Social Capital. In F. (. Matarasso, *Recognising Culture. A Series of briefing papers on cultura and development*. (pp. 69-75). Comedia, Department of Canadian Heritage and UNESCO.
- Governo de Moçambique. (2006). *Plano de Acção para a Redução da Pobreza Absoluta 2006 - 2009*. Maputo: Governo de Moçambique.
- Hanlon, J. (1998). *Mozambique: Who Calls the Shots?* London: Villiers Publications.
- Hanlon, J., & Smart, T. (2008). *Há mais bicicletas - mas há desenvolvimento?* Maputo: Missanga Ideias & Projectos Lda.
- Home Affairs Bureau and Centre for Cultural Policy Research. (2004). *A Study on creativity Index*. Hong Kong: The Hong Kong Special Administrative Region Government and The University of Hong Kong.
- International Telecommunications Union. (2010). *Measuring the Information Society 2010*. Geneva: International Telecommunications Union.
- Kea European Affairs. (2010). *Business Innovation Support Services for Creative Industries*. Brussels: European Commission.
- KEA European Affairs. (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Brussels: European Commission.
- KEA Europeans Affairs. (2009). *The Impact of Culture on Creativity*. Brussels: European Commission.
- Kunzmann, K. R. (2005). Creativity in Planning: A fuzzy concept? *disP - The Planning Review* , 3/2005, p. 162.
- Landry, C. (2003). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Marconi, M. d., & Lakatos, E. M. (1999). *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Máté, K. (2008). A economia criativa e a erradicação da pobreza em África: Princípios e realidades. In G. d. Soluções (Ed.), *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento - Uma Visão dos Países em Desenvolvimento* (pp. 94-123). São Paulo: Itaú Cultural.
- Ministério da Administração Estatal . (2005). *Perfil do Distrito de Zavala - Província de Inhambane*. Maputo: Ministério da Administração Estatal .
- Ministério do Turismo de Moçambique. (2004). *Plano Estratégico para o Desenvolvimento de Turismo em Moçambique (2004 – 2013)*. Governo de Moçambique.
- O'Brien, S., & O Fathaigh, M. (2002). Bringing in Bordieu's Theory of Social Capital: Renewing Learning Partnership Approaches to Social Inclusion. *ESAI Annual Conference*. Maynooth: NUI.
- OECD. (2005). *Culture and Local Development*. OECD.
- ONU e República de Moçambique. (2008). *Programa Conjunto para o Fortalecimento das Indústrias Culturais e Criativas e Políticas Inclusivas em Moçambique*.
- PDM, UNESCO and the french Senate. (2006). *Cultural Heritage and Local Development - A guide for African Local Governments*. Craterre-ENSAG / Convention France-UNESCO.

- Pol, H. v. (2008). Key role of cultural and creative industries in the economy. In O. f.-o. Development, *Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies*. Paris and Washington, D.C.: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Porter, M. E. (2007). *Estratégia e Vantagem Competitiva*. Editora Planeta DeAgostini, SA.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6 (1), 65-78.
- Putnam, R. D. (1993a). *Making Democracy Work: Civil Transitions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University press.
- Putnam, R. D. (Spring de Nº13 de 1993b). The prosperous community. Social Capital and Public Life. *The American Prospect*.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva - Publicações.
- Reis, A. C. (2008a). Prólogo. In G. d. Soluções (Ed.), *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: Uma visão dos países em desenvolvimento* (pp. 10-13). São Paulo: Itaú Cultural.
- Reis, A. C. (2008b). Transformando a criatividade brasileira em recurso económico. In G. d. Soluções (Ed.), *Economia Criativa como estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento* (pp. 126-143). São Paulo: Itaú Cultural.
- República de Moçambique - Ministério de Educação e Cultura. (2006). *Plano Estratégico de Educação e Cultura 2006-2011*. Maputo: Ministério de Educação e Cultura.
- Robinson, M., & Picard, D. (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development*. UNESCO.
- Roe, D., & Khanya, P. U. (2001). Pro-Poor Tourism-. Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor. *Opinion World Summit on Sustainable Development*. South Africa: International Institute for Environment and Development.
- Santos-Duisenberg, E. d. (2008). Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável? In G. d. Soluções (Ed.), *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento - Uma Visão dos Países em Desenvolvimento* (pp. 52-73). São Paulo: Itaú Cultural.
- Schiefer, U. (2008). *Integrated Evaluation of Change - A new perspective for planning and evaluation in multiple intervention environments*. Periploi.
- Schiefer, U., Bal-Dobel, L., Batista, A., Döbel, R., Nogueira, J., & Teixeira, P. (2006). *MAPA - Manual de Planeamento a Avaliação de Projectos*. Estoril: Príncipia.
- Scott, A. J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. SAGE Publications.
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press.
- Silverman, D. (2007). *A very short, fairly interesting and reasonably cheap book about qualitative research*. London: Sage.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tribe, J. (1995). *The Economics of Leisure and Tourism: Environments, Markets and Impacts*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- UNCTAD e UNDP. (2008). *Creative Economy Report 2008*. United Nations.
- UNCTAD e UNDP. (2010). *Creative Economy Report 2010*. United Nations.
- UNCTAD. (2009). *Fortalecimento das Indústrias Criativas em Moçambique*. UNCTAD.
- UNESCO - Moçambique. (2010). *Levantamento Socioeconómico das Indústrias da Música e do Artesanato nos distritos de Zavala e Ilha de Moçambique*. Maputo: UNESCO - Moçambique.

