

Por que e como?

Quando criança, ganhei um livro que foi durante muitos anos o meu favorito: "O Livro do Porquê". Acho que uma comparação com os *tablets* de hoje é apropriada. Eu devia ser especialmente chato perguntando o porquê de tudo e o livro calava a minha boca. Sem ter a menor ideia, nascia ali o hábito de uma abordagem socrática à quase tudo na vida. Não foi diferente no caso do Instituto PIPA.

Por que criamos o Instituto? Por que o foco em arte? Por que criamos o Prêmio PIPA? Por que quatro finalistas? Por que não usar um sistema de inscrições abertas? Por que não aceitar dinheiro público ou incentivos fiscais? Por que também fazer um prêmio online? Como vocês ganham dinheiro com isso? Por que fazer?

Todas estas questões, e muitas outras, foram levantadas interna e/ou externamente, ponderadas e decisões foram tomadas. A vasta maioria já foi examinada nos sites, nos catálogos anuais do Prêmio PIPA e nos textos do Instituto que acompanham as cartas trimestrais da PIPA Global Investments.

A pergunta que sempre sucedeu a do "Por quê?" foi a "Como funciona ou como fazer?", com o fundamental respeito aos limites de capacidade, sejam eles de tempo, de energia ou financeiros.

Os que nos acompanham há algum tempo, sabem o quão adeptos somos da "filosofia de para-choques de caminhão", algumas frases que colecionamos ao longo da vida, que formam um grupo fundamental de regras que tomamos como axiomáticas e funcionam como um "filtro" inicial automático para qualquer iniciativa.

Duas delas são sempre muito usadas na vida do Instituto:

1. "Mais importante que ser o mais rápido escalador de montanha, é ser o que escolhe a montanha certa para escalar".
2. "Para chegar em primeiro, primeiro é preciso chegar".

Por isso, o desenho do Instituto foi objetivo de tantas pesquisas e trocas de ideias, assim como de definição de visão, de missão, de estratégias e de processo, muito processo com indicadores claros e mensuráveis.

Na grande maioria dos casos, estudamos outras iniciativas, principalmente no 1º mundo, e imaginamos se funcionariam a 40º Celsius. Em caso afirmativo, copiamos e/ou adaptamos. Focamos nosso tempo e energia nos pontos básicos que nós colocamos como missão e

elementos fundamentais da estratégia há dez anos. Farei aqui uma breve revisitada e atualizada.

Por que criamos o Instituto?

Tudo surgiu de uma confluência de fatores. Entre 2006 e 2008, tirei um sabático com a família e viemos morar na Inglaterra. Um dos objetivos era estudar e refletir sobre o que poderia fazer na área de terceiro setor (ONGs, *non-profits*).

Do ponto de vista pessoal, apesar de ser completamente apaixonado pelo processo de análise e gestão de investimentos e ter formação acadêmica de engenheiro, sempre achei o meio do mercado de capitais extremamente "bitolado", insular e centrado em si mesmo. Como "solução pessoal", sempre busquei manter a mente aberta para o lado humano, fosse literatura, música ou artes plásticas, por acreditar que uma visão mais holística traria vantagens e prazer. Afinal, são as pessoas que tomam as decisões nas organizações que levam aos resultados.

E, por fim, pela vontade de provar que com processo bem pensado e disciplina seria (e é!) possível criar uma instituição do terceiro setor que faça relativamente muito, com pouco. Sem usar créditos fiscais nem pedir dinheiro a ninguém. Uma questão que considerava da maior importância num país onde o percentual das instituições, públicas ou privadas, ou falham no atingimento de suas razões de ser e/ou pior, viram elas próprias as razões de ser, ou ainda pior, são cooptadas por interesses escusos.

