

# C<sup>2</sup>

## 文 創 誌

#12 / 2015 12



Nova fase para  
a cultura e  
artes criativas

Diálogo  
**Esculpindo para a cidade**

Evento  
**Estilistas reúnem-se no Festival de Moda de Macau**

Mundo  
**As minorias sexuais nas artes criativas**



#12  
/2015 12

文 創 誌

**Editor-Chefe:**

Lei Chin Pang

**Editora Associada:**

Flora Shaw

**Editor Português:**

José Oliveira

**Email:**

c2magazine.macao@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

## Mensagem do Editor

Os eventos artísticos de grande dimensão têm-se multiplicado em Macau nos últimos anos. São boas notícias para os artistas, já que estes eventos oferecem oportunidades para contactarem potenciais compradores. Neste número, três diferentes organizações dizem qual é a sua motivação na construção de novas plataformas para os artistas chegarem a um público mais vasto.

Não se pode falar de arte sem falar de Wong Ka Long, o escultor de Macau cujos trabalhos podem ser encontrados em vários locais. No “Diálogo” desta edição, o artista diz-nos como olha para a arte, especialmente a arte pública.

Também fizemos uma excelente cobertura do Festival de Moda de Macau e do potencial dos nichos de mercado na indústria cinematográfica. Como sempre, os nossos bloggers estão aqui para partilharem os seus fantásticos conhecimentos.

Lei Chin Pang

Editor-Chefe

The views and opinions expressed in this publication are those of the authors and the interviewees, which do not necessarily reflect the opinion of the Cultural Affairs Bureau of the Macao S.A.R. Government.



002.....

**Destaque**

Nova fase para a cultura e artes criativas

008.....

**Diálogo**

Esculpindo para a cidade

010.....

**Evento**

Estilistas reúnem-se no Festival de  
Moda de Macau

012.....

**Mundo**

As minorias sexuais nas artes criativas

014.....

**Agenda Cultural**

016.....

**Blogues**

Cheong Sio Pang – A implementação de políticas artísticas

Rai Mutsu – Valores promocionais dos filmes e registos históricos

Alvis Sio – Livros e criatividade – sobre escrever para uma revista literária (3)

Yi-Hsin Lin – Pioneira das semanas de arte asiáticas: Asian Art in London

SiSi Chang – Recortes de Foshan: como as artes populares se mantêm vivas

Wong Cheng Pou – Assumir riscos e oportunidades

Rachel Mok – Sucessos & Insucessos 2015

# Nova fase para a cultura e artes criativas.

Jason Leong, Yuki leong e Day Ng

Foto cedida por MGM China, Chiang Seng Pong, Sou Leng Fong, Mention PR Consultants Ltd.

Os eventos artísticos, culturais e criativos estão a multiplicar-se em Macau, e os participantes ou organizadores destes eventos já não são exclusivamente empresas ou organizações locais. Empresas estrangeiras e transnacionais estão envolvidas nos bastidores. Que oportunidades é que estas plataformas vão trazer aos artistas de Macau? Será que Macau se poderá tornar num centro para o mercado de arte? Para aprofundar estas questões falamos no “Destaque” desta edição com a MGM Macau, a New Art Wave Expo e a Flugent Art Gallery.

• A MGM Macau tem estado bastante activo na organização de exposições ao longo dos últimos anos.



## As empresas de jogo e as artes

Das várias empresas ligadas ao jogo em Macau, a MGM Macau é uma das que promove proactivamente o desenvolvimento das artes. Toby Leung, vice-presidente de Marketing e Comunicações da MGM, diz que, no início, a aposta no desenvolvimento das artes era impulsionada simplesmente por uma razão de estética e lazer, e não de forma a melhorar a economia ou aumentar o número de visitantes. O bom desenvolvimento actual deve-se ao crescente panorama artístico e cultural de Macau.

Desde que abriu as portas, a MGM tem-se comprometido a desenvolver projectos artísticos e culturais. Todos os anos, a empresa envia equipas profissionais para todo o mundo para investigar diferentes exposições internacionais e trazê-las a Macau. Por exemplo, em 2013, trouxeram trabalhos do pintor italiano Sandro Botticelli, considerado o “tesouro nacional” de Itália, que atraíram cerca de 40 mil visitantes. A maioria das exposições organizadas depois disso foram aplaudidas pelo público, como é o caso da mostra de peças de madeira em sândalo vermelho, organizada em conjunto com as autoridades de Pequim para comemorar o aniversário da Transferência de Macau para a China, e a “Bienal dos Leões”, co-organizada com o Consulado Geral de França em Hong Kong e Macau.

Aparentemente, o desenvolvimento artístico reflectiu-se de forma muito positiva no hotel, embora Leung admita que o sucesso foi uma surpresa. “De facto, o desenvolvimento artístico e cultural não é um dos principais projectos de marketing da nossa empresa – é um interesse pessoal da nossa chefe. Se as artes tivessem de se adaptar ao mercado, muitas das obras não teriam oportunidade de ser apresentadas em Macau. Felizmente, o público local e os visitantes têm vindo gradualmente a descobrir e a interessar-se por obras de arte e, por isso, acabam por apresentar resultados em termos de marketing. Agora que temos de cooperar com a determinação do governo em desenvolver

Macau como um centro de turismo de classe mundial, todos os hotéis e talentos artísticos locais têm de fazer um esforço adicional”.

O número da população e de visitantes é limitado para

desenvolver as artes na pequena cidade de Macau. Por que razão os artistas chineses e do exterior têm, ainda assim, vontade de vir até cá? “Para o mundo, Macau é na realidade um excelente palco para as exposições artísticas e culturais. Nos últimos 400 anos, Macau tem sido um ponto de encontro entre o Oriente e o Ocidente – em especial, com frequentes intercâmbios culturais com Portugal, o que é extremamente raro na Ásia, e que acaba por atrair a vinda de artistas de todos os cantos do globo. Além disso, graças ao desenvolvimento da indústria do jogo, Macau tem estado no centro das atenções e a sua capacidade de atracção adquiriu uma nova dimensão”, diz Leung.

No entanto, Leung aponta que a criação artística ainda se encontra numa fase inicial, e são várias as questões que têm de ser resolvidas. “Afinal de contas, a população de Macau e os terrenos são limitados, e o orçamento é insuficiente. Macau ainda não consegue competir com a China em termos da dimensão das exposições e da evolução geral do trabalho. Apesar disso, o ambiente artístico em Macau melhorou muitos nos últimos anos, e não só as concessionárias de jogo estão mais dedicadas aos projectos de arte, como o governo também tem apoiado. Por isso, a minha previsão é que os próximos cinco anos sejam a era dourada das exposições de arte em Macau.”

Para que haja desenvolvimento, Leung diz que muitos dos projectos internacionais da MGM convidam apaixonados de arte locais a participarem, na esperança de que estes se inspirem nos artistas estrangeiros, promovendo desta forma a criação local.

“O desenvolvimento actual das artes em Macau deve apostar em características distintas que possam proporcionar experiências únicas aos visitantes, de forma a competir a uma escala global.” Por essa razão, Leung diz que as exposições introduzidas pela MGM são na sua maioria reconhecidas internacionalmente e carregam uma especial relevância histórica, com o objectivo de atrair visitantes de qualidade, em detrimento da quantidade. Só assim Macau poderá erguer-se na cena internacional. “Muitas pessoas não sentem nada de especial depois de verem uma pintura ou uma obra de arte. Mas quando têm acesso à narrativa ou ao contexto histórico que está por trás da peça, vão naturalmente formar uma ideia e a sua própria opinião sobre a arte. Quando se trata do desenvolvimento artístico, o objectivo da nossa empresa é activar e criar interacção e reflexão, que são também as suas principais características.”



• Toby Leung, Vice-presidente de Marketing e Comunicações da MGM, acredita que Macau é um lugar excelente para mostras culturais e artísticas se apresentarem ao mundo; além disso, a indústria do jogo pôs Macau no centro das atenções, tornando a cidade ainda mais atractiva.



## Flugent Art Gallery: Intermediária de artistas

Situada na Rua de São Paulo, a Flugent Art Gallery abriu as portas há apenas um ano, mas tem promovido com dinamismo as obras dos artistas locais no exterior. Em Julho, a galeria levou obras de Macau a Osaka, no Japão, e conseguiu vender um quadro contemporâneo inspirado em espaços urbanos como a Travessa da Paixão.

Mas o objectivo da Flugent Art Gallery não é vender apenas um ou dois quadros. A ideia fundamental é “estimular” artistas e colecionadores. “Esperamos ajudar artistas e colecionadores a construir relações duradouras”, diz Hiskey Mok, directora da Flugent Art Gallery. Mok considera que a galeria funciona como um agente de investimento – conhece profundamente os artistas com quem colabora, e toma a iniciativa de fazer a ligação com colecionadores adequados. “Encontramos apaixonados por arte em diferentes ocasiões, como exposições de arte, e estamos frequentemente com eles para perceber os seus gostos. Depois apresentamos-lhes artistas que sejam compatíveis.”

