



BOLETIM OFICIAL

ÍNDICE

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA:

Decreto-Presidencial n° 7/2015:

Nomeando, sob proposta do Governo, José Luís Monteiro para exercer, em comissão ordinária de serviço, o cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde junto da República da Áustria, com residência em Genebra, Suíça. 920

Decreto-Presidencial n° 8/2015:

Nomeando, sob proposta do Governo, Domingos Dias Pereira Mascarenhas para exercer, em comissão ordinária de serviço, o cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde junto da República do Equador, com residência em Brasília, Brasil. 920

Decreto-Presidencial n° 9/2015:

Dando por finda, sob proposta do Governo, a comissão de serviço de Maria Cristina Rodrigues de Almeida Pereira, no cargo de Embaixadora Extraordinária e Plenipotenciária da República de Cabo Verde junto da República Federal da Alemanha. 920

Decreto-Presidencial n° 10/2015:

Dando por finda, sob proposta do Governo, a comissão de serviço de Júlio César Freire de Moraes, no cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde na República Popular da China. 920

Decreto-Presidencial n° 11/2015:

Dando por finda, sob proposta do Governo, a comissão de serviço de Manuel Avelino Couto da Silva Matos, no cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde na República de Cuba 921

Rectificação:

Ao Decreto-Presidencial n° 6/2015, publicado no Boletim Oficial n° 26/2015, de 17 de Abril..... 921

CONSELHO DE MINISTROS:**Resolução nº 34/2015:**

Approva o Plano Estratégico Integrado para as Economias Criativas..... 921

Resolução nº 35/2015:

Designa os membros da Comissão Instaladora do Instituto Universitário de Educação. 946

Resolução nº 36/2015:

Atribui ao cidadão Gilberto Sabino Évora, um complemento de pensão no valor de 82.644\$00 (oitenta e dois mil e seiscentos e quarenta e quatro escudos) mensal. 947

Resolução nº 37/2015:

Altera o n.º 1 do artigo 12.º da Resolução n.º 13/ 2015, de 26 de Fevereiro. 947

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA**Decreto-Presidencial n.º 7/2015**

de 29 de Abril

Usando da competência conferida pela alínea c) do artigo 136.º da Constituição, o Presidente da República decreta o seguinte:

Artigo 1.º

É nomeado, sob proposta do Governo, Domingos Dias Pereira Mascarenhas para exercer, em comissão ordinária de serviço, o cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde junto da República do Equador, com residência em Brasília, Brasil.

Artigo 2.º

O presente Decreto-Presidencial entra imediatamente em vigor.

Publique-se.

Palácio da Presidência da República, na Praia, aos 21 de Abril de 2015. – O Presidente da República, JORGE CARLOS DE ALMEIDA FONSECA

Referendado aos 21 de Abril de 2015

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Decreto-Presidencial n.º 8/2015

de 29 de Abril

Usando da competência conferida pela alínea c) do artigo 136.º da Constituição, o Presidente da República decreta o seguinte:

Artigo 1.º

É nomeado, sob proposta do Governo, José Luís Monteiro para exercer, em comissão ordinária de serviço, o cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde junto da República da Áustria, com residência em Genebra, Suíça.

Artigo 2.º

O presente Decreto-Presidencial entra imediatamente em vigor.

Publique-se.

Palácio da Presidência da República, na Praia, aos 21 de Abril de 2015. – O Presidente da República, JORGE CARLOS DE ALMEIDA FONSECA

Referendado aos 21 de Abril de 2015

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Decreto-Presidencial n.º 9/2015

de 29 de Abril

Usando da competência conferida pela alínea c) do artigo 136.º da Constituição da República, o Presidente da República decreta o seguinte:

Artigo 1.º

É dada por finda, sob proposta do Governo, a comissão de serviço de Júlio César Freire de Moraes, no cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde na República Popular da China.

Artigo 2.º

O presente Decreto-Presidencial entra imediatamente em vigor e produz efeitos a partir do dia 30 de Agosto de 2015.

Publique-se.

Palácio da Presidência da República, na Praia, a 23 de Abril de 2015. – O Presidente da República, JORGE CARLOS DE ALMEIDA FONSECA

Referendado aos 23 de Abril de 2015

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Decreto-Presidencial n.º 10/2015

de 29 de Abril

Usando da competência conferida pela alínea c) do artigo 136.º da Constituição da República, o Presidente da República decreta o seguinte:

Artigo 1.º

É dada por finda, sob proposta do Governo, a comissão de serviço de Maria Cristina Rodrigues de Almeida Pereira no cargo de Embaixadora Extraordinária e Plenipotenciária da República de Cabo Verde junto da República Federal da Alemanha.

Artigo 2.º

O presente Decreto-Presidencial entra imediatamente em vigor e produz efeitos a partir do dia 30 de Maio de 2015.

Publique-se.

Palácio da Presidência da República, na Praia, aos 23 de Abril de 2015. – O Presidente da República, JORGE CARLOS DE ALMEIDA FONSECA

Referendado aos 23 de Abril de 2015

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Decreto-Presidencial n.º 11/2015

de 29 de Abril

Usando da competência conferida pela alínea c) do artigo 136.º da Constituição da República, o Presidente da República decreta o seguinte:

Artigo 1.º

É dada por finda, sob proposta do Governo, a comissão de serviço de Manuel Avelino Couto da Silva Matos no cargo de Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da República de Cabo Verde na República de Cuba.

Artigo 2.º

O presente Decreto Presidencial entra imediatamente em vigor e produz efeitos a partir do dia 31 de Agosto de 2015.

Publique-se.

Palácio da Presidência da República, na Praia, a 23 de Abril de 2015. – O Presidente da República, JORGE CARLOS DE ALMEIDA FONSECA

Referendado aos 23 de Abril de 2015

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves***Rectificação**

Por ter sido publicado de forma inexacta o Decreto-Presidencial n.º 6/2015, publicado no *Boletim Oficial* n.º 26/2015, de 17 de Abril, rectifica-se na parte que interessa:

Onde se lê:

“(...) o um acordo que contribuiu...”,

Deve ler-se:

“...o acordo que contribuiu...”

Onde se lê:

“Danna Mohler-Faria”

Deve ler-se:

“Dana Mohler-Faria”»

Gabinete do Presidente da República, na Praia, aos 24 de Abril de 2015. – A Directora de Gabinete, *Tania Romualdo*

—————o§o—————

CONSELHO DE MINISTROS**Resolução n.º 34/2015**

de 29 de Abril

O Plano Estratégico Intersetorial da Cultura – PLEI Cultura, em sinergia com o Documento Estratégico de Crescimento e Redução da Pobreza - DECRP III - e o Relatório de Atualização do Estudo Diagnóstico de Inte-

gração do Comércio 2013 - EDIC 2013 - vem ratificar a relevância do investimento nas economias criativas de Cabo Verde, reposicionando a cultura e a criatividade do país como vetores estratégicos de desenvolvimento. Assim como o EDIC 2013, o PLEI apresenta uma série de ações e indicações de projetos fundamentais com vistas ao enfrentamento dos desafios para o desenvolvimento das economias criativas de Cabo Verde.

Cabo Verde tem potencial para construir e consolidar uma marca-país associada aos seus bens e serviços criativos a partir da potencialização das economias da música, do artesanato, dos seus produtos da terra (gastronomia e bebidas – doces, queijos, temperos, café, vinhos, dentre outros), da moda, das suas festas, celebrações e festivais e do turismo cultural.

É grande o acumulado de esforços e trabalhos com a finalidade de se estabelecer estratégias de desenvolvimento e crescimento do país com redução da pobreza. Este Plano se propõe a apresentar um conjunto de estratégias essenciais neste sentido.

O presente Plano visa essencialmente reconhecer e institucionalizar a Economia Criativa como estratégica para o desenvolvimento do País nas políticas do Ministério da Cultura e dos Ministérios parceiros, porque um país inovador necessariamente é um país que formula e implementa políticas públicas para a criatividade, considerando-as a base de construção de um ambiente propício à inovação.

Assim,

Nos termos do n.º 2 do artigo 265.º da Constituição, o Governo aprova a seguinte Resolução:

Artigo 1.º

Objeto

É aprovado o Plano Estratégico Integrado para as Economias Criativas, abreviadamente designado por PLEI Economias Criativas, que se publica em anexo à presente Resolução, da qual faz parte integrante.

Artigo 2.º

Implementação e Coordenação

O departamento governamental responsável pela Cultura é a entidade encarregue pela implementação, monitoramento e avaliação das políticas e programas para as Economias Criativas de Cabo Verde.

Artigo 3.º

Entrada em vigor

A presente Resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovada em Conselho de Ministros de 27 de novembro de 2014.

O Primeiro-ministro, *José Maria Pereira Neves*

ANEXO
(a que se refere artigo 1.º)

**PLANO ESTRATÉGICO INTEGRADO PARA
O DESENVOLVIMENTO DAS ECONOMIAS
CRIATIVAS – PLEI ECONOMIAS CRIATIVAS**

Introdução

Este documento apresenta uma primeira versão de um *plano estratégico para o desenvolvimento das economias criativas de Cabo Verde – Plano Cabo Verde Criativo*.

Em sua formulação, dialoga com o conjunto de documentos produzidos pelo Governo cabo-verdiano sobre a agenda da cultura e desenvolvimento, em especial, com o **Plano Estratégico Intersectorial de Cultura – PLEI Cultura**, importante documento de referência para o qual o **Plano Cabo Verde Criativo** representa um esforço de priorização e aprofundamento em eixos e iniciativas prioritárias.

Neste sentido, o Plano Cabo Verde Criativo (PCVC), aqui apresentado em sua versão inicial, representa um esforço de priorização e maior detalhamento de alguns dos eixos e iniciativas indicadas no PLEI Cultura.

Para o estabelecimento destas prioridades, o PCVC levou em consideração cinco critérios que, conjuntamente, formam a *Matriz de Priorização do Plano Cabo Verde Criativo*:

- i. Maior impacto positivo da iniciativa/estratégia/eixo sobre o maior conjunto de sectores, actividades e territórios criativos em Cabo Verde, e visa identificar aquelas que mais impactam o maior número de segmentos e territórios. Este critério pode ser sintetizado no indicador de grau de intersectorialidade da iniciativa/estratégia/eixo;
- ii. Maior impacto positivo sobre sectores, actividades ou territórios estratégicos, assim considerados aqueles que já demonstram reconhecimento nacional e internacional apreciável, seja um reconhecimento consolidado ou potencial. Este critério pode ser sintetizado no indicador do grau de impacto sobre sectores, actividades ou territórios criativos considerados estratégicos;
- iii. Maior impacto positivo sobre a consolidação do mercado interno de produtos, serviços e actividades culturais e criativas, expresso na maior geração possível de oportunidades de trabalho, emprego, renda e negócios. Este critério pode ser sintetizado no indicador de número de oportunidades de trabalho, emprego, renda e negócios.
- iv. Maior impacto para o fortalecimento da diversidade e da identidade cultural de Cabo Verde como seu principal activo de afirmação como nação autónoma, soberana e criativa no mundo globalizado em que vivemos. Este critério

pode ser sintetizado no indicador do grau de fortalecimento da diversidade e da identidade cultural de Cabo Verde.

- v. Maior impacto sobre o acesso e comercialização de produtos, serviços e actividades culturais e criativas, mensurando a capacidade de geração de produtos, serviços e actividades com maior aceitação nos mercados locais, nacionais e internacionais. Este critério pode ser sintetizado no indicador de aumento do nível de acesso e comercialização de produtos, serviços e actividades culturais e criativas de Cabo Verde.

Todos os indicadores foram avaliados com base numa escala com quatro níveis: alto, médio-alto, médio-baixo e baixo impacto das iniciativas/estratégias a serem implementadas.

Em seu conjunto, esses indicadores constituem a *Matriz de Priorização* do Plano Cabo Verde Criativo, e dialogam com os princípios de sustentabilidade, diversidade, democratização do acesso e inovação que norteiam este Plano.

Parte I – Diagnóstico socioeconómico e as vocações de Cabo Verde para as economias criativas

1. Aspectos socioeconómicos de Cabo Verde

Em Cabo Verde, além da agricultura e do agronegócio, da pesca e da economia marítima e do turismo, as economias criativas vêm sendo reconhecidas e tratadas como prioridades estratégicas a partir da formulação de políticas voltadas para o crescimento e a redução da pobreza¹ junto às políticas de desenvolvimento e integração do comércio cabo-verdiano².

É clara a preocupação do Governo de Cabo Verde com a identificação de alternativas de desenvolvimento associadas a acções efectivas e exequíveis no curto, médio e longo prazos. Uma série de reformas administrativas do Estado foram e vem sendo feitas para melhorar o ambiente de negócios e gerar estabilidade macroeconómica. Do período pós-independência até a primeira década do século XXI, muito foi feito.

Segundo o Documento Estratégico de Crescimento e Redução da Pobreza (DECRP III) foram quatro as principais razões para o sucesso do crescimento do país, considerando-se o período desde a sua independência, em 1975, até os anos atuais: “Investimento consistente em capital humano; boa governação e gestão do Estado e da economia; estabilidade político-social; e generosidade da comunidade internacional e os laços fortes com a diáspora global de Cabo Verde”.

O PIB cabo-verdiano em 2002 era cerca de USD 620,974,807, tendo aumentado para USD 1,648,093,063 em 2010. O crescimento médio foi de mais 5% ao ano. O sector de serviços é o que mais cresceu nos últimos 10 anos, com destaque para o turismo, o principal motor da economia cabo-verdiana, responsável por 20% do PIB do país, e cerca de 60% das exportações totais.

Ao analisar os dados relativos à população abaixo do limiar da pobreza, percebe-se uma drástica redução, de

¹Documento Estratégico de Crescimento e Redução da pobreza (2012 a 2016) – DECRP III

²Atualização do Estudo diagnóstico de integração do comércio 2013 – EDIC 2013

49% em 1980 para 25% da população em 2011. Entre os anos de 2002 a 2011, o governo investiu em infra-estruturas básicas através da construção de escolas, da extensão da rede de cuidados primários de saúde, da ampliação do acesso à energia eléctrica, água potável e saneamento básico. Muito foi feito, mas é preciso ir além. A inclusão produtiva da população do país, sobretudo da população jovem, faz-se necessária e para isso programas de formação e capacitação profissional, aliados ao fomento a iniciativas e negócios, são essenciais.

Por outro lado, apesar desses importantíssimos avanços, são preocupantes os indicadores que apontam um declínio no ritmo de crescimento do país e um relativo esgotamento na capacidade de seguir diminuindo as desigualdades sócio económicas no país no ritmo observado no período recente. Muito em decorrência dos efeitos da crise mundial pós 2008, tivemos, no ano de 2013, a marca de 16.4% de desemprego da população economicamente activa, a baixa taxa de crescimento do PIB país (apenas 0,5%), o decréscimo de 1,1% do rendimento das famílias.

Estes indicadores preocupantes estão directamente relacionados à instabilidade macroeconómica e às dificuldades dos países em todo mundo recuperarem-se da forte crise que a economia mundial, e especialmente as economias norte-americana e da zona do Euro, vem enfrentando desde o ano de 2008.

Um indicador que revela os impactos da instabilidade macroeconómica mundial está relacionado com as oscilações nos saldos da balança comercial de Cabo Verde. Segundo o documento “Dados básicos e principais indicadores económico-comerciais de Cabo Verde”, as exportações do arquipélago, após terem praticamente dobrado em 2011 (atingindo a marca de 68,9 milhões de USD) em relações ao volume de 35,2 milhões de USD atingido em 2009 (pior ano da série pós crise de 2008), voltaram a apresentar relativo declínio no ano de 2012, baixando para 55,8 milhões de USD, valor praticamente igual ao volume de exportações alcançado no ano de 2008 (52,6 milhões de dólares).

Esta relativa instabilidade também pode estar relacionada ao perfil dos principais parceiros comerciais de Cabo Verde, já que historicamente a maior parte das exportações do país destinam-se à Europa, sobretudo para a Espanha e Portugal (estes dois países juntos responderam por 87% das exportações de CV em 2102, sendo 72% para a Espanha e 15% para Portugal). O Brasil praticamente não importa produtos cabo-verdianos.

Observando-se a pauta de exportações de Cabo Verde, também constata-se a importância do *cluster* do mar. Em 2012, pescados e suas preparações somaram 79,3% das vendas do País (preparações e conservas de peixes; caviar e seus sucedâneos preparados a partir de ovas de peixe e peixes congelados). Seguiram-se as exportações de calçados com 7,8%, e de bebidas com 7,3%.

Claramente, as exportações desses sectores já importantes para a economia cabo-verdiana podem se beneficiar das contribuições do desenvolvimento das economias criativas, especialmente dos aportes decorrentes do fortalecimento da culinária, da certificação, valorização

e comercialização de *produtos da terra* e da valorização do património imaterial. Podem ainda se beneficiarem das contribuições do design (especialmente de embalagens, mas também do design gráfico e de sites para a comercialização dos produtos), e do turismo cultural e criativo. Festas, feiras e festivais gastronómicos associados aos produtos do mar também podem ser importantes mecanismos que, aliados a outros produtos e actividades culturais como os festivais de música e a cultura digital (preparação de sites, blogs, vídeos, e-commerce etc.), podem impactar positivamente na ampliação das exportações desses produtos já tradicionalmente comercializados por Cabo Verde.

Uma outra informação relevante, apresentada pelo documento “Principais Indicadores Económicos e Financeiros, produzido pelo Instituto Nacional de Estatísticas e Ministério das Finanças e Planeamento de Cabo Verde, revela que a procura de Cabo Verde como destino turístico tem como principais países de origem o Reino Unido (19%), a Alemanha (15%), França (15%), Portugal (11%) e a Bélgica e Holanda que juntos respondiam por 9% dos turistas). Estes dados revelam uma alta dependência em relação aos turistas do continente europeu, além de indicarem, por outro lado, a possibilidade de estratégias que fortaleçam a participação de turistas de outras partes do mundo, especialmente dos países africanos, asiáticos e americanos.

Observando-se mais de perto, a contribuição das economias criativas no PIB de Cabo Verde, contudo, ainda é pouco significativa, ainda mais se considerarmos que o país dispõe de poucas informações detalhadas sobre o tema.

Contudo, o seu potencial de desenvolvimento e de agregação de valor a diferentes produtos, serviços e actividades é bastante evidente, a começar pelo sector turismo e pelo *cluster* do mar, como já mencionados anteriormente. Ressalte-se ainda o potencial de sectores como o da música, do artesanato, das festas e celebrações populares e da produção de conteúdos digitais criativos tendo como suporte o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), e já teremos um cenário bastante promissor.

Quando o assunto é economia da cultura, o Governo de Cabo Verde estabeleceu as seguintes estratégias prioritárias: **turismo cultural e criativo**, baseado em circuitos de feiras, festas e festivais e no turismo de vivência e de experiência criativa, na qual o visitante faz uma imersão no mundo cultural, vivencia, troca experiência e mesmo aprende actividades, práticas ou modos de fazer da cultura do país (como culinária, música, arquitectura, artes visuais e outras); roteiros associados ao património material e imaterial; comercialização de bens culturais numa rede de pontos de vendas em hotéis, portos, aeroportos e em locais turísticos; apoio e promoção de artistas e bens culturais em espectáculos, concertos, festivais, feiras, galerias e similares.

São muitos os desafios a serem enfrentados para a potencialização da economia desses sectores:

- Fragilidade ou ausência de infra-estruturas para a potencialização das dinâmicas económicas de produção, distribuição e consumo de bens e serviços criativos;

- Políticas públicas de economia criativa insipientes e pouco transversais capazes de promover o desenvolvimento e a empregabilidade da população;
- Inexistência ou inadequação de legislações e regulamentações que criem um ambiente favorável para o desenvolvimento das economias criativas;
- Baixa capacidade de financiamento e investimento tanto público quanto privado;
- Elevada informalidade dos empreendimentos actuantes nessas economias;
- Oferta reduzida de formação em empreendedorismo, gestão e em áreas técnicas necessárias para o desenvolvimento das cadeias produtivas dos diversos sectores criativos que compõem essas economias.