No caso do Prêmio, um indicador que sempre seguimos é o percentual dos gastos anuais que vai em benefício dos artistas. E temos conseguido manter este indicador em torno dos 90% (incluindo doações, catálogos e website). Nunca demos um jantar, recepção de gala ou coisa do gênero. Toda infraestrutura do Instituto já nasceu na "nuvem", baseado em sistemas *open-source*. A única publicidade "tradicional" que pagamos foi para a Revista Jacarandá, do clube de artistas de mesmo nome, e a não tradicional ao Facebook, na época em que ainda era uma mídia nascente, barata e altamente eficaz e usada pelo público-alvo.

Como ganhamos dinheiro com isso?

Resposta curta e direta: em termos financeiros não ganhamos um centavo. Pelo contrário, ao longo dos anos, doamos e continuamos a doar ao Instituto uma quantidade relativamente grande (nada se comparado ao MoMA, mas considerável para padrões brasileiros). Mas o foco no financeiro é olhar na direção errada. Nosso maior ganho é trabalhar com gente mais jovem e criativa, estudar, participar e aprender nas eternas discussões sobre arte e terceiro setor que, quanto mais velho se fica (pelo menos no meu caso), mais importância relativa se ganha.

Por que o Instituto não leva o nome da família? Em primeiro lugar, porque isso seria contraproducente em relação ao que queremos alcançar: uma instituição o mais perene possível, com *ownership* profundo e real dos que com ela colaborem e na qual os futuros

líderes tenham total liberdade para fazer o que for necessário para cumprir os objetivos, obviamente respeitando os valores fundamentais.

Por que fazer o Instituto ao invés de engajarmo-nos em outros projetos existentes?

Ao longo da vida, participamos de várias reuniões com pessoas da maior competência, caráter e boa vontade, buscando criar ou nos associar a instituições ou associações do terceiro setor de causas que nos pareciam meritórias. E o que notamos foram quatro coisas:

1. Que, salvo raras exceções, a primeira reunião era animadíssima, a segunda nem tanto e a terceira nem acontecia.
2. Muitas vezes, o ânimo e a ansiedade eram tão grandes que começava-se a fazer "algo" sem ao menos ter valores básicos e estratégia definidas.
3. Falta de foco. Muitos dos projetos nem bem tinham iniciado e já começavam a querer atender outras necessidades. É praticamente impossível fazer juízo do valor de que causa mais merece, mas é certo que qualquer organização precisa de tempo para se consolidar e há muitas pessoas que podem e ajudam nos mais diversos campos. O cenário ideal ocorre se cada uma das organizações criadas cumprir bem o seu papel.
4. Liderança. Outro dos fatores que identificamos foi a falta de uma liderança clara e comprometida¹ e de uma pessoa apaixonada, ativa, que dedicasse 100% do seu tempo profissional.

A atividade de gestor de investimentos é uma atividade em que só sobrevive no longo prazo quem adota valores básicos baseados na razão e na compreensão da natureza humana, estuda bastante cada questão e desenvolve convicções, mas mantém-se aberto a reconhecer mudanças de condições e erros. Lê-se e ouve-se muito, mas faz-se pouco. E acerta-se mais do que erra.

Todos os dias são novos desafios e o prazer de fazer o melhor possível a cada dia é o maior prazer que se pode almejar, dado que todo dia começa outro desafio. Mesmo a comemoração de uma conquista maior deve sempre ser controlada, porque sabemos que embora a acumulação de vitórias no longo prazo tenha seu valor, para atingi-la, não podemos desviar do foco dia nenhum. Procuramos adotar a mesma abordagem no Instituto.

Quais seriam nossos valores, visão, missão e estratégias básicas?

¹ Como o grande investidor americano Warren Buffett costuma dizer, "você pode compreender a diferença entre envolvimento e comprometimento ao comer ovos com bacon no café da manhã. A galinha está envolvida, mas o porco está comprometido".

Visão

Criar uma instituição que, usando o título do livro de Jim Collins, fosse "Feita para durar", e que servisse como uma experiência documentada, sempre reavaliada e atualizada não só para o setor de arte, mas também disponível para outras iniciativas do terceiro setor.