A Flugent Art Gallery de Taipé veio em Maio para Macau na esperança de plantar sementes artísticas na pequena cidade. Mas primeiro tem de se adaptar ao solo. Para uma cidade que se comprometeu determinadamente a desenvolver as indústrias culturais e criativas, investir em arte parece uma boa ideia, embora o funcionamento real não seja nada fácil. A primeira dificuldade surge com os próprios artistas. Mok diz que existem muitos novos artistas e que os licenciados em arte e design do Instituto Politécnico de Macau têm ideias únicas e capacidades excelentes. Mas não são muitos os artistas que trabalham a tempo inteiro na criação de arte para ganhar a vida. Mesmo os artistas que trabalham a tempo inteiro não

◆ Esperamos ajudar artistas e colecionadores a construir relações duradouras”, diz Hiskey Mok, directora da Flugent Art Gallery.



entendem bem como é que o mercado funciona. Em Taiwan e Hong Kong existe uma fórmula para os artistas estabelecerem preços para os seus trabalhos. O índice de referência inclui o tamanho do quadro, a categoria e as condições do mercado. Mas os artistas de Macau não sabem como estabelecer preços para as suas obras e, por isso, os preços dos seus trabalhos artísticos são voláteis. Outra das funções da Flugent Art Gallery passa por ajudar artistas a encontrar a sua posição no mercado adoptando um espírito empresarial.

A principal forma da galeria promover as obras no estrangeiro é participando em diversas exposições. Nas regiões vizinhas de Macau são organizadas muitas exposições, sobretudo no interior da China, onde é possível encontrar exposições durante todo o ano. Mas as galerias originárias de Macau não participam frequentemente nestas exposições. Por um lado, estas galerias locais são pequenas e não podem comportar as despesas e os recursos humanos necessários para frequentar mostras no estrangeiro. Por outro lado, existem requisitos

estabelecidos para participar nas grandes exposições. Não é apenas a obra de arte que tem de passar um limiar de qualificação, mas também a própria galeria tem de se qualificar para poder participar. Por exemplo, uma exposição de grande escala organizada este ano em Xangai rejeitou a candidatura submetida pela Flugent Art Gallery por esta estar a funcionar há apenas um ano. Felizmente, a galeria conta com o apoio da sede em Taipé e tem recursos suficientes para ir ao estrangeiro. Mesmo que não possa expor, é enviada uma equipa para participar em exposições organizadas em vários locais, de forma a adquirir um melhor entendimento sobre as últimas tendências do mercado. Mok espera que Macau possa vir a ter a sua própria grande exposição e que seja possível a participação conjunta das galerias locais e estrangeiras.

Muitos dos clientes de Mok têm perguntado sobre obras artísticas de Macau, e ela tem feito o possível para promover as peças, mas o método de promoção utilizado – de relaxar e ficar à espera – é, afinal de contas, insuficiente. Em Taipé, os artistas fazem criações em série; o seu estilo e conceitos são fortes. Além disso, galerias de vários tipos estão frequentemente concentradas num lugar, para que os clientes possam visitar umas atrás das outras. E os trabalhos de arte enchem o olhar. Mas o estilo das obras de arte de Macau não é suficientemente versátil, e os terrenos são limitados e caros. Por isso, é impossível reproduzir o que se passa em Taipé. Mok acredita que a única forma de ultrapassar estas deficiências é apostando na troca de informações e na cooperação entre colegas artistas. O governo também pode desempenhar um papel na promoção do intercâmbio entre galerias locais.

Isto é algo que não pode ser feito à pressa. Conforme sublinha Mok, investir no trabalho artístico é uma forma lenta de ganhar dinheiro. É um desafio para a população de Macau, que está habituada a fazer dinheiro de forma rápida. Mok acrescenta: “Também me formei em Artes. Antigamente só me concentrava em desenhar. Só depois de me juntar à galeria é que percebi que a arte é mais do que misturar cores. É necessária uma maior compreensão por parte das pessoas para entenderem a comunicação entre os artistas e o público. Acredito que a Flugent Art Gallery e outras galerias locais precisam de trabalhar mais para alcançarem isto”.



## New Art Wave Expo: preencher o fosso entre os artistas e o mercado

A New Art Wave Expo, realizada há pouco tempo em Macau, foi muito aclamada. Com uma extensa rede de contactos e conhecimento especializado na área das relações públicas, Mianco Wong, curadora de Hong Kong, colaborou com grupos artísticos locais para promover o evento e superar os recordes da participação do público nas exposições de arte em Macau. Não foi uma tarefa fácil, descreve Wong. A criação de uma plataforma para os artistas atenderem às necessidades do mercado é o objectivo final, já que Wong acredita que os artistas podem sobreviver e prosperar sem terem de contar exclusivamente com dinheiro público.

A New Art Wave Expo oferece aos estudantes e licenciados de academias de arte na Ásia um espaço para apresentarem as suas melhores peças de arte, após serem seleccionadas por um painel de júris. Também permite aos artistas encontrarem coleccionadores de arte, curadores e críticos estrangeiros.

Wong, que estudou Gestão de Artes em Hong Kong, criou laços de amizade com os seus colegas de Macau, razão pela qual recebeu uma enorme ajuda de grupos artísticos locais durante a organização da exposição. É com um sorriso que conta que um amigo local enviou duas mil mensagens para convidar pessoas para o evento. Tendo conhecimento especializado na área das relações públicas, a sua equipa, composta na totalidade por profissionais de Hong Kong, era responsável por tudo: desde a reserva do espaço, candidatura aos subsídios, até à promoção. Wong admite que os desafios eram muitos. “Disseram-nos que as pessoas de Macau não têm muito o hábito de ir a feiras de arte e ficámos preocupados que a participação não fosse satisfatória. Além disso, não existe um grupo de coleccionadores perceptível em Macau e, por isso, passámos muito tempo a procurá-los. Também tivemos de criar formas de incentivar os coleccionadores de Hong Kong a virem à feira em Macau.”

As organizações estrangeiras podem candidatar-se ao apoio do governo, caso realizem as exposições em Macau. Mas Wong acredita que,



• A curadora de Hong Kong Mianco Wong (quinta a contar da esquerda, primeira fila) é a fundadora da New Art Wave Expo

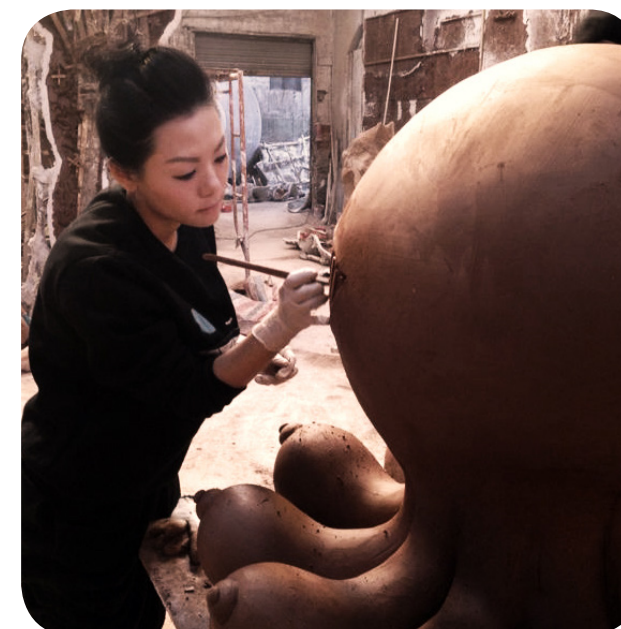
se o governo considera as artes e a cultura parte nuclear das políticas de desenvolvimento económico, então tem de colaborar de forma mais dinâmica com organizações de curadoria. Por exemplo, a organização da visita de uma delegação estrangeira a estúdios de arte e associações artísticas em Macau foi uma das actividades do evento. O objectivo era potenciar oportunidades de negócio. Mas foi a equipa de Wong, empenhada a 100 por cento, que sem qualquer apoio das autoridades esteve à procura de organizações ou artistas que valesse a pena visitar. “Os grupos estrangeiros não conseguem desenvolver localmente um ambiente de paixão pela arte. Os grupos artísticos locais só estarão dispostos a colaborar se o governo



• Um relance da New Art Wave Expo

12ª edição

12ª edição



• Sou Leng Fong, artista de Macau

assumir a responsabilidade, oferecendo apoio. Fizemos um grande esforço para convidar oradores internacionais para o evento. Se pudéssemos organizar o evento em institutos locais ou instalações governamentais, a feira atrairia mais pessoas.”

Wong diz que as opiniões recebidas sobre a exposição foram positivas e que, apesar das inúmeras dificuldades na organização, espera que se realizem mais edições do evento. No entanto, é impossível para a sua equipa comportar de forma exclusiva o custo elevado do arrendamento do espaço. O apoio financeiro é um dos elementos que determina a continuidade do evento. Wong ainda está em conversações com os departamentos competentes para explorarem oportunidades de colaboração.

Sou Leng Fong, uma das artistas que participou na New Art Wave Expo, conseguiu que um conjunto de esculturas suas fosse notado durante a exposição. Sou conheceu agentes de arte locais e do interior da China. “Um artista pode ter de esperar um ano para organizar uma exposição num espaço local, e o custo é elevado. A maioria das feiras de arte em Macau aceita apenas a participação de membros de certas associações de arte, e eu penso que o mérito da New Art Wave Expo é que inclui artistas de diferentes partes do mundo, e permite aos artistas independentes e emergentes polirem a sua presença no mercado de arte. Também ajuda a trazer artistas locais até ao público fora de Macau”, diz.

As galerias e feiras de arte são canais importantes para os artistas locais mostrarem os seus trabalhos. Sou também participa em feiras de arte nas regiões vizinhas. Ela descobriu que a venda de arte é muito comum nas feiras de arte no exterior, e que algumas exposições de estudantes de arte, organizadas no interior da China, têm atraído a presença de compradores. Macau, em contrapartida, está apenas a realizar feiras que se destinam meramente à apreciação de arte e ao intercâmbio cultural. Sou diz que os artistas locais devem juntar-se a determinados grupos para adquirirem mais vantagens na reserva dos espaços e na promoção e gestão das exposições. Esta prática provou ser eficaz no caso de algumas galerias de renome, mas não ajuda a desenvolver um mercado de arte mais maduro e a unir talentos artísticos locais. Sou espera que no futuro sejam organizadas em Macau mais feiras como a New Art Wave Expo.