Considerando-se os principais constrangimentos ao desenvolvimento, identificados no Relatório Global de Competitividade e elencados na “Agenda de Transformação e Reforma do Estado” de Cabo Verde, verifica-se: grande dificuldade no acesso a linhas de financiamento, o baixo nível de qualificação da mão-de-obra no país, altas taxas de impostos, burocracia, infra-estrutura logística inadequada, entre outras.

Ainda que o país enfrente estas dificuldades, já há uma clara percepção, descrita na Agenda de Transformação e Reforma do Estado de Cabo Verde, quanto à busca de “novas realidades” por meio da “passagem da gestão da ajuda para a criação e aproveitamento de novas oportunidades, uma visão sólida, políticas inovadoras e estratégias e uma abordagem estratégica para a gestão do desenvolvimento sustentável.”

O Plano Estratégico Intersectorial da Cultura – PLEI Cultura, em sinergia com o DECRP III e o Relatório de Actualização do Estudo Diagnóstico de Integração do Comércio 2013 (EDIC 2013) vem ratificar a relevância do investimento nas economias criativas de Cabo Verde, reposicionando a cultura e a criatividade do país como vectores estratégicos de desenvolvimento. Assim como o EDIC 2013, o PLEI apresenta uma série de acções e indicações de projectos fundamentais com vistas ao enfrentamento dos desafios para o desenvolvimento das economias criativas de Cabo Verde.

Cabo Verde tem potencial para construir e consolidar uma marca-país associada aos seus bens e serviços criativos, a partir da potencialização das economias da música, do artesanato, dos seus produtos da terra (gastronomia e bebidas – doces, queijos, temperos, café, vinhos, dentre outros), da moda, das suas festas, celebrações e festivais e do turismo cultural.

É grande o acumulado de esforços e trabalhos com a finalidade de se estabelecer estratégias de desenvolvimento e crescimento do país com redução da pobreza. Este Plano se propõe a apresentar um conjunto de estratégias essenciais neste sentido.

2. As vocações de Cabo Verde para as Economias Criativas e seu Potencial Exportador

Como foi dito anteriormente, nos últimos 10 anos, o sector de serviços de Cabo Verde foi o que mais cresceu em comparação aos demais, com destaque para os serviços associados ao turismo. No entanto, considerando-se o potencial criativo e a diversidade cultural do país, muito há o que se caminhar no sentido de fortalecer sectores criativos de grande vocação nacional mas fragilizados pela ausência de políticas públicas transversais que fomentem a criação e o desenvolvimento de negócios e fortaleçam a cultura empreendedora do povo cabo-verdiano.

Analisando-se estudos realizados pela Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI) de Cabo Verde, acerca das oportunidades de negócios nos sectores primário, industrial ou de transformação e de serviços, podemos constatar um grande espectro de possibilidades de investimento para o desenvolvimento das economias criativas do país a partir da identificação de áreas de negócios específicas, gerando inclusão social e produtiva, emprego e renda.

A seguir, no Quadro 2, podem ser observadas áreas de negócios relacionadas com as economias criativas de Cabo Verde identificadas pela ADEI como oportunidades de investimento para empreendedores locais e internacionais, de acordo com a localização, as zonas estratégicas e o índice de oportunidade de Negócios (ION³).

Quadro 2: Oportunidades de negócios para serviços criativos em Cabo Verde

	Área de negócio	Localização	Zonas Estratégicas	ION*
Serviços de apoio ao turismo e lazer	Empresas de organização e promoção de eventos	Centros Urbanos	Praia e Mindelo, Sal e Boa Vista	40,6%
	Empresas de artesanato	Nacional	Santiago, Fogo, Santo Antão	35,3%
Educação e serviços relacionados	Centro de formação especializado em cursos profissionais	Centros Urbanos	Nacional	44,4%
	Empresas de edição de banda desenhada e revistas especializadas	Centros Urbanos	Praia e Mindelo, Sal e Boa Vista	44,0%
	Escola de informática	Centros Urbanos	Nacional	43,1%
	Centro de formação em música e arte	Centros Urbanos	Nacional	41,4%
	Empresas de edição de livros, cadernos, etc.	Centros Urbanos	Praia e Mindelo	40,8%
	Escola de culinária	Centros Urbanos	Nacional	38,6%
	Empresas de livrarias especializadas	Centros Urbanos	Nacional	38,0%
	Escola de dança	Centros Urbanos	Nacional	36,0%

³Quanto menor valor do ION, maior será a facilidade / oportunidade de negócios. LU – qual é a escala? Por exemplo: Baixa 100-75%, média baixa: 74-50%, média-alta: 49% a 25%, alta 24% a 0%?

	Área de negócio	Localização	Zonas Estratégicas	ION*
Financeiro e serviços relacionados	Empresas de consultoria na área financeira	Centros urbanos	Praia e Mindelo, Sal e Boa Vista	51,7%
	Agências de microcrédito direccionadas para pequenos negócios	Centros urbanos	Todos	49,7%
	Empresas de assessoria financeira, auditoria e fiscal	Centros urbanos	Praia e Mindelo, Sal e Boa Vista	49,6%
Comércio e outros serviços	Empresa de exportação de produtos made in Cabo Verde	Centros urbanos	Praia, Mindelo, Sal, Boa Vista, Santa Catarina, São Filipe	44,3%
	Livraria	Centros urbanos	Nacional	39,0%
	Loja de calçados	Centros urbanos	Nacional	34,6%
	Loja de roupas infantis e infanto-juvenis	Centros urbanos	Nacional	34,1%
	Loja de bijuterias	Centros urbanos	Nacional	31,8%

Fonte: Agência de Desenvolvimento e Inovação – ADEI (2013)

A partir da análise dos exemplos de oportunidades de investimento elencados, percebe-se o quanto os sectores criativos cabo-verdianos necessitam de apoio e fomento. O país carece de investimentos em negócios que são básicos para o funcionamento dos sistemas produtivos destes sectores. Não há como pensar na exportação de bens e serviços criativos sem o cumprimento de etapas anteriores que qualifiquem processos e produtos que permitam ao país se posicionar no mercado internacional de igual para igual. É preciso implantar estratégias de desenvolvimento gradativas que permitam qualificar produtos e acessar mercados.

Os Desafios para Alcançar a Qualidade dos Bens e Serviços Criativos nos Mercados Internos e Externos

Quando falamos em qualidade de bens e serviços, é preciso definir o que entendemos por qualidade. A qualidade de um produto não corresponde a uma medida única, mas à percepção de um conjunto de dimensões de natureza subjectiva (simbólica e estética), funcional, técnica ou mesmo monetária.

No campo das economias criativas, os produtos têm no simbólico a sua dimensão de qualidade determinante, embora não suficiente, quando analisamos os diferentes níveis de exigência e sofisticação do público consumidor e o nível de competitividade dos mercados globais.

Por exemplo, não basta compor uma música de qualidade, é preciso cantores e instrumentistas profissionais, são necessários instrumentos musicais de qualidade, o acesso a estúdios de gravação ou a tecnologias digitais para o seu registo, espaços de circulação para apresentações, técnicos de som e de iluminação competentes, enfim, é preciso investir nos sectores criativos considerando-se todas as etapas e atores dos seus ciclos económicos.

3. A Reforma do Estado Cabo-Verdiano e as Economias Criativas como um Vector de Desenvolvimento do País

Considerando-se o processo de estruturação e reforma do Estado Cabo-Verdiano, constata-se três momentos fundamentais de evolução: o primeiro, que corresponde ao período que se inicia na independência do país em 1975 até o ano de 1989, com foco nas temáticas associadas a questões de institucionalização, alimentação, saúde e educação; o segundo, entre 1990 e 2000, cuja prioridade é dada às questões relacionadas à democratização política e à liberalização dos mercados; o terceiro, entre 2000 e 2011, avança nas reformas institucionais, tendo como base o reforço da cidadania, a modernização, a transparência e a competitividade.

É nesta perspectiva de mudança e transformação que o Governo de Cabo Verde, ainda na Agenda de Transformação e Reforma do Estado, define a seguinte Visão:

“Queremos um País aberto ao mundo, com um sistema produtivo forte e dinâmico, assente na valorização do seu capital humano, capacitação tecnológica e na sua cultura. Queremos uma sociedade solidária, de paz e justiça social, democrática, aberta e tolerante”

Desta forma, as economias criativas cabo-verdianas assumem uma posição estratégica como um dos vectores de desenvolvimento do país no sentido de gerar saltos qualitativos e quantitativos, e de integrar sua riqueza ancestral com os avanços tecnológicos contemporâneos.

Como fundamento dessa Reforma, o Governo cabo-verdiano ratifica seu papel de facilitador, junto à iniciativa privada, para a formulação, implantação e monitoramento de políticas, programas e acções voltados ao desenvolvimento das economias criativas, ao mesmo tempo em que vem construindo a necessária transversalidade dentro das demais pastas do Governo que potencializem esses sectores. Sobre sua tarefa de facilitador, o Estado compreende que não pode trazer para si todas as acções de fomento às dinâmicas económicas dos sectores culturais e criativos.

Sobre a transversalidade, o Estado claramente tem se comprometido a exercitá-la a partir da formulação, implantação e monitoramento/avaliação de políticas públicas para as economias criativas a partir de uma concertação entre ministérios, agências e outras organizações públicas; além de organizações privadas, do terceiro sector e organismos internacionais.

Dessa forma, o Estado poupa recursos, potencializa suas políticas, cria novas sinergias, produzindo impactos mais eficazes e efectivos das respectivas políticas nos territórios e suas populações.

Em função da natureza transversal da temática, a Reforma do Estado contribui para que as políticas públicas para as economias criativas atravessem, por exemplo, *clusters* de sectores tradicionais como o da agricultura (o café), o da pecuária (o leite) e o do mar (o atum), transfor-

mando esses produtos em novos activos económicos, enfim agregando valor aos mesmos, com o objectivo de construir, através deles, uma “marca país” para Cabo Verde.

Como exemplo desta inflexão, podemos citar o protocolo de parceria em prol da Cultura Digital cabo-verdiana assinada pelo Ministério da Cultura (MC) e a empresa de Telecomunicações (TLC) em 31 de maio de 2013. Esta parceria visa materializar e formalizar as acções preconizadas pelo MC na promoção da cultura, através do acesso livre à Internet e de outras plataformas digitais. E mais. O investimento decorrente deste protocolo amplia a geração de conhecimentos e de processos formativos efectivos, além de gerar um amplo espectro de oportunidades de negócios para os profissionais e empreendedores dos sectores criativos, a partir de plataformas digitais de difusão e distribuição/comercialização de bens e serviços criativos.

“Acabamos de assinar a parceria com a TLC que traz a tecnologia Wimax e vai montar as antenas para a transmissão internet sem fios, e isso vai permitir que todos os bairros do país integrem uma nova era chamada de cultura digital. É como se estivéssemos a alfabetizar novamente todos. Isso é um grande programa da inclusão digital e implica conseguir utilizar o telemóvel, o computador ou qualquer terminal os jovens tenham em qualquer lugar do país para fazer filme e publicidade e fazer upload de conteúdos de Cabo Verde para a internet”. (Mário Lúcio, Ministro da Cultura de Cabo Verde)

Por outro lado, a vocação das ilhas para festas (carnaval, São João), festivais (Música, Teatro, Gastronomia) estimula a integração das políticas ministeriais assim como amplia a sinergia entre as cadeias produtivas dos sectores primários (agricultura), secundário (indústria) e terciário (comércio de bens e serviços). Vale ainda destacar que a transversalidade da gestão pública trará impactos positivos para uma aproximação entre o Estado e a Sociedade Civil, de Cabo Verde, estimulando, sobretudo, o empreendedorismo em suas práticas e contribuindo para a criação de um ambiente favorável à criatividade e à inovação de seus produtos e serviços. Enfim, com a Reforma, o Estado passa a contribuir de forma definitiva para o aumento da qualidade e da competitividade de seus produtos e serviços, aumentando, por conseguinte, sua capacidade exportadora.

Parte II – Plano Cabo Verde Criativo: a transversalidade das economias criativas cabo-verdianas

O Ministério da Cultura – MC vem assumindo a tarefa de liderar dentro do Governo uma nova política pública fundamentada na cultura e na criatividade cabo-verdianas como eixos estratégicos, estruturantes e finalísticos, para o desenvolvimento do país. Para tanto, assume a formulação, implantação, monitoramento e avaliação das políticas e programas para as economias criativas de Cabo Verde. As vocações do país, de característica insular, se destacam pela diversidade cultural das ilhas e a expressiva diáspora cabo-verdiana, que potencializa um grande mercado consumidor dos seus produtos (o “mer-

cado da saudade”), a situação estratégica do país entre África, Europa e América do Sul, a riqueza do imaginário de um arquipélago onde “em cada parte se encontra o todo” e onde o património cultural produzido pelos seus habitantes reflecte essa “ética da fragmentação”.

Cabo Verde, pela sua própria geografia física e humana, possui um potencial *sui generis* para ser objecto de um novo projecto de desenvolvimento. É evidente que as riquezas de Cabo Verde são menos as riquezas naturais do que as culturais, ou seja, qualquer projecto de desenvolvimento voltado para a chamada “economia suja” (a economia do petróleo, do carvão etc.) não encontrará substrato para se concretizar. Com efeito, Cabo Verde é um exemplo perfeito de um país cujo maior insumo é o seu património cultural e, por isso, pode se transformar em um *case* de crescimento de uma “economia limpa”, fundamentada na diversidade das suas expressões culturais. Essa decisão política aposta em uma alternativa de desenvolvimento sustentável e não espoliadora dos recursos naturais e humanos. Uma economia de inclusão social, voltada para os pequenos e disposta a trabalhar no seu território alguns nichos especiais de produção cultural, ou seja, não se trata da construção de um plano de desenvolvimento típico das sociedades industriais, voltado à produção em massa, mas, pelo contrário, um projecto de valorização da produção em menor escala, porém com alto valor agregado.

Nessa perspectiva, foram criados programas basilares para o desenvolvimento das economias criativas no país, tomando por foco, ora um sector cultural e criativo, ora o território cabo-verdiano, ou seja, o desenvolvimento local a partir da diversidade cultural das ilhas que compõem o arquipélago. A partir dessa compreensão, o Ministério da Cultura está consciente dos desafios que necessitam ser enfrentados:

- Consolidar-se como um Ministério estratégico no projecto de desenvolvimento sustentável definido pelo Governo do país;
- Aproximar a população do Ministério, tornando-a protagonista da construção desse novo projecto de desenvolvimento;
- Qualificar os bens e serviços culturais e criativos cabo-verdianos para que se tornem competitivos dentro e fora do país;
- Construir e consolidar um projecto de desenvolvimento local a partir da criação de territórios e bairros criativos, reconhecendo e apoiando as dinâmicas económicas dos sectores culturais e criativos locais;
- Reforçar as políticas públicas para a valorização da memória das expressões culturais cabo-verdianas, enfatizando a força do seu património imaterial, inclusive, como activo económico para o país;
- Democratizar o acesso do campo cultural e criativo de Cabo Verde ao financiamento de suas

iniciativas empreendedoras, ampliando e qualificando a cultura empreendedora no país, desburocratizando o acesso ao micro-crédito e ampliando a presença do “Banco da Cultura” nas ilhas do arquipélago;

- Ampliar as parcerias do Ministério com agências de fomento que percebam as peculiaridades dos sectores criativos e, por conseguinte, que revejam e ampliem suas análises de crédito, as contrapartidas demandadas etc.;
- Ampliar o conteúdo para consolidar os programas que definem os pilares do desenvolvimento das economias criativas em Cabo Verde: o Fundo Autónomo de Apoio à Cultura (FAAC) / Banco da Cultura, a Rede Nacional de Distribuição do Artesanato (RENDA), os Bairros Criativos, a Rede de Museus e o Programa de Exportação da Cultura;
- Consolidar, a partir da formulação, implantação e monitoramento de políticas para as economias criativas, a cultura da transversalidade entre pastas e instituições públicas.

Mas por que integrar políticas para construir e implementar o Plano Cabo Verde Criativo?

- Para reconhecer e institucionalizar a Economia Criativa como estratégica para o desenvolvimento do país nas políticas do Ministério da Cultura e dos Ministérios parceiros;
- Porque a economia criativa é por natureza transversal e por isso a formulação de uma política pública para a área requer governança integrada de órgãos diversos sobre o mesmo território, de modo a facilitar o diálogo interministerial, a promoção de sinergias, a actuação de objectivos e metas e a potencialização de resultados;
- Porque um país inovador necessariamente é um país que formula e implementa políticas públicas para a criatividade, considerando-a a base de construção de um ambiente propício à inovação.

4. Plano Cabo Verde Criativo

Considerando-se os ciclos económicos dos sectores criativos, que se dão através das etapas de criação, produção, circulação/distribuição e fruição/consumo, o Plano Cabo Verde Criativo – PCVC se constitui a partir dos Eixos Estratégicos Estruturantes (EEE) – Produção de informação e geração de conhecimento da economia criativa; financiamento e fomento técnico; formação de profissionais e empreendedores criativos; Criação e adequação de normas e regulamentos; e articulação interministerial e interinstitucional. Esses EEEs servem de base para o desenvolvimento dos Eixos Estratégicos Finalísticos (EEF) cuja abordagem se dá tanto a partir dos sectores criativos quanto na perspectiva do território.

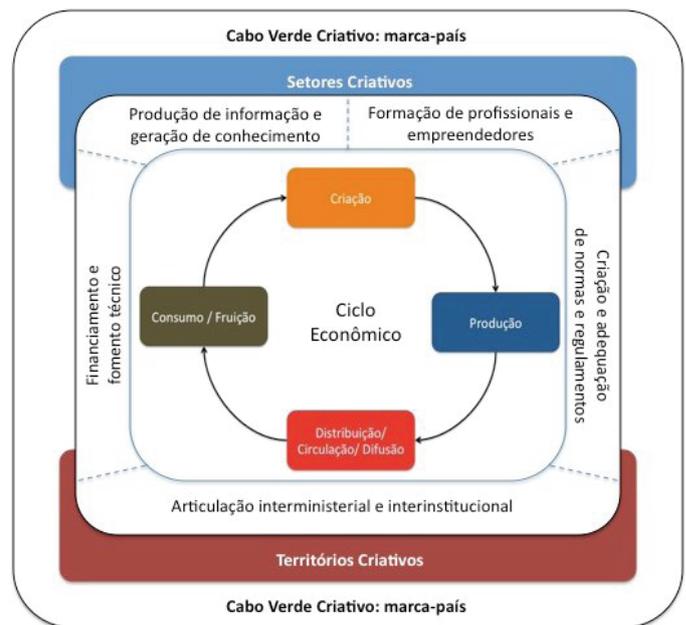


Figura 9: Visão sistémica e estratégica para o desenvolvimento das economias criativas cabo-verdianas

Essa visão sistémica das dinâmicas económicas dos sectores criativos integrada às estratégias de actuação definidas no Plano alavancarão a médio prazo, a produção, a comercialização e o consumo de bens e serviços no país e fora dele, contribuindo para a construção de uma nova marca-país para Cabo Verde associada a sua produção simbólica e criativa.

Objectivo Geral do PCVC

Promover a produção, distribuição e consumo de riquezas resultantes das Economias Criativas Cabo-verdianas, reconhecendo-as como vector estratégico para o desenvolvimento do país, através da integração e potencialização de políticas públicas de ministérios e instituições governamentais.