Missão

1. Ajudar a criar uma alternativa de caminho no meio das artes brasileiras, que ajude a motivar e a promover os artistas e a profissão de artista, colaborar com a organização do setor e gerar uma maior inserção da arte brasileira no cenário global.
2. Colaborar com a reconstrução do acervo do MAM- Rio em paralelo com a construção de um acervo próprio, que represente o trabalho e documente a trajetória de artistas em ascensão na arte contemporânea brasileira a partir de 2010. Este acervo é disponível para exposições organizadas por terceiros e a partir de uma massa crítica, organizada pelo próprio Instituto, inicialmente no Rio² e, em fases subsequentes, em outros locais do Brasil e no exterior.

Estratégia básica

Uma frase que nos marcou desde cedo foi do controverso Roberto Campos: "Ação sem razão é só agitação". Outra foi de um querido professor de física no segundo grau, que aplicava provas geniais, utilizando os conceitos lecionados, mas com questões nunca abordadas. Quando a turma reclamava, ele sempre vinha com a mesma resposta: "Prova é hora de fazer, não é hora de pensar. Hora de pensar e entender é antes da prova". Acho que daí vieram as sementes de procurar sempre estudar e planejar ao máximo antes de começar a fazer qualquer coisa que seja.

Uma das primeiras coisas foi adotar, sempre que possível, referências de sucesso, onde quer que estejam. Costumo brincar que procuro ficar atento ao que está acontecendo de bom em todo o mundo, imaginar se não derrete a 40 graus. Se não, conversa-se, copia-se, etc...

Outro aspecto, mais conceitual foi estarmos conscientes de que é impossível agradar a todos. Deixar bem claro o que estamos buscando e o que está fora do escopo certamente foi fundamental para chegarmos até aqui. Por exemplo, o Prêmio é focado em apoiar artistas brasileiros com trajetória ascendente nos últimos dez anos. Não admitimos censura de nenhuma natureza. Não nos manifestamos institucionalmente sobre outros assuntos, por mais relevantes que sejam.

² Desde 2018, recortes da coleção do Instituto têm sido exibidos com curadoria de Luiz Camillo Osorio no espaço cultural da Villa Aymoré, na Glória, Rio de Janeiro.

O estabelecimento de regras e tomadas de decisões sempre foram objeto de conversas internas e externas. Em vários casos, adotamos mudanças sugeridas por artistas, como a mudança na distribuição das doações, tanto no segundo ano como agora.

Em seguida, estabelecer as condições limítrofes, mínima e máxima. Sabíamos que queríamos:

1. Uma estrutura mínima eficiente, para que a maior parte dos recursos beneficiasse diretamente os artistas.
2. Um processo claramente definido e simplificado ao máximo. Daí veio a ideia de, ao invés de um processo de inscrições, que certamente levaria a termos que processar e avaliar milhares de artistas, adotar o processo de indicações, onde todo ano convidaríamos um grupo de 20 a 40 pessoas ativas na arte contemporânea brasileira a indicar até três nomes (no início eram cinco, mas notamos que a qualidade por vezes sofria).
3. Uso intenso de tecnologia padrão, de preferência *open-source*.
4. Rigor administrativo, tanto no que diz respeito a reuniões semanais internas, com acompanhamento de cronogramas, discussão de situações novas, métricas e *benchmarks*.
5. Busca constante de efeitos de rede, ou seja, o esforço de um artista trás o interesse de mais pessoas para o site, catálogos e exposições, que, por sua vez, beneficiam outros artistas.
6. Governança: uma estrutura de tomada de decisão na qual muitos participem de forma que ninguém individualmente possa ser determinante em quem serão finalistas e vencedores.
 - a. O conselho do Prêmio tem como meta nomear como indicadores pessoas idôneas que estejam ativas em relação à arte contemporânea brasileira, distribuídos segundo dois critérios:
 - i. Geografia onde atuam predominantemente (as cinco regiões do Brasil mais aqueles que residem no exterior) e,
 - ii. Por atividade: críticos, curadores, colecionadores, artistas consagrados e, de forma bem restrita, galeristas.
 - b. Na seleção dos indicadores e do júri de premiação nos afastasse ao máximo das decisões de quem seriam os vencedores e indicados. Nossa participação se limita ao conselho do Prêmio, que determina os indicadores de cada ano. Como