UNESCO. (1998). *World Culture Report 1998 - Culture, Creativity and Markets*. UNESCO.  
UNWTO. (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics - Technical Manual*. UNWTO.

## **Anexos**

A – Exposição dos dados recolhidos no âmbito da pesquisa de terreno efectuada.

B – Exemplo do questionário implementado.

**Anexo A - Exposição dos dados recolhidos no âmbito da pesquisa de terreno efectuada.**

	Zavala Música	Zavala Artesanato	Ilha de Moçambique Música	Ilha de Moçambique Artesanato
1 Divisão por sexo dos entrevistados				
Masculina	87,5%	86,7%	33,3%	82,8%
Feminina	12,5%	13,3%	66,7%	17,2%
2 Média de idades	50,9	52,3	40,6	37,7
3 Qual o seu nível de escolaridade?				
Sem escolaridade	0,0%	6,7%	17,4%	10,3%
Entre a primeira 1ª e 3ª classe concluída	50,0%	33,3%	21,7%	13,8%
Entre a primeira 4ª e 7ª classe concluída	28,6%	40,0%	21,7%	34,5%
Entre a primeira 8ª e 12ª classe concluída	21,4%	20,0%	39,1%	41,4%
Ensino superior concluído	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4 Qual a sua ocupação principal?				
Música	14,3%	0,0%	13,0%	0,0%
Artesanato	28,6%	26,7%	0,0%	86,2%
Agricultura	57,1%	66,7%	8,7%	10,3%
Pesca	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Comércio/ pequenos negócios	0,0%	0,0%	34,8%	3,4%
Sector público	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Transportes	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
estudante	0,0%	0,0%	8,7%	0,0%
Empregado por conta de outrém	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%
reformado	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%
5 Tem outra ocupação?				
Sim	92,9%	100,0%	86,4%	53,8%
Não	7,1%	0,0%	13,6%	46,2%
6 Distribuição de ocupação secundária				
Música	65,0%	14,3%	90,0%	8,3%
Artesanato	5,0%	52,4%	5,0%	25,0%
Agricultura	5,0%	4,8%	5,0%	25,0%
Pesca	0,0%	14,3%	0,0%	8,3%
Comércio/ pequenos negócios	0,0%	4,8%	0,0%	25,0%
Sector público	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Transportes	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Construção	5,0%	9,5%	0,0%	0,0%
Voluntário ONG	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Guia Turístico	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%
7 Média de pessoas que constituem agregado familiar	12,8	10,7	9,0	7,4
8 Que meios de transporte utiliza diariamente?				
Anda a pé	83,3%	86,7%	85,7%	75,9%
Transportes públicos	0,0%	0,0%	0,0%	10,3%
Bicicleta	8,3%	13,3%	4,8%	6,9%
Motorizada	0,0%	0,0%	9,5%	6,9%
Viatura própria	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%
9 A casa onde habita é:				
Própria/ de família	100,0%	100,0%	85,7%	92,9%
Arredada	0,0%	0,0%	14,3%	7,1%

