

C²

文 創 誌

#17 /2016 10

Informação Detalhada sobre Gestão Artística

Evento

**O Chamamento de Maruko – São as Exposições Temáticas Estrangeiras
uma Ameaça para as Indústrias de Manga e Animé Locais?**

História da Marca

Nam Fan Lou – O Herdeiro da Arte de Fazer Leques

Talentos Emergentes

À Conquista da Internet com a Sua Avó

Cantora Independente Kylamary Tem Como Missão Causar Impacto Com a Sua Música



#17
/2016 10

文 創 誌

Editor:

Conselho Editorial da C²

Email:

c2magazine.macau@gmail.com

Produzida pela:

Companhia do Desenvolvimento
Cultural e Criativo 100 Plus Limitada

Publicada pelo :

INSTITUTO CULTURAL do Governo
da R.A.E. de Macau

Editorial

Para formar talentos na área da administração artística, Macau lançou uma série de programas de ensino de administração de artes, bem como programas de subsídios. No “Destaque” deste número, vários administradores artísticos são convidados a partilhar os seus conhecimentos e as histórias de quem está por dentro desta indústria em Macau.

Na “História da Marca”, temos em destaque a Nam Fan Lou, fabricante de leques. A sua representante, Monita Chao, espera que a arte e as técnicas de fabrico de leques possam passar para as próximas gerações. Na secção “Evento”, o organizador da Exposição de Animé Comemorativa dos 25 Anos de Chibi Murako Chan, Lo Tak Chong, director-geral da Macaoexpo Exhibition Co. Ltd., bem como Kuan Man Chon, do Estúdio Maple, falam de como a manga e a animação estrangeiras podem ser uma referência para a indústria de animé de Macau.

Em “Talentos Emergentes”, apresentamos nesta edição a música Kylamary. Fotografias e telediscos que mostram imagens estilizadas da sua avó e de si mesma tornaram-se virais na internet. Kylamary tornou-se recentemente numa cantora independente e espera que a sua música possa ter impacto. Os nossos bloggers também continuam a oferecer-nos novas perspectivas sobre o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas em todo o mundo.

Conselho Editorial da C²

Os pontos de vista e as opiniões constantes da presente publicação são os dos seus autores e entrevistados, não reflectindo necessariamente a posição do Instituto Cultural do Governo da R.A.E. de Macau.



002.....	Destaque Informação Detalhada sobre Gestão Artística
010.....	Evento O Chamamento de Maruko São as Exposições Temáticas Estrangeiras uma Ameaça para as Indústrias de Manga e Animé Locais?
014.....	História da Marca Nam Fan Lou – O Herdeiro da Arte de Fazer Leques
016.....	Talentos Emergentes À Conquista da Internet com a Sua Avó Cantora Independente Kylamary Tem Como Missão Causar Impacto Com a Sua Música
018.....	Agenda Cultural
020.....	Blogues Joe Tang – A magia de Hobbiton Ho Ka Cheng – Quando o Festival de Cinema nasce na Cidade Yi-Hsin Lin – Adeus União Europeia! As Indústrias Culturais e Criativas no Reino Unido depois do Brexit Yap Seow Choong – As cores da Índia Ron Lam – A importância dos mercados de rua Ashley Chong – BD Digital vs BD em Papel Cheong Sio Pang – Música – Uma Companheira para a Vida

Informação Detalhada sobre Gestão Artística

Não há muitas pessoas cientes do que é o trabalho que dá pelo nome de gestão artística. Mesmo para quem trabalha na área, por vezes o trabalho de um gestor artístico pode ser confuso.

Em Macau, a diversidade de grupos artísticos levou a um aumento no número de eventos e actividades artísticas, o que por sua vez conduziu a uma procura maior de gestores artísticos.

Não obstante, ainda faltam verdadeiros cursos de gestão artística

nas universidades locais. Nesta edição, falamos com várias gestoras artísticas licenciadas e profissionais em Macau, e também com alguém que concebeu um currículo relevante para um instituto local, de modo a sabermos mais sobre a ecologia da gestão artística.

Por Lei Ka Io
Fotografias cedidas por Old Sin@Calvan sin studio,
Titus sky@In's Creation e entrevistados

Si Kei Chan e a sua Experiência no Reino Unido

Chan concluiu os seus estudos no Reino Unido. Chan deu os primeiros passos na gestão artística quando participou num concurso de MC enquanto estudante do ensino secundário. Depois do concurso, foi convidada pela Associação Teatral Hiu Kok para trabalhar como membro da equipa técnica. Em seguida, frequentou cursos de gestão teatral, uma decisão que a levou a sair do palco, onde era actriz, e a passar para os bastidores, como gestora teatral. Ainda pensou estudar artes na universidade, mas o seu plano não foi bem recebido pela família.

"A minha família pensava que os jovens com educação superior devem trabalhar em empregos normais, seja para o governo ou para a indústria do jogo." Percebendo a dificuldade de ir contra os desejos da família, decidiu estudar Administração Pública na Universidade de Macau. Assim que terminou o curso, Chan regressou à Hiu Kok para trabalhar como gestora artística. Não obstante, Chan continuava a acalantar o sonho de estudar artes na universidade, pelo que, depois de alguns anos a poupar dinheiro, em 2013 mudou-se para o Reino Unido para prosseguir os estudos. "Na altura, pensei que, como já tinha decidido que iria estudar fora, mais valia ir para um país distante. Optei pelo Reino Unido, onde o teatro tem uma longa tradição e a cena artística está consolidada."

Uma das disciplinas de Chan envolvia um estágio e um relatório para avaliar a experiência. De início, ela não sabia como haveria de assegurar um bom estágio, dada a competição feroz que há em Londres. Sendo esta uma capital para a qual convergem estudantes de todo o mundo, pensou que as suas hipóteses de obter um estágio seriam diminutas. "A concorrência é grande, mesmo para trabalhos não pagos."

Apesar de ter submetido o seu CV a quase 30 grandes grupos artísticos e festivais de Londres, não recebeu qualquer resposta destas



O grupo Comuna de Pedra foi entrevistado pela BBC enquanto fazia marketing de rua durante o Festival Fringe de Edimburgo, em 2015.

instituições e ficou tremendamente desiludida. "Porém, seja como for, sei que preciso de acreditar em mim. Afinal, trabalhei no ramo artístico em Macau e, nesse sentido, sou uma candidata com experiência." Em Londres, muitas instituições artísticas dão prioridade a candidatos com um *background* forte. Partindo do princípio que há candidatos com *backgrounds* ou experiência semelhantes, aqueles que também são da Europa têm vantagem competitiva nas colocações de emprego, uma vez que partilham a mesma cultura. Além disso, quem vem de cidades cosmopolitas, de topo, também é preferido pelos empregadores, pois estarão mais familiarizados com as companhias de teatro dessas cidades. Chan destacou que a maioria dos empregadores não conhecia Macau. "Simplesmente não compreendem como é Macau."

As políticas britânicas também colocaram algumas limitações às oportunidades de obter um estágio. Muitas companhias teatrais de Londres têm recorrido a esquemas de estágio para recrutar pessoal sem pagar. Chan observou que, dada a recessão económica nos seus próprios países, muitos estudantes da Europa de Leste que iam estudar para o Reino Unido ficavam no país após o fim do curso. "Na altura, não havia o 'Brexit', e por isso era muito fácil os estudantes europeus encontrarem trabalho no Reino Unido." Além disso, em Londres, há políticas de apoio aos formandos locais, e os grupos artísticos recebem financiamento por contratar jovens locais.

Apercebendo-se da dificuldade de obtenção de um estágio, o orientador de Chan sugeriu-lhe que mudasse a sua abordagem e se focasse em grupos artísticos de menor dimensão, com práticas de nicho. Surpreendentemente, esta abordagem pragmática fez com que Chan obtivesse um estágio num teatro de marionetas para crianças e num teatro comunitário. Fruto das recomendações das duas companhias, ela concorreu e assegurou um estágio no London International Festival of Theatre. "Para conseguir um trabalho em Londres, tudo depende das referências que temos. Temos de ter pelo menos duas pessoas que nos recomendem, e é muito importante que essas pessoas sejam locais. O ideal é alguém olhar para o nosso CV e reconhecer de imediato o nome de quem nos recomenda."

Ter tido tantos estágios deu a Chan mais experiência do que a exigida pelo programa da universidade, mas ela ainda queria observar melhor como é que outras companhias de teatro locais planeiam e executam os seus programas. Reparou que as companhias de teatro



em Londres acompanham bastante as tendências e têm acesso a financiamentos públicos e privados. Em vez de olharem para as suas ambições artísticas, estas instituições privilegiam o facto de as companhias proporcionarem sinergias com os seus próprios objectivos, bem como a capacidade das mesmas em gerar retorno. Como tal, algumas companhias têm de responder ao mercado e ajustar a sua orientação em função daquilo que vende. Num ambiente tão comercial, a pressão financeira sobre as companhias de teatro é sempre considerável. "Algumas companhias têm um corte de um terço do seu financiamento, enquanto outras têm cerca de um terço do seu financiamento cortado. Quando são obrigadas a cortar no pessoal, costumam recorrer a estagiários para que o trabalho apareça feito."

Chan aprendeu muito sobre o funcionamento real das companhias teatrais durante os seus estágios. Quando trabalhou na área de proximidade com o público no teatro de marionetas em Londres, percebeu que um esquema de associação é fundamental para manter a lealdade da audiência, uma vez que o público concorda em patrocinar o grupo de teatro e, em troca, recebe um determinado número de bilhetes. Ao planear os seus espectáculos, a companhia também é bastante sensível às necessidades do público. Por exemplo, as luzes vão reduzindo gradualmente de intensidade, em vez de serem desligadas abruptamente no início do espectáculo, de modo a não assustar os elementos mais jovens do público.

Durante o tempo em que viveu no Reino Unido, Chan conseguiu manter relações próximas com grupos artísticos de Macau. Aliás, ela ajudou duas das companhias de teatro de Macau que iam participar no Festival Fringe de Edimburgo. Estas oportunidades revelaram-se valiosas para lhe dar experiência laboral em marketing e promoção de um festival internacional de artes.

O Festival Fringe de Edimburgo é um festival conhecido, em que gestores artísticos e profissionais das artes se juntam e

colaboram. Para as companhias teatrais dispostas a sair de Macau, eles exigem garantias de marketing que expliquem a sua ambição e o seu desempenho, listas para demonstrar pormenores da sua viagem e estadia, e requisitos para os locais de espectáculo. "As garantias precisam de ajudar a equipa do Festival a entender se podem contratar aquela companhia ou não, e se os desempenhos são adequados ao Festival." Chan nunca tinha trabalhado neste tipo de brochuras de viagem antes. Por isso, contactou outros grupos artísticos em busca de oportunidades de colaboração e teve oportunidade de olhar para as garantias relevantes que estes proporcionavam, o que lhe serviu de referência.

Carol Lei: Ênfase na Formação na HKAPA

Carol Lei, por seu turno, optou por frequentar o mestrado em teatro na Academia de Artes Performativas de Hong Kong (HKAPA, na sigla inglesa). Para ela, a cultura semelhante partilhada entre Macau e Hong Kong era sinónimo de que ela poderia participar em actividades teatrais nos dois territórios. Ao mesmo tempo, gostou da ênfase na formação na HKAPA. "Há outras escolas em Hong Kong com programas semelhantes, mas eu não sou muito adepta de cursos teóricos." O seu mestrado revelou-se extremamente útil para compreender aspectos como a formação em segurança dos locais de espectáculo. Quando chegou o momento de planear um espectáculo, ela estava ciente da importância de organizar os pontos de acesso de um local de espectáculo de modo a conseguir gerir a multidão.