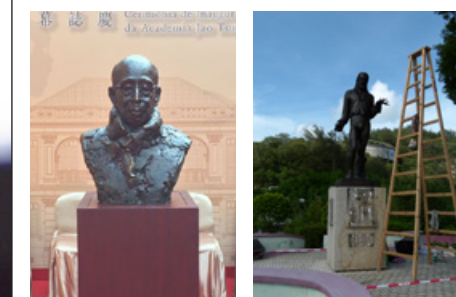
• Escultor Wong Ka Long



A Academia Jao Tsung-I foi inaugurada oficialmente em Agosto. No interior, encontra-se uma escultura de bronze de meio corpo do professor Jao, feita pelo escultor local Wong Ka Long. As estátuas de Camões na Taipa, de Matteo Ricci nas Ruínas de São Paulo e a que se encontra na antiga casa de Ye Ting, são todas obras de Wong. Tendo deixado a sua marca à volta dos pontos de referência da cidade mais famosos, como é que este escultor olha para a arte pública em Macau?

# ESCULPINDO PARA A CIDADE

Ioman Wong  
Foto cedida por Chang Seng Pong,  
Wong Ka Long



- A mais recente obra de arte de Wong Ka Long é esta escultura de bronze de meio corpo do professor Jao Tsung-I
- A escultura de Camões foi feita por Wong Ka Long na fase inicial da sua carreira

**Lei:** Crítico cultural Lei Chin Pang **Wong:** Escultor Wong Ka Long

**Lei:** Pode descrever o processo de criação da sua escultura de meio corpo do professor Jao, que está na Academia Jao Tsung-I?

**Wong:** O professor Jao é uma figura chave na área da sinologia, por isso senti muita pressão durante o processo, embora me tenha sentido também profundamente honrado. Depois de concluída, a escultura vai viver durante décadas, sobrevivendo a muitas pessoas do seu tempo. Espero que as gerações futuras possam aprender sobre esta pessoa através da escultura. Por isso mesmo, não apliquei muitas das minhas características estilísticas nesta escultura e optei por uma abordagem com um método mais objectivo e realista, para genuinamente reflectir isso, particularmente através da textura do barro. Fiquei a conhecer o professor Jao no Museu Dunhuang; A escultura de barro de Dunhuang é também a jóia da escultura na China. Tentei relacionar a essência do barro com este grande intelectual chinês e tomei a liberdade de revelar a textura natural do barro na escultura do professor Jao. Esta foi uma das formas que encontrei para tornar a escultura mais bela.

**Lei:** Qual é a diferença entre fazer esculturas de figuras do passado, como Matteo Ricci ou Camões, e de pessoas que estão vivas?

**Wong:** A escultura de Camões foi a minha peça de fim de curso, em 1999. Nessa altura, eu tinha em mãos apenas uma nota de 50 patacas com a imagem de Camões. E pensei, “devo tornar Camões numa figura militar ou num poeta”? O meu professor disse-me que Camões era uma figura literária e é claro que tinha de o esculpir dessa forma. Por isso, a minha escultura revela Camões vestido descontraidamente com algo semelhante a roupa de dormir e que, a meio da noite, está só e pensativo. Gosto da sensação de ser livre, de não ter restrições, e foi isso que tentei projectar em Camões, o poeta. Para mim, esculpir uma pessoa que já tenha morrido dá-me maior margem para a criatividade, ao contrário do que se passa quando trabalho sobre pessoas que ainda estejam vivas, em que tenho de estar atento a muitos outros aspectos, incluindo quaisquer problemas que possam surgir como resultado da obra de arte.

**Lei:** Na última década criou muitas esculturas em Macau. Como é que se sente ao saber que as suas criações estão espalhadas por todo o lado?

**Wong:** Em termos de quantidade, é uma grande honra. Mas o meu próximo desafio vai ser a escala. Pensei que seria bom se pudesse, por exemplo, acrescentar algumas linhas e cores ao panorama urbano, para que houvesse algo de novo para as pessoas verem. Por exemplo, existe um parque de graffiti na Rua dos Mercadores que penso que consegui isso mesmo. Fui uma das primeiras pessoas a erguer aquele parque. Até hoje, quase todos os dias, alguns jovens vão renovar os graffiti. Penso que a revitalização da comunidade é isso mesmo.

**Lei:** A arte pública é muito popular no Ocidente, atribuindo aos artistas o poder de redefinir o conceito de espaço. Neste sentido, em que fase está Macau?

**Wong:** É muito difícil fazer arte pública e encontrar uma organização governamental que se responsabilize plenamente por isso. Normalmente o que acontece é que uma escultura só pode ser exibida por um determinado período de tempo, e esse tempo poderá ser apenas uma semana. Na realidade, alguns departamentos governamentais querem

realmente fazê-lo, e até pode ver alguns camiões do lixo ou estações de tratamento de lixo na cidade que foram objecto de intervenção. Eu estive envolvido nesses projectos. Mas, no final, alguns departamentos governamentais consideraram que a distribuição do trabalho ou os direitos do projecto não eram claros e acabou por ser suspenso. E a verdade é que, se quisermos terminar uma obra, precisamos de uma linha de produção e o custo que isso implica é muito elevado. Os departamentos governamentais não entendem isso, o que complica as nossas vidas. O Instituto Cultural tem uma maior compreensão. Com isto em mente, ser capaz de produzir arte num sistema como o de Macau é um enorme privilégio.

**Lei:** Para além disso, como é a aceitação da sociedade para com os diferentes estilos de arte?

**Wong:** Como é que pode usar a palavra “aceitação”? Tem existido apenas um estilo. Esse estilo prima por não ofender, por não suscitar queixas. O cliente tem sempre razão. Tenho um amigo que disse que os artistas de Macau são muito diferentes dos de Hong Kong e Taiwan, onde existem artistas com um estilo pessoal muito óbvio. Mas em Macau as pessoas estabelecem uma fronteira muito clara entre fazer dinheiro e produzir a sua própria arte. Eles utilizam o seu próprio estilo para projectos pessoais.

**Lei:** Qual é o nível da educação e aceitação do público no que diz respeito à arte pública?

**Wong:** Uma vez, uma senhora de idade disse-me que a porta do parque na Rua dos Mercadores era semelhante a um punhal apontado em direcção à sua casa, e que isso fez com que caísse das escadas. Ela queria encontrar a pessoa responsável e apresentar uma queixa. É um caso muito especial e reflecte a mentalidade de algumas pessoas. Mas claro que também houve quem ficasse muito contente com o que fizemos a algumas das estações de tratamento de lixo. De facto, desde que exista alguém que actue como um guia e explique o que se está a passar, é possível, passo a passo, ir aumentando o conhecimento das pessoas. Na realidade, é mais difícil mudar a postura dos burocratas.

**Lei:** Qual é a sua opinião sobre o actual panorama artístico de Macau?

**Wong:** É um pouco confuso. No início desta coisa toda das indústrias criativas e culturais, o governo parecia andar à procura de um novo grupo de pessoas, e então nós tornámo-nos na “geração mais velha” e fomos empurrados para outro lugar. Mais, a estratégia em Macau para as indústrias culturais e criativas é a mesma que a estratégia para a indústria das convenções e exposições? Terá Macau a capacidade de gerar produtos culturais e criativos de alta qualidade, em grande volume, e de forma sustentável, para atender às exigências das feiras de negócios? E mesmo que os números sejam positivos, como será a qualidade? O governo atribuiu uma grande soma de dinheiro para este efeito, mas no final será que o dinheiro vai simplesmente voltar para as exposições e para a promoção? Será que os artistas e os artesãos vão acabar no fundo da “cadeia alimentar”? Será que as indústrias que mais necessitam de apoio se vão tornar nas mais fracas? São questões sobre as quais precisamos de reflectir cuidadosamente.

No cenário da moda internacional, não se conhece muito vestuário de qualidade criado por estilistas de Macau. Mas a pequena cidade tem as suas próprias vantagens – várias feiras de comércio organizadas anualmente em Macau constituem janelas de oportunidades para os designers locais procurarem compradores internacionais. Estilistas talentosos do interior da China, Macau, Hong Kong e Taiwan reuniram-se no Festival de Moda de Macau e, na sua opinião, as oportunidades para o desenvolvimento da moda em Macau estão por todo o lado.

Observando as características dos consumidores de moda de do interior da China, Macau, Hong Kong e Taiwan, a consagrada estilista taiwanesa Hsu Yenlin, que tem lojas de marca em França e no interior da China, diz que todas as regiões têm diferentes estilos e preferências de moda, que variam consoante factores como a geografia e o clima.

“No interior da China existe uma maior capacidade de execução, mas é dada maior importância à reputação da marca; o mercado de moda de Hong Kong reúne elementos de todo o mundo e tem melhor gosto; os consumidores de Taiwan atribuem importância ao estilo individual, dando assim origem a muitas marcas locais; Macau é sobretudo informal, mas o mercado não é suficientemente grande para acolher mais designers. Acredito que existe um enorme potencial para o desenvolvimento futuro”, diz.

