

C²

文 創 誌

#04 /2015 04

Deserto ≡≡≡ Cultural ≡≡≡? ≡≡

Diálogo

**Lungs: o teatro experimental em Macau e como uma
peça de êxito ganha vida**

Evento

**Passeio pelo património com poesias –
arte comunitária em Macau**

Mundo

Art Basel em Hong Kong

Mensagem do Editor

O Festival Literário de Macau, que se realizou em Março, trouxe à cidade um grupo fantástico de nomes conhecidos da literatura. Ao longo de 11 dias, escritores, editores e tradutores debateram questões prementes, como o posicionamento da indústria editorial na Era Digital. De que forma podem os escritores de Macau vingar no mundo da literatura chinesa? Como é que o mercado editorial de Macau pode encontrar um novo caminho? Neste número, escritores locais como Chau Ka Lai e Un Sio San, bem como a livraria independente Pin-to Livros Pin-to Livros, discutem os desafios que esta indústria está a enfrentar.

Além do festival literário, Macau e Hong Kong foram palco de muitos outros eventos culturais no mês de Março. Nesta edição, a secção “Mundo” olha para a *Art Basel* em Hong Kong; na secção “Evento” apresentamos o Passeio pelo Património com Poesias, um evento que junta a comunidade à arte, cultura e história. Organizado há apenas três anos, este evento tem conseguido combinar criatividade, entretenimento e arte. Este tipo de actividades ajudam ao desenvolvimento de um ambiente artístico em Macau e é exactamente de ingredientes culturais como este que a cidade precisa.

No “Diálogo” deste mês, Johnny Tam, promissor encenador de teatro local, partilha a sua visão sobre algumas das peças que dirigiu – o caso de *Lungs* – e sobre o futuro dos grupos de teatro de Macau. Também convidámos alguns *bloggers* para escreverem sobre as suas experiências na área das indústrias culturais e criativas em Hong Kong, Macau, Taiwan, Japão e Singapura. As sete histórias que apresentamos este mês prometem ser informativas e animadas.

Lei Chin Pang
Editor-Chefe

Conteúdos

- 04..... **Destaque**
Deserto Cultural: que futuro está reservado para o mercado editorial de Macau?
- 14..... **Diálogo**
Lungs: o teatro experimental em Macau e como uma peça de êxito ganha vida
- 18..... **Evento**
Passeio pelo património com poesias – arte comunitária em Macau
- 20..... **Mundo**
Art Basel em Hong Kong
- 24..... **Agenda Cultural**
- 26..... **Blogues**
Joe Tang —
Tudo começa com a leitura
- Joe Lei —
A revolução musical e insurrecta no YouTube – o que aprendemos com o declínio da cena musical de Hong Kong? (IV)
- Hung Kuo-hsiung —
A elegância através dos tempos – convergência entre as empresas e a cultura
- Hsu Hsiu-chu —
Amor, Cultura, Criatividade – tornar as indústrias criativas competitivas e populares
- Xing Rongfa —
Indústrias culturais e criativas no interior
- Yap Seow Choong —
SG50: a história de Singapura
- Ron Lam —
Made in Japan

Deserto Cultural: que futuro está reservado para o mercado editorial de Macau?

A China destronou a Alemanha e o Japão, e já é o segundo maior mercado editorial do mundo, apenas atrás dos Estados Unidos, de acordo com o *Estudo das Tendências Globais do Mercado Editorial 2014*, publicado pela Feira do Livro de Frankfurt. Taiwan e Hong Kong publicam sobretudo em língua chinesa e, apesar da dimensão editorial e dos números de vendas estarem aquém do Interior da China, já consolidaram a sua indústria editorial. Macau, por outro lado, tem ainda muitos desafios pela frente. Convidámos escritores locais para partilharem as suas experiências no sector editorial e a livraria independente Pin-to Livros para discutir a tendência de vendas de obras em Macau. Tendo em conta o vasto âmbito de publicações existentes, limitámo-nos à discussão das obras em papel em língua chinesa na

Chau Ka Lai

Un Sio San

Lei Chin Pang

Anson Ng

Dawn Cheung



Chau Ka Lai: “O mercado editorial local ainda está subdesenvolvido”

Os residentes e turistas de Macau poderão aperceber-se da dificuldade em encontrar publicações de escritores locais nas livrarias de Macau. Qual é a razão para isso acontecer?

O romancista Chau Ka Lai é bastante céptico em relação a este fenómeno. Na opinião do escritor de Macau, para que um livro chegue às mãos do leitor, é necessário muito mais além da produção do texto – o processo envolve a edição, correcção, vendas, marketing, publicidade e a aquisição de direitos para a distribuição no exterior. Estes canais, diz Chau, ainda não se estabeleceram firmemente em Macau. “Nos últimos anos, o mercado editorial de Macau parece estar a prosperar, mas grande parte dos livros são publicações amadoras, editadas por grupos ou organizações. O sector editorial local ainda se encontra numa fase embrionária. O trabalho de edição não é habitualmente remunerado e a qualidade dos livros deixa muito a desejar, mesmo que os autores não o consigam dizer abertamente. É urgente estabelecer padrões profissionais na indústria editorial em Macau”, refere Chau.

Olhando, por exemplo, para o romance de Chau Ka Lai, *One to One*. O autor admite que, embora a obra ainda esteja à venda em várias livrarias locais - Plaza Cultural Macau, Livraria Seng Kwong ou Pin-to Livros - o *stock* não vai ser repostado. Para o autor, a razão é clara: o livro não alcançou um número considerável de vendas e, além disso, as livrarias não conseguiram encomendar mais cópias à medida que se foi vendendo. “Em lugares onde esta rede de distribuição é mais madura, como é o caso de Hong Kong ou Taiwan, isto dificilmente acontece”.

Foi assim que, quando chegou a altura de publicar a coleção de ensaios *Cruel Story of Youth*, Chau optou por uma edição independente em conjunto com a livraria local Pin-to Livros. Os exemplares foram posteriormente distribuídos por algumas livrarias designadas. Com uma tiragem inicial de 500 cópias, o livro conseguiu vender pelo menos 400 - em Macau este já é considerado um *bestseller*. “As livrarias fizeram um ótimo trabalho ao dar destaque ao livro e reabastecer o *stock* com base no número das vendas.

Também ajudei na promoção *online*. Este tipo de *marketing* integrado só pode ser alcançado através da edição de autor. Apesar deste livro ainda estar a recuperar dos custos de publicação, a verdade é que se registaram boas vendas.”

Considerando a dificuldade que os escritores têm em publicar os próprios livros, torna-se evidente que a edição de obras em Macau ainda tem um longo caminho pela frente. A maior limitação, diz Chau, reside na falta de leitores.

“Em Macau, várias organizações editam as suas próprias publicações. Mas onde estão os leitores? O que acontece é que quem frequenta os eventos literários é um círculo limitado e sempre composto pelas mesmas pessoas. É importante que as autoridades da área da cultura consigam fomentar o desenvolvimento de um público mais abrangente. Isto poderá ajudar a criar um ambiente mais favorável aos escritores, permitindo que tenham um maior número de canais para expressar a sua criatividade e para chegar a um maior número de leitores.”

1
2

1. “O trabalho de edição não é habitualmente remunerado e a qualidade dos livros deixa muito a desejar, mesmo que os autores não o consigam dizer abertamente. É urgente estabelecer padrões profissionais na indústria editorial em Macau”, diz Chau Ka Lai.

2. *Cruel Story of Youth*, de Chau Kai Lai, é um dos livros mais vendidos em Macau

Foto cedida por Utin Cheong



Chau sugere que Macau siga o exemplo de Hong Kong e Taiwan, estabelecendo uma plataforma *online*, onde seja apresentada a literatura local. “Em Hong Kong e Taiwan existem arquivos literários virtuais detalhados, onde se apresenta o que se faz localmente. Apesar destes arquivos não estarem directamente relacionados com o sector editorial, são instrumentais para a promoção dos livros e para o negócio da edição.”

Promover a literatura de Macau lá fora

Apesar de alguns contratempos iniciais, a poetisa de Macau Un Sio San conseguiu publicar em 2008 a primeira coleção de poesia *Exile in the Blossom Time* em Hong Kong.

Numa fase inicial, Un optou pelos canais convencionais de Macau para publicar esta obra. Mas não teve sucesso. A autora concorreu a subsídios governamentais mas, infelizmente, a candidatura não teve a sorte de outras organizações que submetem anualmente projectos rigorosos para publicações. Durante o processo, o injusto sistema de financiamento público frustrou Un Sio San. “Não entendo por que razão o patrocinador tem o direito de partilhar os direitos com o autor, mesmo não se sabendo se vai receber financiamento ou quanto vai receber. Nessa altura, grande parte das pessoas em Macau não tinha consciência dos seus direitos no processo de edição. Penso que esses direitos devem ser respeitados.”

Foi então que Un decidiu falar directamente com as editoras de Macau. “Também abordei a Pin-to Livros para tentar explorar as possibilidades editoriais, mas no final

descobri que a colaboração é semelhante ao trabalho de um agente de distribuição, devido aos recursos limitados que eles têm. Além disso, a livraria não é especialista na edição e distribuição de livros e, por isso, o processo não seria muito diferente do das edições de autor.”