Depois de terminar o curso, Lei começou por procurar oportunidades de trabalho em Hong Kong, mas sendo de fora de Hong Kong, tal revelou-se difícil, pois as ligações pessoais são cruciais para obter emprego. "Não é que alguém te contrate só porque te conhece. A pessoa precisa de saber mais sobre a tua ética de trabalho, gosto artístico e ambições, o que é útil para assegurar compatibilidade." Ela prossegue: "Por exemplo, se nós gostamos de rock, mas o patrão gosta de música clássica, é pouco provável que sejamos contratados."

Em Macau ainda não há universidades que disponibilizem licenciaturas em gestão de artes. Isto significa que quem pretende formar-se nesta área tem de estudar fora do território. Para pessoas como Chan e Lei, as suas experiências fora ofereceram certamente perspectivas muito valiosas e contribuíram para a cena artística de Macau.



• Enquanto trabalhou para a Federação de Sociedades de Teatro de Hong Kong, Carol Lei (esquerda) foi responsável pela administração do 10º Festival de Teatro Chinês. Lei espera que a sua experiência seja útil a Macau.

• Debbie Tai foi em tempos a coordenadora do projecto comunitário de dança "Indústrias de Macau – Uma Ode ao Pôr do Sol"



Tendências da Indústria: Oportunidades de Emprego e Remuneração para Gestão Artística

Nos últimos anos, o Instituto Cultural tem lançado o "Programa de Formação de Recursos humanos na Gestão das Artes" e subsidiado grupos artísticos na formação dos gestores artísticos, causando alterações graduais na ecologia do sector. Havendo mais grupos artísticos dispostos a contratar, mais pessoas ficaram interessadas em trabalhar na área. Duas directoras executivas de companhias teatrais de Macau, Debbie Tai e Joanna Chan, lembram-nos que não qualquer pessoa com paixão pelas artes tem boas hipóteses de sucesso na indústria.

Debbie Tai: Maiores Expectativas da Indústria

Com o lançamento de um centro operacional adicional, a Cooperativa Sem Distância está a contratar novas pessoas para a equipa, sobretudo gestores artísticos. Debbie Tai, a directora, diz que o anúncio de emprego que colocaram atraiu uma quantidade invulgar de respostas. "Pensei que iríamos receber poucos CVs, mas acabámos por ter 20 candidaturas." Segundo ela, o esquema de apoio recente do Instituto Cultural ofereceu perspectivas de carreira mais promissoras aos jovens interessados em tornarem-se gestores artísticos, e também permitiu que os grupos artísticos contratassem gestores a tempo inteiro.

Há uns anos, a gestão artística era vista como uma carreira sem brilho, sem grande reconhecimento social. Tai recorda-se que, antigamente, as companhias

teatrais dependiam de voluntários, e não de trabalhadores a tempo inteiro, quando tinham espectáculos. "No passado, desde que se tivesse vontade e capacidade de trabalho, era-se contratado. Agora que os perfis de quem se candidata são mais variados, nós empregadores temos maior oportunidade de escolha, o que significa que a concorrência entre os candidatos também é maior."

Mais escolha significa que também há mais expectativa face aos candidatos. Numa entrevista de emprego, Tai foca-se na experiência relevante e no percurso académico do candidato. Ela encoraja quem tiver interesse em entrar nesta indústria a procurar oportunidades de mostrar o que sabe fazer durante os anos em que é estudante, e a procurar os conselhos de quem é mais experiente, de modo a aprender mais sobre a profissão.



Joanna Chan: A Procura de Trabalhadores Empenhados

Outra companhia teatral, a Associação Teatro de Sonho, tem pessoal em part-time a suprir as suas lacunas em gestão artística. No entanto, estas pessoas não são recrutadas directamente pela companhia. No entanto, estas pessoas são escolhidas a dedo por Chan nas escolas onde ela dá aulas de teatro. Durante o semestre em que dá aulas de teatro em escolas, ela identifica estudantes empenhados dispostos a juntarem-se à equipa. "Neste período, contacto com alguns estudantes que têm potencial e que também compreendem a nossa filosofia." Como todos foram seus alunos, não há necessidade de lhes dar formação a partir do zero. "Afinal, o que procuramos são pessoas dispostas a assumir responsabilidades."

Em termos salariais, Chan sublinha que a sua companhia é um empregador consciente: os salários são superiores aos oferecidos pela McDonalds. Segundo Chan, as despesas da gestão artística são muitas vezes esquecidas quando as companhias teatrais planeiam os seus orçamentos, e isso faz com que o pessoal seja por vezes mal pago. As companhias teatrais estão mais dispostas a gastar os seus recursos na produção do espectáculo e na equipa artística. "Muitas pessoas acham, erradamente, que a gestão artística é uma coisa simples mas, na realidade, produzir um espectáculo dá muito trabalho, do princípio ao fim."

Por norma, o salário de um gestor artístico não é muito elevado. Tai destaca que, em média, o salário mensal de um gestor artístico rondará as 8.000-15.000 patacas, dependendo da capacidade financeira da organização. "Honestamente, este nível salarial serve sobretudo para cobrir uma manutenção básica. Por isso, quem pretende um salário que lhe permita comprar uma casa ou um carro, não deve pensar que o vai conseguir neste tipo de trabalho." Em termos de funções, um gestor artístico tem um âmbito limitado de promoção. Veja-se, por exemplo, o próprio trabalho de Debbie Tai na Cooperativa Sem Distância. Como a equipa de gestão artística é composta por apenas quatro pessoas, todas supervisionadas directamente por ela, há pouco espaço para cargos intermédios, ao contrário do que acontece nas estruturas do governo ou das empresas de jogo.

Ao mesmo tempo, as companhias teatrais normais não conseguem oferecer vantagens atractivas como seguros de saúde. O horário de trabalho é por vezes irregular e tem de ser ajustado à agenda dos espectáculos. "Não trabalhamos seis dias por semana, nem garantimos coisas como férias pagas e licenças de maternidade. A maior parte do tempo, temos de acabar o que estamos a fazer para podermos descansar em condições", afirma Chan. Dadas as dotações governamentais inadequadas e a pressão das vendas de bilheteira, é difícil oferecer qualquer extra para além do salário mensal. Como a maioria dos fundos operacionais das companhias vem do governo, os

prazos de candidatura ao subsídio deste têm um impacto no ritmo de trabalho da companhia, e por isso é frequente terem de estar a par do progresso de outros projectos. "Ao planearmos os nossos espectáculos, também temos de evitar conflitos de agenda com grandes eventos como o Desfile Por Macau e festivais de música, pois costuma haver falta de técnicos nessa altura."

Além disso, segundo Chan, a rotatividade do pessoal é bastante comum na gestão artística.

"Muitas pessoas decidem sair porque não conseguem lidar com o stress associado à função", acrescenta Chan. Por exemplo, muitos optam por terem trabalhos freelance. Deste modo, podem aceitar trabalhos de MC, interpretação dramática ou ensino, além da gestão artística.

Para quem está disposto a aceitar os contratempos de ter salário baixo e poucos benefícios adicionais, nem sempre é fácil ter sucesso nesta área, uma vez que a experiência é absolutamente crucial. Tai enfatiza a necessidade do trabalho em equipa na gestão artística. "Imagine que é uma pessoa artística que tem grande vontade de perseguir os seus próprios objectivos, a ponto de não conseguir aceitar facilmente conselhos de outros. Se for esse o caso, este trabalho não será muito atractivo para si." Ao planejar um programa, um gestor artístico muitas vezes tem de coordenar várias partes, sendo vitais boas capacidades de comunicação. Tai reitera que uma forma de fazer com que as pessoas se sintam respeitadas é telefonar-lhes em vez de enviar apenas mensagens de texto para tratar de assuntos importantes. Em vez de apressar os gestores para que entreguem os seus guiões é, por exemplo, mais eficaz lembrá-los da filosofia criativa por detrás do trabalho.

"Qualquer coisa que fique fora do trabalho criativo pertence à gestão artística", afirmou. "É preciso ter determinação para resolver todo o tipo de problemas. E para o fazer, é preciso um coração forte, intrépido."

• Joanna Chan, da Associação Teatro de Sonho.



O Futuro na Gestão Artística

Como directoras executivas do Centro de Design de Macau e da Associação de Dança - Ieng Chi, respectivamente, Zoe Sou e Chloe Lao são gestoras artísticas experientes. Apesar da natureza e do posicionamento distintos dos grupos artísticos que gerem, as suas funções partilham alguns aspectos: elas estão lá para pôr em acção o pensamento criativo das empresas.

Zoe Sou: Ligando as Várias Partes

"De facto, sou só directora no papel", diz a brincalona Zoe Sou, do Centro de Design de Macau. "Na vida real, todos trabalhamos imenso em diferentes aspectos do negócio, já para não dizer que não somos muito bem pagos!"

Uma das funções de apoio que o centro de design oferece é o secretariado, uma função que é fornecida pela equipa de Sou. A responsável revela que os designers, apesar de brilhantes no processo criativo, por vezes não são tão bons a falar sobre as suas criações. "Se lhes pedir que escrevam um artigo que apresente aquilo que criaram, muitos deles têm de fazer um grande esforço. Podemos oferecer-lhes uma solução chave-na-mão, proporcionando-lhes o apoio de escrita e edição que necessitam."

Para os designers que pretendam mostrar o seu trabalho em

exposições através do centro, Sou ajuda-os a coordenar tais actividades. Por vezes, há imprevistos e Sou tem de tratar pessoalmente das situações. Certa vez, um designer quis expor uma escultura de grande escala de um cavalo no lobby de uma empresa de jogo. No entanto, como a peça da instalação estava coberta de lama e incluía plantas vivas, os visitantes espalhavam lama por todo o lado. Isto deixou a empresa de jogo furiosa, tendo esta exigido a Sou que rectificasse a situação de imediato. Fruto disso, ela chegou ao local com os trabalhadores e limpou o local. "Estava claramente uma bagunça." Sou sorri, dizendo: "O designer não conseguia conceber que o seu trabalho necessitaria de um tal trabalho de acompanhamento. Por outras palavras, o nosso papel é ajudar a facilitar os projectos deles."

Além disso, Sou tem reuniões regulares com os seus quatro parceiros no Centro de Design de Macau, para discutir as estratégias de desenvolvimento e pôr em prática os conceitos. "Por exemplo, um dos meus patrões pode querer organizar uma actividade para vender ou distribuir bolos lunares, e outro patrão pode conhecer um fornecedor de bolos lunares. A minha função é intermediar a ligação entre as várias partes."

Para Sou, a escassez de pessoal especializado é um obstáculo que tem de ser ultrapassado. "Não só não estamos em condições de contratar alguém, como também temos muito pouco dinheiro para o fazer." A directora sublinha que, inicialmente, o Centro de Design de Macau devia ser gerido por seis a sete pessoas a tempo inteiro, mas a equipa ficou reduzida a quatro devido a dificuldades financeiras. Com uma equipa reduzida, a carga de trabalho é maior para todos. "Estamos a funcionar de uma forma auto-sustentada, comercial." Sou afirma: "O meu patrão quer que aceite alguns projectos mais lucrativos, para que tenhamos um bom orçamento para contratar mais pessoal." Esta pressão financeira no Centro de Design faz com que exista uma rotatividade substancial do pessoal, o que por sua vez inibe novas contratações. Ela explica que os candidatos consideram



• Zoe Sou apresenta o Centro de Design de Macau aos visitantes, durante a Feira Internacional do Comércio de Serviços da China.

• Sempre que escritores e artistas visitam o Centro de Design de Macau, Zoe Sou é a responsável por recebê-los.



mais apelativo obter um trabalho mais fácil pelo mesmo salário, dado que as expectativas laborais são muito mais elevadas no Centro de Design.

