

MUSEUS E SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA

Museu Nacional Soares dos Reis

7 de Novembro de 2011

SINOPSES

O poder dos museus: Reflectindo sobre as missões e a sustentabilidade dos museus, em teoria e na prática

Graça Filipe

Em teoria os museus existem ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento. A missão ou a razão de ser de cada museu justifica o seu financiamento e orienta as políticas e actuações dos que o tutelam, dos responsáveis pela sua gestão, da comunidade com que interage, dos profissionais que o integram. E na prática? Por quem e como são assegurados os meios e os processos de funcionamento ou os modelos de gestão dos museus? Mobilizam-se os recursos financeiros e humanos necessários ao cumprimento da sua missão? Como vivem os museus e em que condições se preservam e comunicam os respectivos acervos? O poder dos museus reflecte-se na vida das populações ou o seu impacto não será suficiente para que perca a preponderância do seu financiamento público? Pretendo partilhar algumas destas reflexões que emergem da experiência e dos problemas enfrentados profissionalmente, para defender uma perspectiva holística da sustentabilidade dos museus e do papel destes no desenvolvimento da sociedade.

Cultura, economia e desenvolvimento: alguns princípios basilares para pensar os museus e as políticas culturais

Pedro Costa

A relação entre Cultura e Economia tem sido tradicionalmente sujeita a um conjunto de equívocos e mal-entendidos que importa desmistificar e ultrapassar. Nesta apresentação pretende-se explorar alguns dos princípios básicos da economia da cultura, de forma a compreender como esses fundamentos podem ser mobilizados, pelas instituições culturais em geral e pelas museológicas em particular, não só para pensarem estrategicamente a sua actividade como igualmente para se posicionarem de forma mais consciente, atenta e efectiva perante as metamorfoses das políticas culturais. Pretende-se ainda discutir como a evolução das diversas retóricas associadas à “economia da cultura” e à “economia criativa” tem vindo a marcar as expectativas dos agentes culturais e as actuações concretas em termos da intervenção pública no sector, reflectindo sobre os desafios que estas mudanças colocam à organização do sector museológico e ao desenvolvimento dos territórios onde as instituições museológicas se inserem e desenvolvem a sua actividade

A partir de um estudo de caso: contribuições para a criação de um quadro de viabilidade financeira do Museu Nacional de Soares dos Reis

Maria João Vasconcelos

A necessidade de conhecer o público que nos visita leva os museus a promover estudos de públicos para melhor ajustarem às procuras a sua programação e funcionamento. A partir de 2007, com uma parceria com a Faculdade de Economia do Porto, decorreu no Museu Nacional de Soares dos Reis um estudo que começou com esta vertente. Rapidamente, porém, se alargou o âmbito do trabalho, englobando no estudo a análise das rotinas internas, da participação dos que trabalham dentro e com o museu e das relações funcionais e hierárquicas. Este estudo, que foi apresentado publicamente em duas fases, em Novembro de 2010 e em Setembro de 2011, pode ser a base para novas propostas de definições de prioridades e articulações que permitam criar um quadro de viabilidade financeira do museu.

Arquétipos para uma gestão museológica sustentável: o Museu de Francisco Tavares Proença Júnior como estudo de caso

Humberto Rendeiro

A asfixia financeira do meio cultural, resultante da actual conjuntura de depressão económica internacional e de um maior descomprometimento por parte do Estado na “protecção e valorização do património cultural do povo português”, desembocou no actual panorama de crise que afecta a totalidade dos museus nacionais. Estreita, por conseguinte, que se preconizam linhas de actuação que os resgatem deste cenário e lhes estatuem o curso da sua missão. Nesse sentido, as redes de parceria com a comunidade local, os encontros de beneficência com mecenias, uma gestão profissionalizada, os contratos de *outsourcing*, o aluguer de espaços, entre outras medidas, afiguram-se determinantes na prossecução da almejada auto-sustentabilidade. Com base num estudo de caso centrado no Museu de Francisco Tavares Proença Júnior, de Castelo Branco, infere-se sobre estas temáticas repercutindo-as ao panorama geral.

Serviços Educativos e programação complementar – equilíbrio entre missão educativa e auto-sustentabilidade.