Perante estas dificuldades, Un acabou por se virar para a Kubrick, uma editora de Hong Kong. “Não sendo um tipo de literatura dominante, a poesia não é um género muito lucrativo. Tive sorte porque a Kubrick ficou muito interessada no meu projecto e só a nossa conversa ao telefone durou cerca de uma hora. Fiquei satisfeita porque é uma editora empenhada”, diz a poetisa. Após a primeira publicação, seguiram-se outros cinco livros, que chegaram às prateleiras de Hong Kong, Taiwan, Macau e Interior da China. Para alguém que escreve em Macau, este alcance geográfico é quase inédito.

No que diz respeito à publicação de obras na região, Un reconhece: “Em Hong Kong, as editoras enfrentam grande concorrência e têm uma abordagem mais comercial.

Em Taiwan, a presença de intelectuais permite criar uma atmosfera mais positiva no mundo da edição, o que torna a concorrência entre as editoras menos agressiva. É dado também maior apoio aos escritores em ascensão. Já no Interior da China há uma maior exigência na formação, embora o processo de publicação seja muito complexo e a censura seja sempre uma preocupação. Mas mesmo assim, em comparação com Macau, as editoras no Interior da China são mais profissionais no trabalho que desenvolvem e apoiam os autores com a partilha de ideias sobre os conteúdos editoriais.”

Há uma lamentável falta de leitores em Macau. “Publicar um livro aqui é visto como um acto de entretenimento para o editor e o escritor. Faltam estratégias de marketing. Com um grande número de publicações a serem financiadas pelo governo, a edição é apenas um acto de promoção. Isto cria um ciclo vicioso no comércio literário, já que faz com que os leitores tenham ainda menos vontade de gastar dinheiro em livros”, vinca Un.

1
2 3

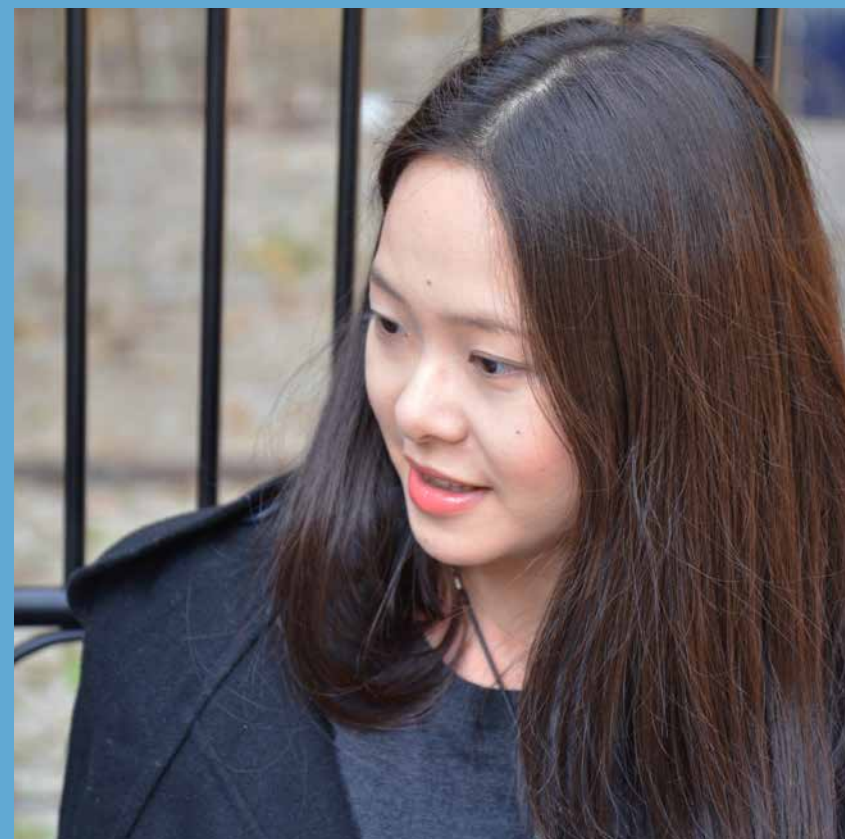
1. Un Sio San, poetisa de Macau.

2. *Wonderland*, de Un Sio San, também está disponível em formato electrónico.

Foto cedida por Hazel Ma

3. Lei Chin Pang, co-autor da obra *The Last Cluster Amaryllis: Anita Mui's Art and Life*.

Foto cedida por Lei Chin Pang



No mercado editorial em língua inglesa, o agente literário desempenha um papel importante pois actua como gestor do autor e serve como mediador entre quem escreve e edita. Por outras palavras, o agente é responsável pelas negociações dos direitos de autor e operações literárias. Por exemplo, a *Peony Literary Agency*, que trabalha com nomes consagrados da literatura como Chan Koon Chung, Han Han e Mo Yan, ajuda os escritores na aquisição dos direitos de tradução em línguas estrangeiras. Este papel ainda não se consolidou no mercado editorial de obras em língua chinesa. Un Sio San admite que a promoção das suas obras no estrangeiro tem dependido sobretudo de iniciativas pessoais. “Independentemente da ajuda governamental recebida pelos autores, vai depender do próprio escritor dar-se a conhecer ao mundo lá fora. Hoje em dia, há várias formas de se ser publicado. O meu livro *Wonderland* também está em formato electrónico. Há quem até utilize os canais virtuais para angariar fundos para os seus livros, oferecendo a quem patrocina a possibilidade de partilhar os lucros das vendas. A internet criou um ambiente de edição muito diferente para todos nós.”

O autor de *The Last Cluster Amaryllis: Anita Mui's Art and Life*, Lei Chin Pang, também se destacou na utilização dos canais digitais para a promoção das suas obras. Crítico cultural em Macau, Lei passou três anos a escrever esta obra. “No início, os artigos que escrevia sobre Anita Mui eram apenas publicados *online*. Alguns fãs de Mui começaram a partilhar os meus escritos que, pouco tempo depois, se tornaram virais. A popularidade destes textos chamou a atenção da editora *Joint Publisher*, que decidiu reunir os artigos num livro. Publicou-se também uma edição em chinês simplificado destinada ao Interior da China”, explica Lei.

E com a publicação deste livro abriram-se outras portas. A *Joint Publishing* acabou por aceitar um segundo manuscrito do autor, que deverá ser divulgado este ano durante a Feira do Livro de Hong Kong. “Como a cena editorial ainda não atingiu o grau necessário de maturidade em Macau, os escritores locais devem explorar as plataformas digitais em vez de se limitarem aos tradicionais canais de edição na cidade onde vivem. Desde que tenham uma obra de qualidade, podem

sempre encontrar um outro lar”, comenta Lei. De forma a captar mais leitores, o autor também tem escrito nos últimos anos para várias plataformas - *Tencent Dajia* no Interior da China, *The New Lens* em Taiwan e *Pentoy* em Hong Kong.

De acordo com Lei, o governo de Macau deveria estabelecer como prioridade a criação de talentos na área da escrita, já que são estes que procuram promover o desenvolvimento da cultura local e da criatividade. “Hoje em dia, o governo canaliza mais recursos para a indústria cinematográfica, quando na realidade é muito mais fácil criar um escritor do que um realizador. A escrita e a publicação não implicam um enorme investimento tecnológico nem envolvem grandes aparatos técnicos. O governo deve promover escritores locais entre editoras estrangeiras e, uma vez que as obras sejam publicadas lá fora e cheguem ao público internacional, aumentará o interesse nestes livros em Macau.”

Pin-to Livros: fiel defensora da edição independente

Apesar de serem um elemento fundamental na edição de obras, as livrarias ainda rareiam em Macau. Poucas reconhecem a importância do armazenamento e promoção das obras de autores locais. A livraria independente Pin-to Livros, com casa no Largo do Senado, é bem conhecida pelo trabalho desenvolvido na promoção da literatura de Macau.

Nas prateleiras desta livraria, encontra-se uma vasta gama de publicações independentes de autores de Macau. Livros como *Why Macau?*, publicado pela Yun Yi Arts & Cultural Communications Association, da autoria de um grupo de expatriados em Macau e emigrantes que regressaram ao território, destacam-se neste espaço.

Dawn Cheung, gerente da Pin-to Livros, sublinha que o mercado editorial em Macau ainda é dominado pelo governo e por organizações, dada a elevada quantidade de obras que publicam. A Fundação Macau, por exemplo, publica anualmente vários livros académicos, mesmo que este tipo de obras não tenha capacidade competitiva nem de vendas. “A gestão da edição não se faz em Macau de forma muito profissional e não existem praticamente editores

comercialmente bem-sucedidos”, diz Cheung.

A livraria aposta sobretudo na venda de publicações independentes. Segundo Cheung, as obras de escritores locais são bastante requisitadas pelos turistas do Interior da China, ao passo que livros como *Why Macau?* são mais procurados por visitantes de Hong Kong. O último livro de Chau Ka Lai, *Cruel Story of Youth*, vendeu mais de 200 cópias, alcançando o topo da tabela de *bestsellers* da livraria. O fundador da Pin-to Livros, Anson Ng admite, porém, que estes números são muito invulgares – a venda da maioria das obras não ultrapassa as dezenas de exemplares.