Chloe Lao: Os Gestores Artísticos Precisam de Ser Resilientes

A falta de pessoal é um dos vários problemas de recursos que os gestores artísticos enfrentam. Para crescer, um grupo artístico tem de obter financiamento ou recursos. Chloe Lao, directora-geral da Associação de Dança - Ieng Chi, considera que os gestores artísticos devem ter mais cuidado com o planeamento de recursos, tendo presente que os recursos não se limitam ao financiamento: também podem significar locais e patrocínios em géneros.

“Os gestores artísticos precisam de ter os seus papéis bem definidos, e perceber que não são só mais um membro da equipa”, afirma Lao. De acordo com a responsável, os gestores artísticos enfrentam diferentes barreiras no seu trabalho diário, e por isso têm de ser criativos a arranjar soluções. “Não se pode apenas executar ou fazer o que foi pedido. No trabalho, adquirir o hábito de pensar em várias opções para qualquer actividade.”

Recentemente, a associação de dança teve necessidade de um equipamento caro para uma das suas performances. Para alugar este equipamento para o espectáculo, teriam de gastar cerca de um quinto do orçamento previsto. Como tal, Lao tentou obter um patrocínio de uma grande empresa. “Como esta empresa está habituada a patrocinar eventos de maior dimensão, o nosso até era pequeno para os padrões deles. Ficaram muito surpreendidos por terem sido abordados por mim.” Depois de algum trabalho de persuasão, a associação de dança conseguiu alugar o equipamento a um preço muito mais acessível. “Tendo a procurar empresas que não conheçamos ou que nunca tenham sido contactadas por nós”, diz. “Isto pode tornar o nosso trabalho menos stressante e, por sua vez, os patrocínios podem encorajar um maior apoio para as artes.”

Cada grupo artístico tem a sua filosofia específica. O desafio para um gestor artístico está no modo como concretiza em termos reais o pensamento artístico abstracto, e como o promove junto da comunidade. Há quatro anos, a Associação de Dança - Ieng Chi juntou-se à Associação dos Embaixadores do Património de Macau para lançar um projecto chamado Caminho Poético pelos Sítios do Património Mundial. Neste projecto, combinam dança com leitura de poesia, proporcionando uma visita guiada à comunidade. Deste modo, podem promover os vários locais de património cultural de

Macau junto da comunidade. Neste projecto, a abordagem artística multidisciplinar realça o significado cultural por detrás destes locais de património. Levando em conta a rota desenhada, Lao falou com responsáveis de cada local de património, pedindo a oferta de empréstimos de curto prazo para o projecto. Entre os locais mais complicados de garantir ficaram as igrejas. “Como sabem, uma igreja é um lugar de paz. Mal o clérigo percebe que queremos encenar um espectáculo de dança ali, o mais certo é rejeitar a nossa proposta.” Lao teve de reiterar o valor do projecto na promoção do património cultural e, claro, tranquilizar os responsáveis em relação à manutenção de níveis de barulho baixos. “O segredo é ver o ponto de vista deles, e apreciar a natureza da associação entre o nosso plano e as necessidades deles.” Não é difícil perceber que são essenciais competências de comunicação para ser um gestor artístico de sucesso.

Tendo entrado para a associação de dança em 2012, Lao teve contacto com departamentos governamentais, secções de espectáculos das empresas de jogo e grupos de artes internacionais. Não obstante, decidiu ficar nesta companhia de dança.

“As empresas de jogo estão dispostas a pagar um bom salário, mas não é o tipo de trabalho que eu pretendo.” Ela destacou que a ambição artística individual não pode ser concretizada do dia para a noite. Demora alguns anos até se conseguir ver o resultado do trabalho efectuado. Um gestor artístico tem de ser capaz de lidar com as desilusões que vão aparecendo. “O resultado do nosso trabalho nem sempre é tangível, e isto pode criar um sentimento de incerteza em algumas pessoas.” Lao decidiu prosseguir o seu trabalho na associação de dança, de modo a poder contribuir para este sector pelo qual é apaixonada. Além disso, quer experimentar e procurar novas formas de colaboração para apresentar esta arte através de diferentes meios ou formatos artísticos.

Lao destaca que o desafio na gestão artística não reside na dificuldade do trabalho ou na pressão, mas em manter o equilíbrio interior. “Para uma pessoa ser realmente boa nesta área, tem de reconhecer que os seus esforços não são equiparáveis à recompensa monetária, e aceitar que, por vezes, o bom trabalho pode não ser valorizado. Nem sempre é fácil fazer com que os amigos ou os pais percebam o trabalho que é feito, mas o mais importante é termos paixão por aquilo que fazemos, e procurarmos sempre ser melhores a fazê-lo.”



•Chloe Lao é a produtora executiva de *Wish upon Our Stars*

Uma Introdução ao Ensino de Administração Artística em Macau

Há cada vez mais grupos artísticos em Macau, e por isso há também cada vez maior procura de administradores artísticos. Na sequência disto surgiram programas de ensino relevantes. O Diploma em Gestão de Eventos de Artes Performativas do Instituto de Formação Turística é um deles. Benny Lim Kok Wai, Professor Assistente do Departamento de Estudos Culturais e Religiosos da Universidade Chinesa de Hong Kong, foi quem delineou este programa. Lim acredita que os administradores artísticos não precisam apenas de fazer o seu trabalho, mas de pensar sobre o que são as artes performativas como um todo.

Co-organizado pelo Instituto Cultural e pelo Instituto de Formação Turística, o Diploma em Gestão de Eventos de Artes Performativas foi lançado este ano. Lim concebeu seis módulos para este curso que combina teoria e prática.

O primeiro módulo apresenta teorias de artes performativas, o que inclui história da música, teatro e dança, e uma introdução à estética e às artes performativas. “Temos vincado que o papel de um administrador artístico é como o de um agente.” Lim considera que os administradores artísticos têm de fazer a ponte entre os artistas e as restantes partes. Para fazerem isto, é necessário que estejam dotados de conhecimento sobre artes performativas e que tenham capacidade para falar sobre artes com outras pessoas.

O segundo módulo é sobre marketing na área das artes performativas. Este módulo inclui vendas, análise de mercado, desenvolvimento de público, angariação de fundos e posicionamento da marca. Lim defende que as artes têm certas funções sociais. Os grupos artísticos têm de fazer marketing e vendas, não porque tenham de gerar lucros através das vendas mas porque a sua missão é envolver mais público nas actividades artísticas e dar-lhe mais possibilidades de ver espectáculos artísticos.

O terceiro módulo é sobre administração de artes performativas. A estratégia, desenho da estrutura organizativa, recursos humanos, financiamento, liderança e governança estão incluídas no programa. “Os

administradores artísticos têm as suas próprias responsabilidades. Têm de pensar em como fazer as coisas melhor e não podem apenas confiar na sua própria experiência.” Lim refere que um administrador artístico tem de ter conhecimentos sólidos de gestão, de modo a iniciar um planeamento de longo prazo para um grupo artístico. O módulo quatro é sobre eventos e gestão de produção, com ênfase no planeamento, orçamentação, logística e gestão de risco de um evento artístico.

O módulo cinco foca-se na gestão e técnicas de palco, enquanto o módulo seis é sobre conceitos de palco, iluminação e design de som. É especializado nas técnicas necessárias para quem trabalha nos bastidores do espectáculo. Lim nota que a maior parte dos pequenos e médios grupos artísticos de Macau são totalmente amadores. Com recursos limitados, a administração destes grupos está muitas vezes concentrada numa única pessoa.

“Não se trata apenas de fazer todo o trabalho administrativo. Também é possível que se tenha de estar responsável por uma performance de dança, e muito provavelmente também se terá de tratar dos detalhes técnicos dessa performance.” Lim diz que o objectivo dos últimos dois módulos é permitir que os administradores possam colaborar com os designers na coordenação de um evento.

“Um excelente administrador artístico não dá apenas apoio ao artista. O papel de um administrador de artes é muito mais abrangente.” Lim acredita que estes profissionais têm de ser flexíveis com os artistas, tentar proporcionar-lhes um melhor ambiente e lutar por mais recursos. Muitos grupos artísticos em Macau, por exemplo, não têm apoios de pessoas individuais ou empresas privadas. Um administrador artístico pode ser pioneiro na angariação desse tipo de fundos.

Para Lim, os estudos de administração artística não devem focar-se apenas no ensino de competências administrativas. O valor das artes é diversificado, por isso quando se trata de arte é preciso pensar através de diferentes perspectivas.

“É então possível vender arte se a arte não é um produto? Se sim, porque é que tantos países subsidiam as artes?” Lim acredita que estes programas de estudo de administração artística servem para estimular os estudantes a pensar sobre questões como esta.

• Benny Lim Kok Wai, Professor Assistente do Departamento de Estudos Culturais e Religiosos da Universidade Chinesa de Hong Kong, é o homem ao leme do programa “Diploma em Gestão de Eventos de Artes Performativas”, do Instituto de Formação Turística.



A Exposição de Animé Comemorativa dos 25 Anos de Chibi Murako Chan, patente no Centro de Convenções de Macau durante o verão deste ano, foi muito bem recebida e atraiu imensos residentes locais e visitantes. As fotografias do público com Maruko tornaram-se virais nas redes sociais. Foram vendidos 70 mil bilhetes, um registo impressionante. Lo Tak Chong, director-geral da MACEXPO Exhibition Co. Ltd, partilha connosco a sua experiência enquanto co-organizador do evento. Kuan Man Chon, responsável pelo Estúdio Maple, também tem a sua opinião sobre este tipo de exposições.

Chan Lap Hang
Foto cedida por Titus sky @In's Creation & Old Sin@Calvan sin Studio

O Chamamento de Maruko

São as Exposições Temáticas Estrangeiras uma Ameaça para as Indústrias de Manga e Animé Locais?

Lo Tak Chong e Eva Ng da MACEXPO Exhibition Co. Ltd. são organizadores da Exposição de Murako



• Kuan Man Chon, responsável pelo Estúdio Maple, espera que os investidores devam investir na formação dos talentos locais e ajudar a organizar exposições das suas obras.



“Não interessa se se está a desenhar manga, ou a trabalhar nas indústrias criativas. Desde que uma pessoa consiga destacar-se no seu ramo, há sempre uma saída. Macau é pequeno, mas não significa que não haja uma saída para Macau.” O sucesso da exposição de Murako pode inspirar os talentos locais das indústrias criativas, acredita Lo. “Como toda a gente sabe, animações famosas, como Murako e Crayon Shin Chan, impressionam-nos pelos seus diálogos mordazes e enredos memoráveis que contam histórias da vida quotidiana. Sem estes elementos, estas personagens seriam apenas uma imagem. Os conteúdos são vitais porque podem tornar as personagens vividas e oferecer um enredo forte, e finalmente tomar essas animações memoráveis. Contudo, noto que alguns artistas manga de Macau se concentram apenas em expressar os seus próprios pensamentos, desenhando as personagens e as histórias com os seus próprios estilos. Todo o processo é garantido apenas por uma pessoa e essa pessoa pode não ser capaz de cuidar de todos os aspectos. A este respeito, penso que desenhar manga deve ser como uma produção de TV: há uma divisão de trabalho entre o realizador, o argumentista e o actor/actriz. É melhor procurar parceiros que são amigos. Um concentra-se no desenho, enquanto outro trabalha no guião. Ao fazer isto, haverá hipóteses de sucesso.”