10 Na sua opinião as condições da sua casa são:				
Muito insuficientes	9,1%	6,7%	0,0%	0,0%
Insuficientes	72,7%	66,7%	47,6%	17,9%
Razoáveis	18,2%	26,7%	52,4%	75,0%
Boas	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
Muito boas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
11 De uma forma geral, como classifica as suas condições de vida?				
Muito insuficientes	9,1%	6,7%	18,2%	3,6%
Insuficientes	63,6%	73,3%	45,5%	35,7%
Razoáveis	27,3%	20,0%	36,4%	57,1%
Boas	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Muito boas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
12 Principais constrangimentos observados				
Falta de renda	33,3%	32,1%	66,7%	50,0%
Acesso deficiente a saúde	19,0%	14,3%	0,0%	0,0%
Acesso deficiente a educação	9,5%	10,7%	0,0%	0,0%
Acesso deficiente a água potável	19,0%	21,4%	5,6%	3,8%
Condições precárias da habitação	19,0%	17,9%	5,6%	23,1%
Falta de acesso a infra-estruturas	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%
Falta de emprego	0,0%	0,0%	22,2%	7,7%
outros	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%
13 Há quanto tempo trabalha nesta actividade criativa?				
Menos de um ano	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%
Entre 1 e 3 anos	20,0%	0,0%	4,5%	18,5%
Entre 3 e 10 anos	20,0%	7,1%	27,3%	37,0%
Mais de 10 anos	60,0%	92,9%	63,6%	44,4%
14 Como aprendeu?				
Naturalmente na comunidade	80,0%	85,7%	73,9%	63,0%
Escola	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%
Mestre	20,0%	14,3%	21,7%	37,0%
15 Estaria em condições de ensinar outros?				
Sim	100,0%	100,0%	95,5%	100,0%
Não	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%
16 Estaria interessado em ter formação nesta área?				
Sim	68,8%	66,7%	90,9%	88,9%
Não	31,3%	33,3%	9,1%	11,1%
17 Quais as áreas que mais lhe interessam?				
Desenvolvimento técnico e artístico da arte que já pratico	89,5%	100,0%	85,7%	84,2%
Gestão actividades culturais	10,5%	0,0%	14,3%	15,8%
18 Considera que os jovens estão interessados em aprender a sua arte?				
Sim, mais do que no passado	37,5%	0,0%	56,5%	56,5%
Sim, mas menos do que no passado	18,8%	50,0%	26,1%	34,8%
Sim, como no passado	25,0%	7,1%	0,0%	8,7%
Não, como no passado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não, estão a perder interesse	18,8%	28,6%	13,0%	0,0%
Não sei	0,0%	14,3%	4,3%	0,0%
19 Factores que influenciam o interesse do jovens				
Tradição	30,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Gosto/ expressão artística	46,2%	0,0%	53,3%	0,0%
Têm perspectivas de renda	0,0%	0,0%	26,7%	100,0%
não têm perspectivas de renda	23,1%	100,0%	20,0%	0,0%