Com os livros electrónicos a ganharem terreno, livrarias virtuais, como é o caso da *books.com.tw*, começaram a competir com os espaços tradicionais vendendo livros publicados no estrangeiro. “Estes livros electrónicos e livrarias *online* com um preço competitivo têm um efeito adverso nas livrarias tradicionais. Pode observar que mesmo a *Eslite*, uma rede de livrarias de Taiwan, depende de outros meios para apoiar as vendas. Seja qual for o local onde se encontrem, estas

livrarias independentes e editoras devem primeiramente encontrar uma forma de sobreviver e manter a competitividade” diz Ng. Mas, apesar de tudo, o responsável olha para o mercado de forma optimista. “Em Macau existem recursos suficientes para apoiar a cena editorial local e a prova disso é o número de feiras literárias que se organizam. A chave do sucesso está na forma como mobilizamos esses recursos.”

1 2
3

1. Anson Ng é um dos fundadores da Pin-to Livros

- Foto cedida por Anson Ng

2. “A gestão da edição não se faz em Macau de forma muito profissional e não existem praticamente editores comercialmente bem-sucedidos”, diz Dawn Cheung, gerente da Pin-to Livros.

3. A Pin-to Livros é uma das principais promotoras da literatura local em Macau

- Foto cedida por Around Chao



O que é o ISBN?

O ISBN (sigla inglesa para *International Standard Book Number*) é um código único internacional que identifica qualquer livro. Pode fazer-se uma leitura da situação do mercado editorial de um determinado local consoante o número de registos ISBN.

Estatísticas revelam que, em 2014, Macau publicou 640 títulos, menos 12 do que no ano anterior. De acordo com o organismo que gere os pedidos de ISBN em Macau, a queda é pouco significativa e deve-se a uma oscilação normal do mercado.

Mas e quem é que fez o maior número de pedidos para um código ISBN? Esta é uma pergunta interessante. Dados revelam que, em 2014, a Fundação Macau foi a instituição que mais pedidos de ISBN fez, com um total de 51, seguida do Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais, com 47 requerimentos. Na terceira posição da lista aparece o Instituto Cultural com 39, procedido pela People's Science Publications Ltd, a entidade comercial com maior número de pedidos de ISBN no ano passado, 34 ao todo.

Ao todo, existem 718 editoras em Macau, sendo que 314 são associações. As restantes são editoras individuais (160), organizações comerciais (148), departamentos governamentais (56) e escolas (29), entre outras. Como é possível constatar, as editoras profissionais são uma pequena parcela do mercado, o que demonstra que, apesar de Macau registar um número elevado de registos ISBN, a indústria editorial está longe de prosperar.

"Publicar um livro em Macau é fácil. Pedir o ISBN é gratuito e qualquer um o pode fazer, ao contrário da China continental, onde apenas uma editora se pode candidatar ao ISBN, que tem um custo de milhares de dólares. Qualquer pessoa em Macau pode publicar um livro e muitas obras são financiadas pelo governo. Para estabelecer um mercado editorial sólido, Macau tem ainda um longo caminho a percorrer", conclui a poetisa Un Sio San.

Top 10 das instituições com mais pedidos de ISBN em 2014

Ranking	1	2	3	4	5	6	7	8	10
Instituição	Fundação Macau	Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais	Instituto Cultural	People's Science Publications Ltd.	Instituto Politécnico de Macau	Associação de Estória em Macau	New Millennium Publication International	South China International Publishing House Company Ltd. The Milky Way Publishing House Ltd.	Macao Daily Press Universidade de Macau
Quantidade	51	47	39	34	19	18	17	16	12

1
2

1-2. Johnny Tam é o director do Grupo de Teatro Experimental Pequena Cidade.

Foto cedida por Around Chao



Lungs: o teatro experimental em Macau e como uma peça de êxito ganha vida

T: Johnny Tam L: Lei Chin Pang, Crítico cultural

Johnny Tam é o director do Grupo de Teatro Experimental Pequena Cidade. Algumas das peças que dirigiu recentemente, como *Dear Yelena Sergeyevna*, *The Golden Dragon* e *Madame Butterfly*, foram aplaudidas pela crítica, e *Lungs* foi um sucesso de bilheteira. Na secção "Diálogo" deste número, Tam partilha connosco a sua visão sobre o desenvolvimento do teatro experimental em Macau.

L: *Lungs* esteve em cena durante muito tempo, o que é pouco comum em Macau. Ao todo, foram feitos 13 espectáculos. Quantos espectadores assistiram a esta peça?

T: O espaço do Edifício do Antigo Tribunal pode receber 120 pessoas, portanto, ao todo assistiram aos espectáculos 1200 pessoas.

L: Parece bastante para uma peça de teatro experimental em Macau.

T: Sim, fizemos 13 exhibições. As pessoas começaram a falar desta peça e foi assim que se foi atraindo mais público. Nos últimos oito espectáculos tivemos casa cheia. Acredito que se tivéssemos organizado três espectáculos num auditório de 400 lugares, não teria tido tanto impacto. Isto porque se vendessemos 70 por cento dos bilhetes para o primeiro espectáculo, e mesmo

tendo boas críticas nos dois primeiros espectáculos, o público interessado não teria mais oportunidade de assistir à peça.

L: Se mil pessoas comprarem um livro de um autor local em Macau, já é considerado um *bestseller*. *Lungs* teve excelentes críticas. Isto pode permitir o desenvolvimento de algo de novo no futuro?

T: Já discutimos entre nós isso mesmo, isto é, se seria possível manter em cena um espectáculo sem financiamento ou subsídios. O produtor fez alguns cálculos e concluímos que, a menos que o espaço possa receber 200 pessoas, é impossível tornarmo-nos auto-sustentáveis.

L: O que é que quer dizer com "auto-sustentável"? Significa que a equipa criativa e os actores vão ser remunerados?

T: Sim, mas mesmo assim a remuneração não será entusiasmante. O Edifício do Antigo Tribunal é gerido pelo Instituto Cultural de Macau. Não precisamos de pagar renda, mas por cada espectáculo que fazemos temos de pagar a utilização do auditório e a iluminação. Temos de pôr de lado algum dinheiro para estas despesas.

L: Acha que os grupos de teatro em Macau se podem tornar profissionais?

T: Se uma companhia de teatro tiver em cena quatro peças por ano, sendo que duas delas são repertório e pelo menos uma é experimental, então é possível que venha a tornar-se profissional.

L: Olhando para o exemplo do *Lungs*: mais de mil pessoas estão dispostas a pagar um valor superior a 100 patacas para ver uma boa peça que, além disso, está em

cena no Edifício do Antigo Tribunal e não num antigo edifício industrial, o que é muito prático. Vê alguma mudança nos hábitos de consumo de teatro em Macau?

T: À semelhança dos espectadores que encontrei nos Cinemas UA, muitos dos consumidores são jovens trabalhadores. É um público diferente dos aficionados do teatro que encontro nos edifícios industriais. Têm como hábito ir ao cinema e assistir a concertos, embora agora nos tenhamos apercebido de que, se a mensagem de que uma peça vale a pena se espalha, estas pessoas estão dispostas a comprar bilhetes e a assistir ao espectáculo.

L: Tem boas perspectivas quanto ao crescimento deste novo grupo de consumidores?

T: Uma companhia de produção chinesa fez uma vez uma observação: aqueles que vão ao teatro também costumam

frequentar cafés e têm idades e profissões semelhantes. Em Macau, os cafés estão a abrir em todo o lado e a atrair um grupo emergente de pessoas que procuram um estilo de vida "boémio de classe média". O que estou a pensar é: será a ida ao teatro uma opção para este grupo? Há poucos anos, o espectáculo *Design for Living*, de Edward Lam, foi apresentado em Macau. Os cinco mil bilhetes foram todos vendidos. Cinco mil pessoas pagaram para ver este espectáculo!

L: Cinco mil em Macau é o equivalente a 60 mil em Hong Kong. É como subir ao palco do Coliseu de Hong Kong! Actualmente, muitas cidades no mundo estão a criar áreas culturais e criativas, onde se encontram galerias, teatros e também restaurantes sofisticados, cafés e lojas. Estas áreas podem facilitar o consumo cultural e dar apoio às diferentes indústrias culturais. Como vê esta possibilidade no contexto de Macau?

"Em Macau, os cafés estão a abrir em todo o lado e a atrair um grupo emergente de pessoas que procuram um estilo de vida boémio de classe média. O que estou a pensar é: será a ida ao teatro uma opção para este grupo?"





T: Se esta área estiver direccionada para a população local, então estou completamente de acordo. No entanto, existem poucos espaços em Macau para a população de Macau. Por alguma razão, estes projectos fazem geralmente parte de um desenvolvimento turístico e isto pode não ser o ideal para a população local. Na realidade, depende de se autoridades têm ou não coragem para desenvolver uma área cultural "livre do turismo", ou se pelo menos conseguem encontrar um equilíbrio entre os dois.

L: Isto leva-nos a uma outra questão: como pode o turismo apoiar o desenvolvimento das indústrias criativas em vez de as prejudicar? Os visitantes do Interior da

China têm "tomado" Macau. Como pode Macau atrair visitantes com um maior nível de exigência? Pensando no exemplo de Taipé, os visitantes de Hong Kong e de Macau vão até à emblemática livraria Eslite e apercebem-se que todos têm o direito de aproveitar em conjunto este espaço e não de "ocupar" ou "destruir" esse local.

