

## A NOSSA 'FAMÍLIA' COMO GARANTIA DA NOSSA SUSTENTABILIDADE

Maria Vlachou\*

Gostava de começar por falar da minha experiência no Kennedy Center em Washington, onde estagiei durante um mês no verão passado, com outros 32 gestores culturais de vários países, e onde regressarei no próximo verão e em 2013.



Washington é uma cidade cheia de memoriais. O Kennedy Center for the Performing Arts é o memorial ao Presidente John Kennedy e foi inaugurado em 1971.

Muito frequentemente ouvimos as pessoas que trabalham no Kennedy Center ouvimos os funcionários (desde o Presidente do centro até à pessoa que trabalha na Bilheteira) falarem da sua 'família', da família do centro. Quem é essa família?

---

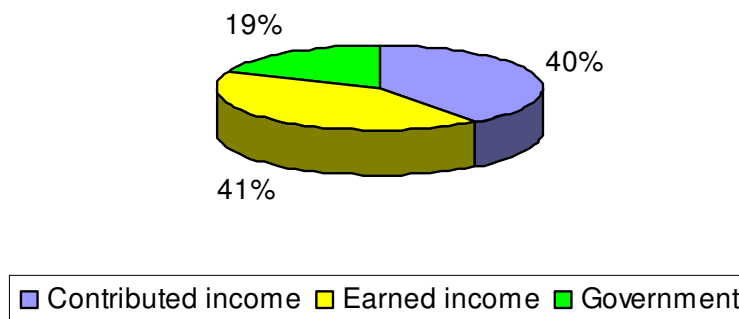
\* Comunicação apresentada no âmbito do encontro **Museus e Sustentabilidade Financeira**, organizado pelo ICOM Portugal no Museu Nacional Soares dos Reis no dia 7 de Fevereiro de 2011.

**Maria Vlachou** é Mestre em Museologia pelo University College London. É Directora de Comunicação do São Luiz Teatro Municipal desde 2006. *Fellow* no Summer International Fellowship Program do Kennedy Center for the Performing Arts (Washington) entre 2011 e 2013. Foi responsável de Comunicação do Pavilhão do Conhecimento-Ciência Viva entre 2001 e 2006. É membro dos Corpos Gerentes do ICOM Portugal desde 2005 e editora do boletim "Informação ICOM.PT". Um dos membros-fundadores do GAM – Grupo para a Acessibilidade nos Museus. Faz parte da equipa que coordena neste momento o primeiro estudo em Portugal sobre museus e público sénior, que será finalizado em 2012 e que tem o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian. Em 2011 foi nomeada correspondente nacional do European Museum Forum que atribui todos os anos o European Museum of the Year Award. Autora do blog bilingue Musing on Culture (<http://musingonculture-pt.blogspot.com>), onde escreve sobre cultura, comunicação e públicos.

- Os espectadores, que apoiam o centro comprando bilhetes para os seus espectáculos;
- Os voluntários, que oferecem o seu tempo e experiência;
- Os pequenos e grandes mecenas, que contribuem com o seu (pouco ou muito, muitíssimo mesmo) dinheiro.

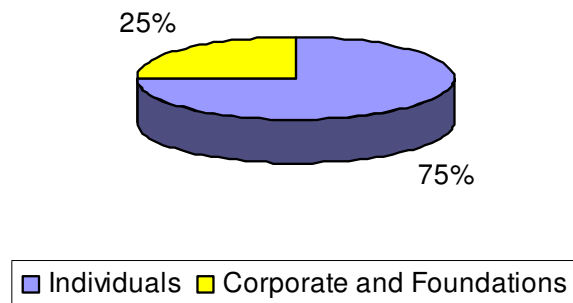
Porque é que são considerados família? O Kennedy Center está consciente que estas pessoas são a base do seu futuro, a sua garantia de continuidade. Porque gostam do centro, apoiam-no de várias maneiras, preocupam-se com ele, contribuem de várias formas para a sua sustentabilidade e querem fazer parte dele. O Kennedy Center valoriza muito esta relação.