20	Na sua opinião quais são as saídas profissionais mais procuradas pelos jovens?				
	Imigração	27,6%	33,3%	0,0%	0,0%
	Construção	10,3%	5,6%	7,3%	5,3%
	Agricultura	20,7%	16,7%	2,4%	1,8%
	Comércio/ pequenos negócios	13,8%	16,7%	31,7%	26,3%
	Música	10,3%	16,7%	2,4%	0,0%
	Trabalhos domésticos	0,0%	5,6%	0,0%	0,0%
	Mecânica	3,4%	5,6%	0,0%	7,0%
	Artesanato	3,4%	0,0%	4,9%	17,5%
	Pesca	10,3%	0,0%	46,3%	29,8%
	Sector público	0,0%	0,0%	2,4%	5,3%
	Empregado por conta de outrem	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%
	Serralharia/ carpintaria	0,0%	0,0%	0,0%	7,0%
21	Divisão entre entidades colectivas ou individuais				
	Individual	11,8%	86,7%	61,9%	72,0%
	Colectiva	88,2%	13,3%	38,1%	28,0%
22	No caso de colectivo, média de participantes por grupo	27,18	3	28,8	11,6
23	No caso de colectivo, divisão de membros por género				
	Masculino	69,2%	100,0%	31,3%	28,4%
	Feminino	30,8%	0,0%	68,8%	71,6%
24	(Só para música) Que tipo de género musical faz?				
	Timbila	40,9%		0,0%	
	Chopo	9,1%		0,0%	
	Marrabenta	9,1%		0,0%	
	Ngalanga	13,6%		0,0%	
	Ngunhuta	4,5%		0,0%	
	Timbila fusão	4,5%		0,0%	
	Chinveca	4,5%		0,0%	
	Chitende	4,5%		0,0%	
	Concertina	4,5%		0,0%	
	Chingomane	4,5%		0,0%	
	Tufo	0,0%		38,7%	
	Marimba	0,0%		6,5%	
	Chacacha	0,0%		6,5%	
	Ligeira	0,0%		6,5%	
	Maulide Makira	0,0%		16,1%	
	Mzope	0,0%		19,4%	
	Moderna	0,0%		3,2%	
	Massepa	0,0%		3,2%	
25	(Só para música) Faz apresentações públicas?				
	Sim	100,0%		100,0%	
	Não	0,0%		0,0%	
26	(Só para música) Se sim, em que contexto?				
	Na comunidade	94,4%		26,8%	
	Em bares, restaurantes e outros estabelecimentos semelhantes	5,6%		2,4%	
	Festivais locais ou provinciais	0,0%		22,0%	
	Festivais internacionais	0,0%		9,8%	
	Eventos ou cerimónias de carácter privado	0,0%		22,0%	
	Por encomenda de turistas	0,0%		17,1%	
27	(Só para música) É pago pelas apresentações?				
	Sim, em todas as ocasiões	5,6%		5,3%	
	Sim, mas apenas em cerimónias de carácter privado	61,1%		73,7%	
	Não, nunca sou pago	33,3%		21,1%	

28 (Só para música) Como determina o preço por apresentação?		
Quantidade de tempo de dispendido pelo grupo	50,0%	14,3%
Grau de proximidade da pessoa que contrata	37,5%	14,3%
Aplico o preço referenciado localmente	0,0%	57,1%
Aceito o que as pessoas quiserem dar/ estendo pano	0,0%	14,3%
É o mínimo para comprar material	12,5%	0,0%
29 (Só para música) Com que regularidade ensaia?		
Não ensaia regularmente	8,3%	25,0%
1 vez por semana	66,7%	8,3%
2 vez por semana	25,0%	16,7%
3 vez por semana	0,0%	41,7%
4 vez por semana	0,0%	0,0%
5 vez por semana	0,0%	8,3%
30 (Só para artesanato) Que tipo de artesanato produz/vende?		
Timbila	13,3%	0,0%
Esteiras	13,3%	4,5%
Pilões	23,3%	0,0%
Copos	6,7%	0,0%
Panos bordados	3,3%	0,0%
Estatuetas e outros objectos decorativos em pau preto	6,7%	4,5%
Colheres de pau	20,0%	0,0%
Açucareiras	6,7%	0,0%
Cerâmica	6,7%	4,5%
Ourivesaria	0,0%	13,6%
Missangas	0,0%	9,1%
Conchas	0,0%	18,2%
Roupa	0,0%	13,6%
Camas tradicionais	0,0%	4,5%
Carpintaria (portas, cadeiras, portas, estantes, armários)	0,0%	13,6%
Cestos	0,0%	4,5%
moedas	0,0%	4,5%
Bijuteria	0,0%	4,5%
31 (Só para artesanato) Que tipo de matérias primas usa?		
As matérias primas da Timbila	28,6%	0,0%
Madeira de Chanfuta	28,6%	8,8%
Madeira de Mutsanha	7,1%	0,0%
Madeira de Mafurreira	21,4%	0,0%
Madeira diversa	0,0%	5,9%
Mutamba	0,0%	26,5%
Barro	14,3%	2,9%
Ouro	0,0%	5,9%
Prata	0,0%	5,9%
Missangas	0,0%	8,8%
Conchas	0,0%	35,3%
32 (Só para artesanato) Como obtém as matérias primas?		
Colecta na natureza	61,5%	16,7%
Compra localmente	23,1%	50,0%
Compra fora do distrito	15,4%	33,3%