Público-alvo

- a) Micro, pequenos e médios empreendimentos (individuais e colectivos) que desenvolvem actividades económicas criativas;
- b) Trabalhadores ou potenciais trabalhadores em sectores criativos;
- c) Povos e populações da diversidade cultural cabo-verdianas.

4.1. Eixos de Desenvolvimento Institucional – EDI

EDI 1. Articulação interministerial e interinstitucional

É da natureza das economias criativas a acção concertada entre órgãos e instituições do governo e da sociedade civil. Nesse sentido, Cabo Verde avançou criando, além dos Programas do Ministério da Cultura (MC), associados ao Plano Estratégico Intersectorial da Cultura – PLEI, o Comité Interministerial para as Economias Criativas – CIEC (Anexo 2), cuja responsabilidade de articulação e coordenação cabe ao MC.

A seguir, vê-se a relação dos Ministérios componentes deste Comité:



Figura 7: Comité Interministerial para as Economias Criativas – CIEC

O CIEC tem um papel fundamental para o processo de implantação do Plano Cabo Verde Criativo, através da definição de políticas articuladas e integradas. No entanto, é preciso efectivar esse processo de articulação e integração de modo concreto.

Retomando os desafios enfrentados para o fortalecimento das economias criativas, podemos verificar a seguir um panorama geral de parcerias, já identificadas, que podem ser estabelecidas entre Ministérios e demais instituições.



Figura 8: Articulação e integração de políticas interministeriais e inter-institucionais para o desenvolvimento da economia criativa cabo-verdiana

Estratégia Geral: Formulação e implantação do Plano Cabo Verde Criativo (PCVC) - Plano Integrado para o Desenvolvimento das Economias Criativas em Cabo Verde.

Objectivo:

- Articular e a integrar acções ministeriais e interinstitucionais sob a coordenação do Governo de Cabo Verde e do Comité Interministerial para as Economias Criativas, criado por Resolução (Anexo 2) do Governo.
- Definir um modelo de governança dotado de um núcleo estratégico de acompanhamento, monitoramento e avaliação dos programas, projectos e acções desenvolvidas.
- Integrar os programas e projectos do PCVC aos programas e projectos dos demais Ministérios que compõem o Comité Interministerial para as Economias Criativas, que se relacionam com os sectores criativos, suas dinâmicas económicas e seus desafios estruturantes (informação, formação, fomento e marcos legais).
- Contar, para a implantação deste Plano, com recursos humanos e financeiros de todos esses ministérios.
- Captar recursos de organismos internacionais que poderão apoiar financeiramente o PCVC, considerando que o mesmo pode vir a ser um “projecto-piloto” para o desenvolvimento das economias criativas de outros países africanos.

Parceiros: Ministério da Cultura – MC, Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação – MESCI, Ministério da Educação e Desporto – MED, Ministério das Relações Exteriores – MRE, Ministério de Finanças e Planeamento – MFP, Ministério da Administração Interna – MAI, Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, Ministério do Turismo, Indústria e Energia – MTIE, Ministério do Desenvolvimento Social e Família – MDSF, Ministério das Comunidades – MCom e Organismos Internacionais.

EDI 2. Financiamento e fomento técnico

É evidente a necessidade de recursos para o desenvolvimento das economias criativas cabo-verdianas. Todavia, o aumento do volume de recursos injectado deve vir junto ao desenvolvimento de capacidades técnicas de gestão para a aplicação efectiva e eficaz dos mesmos.

Nessa perspectiva, o MC criou o **FAAC⁴/ Banco da Cultura**, com a finalidade de “contribuir para a preservação, defesa e valorização do património cultural cabo-verdiano”, através do financiamento, reembolsável ou não reembolsável, de projectos culturais voltados para a geração de renda através da cultura, para a educação e formação cultural, para a realização de estudos e investigações de carácter cultural e para a criação, produção e difusão de produtos culturais de todo o país, favorecendo artistas, pequenos empreendedores e agentes culturais. Actualmente, existem balcões do Banco da Cultura em todas as Ilhas, excepto na Ilha do Maio, além de existirem em todos os Municípios, com a excepção dos do interior de Santiago, que serão instalados brevemente. É um protocolo bem sucedido com a Casa do Cidadão.

Apresentamos a seguir a Estratégia 3, no sentido de fortalecer e consolidar este Programa de financiamento para os sectores culturais e criativos, pioneiro no país.

Estratégia 3: Fortalecimento e ampliação do FAAC / Banco da Cultura

- 1) Formular um mecanismo de fortalecimento e ampliação dos recursos do FAAC através da criação de contribuições/taxas a serem cobradas a partir de serviços associados ao turismo, às telecomunicações, à televisão à cabo e à internet para o desenvolvimento das economias criativas de Cabo Verde.

⁴Fundo criado pela Resolução n.º 38/2002, de 23 de Outubro, alterado pela Resolução n.º 3/2015, de 29 de janeiro, cujo Estatuto foi aprovado pelo Decreto Regulamentar n.º 4/2015, de 27 de março.

2) Integrar os recursos provenientes das contribuições/taxas, citadas anteriormente, com as operações do Banco da Cultura em parceria com instituição financeira (definida pelo Ministério da Cultura) para o fortalecimento de empreendimentos culturais (acção desenvolvida em articulação com a Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação – ADEI) a partir da oferta de crédito e microcrédito orientado.

3) Alocar parte dos recursos do FAAC fortalecido para a gestão da rede de equipamentos culturais de Cabo Verde, incluindo a Rede Nacional de Museus, redes de bibliotecas, rede de casas de cultura, rede de salas e demais equipamentos culturais.

Parceiros: Instituições financeiras, MTIDE, a Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação – ADEI e ANAC.

Com relação aos sectores criativos cabo-verdianos relacionados com a actividade turística do país, é preciso um olhar atento em virtude do turismo de Cabo Verde ser um dos sectores de maior relevância económica na pauta de exportações do país.

Entretanto, o modelo de desenvolvimento desta actividade está muito aquém das potencialidades locais. A fórmula do chamado “turismo *all inclusive*” é dominante, fundamentando-se nos tradicionais “pacotes” oferecidos por grandes empresas que, em parceria com os *resorts* (implantados especialmente nas Ilhas do Sal e Boa Vista) oferecem produtos que em geral não são oriundos do país.

Ora, os *resorts* são espécies de “não-lugares”, isto é, espaços globalizados e, por isso, padronizados, isolados dos territórios e comunidades nos quais foram implantados. Esses enclaves necessitam ser repensados enquanto espaços privilegiados de difusão dos bens e serviços culturais e criativos cabo-verdianos. Ao mesmo tempo, eles constituem uma oportunidade estratégica para o consumo de pequenos produtores, da produção pesqueira ao artesanato, do vinho ao CD.

O **Ministério do Turismo, Indústria e Desenvolvimento Empresarial – MTIDE** demonstra interesse em criar conexões mais eficazes entre suas políticas com as da Cultura e do desenvolvimento económico, na perspectiva de contribuir para a efectivação de políticas para as economias criativas em Cabo Verde. Afinal, trata-se de construir programas e acções que permitam a sobrevivência dos pequenos a partir da dinâmica económica dos grandes, ou seja, urge a ampliação das cadeias produtivas da indústria turística para que se possa construir uma política para o “turismo cultural” de Cabo Verde. O “turismo cultural”, por sua vez, diferentemente do “turismo *all inclusive*”, necessita absorver as artesanais culturais e criativas, a produção em pequena escala, o produto “*created in Cabo Verde*”. Essa integração entre indústrias e artesanais no turismo é desafiadora e constitui o “nó górdio”, ou melhor, a chave do sucesso de um modelo sustentável das economias criativas cabo-verdianas, que poderá ser exemplar para outros países africanos.

A seguir, no que se refere à **articulação entre os sectores criativos cabo-verdianos e seu turismo cultural**, elencamos as **Estratégias 4, 5, 6 e 7**.

Estratégia 4: Desenvolvimento e fortalecimento de *clusters* turísticos, associando os serviços turísticos tradicionais com empreendimentos culturais e criativos, incluindo o turismo de experiência criativa.

Objectivo:

- Ofertar capacitação para profissionais e empreendedores em áreas técnicas e de gestão de empreendimentos culturais, de lazer e entretenimento;
- Criar e promover roteiros e circuitos turístico-culturais;
- Criar uma rede de empreendimentos de turismo de base cultural, comunitária e criativa (grupos artísticos, pensões domiciliares e *bed and breakfast*).

Parceiros: MTIDE e ADEI.

Estratégia 5: Criação de um rede de pontos de venda (quiosques e lojas) de produtos criativos cabo-verdianos – artesanato (RENDA), produtos da terra e do *cluster* do mar - certificados com o Selo Created in Cabo Verde, localizados nos aeroportos, portos, centros turísticos e hotéis.

Objectivo:

Ampliar a rede de distribuição e comercialização dos produtos criativos cabo-verdianos promovendo o seu acesso aos turistas visitantes do país.

Parceiro: MTIDE

Estratégia 6: Criação de um programa de logística, através da criação de um Empresa (parceria público-privada) para servir de suporte ao comércio de produtos criativos cabo-verdianos.

Objectivo:

Avançar a distribuição e a comercialização dos bens e serviços criativos cabo-verdianos nos mercados interno e externo.

Parceiros: MTIDE, Ministério do Desenvolvimento Rural – MDR, Cabo Verde Investimentos – CVI e Associações Comerciais.

Estratégia 7: Criação de um cartão de viagem pré-pago “Created in Cabo Verde” para ser adquirido pelos turistas com o objectivo de consumir bens e serviços criativos cabo-verdianos na rede de pontos de venda (lojas, restaurantes, quiosques etc.) dos produtos com o selo “Created in Cabo”. Este cartão deverá ser adquirido em pontos de venda nos aeroportos, portos, centros turísticos, hotéis etc.

Objectivo:

Fortalecer *clusters* criativos, associados às vocações locais, através da ampliação qualificação de profissionais e empreendedores em áreas técnicas e de gestão empreendedora.

Parceiros: MTIDE e Agência de Desenvolvimento e Inovação – ADEI

Para além dos sectores criativos relacionados com o turismo cultural de Cabo Verde, a **Agência para o Desenvolvimento Empresarial e a Inovação – ADEI** assume o papel fundamental de estimular e promover o desenvolvimento e a inovação.

Estratégia 8: Fomentar a criação de incubadoras voltadas para empreendimentos dos sectores criativos e promoção do desenvolvimento de negócios.

Objectivos:

Fortalecimento dos Programas Academia MPME, Acesso a Mercados e Cria, Renovar e Inovar, através do apoio e estímulo às Startups e à formalização dos micro e pequenos empreendimentos criativos.

Parceiros: ADEI, Rede Nacional de Incubadoras² e universidades, públicas e privadas.

Estratégia 9: Criação, dentro da ADEI, de um núcleo orientado para a promoção de negócios criativos voltado para o atendimento a empreendedores - artistas, produtores e gestores culturais, profissionais autónomos, empregados de empresas das diversas cadeias que constituem a economia criativa, ONGs e entidades de classe que atuem ou pretendam actuar nos sectores criativos e potenciais distribuidores de produtos e prestadores de serviços destes sectores.

Objectivos:

- Formar e qualificar profissionais para o desenvolvimento de competências essenciais para a gestão de empreendimentos (planeamento e orçamento, administrativo-financeiro, pessoas, marketing, custos, produtos etc.);
- Disponibilizar informações relativas à economia criativa do país, no sentido de munir os profissionais e empreendedores criativos com dados relativos a oportunidades de negócios e de captação de recursos;
- Promover a troca de experiências, soluções e tecnologias implementadas por empreendimentos criativos;
- Promover o desenvolvimento profissional dos criativos a partir de capacitações voltadas para a gestão de carreiras;
- Realizar oficinas e cursos voltados para as vocações regionais;
- Oferecer serviços de consultoria e assessoria voltados para elaboração de planos e projectos (estratégicos, de negócios, de marketing etc.), para o desenvolvimento de produtos, para questões jurídicas e de direito autoral, para processos de formalização de empreendimentos, com ou sem fins lucrativos, e, por fim, para processos de exportação e distribuição de bens e serviços criativos.
- Promover e facilitar o acesso a linhas de fomento (editais e crédito) de profissionais e empreendimentos criativos junto a instituições financeiras e de financiamento.
- Estimular e promover o associativismo por meio da formação de redes e colectivos, formais e informais, e da articulação para a criação de territórios (comunidades, bairros etc.) criativos, qualificando a interlocução entre sectores criativos e instituições de apoio.

Parceiros: Universidades, Rede de Incubadoras, Associações Comerciais e FAAC / Banco da Cultura.

EDI 3. Formação de profissionais e empreendedores dos sectores culturais e criativos

A educação é estruturante neste Plano e por isso exige um tratamento especial, e deve ser pensada de modo amplo incluindo desde as formações técnicas, até as formações tecnológicas e do ensino de pós-graduação para o desenvolvimento da expertise necessária a cada sector criativo, com ênfase na gestão de empreendimentos no país. Essa tarefa deve ser assumida por todas as instituições de ensino do país, envolvendo tanto a Universidade de Cabo Verde como também as universidades privadas e as escolas profissionalizantes. Outro ponto relevante é a necessidade de ampliação de parcerias com instituições de ensino de outros países que já demonstrem experiência exitosa nessas formações.

O **Ministério da Educação Superior, Ciência e Inovação – MESCI** de Cabo Verde compreende o papel estratégico das economias criativas para o desenvolvimento sustentável de Cabo Verde e o seu papel na educação para os sectores culturais e criativos do país. Por isso, assume como desafio a tarefa de oferecer à sua população uma educação de qualidade, utilizando-se para isso de novos activos tecnológicos que permitam ampliar o seu acesso.

As Estratégias 10, 11 e 12, descritas logo abaixo, vêm enfrentar o desafio da formação.

Estratégia 10: Criação de uma rede de escolas profissionalizantes (incluindo Escolas de Artes e Ofícios e Casas de Cultura) voltadas para o desenvolvimento de vocações locais associadas aos sectores criativos das municipalidades.

Objectivo:

Fortalecer *clusters* criativos, associados às vocações locais, através da qualificação de profissionais e empreendedores em áreas técnicas e de gestão empreendedora.

Parceiros: MESCI, MJEDRH, MTIDE e ADEI.

Estratégia 11: Realização de um Seminário Nacional de Formação em Cultura, Ciência e Tecnologia para o desenvolvimento da economia criativa cabo-verdiana (em parceria com o Ministério da Educação do Brasil).

Objectivos:

- Mapear as necessidades específicas de formação de cada sector a partir da identificação de perfis profissionais, competências requeridas e itinerários formativos;
- Criar uma Rede de Educação, Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura que contemple instituições de ensino profissionalizante, técnico, tecnológico, graduação e de pós-graduação voltados para os sectores culturais e criativos cabo-verdianos, voltadas para a produção e geração de conhecimentos e trocas de experiências formativas e metodológicas;
- Firmar parceria entre a Universidade de Cabo Verde e a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira / Ministério da Educação – MEC (Brasil) para a cooperação e intercâmbio de conhecimentos para o desenvolvimento das economias criativas dos dois países.

Parceiros: MESCI, Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, escolas profissionalizantes, universidades, pública e privadas, e universidades internacionais.

Estratégia 12: Criação do Programa Nacional de Educação Cabo Verde Criativo.**Objectivo:**

Oferta de um programa de formação superior para o desenvolvimento da economia criativa brasileira a partir do apoio a criação do seguinte itinerário formativo:

1. Na graduação:

- Estimulo a criação de disciplinas optativas de economia criativa, gestão de empreendimentos criativos e gestão para o desenvolvimento de territórios criativos em cursos de graduação de áreas do conhecimento afectas à temática (artes – cinema, animação, literatura, dança entre outros; comunicação, administração, economia, direito, ciências contábeis, ciências da computação, geografia etc.);
- Apoio à oferta de cursos tecnológicos em gestão de empreendimentos criativos e gestão para o desenvolvimento de territórios criativos.

2. Na pós-graduação:

- Apoio à oferta de cursos de especialização e de mestrado profissional em gestão de empreendimentos criativos e gestão para o desenvolvimento de territórios criativos;
- Residência docente de alunos da pós-graduação em actividades de extensão universitária;
- Estimulo a linhas de pesquisa em programas com áreas de concentração afectas à temática da economia criativa;
- Disponibilização ao docente de uma plataforma digital de conteúdos multimídia voltados para a formação de profissionais e empreendedores dos sectores culturais e criativos; e
- Apoio à educação profissional via pós-graduação e extensão universitária.

Estratégia de implementação:

Lançamento do Edital Nacional de Educação “Cabo Verde Criativo” para a concessão de apoio financeiro a linhas de pesquisa de programas de pós-graduação.

3. Na extensão universitária:

- Prospecção de demandas e mapeamento de oportunidades de mercado (fonte de informação / formação);
- Inserção da temática da economia criativa dentre as temáticas apoiadas pelo Ministério da Educação Superior, Ciência e Tecnologia com a finalidade de ampliar a oferta de formação no campo dos sectores criativos (Plano Nacional de Extensão);
- Bolsa produtividade para professores actantes na extensão universitária (cursos);
- Oferta de bolsas de formação para docentes que atuam como coordenadores/supervisores de empresas juniores, núcleos de Práticas jurídicas e agências de comunicação experimentais com a finalidade de ampliar a oferta de serviços voltadas para o atendimento a profissionais e empreendedores criativos;
- Apoio para criação e consolidação de incubadoras voltadas para empreendimentos criativos. (parceria com o Ministério do Turismo, Indústria e Energia e com o Ministério do Trabalho e Emprego);
- Possibilidade de acumulação de bolsas (pesquisa e extensão);
- Valorização das actividades de extensão na carreira docente;
- Institucionalização de programas e actividades de extensão;
- Construção de editais interdisciplinares com foco na extensão.

Estratégia de implementação:

Lançamento do Edital Nacional de Educação “Cabo Verde Criativo” para a concessão de apoio financeiro para a realização de cursos de extensão e concessão de bolsas de formação para docentes responsáveis por núcleos de prática discente.

Parceiros: MESCI e o Observatório Cabo-Verdiano das Economias Criativas – OCVEC.

De modo complementar, o **Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH** vem contribuir de forma efectiva para o protagonismo dos jovens cabo-verdianos, especialmente na sua inserção ao mundo do trabalho, condição necessária para a consolidação de sua cidadania. Em conformidade com a Carta Africana da Juventude, o Ministério se dedica ao segmento da população entre 15 e 35 anos, trabalhando para que a mesma venha a conquistar sua autonomia socioeconómica. Para avançar nessa direcção, o Ministério compreende que as políticas públicas para a Juventude são, por natureza, intersectoriais, como são intersectoriais as políticas para as economias criativas. Por isso, o MJEDRH reconhece a grande afinidade entre os jovens e os sectores criativos. As novas profissões e o novo trabalho, decorrentes das economias criativas, despertam grande interesse da juventude, pois descortinam novas oportunidades, especialmente para os jovens, de se reunir a herança cultural dos ancestrais aos avanços tecnológicos contemporâneos, favorecendo a realização de novos empreendimentos que por sua vez oferecerão aos mercados novos bens e serviços de alto valor agregado para o país. Em função das cadeias produtivas dos sectores criativos serem bastante amplas e includentes, observa-se uma oportunidade de inserção dos jovens, seja para os elos mais simples às actividades mais sofisticadas. Essa é uma das importantes características das cadeias produtivas dos sectores criativos.