Além disso, Lo diz que quando se trata de falar de negócios, as pessoas das indústrias criativas em Macau e Taiwan têm atitudes diferentes. “Tomemos a Exposição Play Hub em Macau como exemplo, visitei a zona criativa desse certame e falei com os expositores. Depois da minha visita, responsáveis de certos expositores de Taiwan entraram activamente em contacto comigo. Com Macau acontece o contrário. Os expositores locais não são assim tão activos e não houve qualquer conversa após a minha visita.” Lo sugere que os profissionais das indústrias criativas em Macau, especialmente os mais jovens, sejam mais proactivos de modo a conseguirem mais negócios.

A exposição sobre Maruko não foi uma criação local. Kuan Man Chon acredita que isso tem prós e contras. Considera que este tipo de exposições são boas para Macau já que podem fazer o público local perceber melhor a cultura e a indústria de manga e animé. “No passado, muitos pais tinham uma visão negativa da manga e do animé, e recusavam-se a deixar que os seus filhos

pudessem vê-las. Mas agora é diferente. Esses miúdos que costumavam ver manga e animé são agora pais. Isso significa que o público considera a manga e o animé mais aceitáveis e está mais disposto a gastar dinheiro em produtos relacionados com esta indústria. Deste modo, o mercado tornar-se-á maior”, diz Kuan.

No entanto, Kuan acredita que, se Macau depender de exposições com esta, as pessoas podem achar erradamente que a manga e o animé estão apenas relacionados com as obras em si, e desse modo negligenciar outros trabalhos derivados, como os trabalhos imitativos de *doujin* e *cosplay*. Isto é na verdade prejudicial para a promoção das indústrias de manga e animé. “Além disso, quando falamos de promover a indústrias criativas em Macau, os produtos estrangeiros que são importados para cá já são bem recebidos no mercado internacional. Temo que, se importarmos apenas esses produtos, as pessoas possam compará-los com os trabalhos locais e achar prejudicialmente que as obras locais são amadoras.”

Quando se trata de incentivar os artistas locais a serem mais produtivos, Kuan espera que os investidores não importem apenas produtos estrangeiros para Macau. Idealmente, não deviam pensar em lucros imediatos mas também em formar talentos locais. Depois disso, poderiam organizar exposições que tivessem como tema os trabalhos locais e deixar que mais pessoas vissem e percebessem as obras de artistas locais, de modo a aumentar a sua visibilidade. Kuan acrescenta: “As indústrias criativas em Macau também precisam de um sistema integrado. Por exemplo, alguém tem de se especializar em pesquisa de marketing e promoção de produtos, de modo a tornar os trabalhos visíveis em diferentes aspectos e lugares, e finalmente tentar criar uma marca. Além disso, as pessoas das indústrias criativas também têm de encontrar um equilíbrio entre a obtenção de fama e de lucros. Se alguém põe um preço alto numa obra só porque esta é rotulada como ‘produto criativo’, isso pode dar que falar na cidade. Mas, do ponto de vista da sobrevivência no mundo dos negócios, fazer isso é bastante perigoso.”



• “Penso que desenhar manga deve ser como uma produção de TV: há uma divisão de trabalho entre o realizador, o argumentista e o actor/actriz. Ao fazer isto, haverá hipóteses de sucesso” diz Lo.



• A Exposição de Murako foi muito bem recebida e foram vendidos 70 mil bilhetes durante o verão





Em tempos remotos, académicos e advogados talentosos tinham sempre nas mãos um leque elegante que agitavam quando recitavam poesia ou discutiam ideias. A cultura do leque tem uma longa história na comunidade chinesa. Hoje em dia, é possível encontrar mini-ventoinhas e ares-condicionados por todo a parte e a arte de fabrico de leques está aparentemente em declínio. No entanto, ainda há quem trabalhe no anonimato, e a Casa de Artesanato Nam Fan Lou é um desses estabelecimentos. “O ritmo da vida urbana é muito rápido e muito poucas pessoas prestam atenção às artes que representam a vida espiritual, como a dos leques. Mas eu ainda quero continuar a fazer isto e a herdar esta cultura tradicional”, diz a responsável pelo estabelecimento, Monita Chao.

Nam Fan Lou

– O HERDEIRO DA ARTE DE FAZER LEQUES

Jason Leong
Foto cedida por Old Sin@Calvan sin studio

• Monita Chao, da Nam Fan Lou, está empenhada em promover a arte dos leques e a cultura chinesa que esta encarna.

A Nam Fan Lou é situada numa rua interior junto à Escola Secundária Luso-Chinesa de Luís Gonzaga Gomes, perto da Praça do Tap Siac. A loja do piso térreo é usada para venda a retalho, enquanto o segundo andar é usado como galeria de livros, pinturas e leques feitos por artistas famosos. Apesar de ter poucos clientes, a Nam Fan Lou é extremamente conhecida dentro da indústria de leques. “Abrimos em 2003. Somos a única loja de alguma dimensão com produtos manufacturados, que têm mais qualidade e melhor relação qualidade-preço do que aqueles produzidos no Interior da China. Por isso, muitos turistas vêm especialmente para nos visitar”, diz Chao com um sorriso.

Actualmente, 40 por cento dos leques da Nam Fan Lou são feitos à mão por artesões locais veteranos. Os outros 60 por cento são feitos em fábricas no Interior da China. A fábrica original era localizada em Zhuhai, mas devido ao aumento do preço das rendas e dos salários, foi deslocada para Suzhou e Hangzhou, onde os leques são produzidos em grandes quantidades. “Não temos outra opção. Os custos de produção na região do Cantão são agora muito elevados, e não há muitos apreciadores de leques em Macau. Se queremos continuar a funcionar, temos de encontrar uma solução.”

Há muitos tipos de leques – aqueles que eram usados por académicos, aqueles que eram usados pelas concubinas imperiais e pelas empregadas dos palácios para cobrirem os seus rostos, os leques originários da Coreia e do Japão em que a estrutura do leque é visível, leques de folha de palmeira e leques de papel preto. Alguns materiais são ainda mais sofisticados – marfim, sândalo, carapaça de tartaruga. Qualquer material em que possa pensar, eles têm. Quanto mais complexo for o padrão da estrutura do leque, mais facilmente esta pode partir-se durante o processo de manufactura. Linhas de produção fabris não podem produzir algo desta qualidade, é preciso trabalho artesanal. É por isso que Chao insiste em que uma parte dos seus produtos seja produzida localmente e à mão. A Nam Fan Lou passou recentemente a fazer parte do “Mapa Cultural e Criativo de Macau” e tornou-se num dos locais recomendados pelo governo. Por isso, decidiu inovar e incorporar “elementos de Macau” nos seus produtos, inserindo palavras como “Macau” nos leques, para agradar aos turistas.

Chao acaba por se levantar gesticular na direcção dos leques decorativos que estão atrás de si. “Este foi feito para o governo em 2014, como uma recordação para oferecer noutras regiões. Tem estampas pintadas à mão, juntamente com bordados de fios de ouro, serigrafia e tecnologia laser. Os custos são muito elevados, mais de MOP 200. Este, por sua vez, é uma recordação para a Benz, distribuída numa das suas exposições, uma vez que os ocidentais são extremamente interessados por arte chinesa. Este foi encomendado pela Wynn Macao. Eles forneceram os estampados com o seu padrão específico, que nós apresentamos na cobertura do leque.”

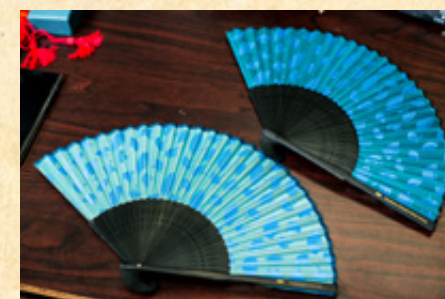
Actualmente, os lucros da Nam Fan Lou estão principalmente divididos em duas partes – venda a retalho e encomendas de grande escala. Desde 2004 que o estabelecimento tem recebido encomendas para recordações que são distribuídas em eventos de grande escala organizados pelo governo ou por grandes marcas. Em épocas boas, a Nam Fan Lou recebe encomendas todos os meses. No entanto, o número de encomendas diminuiu com a queda das receitas do jogo. “A venda a retalho tem sido

fragmentária. A maior parte das pessoas apenas olha para os leques nos expositores, porque pensa que pagar MOP 50 ou MOP 60 por um leque é caro e não vale a pena. Contudo, quem está por dentro desta indústria saberá que nós usamos materiais de alta qualidade quando comparados com os do Interior da China.”

Chao diz que a encomenda mais memorável que já recebeu foi a primeira de grande escala, há mais de dez anos, para produzir lembranças para o Dia Internacional dos Museus, em 2004. A Nam Fan Lou tinha acabado de abrir. Aconteceu de o director do museu passar pela loja, tendo acabado por pedir um orçamento após uma simples visita. Não era o orçamento mais barato, mas a Nam Fan Lou acabou por ficar com o trabalho. O director explicou que tal se deveu à qualidade dos produtos. Desde então, Chao percebeu que praticar preços baixos pode favorecer a loja no que toca a aproveitar o mercado no curto prazo, mas no longo prazo será melhor para o desenvolvimento da loja se a qualidade for aquilo que se destaca.

Agora no 13º ano de operação, o negócio da Nam Fan Lou é flutuante e instável. Mas porque é que Chao insiste na arte de produção de leques? “Acho que alguém tem de fazer alguma coisa para que este ofício tradicional possa continuar.” A Nam Fan Long era anteriormente uma loja de materiais artísticos, aberta por Chao e alguns amigos na década de 1980 – a famosa Livraria Ngai Chi Hin. Naquela altura, Chao já estudava pintura tradicional chinesa há vários anos e era difícil encontrar materiais. Então abriu a sua loja de materiais artísticos para conveniência das suas próprias criações, ao mesmo tempo que servia os talentos artísticos. No entanto, o número de aficionados de arte em Macau é muito limitado e a Ngai Chi Hin fechou no começo da década de 1990. “Foi uma pena. Depois disso fui trabalhar em Hong Kong, mas continuava a amar a arte chinesa. Os leques e a pintura tradicional chinesa têm a mesma origem, e muitos leques têm pinturas e caligrafia. Acabou por vir para Macau e abrir a Nam Fan Lou.”

Quando fala de história, Chao tem sempre um sorriso. Contudo, quando mudamos para o presente, não consegue disfarçar um suspiro. “O ritmo da vida urbana é muito rápido e muito poucas pessoas prestam atenção a artes como a dos leques. Mas eu ainda quero continuar a fazer isto e a herdar esta cultura tradicional.”



• Lembranças feitas por encomenda para entidades comerciais. O padrão complexo da estrutura do leque destaca-se em tons de azul claro.



• A Nam Fan Lou faz produtos à medida para várias organizações há muitos anos. Os leques afixados nas paredes são os produtos de que mais se orgulham.

À Conquista da Internet com a Sua Avó

Cantora Independente Kylamary Tem Como Missão Causar Impacto Com a Sua Música

Jason Leong
Fotos cedidas por Calvin@Calvan sin studio
Local fornecido pelo Café Voyage

Há muitas excelentes canções de Macau que são desconhecidas. Alguns dizem que é devido à falta de marketing, ou a insuficientes canais de disseminação. Não obstante, uma nova força veio de repente à tona: uma cantora tornou-se popular online com fotos estilizadas e telediscos em que aparece com a sua avó. Falamos de Kylamary, cantora e compositora de Macau.



• Kylamary diz que quer levar o público a repensar as relações com as pessoas ao seu redor através da música

A entrevista tem lugar num café. Quando Kylamary chega, está toda vestida de preto, com anéis e brincos metálicos bastante visíveis. Juntamente com a sua profunda maquilhagem, ela parece atraente mas inacessível. "Relaxa, muitas pessoas acham-me arrogante mas na verdade é apenas uma imagem. Posso falar sobre qualquer coisa", diz-me, tocando-me no ombro.