são entre 20 e 40 e temos no conselho críticos, curadores, colecionadores e administradores de instituições, nosso efeito é mínimo. No máximo, levantamos nomes para que os demais avaliem.

7. Não fazemos parte do júri de premiação nem participamos das reuniões do mesmo.

Funding

Primeiro, verificamos que evitar parcerias com entidades governamentais nos ajudaria a ter mais autonomia e velocidade. E, por outro lado, sabíamos que, seguindo a crença que não cabe censura à arte, seria um complicador ter parceiros ou patrocinadores privados, pelo menos até que ficasse mais claro o projeto.

Posteriormente, analisamos que alternativas "óbvias", como "lojinhas", venda de propaganda no site e no catálogo e venda do próprio catálogo, geram poucas receitas, muito trabalho e, para um projeto ainda novo, seria prejudicial à imagem. Optamos, então, em ganhar dinheiro onde sabemos ganhar, no "atacado", e deixar a questão de *funding* adicional para quando o projeto estivesse mais consolidado. Daqui para frente, começaremos a pensar soluções que nos permitam desenvolver outras atividades afins (mais comissionamento de obras e projetos de artistas, mais conteúdo de vídeo e exposições em outras geografias).

Por que o foco em artes?

Começaram, então, investigações e rumações mais profundas no sentido de direcionar nossos esforços na arte. Num país com tantos problemas nas áreas de segurança, saúde, educação e corrupção, qual o sentido de fazer algo focado em artes? À época predominou a ideia de que bem ou mal, estes demais setores já eram alvo de ONGs bem maiores e de que as artes visuais estavam relativamente abandonadas. Isto, no entanto, não bastava. Muitas outras atividades estavam deficientes. Seria a arte relevante?

A questão de arte x propaganda também sempre me intrigou. Esta era a questão que um gestor de investimentos com formação de engenheiro se colocava. Dentro da minha vasta ignorância, amplificada pela crença no foco, pensava que as propagandas das grandes companhias, com orçamentos imensos e acesso a vários recursos eram, na maioria dos casos, mais eficientes em transmitir uma ideia e conceito que a grande maioria das obras de arte. Quase tenho vergonha da minha opinião passada, mas dei uma guinada de 180 graus. À medida que comecei a estudar e a refletir mais sobre o assunto, muitos pontos diferentes me levaram a esta mudança, que dado ao efeito positivo que tiveram em mim, gostaria de compartilhar.

A maior diferença que percebi, inicialmente, foi a de tempo. A propaganda tem que ser algo que te pegue em 30 segundos, no máximo, e leve a uma ação (de compra). As melhores obras

de arte me parecem ser aquelas que se tornam mais relevantes para mim com o tempo, com reflexão e com degustação e que levam a uma mudança de pensamento.

Subsequentemente, veio a questão da inovação. Ouvi de um publicitário que o que vende é mulher bonita, filhotes de animais (incluindo humanos) e cenas de *fast action*. Já a arte, pelo menos em princípio, não tem objetivo de vendas, e sim de externar e de explorar questões que podem ser relevantes hoje para um grupo *avant garde*, mas ainda não para a maioria. Por isso, muitas vezes choca. A coisa fez "click" quando comparei com a matemática pura, que em princípio pode parecer um capricho intelectual mas que com o passar do tempo torna-se ferramenta essencial. Com o tempo, começa-se a notar que a grande maioria das propagandas "inspira-se" em obras de arte.