O Instituto do Emprego e Formação Profissional – IEFP constitui o braço do MJEDRH responsável por dez centros de emprego e formação sediados nas ilhas. Para essa instituição as economias criativas demonstram grande potencial, mas sofrem pela ausência de formação adequada, seja nas profissões tradicionais (como o artesanato, provocando o desaparecimento gradativo das expressões do património imaterial, como o “pano da terra”, a tapeçaria, entre outros produtos), seja nas novas profissões oportunizadas pelos sectores criativos. Nos módulos de formação do IEFP estão associadas horas de formação para o empreendedorismo e a gestão de pequenos negócios (entre 30 e 50 hs). No Sistema de Qualificações de Cabo Verde (da educação básica, média ao ensino superior), a formação profissionalizante é da responsabilidade da IEFP. Ora, esse nível de formação é fundamental para as economias criativas. No entanto, dentre as 245 qualificações somente, há pouco tempo, começam a surgir novas “famílias profissionais” como as artes gráficas, o áudio-visual, as artes visuais, as artes cénicas, a música, o artesanato.

Assim, a Estratégia 13, apresentada a seguir, vem fortalecer e ampliar a capacitação técnica e profissionalizante para as cadeias produtivas dos sectores criativos do país.

Estratégia 13: Criação do Programa Nacional de Capacitação técnica para as cadeias produtivas dos sectores criativos de Cabo Verde.**Objectivo:**

Qualificar a juventude cabo-verdiana promovendo a inclusão produtiva através do desenvolvimento de competências técnicas associadas às vocações locais.

Parceiros: MJEDRH e IEFP.

EDI 4. Criação e adequação de Normas e Regulamentos

A ampliação das qualificações profissionais, defendida no EDI 4 demonstra o reconhecimento do potencial das economias criativas para o desenvolvimento sustentável de Cabo Verde, mas é necessário construir um Sistema de Reconhecimento e Validação das novas competências. Por isso, urge que o novo trabalho fruto das economias criativas sejam amparados por novos marcos legais que permitam a certificação das novas competências dos sectores criativos.

Dentro do Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, o **Sistema Nacional de Qualificações – SNQ** assume o papel de liderar esse processo. A regulamentação de profissões é fundamental no sentido de garantir direitos ao trabalhador dos sectores criativos do país.

Estratégia 14: Regulamentação de profissões associadas às cadeias produtivas dos sectores criativos de Cabo Verde.

Objectivo:

- Identificar as novas profissões associadas às cadeias produtivas dos sectores criativos de Cabo Verde;
- Reconhecer oficialmente estas profissões, gerando direitos e deveres junto a profissionais que venham a ser qualificados pelo Sistema Nacional de Qualificações.

Parceiros: MJEDRH/SNQ, Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INECV e Observatório Cabo-Verdiano das Economias Criativas – OCVEC.

Para além da regulamentação das profissões, as Estratégias 15 e 16 indicadas a seguir vêm fortalecer de modo estruturante o financiamento à cultura e a protecção dos direitos autorais e conexos.

Estratégia 15: Propor nova regulamentação para o fortalecimento do Fundo Autónomo de Apoio à Cultura e revisão da Lei de Mecenato.

Objectivos:

- Dinamizar os mecanismos de financiamento e apoio às economias criativas;
- Consolidar mecanismos de financiamento adaptados às especificidades sectoriais e dos agentes;
- Identificar e regulamentar novas fontes de recursos para o fortalecimento do FAAC, particularmente aquelas associadas aos sectores de turismo e telecomunicações.

Parceiros: MTIDE e ANAC

Estratégia 16: Propor regulamentação para os direitos autorais e conexos, incluindo a regulamentação dos mecanismos de colecta, distribuição, fiscalização e o funcionamento da organização responsável.

Objectivo:

- Alavancar a remuneração dos autores e fortalecer a segurança jurídica para as obras produzidas.

Parceiros: Ministério da Justiça, MTIDE e Sociedades de Autores.

EDI 5. Cooperação Internacional, Exportação e Marca-País

Cooperação Internacional: o potencial exportador de Cabo Verde na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa – CPLP e em África

Estratégia 17: Articulação junto aos governos brasileiro e português de parcerias, através de acordos de cooperação e demais mecanismos jurídicos, que garantam a integração de mercados e a alavancagem do potencial exportador cabo-verdiano junto à Comunidade de Países de Língua Portuguesa – CPLP.

Objectivos:

- Fortalecer a língua portuguesa³ como idioma que possibilita a inserção de produtos cabo-verdianos no mercado da CPLP;
- Criar um mercado comum entre os países membros da CPLP.

Parceiros: Ministérios das Relações Exteriores de Cabo Verde, Portugal e Brasil, além do Instituto Internacional da Língua Portuguesa – IILP.

Exportação

O Ministério da Cultura concebeu o **Programa Exportação da Cultura** que apresenta linhas de actuação importantes. Apesar do conceito de marca-país ser citado em seus documentos estratégicos, é preciso desenhar uma política de *softpower* que reforce a imagem do país associando-o as suas economias criativas, identificando produtos emblemáticos e representativos da diversidade cultural cabo-verdiana.

O sector musical desponta como o que tem tido maior investimento e visibilidade internacional embora ainda seja muito frágil e vinculado a poucos nomes de sucesso, como é o caso de Cesária Évora e Tito Paris. Vale ainda ressaltar a ausência de uma estratégia de marketing voltada para a população da diáspora cabo-verdiana, que pode funcionar como catalisadora e promotora da marca-país associada aos seus produtos. Actualmente a proporção de cabo-verdianos fora do país é de três para um. São 1,5 milhão morando em vários continentes contra 500 mil no arquipélago.

A seguir, as linhas de actuação desenvolvidas dentro do **Programa Exportação da Cultura** – Programa de Exportação de Bens e Serviços Criativos criado pelo Ministério da Cultura:

- Turismo cultural (sectores priorizados: artesanato, moda, audiovisual, património material e imaterial) e turismo de eventos;
- Live no exterior: Promoção de artistas e profissionais e semanas culturais das comunidades;
- Mercado mundial para profissionais em Cabo Verde (sector priorizado: música) - Feira Musicaboverde 2013 (Abrangência: Internacional / parceria com eventos de renome internacional: Womex⁵, Babel Med⁶, Porto Musical⁷ e IOMA⁸);

⁵Womex: Plataforma de rede internacional para a indústria da musica mundial.

⁶Babel Med: considerado o segundo maior evento de música da Europa depois da Womex.

⁷Porto Musical: o mais importante e consolidado encontro para profissionais de música no Brasil. Com seminários, speed-meetings, mesas-redondas e shows.

⁸IOMA: *International Online Music Awards*

- AME – Atlantic Music Expo Cabo Verde: criado com a finalidade de promover internacionalmente a música cabo-verdiana e potencializar a sua economia;
- Zona Franca (Cabo Verde como Hub de negócios Sul-Sul) para bens culturais (CDs, livros, moda, cinema, equipamentos de suporte a espectáculos);
- Bureau Export CV (Sem ser necessária a criação de estruturas, esta entidade de coordenação concebe e executa a exportação de Cabo Verde como marca).

O Programa Exportação da Cultura foi um grande passo dado pelo Ministério da Cultura de Cabo Verde, entretanto o mesmo pode ser fortalecido e ampliado, gerando impactos mais efectivos e consistentes. A Estratégia 18 descrita indica como isso pode ser feito.

Estratégia 18: Fortalecimento e ampliação do Programa Exportação da Cultura.

No que se refere ao turismo:

1) Realizar um mapeamento de eventos, festa, celebrações e festivais, sítios históricos, equipamentos culturais, lojas da moda e do artesanato cabo-verdiano, restaurantes, bares, casas de *show*, hotéis, pousadas e outras modalidades de hospedagem para a construção do guia turístico-cultural Cabo Verde Criativo que apresentará roteiros, circuitos e calendário de eventos, além de curiosidades sobre a cultura cabo-verdiana. Este guia deve ter versão impressa para ser distribuído/vendido em portos, aeroportos, hotéis e centrais de informações turísticas, além de ser disponibilizado em formato digital para ser acessado via internet em computadores, tablets, toques digitais e celulares.

2) Conceder o selo “Created in Cabo Verde” aos produtos que cumpram com o conceito “*created in*” Cabo Verde, originais e representativos da sua marca-país. O mesmo servirá como porta de acesso aos empreendedores e empreendimentos a serem promovidos e inseridos no Guia Cultural.

3) Criar uma rede de pontos de venda (quiosques, lojas e plataforma de comércio electrónico) dos produtos com o selo “Created in Cabo Verde” nos portos, aeroportos, centros turísticos, museus, hotéis e bairros criativos.

3) Ofertar uma ampla capacitação em empreendedorismo e gestão voltada para gestores de empreendimentos culturais e criativos, incluindo os de entretenimento.

No que se refere ao processo de internacionalização de bens e serviços criativos cabo-verdianos:

Firmar acordo de Cooperação entre o Ministério da Cultura, a Cabo Verde Investimentos e o Bureau Export CV com foco em:

1) Investir na prospecção de mercados, com ênfase nos países membros da CPLP, especialmente o Brasil;

2) Investir em espaços de promoção da marca “Cabo Verde Criativo” dentro de eventos internacionais de referência (feiras internacionais, missões comerciais, rodadas de negócios, visitas de importadores e jornalistas especializados etc.) com potencial de negócios para empreendedores e empreendimentos criativos;

3) Capacitar empreendedores e profissionais (incluindo cabo-verdianos da Diáspora) dos sectores criativos para fortalecer e ampliar sua actuação no comércio exterior;

4) Estimular e apoiar a criação de associações sectoriais (música, moda, audiovisual entre outras) para o fortalecimento de acções integradas de promoção das economias criativas cabo-verdianas, a partir de um núcleo focado nos sectores criativos dentro da Cabo Verde Investimentos;

5) Fomentar mecanismos de comércio electrónico para os produtos (bens e serviços) cabo-verdianos.

Parceiros: MRE, MTIDE, MDR, CVI, TACV⁴, investidores privados.

Marca-país:

É clara a necessidade de se construir para Cabo Verde uma marca-país representativa da sua identidade e riqueza cultural no âmbito internacional. Quando analisamos o país sob a perspectiva das suas economia criativas, vemos o quanto pode ser feito e potencializado em termos de *soft power*⁹ e, conseqüentemente, do seu comércio exterior, ao agregar a sua imagem o valor simbólico dos produtos provenientes de seus sectores criativos.

A Cabo Verde Investimentos (CI) é o braço público de promoção e exportação dos bens e serviços do país. Contudo, reconhece a importância de se investir na formulação e no desenvolvimento de uma política de marketing potente que não apenas construa uma marca-país mas que posicione Cabo Verde no cenário internacional. Desta forma, a Estratégia 19 tem como foco a formulação de uma política internacional de *soft power* baseada na construção da marca-país Cabo Verde Criativo.

Estratégia 19: Formulação de uma política nacional e internacional para a circulação e exportação de produtos criativos cabo-verdianos fundamentada na marca “Created in Cabo Verde”.

Objectivo:

Desenvolver e reforçar o *softpower* do país a partir dos seus produtos criativos caracterizados pela sua matriz identitária original e diferenciada.

Estratégia de implementação:

- Criação do Selo «Created in Cabo Verde» para produtos dos sectores criativos cabo-verdianos;
- Articulação e criação de canais de distribuição (Pontos de Venda) dos produtos criativos selados com o Selo em aeroportos, portos, hotéis e demais centros culturais e turísticos.
- Formação de técnicos nas embaixadas cabo-verdianas capazes de tratar da difusão, comercialização e exportação dos produtos criativos país;
- Promoção de campanhas de difusão da marca «Created in Cabo Verde»;
- Criação de um calendário de participação dos empreendedores criativos cabo-verdianos nas principais feiras internacionais de negócios criativos;
- Criação de uma agenda integrada das embaixadas cabo-verdianas para a circulação periódica de produtos criativos nacionais;
- Apoio aos empreendedores criativos cabo-verdianos, que vivem e trabalham em países estratégicos para a economia criativa do país, para que possam prospectar mercados, contribuir para a realização de rodada de negócios, residências culturais e criativas, constituindo-se parceiros da política de circulação e exportação de produtos criativos brasileiros;
- Realização de feiras de produtos criativos cabo-verdianos em países estratégicos para a economia criativa de Cabo Verde;
- Ampliação dos marcos legais para a exportação de produtos criativos cabo-verdianos.

Parceiros: MRE, MTIDE, CVI e MDR

⁹Ao contrario do *hard power*, o *soft power* se baseia na persuasão ao invés da coerção. O *soft power* corresponde a um conjunto de estratégias que um país se utiliza para associar a sua imagem a um conceito, a uma ideologia ou a valores culturais que agreguem força a sua marca, a sua identidade no âmbito das relações internacionais.

Estratégia 20: Criação do Selo “Created in Cabo Verde**Objectivo:**

- Promover e fortalecer a marca-país;
- Reconhecer e qualificar bens e serviços criativos cabo-verdianos de excelência e com potencial de competitividade internacional;
- Ampliar o consumo de bens e serviços criativos cabo-verdianos, gerando trabalho e renda.

Parceiros: MTIDE e Cabo Verde Investimentos – CVI

Estratégia 21: Investimento e desenvolvimento de campanhas de comunicação para a construção da marca “Created in Cabo Verde”.**Objectivo:**

Construir e fortalecer a imagem do país a partir de suas riquezas naturais, da sua diversidade cultural e do seu potencial criativo revelado a partir da oferta de bens e serviços criativos de excelência, associados a suas vocações locais (música, artesanato, gastronomia, festas, celebrações e festivais).

Parceiros: MTIDE e Cabo Verde Investimentos – CVI

EDI 6. Produção de informação e geração de conhecimento

O Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INECV é responsável pela produção de dados socioeconómicos do país. Embora reconheça a emergência dos sectores criativos, não possui indicadores capazes de quantificar e qualificar os impactos desses sectores no Produto Interno Bruto do país. Para isso, necessita ampliar parcerias e aprofundar discussões de natureza conceitual e metodológica para construir uma Conta Satélite¹⁰ da Cultura de Cabo Verde, assim como apresentado na Estratégia 1 a seguir:

Estratégia 22: Fortalecimento e ampliação da parceria internacional com Institutos Internacionais de Pesquisa e Estatística para compartilhamento da metodologia de medição da conta-satélite da cultura e desenvolvimento de cestas de indicadores para mensuração e acompanhamento dos sectores criativos de Cabo Verde.**Objectivo:**

Quantificar e qualificar a participação das economias criativas no Produto Interno Bruto (PIB) de Cabo Verde.

Parceiros: Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INECV e Institutos Internacionais de Pesquisa e Estatística.

É evidente a fragilidade na produção de informação e, conseqüentemente, de conhecimento acerca das economias criativas cabo-verdianas, o que impacta directamente na formulação e implantação de políticas públicas ajustadas a sua realidade. Fora as grandes empresas actantes nos sectores de actividades ligadas à televisão e outros serviços de informação, os sectores culturais e criativos se constituem em grande parte por microempresas e por elevados níveis de informalidade. Em média, 66% das unidades produtivas destes sectores são informais.

Analisando-se os dados de emprego por ocupação, do ponto de vista do ciclo económico dos sectores culturais (criação – produção – circulação – consumo), verifica-se

que quase três quartos do emprego cultural medido está relacionado com a etapa de produção enquanto grande parte do um quarto restante está relacionada com actividades de criação. Isso demonstra um sério gargalo nas etapas de circulação e consumo, demonstrando como as dinâmicas económicas tornam-se pouco efectivas na perspectiva de um desenvolvimento sustentável.

Este fato é reforçado quando percebe-se um comércio internacional de bens culturais cabo-verdianos pouco significativo. Do total de importações do país, a importação de produtos culturais se encontra entre 0,3 e 0,4%. Este percentual aumenta para 2,5% quando incorporamos dentre esses produtos os relativos a materiais de suporte como computadores e televisões.

No que se refere às exportações de bens culturais, os dados são insignificantes. Principalmente quando tomamos como base o *Framework* para as Estatísticas Culturais da UNESCO (FCS09), cujo perímetro é muito restrito não incorporando produtos provenientes das tradições, onde identificamos por exemplo os da gastronomia. Neste sector, a indústria de “conservas de peixe” destaca-se, representando 40% das exportações.

Apesar do reconhecimento notório da música cabo-verdiana, a mesma não é contabilizada economicamente como um produto de exportação em virtude dos músicos não somente gravarem discos no exterior como optarem pela residência fiscal no país de acolhimento. Isso significa que seus direitos de autor não contribuem para o Produto Nacional de Cabo Verde. É fato que parte significativa dos rendimentos auferidos por esses artistas acabam por entrar no país sob a forma de remessas de imigrantes, embora não seja possível se identificar a proporção destas remessas corresponde as relacionadas à cultura.

É clara e premente a necessidade do investimento em pesquisas que ampliem a compreensão das economias criativas cabo-verdianas. No entanto, é fundamental o estabelecimento de uma base metodológica conceitual adaptada à realidade cabo-verdiana ainda que comparável internacionalmente. Desta forma, analisando-se a adequabilidade do *Framework* para as Estatísticas Culturais da UNESCO (FCS09), percebe-se a necessidade de ajustes quando tratamos de países em desenvolvimento.

Quando projectado, o FSC09 (UNESCO, 1986) não deu conta do papel cada vez maior das novas tecnologias na produção e difusão da cultura e foi criticado pela falta de conexões relevantes com sistemas estatísticos existentes. Desta forma, este *framework* não conseguiu se tornar padrão em estudos sobre a contribuição económica da cultura. Com a sua revisão em 2009, essas limitações foram enfrentadas de modo consistente, conectando-se aos principais sistemas de classificação internacionais e buscando atentar para algumas necessidades de países em desenvolvimento: incorporando elementos relativos ao património imaterial, medindo com mais precisão a produção do artesanato e oferecendo orientações sobre como avaliar a relevância de actividades informais. Apesar do avanço, o *Framework* não pode ser encarado na perspectiva de um modelo pronto e rígido, posto que

¹⁰ A Conta Satélite é uma extensão do Sistema de Contas Nacionais que expande sua capacidade de análise sobre o sector cultural em formato comparável com o conjunto da economia (Ministério da Cultura do Brasil, 2013; p. 21)

existem diferenças entre os países, seja em virtude do reconhecimento ou não de bens ou serviços de natureza cultural, associados a manifestações efectivas da cultura local e tradições, ou de dinâmicas sociais, culturais e económicas diversas.

Isto posto, juntamente com a implantação da Estratégia 1, apresentamos a Estratégia 2 como base para solução dessas lacunas de dados e informações para a operacionalização de mecanismos constantes de busca, colecta, processamento, análise e monitoramento das economias criativas cabo-verdianas.

Estratégia 23: Criação do Observatório Cabo-verdiano das Economias Criativas – OCVEC.

Objectivos:

- Estimular a produção de estudos e pesquisas para a geração de conhecimento acerca da temática das economias criativas em Cabo Verde;
- Quantificar a contribuição dos sectores criativos no Produto Interno Bruto, ampliando a classificação das actividades desenvolvidas, de modo a gerar visibilidade à produção de riqueza das micro e pequenas iniciativas dessas economias;
- Produzir análises qualitativas que evidenciem os aspectos multidimensionais das economias criativas;
- Definir e desenvolver um *framework* para as economias criativas de Cabo Verde, indo além do *framework* produzido pela UNCTAD e pela UNESCO para as indústrias criativas, ainda que possua uma base metodológica comum que permita a realização de estudos comparados entre os países.

Parceiros: Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INECV, Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação – MESCI, UNCTAD e UNESCO.

6.2. Eixos Estratégicos Finalísticos – EEF

A seguir, apresentamos os Eixos Estratégicos Finalísticos deste Plano a partir da abordagem sectorial, associada ao desenvolvimento de estratégias específicas para sectores criativos prioritários para o país, e de uma abordagem territorial focada na potencialização e no desenvolvimento local e regional.

6.2.1. Abordagem Sectorial

Para a realização de um diagnóstico acerca do estágio de desenvolvimento dos sectores criativos cabo-verdianos, é preciso considerar e analisar os ciclos económicos destes sectores, que se dão através das etapas de criação, produção, circulação/distribuição e fruição/consumo, além dos desafios para o desenvolvimento da economia criativa no país.