A dificuldade que o mercado da moda internacional enfrenta está relacionada com um crescimento contínuo das marcas famosas, enquanto o espaço para as marcas pequenas e jovens continua a diminuir. Hsu diz que é necessário um ambiente adequado e sabedoria na promoção para desenvolver marcas de moda. As necessidades e a mentalidade das pessoas não se podem ficar pelo “vestir-se para ocasiões, como casamentos, sem dar importância às saídas informais”. “Para os jovens designers, a dificuldade mais difícil de ultrapassar é encontrar consumidores para as suas marcas e o facto dos seus pontos de venda estarem muito dispersos.” Por isso, os designers amadores não devem estar focados apenas no desenvolvimento das suas marcas, mas também precisam de ganhar experiência na área do marketing e da gestão de armazém”, refere. A estilista sugere que, além de proporcionar uma plataforma de cooperação regional, as autoridades de Macau organizem também mais exposições de materiais, de forma a valorizar os elementos da moda local.

À semelhança de muitos estilistas de Hong Kong e Macau, Harrison Wong, de Hong Kong, cujo trabalho está mais concentrado na moda masculina, teve de superar a questão do arrendamento da sua loja. Felizmente, as autoridades da região vizinha lançaram no ano passado medidas especiais, unindo designers locais na abertura de lojas no mesmo bairro a baixas rendas. Foi assim que Wong teve a oportunidade de abrir a sua própria loja. Neste momento, metade das receitas têm origem no consumo local e as encomendas do estrangeiro perfazem a outra metade. Wong considera que “o custo inicial da indústria da moda é elevado. Para os designers de moda de Hong Kong e Macau é difícil depender exclusivamente dos mercados locais – eles têm de se desenvolver no exterior.” Wong vai regularmente a exposições em diferentes regiões à procura de compradores estrangeiros. Com o

# Estilistas reúnem-se no Festival de Moda de Macau

Yuki leong  
Foto cedida por Chang Seng Pong

• A designer de Macau Bing Cheong diz que a indústria da moda em Macau está cercada de dificuldades. “É extremamente difícil para os estilistas aguentar isto tudo sozinhos.”

• “O custo inicial da indústria da moda é elevado. Para os estilistas de Hong Kong e Macau é difícil depender exclusivamente dos mercados locais – eles têm de se desenvolver no exterior”, diz Harrison Wong, designer de Hong Kong.

desenvolvimento da internet, os caminhos e as oportunidades para atrair compradores multiplicaram-se. “Em vez de participar em feiras e visitar expositores, muitos compradores europeus viraram-se para a internet à procura de novos designers. Os designers têm de trabalhar mais para manterem a sua exposição online”, diz.

Sendo um estilista com experiência, Wong entende as dificuldades enfrentadas pelos novos profissionais. Para manterem um negócio, estes profissionais precisam de economizar e participar em exposições e mais exposições até terem compradores em número suficiente. Para sobreviver a este longo percurso, também precisam de manter acesa a sua paixão pela moda. Wong acredita que, apesar do desenvolvimento da moda em Macau não ser tão maduro como o de outras regiões, os designers têm de preservar o seu próprio estilo e abster-se de seguir cegamente as multidões para conservar clientes.

A marca local Jose Design, focada no vestuário para pais e filhos, foi criada apenas há um ano. A designer Bing Cheong aprendeu a fazer vestidos de noite antes de estabelecer a sua própria marca, e participou activamente em espectáculos de moda. Só há poucos anos começou a envolver-se no fabrico de roupa. “Trabalhar na indústria do design de moda em Macau é um caminho minado por dificuldades. Os designers que não tenham apoio de fabricantes precisam de encontrar fabricantes, materiais, de gerir linhas de produção, dedicar-se ao marketing e à promoção da imagem, entre outros. É extremamente difícil para os estilistas aguentar tudo isto sozinhos”, diz. Por isso, a equipa envolvida na sua marca é composta por três designers que trabalham a tempo parcial e que são responsável por diferentes assuntos.

Neste momento, Cheong ainda está a tentar definir o seu consumidor-alvo, o estilo da sua marca, o método de produção e os preços. Apesar das várias ajudas do governo no sentido de ajudar a encontrar oportunidades, existem muito poucos eventos como as semanas de moda. Além disso, as plataformas de venda ligadas à moda estão muito fragmentadas. A estilista acredita que os conhecimentos dos designers de moda locais em vendas comerciais ainda não são sólidos, e é possível que ainda necessitem de algum tempo para que, simultaneamente, se formem como empresários.



• Desfile de moda durante a edição de 2015 do Festival de Moda de Macau



As personagens da série de televisão de comédia norte-americana *How I met your mother*, transmitida pelo nono ano consecutivo, são muito queridas entre o público televisivo. Mas aquele que realmente se destaca é Barney, o playboy. Sempre impecavelmente vestido e a namorar várias mulheres, Barney anda à procura de relações casuais e raramente lembra-se dos nomes das mulheres com quem dorme. Neil Patrick Harris deu realmente vida a esta personagem, tornando aquela que inicialmente era uma personagem secundária numa figura muito mais fascinante do que o próprio actor principal da comédia. Foi sem quaisquer surpresas que o papel lhe conferiu uma enorme popularidade e vários prémios de televisão como melhor actor de comédia.

Na realidade, este homem sedutor que aparece no ecrã televisivo é homossexual e tem uma relação com o mesmo parceiro há 11 anos. Há cinco anos, foi pai de um par de gémeos através de inseminação artificial. Tem uma família que parece perfeita e invejável. Barney é heterossexual e tem casos de amor complicados. Mas Neil é o fiel amante gay.

No entanto, o que a história de Neil nos conta é a forma como o sector de televisão *mainstream* nos Estados Unidos tem ignorado o mercado das minorias sexuais. De acordo com um inquérito realizado pela Universidade do Sul da Califórnia, das cerca de 4.600 personagens que entraram em 100 sucessos de audiência de 2014, apenas 19 eram personagens homossexuais ou bissexuais. Além disso, a minoria sexual que aparecia representada nos filmes era maioritariamente composta por homossexuais brancos. Não há um único travesti.

Apesar do casamento entre pessoas do mesmo sexo nos Estados Unidos ser legal, a forma como esta situação está reflectida é seguramente irrealista. Existem muitos realizadores e actores talentosos em Hollywood com orientação sexual homossexual, como é o caso de Lee Daniels, Jodie Foster e Matthew Bomer. Esses mercados e pessoas existem, mas não têm aparecido produtos que os representem.

No livro *NICHE: The Missing Middle and Why Business Needs to Specialise*

• Neil Patrick Harris (à direita) com o parceiro David Burtka

to *Survive* pode ler-se que muitas empresas globais têm como objectivo maximizar os seus clientes, mas na realidade isto leva a uma sobreposição de produtos e estratégias de marketing, fazendo com que seja mais difícil para uma marca ou produto destacar-se, e fazendo com que a substituição do mercado seja mais provável. Por outro lado, caso se possa definir melhor o público-alvo, e se os produtos forem direccionados mais especificamente para os mercados minoritários, então poderão surgir muitas oportunidades de negócio no sector.

Em comparação com os homólogos americanos, os britânicos estão mais empenhados neste campo. Já no seu 29.º aniversário, o festival de cinema LGBT (Lésbica, Gay, Bissexual e Transgénero) do Instituto de Cinema Britânico, que se realiza em Londres e tem uma duração de 11 dias, atraiu mais de 23.500 pessoas no encerramento do festival – um máximo histórico, com uma subida de 6,8 por cento de público em relação à inauguração. Além disso, o British Council ofereceu nos últimos tempos apoio ao festival, atraindo a participação de mais de 120 profissionais de cinema e colocando esta minoria no centro das atenções.

Não é apenas a indústria cinematográfica que tem os olhos postos neste mercado. Na

realidade, na China, onde o casamento entre pessoas do mesmo sexo não está legalizado, este mercado também está a ganhar atenção.

A *Time Out Shanghai* publicou em Julho deste ano uma reportagem sobre este mercado minoritário que tem sido ignorado até agora. No estudo, um consultor do mercado de luxo apontou que, supondo que existe uma minoria sexual na China de 3 a 5 por cento, isto já significaria uma população de 40 a 70 milhões de pessoas. Além disso, estas pessoas tendem a ter um bom poder de compra e a trabalhar nas indústrias criativas que determinam novas tendências, tais como a moda, design e publicidade.

Até o Taobao.com lançou em Fevereiro o “Nós fazemos”, um website dedicado ao tema, com o slogan “Paixão arco-íris, amor ilimitado: Se está à procura de um amor verdadeiro, o Taobao pode ajudá-lo a concretizar o seu sonho”. Os vencedores do concurso vão receber um pacote de bilhetes de avião para viajar até aos Estados Unidos para um casamento e uma lua-de-mel. Até ao momento, esta foi a maior campanha de marketing na China direccionada ao mercado nacional das minorias sexuais.

Como tal, a ousadia de explorar o mercado das minorias sexuais pode mesmo ajudar a contribuir para o sucesso do negócio no sector das artes criativas.

## AS MINORIAS SEXUAIS NAS ARTES CRIATIVAS

Ng Kin Ling

Foto cedida por Angela George, Focus Features, Edko Films Ltd.



• *Freeheld*, que vai estrear este mês, é um filme LGBT baseado numa outra história verídica. Ellen Page, uma das protagonistas, assumiu em 2014 a sua homossexualidade.



• Baseado no romance com o mesmo nome, *A Rapariga Dinamarquesa* reconta a história verídica de Lili Elbe, uma das primeiras mulheres transexuais de que há conhecimento no mundo.