Sara Barriga

O que esperamos do museu? As representações que lhe atribuímos correspondem à realidade? Deslumbrantes edifícios históricos ou catedrais da arquitetura contemporânea indiciam, a olho nú, avultados orçamentos. Contos de fadas que fazem sonhar qualquer visitante. Sabemos no entanto que a gestão museológica não se compadece com tais “aparições”, muito menos as políticas de gratuidade equivalem ao “preço justo” a pagar pela qualidade imposta a estas instituições culturais. Repensar o museu em função da sua sustentabilidade no actual contexto, mais do que um exercício de contenção é uma oportunidade para desafiar mentes criativas. Importa pois reflectir sobre o papel dos museus na sociedade contemporânea e o que oferecem aos seus visitantes. Podem os serviços educativos, de mediação por natureza, contribuir com a sua acção para a captação de receitas próprias, alargando desta forma o espectro da oferta para lá da “educação”, através de programas empreendedores, adequados às reais exigências da sociedade e da própria gestão dos equipamentos, proporcionando actividades de lazer, exclusividade, entretenimento?

Os respigadores e a respigadora – Ser mecenas da Casa Conveniente por €12

Mónica Calle

O teatro Casa Conveniente lançou em Setembro uma “campanha de pequenos mecenas”, apelando à criação de redes de entajuda através de simbólicas contribuições pessoais. “Se cada um dos nossos espectadores, se cada uma das pessoas que acreditam neste projecto artístico, contribuir agora com €12, o que corresponde a €1/mês ao longo de um ano, tornar-se-ão mecenas oficiais da Casa Conveniente”, é então comunicado nas redes sociais e por e-mail. A iniciativa pretende explorar alternativas no financiamento às artes que complementem as intervenções do Estado, das fundações, dos grandes grupos económicos. Uma circulação de ideias entre todos, a par dos pequenos donativos. A cumplicidade, a proximidade, a partilha – valores que sustentam o próprio trabalho artístico da Casa Conveniente – encontram no micro-mecenato uma nova expressão, enraizada na sociedade civil e fundamentalmente afectiva, fraternal, imediata.

Investimento financeiro em museus: a experiência brasileira

Eliane Bina

A desaceleração do desenvolvimento econômico no Brasil, nas décadas de 1980 e na seguinte, acarretou uma série de problemas aos segmentos social, político e cultural. Tornou-se imprescindível a adoção de medidas que minimizassem os seus efeitos. Na área cultural surgiram duas modalidades de incentivo, bastante tímidas na área museológica e insuficientes para sua sobrevivência. Entretanto, as empresas no Brasil perceberam os benefícios propiciados pelos museus, com o fortalecimento da imagem institucional através da vinculação de sua marca aos ambientes museais, por meio do patrocínio de ações culturais. Essa atuação foi incrementada na década seguinte, a partir de 2003, com a Política Nacional de Museus, quando as reivindicações apresentadas pela classe museológica passam a ser financiadas de forma intensa até 2009. Assim, empresas e autarquias são incentivadas no investimento a essas ações.

Qualidade Total: um mecanismo de construção de sustentabilidade financeira

Moana Campos Soto e Carlos Serrano Ferreira

Os museus têm lidado quotidianamente, particularmente em momentos de crise económica, com dificuldades financeiras. A gestão de qualidade total e a implementação de programas inspirados nele no âmbito de empresas, governo e serviços, tem demonstrado grande capacidade para racionalizar e otimizar recursos. A transposição desta para os museus, com adequações, como a percepção do usuário não só em seus anseios como 'clientes' mas como indivíduos com um conjunto de anseios e desejos, envolvendo o conjunto dos atores sociais, pode contribuir para a redução dos desperdícios pelo lado das despesas, e para ampliação e envolvimento dos indivíduos a construção de caminhos colectivos para a melhoria da captação de recursos, pelo lado da receita. Desta maneira, é um pilar fundamental de manutenção da sustentabilidade financeira das instituições museológicas, tornando mais racional e eficiente, com consequências positivas para a sustentabilidade financeira.