Apesar das especificidades próprias dos sectores, em maior ou em menor grau, percebe-se de modo bastante evidente que os ciclos económicos tem como ponto crítico a etapa de circulação/distribuição dos bens e serviços criativos, seja pela frágil infra-estrutura logística ou mesmo pela ausência de canais de comunicação e distribuição.

Considerando-se os Eixos Estratégicos Estruturantes, podemos identificar gargalos (pontos críticos) que precisam ser trabalhados sectorialmente. A seguir apresentamos as estratégias relacionadas aos sectores da música, do artesanato, de produtos da terra, das festas, celebrações e festivais, além do turismo cultura e de eventos, assumidos como prioritários dentro deste Plano.

EEF 1. Música

Enquanto 34% das receitas globais da Indústria da Música já vem do mercado digital, Cabo Verde ainda opera dentro do modelo económico analógico do Seculo XX, comercializando sua produção através de mídias físicas e tendo menos de 5% de sua receita advinda do digital.

O mercado da música de Cabo Verde, actualmente, é composto por aproximadamente 8 empresas produtoras fonográficas que, somadas, comercializam algo entre 120.000 e 150.000 unidades de CDs por ano, através de apenas 30 pontos de venda ao redor do País, a um preço médio de US\$ 15,00. Isto nos leva a um cenário de facturamento anual bruto, excluindo as vendas nos mercados internacionais, de aproximadamente US\$ 2 milhões. Há dez anos atrás este número era de US\$ 4 milhões.

Considerando-se as vendas internacionais, o único dado consolidado e declarado é a venda anual da Harmonia Lda de 180.000 cópias, o que nos leva a um resultado de aproximadamente US\$ 2.7 milhões.

Dentre estas empresas produtoras fonográficas, a Harmonia e a AV Produções se destacam por controlar toda a cadeia produtiva, actuando dentro de um modelo de negócios, que chamamos 360 graus, em que também passam a ser os editores das obras e empresários dos artistas.

A única etapa que não é realizada em Cabo Verde é a fabricação dos CDs que, normalmente é realizada em França, Portugal, EUA, Holanda e Alemanha. Os CDs fabricados são importados de volta ao País e enfrentam burocracia e taxaço.

No que se refere à infra-estrutura de gravação, existem apenas 10 estúdios profissionais e pelo menos mais 20 *home studios* espalhados pelo País. A Estratégia 20, logo abaixo, visa alavancar a infra-estrutura de gravação do país tanto em termo físicos e tecnológicos quanto de capacitação de técnicos na área.

Estratégia 24: Criação de um Centro Tecnico Audiovisual (parceria público-privada) com estúdios de gravação, mixagem, edição e pós produção de áudio e vídeo, com padrão de excelência internacional e capacidade de formação e capacitação de novos técnicos para a Indústria Audiovisual cabo-verdiana, assim como para atender a crescente demanda do Mercado local para a expansão de sua capacidade de produção.

Objectivos:

- Ampliar e qualificar a produção musical cabo-verdiana;
- Promover o acesso de cantores e músicos cabo-verdianos a estúdios de gravação que garantam a competitividade técnica do seu produto.

Parceiros: Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, através do Instituto do Emprego e Formação Profissional – IEFPP, ADEI e Sociedade Civil.

No entanto, não basta investir em aumento da produção e manter o modelo de produção de CDs. Com o objectivo de inserir a música cabo-verdiana definitivamente no mercado digital internacional, apresentamos as Estratégias 21 e 22: a primeira relativa a criação de uma plataforma digital de distribuição (oferta) e a segunda referente a promoção da inclusão digital dos cidadãos de Cabo Verde (oferta e demanda).

Apesar dos avanços dos anos recentes, a sociedade de Cabo Verde ainda tem um baixo índice de conectividade e de penetração de Internet. Segundo os dados da ANAC, em Setembro de 2013 foram contabilizados 155.604 assinantes de Internet distribuídos da seguinte forma: 12,5% assinantes de ADSL¹¹ e 87% de assinantes 3G (67% para Smartphones e 33% Modems) o que nos leva a um percentual de penetração de 30% numa população total de 512.000 habitantes (INE). Neste quadro temos aproximadamente apenas 15% dos domicílios conectados.

Estratégia 25: Criação de uma Plataforma de Agregação e Distribuição Digital, dedicada a música de Cabo Verde, agregando e integrando conteúdos audiovisuais produzidos pelas empresas produtoras fonográficas e, principalmente, pelos mais artistas independentes.

Objectivo:

- Agregar conteúdo musical cabo-verdiano integrando-o as diferentes plataformas e empresas de Distribuição Digital no Mundo (Amazon, Itunes, Grooveshark, Last.Fm e Deezer) além das próprias Plataformas existentes no país, dedicadas ao Turismo de Cabo Verde (www.turismo.cv).
- Estimular que os conteúdos musicais presentes nos festivais de música cabo-verdiana integrem a Plataforma de Agregação e Distribuição Digital.

Parceiros: Núcleo Operacional da Sociedade da Informação – NOSTI⁵ e Agência Nacional de Comunicações – ANAC.

Para além da disponibilização da Plataforma de Agregação e Distribuição Digital, a promoção da música cabo-verdiana e a ampliação do seu mercado internacional são atendidos pelo **Programa Exportação da Cultura** e as estratégias do fortalecimento do mesmo apresentadas no EEE 6.

Quando o assunto é direito autoral, apesar da existência da Lei dos Direitos de Autor, desde de 1990 e revogada em 2009¹², para se adequar ao Acordo TRIPS (Acordo sobre os aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio – OMC), o País não implementou até o momento um efectivo sistema de colecta e gestão destes Direitos no território nacional. Estima-se que, ao longo dos últimos dez anos, deixou-se de recolher e pagar cerca de US\$ 8 milhões em Direitos de Autor e Conexos. Estamos falando de direitos de reprodução fonográfica, direitos conexos e de execução pública. Aproximadamente 70% dos autores Cabo-verdianos não tem suas obras editadas. Os únicos autores e compositores que chegam a receber Direitos Autorais são os que estão também registados na SACEM (Sociedade dos Autores, Compositores e Editores de Musica - França) ou na SPA (Sociedade Portuguesa de Autores) e tem suas obras administradas por elas. Desta forma, apresentamos a Estratégia 23 para sanar esta situação.

Estratégia 26: Autorização pelo Estado de uma Sociedade de Autores⁶ com representatividade nacional para administrar o Sistema de Coleta e Remuneração dos Direitos do Autor e Conexos.

Objectivo:

- Alavancar a remuneração dos Direitos do Autor e Conexos de artistas cabo-verdianos.

Parceiros: Sociedade de Autores.

EEF 2. Artesanato

O artesanato cabo-verdiano é um sector criativo prioritário quando analisamos o valor que pode agregar ao turismo no país e o potencial de geração de emprego e renda para a sua população. Diante disso, o Ministério da Cultura criou o Programa **RENDA** - Rede Nacional de Distribuição do Artesanato, com os seguintes objectivos:

- Promover, distribuir e comercializar o artesanato cabo-verdiano, através da promoção do Fórum Nacional de Artesanato – FONARTES (anual);
- Apoiar a formação (em parceria com a ADEI) e conceder crédito à jovens artesãos (100);
- Criar pontos de vendas certificados (portos, aeroportos e hotéis);
- Realizar feiras associadas às festividades do município (calendário anual) e à reestruturação do Mercado de Artesanato do Sal (nacional).

O **RENDA** constitui um passo fundamental para a alavancagem da comercialização do artesanato cabo-verdiano, embora possa avançar em algumas questões fundamentais associadas à qualidade do produto, à infra-estrutura de logística de distribuição e à formalização e o desenvolvimento de organizações associativas e cooperativas, conforme pode ser observado na Estratégia 24, logo abaixo.

Estratégia 27: Fortalecimento do Programa RENDA

Na questão da qualidade do produto:

- 1) Mapear mestres artesãos e artesãs, reconhecidos como referências em suas comunidades e detentores de conhecimentos tradicionais;
- 2) Instituir um certificado de reconhecimento cultural e profissional destes mestres;
- 3) Articular encontros e intercâmbios entre estes mestres e demais artesãos e *designers* que venham a contribuir com aspectos associados ao acabamento de produtos e ao desenvolvimento de marcas e embalagens;
- 4) Realizar uma pesquisa iconográfica de símbolos e elementos da cultura cabo-verdiana que possam servir de matriz para o desenvolvimento de novos produtos;
- 5) Criar o selo “Cabo Verde Criativo”, a ser concedido aos produtos originais e representativos do artesanato do arquipélago, dentro de uma estratégia de promoção e construção de uma marca-país.

Na questão associada à infra-estrutura de logística de distribuição:

- 1) Desenvolver e disponibilizar na *web* uma plataforma digital para promoção e comercialização electrónica do artesanato;
- 2) Firmar parceria com empresa de logística para garantir a entrega dos produtos artesanais tanto nos pontos de venda associados (lojas e quiosques nas cidades, nos aeroportos, portos e hotéis) quanto junto aos compradores que adquirirem os produtos via comércio electrónico.

No estímulo à formalização e ao desenvolvimento de organizações associativas de artesãos:

- 1) Estímulo à estruturação e ao desenvolvimento de organizações associativas (associações, cooperativas etc.) de artesãos por meio da incubação (parceria com a ADEI) de empreendimentos criativos do artesanato cabo-verdiano;
- 2) Criação de um programa de microcrédito orientado (parceria com instituição financeira) para o fomento a micro e pequenos empreendedores e empreendimentos do sector artesanal.

Parceiros: empresas de logística, ADEI, instituições financeiras, Rede Nacional de Incubadoras, MESCI.

¹¹Tecnologia de comunicação de dados que permite uma transmissão de dados mais rápida através de linhas de telefone do que um modem convencional pode oferecer.

¹²Lei n.º 101/III/90, de 29 de Dezembro e revogado pelo Decreto-Legislativo n.º 1/2009, de 27 de Abril.

EEF 3. Produtos da Terra (gastronomia e bebidas, doces e queijos, café, dentre outros) **e do Cluster do Mar**

Cabo Verde, enquanto país insular, possui uma diversidade geográfica interessante e fundamental para as economias criativas. Enquanto país, ao mesmo tempo cosmopolita (por ser um território historicamente de passagem, um entreposto comercial) e marcado pela riqueza de suas expressões culturais ancestrais, Cabo Verde possui uma relação profunda com a agricultura, com o plantio e a colheita, com as tradições gastronómicas oriundas do “*terroir*”. No entanto, essas práticas alimentares e seus respectivos produtos não foram trabalhados para desenvolverem um valor agregado que contribua para uma “marca-país”. Do café ao queijo curado, do vinho aos pratos típicos cabo-verdianos, a agricultura ainda não se integrou de forma satisfatória a uma política para as economias criativas. Por isso, o “cluster do agronegócio” (assim como o “*cluster do mar*”) precisa se conectar com um novo *cluster* (ainda inexistente em Cabo Verde) das Economias Criativas, capaz de transfigurar produtos em bens simbólicos do “*terroir*”. Do vinho da ilha do Fogo (o Chã) ao café cabo-verdiano, é necessário se construir um “Selo Cabo Verde Criativo” que garanta a certificação de origem desses produtos. O Ministério do Desenvolvimento Rural tem uma tarefa essencial nesse processo. Por outro lado, esses produtos necessitam ser consumidos dentro dos *resorts* nas ilhas com maior vocação turística.

Estratégia 28: Criação do Selo “Created in Cabo Verde” para certificação de origem de produtos da terra (vinho, café, queijo entre outros) e do mar.

Objectivos:

- Promover e fortalecer a marca-país;
- Reconhecer e qualificar produtos criativos cabo-verdianos de excelência e com potencial de competitividade internacional;
- Ampliar o consumo de produtos criativos cabo-verdianos, gerando trabalho e renda.

Parceiros: Ministério do Desenvolvimento Rural – MDR e Cabo Verde Investimentos – CVI.

Estratégia 29: Comercialização dos produtos da terra com certificação de origem na rede de pontos de venda (quiosques e lojas) de produtos criativos cabo-verdianos com o Selo *Created in Cabo Verde*, localizados nos aeroportos, portos, centros turísticos e hotéis.

Objectivo:

Ampliar a rede de distribuição e comercialização dos produtos criativos cabo-verdianos promovendo o acesso aos turistas visitantes do país.

Parceiros: MDR, MTIDE e CVI.

Estratégia 30: Fortalecimento da gastronomia cabo-verdiana identitária através da realização de eventos (festas, feiras e festivais) e da identificação de roteiros de bares e restaurantes.

Objectivos:

- Identificar e valorizar a gastronomia tradicional crioula;
- Formar novos chefes e cozinheiros especializados na gastronomia crioula;
- Criar um circuito de eventos de eventos gastronómicos;
- Promover de Cabo Verde dentro das festas, celebrações e festivais do país;
- Promover a exportação dos *produtos da terra* por meio do fortalecimento da gastronomia crioula.

Parceiros: MDR, MTIDE, CVI e Secretaria dos Recursos Marinhos.

EEF 4. Festas, celebrações e festivais

Estratégia 31: Criação e consolidação de um calendário anual de festas, celebrações e festivais com a finalidade de posicionar Cabo Verde como destino turístico-cultural diferenciado, através de uma campanha massiva de marketing em parceria com companhias aéreas (TAP, TACV, TAAG e TAM), agências de viagem e demais operadoras turísticas, incluindo a mobilização da Diáspora cabo-verdiana.

Objectivos:

- Mapear e diagnosticar os *clusters* das festas, celebrações e festivais nas ilhas do país;
- Promover o fomento de circuitos regionais/territoriais de festas, celebrações e festivais através de:
 - a) Qualificação de agentes que fazem parte das cadeias produtivas e da relação destes com o mercado;
 - b) Inclusão das festas, celebrações e festivais nos roteiros turístico-culturais das ilhas, municípios e empresas de turismo;
 - c) Incentivo e apoio a governança democrática das festas, celebrações e festivais incluindo os diferentes agentes nelas envolvidos;
 - d) Identificação e promoção da gastronomia e de outros produtos identitários da festa.
 - f) Incentivo à oferta de hospedagem-domiciliar; a gestão de resíduos sólidos urbanos (planos de gestão); etc.

Parceiros: MTIDE, municipalidades e associações comerciais.

EEF 5. Turismo cultural e de eventos

O cenário do turismo está mudando rapidamente em Cabo Verde. Durante o ano de 2009, de acordo com o WTTC, houve um fluxo de 244.060 de turistas, sem contar os integrantes da diáspora que se hospedam com amigos e parentes e acabam por não ser contabilizados. O governo cabo-verdiano está projectando que este número irá se quadruplicar num curto espaço de tempo, chegando a 1 milhão de turistas em 2015.

Considerando-se esta extraordinária projecção do sector do turismo, será necessário um esforço concentrado para o investimento na construção e modernização de hotéis, capacitação da força de trabalho, melhorias na rede de distribuição de água e saneamento, na conservação ambiental, e na diversificação dos produtos turísticos através de uma estratégia que integre todas as ilhas e suas singularidades.

O turismo cultural surge como alternativa para a qualificação e o desenvolvimento do turismo cabo-verdiano embora seja necessária uma integração efectiva das acções desenvolvidas pelo Ministério do Turismo, Indústria e Desenvolvimento Empresarial (MTIDE) e o Ministério de Cultura, no sentido de diversificar o mercado de Turismo através da criação e do fortalecimento dos vínculos entre a economia local e a economia criativa.

Outra articulação importante precisa se dar entre as acções desses dois Ministérios e a Cabo Verde Investimentos – CVI que tem investido no turismo “All Inclusive Resorts”, extremamente questionável em virtude de ser um modelo que não promove o desenvolvimento local por não envolver de maneira efectiva as cadeias produtivas associados a sectores criativos priorizados neste Plano.

Estratégia 32: Fortalecimento do turismo cultural e de eventos de Cabo Verde a partir da integração de programas, projectos e acções intersectoriais de Ministérios e demais atores envolvidos.

Objectivos:

- Fortalecer e desenvolver o turismo cultural de Cabo Verde;
- Consolidar a marca-país e a “Created in Cabo Verde Criativo” de modo associado a um turismo de base cultural, comunitária e de vivências criativas;
- Qualificar o turismo cultural a partir da capacitação técnica de profissionais e empreendedores actuantes nos diversos complexos produtivos dos sectores criativos relacionados;
- Transformar Cabo Verde num destino turístico de eventos internacionais ampliando o ganho de divisas no consumo de bens e serviços criativos do país.

Parceiros: MC, MTIDE, CVI, ADEI e MJEDRH/IEFP.

EEF 6. Cultura Digital

Estratégia 33: Criação de um Programa de Inclusão Digital.

Objectivo:

- Ampliar a rede de cobertura de Internet em Cabo Verde, subsidiando os custos de assinatura e de aquisição de equipamentos individuais e para lan houses;
- Ofertar cursos de formação em novas mídias e em desenvolvimento de aplicativos a partir de softwares livres que fortaleçam os dos sectores criativos de Cabo Verde.

Parceiros: Agência Nacional de Comunicações – ANAC, IEFP/MJEDRH, MESCI e Universidades.

6.2.2. Abordagem Territorial

EEF 7. Territórios Criativos

O território é o lócus das dinâmicas económicas, é o lócus da diversidade cultural e da criatividade, por conseguinte é o lócus do desenvolvimento da economia criativa. Pensar o território e o seu desenvolvimento exige a formulação de políticas e acções integradas. **O território criativo é portanto o espaço geográfico que identifica e potencializa suas vocações culturais, através da articulação dos seus diversos atores, públicos e privados, a fim de gerar sinergias e promover o seu desenvolvimento através dos sectores criativos locais.**

Os territórios criativos dependendo da sua geografia podem assumir as seguintes escalas: bacias criativas, que correspondem a macrorregiões com identidade cultural, independentemente dos limites territoriais administrativos; cidades criativas, correspondentes àquelas cidades que desenvolvem políticas de economia criativa como vector de desenvolvimento local; ou pólos criativos, que podem corresponder a bairros, comunidades ou mesmo a arranjos produtivos locais.

Dentre estas escalas territoriais, o Ministério da Cultura de Cabo Verde tem trabalhado na perspectiva dos Bairros Criativos. O Projecto **Bairro Criativos** foi desenvolvido através da instalação de Casas de Cultura em comunidades, em situação de risco social, e concebido no intuito de promover mudanças de atitudes e comportamentos, de cidadãos através de acções de cultura, cidadania e inclusão produtiva.

Para além dos objectivos para o qual foi criado, a Estratégia 28, descrita a seguir, demonstra como esse Projecto pode ser aperfeiçoado na perspectiva do desenvolvimento local a partir das vocações criativas identificadas nestes bairros.

Estratégia 34: Aperfeiçoamento do Projecto Bairros Criativos

Objectivos:

- 1) Mapear das vocações criativas locais;
- 2) Elaborar e pactuar Planos de Desenvolvimento Produtivo (PDPs) de forma a aumentar a competitividade e fortalecer a sustentabilidade dos arranjos produtivos criativos;
- 3) Formar lideranças empreendedoras e promover a capacitação em gestão;
- 4) Promover o acesso ao microcrédito orientado voltado para micro e pequenos empreendimentos dos sectores criativos actuantes no Bairro;
- 5) Criar marco legal para desoneração tributária de empreendimentos dos sectores criativos, sediados no bairro, promovendo adensamento empresarial e actividades produtivas no território;
- 6) Criar a chancela governamental para os bairros contemplados pelo Projecto com o objectivo de reconhecer e gerar visibilidade turística, cultural e económica.

Parceiros: MTIDE, ADEI, Rede Nacional de Incubadoras, MJEDRH / IEFP.