Além de sua imagem excepcional, Kylamary tem um estilo de música igualmente forte. No ano passado recebeu distinções "canção favorita" e "canção de ouro" na cerimónia de prémios organizada pela TDM, com a canção *The Summoning*, que tem um grande sentido rítmico. Este ano embarcou numa nova iniciativa. A promoção do seu trabalho *Revolution* inclui uma série de fotos com um estilo bastante único, de Kylamara e da sua avó, usando vestidos pretos, calças vermelhas com rachas e jardineiras de aparência jovem, tudo complementado por várias cenas requintadas. Tudo isto foi posteriormente utilizado num teledisco que recebeu comentários positivos e foi muito partilhado online. Foi um grande sucesso do ponto de vista do marketing.

"Escolher a minha avó como personagem principal adequa-se ao tema principal da canção. Vesti-la com roupas de luxo é um retrato da letra, que diz 'viver a vida plenamente é o caminho certo; não há necessidade de lutar'. É sobre imaginar que desfrutamos a vida, seja qual for a nossa idade", explica Kylamary.

Kylamary diz em tom de brincadeira que foi preciso um grande esforço para convencer a sua avó, que tem uma vida confortável em

Coloane, a aceitar participar no projecto, para que o trabalho pudesse avançar sem problemas. "Por sorte, eu e uma amiga dissemos à minha avó que ela iria parecer exactamente como eu depois de a vestirmos. Acima de tudo a minha avó adora-me e foi por isso que disse que sim"

Uma coisa é concordar em fazer algo, outra coisa é executá-lo. Um dos conjuntos de roupa escolhidos para a sessão fotográfica incluía calças vermelhas com rachas que mostram as pernas até acima do joelho. Naquele momento, a equipa achou que talvez fosse demasiada exposição para uma pessoa idosa. No entanto, a avó de Kylamary vestiu-as sem hesitação e irradiando confiança, para surpresa e admiração de todos.

Kylamary diz que a canção foi bem recebida devido à necessidade sentimental da sociedade. "Esta criação teve excelentes resultados e despertou ressonância no público. Depois de verem as fotografias e o teledisco, as pessoas começaram a pensar se não poderiam ser mais próximas dos seus familiares idosos. O ritmo da vida urbana é tão acelerado que coisas tão simples como o amor e as relações tornaram-se preciosas. Portanto, a minha música tem como objectivo destacar os afectos familiares e insta o público a reflectir sobre as relações com as pessoas em seu redor."

Kylamary começou para assinar contrato com uma editora discográfica de Macau, mas no começo deste ano tornou-se numa intérprete independente, gerindo os seus próprios espectáculos, a produção musical e tendo reuniões com clientes. Apesar de ter uma vida mais agitada, este formato ajusta-se melhor à sua personalidade, e dá-lhe mais espaço e tempo para criar livremente. A canção *Revolution* é um dos trabalhos de que se orgulha desde que se tornou independente.



• As fotos de Kylamary e da sua avó têm um estilo interessante e são apreciadas por muita gente

"Muitas pessoas, quando olham para mim, pensam que sou cantora de uma banda Rock 'n' Roll ou algo do género. Certamente que isso faz parte de algumas das minhas criações, mas na verdade o que canto melhor são canções com alma, daquelas que fazem as pessoas chorar do fundo do coração. A minha cantora favorita é Sammi Cheng, de Hong Kong, e o seu lema é 'causar impacto com a minha vida é também o principal estilo da minha forma de cantar e das minhas canções'."

Durante um percurso em que ganhou por três vezes a competição musical da TDM, assinou um contrato com uma discográfica e recebeu formação em Hong Kong; e regressou a Macau para se tornar uma cantora independente, Kylamary pensou em desistir mais do que uma vez, mas decidiu ser persistente até agora, devido ao seu amor pela música e pelo canto. "Neste momento estou também a aceitar papéis de actriz em peças de teatro e curtas-metragens, já que quero que o meu desenvolvimento seja diversificado. No futuro espero poder planejar os meus próprios concertos e produzir mais canções que passem nos meios de comunicação mais abrangentes durante um ano inteiro. Agora, a maior parte dos cantores de Macau fazem uma canção por ano para participar na cerimónia de prémios, mas eu não quero ser assim. Enquanto cantora, quero chegar mais longe."

"Revolution" MV:
<https://vimeo.com/170346739>

AGENDA CULTURAL

21ª Feira Internacional de Macau (MIF) – Pavilhão de Criatividade de Macau

Data: 20/10/2016 (para profissionais do sector); 21/10/2016-22/10/2016 (público em geral)

Horário: 12:00 – 20:00, 20/10/2016
10:00 – 18:00, 21/10/2016-22/10/2016

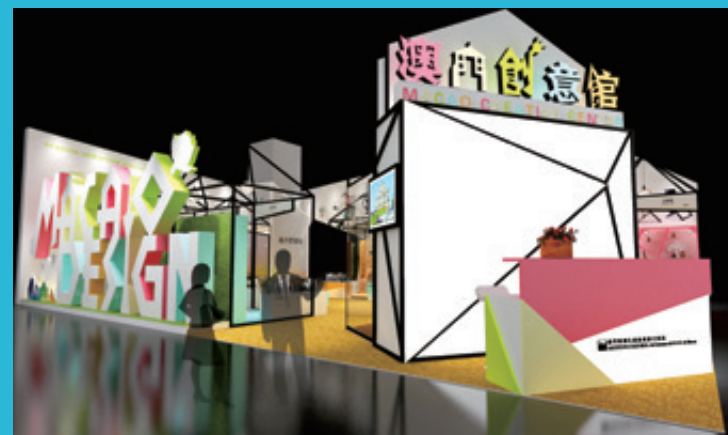
Local: Venetian Macao – Centro de Convenções e Exposições

Bilhetes: Entrada Livre (profissionais do sector têm de fazer registo prévio)

Detalhes: Este é o sétimo ano em que Instituto Cultural organiza o Pavilhão de Criatividade de Macau na MIF, facilitando a participação das entidades locais das indústrias criativas neste fórum. Com um tamanho de 135 metros quadrados, o Pavilhão de Criatividade de Macau visa promover marcas e produtos criados e projectados em Macau, bem como sensibilizar o público para o que está a acontecer nas indústrias criativas do território.

Organizador: Instituto Cultural do Governo da R.A.E. de Macau

Web: www.macaucchi.com



"O Homem Kidult" – Teatro Infantil

Data: 11/11/2016-13/11/2016

Horário: 20:00, 11/11/2016; 15:00 e 20:00, 12/11/2016; 11:00 e 15:00, 13/11/2016

Local: Edifício do Antigo Tribunal, Avenida da Praia Grande

Bilhetes: MOP 150

Detalhes: O senhor Pan foi diagnosticado como tendo Síndrome de Homem "Kidult", o que o leva a um estado de apatia e a não ser capaz de reagir de "forma adulta" quando enfrenta quaisquer "questões adultas". No entanto, ninguém sabe, nem sequer o senhor Pan, que quando chega a hora de dormir, depois de rressonar três vezes, um pequeno rapaz sairá através do seu umbigo. E assim começa a aventura...

Organizador: Comuna de Pedra

Web: www.facebook.com/events/172518706501688



Visor do Cinema Asiático 2016

Data: 21/10/2016-30/10/2016

Horário: Por Favor Consulte o Programa

Local: Pequeno Auditório do Centro Cultural de Macau

Bilhetes: MOP 60

Organizador: Centro Cultural de Macau

Web: www.ccm.gov.mo/Event.aspx/Detail/7965



St Petersburg Ballet – Lago dos Cisnes

Date: 2/12/2016-3/12/2016

Horário: 20:00, 2/12/2016;
15:00 e 20:00, 3/12/2016

Local: Teatro do Venetian

Bilhetes: MOP 888/688/488/388

Organizador: Venetian Macao

Web: hk.venetianmacao.com/entertainment/shows-and-events/st-petersburg-ballet-swan-lake.html



SIGGRAPH Asia 2016 Macao

Data: 5/12/2016-8/12/2016

Horário: Por Favor Consulte o Programa

Local: Venetian Macao

Organizador: Koelnmesse

Web: sa2016.siggraph.org/en



Bubble World – Exposição de Lo Chong Hong X Lau Ip

Data: 23/9/2016-16/10/2016

Horário: Segunda a Sexta: 18:00-21:30;
Sábado e Domingo: 14:00-21:30

Local: MMM Workshop
(Rua da Barra, Edifício Kam Lei,
n.º45, Rés-do-chão, Macau)

Bilhetes: Entrada Livre

Organizador: Find Art Association

Web: www.facebook.com/events/1302146019798255



Carmen, pela Companhia Nacional de Bailado de Espanha

Data: 3/11/2016-4/11/2016

Horário: 20:00

Local: Grande Auditório do Centro Cultural de Macau

Bilhetes: MOP 300/250/200/150

Organizador: Centro Cultural de Macau

Web: www.ccm.gov.mo/Event.aspx/Detail/7964



Love Comedy on the Rocks

Data: 28/10/2016-29/10/2016

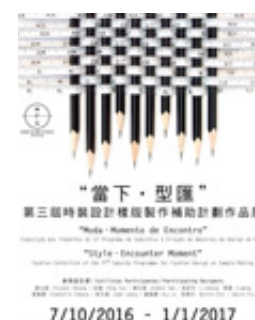
Horário: 20:15

Local: Teatro do Centro Cultural de Hong Kong

Bilhetes: HK\$480/280/180

Organizador: Zuni Icosahedron

Web: www.zuniseason.org.hk



"Modos · Momento de Encontro" — Exposição dos Trabalhos do 3º Programa de Subsídios à Criação de Amostras de Design de Moda

Data: 7/10/2016-1/1/2017

Horário: 10:00 – 20:00
(Fechada às Segundas)

Local: Galeria de Moda de Macau

Bilhetes: Entrada Livre

Organizador: Instituto Cultural do Governo da R.A.E. de Macau e Centro de Produtividade e Transferência de Tecnologia de Macau

Web: macaofashiongallery.com



60º Aniversário da Associação dos Artistas de Bela-Artes de Macau-Uma Retrospectiva

Data: 25/8/2016-4/12/2016

Horário: 10:00-19:00, Terça a Domingo

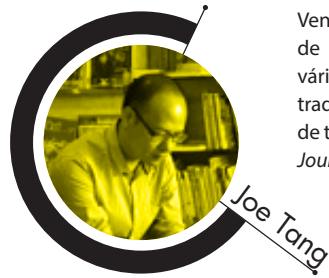
Local: Museu das Ofertas sobre a Transferência de Soberania de Macau

Bilhetes: MOP 5/2 (Adulto/Estudante)

Organizador: Museu de Arte de Macau

Web: www.mam.gov.mo

Blogues



Joe Tang

Vencedor do Prémio Literário de Macau e o Prémio de Novela de Macau, Joe Tang é escritor e crítico de arte. Assinou vários romances, incluindo *The Floating City* e *O Assassino*, traduzidos para Inglês e Português. Publicou também peças de teatro, entre elas *Words from Thoughts*, *Philosopher's Stone*, *Journey to the West*, *Rock Lion*, *Magical Monkey* e *The Empress and the Legendary Heroes*.

— A magia de Hobbiton —

A minha família e eu fomos visitar os nossos parentes à Nova Zelândia durante as férias de verão, e também aproveitámos a oportunidade para viajar pelo país. Digamos que sou um fã de *O Senhor dos Anéis* e é escusado dizer que a lendária Hobbiton estava na minha lista de viagem. Aqueles que leram os livros ou viram os filmes saberão que Hobbiton é a terra dos Hobbits na Terra Média, na saga *O Senhor dos Anéis*, escrita em inglês por J.R.R. Tolkien. É uma aldeia ficcional mas o cineasta neozelandês Peter Jackson encontrou as localizações perfeitas para recriar Hobbiton no seu país. Depois de ter sido lançada a trilogia *O Senhor dos Anéis*, os fãs dos livros e dos filmes começaram imediatamente a rumar à aldeia para visitá-la, tomando Hobbiton numa atracção mundialmente famosa e bem-sucedida. Isto também trouxe enormes lucros turísticos.

