

CRIE
CRIANDO, INOVANDO E EMPREGANDO
CULTURA ARTESANATO E TURISMO
NOVAS DINÂMICAS NA ECONOMIA CRIATIVA



PLANO ESTRATÉGICO DE ACÇÃO

PARA CATALISAR E POTENCIAR A **ECONOMIA CRIATIVA** E
O **EMPREENDEDORISMO CULTURAL**



Programa para Actores Não Estatais e Autoridades Locais no Desenvolvimento - CABO VERDE
Referência: EUROPEAID/134-417/L/ACT/CV. Contrato: DCI-NSAPVD/2013/334-832.
Requerente: Atelier Mar. Co-requerentes: CMP, CMSV e UCCLA.

CONTEÚDO

Introdução.....	0
Eixo Estratégico I - Promover a educação / formação artística	3
Eixo Estratégico II - Melhorar as condições de trabalho dos artesãos	5
Eixo Estratégico III - Melhorar o design dos produtos	8
Eixo Estratégico IV - Melhorar o marketing e publicidade	9
Eixo Estratégico V - Melhorar a distribuição e aumentar os pontos de venda	10
Eixo Estratégico VI - Promover a participação dos artesãos e <i>designers</i> nos eventos cíclicos municipais.....	11

INTRODUÇÃO

O Atelier Mar, ONG caboverdeana com longa experiência na promoção da cultura caboverdeana e do artesanato tanto tradicional como contemporâneo,

respondeu à convocatória da União Europeia, para Actores Não Estatais e Autoridades Locais no Desenvolvimento (EUROPEAID/134-417/L/ACT/CV) apresentado um Projecto que visa a Promoção do artesanato integrado na Economia Criativa. Em parceria com Câmara Municipal da Praia, a Câmara Municipal de São Vicente e a UCCLA (União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa), o Atelier Mar apresentou a proposta do Projecto **CRIE - Criando, Inovando e Empregando: Cultura, Artesanato e Turismo, novas dinâmicas na economia criativa**, que foi aprovado e que decorrerá entre de Março 2014 a Fevereiro 2017 (36 meses).

O Projecto **CRIE** tem como objectivo global desenvolver, através da economia criativa, cultura e turismo, uma estratégia integrada de colaboração entre actores não estatais, autoridades locais, artesãos, *designers* e agentes culturais, para aumento dos seus rendimentos e reforço da sua participação, com propostas inovadoras de produção de bens e serviços de artesanato, design e cultura, fomentando o empreendedorismo e o desenvolvimento económico nas comunidades das ilhas de Santiago, São Vicente e Santo Antão. Desta forma, pretende-se contribuir para alavancar a economia criativa no intuito de contribuir para que esta se transforme num sector de relevância em Cabo Verde. Pretende-se assim, através da economia criativa, promover o bem-estar social, criando espaços de interacção, de experimentação, criação e inovação para agentes culturais, *designers*, artesãos e artesãos.

O presente **PLANO ESTRATÉGICO DE ACÇÃO PARA CATALISAR E POTENCIAR A ECONOMIA CRIATIVA E O EMPREENDEDORISMO CULTURAL** é uma das actividades/produtos do Projecto CRIE. No intuito de se concretizar a sua grande finalidade de - **catalisar e potenciar a economia criativa e o empreendedorismo cultural** - em Cabo Verde, o **Plano Estratégico de Acção (PEA)** do projecto **CRIE**, seguiu um caminho de construção colectiva, participativa, no diagnóstico e no desenho de uma acção que inclui os diversos contributos dos actores não estatais e autoridades locais. Para além do **Atelier Mar** e das **Câmaras Municipais da Praia e de São Vicente**, o desenho do PEA contou com a colaboração dos **Institutos de Emprego e Formação Profissional** (de Praia e São Vicente); da **Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI)**; da **Plataforma de ONG's**; da **M_EIA - Instituto Universitário de Arte, Tecnologia e Cultura**; da **Universidade Lusófona de Cabo Verde**; das **Associações de Artesãos**, do **Ministério da Cultura**, diversas artesãs e artesãos em nome individual, e *designers*.