E, por último, a questão de censura. As grandes companhias são extremamente conservadoras por necessidade. As inovações, principalmente em questões de posicionamento associadas às práticas e aos bons costumes, quando ocorrem são de empresas de nicho.

Resumindo, para mim, arte tornou-se um misto de religião e terapia, algo que me traz paz, reflexão e um crescimento interior em relação a questões "não-práticas". Meu recarregador de baterias, meu radar.

Há duas frases de Hans-Ulrich Obrist, famoso curador suíço, que acho que refletem bem a importância da arte, tanto em retrospecto quanto pelo fato de, na prática, ser dos melhores sistemas de livre pensamento.

1. "Arte é um dos melhores sistemas de alerta em relação ao que está por vir."
2. "Os artistas são especialistas em nos ajudar a ver o invisível."

Tentando reforçar, argumento indo pelo lado oposto. Se arte não fosse tão relevante, por que seria historicamente alvo primário de regimes totalitários? Por que Hitler teria promovido a destruição de obras de arte "degeneradas" e, mais próximo, por que havia tanta censura no regime militar brasileiro de minha geração?

Por outro lado, num mundo em que praticamente tudo mudou, por que pelo menos desde nossos antepassados das cavernas de Altamira, há 36.000 anos, a arte sempre foi uma atividade presente?

O recente livro "Art Dividends", de Darren Henley, atual CEO do Arts Council do Reino Unido, lista benefícios do investimento em artes, dentre os quais ressalto:

1. Encoraja a criatividade
2. Impacto positivo na educação
3. Ajuda a prover a identidade de cidades e estados
4. Contribui para a prosperidade econômica.

De fato, é impressionante ver a relevância do setor criativo para a economia inglesa, que já está se aproximando do setor financeiro. A experiência suporta este dado. Basta abrir o Financial Times qualquer dia para ver a quantidade de exposições em museus, galerias públicas e privadas, festivais, feiras, leilões e indo a estes eventos a audiência sempre impressiona, tanto pela quantidade quanto pela diversidade, com especial destaque para o percentual de estrangeiros, que cada vez mais adotam o turismo cultural.

Ainda do livro de Darren Henley,

"Os artistas têm que poder desafiar ideias e conceitos estabelecidos, pensar de forma livre e diferente e criar arte de novas formas. Só através do apoio à diversidade de perspectivas de cada artista pode-se garantir que os interesses de todos sejam abordados - e que todos estão recebendo o melhor das artes."

Aliás, interessante notar que o "Arts Council" foi criado e liderado nos seus primeiros anos por John Maynard Keynes, famoso economista inglês, que à época colocou:

"O artista é aquele que segue na direção que as brisas do espírito o levam. Não podemos dar-lhes direção. Ele mesmo não a conhece a priori. Mas ele nos direciona a novos lugares e nos ensina a apreciar e amar coisas que a princípio rejeitamos, aumentando nossa sensibilidade e aprimorando nossos instintos".

E, por fim, porque com os limitados recursos de tempo e financeiros, manter um foco bem claro era ainda mais importante.

Por que começamos pelo Prêmio?

Não demorou muito a formar uma crença que a melhor forma de maximizar o impacto de recursos bem limitados seria através do mecanismo de prêmio, e que se quiséssemos aumentar substancialmente as chances de eficácia deveríamos nós mesmos tocar um projeto³, aplicando a disciplina e os conceitos que aprendemos na carreira de empreendedor, analista e gestor de investimentos. Os projetos bem tocados eram, em geral, imensos e nossa contribuição seria praticamente irrelevante. Nossa veia investidora nos levava a buscar algo com "alavancagem assimétrica".