34 (Só para artesanato) Como determina o preço por peça?				
Custo dos materiais de fabrico		37,5%		45,5%
Custo de mão de obra		50,0%		36,4%
Existência de lucro		12,5%		9,1%
Grau de proximidade sociaç com comprador		0,0%		4,5%
Aceito o que me oferecem		0,0%		4,5%
33 Quem compra?				
Particulares locais	70,6%	65,0%	48,0%	47,4%
Particulares não locais/turistas	29,4%	25,0%	52,0%	52,6%
Revendedores	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%
35 Costuma participar em feiras/ festivais ou outro tipo de eventos com a sua arte?				
Sim	100,0%	92,3%	100,0%	50,0%
Não	0,0%	7,7%	0,0%	50,0%
36 Se sim, qual o interesse de tais eventos?				
Convívio	20,0%	0,0%	9,1%	12,5%
Aprendizagem / colaboração entre artistas	45,0%	25,0%	50,0%	12,5%
Promoção	25,0%	12,5%	36,4%	25,0%
Fonte de rendimento	0,0%	37,5%	0,0%	50,0%
reconhecimento social	10,0%	25,0%	4,5%	0,0%
Divulgar cultura local	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%
37 Pertence a alguma associação?				
Sim	18,8%	0,0%	36,4%	32,1%
Não	81,3%	100,0%	63,6%	67,9%
38 De todas as actividades que pratica, qual o seu rendimento médio mensal				
nada	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%
menos de 500 MZM	23,1%	16,7%	45,0%	10,7%
501 MZM - 1000 MZM	38,5%	8,3%	20,0%	14,3%
1001 MZM - 3500 MZM	23,1%	25,0%	30,0%	46,4%
3501 MZM - 10000 MZM	15,4%	50,0%	0,0%	25,0%
10001 MZM - 25000 MZM	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Mais de 25000 MZM	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
39 Qual o seu rendimento médio mensal proveniente da actividade criativa				
nada	23,1%	0,0%	31,6%	0,0%
menos de 500 MZM	76,9%	33,3%	63,2%	21,4%
501 MZM - 1000 MZM	0,0%	16,7%	5,3%	14,3%
1001 MZM - 3500 MZM	0,0%	16,7%	0,0%	39,3%
3501 MZM - 10000 MZM	0,0%	33,3%	0,0%	21,4%
10001 MZM - 25000 MZM	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Mais de 25000 MZM	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
40 A renda que obtém da actividade criativa satizfaz as suas necessidades de que forma?				
Muito insuficiente	76,5%	0,0%	81,8%	7,7%
Insuficiente	23,5%	50,0%	9,1%	34,6%
Razoável	0,0%	35,7%	9,1%	42,3%
Boa	0,0%	14,3%	0,0%	15,4%
Muito boa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