# AGENDA CULTURAL



## Creative Expo Taiwan 2016

**Registo:** Até 31/12/2015  
(Inscrição antecipada);  
Prazo de inscrição: 31/1/2016

**Local:** Parque Criativo Huashan 1914, Parque Cultural e Criativo de Songshan, Expo Dome no Expo Park de Taipé

**Programa:** A Creative Expo Taiwan é uma plataforma que apresenta produtos e serviços culturais e criativos disponíveis em Taiwan e faz a ponte entre profissionais em produção, marketing e distribuição. O evento serve como barómetro para as marcas taiwanesas e oferece uma gama de actividades, que fazem a ligação entre o espaço da exposição e as comunidades.

**Organizador:** Ministério da Cultura de Taiwan

**Website:** www.creativexpo.tw



## Teatro físico A Beautiful Day

**Data:** 19, 20, 22 e 23/12/2015

**Horário:** 20:00

**Local:** Teatro Caixa Preta,  
Edifício do Antigo Tribunal

**Bilhetes:** MOP120

**Programa:** Inspirada por crianças autistas, a encenadora Jenny Mok começou a investigar a noção de realidade com a sua Perceptual Series, que inclui *Perceptual Landscape*, *A Beautiful Day Within* e a sua produção mais recente, *A Beautiful Day*.

**Organizador:** Comuna de Pedra

**Website:** www.facebook.com/  
events/804954426304129



## Night's Starting Point: Exposição individual de Rae

**Data:** 7/11/2015-3/1/2016

**Horário:** 10:00-19:00

**Local:** Flugent Art Gallery

**Bilhetes:** Entrada livre

**Programa:** Bancas de comida de rua na Areia Preta, o contorno dos edifícios industriais ao anoitecer e a Ponte Sai Wan ao amanhecer inspiraram a artista taiwanesa Rae, que registou com o seu pincel e paleta a beleza das cenas urbanas e a vida social de Macau depois de escurecer. Venha ver como a artista capta a essência dos lugares, paisagens e edifícios.

**Organizador:** Flugent Art Gallery

**Website:** www.facebook.com/  
flugent/?fref=photo



## Circo na cidade: iD de Cirque Éloize (Canadá)

**Data:** 30/12/2015-3/1/2016

**Horário:** 19:45 (diariamente); 14:30 (2/1/2016)

**Local:** Grande Teatro,  
Centro Cultural de Hong Kong

**Bilhetes:** HKD380/280/200/120

**Programa:** iD é uma combinação de artes circenses e dança urbana: b-boying, breakdance, hip-hop e muito mais. Apresentando dez artes circenses diferentes, o iD inclui habilidades como o malabarismo, contorcionismo, patins em linha, andas, roda Cyr, equilíbrio de mãos, suspensão em faixas, bike trial, mastro chinês e sedas aéreas, levando a um final espectacular na dinâmica trampwall.

**Organizador:** Departamento dos Serviços de Lazer e Culturais, RAEHK

**Website:** www.lcsd.gov.hk



## Montra de Artes de Macau Trivialidades: Pinturas de Vong Chi Hang

**Data:** 13/11/2015-13/12/2015

**Horário:** 10:00-19:00 (Encerrado às Segundas)

**Local:** Museu de Arte de Macau

**Bilhetes:** Adultos: MOP5; Estudantes: MOP2

**Programa:** Natural de Macau e licenciado em pintura a óleo pela Universidade de Artes de Taiwan, o artista Vong Chi Hang trabalha com lápis de carvão e lápis de cor, inspirando-se na pintura tradicional chinesa para criar um conjunto único de peças de arte que captam a beleza quotidiana do dia-a-dia de Macau.

**Organizador:** Museu de Arte de Macau

**Website:** www.mam.gov.mo



## Winterplay: As novas tonalidades do jazz

**Data:** 12/12/2015

**Horário:** 20:00

**Local:** Grande Auditório,  
Centro Cultural de Macau

**Bilhetes:** MOP300/250/200/150

**Programa:** A banda sul-coreana Winterplay traz-nos este mês uma torrente de temas fluidos que combinam a chama dos sons jazz e da música pop. Aguarde alguns clássicos intemporais com um toque pessoal.

**Organizador:** Centro Cultural de Macau

**Website:** http://www.ccm.gov.mo/  
Event.aspx/Detail/6688



## O Mundo dos Jogos II

**Data:** 10/12/2015-13/12/2015

**Horário:** 20:00 (10/12/2015-12/12/2015);  
15:00 (12, 13/12/2015)

**Local:** Edifício do Antigo Tribunal, 2.º andar

**Bilhetes:** MOP150

**Programa:** Aclamada durante o Festival de Artes de Macau em 2013, a reposição d 'O Mundo de Jogos apresenta uma peça de teatro divertida, mas que nos faz reflectir ao longo de 80 minutos sobre o que se passa na capital do jogo.

**Organizador:** Cai Fora

**Website:** www.facebook.com/  
events/1474130472914112



## 4.º Fórum de Animé e Ilustração da Ásia-Pacífico

**Data:** 26/12/2015

**Horário:** 14:30

**Local:** Sala A, Centro de Convenções do  
Venetian Macao-Resort-Hotel Cotai

**Bilhetes:** Entrada livre

**Programa:** Artistas consagrados da indústria da manga e do animé do interior da China, Hong Kong, Macau e Taiwan juntam-se em Macau para partilhar as suas ideias e últimos trabalhos.

**Organizador:** Macau Comickers Association

**Website:** www.facebook.com/  
events/564551517041195



## Expo de Inverno de Artesanato da 11.ª Feira Internacional das Indústrias Culturais

**Data:** 11/12/2015-14/12/2015

**Local:** Salas 6 e 9, Centro de Convenções e  
Exposições de Shenzhen

**Bilhetes:** Entrada livre

**Programa:** Excelentes produtos de artesanato, como utensílios de laca, bordados, cerâmica e caligrafia, estão no centro das atenções desta exposição de Inverno.

**Organizador:** Comissão da Exposição  
Internacional de Artesanato da  
China (Shenzhen) e Sociedade  
Nacional de Artesanato da China

**Website:** winter.cnific.com



## ART MO

**Data:** 4/12/2015-13/12/2015

**Local:** Vários. Consulte o programa  
de actividades.

**Bilhetes:** Entrada livre

**Programa:** Este ano, o programa da ART MO integra um passeio, um fórum, uma noite de gala e uma exposição, com actividades que se realizam em vários locais de Macau, incluindo museus e galerias. Registe-se como "Amigos da Arte" para ter acesso a passeios gratuitos de autocarro e descobrir o panorama artístico de Macau, e para visitar gratuitamente as instituições de arte.

**Organizador:** Câmara de Comércio da  
Indústria Culturais e  
Artísticos de Macau

**Website:** www.art-mo.com



Cheong Sio Pang

Assistente de Investigação no Departamento de Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Macau; Mestre em Políticas Públicas pela Faculdade Willy Brandt da Universidade de Erfurt.

## A implementação de políticas artísticas

A popularização das artes é sempre tema de debate em regiões ou cidades com um certo nível de desenvolvimento. A razão que está por trás disso é que, quando a capacidade económica é elevada, as pessoas buscam na vida mais do que a mera satisfação de ter algo para comer. Por isso, não é difícil entender a mudança gradual que se observa – a busca na sociedade de outras coisas para além dos bens materiais. E, entre essas coisas, identifica-se facilmente a procura das artes. Nos últimos anos, mais de 60 por cento dos bilhetes para o Festival Internacional de Música de Macau foram vendidos logo no dia em que foram colocados à venda. Além disso, muitos espectáculos esgotaram e, por vezes, torna-se necessária a organização de sessões adicionais. Antigamente a maioria dos participantes eram residentes locais com interesse no mundo das artes, mas hoje os participantes vêm do interior da China, Hong Kong, Taiwan e Macau, e gostam genuinamente de música. Com espectáculos que têm como objectivo a promoção da popularização das artes, este festival tem atraído muita atenção.

A captação de participantes tem certamente um grande impacto no desenvolvimento das artes – não conduz apenas a um aumento do número de participantes, mas cria mais oportunidades às pessoas que trabalham na indústria da arte (no reforço das suas competências e oportunidades laborais). Pode observar-se que as artes têm um papel importante nas mudanças que se dão na busca do ser humano – já não é uma questão de sobrevivência mas de qualidade de vida. No passado, o requisito para a aquisição de um produto era a sua utilidade; mas hoje em dia as pessoas têm critérios mais elevados em relação

ao design do produto, textura, o espírito por trás do artigo e até a sua reputação. A utilização de bens de luxo está a tornar-se comum. A busca pelas coisas transformou-se, passando de um fenómeno de “um único tamanho para todos”, criado pela produção em massa nos EUA no século XXI, para a terceira revolução industrial referida pela *The Economist*, em que há um regresso dos artigos personalizados. Tendo em conta a óbvia melhoria da situação económica, as pessoas privilegiam a busca dos valores pessoais. A arte beneficia com o desenvolvimento económico, mas assume maiores missões. O desenvolvimento dos gostos é considerado quando se implementam políticas artísticas. O crescimento gerado pela economia é equivalente ao crescimento do número de novos-ricos, para pôr a questão de uma forma mais simples. O que diferencia aquilo que as pessoas procuram são as próprias diferenças de gostos e de nível de educação. Desta forma, os recursos podem ser direccionados para mais espectáculos de entretenimento. Hábitos saudáveis são favoráveis ao desenvolvimento da qualidade da vida pessoal e da sociedade, enquanto os maus hábitos distorcem os valores sociais e resultam em comportamentos pessoais que violam as expectativas da sociedade, e na emergência de indústrias marginais, como a pornografia e as drogas, que têm algum impacto na sociedade.