Localizada nos arredores de Matamata, no norte da Nova Zelândia, Hobbiton é uma pequena cidade com apenas 13,000 residentes. Tornou-se numa atracção muito conhecida devido aos seus cenários deslumbrantes mostrados na saga *O Senhor dos Anéis*. Reflecti bastante depois de visitar a cidade durante várias horas. Em primeiro lugar, o que mais me impressionou é que existe o equilíbrio certo entre o desenvolvimento do turismo em Hobbiton e a manutenção da serenidade característica daquele lugar. Os visitantes podem apanhar autocarros turísticos que partem do centro de visitantes em Matamata, ou conduzir até à entrada de Hobbiton e depois apanhar um autocarro com um guia que os acompanhará pela cidade. A visita dura duas horas e o destino final é o Green Dragon Inn, onde é possível descansar e desfrutar de uma cerveja produzida em Hobbiton e que está incluída no pacote da visita. A atmosfera é

relaxante.

No entanto, quando se trata de desenvolver uma indústria, se pensarmos que devemos cavalgar a onda do sucesso, a maximização dos lucros é o próximo passo. Se for esse o caso, então o projecto turístico temático de Hobbiton tem sem dúvida um enorme potencial para ser desenvolvido. Por exemplo, pode ser construído um parque temático do Hobbit, um desfile que tenha como tema os habitantes da Terra Média, um hotel-boutique e restaurante inspirados em Tolkien, ou mesmo "Apartamentos Servidos de Hobbiton" e "Villas da Terra Média" podem ser adicionadas ao projecto. Importa não esquecer que Hobbiton tem um total de cinco milhões de metros quadrados de terras agrícolas. No entanto, os neozelandeses não fizeram isto. Pelo contrário, mantiveram um equilíbrio entre recreação e facturação. As recordações que tenho são de uma atmosfera relaxada com o número certo de visitantes. A juntar ao cenário pitoresco, sentimo-nos mesmo como se tivéssemos chegado à Terra Média. Agora, olhemos para Macau. Com pessoas a inundar a Avenida de Almeida Ribeiro e as Ruínas de São Paulo, e sem quaisquer medidas de controlo de multidões, é difícil não nos sentirmos desiludidos.

Hobbiton, na Nova Zelândia, deu-me muito em que pensar. Neste mundo altamente globalizado, devemos ponderar de modo mais abrangente quando toca ao desenvolvimento e gestão das indústrias culturais e criativas. Vejamos Hobbiton como exemplo. Originalmente escritas pelo autor britânico J. R. R. Tolkien, estas histórias foram adaptadas ao cinema por uma empresa dos Estados Unidos da América (com investidores

de outros países). Um realizador neozelandês encontrou uma pequena cidade no seu país e transformou Hobbiton na Terra Média. Isto não apenas enriqueceu os recursos turísticos da Nova Zelândia, como impulsionou a economia local. Por exemplo, a nossa família composta por seis pessoas gastou um total de 2,000 dólares de Hong Kong nos bilhetes de entrada. Além disso, também comprámos comida num pequeno café e presentes numa loja de recordações. Outras despesas naquela pequena cidade incluíram combustível, compras e refeições. Juntando tudo, gastámos um montante considerável nesta viagem.

"Indústrias Culturais" é hoje em dia um slogan mas na verdade não é difícil perceber do que se trata. Honestamente, tudo se resume à capacidade de contar boas histórias. Para fazer isso é necessário ter talento e conectividade – ou seja, ter um posicionamento claro e permitir que o talento seja bem aproveitado quando se entra nesta indústria globalizada com oportunidades inesgotáveis. Posto isto, nós em Macau, em vez de fazermos dinheiro rápido, devíamos realmente olhar para as coisas de um modo mais global – isto significa fazer aquilo em que somos bons até sermos os melhores, recusar o oportunismo e ser sensíveis. Com estas qualidades, estou confiante que esta pequena cidade também pode contribuir muito para a indústria.



Blogues



Ho Ka Cheng

Supervisor da Associação Audio- Visual CUT, Ho é um dos realizadores do projecto *Macau Stories 1* e esteve também envolvido no *Macau Stories 2 – Love in the City* e no *Macau Stories 3 – City Maze*. *Macau Stories 2 – Love in the City* recebeu uma menção especial no festival português de cinema Avanca e foi mostrado nos festivais de Tóquio e Osaka.

— Quando o Festival de Cinema nasce na Cidade —

O conceito de "festivais de cidade" começou a existir na Europa logo a partir do século XVII. Mas apenas nas décadas de 1970 e 1980 é que a cidade, a cultura e a economia conseguiram gradualmente interligar-se e tornar-se elementos importantes do turismo e das indústrias criativas. Agora, os "festivais de cidade" têm algumas funções mais importantes. Eles tomam a cultura, o turismo e a recreação em factores decisivos na contribuição que dão para o crescimento económico, bem como no melhoramento da imagem de uma cidade. A 30 de Setembro, o Instituto Cultural organizou o Fórum do Festival Internacional de Música de Macau, para explorar a relação entre festivais de artes e desenvolvimento cultural da cidade, e de como estes festivais podem promover a sustentabilidade urbana. No passado, o Festival Internacional de Cinema e Vídeo de Macau (MIFVF) e a Feira de Investimento na Produção Cinematográfica entre Guangdong-Hong Kong-Macau, ambos eventos organizados pelo Instituto Cultural, foram muito valorizados pelos cineastas locais. Eventos relacionados com o cinema e organizados por associações locais organizações estrangeiras – como os Prémios de Cinema da Imprensa Chinesa, o Festival de Cinema Ásia-Pacífico, os Prémios do Cinema Asiático e o Festival Internacional Prémios Gold Aries de Macau – também são importantes. No entanto, o Festival Internacional de Cinema e

Cerimónia de Entrega de Prémios (IFFAM, na sigla inglesa), que está para chegar, é outra história. Este festival é organizado oficialmente pelo Governo da RAEM e apoiado por empresas de jogo. O mundialmente conhecido programador e cineasta Marco Müller foi convidado para ser o director do festival. Foi anteriormente director do Festival Internacional de Cinema de Veneza e é ele mesmo um sinólogo. Quando assumiu a direcção do festival de Veneza, Müller reformou o festival e por várias vezes os prémios mais importantes, os Leões de Ouro, foram entregues a filmes chineses.

A equipa profissional do IFFAM é composta por um director, um director de gestão, embaixadores, consultores internacionais e consultores de programação. Entre eles estão Johnnie To, Ann Hui, Huang Jianxin, Shi Nan Sun, Dong-hoon Choi e James Schamus (parceiro de Ang Lee), entre outros. A proeminente produtora asiática Lorna Tee assume a direcção de gestão do IFFAM. Ela é a directora-geral da Irresistible Films (a produtora que fez filmes como *Cold War* e *Rise of the Legend*). A lista de consultores honorários inclui presidentes e directores-gerais do Galaxy Entertainment Group, da Sands, da Wynn, da MGM e da Sun Entertainment Culture Limited, entre outros. Tudo o já dito aqui confirma que o IFFAM terá como foco o cinema comercial e de género. A natureza do festival é semelhante à dos festivais de artes, de música e ao Grande Prémio – um festival de cidade de grande escala, mas desta vez são os filmes a estar no centro das atenções.

Além dos prémios que serão apresentados (na categoria competitiva), também haverá projecções não-competitivas, uma exposição, seminários, uma competição de microfilmes, uma competição de argumentos para microfilmes e cursos de cinema ministrados

por instrutores profissionais do British Film Institute. Também me disseram que haverá um fórum de investimento cinematográfico que dará aos cineastas locais mais oportunidades para conhecerem potenciais investidores. Podemos ver que o governo espera que o IFFAM possa enriquecer a imagem da cidade e produzir benefícios a longo prazo para o desenvolvimento da indústria de cinema local. Na verdade, nas Linhas de Acção Governativa para 2016, diz-se que "através de cooperação entre os serviços, promover-se-á a realização de eventos cinematográficos a nível internacional, enriquecendo, de forma constante, os elementos culturais da indústria turística de Macau". Além disso, no ponto número três da "Coluna 20: Principais Tarefas para Desenvolver o Turismo Cultural" do Projecto do Plano Quinquenal de Desenvolvimento da RAEM 2016-2020, refere-se que "através da organização de festivais internacionais e da promoção no estrangeiro [espera-se] aumentar a visibilidade do festival internacionalmente e atrair mais visitantes internacionais". A directora da DST de Macau, por exemplo, foi numa viagem de observação a Cannes no passado mês de Maio.

Usar o IFFAM para promover o turismo cultural em Macau e para melhorar a imagem da cidade internacionalmente dá-nos esperanças no que toca a ver o cinema tornar-se oficialmente num dos temas dos festivais de Macau. Quanto ao desenvolvimento a longo prazo da indústria de cinema local e da cultura cinematográfica, requer trabalho e esforço a longo prazo, e nunca foi fácil. Se o IFFAM é meramente fogo-de-vista ou uma verdadeira força motriz por trás da indústria, vamos esperar para ver.



Foto cedida pelo Turismo de Macau



Yi-Hsin Lin

Formado na Escola de Estudos Orientais e Africanos (SOAS) da Universidade de Londres. Vive e trabalha actualmente em Londres como escritor. Lin fez curadoria de pintura para o Museu Vitória e Alberto, bem como para o Museu Britânico. É também professor de Arte Chinesa na Christie's Education e colabora com várias revistas de arte em língua chinesa.

Adeus União Europeia! As Indústrias Culturais e Criativas no Reino Unido depois do Brexit

No dia 24 de Junho, quando foi anunciado que o Reino Unido vai abandonar a União Europeia (UE), uma onda de choque político atravessou o país. A libra atingiu o seu valor mais baixo em três décadas e aqueles que querem a permanência do Reino Unido na UE protestaram contra a decisão. Até os líderes parlamentares dos maiores partidos políticos tiveram de demitir-se um após outro. A disputa sobre "sair ou ficar" continua. Naturalmente, o referendo sobre o "Brexit" teve um tremendo impacto nas indústrias culturais e criativas do Reino Unido. As organizações culturais, museus, o mercado de arte e os negócios criativos estão todos a ser severamente afectados. No passado, o Reino Unido e a UE tinham muitos esquemas de cooperação. Ambos partilham não apenas uma história e cultura semelhantes, mas também trabalham em conjunto no que toca ao comércio e à economia. Agora, com estas mudanças tão drásticas, o que é que vai acontecer às indústrias culturais e criativas no Reino Unido? Quais são os próximos passos? Estas questões merecem a nossa permanente preocupação.

Apoios Financeiros para Organizações Culturais e Museus

A UE tem sido uma dos maiores financiadores das organizações culturais e dos museus do Reino Unido. Os grupos artísticos locais, por exemplo, receberam bolsas no valor total de 40 milhões de euros em 2014 e 2015, do programa Europa Criativa, um programa iniciado por um grupo na UE. Outros fundos, como o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional e a Capital Europeia da Cultura também deram bolsas e subsídios ao Reino Unido. Agora, o "Brexit" tornou-se

uma realidade. Estas parcerias e acordos de cooperação não vão sofrer alterações até que as negociações entre os dois lados estejam completadas (o que pode levar alguns anos). Mas a decisão de abandonar a UE coloca dúvidas sobre se esta continuará a apoiar o Reino Unido. É notório que o governo britânico congelou e cortou orçamentos no sector das artes e da cultura nos últimos anos. Se não receber quaisquer fundos da UE, poderá o Reino Unido gerir este sector por si próprio?