Por último, o Ministério da Cultura criou a **Rede Nacional de Museus (RNM)** – “**um museu para cada município**”, cuja finalidade é preservar e promover a memória e as tradições culturais do país, além de potencializar um turismo cultural qualificado, gerando emprego e renda. A RNM vem reforçar a acção nos territórios e municipalidades cabo-verdianas. A Estratégia 29 demonstra como essa Rede pode ser ampliada e consolidada.

Estratégia 35: Ampliação e consolidação da Rede Nacional de Museus fortalecendo o desenvolvimento local e a promoção da memória e das tradições cabo-verdianas nas municipalidades.

Objectivos:

- 1) Realizar um diagnóstico acerca das estruturas físicas dos equipamentos culturais que abrigam os museus, dos projectos museológicos, da qualidade dos acervos, das programações culturais desenvolvidas, do volume de visitantes e dos potenciais de geração de serviços e negócios associados à actividade museal para as municipalidades;
- 2) Ampliar a Rede de Museus cobrindo as demais municipalidades que ainda não possuem equipamentos dessa natureza de modo integrado às comunidades;
- 3) Elaborar planos de sustentabilidade dos museus a partir da criação de uma rede de parcerias institucionais de fomento técnico e financeiro e de uma rede de articulações locais, identificando clusters turísticos que podem ser associados e potencializados;
- 4) Equipar os museus com espaços voltados ao vitrinamento e comercialização de produtos criativos (livros, CDs, DVDs, guias turísticos, artesanato etc.) cabo-verdianos;
- 5) Desenvolver uma linha de souvenirs relacionados às temáticas dos museus e das ilhas onde estão situados;
- 6) Criar museus/centros de referência (artesanato, moda, música, festas etc.) que promovam difusão e desenvolvam acções de formação para os sectores prioritários.

Parceiros: MTIDE, ADEI, Associações Comerciais, comunidade local e organismos internacionais.

Conclusão

Cabo Verde traz no nome seu destino. Esse Plano dá legitimidade à uma escolha política que privilegia as economias criativas na perspectiva da inclusão dos pequenos e da sustentabilidade das dinâmicas económicas em seu território. A partir de uma exposição de motivos detalhada sobre o seu potencial, o Plano oferece os caminhos para que esse país possa cumprir o seu destino. Em função do que foi apresentado, demonstrou-se que Cabo Verde pode e deve exercer um papel de liderança, entre os países africanos, na formulação de políticas para a sustentabilidade do planeta, a partir da afirmação do valor da sua diversidade cultural, enfim, da construção de uma economia criativa justa e solidária. O aprofundamento e a transversalização das políticas públicas para as economias criativas nesse país, simbolizadas pela criação e implantação de um “Plano Integrado para o Desenvolvimento das Economias Criativas em Cabo Verde” produzirá a curto, médio e longo prazos, impactos extremamente positivos na qualidade de vida dos cabo-verdianos.

Políticas estruturantes não se constroem a curto prazo. Seu tempo é o da criação e do enraizamento, tempo de plantio, que não se submete aos mandatos políticos nem aos interesses sazonais de pequenos grupos. Por outro lado, uma política estruturante não pode nem deve prescindir do debate conceitual, assim como da escuta da sociedade, e ao mesmo tempo, não deve subestimar a importância do planejamento e da gestão estratégica. Políticas públicas são por natureza republicanas, fruto da participação social e do exercício cotidiano da transversalidade e da concertação entre políticas. Enfim, políticas públicas não podem prescindir da vontade política dos Governos.

Vários mitos envolvem a cultura, especialmente, no que se refere à formulação de políticas que valorizem a dimensão económica da cultura. É tarefa do Estado enfrentá-los, sob pena de se reduzir a economia às visões liberais e à primazia do mercado, reduzindo-se, por consequência, os bens e serviços culturais ao jugo da produção cultural de larga escala. Ao seguir as Estratégias aqui descritas, Cabo Verde passa a possuir um “Plano de voo”, onde os desafios para o desenvolvimento das economias criativas cabo-verdianas podem ser enfrentados de modo consistente e efectivo. O detalhamento táctico e operacional é o próximo passo desse Plano no sentido de avançar num processo de implantação. Para tanto, é preciso de vontade política e de um comprometimento dos diferentes atores governamentais, institucionais, empresariais e de representantes da sociedade civil. Que Cabo Verde transforme sua criatividade em riqueza e desenvolvimento!

Anexo 1 – Fontes

BRASIL. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e acções – 2011 a 2014, Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

CABO VERDE. *Boletim oficial* – I Série Nº 59: Resolução n.º 122/2013: Aprova a carta de Política Integrada, Educação, Formação e Emprego. Disponível em:

<<https://kiosk.incv.cv>. Acesso: 10 de Dezembro, 2013.

Programa do Governo. VIII Legislatura 2011 – 2016. Cabo Verde: 2011.

Boletim oficial – I Série Nº 22: Decreto-lei n.º 20/2010: Regula o regime jurídico geral do Sistema Nacional de Qualificações e define instrumentos, acções e estruturas necessárias ao seu funcionamento e desenvolvimento. Disponível em:

<<https://kiosk.incv.cv>. Acesso: 10 de Dezembro, 2013.

Unidade de Coordenação da Reforma do Estado-UCRE: Agenda de transformação e Reforma do Estado. Disponível em: <<http://www.reformadoestado.gov.cv>. Acesso: 7 de Dezembro, 2013.

Unidade de Coordenação da Reforma do Estado-UCRE: Agenda para Reforma do Estado de Cabo Verde. Disponível em: <<http://www.reformadoestado.gov.cv>. Cabo Verde: 2009.

Unidade de Coordenação da Reforma do Estado-UCRE: Plano de Acção para a Melhoria do Ambiente de Negócios em Cabo Verde – “Mudar para Competir”. Cabo Verde: 2013.

Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde: IV Recenseamento geral da população e de habitação - censo 2010 / resumo dos principais resultados por meio de residência e concelho. Cabo Verde, 2010.

Ministério do Turismo, Industria e Energia. Actualização Estudo Diagnóstico de Integração do Comércio. Cabo Verde: 2013.

Ministério do Turismo, Industria e Energia. Enhancing Trade Capacity in Cape Verde: Midterm Program Framework and Concept Paper. Cabo Verde: 2013.

Estratégia de Crescimento e de Redução da Pobreza III (2012 – 2016) – DECRP III (*Draft*). Cabo Verde: 2012.

Ministério da Cultura. PLEI Plano Estratégico Intersectorial da Cultura. Cabo Verde: s/d.

Ministério da Cultura. A Exportação da Cultura. Cabo Verde: s/d.

Ministério da Cultura. Projeto-piloto Bairro Criativo. Cabo Verde: s/d.

Ministério da Cultura. Fundo Autónomo de Apoio à cultura – FAAC / Banco da Cultura. Cabo Verde: s/d.

Ministério da Cultura. Rede Nacional de Distribuição do Artesanato – RENDA. Cabo Verde: s/d.

Ministério da Cultura. Rede Nacional de Museus – RENDA. Cabo Verde: s/d.

Ministério da Cultura. Apresentação: O Cluster das Economias Criativas em Cabo Verde. Cabo Verde: s/d.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO. Praia Declaration: A multi-sector approach to promoting youth employment within Africa's creative economy. Cabo Verde: 2013

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO NO BRASIL. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**, 2002. Disponível em:

<http://www.unesco.org.br/areas/cultura/divcult/dcult/mostra_documento>. Acesso em: 13 de Fevereiro, 2007.

Creative Economy Report 2013 - Special Edition: widening local development pathways, 2013. Disponível em: academy.ssc.undp.org. Acesso em: 12 de Dezembro, 2013.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. **Creative Economy Report 2008**. Disponível em:

<http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: Set. 2009.

Relatório de Economia Criativa 2010. Disponível em:

<<http://www2.cultura.gov.br/economicriativa/relatorio-mundial-sobre-economia-criativa-em-portuguesa-esta-disponivel-para-consulta-e-download/>>. Acesso em: Set. 2013.

Según cifras de la unctad, el comercio de productos creativos alcanzó un nuevo máximo en 2011. Disponível em:

<<http://unctad.org/es/Paginas/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=129>>. Acesso em dez.2013.

UNITED NATIONS ECONOMIC COMMISSION FOR AFRICA – UNECA. Creative Economy: A new development path for youth employment in Africa (*Draft Concept note*).

UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION – UNIDO. Creative industries for youth: unleashing potential and growth. Vienna, 2013.

ANEXO 2 – Síntese das Estratégias do PCVC

4.1. Eixos de Desenvolvimento Institucional – EDI

EDI 1. Articulação interministerial e interinstitucional

Estratégia Geral: Formulação e implantação do Plano Cabo Verde Criativo (PCVC) - Plano Integrado para o Desenvolvimento das Economias Criativas em Cabo Verde.

Objectivo:

- Articular e a integrar acções ministeriais e interinstitucionais sob a coordenação do Governo de Cabo Verde e do Comité Interministerial para as Economias Criativas, criado por Resolução (Anexo 2) do Governo.
- Definir um modelo de governança dotado de um núcleo estratégico de acompanhamento, monitoramento e avaliação dos programas, projectos e acções desenvolvidas.
- Integrar os programas e projectos do PCVC aos programas e projectos dos demais Ministérios que compõem o Comité Interministerial para as Economias Criativas, que se relacionam com os sectores criativos, suas dinâmicas económicas e seus desafios estruturantes (informação, formação, fomento e marcos legais).
- Contar, para a implantação deste Plano, com recursos humanos e financeiros de todos esses ministérios.
- Captar recursos de organismos internacionais que poderão apoiar financeiramente o PCVC, considerando que o mesmo pode vir a ser um “projecto-piloto” para o desenvolvimento das economias criativas de outros países africanos.

Parceiros: Ministério da Cultura – MC, Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação – MESCI, Ministério da Educação e Desporto – MED, Ministério das Relações Exteriores – MRE, Ministério de Finanças e Planeamento – MFP, Ministério da Administração Interna – MAI, Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, Ministério do Turismo, Indústria e Desenvolvimento Empresarial – MTIDE, Ministério das Comunidades – MDC e Organismos Internacionais.

EDI 2. Financiamento e fomento técnico

Estratégia 3: Fortalecimento e ampliação do FAAC / Banco da Cultura

- 1) Formular um mecanismo de fortalecimento e ampliação dos recursos do FAAC através da criação de contribuições/taxas a serem cobradas a partir de serviços associados ao turismo, às telecomunicações, à televisão à cabo e à internet para o desenvolvimento das economias criativas de Cabo Verde.
- 2) Integrar os recursos provenientes das contribuições/taxas, citadas anteriormente, com as operações do Banco da Cultura em parceria com instituição financeira (definida pelo Ministério da Cultura) para o fortalecimento de empreendimentos culturais (acção desenvolvida em articulação com a Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação – ADEI¹⁴) a partir da oferta de crédito e microcrédito orientado.
- 3) Alocar parte dos recursos do FAAC fortalecido para a gestão da rede de equipamentos culturais de Cabo Verde, incluindo a Rede Nacional de Museus, redes de bibliotecas, rede de casas de cultura, rede de salas e demais equipamentos culturais.

Parceiros: Instituições financeiras, MTIDE, a Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação – ADEI e ANAC.

¹⁴A ADEI tem por objecto a promoção da competitividade e o desenvolvimento das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) por meio de formação, acesso a mercados e estímulo ao empreendedorismo (www.adei.cv). A ADEI também é responsável pela Rede Nacional de Incubadoras – RENI (www.adei.com).

Estratégia 4: Desenvolvimento e fortalecimento de *clusters* turísticos, associando os serviços turísticos tradicionais com empreendimentos culturais e criativos, incluindo o turismo de experiência criativa.

Objectivo:

- Ofertar capacitação para profissionais e empreendedores em áreas técnicas e de gestão de empreendimentos culturais, de lazer e entretenimento;
- Criar e promover roteiros e circuitos turístico-culturais;
- Criar uma rede de empreendimentos de turismo de base cultural, comunitária e criativa (grupos artísticos, pensões domiciliárias e *bed and breakfast*).

Parceiros: MTIDE e ADEI.

Estratégia 5: Criação de um rede de pontos de venda (quiosques e lojas) de produtos criativos cabo-verdianos – artesanato (RENDA), produtos da terra e do cluster do mar - certificados com o Selo Created in Cabo Verde, localizados nos aeroportos, portos, centros turísticos e hotéis.

Objectivo:

Ampliar a rede de distribuição e comercialização dos produtos criativos cabo-verdianos promovendo o seu acesso aos turistas visitantes do país.

Parceiro: MTIDE

Estratégia 6: Criação de um programa de logística, através da criação de uma Empresa (parceria público-privada) para servir de suporte ao comércio de produtos criativos cabo-verdianos.

Objectivo:

Alavancar a distribuição e a comercialização dos bens e serviços criativos cabo-verdianos nos mercados interno e externo.

Parceiros: MTIDE, Ministério do Desenvolvimento Rural – MDR, Cabo Verde Investimentos – CVI e Associações Comerciais.

Estratégia 7: Criação de um cartão de viagem pré-pago “Cabo Verde Criativo” para ser adquirido pelos turistas com o objectivo de consumir bens e serviços criativos cabo-verdianos na rede de pontos de venda (lojas, restaurantes, quiosques etc.) dos produtos com o selo “Created in Cabo Verde”. Este cartão deverá ser adquirido em pontos de venda nos aeroportos, portos, centros turísticos, hotéis etc.

Objectivo:

Fortalecer *clusters* criativos, associados às vocações locais, através da ampliação qualificação de profissionais e empreendedores em áreas técnicas e de gestão empreendedora.

Parceiros: MTIDE e Agência de Desenvolvimento e Inovação – ADEI

Estratégia 8: Fomento a criação de incubadoras voltadas para empreendimentos dos sectores criativos e promoção do desenvolvimento de negócios.

Objectivos:

Fortalecimento dos Programas Academia MPME, Acesso a Mercados e Cria, Renovar e Inovar, através do apoio e estímulo às Startups e à formalização dos micro e pequenos empreendimentos criativos.

Parceiros: ADEI, Rede Nacional de Incubadoras¹⁵ e universidades, públicas e privadas.

Estratégia 9: Criação, dentro da ADEI, de um núcleo orientado para a promoção de negócios criativos voltado para o atendimento a empreendedores - artistas, produtores e gestores culturais, profissionais autónomos, empregados de empresas das diversas cadeias que constituem a economia criativa, ONGs e entidades de classe que atuem ou pretendam actuar nos sectores criativos e potenciais distribuidores de produtos e prestadores de serviços destes sectores.

Objectivos:

- Formar e qualificar profissionais para o desenvolvimento de competências essenciais para a gestão de empreendimentos (planeamento e orçamento, administrativo-financeira, pessoas, marketing, custos, produtos etc.);
- Disponibilizar informações relativas à economia criativa do país, no sentido de munir os profissionais e empreendedores criativos com dados relativos a oportunidades de negócios e de captação de recursos;
- Promover a troca de experiências, soluções e tecnologias implementadas por empreendimentos criativos;
- Promover o desenvolvimento profissional dos criativos a partir de capacitações voltadas para a gestão de carreiras;
- Realizar oficinas e cursos voltados para as vocações regionais;
- Oferecer serviços de consultoria e assessoria voltados para elaboração de planos e projectos (estratégicos, de negócios, de marketing etc.), para o desenvolvimento de produtos, para questões jurídicas e de direito autoral, para processos de formalização de empreendimentos, com ou sem fins lucrativos, e, por fim, para processos de exportação e distribuição de bens e serviços criativos.
- Promover e facilitar o acesso a linhas de fomento (editais e crédito) de profissionais e empreendimentos criativos junto a instituições financeiras e de financiamento.
- Estimular e promover o associativismo por meio da formação de redes e colectivos, formais e informais, e da articulação para a criação de territórios (comunidades, bairros etc.) criativos, qualificando a interlocução entre sectores criativos e instituições de apoio.

Parceiros: Universidades, Rede de Incubadoras, Associações Comerciais e FAAC / Banco da Cultura.

EDI 3. Formação de profissionais e empreendedores dos sectores culturais e criativos

Estratégia 10: Criação de uma rede de escolas profissionalizantes (incluindo Escolas de Artes e Ofícios e Casas de Cultura) voltadas para o desenvolvimento de vocações locais associadas aos sectores criativos das municipalidades.

Objectivo:

Fortalecer *clusters* criativos, associados às vocações locais, através da qualificação de profissionais e empreendedores em áreas técnicas e de gestão empreendedora.

Parceiros: MESCI, MJEDRH, MTIDE e ADEI.

¹⁵Parceira da ADEI, a Rede Nacional de Incubadoras é uma associação sem fins lucrativos, cuja missão é apoiar empreendedores desde o período de pré-incubação, onde se realizam o aconselhamento e a orientação empresarial necessária, até a fase de incubação propriamente dita, com a elaboração de Planos de Negócio, consultorias e desenvolvimento de competências necessárias à gestão empresarial.

Estratégia 11: Realização de um Seminário Nacional de Formação em Cultura, Ciência e Tecnologia para o desenvolvimento da economia criativa cabo-verdiana (em parceria com o Ministério da Educação do Brasil).

Objectivos:

- Mapear as necessidades específicas de formação de cada sector a partir da identificação de perfis profissionais, competências requeridas e itinerários formativos;
- Criar uma Rede de Educação, Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura que contemple instituições de ensino profissionalizante, técnico, tecnológico, graduação e de pós-graduação voltados para os sectores culturais e criativos cabo-verdianos, voltadas para a produção e geração de conhecimentos e trocas de experiências formativas e metodológicas;
- Firmar parceria entre a Universidade de Cabo Verde e a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira / Ministério da Educação – MEC (Brasil) para a cooperação e intercâmbio de conhecimentos para o desenvolvimento das economias criativas dos dois países.

Parceiros: MESCI, Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, escolas profissionalizantes, universidades, pública e privadas, e universidades internacionais.

Estratégia 12: Criação do Programa Nacional de Educação Created in Cabo Verde.

Objectivo:

Oferta de um programa de formação superior para o desenvolvimento da economia criativa brasileira a partir do apoio a criação do seguinte itinerário formativo:

1. Na graduação:

- Estímulo a criação de disciplinas optativas de economia criativa, gestão de empreendimentos criativos e gestão para o desenvolvimento de territórios criativos em cursos de graduação de áreas do conhecimento afectas à temática (artes – cinema, animação, literatura, dança entre outros; comunicação, administração, economia, direito, ciências contábeis, ciências da computação, geografia etc.);
- Apoio à oferta de cursos tecnológicos em gestão de empreendimentos criativos e gestão para o desenvolvimento de territórios criativos.

2. Na pós-graduação:

- Apoio à oferta de cursos de especialização e de mestrado profissional em gestão de empreendimentos criativos e gestão para o desenvolvimento de territórios criativos;
- Residência docente de alunos da pós-graduação em actividades de extensão universitária;
- Estímulo a linhas de pesquisa em programas com áreas de concentração afectas à temática da economia criativa;
- Disponibilização ao docente de uma plataforma digital de conteúdos multimídia voltados para a formação de profissionais e empreendedores dos sectores culturais e criativos; e
- Apoio à educação profissional via pós-graduação e extensão universitária.

Estratégia de implementação:

Lançamento do Edital Nacional de Educação “Created in Cabo Verde” para a concessão de apoio financeiro a linhas de pesquisa de programas de pós-graduação.