T: Particpei recentemente no Festival de Teatro de Wuzhen. Existem muitas pousadas em Wuzhen. Ao contrário de Macau, onde uma noite de hotel custa o mesmo que uma viagem de avião para a Tailândia, em Wuzhen os preços da estadia são acessíveis. Seria óptimo se pudéssemos olhar para o exemplo desta

cidade orientada para o turista quando consideramos desenvolver a nossa própria área cultural. Temos de criar mais opções para os nossos turistas culturais.

L: O Edifício do Antigo Tribunal já acolheu grandes exposições e excelentes peças de teatro. Uma pessoa pode, por exemplo, ir beber um café antes do espectáculo começar e, quando termina, também é fácil encontrar um sítio ali perto para jantar. Existe, além disso, um parque de estacionamento nas imediações. Poderia ser o Edifício do Antigo Tribunal o potencial centro cultural e criativo de Macau?



T: Por enquanto é o melhor candidato.

Na realidade, há ainda muito espaço disponível no edifício. Utilizamos apenas a antiga sala de audiências como auditório de teatro. A cobertura do edifício também oferece uma boa vista e ainda tem uma cave. Se todo o espaço for utilizado, acredito que eventualmente se possa vir a tornar num centro de arte. Isto vai atrair artistas de fora e haverá espaço suficiente para residências de artistas. Isso facilitaria o intercâmbio artístico e cultural com as comunidades artísticas estrangeiras. ■

1 2

Imagens de
Lungs

-
Grupo de Teatro
Experimental
Pequena Cidade

Actividade
"Beber chá
através da
poesia"

Foto cedida por
Tai Chou Wai



Passeio pelo património com poesias – arte comunitária em Macau

São várias as cidades do globo que estão a apostar no envolvimento da comunidade em actividades artísticas e culturais, de forma a enriquecer e criar uma atmosfera cultural local. Macau não é excepção e, nos últimos anos, tem seguido esta tendência. Grupos de arte do território aproveitam os locais declarados património mundial para estabelecer uma ligação entre a arte, a história e a comunidade. O projecto *Passeio pelo Património com Poesias*, que já vai na terceira edição, explora a cidade da perspectiva dos artistas, que olham Macau através da literatura, instalações, actuações ou visitas guiadas nunca antes vistas.

Visitas guiadas diferentes

O *Passeio pelo Património com Poesias*, organizado pela Associação dos Embaixadores do Património de Macau, é um dos projectos subsidiados pelo Plano de Financiamento Artes na Comunidade do IC do Governo da RAEM. O evento, que terminou em Março, teve este ano como tema "Músicas aos Poços de Água" e incluiu uma visita guiada, abrangente e com muita procura, que percorria Macau pelas fontes de água da cidade, lendas de viagem e atracções do antigo bairro de São Lourenço. Este programa

de duas horas foi muito mais do que uma simples viagem turística – os participantes tiveram oportunidade de redescobrir Macau e interagir com artistas residentes através das poesias e das artes performativas. Ao contrário da maior parte das visitas guiadas, que se destinam aos turistas, neste tipo de actividades, a população local é o principal público-alvo. O director de programas Nero Lio nota: "A visita guiada 'Músicas aos Poços de Água' é mais do que simples turismo. As habituais visitas guiadas têm uma abordagem que não é recíproca. Estas, pelo contrário, são actividades que juntam actuações artísticas e a interacção com os participantes. Este evento já é organizado há três anos e várias pessoas disseram-nos que descobriram bairros que não conheciam, o que acabou por despertar o interesse pela história de Macau".

O itinerário do evento incluiu este ano a Igreja e Seminário de São José. Durante a noite, os participantes exploraram o interior deste espaço numa rara oportunidade de ficar a conhecer o trabalho levado a cabo neste lugar sagrado. "A Igreja e Seminário de São José estão geralmente fechados ao público, o que fez desta actividade um

evento exclusivo. A visita tem um custo de 120 patacas por pessoa. Não é barata, mas tem estado esgotada ao longo dos anos", diz o responsável.

Neste tipo de eventos, continua Lio, é fundamental encontrar um equilíbrio entre a arte, o entretenimento e a criatividade. Mas assegurar a qualidade da visita ainda é mais importante. "Recebemos um máximo de 25 pessoas por visita guiada porque, em primeiro lugar, as ruas de Macau são estreitas e não aguentam tantos participantes e, depois, porque é mais fácil criar alguma intimidade entre as pessoas quando se formam grupos pequenos. Afinal de contas, não estamos a falar de passeios rápidos com curtas paragens. Preferimos ter mais pessoas a trabalhar com um maior número de grupos, até para que os participantes possam aproveitar ao máximo o dinheiro que gastaram."

Actividades culturais gratuitas para encorajar a participação da comunidade

Três actividades gratuitas foram incorporadas este ano no *Passeio pelo Património com Poesias*: "Beber chá através das poesias", "Excursão guiada" e "À procura de diversão na

comunidade". Hope Chiang, directora artística do *Passeio pelo Património com Poesias*, diz: "Ao organizar estas actividades esperamos que, em vez de se explorar a cidade através do que foi escrito sobre ela, os participantes possam fazê-lo de forma mais profunda".

"Beber chá através das poesias" foi um momento de partilha de poesias sobre Macau, em que guias turísticos ou actores leram versos espalhados por vários locais da cidade; a "Excursão guiada" permitiu interpretar os pátios centenários de São Lourenço; e "À procura de diversão na comunidade" foi uma caça ao tesouro, em que os participantes, guiados por um mapa, ficaram a conhecer a evolução deste bairro à medida que procuravam antigas lojas nesta área.

As actividades gratuitas fazem parte de uma estratégia de marketing do "Passeio pelo património com poesias" e têm como objectivo atrair aqueles que raramente participam em eventos culturais ou que

têm interesse por história e cultura. Como o conteúdo do evento é acessível a todos, muitos residentes da Rua de São Lourenço também se juntaram à experiência.

"Vivo na Rua de São Lourenço há muitos anos e não sabia que estes lugares existiam. Fiquei com vontade de aprender mais sobre o local onde vivo", disse Chan Mei Sim, uma das participantes.

Além disso, residentes e lojistas da Rua de São Lourenço ajudaram os mais de 80 voluntários na fase inicial de recolha de informação e entrevistas de rua.

Lio comenta: "Isto é exactamente aquilo que queremos alcançar com este evento. Através do trabalho de campo e das actividades culturais, os residentes reforçam o sentido de pertença ao espaço onde vivem e, entretanto, vai-se criando um ambiente cultural no seio da comunidade".

"Este evento já é organizado há três anos e várias pessoas disseram-nos que descobriram bairros que não conheciam, o que acabou por despertar o interesse pela história de Macau."



1
2

1. Visita guiada ao bairro histórico de São Lourenço por um dos embaixadores do património

Foto cedida por
Tai Chou Wai

2. Foto cedida pela Associação dos Embaixadores do Património de Macau

Foto cedida por
Simon Lam

1
2

1. Exposição ao ar livre da Art Basel na praia de Miami

2. Vista geral da Art Basel 2015 em Hong Kong

Foto cedida pela Art Basel



Art Basel em Hong Kong

Na terceira edição da *Art Basel*, que terminou em meados de Março em Hong Kong, estrearam-se uma série de galerias e estiveram representados mais de três mil artistas de todo o mundo, que apresentaram os seus trabalhos de arte contemporânea. Durante a feira, foram também organizados debates que reuniram artistas, galerias e colecionadores.

Feiras de arte consagradas como *The Armory Show* em Nova Iorque, *Frieze Art Fair* em Londres, *Art Fair Tokyo* no Japão e a *China International Gallery Expo* de Pequim estão a multiplicar-se por todo o mundo. Mas a *Art Basel* continua a ser a mãe de todas as feiras de arte.

A *Art Basel* foi fundada em 1970 por três galeristas suíços e provou ser um êxito logo desde o início: 90 galerias de dez países expuseram durante o evento inaugural e atraíram 16.300 visitantes. Desde então, a feira tem vindo a ganhar dimensão e os trabalhos de jovens artistas a adquirir maior exposição internacional. As actividades não se realizam apenas nos salões de

convenções, mas também nos espaços públicos de Basileia, ao ar livre. Desta forma, todos podem envolver-se no mundo das artes.

A globalização da arte é uma oportunidade para a *Art Basel* ampliar a sua esfera de influência para lá da Europa. A *Art Basel* estreou-se em 2002 na Praia de Miami, o ponto de encontro entre a América do Norte e a América Latina. O evento apresentou trabalhos de galerias e artistas de topo da região, e a primeira edição levou a Miami 160 galerias de 23 países, atraindo 30 mil visitantes.

O sucesso da *Art Basel* pode ser atribuído a essa expansão para mercados que vão além da Europa e América. Os responsáveis pelo certame começaram também a olhar para o potencial de crescimento do mercado de arte contemporânea na China. De acordo com o *Relatório do Mercado de*

Arte Contemporânea da China 2013/2014, publicado pela *Artprice* – uma companhia francesa líder em informações sobre o mercado de arte – dos 100 artistas contemporâneos com melhor desempenho a nível mundial, 47 são chineses. Eles representam 39 por cento das receitas mundiais da arte contemporânea.

"Dos 100 artistas contemporâneos com melhor desempenho a nível mundial, 47 são chineses. Eles representam 39 por cento das receitas mundiais da arte contemporânea."