Na implementação de políticas artísticas, o equilíbrio entre as exigências mais marginais e o desenvolvimento global é um tema importante. Como controlar e equilibrar as tensões produzidas num contexto de conflito entre as exigências e o desenvolvimento, para que possam ajudar ao crescimento saudável da



sociedade? Por isso, uma das importantes áreas do desenvolvimento das políticas artísticas é a criação de normas comportamentais em linha com as expectativas, permitindo às pessoas terem qualidade de vida sem violar os princípios dos valores universais. A intensificação dos desejos precisa de ser aceite pela sociedade e deve de ser benéfica para o desenvolvimento saudável desta. Nas políticas artísticas que cultivam um adequado sentido de arte, que utilizam frequentemente exemplos e sentimentos, e integram uma visão familiar (em particular dando mais recursos aos núcleos com menos condições familiares), o gosto artístico poderá certamente ser desenvolvido. Nas políticas convencionais para a educação, as horas dedicadas à educação das artes e o compromisso dos estudantes nas criações artísticas devem ser reforçados. O desenvolvimento diversificado da indústria cultural na sociedade tem de contar com a formulação de políticas artísticas a longo prazo.



Rai Mutsu

Poeta, romancista e colunista de Macau. Os seus trabalhos publicados incluem *Passagem de Ano no Largo de São Domingos*, uma colecção de contos, *Roda Gigante e Um Mundo Ficcional*, uma colecção de poesia e prosa; e uma série de vídeos promocionais sobre a literatura de Macau, publicada em conjunto com o poeta Cheang Ga Aya.

## Valores promocionais dos filmes e registos históricos

Na era das redes sociais, os microfilmes ou os *teasers* são extremamente importantes para a promoção de quaisquer produtos. Para muitas editoras, os vídeos tornaram-se num meio importante para o marketing na área da edição. A última etapa da promoção da literatura, música, cinema e teatro voltou novamente a ser feita através de um suporte visual. Se é usada uma “*hard promotion*” (anúncios publicitários dos produtos) ou “*soft marketing*” (posicionamento dos produtos, microfilmes), isso vai depender do orçamento para a promoção e da ideia.

Em suma, o sucesso de um filme envolve muito mais do que imaginamos. Hoje em dia, a leitura de romances e poesia já não é uma actividade dominante de lazer, embora as obras dos romancistas e poetas ainda tenham o seu valor – e muitas delas são boas leituras. Para que sejam vistos e atraiam um público para a leitura dos seus livros, a visualização é o único caminho. Assegurar o apoio do sector cinematográfico é claramente o caminho mais directo.

Além disso, muitos agentes vão ler e recomendar bons livros aos cineastas que representam, para que estes comecem um projecto de adaptação de uma obra literária ao cinema. Existem realizadores que podem ler e descobrir sozinhos bons argumentos passíveis de serem filmados, e entrar em contacto com o autor. Já no que diz respeito ao complicado processo de adaptação, encontrar os profissionais adequados e experientes para fazer a ligação das ideias entre os autores e cineastas, e visualizar os guiões, também é um tema que vale a pena discutir.

Existe actualmente uma grande carência de profissionais a trabalhar na indústria cinematográfica de Macau em posições difíceis

como, por exemplo, a de argumentista. Parece que os cineastas estão mais interessados em filmar as suas próprias histórias e nunca pensaram em colaborar com o sector literário para criar mais situações vantajosas de cooperação intersectorial. As histórias escritas pelos realizadores são corrigidas por argumentistas profissionais; depois de um trabalho literário estar terminado, pode ser transformado num guião visual pronto a ser filmado através de adaptações ou de argumentistas. Este é talvez um aspecto que precise de ser resolvido urgentemente de forma a melhorar a qualidade dos filmes. É certo que não existem muitos escritores em Macau com capacidade para fazer adaptações ou trabalhar como argumentistas – este é um problema real. Para unir as pessoas do sector artístico, gerar maior impacto através da visualização e, por sua vez, atribuir maior valor aos produtos individuais, é necessária uma maior implementação e intercâmbio para que a cooperação intersectorial se venha a transformar gradualmente em algo comum.

Inicialmente, o objectivo de fazer o microfilme *When Felicity Calls* passava pela promoção do livro *Entrevistas dos escritores de Macau II*. A publicação destas entrevistas pretende deixar dados históricos à literatura de Macau. O verdadeiro resultado alcançado pelo microfilme foi que desvendou as máscaras de alguns antigos escritores e legou à história da literatura de Macau alguns registos visuais emocionantes. Este era o nosso objectivo inicial e parece que todos os escritores participantes e os seus fãs gostaram muito deste microfilme. Penso que este microfilme poderá continuar

a ser utilizado nas próximas feiras literárias, quando se estiver a promover a literatura, ou em novos lançamentos de livros.

Da perspectiva da história da literatura, espero certamente ver mais obras visuais como *The Inspired Island* e o documentário *Farming on the Wasteland*, dirigido pela realizadora de Macau Choi Ian Sin. Ao registar o processo de escrita e a experiência de vida dos autores, estes filmes ligam a vida à cidade e, ao assistir a estas obras, as pessoas podem sempre inspirar-se para os seus próprios trabalhos. Já no que diz respeito ao cruzamento entre a literatura e o cinema, encorajo os meus colegas e amigos que trabalham nos sectores cinematográfico e literário a continuarem a prestar atenção uns aos outros e a descobrir mais pontos de cooperação, com o objectivo de criar novos grandes produtos e atrair mais público. Actualmente, o conto *Youshan Meng* de Chou Tong e a novela *Love is Colder Than Death* de Pierre Wong já entraram no projecto de criação de Macau. Eu estarei muito atento aos leitores.

(Série “Quando a literatura se encontra com o cinema; quando o cinema se encontra com a literatura” – parte 3)





Alvis Sio nasceu em Macau nos anos 1990. Trabalha no sector dos média e é autora da obra *The Good Old days of Colonial Hong Kong and Macau*.

## Livros e criatividade – sobre escrever para uma revista literária (3)

Depois de ter falado sobre mim e sobre os leitores, é altura de alargar a discussão e falar sobre a relação das revistas literárias com as cidades e, em particular, a sua relação com a cultura e a criatividade. A razão para escolher a cultura e a criatividade como meio de ligação entre as cidades e as revistas literárias deve-se sobretudo a todos os tipos de paradoxos associados: não vamos negar que uma cidade tem inquestionavelmente a sua própria cultura específica, e que também as revistas literárias terão de estar associadas à cultura. Mas como é que podemos evidenciar isso? Penso que a resposta poderá ser encontrada ao observar a criatividade e a cultura de uma cidade.

A criatividade e a cultura de uma cidade são reveladoras da situação cultural desse espaço. Elas reflectem a ecologia cultural de uma cidade, e também a forma como as pessoas imaginam a cultura – o grau de importância que atribuem à cultura local e o grau de aceitação de culturas estrangeiras. Por isso, até certo ponto, a nutrição do solo cultural determinará o alcance da indústria criativa e cultural de uma cidade. A condição para cultivar um pedaço de solo cultural adequado ao desenvolvimento da indústria cultural e criativa



é compreender de forma clara a natureza da criatividade e da cultura.

Quando pensamos em criatividade e cultura, o que nos vem à cabeça podem ser filmes, peças de teatro, música, desenho, design ou moda – existem milhares de rostos diferentes. Mas essencialmente penso que podemos adoptar como referência a definição da Wikipedia: “Como o nome sugere, a indústria criativa e cultural refere-se a uma indústria que combina a cultura e a criatividade”. Por outras palavras, “cultura e criatividade” são, de facto, “cultura” e “criatividade”. As características destes dois elementos principais são a sua necessidade de absorção, precipitação e transformação – e o mais importante destes é o processo de absorção.

Existem certamente muitos caminhos e fontes para “absorver”, mas a capacidade de imaginar, observar, criticar e ponderar que acumulamos no processo de leitura permite-nos viajar no tempo e ultrapassar barreiras regionais. Desta forma, podemos aproveitar os conhecimentos dos antigos sábios e olhar para além das suas abordagens – entre outros caminhos, este é certamente um bom atalho. Este é provavelmente também o ponto onde as revistas literárias se cruzam com uma cidade, e com a sua cultura e criatividade.

Partindo do princípio que as conclusões acima apontadas estão correctas, a próxima questão que se põe é a mais realista, e também a mais cruel: que impacto poderá ter uma revista literária na promoção da leitura, orientando os leitores para a absorção do máximo possível dos livros que lêem e aplicando o seu

conhecimento no mundo da cultura e da criatividade? Especialmente em tempos como estes, em que as pessoas estão sobrecarregadas a “envolver-se” na cultura e criatividade num contexto de declínio da leitura, esta questão torna-se premente. Como editora de uma revista literária, não me vou estar a enganar a mim própria e considerar as revistas literárias importantes promotoras da leitura ou dos índices de leitura da cidade. Sei apenas que o tempo e o trabalho necessários para terminar uma revista literária são muito inferiores aos necessários para acabar um livro e, ao mesmo tempo, a diversidade de informação que figura numa revista literária deve ser maior do que a que está acessível num livro. Se este for o caso, poderemos olhar para as revistas literárias como sendo a “zona com pé” de uma piscina, permitindo às pessoas encontrar os movimentos e o ritmo mais adequados às suas necessidades. Quando estiverem mais acostumadas, poderão prosseguir e nadar em águas mais profundas e em áreas mais vastas. Mesmo que não entrem em águas profundas, terão pelo menos desenvolvido o hábito de nadar e sabem agora como se movimentar livremente na água.