### Kennedy Center - Receitas



O Centro tem um orçamento anual de \$150.000.000: 19% deste dinheiro vem do Estado, mas não para pagar ordenados ou para financiar a programação. Sendo o Kennedy Center um memorial nacional, o Estado paga pela sua manutenção e segurança. Só isso. O resto do dinheiro é gerado pela venda de bilhetes e serviços (41%) e através da angariação de fundos (40%).

### Kennedy Center - Contributed income

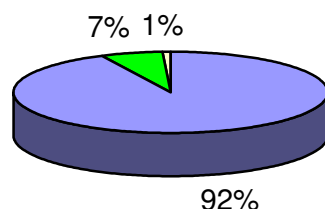


No que diz respeito à angariação de fundos, ao contrário do que podem pensar, apenas 25% vem de empresas e fundações. A maior fatia, 75%, é dinheiro contribuído por particulares. E é claramente neles que o Centro está a apostar.

Uma coisa que aprendemos logo no Kennedy Center é que não é boa política contar apenas com uma fonte de financiamento. O seu fluxo pode diminuir drasticamente ou mesmo esgotar. Nos EUA as instituições culturais nunca contaram com o Estado, não existe esta 'tradição'. Empresas e fundações têm dado um grande, significativo, apoio ao longo dos anos, mas temos que ser realistas: as suas prioridades mudam, os seus interesses também. É o que estão a sentir muitas instituições culturais neste momento, sobretudo na África e na Ásia, depois da Ford Foundation ter re-orientado as suas prioridades. Em quem é que podemos confiar, afinal?

Nas pessoas, nos particulares. Naqueles que gostam de nós, que querem que continuemos a funcionar e a fazer o nosso trabalho.

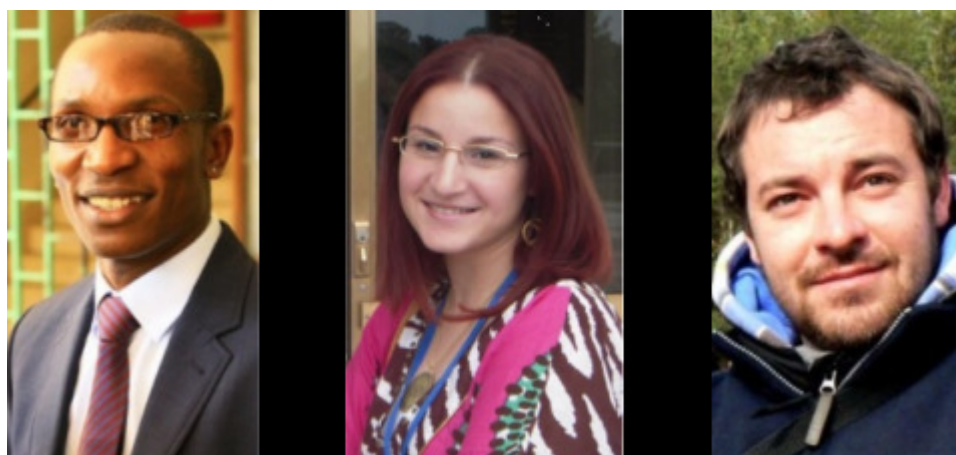
### Kennedy Center Pequenos e grandes mecenas



■ Membership (\$60 - \$1.200) ■ Circles (\$1.200 - \$20.000) □ Major gifts (>\$20.000)

O Kennedy Center recebe quantias enormes, mas de poucas, pouquíssimas pessoas. A base da sua sustentabilidade são os milhares e milhares de pessoas (aproximadamente 29.000) que contribuem com quantias entre os \$60 e \$1200 dólares anualmente. Em troca de uma newsletter... Porque, na verdade, não apoiam porque querem algo especial em troca, mas sim, porque querem apoiar o centro e a sua actividade. Porque esta actividade é importante para elas. Porque querem sentir que fazem parte.