A *MCH Swiss Exhibition (Basel) Ltd.*, entidade organizadora da *Art Basel*, assinou em 2011 um acordo com a *Asian Art Fairs Ltd.*, proprietária da *ARTHK Hong Kong International Art Fair*. Com este acordo de compra, a MCH adquiriu 60 por cento da participação na *Asian Art Fairs Ltd.* Em

2014, a MCH adquiriu os restantes 40 por cento, completando a compra da *Art Basel Hong Kong*. Desde então, a *Art Basel* tem aproveitado o potencial dos mercados de arte na Europa, América e Ásia.

Foi em 2013 que a *Art Basel* inaugurou em Hong Kong. Este ano marca já a terceira edição do evento.

A *ARTHK Hong Kong International Art Fair*, que se estreou em 2008, não conseguiu atrair mais do que compradores da região da Ásia Pacífico. Substituída pela *Art Basel Hong Kong*, a ideia era tornar-se numa plataforma de debate entre colecionadores asiáticos e galeristas internacionais. Em 2013, por exemplo, a *Galeria Hauser & Wirth*, com filiais em Zurique, Londres e Nova Iorque, vendeu uma obra de Sterling Ruby a uma fundação de arte no Interior da China por 250 mil dólares americanos. A *Galeria Gmurzynska*, em Zurique, vendeu um trabalho do pintor colombiano Fernando

Botero a um colecionador malaio por 1,3 milhões de dólares.

Seja a *ARTHK Hong Kong International Art Fair* ou a *Art Basel Hong Kong*, esta feira de arte vai certamente arrecadar excelentes receitas. De acordo com estatísticas das autoridades de Hong Kong, as indústrias culturais e criativas geraram 89,6 mil milhões de dólares de Hong Kong em 2011 (ou 4,7 por cento do PIB), o que representa um crescimento de 15,4 por cento em relação a 2010, quando totalizaram 77,6 mil milhões.

Aumentos ainda mais significativos foram observados nas "artes, antiguidades e artesanato", um dos três principais domínios

das indústrias culturais e criativas de Hong Kong, que totalizaram 10 mil milhões de dólares de Hong Kong, um crescimento de 100 por cento em relação aos 5,4 mil milhões de 2007.

Quem é que ainda acredita que a arte não pode gerar riqueza?





Os trabalhos do artista alemão Sterling Ruby estiveram em destaque na Art Basel

Foto cedida pela Art Basel

Agenda Cultural



Me-Me: Dance with Your Babies

Data: 11/4/2015-12/4/2015
(Workshop: 10/4/2015)
Horário: 11:00 e 15:00 (Espectáculo);
19:00-21:00 (Workshop)
Local: Edifício do Antigo Tribunal
(Avenida da Praia Grande, 459)
Bilhetes: MOP 250

Programa: O público é Me. Os dançarinos são Me. Juntos somos Me-Me. Em finlandês, "Me" significa "Nós". Num ambiente caloroso, a companhia finlandesa Dança Teatro Auraco apresenta um espectáculo interactivo criado à medida de crianças até aos dois anos e meio de idade. Depois do espectáculo vai ser organizado um *workshop* para dançarinos e educadores de infância.

Organizador: Cai Fora
Website: www.facebook.com/events/1557403234538598/



Curso de Cerâmica Plástica do iCentre 2015

Data: 11/4/2015-30/5/2015
(Cursos realizam-se aos Sábados)
Horário: 19:30-21:30 (16 horas)
Local: Centro de Design de Macau
(Travessa da Fábrica, 2/F, 5)
Bilhetes: MOP 1200 (despesas com materiais incluídas; participantes que assistam a 70 por cento das sessões serão reembolsados com 70 por cento do valor do curso)

Programa: Neste curso é feita uma introdução às técnicas básicas e intermédias da cerâmica plástica. Os estudantes aprendem a teoria da cor, criam um repertório de texturas e padrões e desenvolvem estratégias de composição para fazer uma série de objectos de cerâmica plástica ou outros materiais. O curso é leccionado por Frankie See, fundador do See Space.

Organizador: Centro de Design de Macau
Website: www.uasmacau.com/2014icentre/108WEB/109/spatf0415e.html



Waack One

Data: 17/4/2015-19/4/2015
Horário: Vários
Local: Kam Pek (Casino Kam Pek, Rua de Foshan, Centro Comercial San Kin Yip, 3.0 andar)
Bilhetes: MOP100

Programa: O *Waacking* é um tipo de dança que nasceu durante a era da música disco na década de 70 do século passado nos Estados Unidos. O *Waack One* é a primeira competição local de *Waacking* em Macau. Durante o evento vão subir ao palco outros estilos de danças de rua.

Organizador: The Dancer Studio Macao e Waacktitude
Website: www.facebook.com/events/885724344813687/



48 Horas a Abrir

Prazo de inscrição: 18:00, 16/4/2015
Local: N/A

Programa: Não há regras nesta competição, para além do prazo e da duração do vídeo. Um pequeno detalhe: os concorrentes têm apenas 48 horas para filmar e editar um vídeo de 3 minutos. Assim que for anunciado o tema, às 10 horas do dia 17 de Abril, começa a corrida contra o tempo. A produção tem de ser finalizada e entregue às 10 horas do dia 19 de Abril e todas as entregas fora de prazo serão excluídas.

Organizador: Instituto Cultural de Macau
Website: www.ccm.gov.mo/programme/prog15/MIFVF2015/Rush48_port.htm



Exposição Human Roots

Data: 22/4/2015-31/6/2015
Horário: 11:00-19:00
Local: Galeria Iaohin (Rua da Tercena, 39A)
Entrada livre

Programa: Cepos de árvores abandonados por madeiros na floresta tropical da Indonésia dão forma aos trabalhos do artista francês Mickaël Obrénovitch. Nesta exposição, cada peça de arte destaca questões ambientais relacionadas com a utilização de madeira na sociedade industrializada e conta a história das técnicas do trabalho deste material, que foram passando de geração em geração. A exposição faz parte do festival "Le French May".

Organizador: Galeria Iaohin
Website: www.iaohin.com/?p=1860



Exposição de Arte I'm NOBODY

Data: 8/4/2015-19/4/2015 (Encerra às Segundas)
Horário: 12:00-20:00
Local: Pavilhão de Exposições e Espectáculos Artísticos para Jovens (Praça do Tap Seac)
Entrada livre

Programa: O artista Lei Chi Ho inspirou-se no poema "Não Sou Ninguém" de Emily Dickinson para criar uma série de trabalhos multimédia que documentam histórias de pessoas de diferentes origens.

Organizador: Pavilhão de Exposições e Espectáculos Artísticos para Jovens
Website: www.facebook.com/events/528072523997623/



Abertas candidaturas para contos populares

Prazo de candidatura: 31/7/2015
Local: Associação da Ciência de Composição Literária de Macau (Av. Sidónio Pais, 1, 15A)

Programa: O Boletim de Composição Literária de Macau, fundado pelo Instituto Cultural de Macau e pela Fundação Macau, abriu as candidaturas para o envio de contos populares de Macau. Os textos deverão ser entregues nas instalações da Associação da Ciência de Composição Literária de Macau ou enviados por email.

Organizador: Associação da Ciência de Composição Literária de Macau
Website: www.fmac.org.mo/emphasisProjects/showSMSDetail_131?lgType=po



Exposição de arte contemporânea Inside Out

Data: 7/3/2015-30/4/2015
Horário: 15:00-19:00
Local: Flugent Art Gallery
(Rua de S. Paulo, 54-58B)
Entrada Livre

Programa: A Flugent Art Gallery, com sede em Taipé, abriu no ano passado uma sucursal em Macau. *Inside Out* é a primeira exposição conjunta de artistas contemporâneos de Macau organizada pela galeria. O artista local Lai Sio Kit é o curador da mostra.

Organizador: Flugent Art Gallery e Flugent Cultural & Creative Co. Ltd.
Website: www.facebook.com/events/1605786626306838/permalink/1605788552973312/



Fórum do Auditório do Carmo 2015 "O Som do Dharma - Associação de Piedade e de Beneficência Kong Tac-Lam" e "Vicissitudes da Vida - Alterações Demográficas na Macau Moderna"

Data: 25/4/2015
Horário: 14:00 (O Som do Dharma); 15:50 (Vicissitudes da Vida)
Local: Auditório do Carmo, Taipa
Entrada livre

Programa: Esta série de palestras inclui a história de Kong Tac-Lam, uma instituição budista histórica em Macau, ou a forma como os dados dos censos revelam as mudanças sociais, demográficas e culturais na cidade ao longo dos últimos quatro séculos. Ieong Hoi Keng, investigadora associada de pós-doutoramento do Instituto de Informação Técnica e Científica da China, e Li Chao, adjunto do director do Centro para as Cidades e Competitividade da Academia de Ciências Sociais da China, são alguns dos oradores.

Organizador: Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais
Website: www.iaacm.gov.mo/p/activity/detail/8d1901bb-0e34-4649-81ff-40966a8c9b33,scrweb



Animal Farm: Exposição a solo de Ching-hui Chou

Data: 28/3/2015-17/5/2015
(Encerra às Segundas)
Horário: 10:00-18:00
Local: Museu de Arte Contemporânea, Taipé
Bilhetes: TWD50

Programa: O artista Ching-hui Chou quer contar histórias com a câmara. Nesta exposição procura integrar cenários sociais e individuais criando imagens através da fotografia, representações teatrais e multimédia.