A metodologia de diagnóstico consistiu na aplicação de um extenso questionário aos artesãos e agentes-chave (organizações) e em cinco reuniões de trabalho. Num universo de 60 artesãos que o Projecto CRIE tenta envolver foram inquiridos para este diagnóstico um total de 24 artesãos, 11 de Santiago e 13 de São

Vicente, representando esta amostra 40% do universo em causa. Ainda baseou-se em dados recolhidas por entrevista a instituições e relatórios de outros projectos com o mesmo público como dados do E- ARTE e workshop de empreendedorismo no Mindelo. No questionário aos artesãos foram colocadas diversas questões sobre a «formação profissional»; «características e condições do local de trabalho»; «organização do trabalho artesanal»; «utensílios de trabalho»; «matérias-primas»; «objectos produzidos»; «razões que beneficiam a actividade»; «razões que prejudicam a actividade»; «razões para a compra da produção por parte dos clientes»; «*design, marketing* e publicidade»; «rendimentos»; «variação anual do volume de vendas»; «encargos fiscais»; «saúde e assistência social»; «apoios públicos e privados à actividade artesanal»; «associativismo» e «perspectivas futuras». Às organizações participantes foram colocadas questões sobre «projectos em curso ou apoios à economia criativa e o empreendedorismo cultural promovidos» pelas mesmas; sobre o conhecimento de «projectos em curso ou apoios à economia criativa e o empreendedorismo cultural promovidos por outras instituições»; sobre o conhecimento, classificação e sugestões para «políticas de apoio/promoção da economia criativa e o empreendedorismo cultural».¹

Os resultados do questionário serviram como ponto de partida para as reuniões de trabalho. Nestas analisaram-se os resultados, hierarquizaram-se necessidades e problemas, ensaiaram-se respostas/soluções e, tendo em conta os recursos, definiram-se **Seis Eixos Estratégicos** bem como o «quem executa» o «como executa» e o «quando executa» de cada uma das Acções propostas.

O Eixo Estratégico I visa **promover a educação / formação artística;**

O Eixo Estratégico II visa **melhorar as condições de trabalho dos artesãos;**

O Eixo Estratégico III visa **melhorar e inovar o *design* dos produtos;**

O Eixo Estratégico IV visa **melhorar o marketing e publicidade;**

O Eixo Estratégico V visa **melhorar a distribuição e aumentar os pontos de venda;**

O Eixo Estratégico VI visa **promover a participação dos artesãos e *designers* nos eventos cíclicos municipais.**

São os fundamentos os propósitos e todo **PLANO ESTRATÉGICO DE ACÇÃO PARA CATALISAR E POTENCIAR A ECONOMIA CRIATIVA E O EMPREENDEDORISMO CULTURAL** que a seguir apresentamos.

¹ Os resultados do questionário foram distribuídos por todos os participantes do PEA e encontram-se disponível para consulta na ONG Atelier Mar.

Objectivos

- 1.1. *Promover o reforço da educação artística no ensino primário e secundário;*
- 1.2. *Ampliar e diversificar a oferta formativa;*
- 1.3. *Sensibilizar para a necessidade de formação contínua dos artesãos profissionais em exercício.*

EIXO ESTRATÉGICO I PROMOVER A EDUCAÇÃO / FORMAÇÃO ARTÍSTICA

O Eixo Estratégico I surge da necessidade diagnosticada de se **Promover a Educação / Formação Artística**. No questionário

aplicado aos artesãos constatou-se que mais de 60% dos artesãos inquiridos tiveram a «auto-aprendizagem» e «ensino pessoal» (com mestre) como os principais modos de aprendizagem no artesanato. A aprendizagem, de média e longa duração, do artesanato via escola e/ou oficina foi pouco referida. A eventual escassez da oferta de formação na área parece ser uma das razões, contudo parece existir também pouca sensibilização por parte dos artesãos para os benefícios da formação nestes moldes dado que, ao longo do questionário, esta não foi apontada como uma das principais necessidades na melhoria da qualidade dos produtos. Contudo mais oportunidades de formação e mais diversificação desta foram solicitações feitas e esta necessidade foi também manifestada no questionário aplicado aos agentes-chaves bem como nas reuniões de diagnóstico do PEA.

Neste propósito, estabeleceram-se como objectivos do Eixo I a «**promoção do reforço da educação artística no ensino primário e secundário**»; a «**ampliação e diversificação da oferta formativa**» e a «**sensibilização para a necessidade de formação contínua dos artesãos profissionais em exercício**». Estipularam-se, para o efeito, três acções a desenvolver de *plaidoyer* ou sensibilização.