41 Quais os principais obstáculos para poder ter mais renda da actividade artística?				
Falta de apoio do Estado	18,5%	0,0%	13,3%	0,0%
Falta de apoio de outras entidades	14,8%	0,0%	3,3%	0,0%
Falta de ferramentas (instrumentos, adereços e figurinos na música e ferram	18,5%	7,7%	13,3%	2,6%
Falta de acesso a transporte	11,1%	30,8%	3,3%	5,1%
Fraco reconhecimento e poder de compra do público local	11,1%	0,0%	16,7%	0,0%
Falta de infra-estruturas para apresentação e venda	7,4%	3,8%	0,0%	2,6%
Falta de promoção dos produtos/serviços produzidos	7,4%	0,0%	3,3%	0,0%
Escassez de matéria-prima a nível local	0,0%	30,8%	0,0%	17,9%
Fraca procura a nível local	0,0%	11,5%	10,0%	25,6%
Falta de acesso a recursos financeiros	0,0%	11,5%	0,0%	12,8%
Falta de ligações aos turistas	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%
Demasiada oferta	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%
Capacidade para aceder a outros mercados	0,0%	0,0%	0,0%	20,5%
Subida nos preços da matéria prima	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
outros	11,1%	3,8%	10,0%	5,1%
42 Na sua opinião como é que este obstáculos poderiam ser ultrapassados?				
Existência de um parceiro que providenciasse meios financeiros	41,2%	30,8%	4,8%	25,0%
Intervenção estatal	23,5%	0,0%	28,6%	0,0%
Criação de estruturas de formação	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Existência de um parceiro que providenciasse meios de transporte	0,0%	23,1%	0,0%	7,1%
Criação de infra-estruturas adequadas para a venda/apresentação	0,0%	30,8%	0,0%	14,3%
Existência de matéria prima a nível local	0,0%	15,4%	0,0%	0,0%
Criação de uma tabela de preços	0,0%	0,0%	9,5%	0,0%
Não sei	17,6%	0,0%	42,9%	50,0%
Outros	5,9%	0,0%	14,3%	3,6%
43 Compare as suas condições de vida com os seus vizinhos que não praticam actividades criativas				
Estou muito melhor	n.d.	n.d.	0,0%	3,7%
Estou melhor	n.d.	n.d.	28,6%	55,6%
Estou igual	n.d.	n.d.	42,9%	22,2%
Estou pior	n.d.	n.d.	28,6%	18,5%
Estou muito pior	n.d.	n.d.	0,0%	0,0%
44 Principais factores que influenciam esta percepção				
Utilidade proveniente do gosto da expressão artística	n.d.	n.d.	31,3%	0,0%
Utilidade proveniente do reforço de posição social	n.d.	n.d.	18,8%	0,0%
Perca de utilidade porque actividade não dá renda	n.d.	n.d.	50,0%	0,0%
Capacidade de realizar rendimentos positiva	n.d.	n.d.	0,0%	100,0%
45 (Para pessoas não praticantes de actividades criativas) As condições de vida dos seus vizinhos que praticam música/ artesanato, em relação às :				
Muito melhores	n.d.	n.d.	0,0%	0,0%
Melhores	n.d.	n.d.	35,3%	65,0%
Iguais	n.d.	n.d.	17,6%	0,0%
Piores	n.d.	n.d.	47,1%	35,0%
Muito piores	n.d.	n.d.	0,0%	0,0%
46 Principais factores que influenciam esta percepção				
têm maiores rendimentos	n.d.	n.d.	33,3%	72,7%
têm menores rendimentos	n.d.	n.d.	53,3%	27,3%
Música não dá renda	n.d.	n.d.	13,3%	0,0%

a) n.d significa não disponível

**Anexo 2 - Exemplo do questionário aplicado**

- 1 Entrevistador: \_\_\_\_\_ Nº de Questionário  data: \_\_\_\_\_
- 2 Nome: \_\_\_\_\_
- 3 Idade:  Sexo: F  M  Bairro: \_\_\_\_\_
- 4 Contacto celular: \_\_\_\_\_ Contacto email: \_\_\_\_\_
- 5 Estado Civil: Solteiro  Casado  Viúvo  Divorciado
- 6 Nível de Escolaridade: \_\_\_\_\_
- 7 Qual é a sua ocupação principal: \_\_\_\_\_
- 8 Tem outras ocupações? Sim  Não
- 9 Quais: \_\_\_\_\_

**Caracterização Socioeconómica**

- 1 Quantas pessoas constituem o agregado familiar? \_\_\_\_\_
- 2 Mais alguém trabalha? Sim  Não
- 3 Se sim, o que é que faz? \_\_\_\_\_
- 4 Os dependentes menores andam na escola? Sim  Não  Alguns
- 5 Se não matriculou todos, porquê? \_\_\_\_\_
- 6 Até que nível espera que eles estudem? \_\_\_\_\_
- 7 Que meios de transporte usa diariamente? Anda a pé  Transportes públicos
- 8 Bicicleta  Motorizada  Viatura própria  Viatura familiar  Outro
- 9 Tem? Celular  Rádio  televisor  Chapa de zinco
- 10 Das opções anteriores, o que comprou nos últimos 2 anos? \_\_\_\_\_
- 11 A casa onde mora é? Própria  Arrendada  De família
- 12 Na sua opinião as condições de sua casa são: Mt insuficientes  insuficientes   
razoáveis  boas  muito boas
- 13 Realizou obras/melhoramento na casa nos últimos 2 anos? Sim  Não

- 14 De uma forma geral como classifica as suas condições de vida: Mt insuficientes   
insuficientes  razoáveis  boas  muito boas