Organizador: Museu de Arte Contemporânea, Taipé
Website: www.mocatapei.org.tw/index.php/2012-01-12-03-36-46/upcoming-exhibitions/1447-2015-03-02-10-48-06



Joe Tang

Além de leitor aficionado, Joe Tang é crítico de arte e autor de vários romances e peças de teatro, entre outros escritos. Foi galardoado com o Prémio Literário de Macau e o Prémio de Novela de Macau. As suas peças de teatro foram apresentadas na Expo Xangai, no Festival de Artes de Macau e em vários outros espaços de Hong Kong e Macau.

Tudo começa com a leitura

“Cultura e criatividade” tornou-se um lema. De facto, tudo começa com a leitura: o teatro, o cinema, a televisão, o design, a pintura ou a música. Ler traz inúmeras vantagens: maior capacidade analítica e de compreensão, estímulo mental e desenvolvimento da empatia e solidariedade. Ler permite-nos relacionar o passado ao presente e ajuda-nos a entender a forma de pensar das outras pessoas. Se a leitura é o ponto de partida para desenvolver a cultura e a criatividade, então em que ponto da nossa vida devemos começar a ler?

Podemos pensar em números para explicar alguns aspectos desta Era Digital. O *Inquérito Nacional sobre os Hábitos de Leitura na China* de 2013 (na altura em que escrevo os resultados de 2014 ainda não foram publicados) revela que em média os chineses lêem cinco livros por ano. Descubro pontos interessantes nas entrelinhas deste inquérito: em primeiro lugar, os jovens são os que mais lêem na China (jovens com idades até aos 17 anos lêem sete livros por ano); em segundo lugar, o número de leitores adolescentes está a crescer de ano para ano. Em média, as crianças com idades até aos oito anos terminam seis livros por ano, ao passo que os jovens com idades compreendidas entre os nove e os 17 lêem nove obras anualmente (em média, jovens entre os 9 e os 13 anos lêem 8,26 livros por ano, e os jovens entre os 14 e 17 anos terminam 8,97 livros num período de 12 meses).

Acredito que, mesmo em países com uma base cultural completamente diferente, o resultado seja semelhante. Um aluno deixa o ensino básico, começa o ensino secundário e depois ingressa na universidade e, à medida que isso vai acontecendo, começa a ter outra compreensão do mundo e outra curiosidade. A maneira como uma pessoa olha o mundo, os valores que adquire e mesmo as preferências de leitura ganham forma ao longo destes anos de formação. Em termos comparativos, a situação em Macau

é preocupante. Não existe um estudo deste género em Macau e, por isso, é muito difícil fazer comparações. Mas um estudo sobre os hábitos de leitura dos alunos do ensino secundário de Macau revela que “mais de 60 por cento dos estudantes praticamente não lêem livros”, “quase 70 por cento dos estudantes não têm hábitos regulares de leitura” e 10 por cento destes alunos não lêem um único livro ao longo do ano. Estes números deixaram-me em choque.

É preocupante que existam pessoas que não lêem ou que lêem pouco. E é bem mais alarmante quando estamos a falar de jovens. A minha próxima pergunta é: como podemos incentivá-los a ler? O inquérito realizado na China revelou que 90 por cento das crianças com idades até aos oito anos e que têm hábitos de leitura recebem apoio dos pais nesse sentido. Estes pais passam uma média de 30 minutos por dia a ler para os seus filhos e em média visitam livrarias quatro vezes por ano. Se é pai, responda a esta questão: quanto tempo passou ao longo do ano a ler com o seu filho? Visitaram juntos alguma livraria? Comprou algum livro ao seu filho?

Se uma criança não vê os pais a ler em casa, poderá ser mais difícil passar a mensagem de que este é um hábito importante. Claro que incentivar a leitura é um esforço colectivo: o governo oferece os locais de leitura e patrocina iniciativas ligadas à escrita e à publicação; as escolas organizam projectos para ajudar as crianças a desenvolver o gosto pelo livro; e as editoras seleccionam boas obras para publicar. Mas, mesmo assim, o lar tem uma influência muito forte e os hábitos de leitura devem começar em casa. Por isso, apelo aos pais de Macau que leiam para os filhos, mesmo que sejam pessoas ocupadas ou que estejam sem disposição para o fazer.



Joe Lei

Compositor e letrista em Hong Kong e Macau. Escreveu mais de 300 canções. É Capricórnio e gosta de chamar as coisas pelos nomes.

Último conselho – o que aprendemos com o declínio da cena musical de Hong Kong? (IV)

Os bons tempos não duram para sempre. E, nos bons tempos, a indústria da música de Hong Kong não tirou o proveito que devia, o que levou à sua queda dolorosa. Há outras razões para este fracasso:

O monopólio de uma estação

A indústria televisiva de Hong Kong tem sido desde sempre dominada por uma estação (quase que não vale a pena mencionar a ATV). Mas a TVB nada fez para apoiar ao longo dos tempos a indústria musical de Hong Kong. Claro que as audiências dos programas musicais já não são suficientemente elevadas para os tornar comercialmente viáveis. No entanto, há alguns anos, a TVB e algumas editoras discográficas entraram numa disputa por direitos de autor. Com o monopólio da TVB, alguns cantores foram forçados a desaparecer do ecrã da televisão. Foi um golpe ainda mais duro para a indústria musical.

A Era da Internet

Sem o poder comercial das estações de televisão e com a queda das audiências da rádio, hoje os anúncios externos de grande dimensão que promovem os cantores em Hong Kong são poucos e pontuais. Cerca de 90 por cento da promoção dos músicos faz-se agora nas redes sociais. Um artista consagrado não precisa de trabalhar na sua promoção *online* porque os fãs se encarregam de o fazer. Mas promover nomes menos conhecidos da música está a tornar-se num trabalho cada vez mais difícil para as produtoras. Os internautas também são volúveis – aquele que é hoje uma estrela, pode amanhã cair em desgraça. Para estas produtoras discográficas, é quase impossível cultivar uma estrela como Andy Lau, conhecido há três décadas.

Conclusão

Que lições podemos retirar do declínio da cena musical de Hong Kong? A habilidade de se adaptar e de mudar rapidamente é a principal. O livro *Quem mexeu no meu queijo?* ensina-nos que, se o nosso queijo for roubado, devemos calçar os sapatos e partir

à procura de um novo pedaço, em vez de choramingar e ficar à espera que seja devolvido. Este é um mundo de rápidas mudanças. O delicioso pedaço de queijo pode ser retirado da nossa mão de um momento para o outro. De certa forma, a morte lenta da indústria musical de Hong Kong era inevitável, mas a verdade é que também aconteceu porque ficámos presos a antigos hábitos, com receio da mudança, a guardar o pedaço de queijo à medida que se ia tornando cada vez mais pequeno. Este pedaço de queijo foi algo de precioso e glorioso no passado e não quisemos largá-lo. Mas, certo dia, olhámos para o queijo na nossa mão e percebemos que restavam apenas migalhas. Já era tarde de mais para procurar uma nova fatia de queijo. Todos morreram à fome, ou congelaram num Inverno rigoroso.

Nos bons tempos, não cultivámos novos talentos. Nos bons tempos, não abrimos novos mercados. Nos bons tempos, não inovámos nem desenvolvemos os gostos do público. Nos bons tempos, não melhorámos a qualidade das músicas. Nos bons tempos, não nos esforçámos por mudar.

Neste momento, a indústria da música *pop* de Macau não está assim tão mal. Mas devemos nós ser benevolentes com o sucesso neste mercado minúsculo? Basta-nos copiar os modelos das indústrias musicais de Hong Kong e Taiwan? Ou podemos criar o nosso próprio estilo? Pode esta indústria inexperiente sobreviver neste mundo *online* competitivo e de mudanças vertiginosas? Conseguiremos nós desenvolver alguma resistência e mudar atempadamente? Espero que possamos aprender com o sucesso de Hong Kong, mas também com o seu fracasso, e mantermo-nos de pé. O sucesso é algo extremamente difícil, mas falhar é fácil. Basta apenas um momento de descuido e de complacência. Espero que possamos continuar a encontrar novos queijos para conseguir sobreviver nesta nova era.

(Fim)



Hung Kuo-hsiung

Consultor na Aldeia Suao dos Tamancos de Madeira de Baimi, especialista/conferencista do Museu Yuyu Yang, director de marketing da Lee Gallery.

A elegância através dos tempos – convergência entre as empresas e a cultura

Taiwan sempre se orgulhou em ser um paraíso para os amantes da gastronomia. Infelizmente, a ganância de algumas empresas, que enveredaram pela produção de alimentos tóxicos, manchou esta reputação nacional. Vários incidentes indignaram os consumidores taiwaneses, causaram o boicote de produtos de empresas alimentares de grande dimensão e trouxeram a questão da segurança alimentar para o centro do debate.

Mas, no meio de todos estes escândalos, ainda existem algumas empresas sérias que trabalham no sentido de proteger a saúde e a segurança do consumidor, impondo medidas internas rigorosas de inspecção. Uma das empresas que se tem destacado é a octogenária I-Mei Foods. Ao longo dos tempos, a empresa conseguiu salvaguardar os valores da segurança alimentar.