A **primeira acção** prende-se com a «**defesa do reforço da educação artística no ensino primário e secundário**». Junto das tutelas políticas da educação e da cultura, os agentes envolvidos no PEA, irão desenvolver acções de *plaidoyer* para a criação de políticas e legislação que favoreçam o reforço da educação artística, em particular do artesanato, e sua operacionalização nas escolas primárias e secundárias. *Plaidoyer* este que se efectuará, primeiramente, através do envio do presente Plano Estratégico de Acção para Catalisar e Potenciar a Economia Criativa e o Empreendedorismo Cultural para as partes responsáveis solicitando o envolvimento na causa e objectivos desejados. Dependendo do desenvolvimento da acção e sensibilidade política para a causa outros procedimentos e diligências poderão decorrer (detalhes da Acção 1.1. p. 13).

A **segunda acção** do Eixo Estratégico I será para a «**ampliação e diversificação da oferta formativa**». Neste sentido, a metodologia a utilizar será também de *plaidoyer* para

Acções

- 1.1. *Plaidoyer pelo reforço da educação artística no ensino primário e secundário;*
- 1.2. *Plaidoyer para ampliação e diversificação da oferta formativa;*
- 1.3. *Sensibilização para a necessidade de formação contínua dos artesãos profissionais em exercício*

a criação de mais e novos cursos na área artística pelas instituições promotoras de arte e cultura, sejam elas do sector público, da sociedade civil e/ou do sector privado. Implicará por isso um convite ao envolvimento nesta causa dirigido ao Ministério da Educação e Desporto; ao Ministério da Cultura; ao Ministério da Juventude, Emprego e Valorização dos Recursos Humanos; a Associações e/ou ONG e empresas que promovam formação. Tal como na primeira acção, o procedimento será primeiramente, através do envio do PEA para as partes interessadas e dependendo do desenvolvimento da sensibilidade que se consiga outros procedimentos e diligências poderão decorrer (detalhes da Acção 1.2. p. 14).

Já a **terceira acção** do Eixo Estratégico I prende-se com a «**sensibilização para a necessidade de formação contínua dos artesãos profissionais em exercício**». Esta será uma acção para a qual se pedirá o contributo de todos os agentes, Estatais e Não Estatais, envolvidos no projecto CRIE. Todos ficarão responsáveis por tentar encontrar formas, no seu discurso e acções, de se contribuir para este objectivo. Serão também convidadas para esta acção todas as Associações de Artesãos de Cabo Verde. Contudo, será sobre os artesãos directamente envolvidos no projecto CRIE que recairá a maior solicitação para o alcance deste objectivo, esperando-se destes uma procura activa na procura constante de mais e melhor capacitação (detalhes da Acção 1.3. p. 15).

EIXO ESTRATÉGICO II MELHORAR AS CONDIÇÕES DE TRABALHO DOS ARTESÃOS

O Eixo Estratégico II surge da necessidade diagnosticada de se **melhorar as condições de trabalho dos artesãos** tendo também em vista (tal como todas as outras acções do PEA) a melhoria dos rendimentos. Só 27% dos inquiridos em Santiago

e 38% em São Vicente referiram que o trabalho de artesão lhes permite sustentar a família. Apesar de 73% em Santiago e 83% em São Vicente ter o artesanato como a sua principal profissão muitos têm que ter outras ocupações para fazer face às despesas (62% em Santiago e 46% em São Vicente). Aumentar a rentabilidade da actividade passará eventualmente por diversas melhorias nos diferentes pontos aqui elencados.

Do questionário aplicado, só 18% dos artesãos de Santiago e 8% em São Vicente consideram ter boas condições de trabalho. Todos os restantes consideram necessários melhoramentos, alguns nos espaços onde actualmente trabalham outros desejam conseguir um outro espaço.

No que respeita à assistência na saúde e restante previdência social a grande maioria dos artesãos (82% de Santiago e 61% de São Vicente) não está inscrito no INPS (Instituto Nacional de Previdência Social) e a rentabilidade da actividade (tendo em conta a presente amostra) tem margem limitada para a realização de seguros de trabalho privados. Situação que se pode considerar preocupante na medida que coloca estes artesãos numa situação demasiadamente desprotegida em caso de perda de capacidade para o trabalho (temporária ou permanente).

A falta de matérias-primas e de ferramentas de trabalho foi também um problema relatado. O “preço elevado” e a “dificuldade de os encontrar no mercado” foram os principais obstáculos apontados.