3. Na extensão universitária:

- Prospecção de demandas e mapeamento de oportunidades de mercado (fonte de informação / formação);
- Inserção da temática da economia criativa dentre as temáticas apoiadas pelo Ministério da Educação Superior, Ciência e Tecnologia com a finalidade de ampliar a oferta de formação no campo dos sectores criativos (Plano Nacional de Extensão);
- Bolsa produtividade para professores actuantes na extensão universitária (cursos);
- Oferta de bolsas de formação para docentes que atuam como coordenadores/supervisores de empresas juniores, núcleos de Práticas jurídicas e agências de comunicação experimentais com a finalidade de ampliar a oferta de serviços voltadas para o atendimento a profissionais e empreendedores criativos;
- Apoio para criação e consolidação de incubadoras voltadas para empreendimentos criativos. (parceria com o Ministério do Turismo, Indústria e Energia e com o Ministério do Trabalho e Emprego);
- Possibilidade de acumulação de bolsas (pesquisa e extensão);
- Valorização das actividades de extensão na carreira docente;
- Institucionalização de programas e actividades de extensão;
- Construção de editais interdisciplinares com foco na extensão.

Estratégia de implementação:

Lançamento do Edital Nacional de Educação “Created in Cabo Verde” para a concessão de apoio financeiro para a realização de cursos de extensão e concessão de bolsas de formação para docentes responsáveis por núcleos de prática discente.

Parceiros: MESCI e o Observatório Cabo-Verdiano das Economias Criativas – OCVEC.

Estratégia 13: Criação do Programa Nacional de Capacitação técnica para as cadeias produtivas dos sectores criativos de Cabo Verde.

Objectivo:

Qualificar a juventude cabo-verdiana promovendo a inclusão produtiva através do desenvolvimento de competências técnicas associadas às vocações locais.

Parceiros: MJEDRH e IEFPP.

EDI 4. Criação e adequação de Normas e Regulamentos

Estratégia 14: Regulamentação de profissões associadas às cadeias produtivas dos sectores criativos de Cabo Verde.

Objectivo:

- Identificar as novas profissões associadas às cadeias produtivas dos sectores criativos de Cabo Verde;
- Reconhecer oficialmente estas profissões, gerando direitos e deveres junto a profissionais que venham a ser qualificados pelo Sistema Nacional de Qualificações.

Parceiros: MJEDRH/SNQ, Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INECV e Observatório Cabo-Verdiano das Economias Criativas – OCVEC.

Estratégia 15: Propor nova regulamentação para o fortalecimento do Fundo Autónomo de Apoio à Cultura e revisão da Lei de Mecenato.**Objectivos:**

- Dinamizar os mecanismos de financiamento e apoio às economias criativas;
- Consolidar mecanismos de financiamento adaptados às especificidades sectoriais e dos agentes;
- Identificar e regulamentar novas fontes de recursos para o fortalecimento do FAAC, particularmente aquelas associadas aos sectores de turismo e telecomunicações.

Parceiros: MTIDE e ANAC

Estratégia 16: Propor regulamentação para os direitos autorais e conexos, incluindo a regulamentação dos mecanismos de colecta, distribuição, fiscalização e o funcionamento da organização responsável.**Objectivo:**

- Alavancar a remuneração dos autores e fortalecer a segurança jurídica para as obras produzidas.

Parceiros: Ministério da Justiça, MTIDE e Sociedades de Autores.

EDI 5. Cooperação Internacional, Exportação e Marca-País**Cooperação Internacional: o potencial exportador de Cabo Verde na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa – CPLP e em África****Estratégia 17: Articulação junto aos governos brasileiro e português de parcerias, através de acordos de cooperação e demais mecanismos jurídicos, que garantam a integração de mercados e a alavancagem do potencial exportador cabo-verdiano junto à Comunidade de Países de Língua Portuguesa – CPLP.****Objectivos:**

- Fortalecer a língua portuguesa¹⁶ como idioma que possibilita a inserção de produtos cabo-verdianos no mercado da CPLP;
- Criar um mercado comum entre os países membros da CPLP.

Parceiros: Ministérios das Relações Exteriores de Cabo Verde, Portugal e Brasil, além do Instituto Internacional da Língua Portuguesa – IILP.

Exportação**Estratégia 18: Fortalecimento e ampliação do Programa Exportação da Cultura.****No que se refere ao turismo:**

1) Realizar um mapeamento de eventos, festa, celebrações e festivais, sítios históricos, equipamentos culturais, lojas da moda e do artesanato cabo-verdiano, restaurantes, bares, casas de *show*, hotéis, pousadas e outras modalidades de hospedagem para a construção do guia turístico-cultural Created in Cabo Verde que apresentará roteiros, circuitos e calendário de eventos, além de curiosidades sobre a cultura cabo-verdiana. Este guia deve ter versão impressa para ser distribuído/vendido em portos, aeroportos, hotéis e centrais de informações turísticas, além de ser disponibilizado em formato digital para ser acessado via internet em computadores, tablets, totens digitais e celulares.

2) Conceder o selo “Created in Cabo Verde” aos produtos que cumpram com o conceito “*created in*” Cabo Verde, originais e representativos da sua marca-país. O mesmo servirá como porta de acesso aos empreendedores e empreendimentos a serem promovidos e inseridos no Guia Cultural.

3) Criar uma rede de pontos de venda (quiosques, lojas e plataforma de comércio electrónico) dos produtos com o selo “Created in Cabo Verde” nos portos, aeroportos, centros turísticos, museus, hotéis e bairros criativos.

3) Ofertar uma ampla capacitação em empreendedorismo e gestão voltada para gestores de empreendimentos culturais e criativos, incluindo os de entretenimento.

No que se refere ao processo de internacionalização de bens e serviços criativos cabo-verdianos:

Firmar acordo de Cooperação entre o Ministério da Cultura, a Cabo Verde Investimentos e o Bureau Export CV com foco em:

- 1) Investir na prospecção de mercados, com ênfase nos países membros da CPLP, especialmente o Brasil;
- 2) Investir em espaços de promoção da marca “Created in Cabo Verde” dentro de eventos internacionais de referência (feiras internacionais, missões comerciais, rodadas de negócios, visitas de importadores e jornalistas especializados etc.) com potencial de negócios para empreendedores e empreendimentos criativos;
- 3) Capacitar empreendedores e profissionais (incluindo cabo-verdianos da Diáspora) dos sectores criativos para fortalecer e ampliar sua actuação no comércio exterior;
- 4) Estimular e apoiar a criação de associações sectoriais (música, moda, audiovisual entre outras) para o fortalecimento de acções integradas de promoção das economias criativas cabo-verdianas, a partir de um núcleo focado nos sectores criativos dentro da Cabo Verde Investimentos;
- 5) Realização de uma AME Cabo Verde itinerante nos países membros da CPLP, em particular no Brasil;
- 6) Fomentar mecanismos de comércio electrónico para os produtos (bens e serviços) cabo-verdianos.

Parceiros: MRE, MTIDE, MDR, CVI, TACV¹⁷, investidores privados.

Marca-país: Created in Cabo Verde**Estratégia 19: Formulação de uma política nacional e internacional para a circulação e exportação de produtos criativos cabo-verdianos fundamentada na marca “Created in Cabo Verde”.****Objectivo:**

Desenvolver e reforçar o *softpower* do país a partir dos seus produtos criativos caracterizados pela sua matriz identitária original e diferenciada.

Estratégia de implementação:

- Criação do **Selo «Created in Cabo Verde»** para produtos dos sectores criativos cabo-verdianos;
- Articulação e criação de **canais de distribuição** (Pontos de Venda) dos **produtos criativos selados** com o Selo em aeroportos, portos, hotéis e demais centros culturais e turísticos.
- Formação de técnicos nas embaixadas cabo-verdianas capazes de tratar da difusão, comercialização e exportação dos produtos criativos país;
- Promoção de campanhas de difusão da marca «Created in Cabo Verde»;
- Criação de um calendário de participação dos empreendedores criativos cabo-verdianos nas principais feiras internacionais de negócios criativos;
- Criação de uma agenda integrada das embaixadas cabo-verdianas para a circulação periódica de produtos criativos nacionais;
- Apoio aos empreendedores criativos cabo-verdianos, que vivem e trabalham em países estratégicos para a economia criativa do país, para que possam prospectar mercados, contribuir para a realização de rodada de negócios, residências culturais e criativas, constituindo-se parceiros da política de circulação e exportação de produtos criativos brasileiros;
- Realização de feiras de produtos criativos cabo-verdianos em países estratégicos para a economia criativa de Cabo Verde;
- Ampliação dos marcos legais para a exportação de produtos criativos cabo-verdianos.

Parceiros: MRE, MTIDE, CVI e MDR

¹⁶Com aproximadamente 280 milhões de falantes, o português é a 5ª língua mais falada no mundo, a 3ª mais falada no hemisfério ocidental e a mais falada no hemisfério sul da Terra.

¹⁷TACV - Cabo Verde Airlines.

Estratégia 20: Criação do Selo “Created in Cabo Verde”.**Objectivo:**

- Promover e fortalecer a marca-país;
- Reconhecer e qualificar bens e serviços criativos cabo-verdianos de excelência e com potencial de competitividade internacional;
- Ampliar o consumo de bens e serviços criativos cabo-verdianos, gerando trabalho e renda.

Parceiros: MTIDE e Cabo Verde Investimentos – CVI

Estratégia 21: Investimento e desenvolvimento de campanhas de comunicação para a construção da marca-país “Created in Cabo Verde”.**Objectivo:**

Construir e fortalecer a imagem do país a partir de suas riquezas naturais, da sua diversidade cultural e do seu potencial criativo revelado a partir da oferta de bens e serviços criativos de excelência, associados a suas vocações locais (música, artesanato, gastronomia, festas, celebrações e festivais).

Parceiros: MTIDE e Cabo Verde Investimentos – CVI

EDI6. Produção de informação e geração de conhecimento**Estratégia 22: Fortalecimento e ampliação da parceria internacional com Institutos Internacionais de Pesquisa e Estatística para compartilhamento da metodologia de medição da conta-satélite da cultura e desenvolvimento de cestas de indicadores para mensuração e acompanhamento dos sectores criativos de Cabo Verde.****Objectivo:**

Quantificar e qualificar a participação das economias criativas no Produto Interno Bruto (PIB) de Cabo Verde.

Parceiros: Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INE-CV e Institutos Internacionais de Pesquisa e Estatística.

Estratégia 23: Criação do Observatório Cabo-verdiano das Economias Criativas – OCVEC.**Objectivos:**

- Estimular a produção de estudos e pesquisas para a geração de conhecimento acerca da temática das economias criativas em Cabo Verde;
- Quantificar a contribuição dos sectores criativos no Produto Interno Bruto, ampliando a classificação das actividades desenvolvidas, de modo a gerar visibilidade à produção de riqueza das micro e pequenas iniciativas dessas economias;
- Produzir análises qualitativas que evidenciem os aspectos multidimensionais das economias criativas;
- Definir e desenvolver um *framework* para as economias criativas de Cabo Verde, indo além do *framework* produzido pela UNCTAD e pela UNESCO para as indústrias criativas, ainda que possua uma base metodológica comum que permita a realização de estudos comparados entre os países.

Parceiros: Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde – INECV, Ministério do Ensino Superior, Ciência e Inovação – MESCI, UNCTAD e UNESCO.

6.2. Eixos Estratégicos Finalísticos – EEF**EEF 1. Música**

Estratégia 24: Criação de um Centro Técnico Audiovisual (parceria público-privada) com estúdios de gravação, mixagem, edição e pós produção de áudio e vídeo, com padrão de excelência internacional e capacidade de formação e capacitação de novos técnicos para a Indústria Audiovisual cabo-verdiana, assim como para atender a crescente demanda do Mercado local para a expansão de sua capacidade de produção.

Objectivos:

- Ampliar e qualificar a produção musical cabo-verdiana;
- Promover o acesso de cantores e músicos cabo-verdianos a estúdios de gravação que garantam a competitividade técnica do seu produto.

Parceiros: Ministério da Juventude, Emprego e Desenvolvimento de Recursos Humanos – MJEDRH, através do Instituto do Emprego e Formação Profissional – IEF, ADEI e Sociedade Civil.

Estratégia 25: Criação de uma Plataforma de Agregação e Distribuição Digital, dedicada a música de Cabo Verde, agregando e integrando conteúdos audiovisuais produzidos pelas empresas produtoras fonográficas e, principalmente, pelos mais artistas independentes.

Objectivo:

- Agregar conteúdo musical cabo-verdiano integrando-o as diferentes plataformas e empresas de Distribuição Digital no Mundo (Amazon, Itunes, Grooveshark, Last.Fm e Deezer) além das próprias Plataformas existentes no país, dedicadas ao Turismo de Cabo Verde (www.turismo.cv).
- Estimular que os conteúdos musicais presentes nos festivais de música cabo-verdiana integrem a Plataforma de Agregação e Distribuição Digital.

Parceiros: Núcleo Operacional da Sociedade da Informação – NOSI¹⁸ e Agência Nacional de Comunicações – ANAC.

Estratégia 26: Autorização pelo Estado de uma Sociedade de Autores¹⁹ com representatividade nacional para administrar o Sistema de Coleta e Remuneração dos Direitos do Autor e Conexos.

Objectivo:

- Alavancar a remuneração dos Direitos do Autor e Conexos de artistas cabo-verdianos.

Parceiros: Sociedade de Autores.

EEF 2. Artesanato**Estratégia 27: Fortalecimento do Programa RENDA****Na questão da qualidade do produto:**

- 1) Mapear mestres artesãos e artesãs, reconhecidos como referências em suas comunidades e detentores de conhecimentos tradicionais;
- 2) Instituir um certificado de reconhecimento cultural e profissional destes mestres;
- 3) Articular encontros e intercâmbios entre estes mestres e demais artesãos e designers que venham a contribuir com aspectos associados ao acabamento de produtos e ao desenvolvimento de marcas e embalagens;
- 4) Realizar uma pesquisa iconográfica de símbolos e elementos da cultura cabo-verdiana que possam servir de matriz para o desenvolvimento de novos produtos;
- 5) Criar o selo “Created in Cabo Verde”, a ser concedido aos produtos originais e representativos do artesanato do arquipélago, dentro de uma estratégia de promoção e construção de uma marca-país.

¹⁸Unidade operacional da Comissão Interministerial para a Inovação e Sociedade de Informação, presidida pelo Primeiro-Ministro de Cabo Verde, responsável pelo desenvolvimento de soluções tecnológicas digitais para as mais diversas áreas da administração do Estado e da governação.

¹⁹Existem, actualmente, duas Sociedade de Autores em Cabo Verde (SOCA – Sociedade de Autores de Cabo Verde e SCM – Sociedade Cabo-verdiana de Musica), embora ambas não cumpram com os pré-requisitos necessários para obterem a autorização do Estado.

Na questão associada à infra-estrutura de logística de distribuição:

- 1) Desenvolver e disponibilizar na web uma plataforma digital para promoção e comercialização electrónica do artesanato;
- 2) Firmar parceria com empresa de logística para garantir a entrega dos produtos artesanais tanto nos pontos de venda associados (lojas e quiosques nas cidades, nos aeroportos, portos e hotéis) quanto junto aos compradores que adquirirem os produtos via comércio electrónico.

No estímulo à formalização e ao desenvolvimento de organizações associativas de artesãos:

- 1) Estímulo à estruturação e ao desenvolvimento de organizações associativas (associações, cooperativas etc.) de artesãos por meio da incubação (parceria com a ADEI) de empreendimentos criativos do artesanato cabo-verdiano;
- 2) Criação de um programa de microcrédito orientado (parceria com instituição financeira) para o fomento a micro e pequenos empreendedores e empreendimentos do sector artesanal.

Parceiros: empresas de logística, ADEI, instituições financeiras, Rede Nacional de Incubadoras, MESCI.

EEF 3. Produtos da Terra (gastronomia e bebidas, doces e queijos, café, dentre outros) e do Cluster do Mar**Estratégia 28: Criação do Selo “Created in Cabo Verde” para certificação de origem de produtos da terra (vinho, café, queijo entre outros) e do mar.****Objectivos:**

- Promover e fortalecer a marca-país;
- Reconhecer e qualificar produtos criativos cabo-verdianos de excelência e com potencial de competitividade internacional;
- Ampliar o consumo de produtos criativos cabo-verdianos, gerando trabalho e renda.

Parceiros: Ministério do Desenvolvimento Rural – MDR e Cabo Verde Investimentos – CVI.

Estratégia 29: Comercialização dos produtos da terra e do mar com certificação de origem na rede de pontos de venda (quiosques e lojas) de produtos criativos cabo-verdianos com o Selo Created in Cabo Verde, localizados nos aeroportos, portos, centros turísticos e hotéis.**Objectivo:**

Ampliar a rede de distribuição e comercialização dos produtos criativos cabo-verdianos promovendo o acesso aos turistas visitantes do país.

Parceiros: MDR, MTIDE e CVI.

Estratégia 30: Fortalecimento da gastronomia cabo-verdiana identitária através da realização de eventos (festas, feiras e festivais) e da identificação de roteiros de bares e restaurantes.**Objectivos:**

- Identificar e valorizar a gastronomia tradicional crioula;
- Formar novos chefs e cozinheiros especializados na gastronomia crioula;
- Criar um circuito de eventos de eventos gastronómicos;
- Promover de Cabo Verde dentro das festas, celebrações e festivais do país;
- Promover a exportação dos produtos da terra e do mar por meio do fortalecimento da gastronomia crioula.

Parceiros: MDR, MTIDE, CVI e Secretaria dos Recursos Marinhos.

EEF 4. Festas, celebrações e festivais

Estratégia 31: Criação e consolidação de um calendário anual de festas, celebrações e festivais com a finalidade de posicionar Cabo Verde como destino turístico-cultural diferenciado, através de uma campanha massiva de marketing em parceria com companhias aéreas (TAP, TACV, TAAG e TAM), agências de viagem e demais operadoras turísticas, incluindo a mobilização da Diáspora cabo-verdiana.

Objectivos:

- Mapear e diagnosticar os *clusters* das festas, celebrações e festivais nas ilhas do país;
- Promover o fomento de circuitos regionais/territoriais de festas, celebrações e festivais através de:
 - a) Qualificação de agentes que fazem parte das cadeias produtivas e da relação destes com o mercado;
 - b) Inclusão das festas, celebrações e festivais nos roteiros turístico-culturais das ilhas, municípios e empresas de turismo;
 - c) Incentivo e apoio a governança democrática das festas, celebrações e festivais incluindo os diferentes agentes nelas envolvidos;
 - d) Identificação e promoção da gastronomia e de outros produtos identitários da festa.
 - f) Incentivo à oferta de hospedagem-domiciliar; a gestão de resíduos sólidos urbanos (planos de gestão); etc.

Parceiros: MTIDE, municipalidades e associações comerciais.

EEF 5. Turismo cultural e de eventos

Estratégia 32: Fortalecimento do turismo cultural e de eventos de Cabo Verde a partir da integração de programas, projectos e acções intersectoriais de Ministérios e demais atores envolvidos.

Objectivos:

- Fortalecer e desenvolver o turismo cultural de Cabo Verde;
- Consolidar a marca-país “Created in Cabo Verde” de modo associado a um turismo de base cultural, comunitária e de vivências criativas;
- Qualificar o turismo cultural a partir da capacitação técnica de profissionais e empreendedores actuantes nos diversos complexos produtivos dos sectores criativos relacionados;
- Transformar Cabo Verde num destino turístico de eventos internacionais ampliando o ganho de divisas no consumo de bens e serviços criativos do país.

Parceiros: MC, MTIDE, CVI, ADEI e MJEDRH/IEFP.

EEF 6. Cultura Digital

Estratégia 33: Criação de um Programa de Inclusão Digital.

Objectivo:

- Ampliar a rede de cobertura de Internet em Cabo Verde, subsidiando os custos de assinatura e de aquisição de equipamentos individuais e para *lan houses*;
- Ofertar cursos de formação em novas mídias e em desenvolvimento de aplicativos a partir de *softwares* livres que fortaleçam os dos sectores criativos de Cabo Verde.