O impacto do "Brexit" no mercado de arte

Várias exposições de verão foram organizadas em Londres logo após o referendo sobre o "Brexit". Entre elas, a Art Antiques London, a Art & Antiques Fair Olympia e a Masterpiece London. As preocupações de vendedores e compradores sobre como o "Brexit" irá afectar o mercado de arte britânico foram imediatamente conhecidas. No passado estes eventos atraíram imensos visitantes. Mas este ano foi bastante calmo. Vários expositores disseram que foi possível sentir o abalo do "Brexit" e que é previsível que venha a ter um impacto negativo no mercado de arte, mas ninguém sabe por quanto tempo esse impacto se sentirá. Por outro lado, organizações de negócios como a Federação Britânica do Mercado de Arte e a Associação de Negociantes de Arte e Antiguidades, bem como a Sociedade de Leiloeiros e Avaliadores de Belas Artes, referiram que vão "esperar para ver" o que acontece, o que talvez seja a melhor forma de reagir ao mercado. É necessário ter cabeça fria e mãos firmes para garantir que é possível manter a calma quando se enfrenta um clima de incerteza.

Pré-requisitos para o Desenvolvimento das Indústrias Culturais e Criativas

No passado, o Reino Unido e a UE adoptaram as mesmas políticas para as indústrias culturais e criativas. Agora estão a tomar posições diferentes e isto levará a que o futuro seja incerto. Por exemplo, as regulações referentes aos direitos dos artistas em caso de revenda de trabalhos, licenças de exportação ou o imposto de importação VAT terão de ser revistos; políticas de serviços bancários e de facturação, alfândega e transportes, bem como a importação de talentos – tudo terá de ser reescrito. Enquanto isso, o Reino Unido não está totalmente numa posição desvantajosa, mas o modo como regressará à actividade dependerá muito da sabedoria e da visão do parlamento, já que terá de ser ele a guiar a sociedade para fora desta crise. Agora que a decisão de abandonar a UE está confirmada e o Reino Unido prefere fazer o seu caminho a solo, estou feliz por poder ver como é que o Reino Unido vai fazer para regressar aos tempos de glória. No entanto, a economia mundial e a sociedade estão agora muito globalizadas. A minha questão é: pode mesmo o Reino Unido sobreviver por sua conta?



Yap Seow Choong

Yap é um aficionado do design, das viagens e de tudo o que é belo na vida. Escreve para várias publicações sobre viagens e design e tem vários livros publicados, dos quais se destacam *Wander Bhutan* e *Myanmar Odyssey*. Antigo editor da Lonely Planet China, Yap é agora o máximo responsável por todos os conteúdos da Youpu Apps, uma empresa de aplicações sediada em Pequim.

As cores da Índia

"Índia" não é apenas um nome, pode também ser usado como adjectivo. Ao caminhar pelas ruas da Índia, as cores que são tão "Índia" podem mesmo estimular e excitar os visitantes. Nenhum outro sítio utiliza tão bem as cores como a Índia. As pessoas evitam normalmente usar cores contrastantes. Por exemplo, é muito raro combinar cor-de-rosa com amarelo. Mas, na Índia, cores complementares são um lugar-comum.

A Índia é uma terra que respira criatividade, já que é composta por diversas culturas. O hinduísmo possui uma variedade de deuses e divindades e cada um deles tem as suas próprias funções. Isto pode provavelmente mostrar que as pessoas indianas são muito receptivas a novas ideias. Os britânicos trouxeram a língua inglesa para a Índia e os indianos fizeram um uso inteligente da mesma, criando até várias obras literárias em inglês.

O design é um dos derivados da inovação. A Índia não tem tido falta de designers e de bom design. Há mil anos, os governantes de Khajuraho conceberam uma série de esculturas eróticas e colocaram-nas num grupo de templos sagrados. O enlutado rei de Agra projectou arquitectura em tons brancos em memória de sua amada esposa. A estrutura simétrica é simplista no que toca ao estilo, mas tem detalhes intrincados.

Quando os britânicos chegaram à Índia, construíram uma série de edifícios grandiosos e desenvolveram Nova Deli. Governaram aquele país por mais de 200 anos. As cidades de Deli, Calcutá e Bombaim estão todas peçadas de arquitectura ocidental.

Chegados ao berço da civilização, os britânicos não tomaram decisões impensadas sobre como lidar com este país. Em vez disso,

mostraram o seu respeito por ele. A Estação Victoria, que recebe milhões de pessoas todos os dias, parece uma igreja gótica. Apreciei os detalhes da estrutura desta estação sobrelotada e descobri que o interior é suportado por colunas de aço com entalhes elaborados. O exterior possui arcos esplêndidos, torres e uma cúpula, e todos parecem mais europeus do que qualquer design na Europa. Mas, quando vemos mais de perto os detalhes, descobrimos que na extremidade dos corredores e na superfície das vigas de pedra há muitas decorações de estilo indiano. Pavões e macacos estão entre as muitas criaturas que decoram o edifício colonial e mostram o estilo único de exuberância e esplendor na Índia.

O estilo indiano tornou-se uma fonte de inspiração para os designers de todo o mundo. Um observador especializado em design disse certa vez que, sem a inspiração da Índia, John Galliano teria dificuldade para fazer o que ele quer fazer. É bem verdade que a Índia se tornou na musa dos designers ocidentais.

Como quaisquer outros designers asiáticos, os designers indianos também começam a partir das suas próprias culturas tradicionais e tentam casar o design moderno e tradicional. Isto é especialmente verdade quando se trata de estilistas de alta costura. Eles tendem a especializar-se na concepção de vestidos de noiva e vestidos de noite com detalhes e estilos elaborados e extravagantes. Na indústria de moda na Índia de hoje, não é difícil perceber que a maioria dos designers emergentes têm o mesmo *background*. Eles são educados nas melhores faculdades no exterior e fazem estágios com designers famosos. Eles entendem como design e marketing podem funcionar em conjunto. Estes designers tendem a estar sediados nas grandes cidades. Bombaim e

Deli são as melhores opções porque são cidades mais ricas e com consumidores mais abertos.

Eu gosto particularmente dos modelos de Rajesh Pratap Singh. Ele é muito discreto e não gosta de dar entrevistas. O seu design reflecte realmente a sua personalidade. Além de linhas e cortes simples, ele adicionou ornamentos discretos nas mangas, dando-lhes uma aparência clássica. Singh usa normalmente tecidos de alta qualidade produzidos na Índia para fazer as suas roupas. Natural do Rajastão, este designer emergente está agora baseado em Deli e tem cinco lojas na cidade. As lojas são simplistas no que toca ao design e contêm tanto roupa mais casual como vestidos de festa.

Se não é apreciador da simplicidade, ou se procura a Índia esplendorosa, talvez os modelos de Manish Arora sejam mais do seu agrado. O ponto forte deste estilista é transformar uma paleta rica em cores e motivos em algo aceitável aos olhos dos compradores ocidentais. Manish Arora é claramente um desses estilistas que sabe como agradar o público. As suas criações são estranhas e têm formas peculiares. Muitas pérolas e cristais são usados para decoração. Juntamente com as cores vibrantes da Índia, os seus modelos normalmente impressionam os espectadores com os seus efeitos dramáticos. Arora inspira-se normalmente no cinema e nas divindades indianas. As suas criações estão cheias de matizes de arte pop com um toque indiano. Tal como Singh, Arora tem umas quantas lojas em Deli e Bombaim. Marcas conhecidas da Europa, dos Estados Unidos da América e da Ásia gostam dos seus trabalhos e franqueam as suas colecções. Agora, mesmo não estando na Índia, é possível comprar modelos desenhados por esses estilistas noutros lugares.

Blogues



Ron Lam

Escritor a residir no Japão, especializado em design, lifestyle e jornalismo de viagem, Ron trabalhou anteriormente como editor das revistas *MING Magazine*, *ELLE Decoration* e *CREAM*.

Blogues



Ashley Chong

Contabilista de profissão, Ashley faz parte de diversas associações de anime e banda desenhada em Macau. Foi ela que criou, ilustrou e desenhou a tira de banda desenhada do jornal *Diário de Macau*, no começo da década de 1990. Mais tarde, tornou-se autora de comics e presentemente é editora da *MIND*², uma revista de banda desenhada publicada pela Comics Kingdom. Ashley participa também na organização da Exposição de Animação, Comics e Brinquedos de Macau, um evento organizado pela Macau Animação e Quadrinhos Aliança.

— A importância dos mercados de rua —

É importante escolher o dia certo para visitar Quioto. Não estou a falar da época das cerejeiras em flor ou de toda a folhagem, mas dos dias 15 e 25 de cada mês, ou outro dia qualquer em que aconteçam os mercados de rua, que transformam templos e santuários calmos em áreas de mercado cheias de vida.

Organizada pela Kyoto Koshoken (Sociedade de Livros Antigos de Quioto), a feira acontece três vezes por ano e cada qual em locais diferentes. Na Primavera, acontece no Miyako Messe (Centro Internacional de Exposições de Quioto), enquanto no Outono é organizada no Templo Chionji, em Hyakumanben. A edição de Verão, que em japonês é chamada Shimogamo Noryo Furuhon Matsuri, tem lugar em Shimogamo Tadasonomori. Os livros usados (furuhon, em japonês) são obviamente a principal atracção da feira, mas o noryo (que significa "desfrutar da brisa enquanto se caminha") é também um dos destaques. O nome da feira simplesmente reflecte o facto de as pessoas em Quioto verem a leitura como uma das suas actividades de lazer.

A feira do livro organizada em Miyako Messe acontece dentro de portas. Não há quaisquer outras actividades além da leitura. No entanto, a feira em Shimogamo Tadasonomori acontece no exterior e a atmosfera é relaxada. Dezenas de vendedores de livros em segunda mão de Quioto montam os seus stands e, como em qualquer outra feira festiva, há também stands que servem comida e bebidas. Por trás das tendas vêem-se pessoas a fazerem piqueniques debaixo das árvores. Os visitantes sentam-se no chão e lêem livros que acabaram de comprar, e desfrutam também dos seus

almoços em tradicionais caixas 'bento' (espécie de tabuleiro de plástico usado para a comida no Japão). Simogamo está aberto ao público todo o ano, mas é especialmente animado nos dias em que há mercado, e em que as pessoas aproveitam para desfrutar desta floresta primitiva inserida na cidade.

Há vários mercados criativos utilizados mensalmente em Quioto. Por exemplo, os mercados de rua organizados em Kamigamo Shrine e Umekoji Park. O mercado mais conhecido é no Templo Chionji, no dia 15 de cada mês. Tal como a Feira de Livros Usados em Shimogamo, o mercado de artesanato organizado em Chionji também é um mercado de templo. Contudo, os dois têm objectivos completamente diferentes. A Feira de Livros Usados em Shimogamo pretende dar aos vendedores de livros usados de Quioto a oportunidade de trocarem ideias e fazer dos livros usados uma parte mais visível da cultura. Já o mercado de artesanato no Templo Chionji espera atrair pessoas que visitem novamente o templo.

A maior parte dos templos e santuários no Japão são financiados por donativos. No passado, os japoneses frequentavam templos já que esses lugares serviam de espaço para as crianças brincarem. Mas hoje as pessoas vão menos aos templos, porque as crianças preferem estar em espaços interiores ou brincar em parques. Sem visitantes frequentes, os templos recebem menos donativos e isto fez com que esta tradição japonesa entrasse em crise. Foi isto, portanto, que deu origem ao mercado de artesanato no Templo Chionji. Espera-se que o mercado possa ser uma forma de aproximar novamente as pessoas do templo.