Porquê? \_\_\_\_\_

**Informação sobre a actividade**

1 Há quanto tempo trabalha no artesanato/música? \_\_\_\_\_

2 Como você aprendeu a fazer a música/ artesanato? \_\_\_\_\_

3 Estaria em condições ensinar a outras pessoas? Sim  Não

4 Estaria interessado em ter formação? Em quê? \_\_\_\_\_

5 Na sua opinião, os jovens estão interessados em aprender artesanato e/ou música?

Sim, mais do que antes  Sim, menos do que antes  Sim, igual

Não, estão a perder interesse  Não, igual  Não sei

6 Porquê? \_\_\_\_\_

6 Na sua opinião, quais são as actividades profissionais que os jovens procuram mais?

\_\_\_\_\_

7 Na sua actividade, existem mais mulheres ou homens? M  H

8 Porquê? [tentar perceber repartição percentual] \_\_\_\_\_

**Secção específica para artesanato**

1 Entidade: Individual  Familiar  Associação  Sociedade

2 Se entidade colectiva, quantos artesãos trabalham? Total  H  M

3 Que tipo de artesanato produz/vende? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4 Que tipo de produtos vende mais? \_\_\_\_\_

Quem compra? \_\_\_\_\_

5 Como é que decide o preço de venda de cada peça? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- 6 Que tipo de matérias primas usa? \_\_\_\_\_
- 
- 7 Como as obtém? \_\_\_\_\_
- 8 O acesso à matéria-prima nos últimos 2 anos está: Mais difícil  Igual
- 9 Mais fácil  Porquê? \_\_\_\_\_
- 10 Costuma participar em feiras/ festivais? Sim  Não
- 11 Se sim, qual é a importância destes eventos? \_\_\_\_\_
- 12 Qual o seu rendimento total mensal de todas as actividades que pratica? \_\_\_\_\_
- 13 Qual o rendimento mensal proveniente do artesanato? \_\_\_\_\_
- 14 De uma maneira geral acha que o seu negócio nos últimos 2 anos: Melhorou muito
- Melhorou  Está igual  Está pior  Muito pior
- 15 Porquê? \_\_\_\_\_
- 16 Quais são os principais obstáculos para poder ter mais renda? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- 17 Como é que estes obstáculos poderiam ser ultrapassados? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**Secção específica para Música**

- 1 Tipo de Entidade: Individual  Grupo
- 2 Se grupo, quantos participantes são: Total  Homens  Mulheres
- 3 Que tipo de música/dança faz: \_\_\_\_\_
- 4 Com que regularidade ensaia? \_\_\_\_\_
- 5 Faz Apresentações públicas? Sim  Não
- 6 Aonde? Na comunidade  Salas de espectáculos  bares  festivais locais
- festivais provinciais/ nacionais  festivais no estrangeiro  Eventos/ cerimónias

7 Se participa em festivais, qual a importância destes eventos? \_\_\_\_\_

8 É pago pelas apresentações? Sim  Não  Se não todas, quais? \_\_\_\_\_

9 Quem compra? \_\_\_\_\_

10 Quanto custa cada apresentação? \_\_\_\_\_

11 Como decide o preço? \_\_\_\_\_

12 [Se grupo] Qual o destino da receita obtida? \_\_\_\_\_

13 Qual é o seu rendimento mensal de todas as actividades que pratica? \_\_\_\_\_

14 Qual o rendimento mensal proveniente da música? \_\_\_\_\_

15 Quais são os principais obstáculos para poder ter mais renda? \_\_\_\_\_

16 Como é que estes obstáculos poderiam ser ultrapassados? \_\_\_\_\_

**Fim secção específica para Música**

1 Já alguma vez beneficiou de um projecto do: Governo  ONG  Outros

2 Em que consistiu? \_\_\_\_\_

3 Pertence a alguma associação? Sim  Não

4 Porquê? \_\_\_\_\_

5 Quais são as principais fontes de renda. ( Enumere de 1 a 5. Sendo 1 a mais importante.)

Música  Artesanato  Agricultura  Pesca  Outro \_\_\_\_\_

6 A renda que obtêm do artesanato/música satisfaz as suas necessidades de forma:

Muito boa  Boa  Suficiente  Insuficiente  Quase nada

7 Compare suas condições de vida com vizinhos que não praticam arte. Você está:

muito melhor  melhor  igual  pior  muito pior

Porquê? \_\_\_\_\_