A propriedade intelectual e os museus: desafios para a sustentabilidade

Marco Alexandre Saias

Até há relativamente pouco tempo a maior questão com que os museus se poderiam defrontar perante a Propriedade Intelectual seria a do seu uso indevido de obras de terceiros. Porém, isso mudou. Existe hoje não apenas a responsabilidade de gerirem os seus Activos mas também de gerir a utilização por terceiros. A Propriedade Intelectual permite o desenvolvimento do trabalho do museu num contexto de exploração comercial de recursos, e, como qualquer outro activo, é negociável e utilizável para extrair vantagens económicas. Existem significativas oportunidades para os museus decorrentes da integração de modelos de negócio baseados na sua Propriedade Intelectual, modelos que são compatíveis com as suas missões, mas que também podem ser geradoras de um retorno do investimento aceitável. Necessitam contudo das necessárias auditorias, desenvolvimento de uma estratégia e implementação de práticas de gestão da Propriedade Intelectual que possam não apenas assegurar o retorno do investimento mas igualmente padrões de qualidade e segurança.

A nossa “família” como garantia da nossa sustentabilidade

Maria Vlachou

A nossa família são todas aquelas pessoas que gostam do que fazemos; que se sentem bem connosco; que se sentem inspiradas, desafiadas, abraçadas, confortáveis; que querem que nós possamos continuar a trabalhar, fazendo aquilo que sabemos fazer melhor e partilhando-o com elas; e por tudo isso nos apoiam. Também com dinheiro. Se lhes pedirmos. Numa altura em que o dinheiro do Estado não chega para tudo e para todos, em que as prioridades e interesses das empresas e fundações parecem estar a desviar-se do sector cultural, não podemos continuar a negar o facto que algumas, provavelmente muitas, pessoas, estão ao nosso lado, fiéis para sempre e prontas a financiar-nos, com pouquíssimo ou talvez muitíssimo dinheiro, se nós soubermos valorizar a nossa relação com elas. Porque esta nossa família é a nossa garantia de sustentabilidade e, se cuidarmos dela, só poderá crescer.

Pode repetir?! Quando os museus escolhem a alienação responsável

Inês Fialho Brandão

Poucos dos nossos museus conseguem quantificar o custo da simples manutenção de um objecto em reserva. Vários são os museus que não dispõem nem do espaço, nem das condições financeiras para preservar os objectos nas condições que necessitam, estando no entanto impedidos – por lei ou por convenção – de alienar esse património. O próprio código deontológico do ICOM é restritivo relativamente à alienação de objectos – nomeadamente, refere que os fundos obtidos através da venda ou abate de objectos devem ser utilizados “exclusivamente em benefício da colecção e particularmente na aquisição de novos objectos”. Quais as implicações éticas e identitárias de uma política de alienação mais flexível? Quais os casos de sucesso e quais os exemplos a evitar? A alienação de património pode alguma vez constituir uma escolha responsável por parte do museu?

Gratuito, Não Gratuito ou Utilizadores Pagadores? As lições das SCUT's e os Museus.

Rui Silvestre

A crise é A oportunidade para questionar e reflectir sobre o modelo de financiamento das organizações. Nesta sessão conheceremos as estruturas de financiamento de alguns Museus, as diferentes fontes de receitas e a sua importância relativa. Reflectiremos sobre a estratégia de preços dos Museus, à luz das condições económicas e políticas actuais, num quadro mais amplo da estratégia de financiamento e como um instrumento ao serviço da organização. Procuraremos motivar os directores, gestores e quadros de museus para uma análise do quadro de serviços que cada museu já presta, o seu enquadramento no âmbito da sua missão e na perspectiva de sustentabilidade económica e financeira.

Novos produtos para novos mercados

António Ponte

A gestão dos museus lança, actualmente, um desafio permanente de obtenção de verbas para se conseguir suprir as necessidades quotidianas de funcionamento assim como para desenvolver alguns projectos. As conhecidas dificuldades financeiras das estruturas culturais, as exigências dos públicos nos museus faz com que os responsáveis por estas estruturas sejam obrigados a desenvolver actividades e lançar produtos que permitam fazer face às constantes necessidades de investimentos nas estruturas museológicas. O Paço dos Duques, em Guimarães, vem apostando numa política de desenvolvimento de actividades de serviços educativos, as quais são pagas pelos utentes, de cedências de instalações e de estabelecimento de parcerias que permitem criar um fundo de receitas próprias que tem vindo a ser aplicados em diversas actividades de cariz museológico e de valorização do monumento.