Não me vão dizer que "Isto só na América"... Não. Apresento-vos aqui três dos meus colegas no Kennedy Center:



Faisal Kiwewa, de Uganda, dirige um festival de artes performativas; Reem Kassem, do Egipto, dirige uma associação que promove actividades artísticas em espaços públicos; e Lukas Prudek, da República Checa, trabalha num teatro em Praga. Todos eles pensaram “Yes, we can!” Voltaram aos seus países e iniciaram os seus programas de *fundraising*. O que fizeram? Pediram... Nunca tinham pedido antes. E o resultado surpreendeu-os.

Não quero de todo simplificar aqui este processo e tentar convencer-vos que basta pedir. Não basta. Também não quero dizer que tudo acontece de um dia para o outro. As pessoas apoiam aquilo que lhes diz algo: aquilo que as move, que as deixa maravilhadas, que as faz sentir bem, bem-vindas, que as ajuda a criar sentido, que as diverte. E esta é uma relação que se desenvolve ao longo do tempo, que se acarinha e que se alimenta.

Qual é a nossa situação? Contámos até agora essencialmente com uma fonte de financiamento: o Estado. Um erro, do ponto de vista estratégico. Pontualmente, há apoio por parte de empresas e fundações. E não existe de todo a tradição da angariação de fundos junto de particulares. Mas estou convencida que é para esta direcção que deveremos caminhar. Temos que ser nós a criar as bases para o desenvolvimento da ‘tradição’. Aqui em Portugal, a única iniciativa do género que conheço é a da Casa Conveniente, cujos responsáveis ouvimos esta manhã.

Como construir essa família? Temos que começar por olhar para a nossa oferta. A experiência que oferecemos, os serviços que prestamos, a nossa preocupação em sermos acessíveis, relevantes, envolventes, solidários são todos factores que contribuem para o estabelecimento de uma relação forte e duradoura com as pessoas e para a construção de uma família. As pessoas não nos vão dar dinheiro porque estamos a pedir. Vão dar porque somos importantes para elas. E se soubermos manter esta relação, ela tornar-se-á na base da nossa sustentabilidade.

Em Setembro escrevi no meu blog sobre as lições que podemos aprender com o sector social, dando como exemplo a campanha do World Food Programme. Através de vídeos, relatos de histórias verídicas, e usando meios como o email e o facebook, o World Food Programme está em contacto directo e permanente com as pessoas que o apoiam, apresentando os resultados do seu trabalho, o seu impacto na vida de milhares de pessoas e, o mais importante, conseguindo fazer todos os seus apoiantes sentir que contribuem também para este sucesso, que fazem parte da família.

É verdade que as pessoas estão mais abertas e sensíveis às causas sociais. Mas nós que trabalhamos neste sector sabemos que a cultura tem também um impacto enorme na vida de milhares e milhares de pessoas. As histórias existem, histórias essas que dão um rosto ao nosso trabalho, que tornam o abstracto concreto. Temos que as usar. Temos que encontrar formas de mostrar o nosso impacto (elas existem) e de tornarmos as pessoas tocadas por nós nossos embaixadores, elementos essenciais para o alargamento da nossa família.

Esta é claramente uma área que precisa de ser desenvolvida, porque o nosso futuro depende dela. E para se desenvolver e bem, nunca me vou cansar de dizer que precisará de bons profissionais, de pessoas com formação e experiência para levarem para frente este trabalho. Não podemos continuar apenas com boa vontade (apesar de sabermos que no nosso sector existe muito boa vontade e que é graças a ela que se consegue fazer muito com pouco). Teremos que procurar as pessoas certas. Este é o momento.

E teremos que mudar de postura também. Quando pedimos apoio financeiro, quando pedimos dinheiro, costumamos fazê-lo como se fôssemos parentes pobres. Não somos. E os nosso parceiros não vão dar dinheiro porque têm pena de nós. Vão dar dinheiro porque querem mesmo associar-se a nós e ao projecto que lhes propomos. Esta é uma relação entre pares. Temos que mostrar o nosso orgulho naquilo que fazemos.

Antes de terminar, gostava de vos apresentar Frances Chastang. Frances trabalha voluntariamente como assistente de sala no Kennedy Center há quarenta anos, desde a sua abertura. Ganhou um pin pelo seu contributo e muito, muito reconhecimento. Mas penso que ganhou uma família também.