O acesso ao crédito para por cobro a estas dificuldades foi uma das soluções mais apontadas e desejadas por alguns dos artesãos. Em Santiago, 80% dos artesãos nunca recorreram ao crédito e em São Vicente 78%. Questionados se, em caso de necessidade, se teriam facilidade no recurso ao crédito junto da banca, 50% dos artesãos de Santiago e 76% dos de São Vicente referiram que não teriam facilidades neste campo devido aos aspectos burocráticos e à necessidade de fiadores e/ou outras garantias que lhes impedem o acesso ao crédito.

Também o pouco associativismo, que poderia servir na facilitação de espaços, matérias, matérias-primas e defesa de direitos é diminuto. A maioria dos artesãos inquiridos das duas ilhas não pertence e nunca pertenceu a uma associação de

Objectivos

- 2.1. Melhorar condições do local de trabalho;
- 2.2. Aumentar e facilitar o acesso a utensílios de trabalho;
- 2.3. Aumentar e facilitar o acesso às matérias-primas;
- 2.4. Aumentar a cobertura de assistência social dos artesãos;
- 2.5. Promover o associativismo/cooperativismo entre os artesãos (como forma de facilitar a concretização dos objectivos antecedentes).

artesãos, 76% em Santiago e 61% em São Vicente respectivamente.

Tendo em conta este diagnóstico, os objectivos delineados para o Eixo II foram «**melhorar as condições do local de trabalho**»; «**aumentar e facilitar o acesso a utensílios de trabalho**»; «**aumentar e facilitar o acesso às matérias-primas**»; «**aumentar a cobertura de assistência social dos artesãos**» e «**promover o associativismo/cooperativismo entre os artesãos**» (como forma de facilitar a concretização dos objectivos antecedentes). Estipularam-se quatro acções a desenvolver para alcance dos objectivos do Eixo Estratégico II.

A **primeira acção** prende-se com o «**reforço do acesso ao crédito para construção ou obras em oficinas de trabalho**». O encaminhamento dos artesãos para os programas de assistência técnica da ADEI - Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação, será uma das metodologias/estratégias a utilizar. À ADEI competirá o apoio no desenho de planos de negócio que os artesãos desejem, desde que estes visem a melhoria das suas actividades. Consoante a pertinência e viabilidade dos projectos, parte-se do pressuposto que os planos de negócios poderão facilitar acesso ao crédito para obras que o justifiquem. Paralelamente será desenvolvida uma acção de *plaidoyer* para facilitação de crédito junto da Banca para apoio dos referidos projectos dos artesãos (detalhes da Acção 2.1. p. 16).

A **segunda acção** prende-se também com o «**reforço do acesso ao crédito**» mas «**para aquisição de utensílios de trabalho e matérias-primas**». Desenvolvendo-se, para o efeito, a mesma metodologia da acção anterior (detalhes da Acção 2.2. p. 17).

A **terceira acção** do Eixo Estratégico II é «**aumentar a cobertura de assistência social dos artesãos**». Desenvolver-se-á através de acções de sensibilização dos artesãos, nomeadamente nas várias actividades do projecto CRIE. Tendo sido esta uma necessidade também identificada pelos artesãos que participam no projecto CRIE, o grande apelo, para o sucesso desta acção é dirigido aos próprios artesãos envolvidos no projecto, solicitando-lhe que parta de si próprios o principal impulso inscrevendo-se, preferencialmente no I.N.P.S. e/ou, como alternativa, fazendo seguros privados que garantam a sua

Acções

2.1. Reforçar o acesso ao crédito para construção ou obras em oficinas de trabalho

2.2. Reforçar o acesso ao crédito para aquisição de utensílios de trabalho e matérias-primas

2.3. Aumentar a cobertura de assistência social dos artesãos

2.4. Promover o associativismo/cooperativo

segurança em caso de doença, acidente de trabalho e na reforma. Gostaríamos que, no final do projecto, todos nos pudéssemos congratular com uma cobertura total dos artesãos envolvidos no CRIE e este é um desafio lançado a todos os artesãos. A sensibilização junto das associações de artesãos também será desenvolvida (detalhes da Acção 2.4. p. 18).