Uma coisa que chamou atenção foi o fato de que amigos dos meus filhos aqui (voltamos a morar, já sem filhos, na Inglaterra, em 2014) dotados de vocações artísticas planejavam seguir carreira na área, enquanto que os amigos brasileiros nem cogitavam tal futuro. Artista não era uma alternativa viável/aceitável para eles e, muito menos, para seus pais. As chances de

³ 100% pro-bono. Nunca recebemos um centavo ou obra do Instituto. Sob o ponto de vista "material", para nós, o Instituto é um projeto de mão única.

serem capazes de se sustentarem na carreira eram mínimas. Os ídolos no Brasil, dependendo do meio, eram predominantemente os jogadores de futebol, os traficantes, os artistas de televisão (principalmente do, a meu ver, abominável BBB) e, eventualmente, os empresários bem-sucedidos, independente da não "ortodoxia" de muitos. Reforçar a possibilidade de uma carreira artística através de um prêmio que gerasse destaque e projeção, benefícios financeiros e experiência internacional através de residências, parecia fazer sentido.

Ao mesmo tempo, o muito querido e respeitado Luiz Camillo Osorio assumia a curadoria do MAM-Rio, que desde o trágico incêndio de 1978, nunca havia recuperado seu esplendor institucional nem recomposto seu acervo.

Algumas conversas foram fundamentais para o desenho do Prêmio. Uma delas foi com quem viria mais tarde a ser membro durante vários anos do conselho do Prêmio, Flávio Pinheiro, pessoa de vasta experiência acumulada e destilada, que nos aconselhou a pensar como manter o Prêmio ativo o ano inteiro. Desta forma, não seria necessário começar tudo de novo a cada ano.

Surgiu daí a ideia do site, continuamente atualizado com obras, entrevistas e textos dos "artistas PIPA", do Prêmio PIPA Online, objeto de muita controvérsia, mas que temos certeza que os positivos superam os negativos. Foi uma maneira de reverter a situação de que se os jovens, em grande medida, não vão aos museus, as artes irão até eles com um prêmio na ferramenta que, à época, começava a despontar como "o" ponto de encontro e troca de ideias da "garotada".

Também daí vieram as ideias de fazer as coisas por partes, primeiro anunciando os conselheiros do Prêmio a cada ano, depois os membros do comitê de indicação, sucedido pelo anúncio dos artistas indicados, em vários boletins diários. Este último também contestado pelos artistas que alegavam ficar sofrendo em conta-gotas. Mas tínhamos que cada um teria seu momento de fama muito mais garantido sendo anunciado junto com outros quatro ou cinco do que num listão de 50 ou 60 nomes. Com isso, inclusive, muitos artistas que não se conheciam, foram estabelecendo contatos. E cada artista, além de ter seus trabalhos, CV, galeristas e críticas em suas páginas, também teria direito a uma entrevista de aproximadamente três minutos, explicando como foi a decisão de tornar-se artista, explicando o processo de criação, seu dia a dia, etc... A padronização do uso do Skype eliminou a questão de geografia, fazendo com que todos tivessem o mesmo tratamento e acabou sendo um grande sucesso na divulgação de artistas de fora do eixo Rio/São Paulo.⁴

Ao final de dez anos, como no caso do PIPA Online, o conceito de externalidade de rede mostrou sua força. Quanto mais os artistas participam, enviam material para que mantenhamos suas páginas mais atualizadas, mais o site é acessado por instituições do Brasil e do exterior, que indo pesquisar sobre um artista, acaba conhecendo outros, a ponto de termos adotado o

⁴ Como tudo na vida, nada é unânime. Praticamente todo ano algum artista pede para refazer o vídeo "porque não ficou bem na tomada", "porque não gostou da edição" ou porque "mamãe não gostou".

tagline sugerido por uma curadora, que mencionou que o site e os catálogos do PIPA tornaram-se "The window into brazilian contemporary art" - "A janela para a arte contemporânea brasileira".