Uma cidade sem cultura não constitui um problema; problemático é se as pessoas nessa cidade olharem de forma depreciativa para a cultura. As pessoas da cidade também podem continuar sem ler, mas não poderão negar o poder dos livros. Apenas compreendendo que a cultura precisa de respirar continuamente, poderão a cultura e a criatividade de uma cidade gerar uma vitalidade inesgotável e continuar a crescer, a consolidar as fundações e a não ser apenas conversa vazia.



Formado na Escola de Estudos Orientais e Africanos (SOAS) da Universidade de Londres. Vive e trabalha actualmente em Londres como escritor.

## Pioneira das semanas de arte asiáticas: Asian Art in London

Nos últimos anos, a arte asiática tem tido um impacto mundial enorme, e muitas cidades na Europa e nos Estados Unidos, tais como Nova Iorque, Paris e Bruxelas, acolheram feiras e exposições de arte de grande dimensão, atraindo um enorme número de visitantes. Entre estas mostras artísticas, as semanas de arte chamaram muita atenção, principalmente a Asian Art in London (AAL). Criada em 1998, a mostra já se realiza há 18 anos, e tem desfrutado de uma forte reputação graças ao sucesso do seu marketing e das principais ofertas, sendo reconhecida tanto pelo sector como pelos apaixonados da arte. Como pioneira das semanas de arte asiáticas, a AAL tornou-se num excelente modelo para aqueles que desejam seguir os mesmos passos.

### Tudo sobre a Semana de Arte

Em geral, uma semana de arte não pode acontecer sem intervenientes-chave, como uma comissão organizadora, um presidente e um gestor de projecto. Tomemos a AAL como exemplo. Os membros da comissão organizadora são líderes das galerias de arte asiática e antiquários em Londres, o que, de facto, acabou por determinar o carácter comercial do evento. Desde então, esta conhecida semana de arte realiza-se anualmente entre finais de Outubro e princípios de Novembro, durante o agradável Outono britânico. Com esta longa história, a AAL tornou-se num evento obrigatório para os amantes de arte. Além disso, como as galerias no centro de Londres estão espalhadas pela rua Kensington

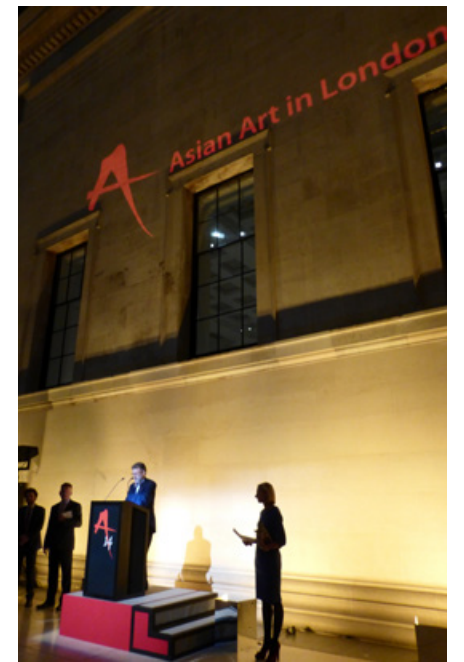
Church, St James's e Mayfair, a organização escolheu deliberadamente alargar o horário das exposições e realizar vernissages nestas galerias, de forma a aproveitar a circulação pedestre e trazer à cidade uma sinergia entre as acções de marketing.

### Colaboração além do negócio

Os participantes que interessam à AAL vão além do sector profissional, e incluem grupos culturais, instituições terciárias, museus públicos e organizações de arte privadas. Como este é o Ano de Intercâmbio Cultural entre a China e o Reino Unido, a organização decidiu juntar-se ao governo. As actividades até foram presididas pela família real, o que ajudou a reforçar a imagem e a cobertura noticiosa destes projectos. Mais, instituições como a Biblioteca Britânica, o Museu Britânico e o Museu Victoria & Albert são os parceiros oficiais da AAL. No âmbito da promoção da educação, a Escola de Estudos Orientais e Africanos da Universidade de Londres e as academias da Christie's e da Sotheby's também lançaram os seus próprios cursos de avaliação de arte, dando a oportunidade à comunidade de se envolver e aprofundar o seu conhecimento sobre a arte asiática. A variedade dinâmica de actividades da AAL nessa semana agitada trouxe uma dimensão interessante à feira de arte, e é um indicador de uma visão moderna nas artes criativas.

### Perspectivas para Macau

O Museu de Arte de Macau juntou-se em 2001 a várias organizações culturais e museus



na China, como é o caso do Museu Palácio (Cidade Proibida), em Pequim, e o Museu de Xangai, organizando todos os anos em Outubro uma série de extraordinárias exposições de grande escala e importantes seminários sobre artes tradicionais chinesas. Através do planeamento rigoroso da organização, conquistaram seguidores fiéis no exterior. Este pode ser um incentivo para a realização de uma Semana de Arte de Macau. Se as galerias privadas locais e as lojas de antiguidades puderem assumir o comando, envolvendo mais organismos públicos e escolas, bem como organizações artísticas e culturais ligadas aos sectores do cinema, teatro, música, design ou literatura, certamente poderemos antecipar uma programação muito interessante para essa semana!



SiSi Chang

Escritora freelancer. Mestre em Artes pela Universidade Nacional de Arte de Taipé, Instituto Superior de Estudos Teatrais. Chang olha para a viagem como uma disciplina e, cada vez que se encontra num sítio desconhecido, aprende a olhar para as coisas de uma perspectiva diferente. Amazing Australia, An In-Depth Guide to Angkor e Lonely Planet IN Series: Taiwan são alguns dos trabalhos publicados pela autora.

## Recortes de Foshan:

### — como as artes populares se mantêm vivas —

A população de Foshan orgulha-se das suas artes populares, e na terra natal de Wong Fei Hung estas encontram-se em todo o lado: cerâmica, bordados, artesanato em bambu e sedas. Muitas pessoas passeiam pelas lojas, mas poucos são os que consomem. As lojas de recortes de papel atraem ainda um maior número de pessoas; pais e filhos amontoam-se à volta de uma pequena mesa. Depois de fazer umas perguntas sobre as aulas de bordados, fui até uma loja de papel recortado ver se encontrava algumas lembranças para oferecer.

O preço não era propriamente o desejável. Os trabalhos de papel recortado com moldura eram muito pesados e não os podia levar numa mochila. Os que não tinham moldura eram muito grandes. A vendedora sugeriu a compra de um pequeno recorte de papel por 10 yuan, com a imagem dos signos do zodíaco para oferecer a crianças, para que desta forma comecem a entender a arte do papel recortado. Eu sorri e disse: “Com milhares de anos de história, tenho a certeza que os recortes de papel em Foshan têm uma abundância de desenhos clássicos. Já pensaram em modernizar alguns dos desenhos, usando, por exemplo, o corte a laser para produzir alguns enfeites contemporâneos, ou mesmo apenas



cartões-de-visita e etiquetas?”

Deixei de fora as fitas decorativas de papel, um dos artigos de papelaria tradicionais mais vendidos este ano.

No início ela não entendeu o que eu queria dizer. Depois de explicar novamente, ela finalmente compreendeu e respondeu-me com inquietação e quase como se estivesse ofendida: “Todos os nossos artigos foram feitos à mão, não por máquinas! E todos os padrões são desenhados à mão. Se você os tivesse feito à mão, tal como nós fizemos, entenderia por que razão são tão caros”.

Em Taiwan, nos anos 1980, os estudantes tinham aulas de recorte de papel, que eram levadas muito a sério pelas escolas. As papelarias vendiam todos os tipos de padrões de papel recortado, desde desenhos clássicos chineses até imagens mais modernas, como figuras de banda desenhada ou ídolos pop. Terminar um trabalho de papel recortado em apenas um período escolar era uma conquista, embora alguns dos estudantes mais talentosos conseguissem produzir uns quantos. Eles podiam depois emoldurar os trabalhos finais e exibi-los pela escola. Estes alunos tornavam-se estrelas.

Hoje em dia é quase impossível encontrar trabalhos de papel recortado. Antigamente, os recortes eram colados nas janelas, mas hoje já ninguém o faz. Regressaram entretanto de outra forma: nas paredes.

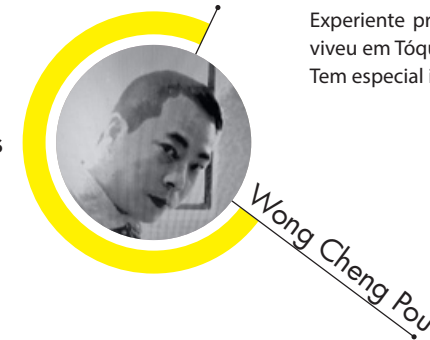
Quando vi pela primeira vez decorações de parede, pensei em recortes de papel. Se houvesse uma forma de combinar o recorte de papel com a decoração contemporânea das casas e utilizar máquinas para produzir pelo menos alguns dos recortes, poderíamos então incorporar o papel recortado na nossa

vida quotidiana, e torná-lo numa forma de arte mais duradoura e sustentável. Assim que uma variedade de artigos esteja disponível, alguns consumidores vão exigir maior qualidade e quantidade de produtos, e procurar alternativas mais tradicionais e feitas à mão, ajudando a manter todo o mercado.

As artes populares têm de ser parte integrante da estrutura da vida quotidiana. Se estiverem desligadas da vida das pessoas, os consumidores vão sentir que não têm uma relação com o produto e não vão querer comprá-lo. O princípio básico das indústrias culturais e criativas é a adaptação de belas tradições do passado ao mercado actual, em vez de permitir que percam relevância e estejam confinadas a museus obsoletos.