Além disso, os mercados de artesanato têm um papel importante na promoção das

indústrias culturais e criativas. O mercado no Templo Chionji, por exemplo, foi fundado em 1987. No começo apenas 85 vendedores participavam no mercado. Hoje, 400 artesãos de todo o Japão estão presentes no mercado todos os meses. Alguns já têm as suas próprias lojas, e alguns são estudantes que querem avaliar se os seus trabalhos de design têm algum mercado. Um dos problemas de ter uma loja online é que os clientes não podem ver os produtos reais e têm dúvidas em relação à sua qualidade. Operar uma loja tradicional ou uma loja pop-up num centro comercial requer uma enorme injeção de capital. Montar um stand num mercado de artesanato apenas exige alguns milhares de yen para alugar um espaço. Com um montante de capital tão baixo, os vendedores podem chegar directamente aos seus clientes, falar com eles e perceber como estes vêem os seus produtos.

Tornei-me amigo de alguns oleiros famosos no Japão e todos coincidem em dizer que é mais fácil viver da olaria hoje em dia do que no passado, porque as pessoas estão a dar mais atenção aos acessórios que usam à mesa e ao modo com os dispõem (obrigado Instagram). Além disso, agora há mais canais para que cada um possa promover os seus trabalhos artísticos e há louças à venda um pouco por toda a parte, ao ponto de até as butiques terem começado a vender objectos de cerâmica. É escusado dizer que os mercados de artesanato são vitais para que artistas possam começar o seu percurso. Para promover as indústrias culturais e criativas, bem como para permitir que o trabalho de jovens artistas seja visto, participar num mercado de artesanato é provavelmente a forma mais simples e económica de fazê-lo.

— BD Digital vs BD em Papel —

Certa vez um banco em Macau usou uma personagem relativamente conhecida de um livro de banda desenhada (BD) de Taiwan para promover os seus cartões de crédito. Graças a algumas redes sociais, esta personagem tornou-se finalmente conhecida e foi aceite pelas pessoas de Macau.

A internet é um mundo sem fronteiras e em teoria qualquer BD escrita em Macau pode circular a alta velocidade. Parece que a ideia de que "o mercado em Macau é tão pequeno" já não pode ser desculpa para limitar o crescimento da indústria de banda desenhada. Nos últimos anos, vários grupos de BD criaram plataformas online e têm publicado activamente os seus trabalhos ali. Artistas independentes de BD também publicam o seu trabalho nestas plataformas de modo irregular. Não só podemos encontrar manga yonkoma (manga de quatro vinhetas), mas também histórias. Claro que a qualidade destes trabalhos é outra questão. Quando comparado com os milhares de patacas que é preciso para levar trabalhos a imprimir (caso se concorra a subsídios do governo na qualidade de uma associação, é também preciso lidar com montes de trabalho administrativo) e para que sejam distribuídos, publicar esses trabalhos online é menos problemático. Os artistas precisam somente de estar focados em criar os seus trabalhos e, assim que estejam terminados, simplesmente necessitam de publicá-los na internet. Em poucos minutos terão 'gosto' e o trabalho pode tornar-se viral. Seja como for, os artistas de Macau não farão dinheiro com isso. É mais importante, especialmente para os novatos, que os seus trabalhos sejam vistos. A satisfação de receber feedback dos leitores é sem dúvida uma das razões que faz com que continuem a criar.

Ler banda desenhada online é uma

actividade regular entre fãs do género. Mas normalmente apenas lêem artistas de BD famosos ou excelentes álbuns de BD. Quanto a artistas e trabalhos desconhecidos, os aficionados estão dispostos a dar uma olhada caso se cruzem com as suas criações online, mas muito rapidamente se esquecerão delas, a não ser que o leitor já conheça pessoalmente o artista ou que o leitor trabalhe nas indústrias criativas e esteja deliberadamente a recolher informações sobre BD local. Obras de BD que podem causar um impacto forte nos leitores, ou atrair os leitores para que as descarreguem e passem a fazer parte da sua colecção, não são algo comum em Macau. A internet é uma faca de dois gumes. Tem um oceano de informação que está disponível a todos. Mas as pessoas não valorizam realmente a informação. E a maior parte das pessoas ainda vêem a BD apenas como uma forma de entretenimento. A não ser que os álbuns de BD sejam excelentes e apresentem algo que estimule discussão, a atenção que lhes é dedicada é apenas fugaz e rapidamente serão esquecidos.

Voltando à personagem de BD de que falámos no começo deste artigo, tornou-se muito conhecida não apenas pela circulação rápida da informação na internet, mas acima de tudo devido à personagem em si mesma. Ela não é bonita de acordo com os padrões estéticos modernos. Mas, ainda que seja ficcional, o seu temperamento é tão real que ela parece uma projecção psicológica de cada um de nós, especialmente das mulheres. Esta foi a chave para o sucesso comercial da personagem. Também há algumas BDs online escritas por artistas de Macau. As suas personagens e cenas são muito terra-a-terra. As histórias são comuns mas ainda assim reconfortantes. Estes artistas podem não conseguir atingir a fama de um dia para o outro, mas alcançam um crescimento regular de leitores e as personagens acabam por tornar-se uma companhia para o leitor.

Estas BDs começaram a receber atenção de pessoas de fora do sector, e podemos esperar para ver como vão correr as coisas no futuro. Claro que Macau tem os seus próprios problemas e o facto de uma BD receber ou não atenção do sector empresarial, não é o único critério para julgar se essa BD terá ou não sucesso.

Por outro lado, alguns artistas locais preferem imprimir as suas BDs. As encomendas e vendas são relativamente boas. No entanto, também é verdade que hoje um livro já não é apenas um livro, tal como a Livraria Eslite não é realmente uma livraria. Alguns leitores também compreendem que ler BD num smartphone é diferente de ler um álbum de BD. Estes dois hábitos de leitura não são substituíveis. Para os trabalhos de BD publicados apenas online, a qualidade do desenho e a estrutura da história talvez tenham de ficar comprometidas de modo a ser possível apresentar o enredo de forma precisa e captar a atenção do leitor. Este tipo de BD descartável não serve para os artistas aperfeiçoarem as suas técnicas de desenho. São como canções cantadas no karaoke. Uma vez que a leitura online é tão popular hoje em dia, os livros impressos são obrigados a reposicionarem-se como uma "especialidade" e a oferecer mais valor acrescentado e o tipo de substância que os e-books não podem oferecer, de modo a atrair mais leitores. Um bom design, juntamente com ideias criativas no que toca ao conteúdo, tornarão um álbum de BD "mais forte". Os artistas e os editores estão por isso mais motivados a participar, já que vêem este processo como algo "divertido". Além disso, os livros são mais fáceis de guardar e de passar às gerações seguintes. Isto explica que, mesmo com a informação online a inundar o mundo, os álbuns de BD impressos ainda desempenhem um papel activo.



Cheong Sjo Pang

Investigador universitário a tempo inteiro e comentador amador de artes, Cheong é mestre em Políticas Públicas pela Faculdade Willy Brandt da Universidade de Erfurt, na Alemanha, e foi clarinetista da Orquestra Filarmónica de Erfurt. É um apaixonado por música clássica e exerce actualmente funções de maestro da orquestra da Escola Choi Nong Chi Tai, através da qual pode estabelecer ligações entre a arte e a vida de todos os dias. Cheong também adora livros.

— Música – Uma Companheira para a Vida —

A Associação de Regentes de Banda de Macau organizou o Concerto de Antevisão da Digressão por Taiwan, no Pequeno Auditório do Centro Cultural de Macau, que serviu de ensaio para a participação da Orquestra Sinfónica Jovem de Macau no Festival Internacional de Orquestras da cidade de Chiayi. O reportório incluiu a *English Folk Song Suite* de Ralph Vaughan Williams; *Night on Fire* de John Mackey; *Hymn to the Infinite Sky* e *Christmas Fantasia* de Satoshi Yagisawa; e *Concertino para Piano e Orquestra* de Yasuhide Ito. A taxa de ocupação do concerto foi de mais de 90 por cento, com pais e amigos a marcarem presença para mostrarem o seu apoio.

Com os recursos online bem desenvolvidos, as famílias podem agora ter aparelhos de áudio a muito baixo preço, e não parece muito relevante assistir a concertos. No entanto, assistir a um concerto numa sala de espectáculos não se trata apenas de apreciar – também envolve uma funcionalidade social e religiosa. A académica norte-americana Nancy Baym refere de forma simples que a música cria ligações entre pessoas no tecido social; mas este trata-se apenas de um laço frágil e facilmente quebrável. O fortalecimento e a sublimação genuínos das relações devem contar com outros canais de comunicação. Por exemplo, as pessoas acabam por conversar durante os intervalos dos concertos em salas de espectáculos, ou simplesmente reúnem-se depois concerto – estas são formas de a música juntar as pessoas e melhorar o seu relacionamento. Além da música, outras formas de expressão como o teatro, a dança, a pintura e as sessões de leitura podem também inspirar as pessoas através da arte.

Fiquei especialmente impressionado com *Night on Fire*, de John Mackey, durante a performance. Tive a felicidade de assistir à actuação da orquestra sinfónica da Universidade do Texas, em Austin, na Universidade de Macau, e troquei algumas palavras com John Mackey durante o jantar de gala. Percebi o quão forte a sua orquestra sinfónica era, e a qualidade do som e os arranjos requintados entre as frases eram simplesmente de tirar o fôlego. Um compositor notável e a qualidade garantida daquela hábil orquestra complementaram-se bem. *Night on Fire* é um reportório em 6º Grau (os reportórios de orquestras sinfónicas estão divididos em graus de um a seis, sendo que o sexto é o mais elevado), o que não é fácil para orquestras amadoras. No entanto, a orquestra deu o seu melhor e demonstrou o esforço que colocou naquele concerto. A única questão é que eles precisam de gastar mais tempo na coordenação entre as diferentes partes. A percussão estava demasiado alta, o que acredito que possa estar relacionado com o tamanho da sala que foi usada. Há muito que Macau carece de uma sala profissional para música, que mostre ao público que os sons são fruição auditiva. A projecção de sons inclui projecção linear, reflexo em palco, reflexo nos tectos e reflexo nas paredes. No entanto, a falta de um reflexo sonoro ideal reduz muito a expressividade da música e os sons estarão "mortos" quando atingirem os ouvidos dos espectadores. Diferentes compositores têm as suas próprias normas relativas ao cálculo da reverberação.

A *Tocatta and Fugue in d Minor* de Bach, por exemplo, tem o melhor efeito auditivo em quatro segundos.

O desenvolvimento das artes é útil para o desenvolvimento da diversidade de uma cidade, de modo a reduzir a contradição entre ambos. O processo demonstrativo das artes carrega uma projecção emocional sofisticada, bem como uma compreensão racional. Portanto, a arte é uma forma essencial de auto-aperfeiçoamento. Além disso, a relação e compreensão das artes numa idade jovem tem um impacto decisivo na aceitação de coisas novas no futuro por parte das crianças. O académico norte-americano Steven A. Melnick provou que a melhoria da cognição infantil através da educação das artes não só se baseia nas escolas, mas também depende da capacidade artística dos pais. A partilha de conhecimento artístico com os filhos por parte dos pais pode efectivamente melhorar a cognição das crianças. As responsabilidades dos pais são maiores no que toca a inspirar e nutrir os seus filhos no chamado processo de educação, e eles devem entender o significado das artes de uma forma aprofundada, se querem que os seus filhos tenham maior capacidade.



Foto cedida pela Associação de Regentes de Banda de Macau