Ainda no intuito de melhorar as condições de trabalho dos artesãos, a **quarta**, e última, **acção** do Eixo Estratégico II consiste em «**promover o associativismo/cooperativismo**». Acção esta que se operacionalizará, também, através da sensibilização para a consciencialização que dos benefícios que proporcionam o associativismo e cooperativismo dos artesãos e o potencial que estas formas de união têm na melhoria das condições de trabalho, nomeadamente na partilha de espaços, matérias-primas, ferramentas e na defesa de interesses comuns, ideias, etc. A sensibilização para o associativismo e cooperativismo está implicitamente presente em toda a filosofia do projecto CRIE e, explicitamente, na criação de duas cooperativas de artesãos previstas no projecto, uma na cidade da Praia, em Santiago, e outra na cidade do Mindelo, em São Vicente (detalhes da Acção 2.4. p. 19).

Objectivos

- 3.1. Melhorar o design dos produtos;
- 3.2. Inovar no design dos produtos.

Acção

- 3.1. Estabelecer uma parceria permanente entre designers e associações de artesãos

EIXO ESTRATÉGICO III MELHORAR E INOVAR O DESIGN DOS PRODUTOS

O Eixo Estratégico III surge da própria filosofia e propósitos do projecto CRIE que visa criar novas dinâmicas na economia criativa, criando e inovando. Por tal razão **melhorar e inovar o design dos produtos** é um eixo que se prende com finalidade do projecto CRIE e não poderia estar ausente do PEA.

No questionário aplicado aos artesãos, colocaram-se também questões relativas ao *design*. Denotou-se contudo que as respostas foram demasiado subjectivas, resultantes unicamente da experiência empírica dos inquiridos. Nenhum artesão considerou, por exemplo, que o *design* dos seus produtos seja pior que o de outros artesãos o que, sendo porventura natural, não deixa poder ser revelador que uma avaliação sobre o *design* carece de estudos mais aprofundados e

imparciais sobre este aspecto e outros relativos à qualidade dos seus produtos.

Dois objectivos foram delineados, nomeadamente o de «**melhorar**» e o de «**inovar**» o *design* dos produtos. Para o efeito a estratégia para a acção a desenvolver consiste no «**estabelecimento de uma parceria permanente entre designers e associações de artesãos**». A principal operacionalização de imediata mensurabilidade deste intuito dar-se-á na constituição das duas cooperativas que o Projecto CRIE se propõe a constituir (na Praia e no Mindelo). As duas cooperativas serão compostas por artesão e *designers* esperando-se que, do seu trabalho conjunto, resulte naturalmente uma melhoria ao nível da qualidade e inovação do design dos produtos e que possa, tal exemplo, ser inspirador para outras associações de artesãos e designers em Cabo Verde (detalhes da Acção 3.1. p. 20).

Objectivo

4.1. Criar um plano de marketing e publicidade para a economia criativa

Acção

4.1. Promover estudos e serviços na área do marketing e publicidade da economia criativa cabo-verdiana

EIXO ESTRATÉGICO IV MELHORAR O MARKETING E PUBLICIDADE

O Eixo Estratégico IV surge da necessidade diagnosticada de se **melhorar o marketing e publicidade**. Tal como já referido, o questionário aplicado colocou diversas questões sobre o *design* mas também sobre o marketing e publicidade. Tal com no *design* foram dadas também respostas algo subjectivas e pouco fundamentadas em dados e factos concretos.

A percepção dos artesãos carece, por isso, de estudos mais aprofundados sobre a qualidade dos seus produtos, os preços que praticam, os canais de distribuição, a publicidade, as características dos seus potenciais clientes, a concorrência, etc. A «produção ser apreciada» e o «conhecimento dos clientes» são dos factores que os artesãos mais destacam como benefícios para o sucesso da actividade e as «dificuldades na venda e distribuição» como um dos aspectos que mais prejudica. Contudo, grande maioria dos artesãos (82% em Santiago e 83% em São Vicente) nunca teve apoio profissional no marketing e publicidade das suas actividades para um conhecimento

Objectivo

6.1. Potencializar, em simultâneo, a economia criativa cabo-verdiana, o Carnaval e a Passagem de Ano através da participação dos artesãos e designers nesses dois eventos nacionais e outros possíveis.

concreto sobre a realidade. Questionados se gostariam de ter apoio profissional nestas áreas 100% dos inquiridos de Santiago e 90% dos de São Vicente disseram que sim.