Com isto não se pretende dispensar os conhecimentos dos artesãos. Mas a verdade é que à medida que o custo de vida aumenta, o custo da produção destes artigos também vai aumentar. É necessário muito tempo para concluir um recorte de papel de grande dimensão; e, entretanto, o artista continua a ter os seus custos de vida. Quantos consumidores estão dispostos a pagar esse preço? À medida que a procura diminui, os profissionais vão ver o seu rendimento decrescer e, se também as suas capacidades desaparecerem, então será uma verdadeira tragédia. Expandir a linha de produtos, incluindo artigos secundários de custos inferiores, para apoiar os produtos mais difíceis, é uma alternativa viável a considerar.

Espero que os cartazes e pinturas do Ano Novo Chinês, trabalhos de papel recortado, e ainda todas as outras maravilhosas artes populares consigam acompanhar o ritmo de mudança do mundo moderno e sejam transportadas para as gerações futuras.



Wong Cheng Pou

Experiente professor de arte e colunista, Wong Cheng Pou viveu em Tóquio nos anos 80 e em Londres na década de 90. Tem especial interesse pelas indústrias criativas.

## Assumir riscos e oportunidades

Existe um ditado que diz que as oportunidades são apenas para aqueles que estão preparados para elas. Uma pessoa pode não saber de onde surgiu este ditado, mas dificilmente contestará o seu sentido. Além do conceito de oportunidade, também temos descoberto nos últimos anos mais sobre o risco. Há quem goste de dizer que as oportunidades produzem riscos, e que os riscos e as oportunidades andam geralmente de mão dada. Isto é essencialmente o que se dizia em tempos antigos: “É na desgraça que se encontra a felicidade, é na felicidade que se esconde a desgraça” (*Laozi*, capítulo 58). Isso significa que a felicidade e a desgraça estão relacionadas e que se podem influenciar mutuamente. A desgraça é o pré-requisito da felicidade, enquanto a felicidade tem a componente da desgraça. Por outras palavras, as coisas boas e más podem influenciar-se mutuamente e, em certas condições, o que é bom pode tornar-se amargo ou, por outro lado, o que é mau pode acabar bem.

Tudo isto pode soar bastante familiar, mas se não viveu em Macau nos últimos 15 anos, então não pode entender muito bem o que é enfrentar a pobreza após um período de abundância. Antes da transferência de soberania, o governo desfrutou de receitas fiscais massivas, atingindo o valor astronómico de 300 mil milhões de patacas, que nos últimos anos se tornaram insignificantes. Este é um tema que merece a nossa reflexão. Tenho muitos amigos que sentem que o objectivo do governo em apostar nas artes e na cultura é a política certa, mas depois parece que

perdemos inutilmente a oportunidade de ouro para o fazer quando Macau era poderosa. Neste momento, com a contínua queda das receitas fiscais provenientes do jogo, muitos daqueles que apoiaram a política não fizeram nada e acabaram por mudar de opinião. Ao oferecer políticas de apoio, o governo esperava encorajar mais capital privado para a promoção das artes e da cultura, embora até ao momento os resultados dificilmente se possam considerar satisfatórios. Provavelmente, o resultado deve-se à tendência natural das pessoas estarem dependentes de factores externos. Por isso, se for a uma das zonas mais movimentadas de Macau, encontrará maioritariamente joalharias e lojas a vender produtos alimentares locais como carne seca ou biscoitos de amêndoa, seguidas de farmácias com leite em pó e medicamentos à venda. Se olhar mais além, talvez se aperceba da existência de vários restaurantes e outros estabelecimentos de comida, mas dificilmente conseguirá detectar quaisquer sinais de arte e cultura. O que é que originou este cenário? Afinal de contas, não é tão difícil entender que, com a subida dos preços do arrendamento, aquilo que não é popular não pode ser vendido e está condenado ao fracasso. Por outro lado, tudo o que venda pode atingir bons preços e pagar os valores elevados das rendas. Se tem dúvidas, é só olhar para a prosperidade na Avenida de Almeida Ribeiro.

Dito isto, por acaso abriria uma joalharia ou começaria a vender carne seca ou biscoitos de amêndoa? As pessoas que se interessam pela imaginação e em escrever ao computador,



provavelmente terão interesses muito diferentes daqueles que têm os que estão à caça de lucros. Afinal de contas, se as empresas de arte e cultura são apenas uma questão de negócio, então também estão sujeitas às mesmas leis de controlo de custos e à realidade do mercado. Além disso, o que é que se entende por arte e cultura? Para falar a verdade, se uma pessoa for boa no negócio e os clientes estiverem satisfeitos com os produtos ou considerarem os seus serviços criativos, ou se acreditarem que o que está a vender é prático e interessante, e que consegue captar a essência da cidade, então talvez as suas mercadorias possam ser consideradas produtos artísticos e culturais. Mas não precisa de estar preocupado com a forma como os produtos são recebidos. A maneira mais simples é começar pela arte da negociação e, em seguida, reflectir sobre os ambientes favoráveis e condições que existiam quando comprou da última vez uma série de lembranças. Talvez assim consiga ter uma ideia melhor sobre como tornar esta empresa artística e cultural num negócio de sucesso.



Rachel Mok

Natural de Hong Kong, Rachel apaixonou-se pelos Tat Ming Pair e pelo Britpop durante a escola secundária e, desde essa altura, desenvolveu um interesse profundo pela cultura pop. Depois de concluir os estudos na Escola de Jornalismo da Universidade Baptista, começou a escrever para várias publicações em inglês e chinês de Hong Kong. Rachel é actualmente editora executiva da plataforma de música online Bitetone e directora de eventos da Cuetone. Adora viajar, batatas fritas picantes e cor de laranja. Odeia esperar pelo autocarro.

## — Sucessos & Insucessos 2015 —

Num piscar de olhos, Dezembro está à porta. Este ano parece ter passado particularmente rápido. E Hong Kong teve um ano incrível no que toca à música ao vivo, com muitos artistas famosos, alguns novos, outros antigos, a actuarem na cidade – foram tantos que receei não ter tempo para assistir a todos os concertos. À medida que entramos em Dezembro, vamos aproveitar esta oportunidade para olhar para trás e recomendar alguns nomes a não perder de vista.

### O cantautor que cresceu rápido – Michael Lai

Ao ouvir Michael Lai pela primeira vez, o impacto pode não ser nada de especial – ele é apenas mais um jovem cantautor. Mas seis meses mais tarde, ao revisitar as suas músicas, senti que ele era uma verdadeira lufada de ar fresco, cheio de energia e inspiração. Com uma forte equipa de produção por trás, o primeiro álbum *Up Down Left Right B A Start* era variado na sua natureza e uniforme nos temas. Por vezes sinto que Michael pode vir a ser o porta-voz da geração mais jovem. A sua equipa espera posicioná-lo “fora do *mainstream*” e desenvolver um músico talentoso. Fico à espera de ouvir para o ano a música de um Michael mais amadurecido.

### Intérpretes de música folk urbana – Stranded Whale

Muitos grupos musicais de Hong Kong andam à volta de temas como a paixão e os sonhos, o que pode ser um pouco cansativo. O som do grupo de música folk urbana Stranded Whale é mais simples e flexível, como uma corrente de água límpida. A atenção profunda dada à criação musical e o cuidado atribuído aos arranjos e actuações pode ser observado no

álbum *Northern Tower* ou nos seus espectáculos ao vivo. Jabin, o vocalista principal, escreve letras poéticas e faz realmente com que os Stranded Whale se destaquem entre os seus pares locais. Podem até não vir a tornar-se muito famosos, mas são decididamente perseverantes. Espero que continuem a fazer música.

### Organizadores de concertos – House of Mercury

Este ano, um dos eventos mais memoráveis de Hong Kong foi o concerto do grupo australiano de música neo soul Hiatus Kaiyote. A organização foi extremamente ousada em trazer este espectáculo muito pouco conhecido a Hong Kong. É disso que a House of Mercury gosta – manter-se um passo à frente dos outros e trazer espectáculos a Hong Kong antes que se tornem conhecidos, o que é um risco, mas interessante. Jake, o cérebro da operação, diz que há uma série de jovens em Hong Kong que gostam de blues, soul e funk. Além dos Hiatus Kaiyote, a House of Mercury também recebeu este ano Mr. Sipp, Harts e Roy Ayers. Jake diz que para o ano espera continuar a trazer a Hong Kong mais nomes novos. Aqueles que estão dispostos a acreditar na House of Mercury devem manter-se atentos à sua programação.



### Uma imensidão de sons

Esta é puramente a minha opinião pessoal, mas de certeza que os jovens de Hong Kong estão fartos de ouvir música pop. Noutros locais, estilos como o blues, funk, soul ou outras formas alternativas de música têm desfrutado de um renascimento, encabeçado por músicos jovens. Sempre que novos sons como estes emergem em Hong Kong – seja o reggae de Sensi Lion e Mouse FX, os sons tribais de Hakgwai e Ah Chor, ou músicos que tocam gypsy jazz e blues – as pessoas ficam curiosas, acabam por apreciar esses sons e perguntam-me onde podem encontrar mais música alternativa deste género. Discute-se há muito tempo a “morte” da música pop em Hong Kong, mas de qualquer maneira acredito que a população de Hong Kong continua a precisar de música. À medida que as apresentações em lugares públicos vão proliferando em Hong Kong e a internet se vai tornando mais popular como plataforma promocional, acredito que a população local vai acabar por ter acesso a cada vez mais tipos de música alternativa. Num contexto de predominância dos grandes meios de comunicação, vale a pena espreitar mais o mundo online para descobrir uma maior variedade de sons.