A I-Mei, que no início da sua actividade era uma padaria, abriu as portas em 1934 no centro nevrálgico de Tataocheng. Aspirava ser uma “padaria honesta e moralmente consciente” e, por isso, atribuiu desde sempre grande importância à origem dos alimentos. Um dos produtos mais conhecidos é o clássico bolo de ananás, feito à base de ananás cultivado localmente, em vez de pasta de abóbora d’água como fazem as padarias locais. O bolo não é excessivamente doce e tem a forma de um ananás - a palavra ‘ananás’ tem um som auspicioso no dialecto local, o que faz com que este doce seja um brinde ideal para trazer de Taiwan.

Além da segurança alimentar, as companhias também não devem negligenciar a embalagem do produto. Mesmo antes da consciencialização ambiental ser um tema em discussão, a I-Mei começou a pensar na reciclagem e a utilizar materiais utilizados há duas décadas. Usavam-se, por exemplo, caixas metálicas e papel

reciclado, dando um bom exemplo aos consumidores e à indústria.

A I-Mei também se inspirou fortemente na cultura nativa para a concepção do design das embalagens. A imagem que acompanha este texto mostra o “Festival da Rua do Sul”, uma pintura de Kuo Hsueh-hu, representante da primeira geração de pintores de Taiwan e autóctone de Tataocheng. O desenho retrata uma cena animada da rua Dihua durante o Festival dos Espíritos Esfomeados. Vários aspectos vibrantes da vida e cultura em Tataocheng são apresentados na pintura: inscrições em chinês, japonês e inglês, o desenho dos cartazes das lojas, riquexós e o Templo do Deus da Cidade. Kuo Hsueh-hu precisou de meio ano para concluir a obra, acabando por vencer um importante prémio de arte em Taiwan. Quatro anos após a sua conclusão, a I-Mei abriu a primeira loja a apenas um quarteirão desta rua.



As empresas e a arte são complementares. Os artistas podem ajudar a melhorar a imagem das companhias e, por outro lado, estas podem ajudar a promover e a sustentar a cultura. Na rua Dihua, vêem-se muitos exemplos de uma arquitectura que funde elementos do estilo barroco com balaustradas. Devido à proximidade do rio Danshui, várias empresas estrangeiras acabaram por se estabelecer em Tataocheng, exportando o chá local para o exterior. Após a II Guerra Mundial, uma série de comerciantes de roupa também instalaram bazares na área, cultivando o espírito de negócio. A atmosfera multicultural também ajudou ao desenvolvimento de uma classe de artistas e cantores taiwaneses.

Numa tentativa de revitalizar esta área, artistas e grupos criativos instalaram-se em Tataocheng. Aqui trabalham em conjunto com corporações de qualidade para promover a cultura local e trazer uma nova vida e um melhor futuro à comunidade.



Hsu Hsiu-chu

Doutorada em Educação Artística pela Universidade de Illinois em Urbana-Champaign em 1996, Hsu Hsiu-chu foi directora das escolas de arte da Universidade Nacional de Educação de Hualien e da Universidade Nacional de Dong Hwa. Em Agosto de 2011, foi nomeada directora da Escola Superior de Artes do Instituto Politécnico de Macau.

Amor, Cultura, Criatividade – tornar as indústrias criativas competitivas e populares

As indústrias culturais e criativas apanharam o mundo de surpresa. Em Macau, onde há uma convergência entre a cultura ocidental e oriental, estas indústrias conseguiram prosperar nos últimos anos com a abertura dos sectores do jogo e do turismo, que inundaram a cidade de produtos estrangeiros. Temos de pensar na forma como podemos aproveitar esta cultura única de Macau para desenvolver as indústrias culturais e criativas locais. Para alcançar este objectivo, proponho que nos guiemos pelo princípio orientador “Amor, Cultura, Criatividade”. Para isso, é importante elevar o padrão da educação cultural em Macau e o investimento nestas indústrias.

Capital cultural e criativo

O capital cultural e criativo – ou os recursos – são a base do desenvolvimento das indústrias culturais e criativas e permitem que estas se tornem globalmente competitivas. Ao fomentar a criatividade, podemos melhorar a atitude dos residentes para com o mundo criativo e gerar uma nova forma de interpretar a cultura, aumentando o capital cultural e criativo da cidade. No entanto, os governos ainda estão demasiado focados no dinheiro necessário para estas indústrias, em vez de pensarem na forma como este capital é administrado e usado. Macau deve utilizar o seu próprio património cultural e encontrar formas de pensar sobre ele, criando assim um novo paradigma cultural. Pode juntar a isso produtos comerciais para desenvolver uma nova imagem de marca cultural e criativa. Neste momento, falta uma forma inovadora de pensar as indústrias culturais e criativas. À semelhança da indústria do jogo, este sector é dominado por um problema estrutural de liderança. É necessária uma solução criativa para acabar com este impasse.

O desenvolvimento das indústrias culturais e criativas de uma cidade está intimamente ligado à mais profunda tradição e atmosfera cultural desse espaço. Por isso, a criação de um dia-a-dia onde a cultura desempenhe um papel central pode ser a solução. Depois então vêm as atitudes, produtos, serviços e sistemas que conduzem ao desenvolvimento destas indústrias e permitem a sua sustentabilidade.

Educação cultural e criativa

A educação pode ajudar a melhorar as qualidades e competências pessoais e é fundamental para consolidar e acumular capital cultural e criativo. O desenvolvimento das indústrias culturais e criativas depende tanto da educação como das forças externas e internas do mercado ou das políticas governamentais. A educação na área cultural e criativa deve começar na creche e fazer parte do currículo do ensino primário e secundário. Na universidade, deve-se encorajar os estudantes a criar, investigar e a pensar sobre a protecção da propriedade intelectual. Os governos devem sublinhar a importância da educação no desenvolvimento das indústrias culturais e criativas e ter uma visão a longo prazo sobre a forma como as vão sustentar e criar o tipo de talento local mais apropriado. Saber de que forma é possível manter-se competitivo no contexto da globalização é outra questão importante. Implementar políticas educativas focadas na estética local e na criatividade pode mesmo ajudar Macau a desenvolver as suas próprias indústrias culturais e criativas.

Competitividade cultural e criativa

As indústrias culturais e criativas devem ser competitivas. Neste momento, Macau tem a vantagem de poder contar com o forte apoio de empresas e do mercado. Mas falta claramente uma política educativa. Actualmente, a avaliação que o público faz destas indústrias e da criatividade é insuficiente e, por isso, há falta de capital cultural e criativo. Sem a competitividade necessária, é difícil desenvolver indústrias culturais e criativas sustentáveis. Com este ensaio proponho que a educação seja o elemento essencial para elevar a competitividade destas indústrias. Gostaria que o governo, as escolas e a comunidade empresarial não esquecessem a importância da educação e que juntos conseguissem encontrar uma estratégia educativa comum e construtiva. Só acumulando capital cultural e criativo de forma sistemática e acarinhando o princípio “Amor, Cultura, Criatividade”, o público poderá afirmar-se nas indústrias culturais e criativas e Macau poderá encontrar o seu lugar nesta tendência global.



Xing Rongfa

Doutorado em História, professor graduado da Universidade de Macau e membro do Conselho para as Indústrias Culturais do Governo da RAEM.

Indústrias culturais e criativas no interior

O aspecto cultural das chamadas indústrias culturais e criativas satisfaz uma necessidade espiritual das pessoas. O espírito humano precisa de ser alimentado, quer pela imaginação, quer pela vida real.

Falemos em primeiro lugar da realidade. O desejo pela cultura cresce à medida que os rendimentos disponíveis de uma pessoa aumentam. Só assim alguém terá tempo livre para procurar produtos com base nas suas qualidades estéticas e funcionais. As sociedades ocidentais começaram há meio século a transformar o valor dos produtos industriais através do design, o que resultou naquilo que hoje conhecemos como indústrias culturais e criativas. Desenhos espaciais inovadores, inspirados na cultura, estética e tendências contemporâneas, são combinados com um pensamento ergonómico de forma a criar interiores urbanos únicos. À medida que a procura por este tipo de produtos cresceu, o design de interiores tornou-se numa indústria plena.

No mundo fantástico, como é o dos filmes, as pessoas procuram satisfazer as suas necessidades espirituais através de experiências auditivas e visuais. As oportunidades comerciais não passaram despercebidas aos homens de negócios, já que o posicionamento do produto pode subtilmente influenciar os consumidores. Um outro aspecto é o mundo virtual e desprovido de fronteiras em que vivemos graças aos computadores e à internet. Neste mundo virtual, as pessoas continuam a desenhar e a desenvolver produtos como *software* e comunicações para, essencialmente, alterar o nosso estilo de vida. O fosso entre o mundo virtual e o real significa que os humanos estão agora a viver, como nunca acontecera, num estado permanente entre a satisfação e o desejo. Ainda não é possível medir qual a dimensão que estas oportunidades comerciais poderão vir a ter.

Falando de espaço, para a população urbana, o lugar onde se vive é extremamente importante, pois oferece uma sensação de segurança e de pertença. Mas os habitantes vivem sobretudo em blocos densos de apartamentos, que acabam por limitar e empurrar ainda mais as pessoas para o refúgio e privacidade das próprias casas. Com base nesta ideia, os interiores urbanos são criativamente concebidos para melhorar a qualidade de vida das pessoas que vivem nas cidades. Um bom design de interiores pode influenciar o bem-estar físico e mental de uma pessoa e até pode transformar uma família ou a face de uma comunidade.