Com base nestes dados, definiu-se como objectivo do Eixo Estratégico IV «**criar um plano de marketing e publicidade para a economia criativa**». Neste sentido, a acção a desenvolver consiste na «**promoção de estudos e serviços na área do marketing e publicidade da economia criativa cabo-verdiana**». Também neste Eixo Estratégico serão utilizadas as duas cooperativas que germinarão do Projecto CRIE. Nestas serão incluídos dois técnicos de marketing e publicidade (um na Praia outro em São Vicente) que se irão encarregar dos estudos sobre o perfil dos consumidores e desenhos de Planos de Marketing e Publicidade. Os Planos de Marketing e Publicidade das duas cooperativas poderão/deverão posteriormente servir como estudo de caso para aplicabilidade na economia criativa cabo-verdiana no geral.

Ainda no âmbito da criação das duas cooperativas de artesãos a criar no projecto CRIE estabelecer-se-ão também acordos de parceria entre as cooperativas e a M_EIA - Instituto Universitário de Arte, Tecnologia e Cultura, para a criação de um programa de extensão académica que se encarregue do marketing e publicidade das cooperativas e dos seus produtos.

Também a criação da página de Internet, prevista no projecto CRIE, tem como principal objectivo publicitar os produtos e serviços dos artesãos e *designers* (detalhes da Acção 4.1. p. 21).

EIXO ESTRATÉGICO V MELHORAR A DISTRIBUIÇÃO E AUMENTAR OS PONTOS DE VENDA

O Eixo Estratégico V surge da necessidade diagnosticada de se **melhorar a distribuição e aumentar os pontos de venda**. Do questionário aplicado e no que respeita ao local onde realizam as vendas, os artesãos de Santiago 12% utilizam a «oficina», 16% a «habitação», 8% os «estabelecimentos», 40% «feiras», 12% «internet» e 12% «outros locais». Os de São Vicente 20% vendem na «oficina», 27% na «habitação», 20% nos «estabelecimentos», 27% nas «feiras» e 6% na «internet». Por

razões logísticas e de recursos raras são as vezes que estes pontos de venda são utilizados em simultâneo.

Assim, em «**melhorar os canais de distribuição dos produtos**» e em «**aumentar os pontos de venda**» consistem também os objectivos e as consequentes acções. A estratégia passa pela tentativa de se estabelecerem parcerias com os serviços de hotelaria e restauração e pela promoção da existência de espaços de artesanato criativo nas festividades locais. Assim, para além das cooperativas de artesãos e *designers* do projecto CRIE e demais associações de artesãos envolvidas, a presente acção tentará envolver associações/agentes de hotelaria e restauração bem como as Câmaras Municipais de São Vicente e Praia para a obtenção dos desígnios propostos (detalhes da Acção 5.1. p. 22).

Objectivos

- 5.1. Melhorar os canais de distribuição dos produtos
- 5.2. Aumentar os pontos de venda.

Acção

- 5.1. Melhorar os canais de distribuição dos produtos e aumentar os pontos de venda

Acção

- 6.1. Estabelecer parcerias entre as câmaras municipais e as associações de artesãos e *designers* para uma participação activa e criativa no carnaval, festas de Comaria, fim de ano, festivais e outros.

EIXO ESTRATÉGICO VI PROMOVER A PARTICIPAÇÃO DOS ARTESÃOS E DESIGNERS NOS EVENTOS CÍCLICOS MUNICIPAIS.

O Eixo Estratégico VI surge da necessidade diagnosticada de se **promover a participação dos artesãos e *designers* nos eventos cíclicos municipais**. Esta foi uma sugestão muito mencionada no questionário aplicado aos artesãos e surgiu também nas sugestões referidas no questionário aplicado aos agentes-chave. Também nas reuniões do Plano de Acção a ideia surgiu diversas vezes como uma oportunidade que deveria ser aproveitada, não só para potencializar a economia criativa e o artesanato em particular mas também para beneficiar/enriquecer estas festividades com a participação criativa destes profissionais.

Neste sentido, objectivo traçado é o de «**potencializar, em simultâneo, a economia criativa cabo-verdiana, o Carnaval e a Passagem de Ano através da participação dos artesãos e *designers* nesses dois eventos nacionais e outros possíveis**» e a acção a desenvolver passa pelo «**estabelecimento de parcerias entre as Câmaras Municipais (da Praia e de São Vicente) e as associações de artesãos e *designers* para uma participação activa e criativa no Carnaval e Passagem de Ano, bem como**

nas festas de romaria, festivais e outros» (detalhes da Acção 6.1. p. 23).