Parceiros: Agência Nacional de Comunicações – ANAC, IEFP/MJEDRH, MESCI e Universidades.

EEF 7. Territórios Criativos**Resolução nº 35/2015**

de 29 de Abril

Estratégia 34: Aperfeiçoamento do Projecto Bairros Criativos**Objectivos:**

- 1) Mapear das vocações criativas locais;
- 2) Elaborar e pactuar Planos de Desenvolvimento Produtivo (PDPs) de forma a aumentar a competitividade e fortalecer a sustentabilidade dos arranjos produtivos criativos;
- 3) Formar lideranças empreendedoras e promover a capacitação em gestão;
- 4) Promover o acesso ao microcrédito orientado voltado para micro e pequenos empreendimentos dos sectores criativos actantes no Bairro;
- 5) Criar marco legal para desoneração tributária de empreendimentos dos sectores criativos, sediados no bairro, promovendo adensamento empresarial e actividades produtivas no território;
- 6) Criar a chancela governamental para os bairros contemplados pelo Projecto com o objectivo de reconhecer e gerar visibilidade turística, cultural e económica.

Parceiros: MTIDE, ADEI, Rede Nacional de Incubadoras, MJEDRH / IIEFP.

Estratégia 35: Ampliação e consolidação da Rede Nacional de Museus fortalecendo o desenvolvimento local e a promoção da memória e das tradições cabo-verdianas nas municipalidades.**Objectivos:**

- 7) Realizar um diagnóstico acerca das estruturas físicas dos equipamentos culturais que abrigam os museus, dos projectos museológicos, da qualidade dos acervos, das programações culturais desenvolvidas, do volume de visitantes e dos potenciais de geração de serviços e negócios associados à actividade museal para as municipalidades;
- 8) Ampliar a Rede de Museus cobrindo as demais municipalidades que ainda não possuem equipamentos dessa natureza de modo integrado às comunidades;
- 9) Elaborar planos de sustentabilidade dos museus a partir da criação de uma rede de parcerias institucionais de fomento técnico e financeiro e de uma rede de articulações locais, identificando *clusters* turísticos que podem ser associados e potencializados;
- 10) Equipar os museus com espaços voltados ao vitrinamento e comercialização de produtos criativos (livros, CDs, DVDs, guias turísticos, artesanato etc.) cabo-verdianos;
- 11) Desenvolver uma linha de *souvenirs* relacionados às temáticas dos museus e das ilhas onde estão situados;
- 12) Criar museus/centros de referência (artesanato, moda, música, festas etc.) que promovam difusão e desenvolvam acções de formação para os sectores prioritários.

Parceiros: MTIDE, ADEI, Associações Comerciais, comunidade local e organismos internacionais.

O Instituto Universitário de Educação é uma instituição de Ensino Superior Público que integra o sistema de ensino superior nos termos dos artigos 3.º e 6.º do Decreto-Lei n.º 20/2012, de 19 de Junho, alterado pelo Decreto-Lei n.º 12/2015, de 24 de Fevereiro.

O Instituto Universitário de Educação foi criado pelo Decreto-Lei n.º 17/2012, de 21 de Junho, resultante da reconfiguração do Instituto Pedagógico.

O regime de instalação do Instituto Universitário de Educação aprovado pela Portaria nº 10/2015, de 10 de março, estabelece no seu artigo 2º que a instalação do Instituto Universitário de Educação incumbe a uma Comissão Instaladora, constituída por onze membros, designados por Resolução de Conselho de Ministros, sob proposta do membro do Governo responsável pelo ensino superior.

Assim:

Nos termos do n.º 2 do artigo 265.º da Constituição, o Governo aprova a seguinte resolução:

Artigo 1.º

Designação

São designados os seguintes membros da Comissão Instaladora do Instituto Universitário de Educação:

- a) Florenço Mendes Varela – Presidente
- b) Josefa da Veiga Fernandes Monteiro – Vice-Presidente
- c) Eunice de Jesus Sousa Monteiro – Administradora-Geral
- d) João Bernardino Ramos Cunha – Director da Escola de Formação de Professores da Praia
- e) Albertino Antunes Martins – Director da Escola de Formação de Professores de Mindelo
- f) Ido António Carvalho – Director da Escola de Formação de Professores de Santa Catarina
- g) Albertina dos Santos Mota – Vogal
- h) Sofia Gomes Lopes de Pina – Vogal
- i) Odete Mendes Tavares – Vogal
- j) Cesaltina Filomena Silva Ribeiro – Vogal
- k) Adalberto Furtado Varela – Vogal

Artigo 2.º

Entrada em vigor

A presente Resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovada em Conselho de Ministros de 9 de abril de 2015.

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Resolução n.º 36/2015

de 29 de Abril

A Lei n.º 34/V/97, de 30 de Junho, desenvolvida pelo Decreto-Lei n.º 10/99, de 8 de Março instituiu uma pensão a ser paga pelo Tesouro, aos cidadãos que, além de preencher os requisitos nela consubstanciados, haja prestado serviços relevantes à Cabo Verde ou que dela necessite para obter ou manter condições de vida condignas com a relevância dos serviços prestados.

Deste modo, considerando os relevantes serviços prestados pelo cidadão Gilberto Sabino Évora, pastor da Igreja do Nazareno, em prol da sociedade Cabo-Verdiana, tornando a igreja, parceira do Governo, particularmente no domínio da evangelização e no combate as diversas dificuldades sociais, precipuamente no que se refere ao combate a pobreza, através da criação da ONG denominada “Cruzada de Boa Vontade” que apoiava cerca de 700 (setecentos) pessoas diárias com géneros alimentícios;

Tendo presente, o papel desempenhado pela Igreja do Nazareno e especialmente pelo pastor Gilberto Sabino Évora na divulgação dos valores fundamentais para formação do Homem Cabo-verdiano, no desenvolvimento da família e da sociedade em geral;

Considerando o dever de preservação da memória e a necessidade de se reconhecer o devido valor às personalidades que contribuíram para construção da memória colectiva desta nação e, que o mesmo com 88 (oitenta e oito) anos de idade, ele carece de meios financeiros que lhe permitam viver com dignidade do reconhecimento dos seus feitos.

Assim:

Ao abrigo dos artigos 2.º e 5.º da Lei n.º 34/V/97, de 30 de Junho, conjugados com o disposto nos números 3 e 5 do artigo 2.º e n.º 2 do artigo 3.º, todos do Decreto-Lei n.º 10/99, de 8 de Março; e

Nos termos do n.º 2 do artigo 265.º da Constituição, o Governo aprova a seguinte Resolução:

Artigo 1.º

Atribuição

É atribuído ao cidadão Gilberto Sabino Évora um complemento de pensão no valor de 82.644\$00 (oitenta e dois mil e seiscentos e quarenta e quatro escudos) mensal.

Artigo 2.º

Vencimento e pagamento

A pensão a que se refere o artigo anterior é paga mensalmente pelo Orçamento do Estado, na mesma data dos demais pensionistas, a partir do mês seguinte ao da publicação da presente Resolução.

Artigo 3.º

Actualização

A pensão referida no artigo 1.º é actualizada sempre que o sejam as pensões de aposentação dos funcionários e agentes públicos e na medida máxima prevista para estas.

Artigo 4.º

Entrada em vigor

A presente Resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação

Aprovada em Conselho de Ministros de 9 de abril de 2015.

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Resolução n.º 37/2015

de 29 de Abril

O Gabinete de Reconstrução do Fogo foi criado pela Resolução n.º 13/2015, de 26 de Fevereiro. Por lapso, não se assegurou a representação do Ministério das Relações Exteriores (MIREX) na Comissão de Aconselhamento, apesar do papel fundamental que desempenha perante os sujeitos internacionais que, desde a primeira hora, se mostram engajados no apoio à população afectada, e cujo envolvimento com a reconstrução do Fogo se deseja continue a acontecer.

Neste contexto, mostra-se justificada uma alteração à Resolução antes referida em ordem a inserir um representante MIREX na Comissão de Aconselhamento.

Assim,

Ao abrigo do disposto no n.º 1 do artigo 27.º do Decreto-Lei n.º 9/2009, de 30 de Março; e

Nos termos do n.º 2 do artigo 265.º da Constituição, o Governo aprova a seguinte Resolução:

Artigo 1.º

Alteração Resolução n.º 13/2015, de 26 de Fevereiro

É alterado o n.º 1 do artigo 12.º da Resolução n.º 13/2015, de 26 de Fevereiro, que passa a ter a seguinte redação:

“Artigo 12.º

Comissão de Aconselhamento

1. [...]:

- a) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área das relações exteriores;
- b) [anterior alínea a)]
- c) [anterior alínea b)]
- d) [anterior alínea c)]
- e) [anterior alínea d)]
- f) [anterior alínea e)]
- g) [anterior alínea f)]
- h) [anterior alínea g)]
- i) [anterior alínea h)]
- j) [anterior alínea i)]
- k) [anterior alínea j)]
- l) [anterior alínea k)]
- m) [anterior alínea l)]
- n) [anterior alínea m)]
- o) [anterior alínea n)]
- p) [anterior alínea o)]

q) [anterior alínea p)]

r) [anterior alínea q)]

2. [...]

3. [...]

Artigo 2.º

Republicação

É republicada em anexo à presente Resolução, dela fazendo parte integrante, a Resolução n.º 13/2015, de 26 de Fevereiro.

Artigo 3.º

Entrada em vigor

A presente Resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovada em Conselho de Ministros de 9 de abril de 2015.

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*

Anexo

(a que se refere o artigo 2.º)

Resolução n.º 13/2015,

de 26 de Fevereiro

Imediatamente a seguir à erupção vulcânica de 23 de Novembro de 2014, que afectou profundamente a zona de Chã das Caldeiras, o Governo, pela Resolução n.º 97/2014, de 26 de Novembro, criou o Gabinete de Crise que tem desenvolvido uma acção notável em todos os aspectos, adoptando medidas concretas no sentido de fazer face, num curto espaço de tempo, às consequências da erupção.

Decorridos mais de dois meses após a erupção, embora registe-se uma diminuição considerável da actividade eruptiva, a qual, segundo informações técnicas, encontra-se na sua fase final, o Governo, sem descurar do objectivos que motivaram a criação do referido Gabinete, pretende realizar uma operação integrada de apoio e reconstrução dos estragos derivados da erupção vulcânica do Fogo de 2014, procedendo, numa primeira fase, ao levantamento das necessidades das populações e à projecção das infra-estruturas necessária e, a seguir, à reconstrução de novos assentamentos, bem como à reposição das condições socioeconómicas das localidades afectadas.

Para tal, o Governo cria uma estrutura de missão para a Reconstrução do Fogo, denominada Gabinete de Reconstrução do Fogo, na dependência do Primeiro-Ministro. Este Gabinete é de crucial importância, quer para a gestão acompanhamento e execução de diferentes projectos operacionais, quer pela eficiente e transparente utilização dos fundos mobilizados em projectos estratégicos para a integração e recuperação socio-económica da ilha do Fogo.

O Gabinete de Reconstrução do Fogo está dotado de autonomia administrativa, financeira e patrimonial, e é composto por um Conselho Directivo, um Secretariado Técnico e Comissão de Aconselhamento.

Assim,

Ao abrigo do disposto no n.º 1 do artigo 27.º do Decreto-Lei n.º 9/2009, de 30 de Março; e

Nos termos do n.º 2 do artigo 265.º da Constituição, o Governo aprova a seguinte Resolução:

CAPITULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objecto

É criado o Gabinete de Reconstrução do Fogo, que funciona na dependência do Primeiro-Ministro.

Artigo 2.º

Natureza

O Gabinete de Reconstrução do Fogo é uma estrutura de missão, dotado de autonomia administrativa, financeira e patrimonial.

Artigo 3.º

Objectivos do Gabinete

São objectivos do Gabinete de Reconstrução do Fogo:

- a) Apresentar um plano de recuperação e edificação estratégica das zonas devastadas, definindo as zonas consideradas de elevado risco;
- b) Promover realização de operação integrada de apoio à reconstrução;
- c) Definir os projectos de reconstrução elegíveis ao financiamento através de Fundo de Apoio e Reconstrução;
- d) Definir o cronograma e prioridade das obras a serem executadas;
- e) Assegurar a gestão técnica e a coordenação dos apoios e do processo de reconstrução do Fogo;
- f) Apresentar recomendações quanto a qualidade e segurança das construções;
- g) Coordenar, acompanhar e controlar a execução do plano de recuperação;
- h) Promover intervenções de reequilíbrio socio-económico que favoreçam as pessoas deslocadas, bem como a cooperação interinstitucional;
- i) Outros que lhe sejam atribuídos por lei, regulamento ou pelo Governo.

CAPITULO II

Composição do Gabinete de Reconstrução do Fogo

Artigo 4.º

Enumeração

O Gabinete de Reconstrução do Fogo é constituído por um Conselho Directivo, um Secretariado Técnico e uma Comissão de Aconselhamento.

Artigo 5.º

Conselho Directivo

O Conselho Directivo é integrado por um presidente e por dois vogais executivos, designados por Despacho do Primeiro-Ministro, que exercem as suas funções a tempo inteiro.

Artigo 6.º

Competência do Conselho Directivo

Compete ao Conselho Directivo:

- a) Representar o Gabinete de Reconstrução do Fogo;
- b) Dirigir a actividade do Gabinete de Reconstrução do Fogo;
- c) Promover e coordenar as acções necessárias à mobilizações de fundos para a reconstituição da Ilha do Fogo;
- d) Assegurar a gestão técnica e a coordenação dos apoios e do processo de reconstrução do Fogo;
- e) Elaborar planos de actividade e orçamento, bem como relatórios de exercício e de conta de gerência;
- f) Submeter, semestralmente, ao Primeiro-Ministro um relatório sobre a execução do processo de reconstrução do Fogo;
- g) Promover a assistência técnica às iniciativas de investimento e desenvolvimento socio-económico das localidades afectadas;
- h) Praticar todos os demais actos necessários à prossecução dos objectivos do Gabinete de Reconstrução do Fogo, e exercer todas as competências que sejam atribuídas por lei ou regulamento, bem como as que lhe forem delegadas;
- i) Aprovar o seu regulamento interno.

Artigo 7.º

Reunião

O Conselho Directivo reúne-se ordinariamente todas as semanas e extraordinariamente sempre que convocada pelo seu presidente, por sua iniciativa ou a solicitação dos vogais.

Artigo 8.º

Apoio logístico

O apoio logístico e administrativo indispensável ao funcionamento do Conselho Directivo é assegurado pelo Gabinete do Primeiro Ministro.

Artigo 9.º

Secretariado Técnico

1. O Secretariado Técnico é constituído por representantes das seguintes entidades:

- a) Um representante do Direcção geral das Infraestruturas, que preside;
- b) Um representante da direcção Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural;
- c) Um representante do Instituto Nacional de Gestão do Território;
- d) Um representante do Laboratório de Engenharia Civil de Cabo Verde;
- e) Um representante do Serviço Nacional de Protecção Civil e Bombeiros;
- f) Um representante do Gabinete Técnico de cada uma das Câmaras Municipais da Ilha do Fogo;

2. Os membros do Secretariado Técnico são nomeados pela entidade a que pertencem, no prazo de dez dias, contados da data de publicação da presente Resolução;

3. Os membros do Secretariado Técnico exercem as suas funções a tempo parcial, são abonados com senha de presença, cujo montante é fixado pelo Conselho Directivo.

Artigo 10.º

Funcionamento e competência Secretariado Técnico

O secretariado Técnico funciona sob a responsabilidade do Conselho Directivo e exerce as competências técnicas que por este lhe sejam cometidas.

Artigo 11.º

Apoio logístico

O apoio logístico e administrativo indispensável ao funcionamento do Secretariado Técnico, quando se reunir na Ilha do Fogo, é assegurado pelas Camaras Municipais da Ilha.

Artigo 12.º

Comissão de Aconselhamento

1. A Comissão de aconselhamento tem natureza consultiva, é presidida pelo presidente do Conselho Directivo, sendo composta por:

- a) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área das relações exteriores;
- b) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área da defesa nacional;
- c) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área da saúde;
- d) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área das infraestruturas;
- e) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área das finanças;
- f) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área do ambiente, habitação e ordenamento do território;
- g) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área do investimento e desenvolvimento empresarial;
- h) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área do desenvolvimento rural;
- i) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área da protecção Civil;
- j) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área da educação;
- k) Um representante designado pelo membro do Governo responsável pela área da solidariedade social;
- l) Um representantes designados pelos presidentes das Câmaras Municipais do Fogo;

- m) Um representante designado pela Universidade de Cabo Verde;
- n) Um representante designado pela Cruz Vermelha de Cabo Verde;
- o) Um representante da Universidade de Cabo Verde;
- p) Um representante da, Empresa Nacional de Aeroportos e Segurança Aérea (ASA);
- q) Um representante da Autoridade Reguladora Nacional das comunicações; e
- r) Três representantes dos moradores das zonas afetadas.

2. A Comissão de Aconselhamento pode ainda ser integrada, sob proposta do Presidente do Conselho Directivo, outras entidades e peritos nacionais ou internacionais, em funções das matérias a tratar.

3. A participação na Comissão de Aconselhamento não é remunerada.

Artigo 13.º

Competência da Comissão de aconselhamento

Compete à Comissão de Aconselhamento:

- a) Emitir parecer não vinculativo sobre os projectos ou outros assuntos no âmbito dos apoios e reconstrução do Fogo;
- b) Assegurar o acompanhamento da execução plano e projectos de recuperação e edificação estratégica das zonas devastadas;
- c) Apresentar e debater propostas no âmbito do processo de apoio e reconstrução do Fogo;
- d) Aprovar o seu regulamento interno.

CAPÍTULO III

Disposições finais

Artigo 14.º

Encargos financeiros

As despesas inerentes ao funcionamento e às actividades do Gabinete de Reconstrução do Fogo, que sejam

consideradas elegíveis, são asseguradas pelo Fundo de Apoio e Reconstrução e pelas operações de instrumentos financeiros que venham a gerir.

Artigo 15.º

Duração do mandato

1. O Gabinete de Reconstrução do Fogo tem um mandato de dois anos, podendo ser renovado.

2. Findo o prazo referido no número anterior, o Gabinete de Reconstrução do Fogo deve apresentar contas e o relatório final ao integral cumprimento das obrigações decorrentes dos compromissos assumidos no cumprimento da sua missão.

Artigo 16.º

Regime aplicável

1. Ao Gabinete de Reconstrução do Fogo aplicam-se regime previsto no Decreto-Lei n.º 9/2009, de 30 de Março, e outras disposições relativas às suas actividades.

2. Ao presidente e aos vogais executivos do Conselho Directivo aplica-se o regime previsto no Estatuto do Gestor Público, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 6/2010, de 22 de Março.

Artigo 17.º

Extinção do Gabinete de Crise

Com a entrada em vigor da presente Resolução fica extinto o Gabinete de Crise, criado pela Resolução n.º 97/2014, de 26 de Novembro.

Artigo 18.º

Entrada em vigor

A presente Resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovada em Conselho de Ministros de 5 de Fevereiro de 2015.

O Primeiro-Ministro, *José Maria Pereira Neves*



**I SÉRIE
BOLETIM
OFICIAL**

Registo legal, nº 2/2001, de 21 de Dezembro de 2001

Endereço Electronico: www.incv.cv



Av. da Macaronésia, cidade da Praia - Achada Grande Frente, República Cabo Verde
C.P. 113 • Tel. (238) 612145, 4150 • Fax 61 42 09
Email: kioske.incv@incv.cv / incv@incv.cv

I.N.C.V., S.A. informa que a transmissão de actos sujeitos a publicação na I e II Série do Boletim Oficial devem obedecer as normas constantes no artigo 28º e 29º do Decreto-Lei nº 8/2011, de 31 de Janeiro.