Um designer de interiores deve ser capaz de fazer uso do seu estilo pessoal para entender as tendências, o que os consumidores desejam, e criar espaços inteligentes. O designer deve manter-se fiel ao seu próprio estilo e alcançar resultados que não sejam apenas inteligentes, mas também confortáveis e belos.

O design de interiores deve compreender as regras que dizem respeito à construção, à segurança das pessoas e contra incêndios. O facto destas regras imporem restrições ao design pode ser benéfico, pois vai estabelecer critérios para o trabalho do profissional de design. Graças a estas restrições - e também a considerações ergonómicas - os designers podem focar a atenção noutros aspectos tais como a estética, *layout*, fluxo, materiais, cor, forma, iluminação e funcionalidades complicadas para criar interiores bonitos, confortáveis, racionais e práticos. Não pense que o design tem de ser totalmente inovador para ser diferente. Desde que seja de bom gosto e satisfaça as necessidades do consumidor, apenas um ou dois elementos originais e pequenos como um rodapé ou um enfeite na porta podem fazer parte da identidade da marca de um designer.



Yap Seow Choong

Antigo editor da Lonely Planet China. Tem publicados vários livros sobre turismo e design, dos quais se destacam *Wander Bhutan* e *Myanmar Odyssey*.

SG50: a história de Singapura

Celebram-se em 2015 os 50 anos da independência de Singapura e, por isso, este “pequeno ponto vermelho” vai voltar a evidenciar-se no palco internacional. A cidade-estado tem em mãos a organização de uma série de eventos e festivais. Tudo, seja de grande ou pequena dimensão, estará relacionado com o “SG50” – o emblema que de momento pode ser visto em todo o lado em Singapura. Até os bebés que nascem neste ano vão ter direito a um certificado de nascimento com um design especial. Para alguns dos singapurianos, como é o meu caso, começa já a sentir-se a fadiga das celebrações.

Ao longo desta década, Singapura tem tentado explorar o potencial das indústrias criativas. Experimente dizer às pessoas que é designer ou artista e verá que já ninguém vai franzir as sobrancelhas e perguntar: “Como é que vai sobreviver?” O Conselho de Design de Singapura, liderado pelo governo, quer apoiar o sector do design através de bolsas e subsídios para os designers e da promoção dos artistas locais nos mercados estrangeiros. Desde que tenha ideias inovadoras, qualquer pessoa pode candidatar-se a financiamento. Este conselho também patrocina projectos de escrita, de edição, campanhas de marketing, viagens de estudo ao exterior e participação em conferências. Vários tipos de subsídios estão também disponíveis.

A Cidade do Leão, muitas vezes chamada de “deserto cultural”, vê o investimento financeiro em indústrias importantes como uma forma rápida de cultivar a criatividade. Esta pode não ser a melhor das vias para atingir este objectivo, mas é suficientemente eficaz. Pense no Dubai ou em Abu Dhabi e poderá perceber porquê. Ao longo de anos de investimento, estas cidades construídas sobre a areia tornaram-se em centros artísticos no Médio Oriente e passagem obrigatória para os aficionados de arquitectura de ponta.

Escusado será dizer que o SG50 oferece uma série de actividades,

com destaque para o design local: a Semana do Design de Singapura realizou-se entre 10 e 22 de Março, com mais de 60 exposições organizadas durante esse período; designers consagrados foram distinguidos com os prémios *President's Design Awards*; a feira comercial de design de interiores *Maison & Object* de Paris lançou uma edição asiática em Singapura; e a exposição permanente *Cinquenta Anos de Design em Singapura*, organizada na sede do Conselho de Design de Singapura, apresenta trabalhos de artistas locais ao público de Singapura e aos visitantes.



Produtos de design que têm como objectivo melhorar a qualidade de vida da população podem dizer muito sobre uma sociedade. Singapura tem trabalhado muito ao longo dos tempos na sua internacionalização. Também o design local esboça esse carácter internacional. Um design sem carácter local pode ser acusado de falta de individualidade mas, se for um bom design, ninguém se vai preocupar se carrega valores locais ou não. Por exemplo, ninguém perguntaria se o desenho de um produto da Apple foi inspirado em valores norte-americanos.

O conceito “agir à escala local” também pode tornar o design superficial. Alguns artistas de Singapura inspiraram-se na cultura local para criar uma série de produtos de estilo retro. Aos olhos dos *hipsters* ou dos amantes do *vintage*, estes produtos podem parecer excepcionais. Mas isto não é design. Pelo contrário, estes produtos são fruto de um design pobre. Não existe uma mensagem neste tipo de design e a mera nostalgia não os pode levar muito longe. Dê uma vista de olhos no que se está a passar com a G.O.D. e poderá antecipar o que vai acontecer no futuro com esta marca. Por último, e não menos importante, a minha modesta opinião: o traje nacional da Miss Universo Singapura 2015, adornado com estrelas e uma lua crescente (sem dúvida, inspirado na bandeira nacional) ofende a vista.

Made in Japan

Num documentário que vi na televisão no Japão, Kouno, um senhor japonês na casa dos 40 anos, aparece apumado no seu fato em Shimokitazawa, uma área de Tóquio conhecida pela quantidade de boutiques de moda. Kouno entra numa loja especializada em produtos locais de marca e fala com o gerente do estabelecimento, um homem de rabo-de-cavalo e uma longa barba.

O responsável retira detrás da caixa registadora uma camisola branca e comprida de capuz e mangas finas. O homem explica que o design apertado das mangas faz com que estas não deslizem até às palmas das mãos, o que pode tornar o movimento muito mais prático. "Gostava de criar a minha própria marca de moda, mas não encontro fabricantes a quem possa encomendar pequenas quantidades", diz o gerente, referindo ainda que o ideal nesta fase seria produzir dez exemplares de cada peça. Mesmo não se sendo um conhecedor da indústria, qualquer espectador de televisão como eu consegue entender a dificuldade em encontrar alguém que aceite pequenas

encomendas. Mas, mesmo assim, Kouno pega na camisola, leva-a para o trabalho e discute o assunto com colegas mais experientes na indústria do vestuário. Juntos, começam a fazer moldes. A próxima cena passa-se no escritório do fabricante. Parece que o sonho do gerente da boutique se tornou realidade.

A agência Sitateru, liderada por Kouno, é a empresa que faz a ligação entre o gerente e o fabricante. Aqui, não só se trabalha muito para criar as dez peças de roupa e realizar o sonho do responsável da loja

mas, mais importante do que isso, para se dar mais oportunidades aos pequenos negócios de manufactura no Japão.

Os pequenos negócios e indústrias artesanais, que continuam a sofrer com a economia débil, cortam em todas as despesas possíveis ou acabam por fechar as portas. Porém, agências como a Sitateru começam a aparecer por todo o lado no Japão. Os clientes para quem

trabalham são pequenos negócios e artesãos. Estas empresas, que têm uma nova perspectiva sobre a forma como as indústrias tradicionais podem fazer negócio, servem de intermediárias entre os designers e as pequenas empresas ou entre os fabricantes de pequena escala e o cliente final.



Kanaami lamps designed by OeO

"Made in Japan" e "Feito à mão no Japão" são dois dos programas que têm em vista a revitalização das artes locais e da indústria artesanal. Shimokawa Kazuya, fundador do "Made in Japan", acredita que um estilo de vida prático não é necessariamente o melhor caminho para uma boa vida. Kazuya

descobriu que os produtos do dia-a-dia que adoptam um design tradicional japonês são mais elegantes e, à medida que o tempo passar, também ganharão maior valor histórico. Numa altura em que "dizer olá ao novo e adeus ao velho" se foi tornando num dogma, Kazuya questionou esta ideia através da organização de seminários e de visitas guiadas a fábricas, permitindo que a nova geração ficasse a saber mais sobre as artes e os ofícios tradicionais de vários pontos geográficos do Japão e que os produtos artesanais chegassem a diferentes públicos.



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*.

"Feito à mão no Japão" é uma parceria entre artesãos de Quioto e o estúdio de design dinamarquês OeO e tem como objectivo criar novos designs com base no artesanato tradicional. OeO consegue captar a beleza do artesanato e dar uma nova vida a cada peça tradicional. Por exemplo, o que é interessante no *kanaami* (redes com arame) é a sensação espacial que transmite. Estas redes são produzidas com fios metálicos e delicados. Inspirado por esta técnica de tecelagem, o OeO cria candeeiros para o Kanaami-Tsuji, um estúdio de *kanaami* em Quioto. O novo produto não só mantém a estética da rede de arames, como também cria um contraste maravilhoso entre a luz e a sombra devido ao seu design.

No Japão, não há falta de lojas de acessórios ou de *lifestyle*. Uma das minhas preferidas é a D&Department, fundada por Nagaoka Masaaki. Com filiais em dez cidades japonesas, o estabelecimento vende uma gama variada de produtos do dia-a-dia como louças, talheres ou utensílios de limpeza. Grande parte dos objectos é produzida em pequenas fábricas familiares. Para ser honesto, se a loja não vender estes produtos, as pessoas da minha geração ou de gerações mais recentes jamais poderão entender por que razão é que são tão especiais e bons. Mas, graças a Nagaoka, estas peças ganharam uma nova vida e, em vez de se tornarem produtos artísticos extintos, voltaram a relacionar-se connosco.

Não posso deixar de perguntar, quais são as coisas que mais apreciamos nas cidades onde vivemos e que não queremos que desapareçam? O que podemos fazer para as preservar?



澳門特別行政區政府文化局

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