Outra conversa que também marcou foi com o conselheiro do Prêmio do primeiro ano (e que, para nossa felicidade, volta agora neste décimo ano), Marcelo Mattos Araújo, que colocou como condição para seu envolvimento nosso compromisso de que seria um projeto de longo prazo, um ponto que já tínhamos em mente, mas foi devidamente ressaltado e lembrado a cada decisão subsequente.

Aliás, esta "impermanência" do conselho do Prêmio sempre foi algo deliberado e importante. O fator comum a todos sempre foi o caráter, a generosidade e o amor à arte. Por outro lado, sempre procuramos combinar a manutenção de algumas pessoas que zelassem pela continuidade dos valores básicos do Prêmio, com diversidade geográfica dentre os que estão mais próximos do cenário da arte contemporânea e com pessoas cujo histórico e a experiência de vida gerassem certa cerimônia e ajudassem a "baixar a bola".

Sem deixar de ressaltar que certos conselheiros, mesmo por vezes não estando no conselho formalmente, sempre são consultados pelo bom-senso e pela experiência. Nesta categoria estão o já citado Flávio Pinheiro e Luis Antônio de Almeida Braga, que participou formalmente do conselho de seleção no primeiro ano e, assim como Marcelo Araújo, que retorna nesta décima edição.

Futuro

Muitas pessoas perguntam: "Dado que vocês moram fora do Brasil há tanto tempo, por que continuam dedicando tanto tempo e recursos ao Instituto PIPA?".

Sem dúvida, uma questão válida, dada nossa decepção geral com o país. Mas acreditamos que uma coisa é correr risco físico, outra é, apesar dos pesares, tentar dar nossa contribuição para que as coisas melhorem. Afinal de contas, vivemos quase 50 anos no Brasil, e nossa capacidade de entender os problemas e gerar alguma contribuição efetiva no país certamente é muito maior lá que em outro lugar.

Outra razão baseia-se no estudo de história, e ver que uma maior integração no mundo, principalmente no campo das ideias, gera muito ganho para todos. Especialmente no mundo das artes e das ciências. Foi assim desde a Grécia, Alexandria, Bagdah, Córdoba, Toledo, Veneza, Londres, Paris, Silicon Valley, etc.

Outra coisa que tem em comum foi o fato de que todos tiveram seu apogeu e depois tornaram-se muito menos relevantes. Isso nos leva a pensar o futuro, dado que para todo o esforço valer à pena, não bastam dez anos. E bem sabemos da improbabilidade de um sucesso intergeracional, que não seja bem pensado e trabalhado ao longo de anos.

Nova estrutura institucional

Mais uma vez, fruto de muita reflexão sobre as experiências destes primeiros dez anos e das ambições futuras, no início deste 10º ano de existência, iniciamos o projeto da PIPA Foundation, uma entidade sem fins lucrativos fora do Brasil, mas com os mesmos objetivos de apoiar a arte contemporânea brasileira.

Porque

Os motivos merecem detalhamento, dado que parte reflete ajuste evolutivo, que dentro do escopo da missão de criar e de divulgar um "*blueprint*" de modelo para o terceiro setor, seja eficaz e parta do início de eventual ampliação das atividades da "plataforma do Instituto PIPA".

O primeiro motivo é o de **segurança institucional**. A área de terceiro setor do Brasil, especialmente nos últimos governos, foi objeto de usos ilícitos e isto combinado com a tendência a casuísmos e *overreaction* é uma preocupação que não precisamos ter.

Custos - Cada vez que temos que pagar uma conta no exterior, seja a residência de um artista ou *storage* dos sites e coisas do gênero, pagamos 50% de imposto. Lembrando que nossos recursos são voluntários, sem benefícios fiscais. Pelo contrário, já foram tributados antes.

As possibilidades de outras e/ou maiores iniciativas dentro do mesmo escopo, levando a arte brasileira para fora, promovendo pesquisas, intercâmbios, residências e exposições têm batido à nossa porta cada dia mais. No entanto, se tivermos que pagar 50% de impostos sobre as despesas no exterior, nada disso é viável.

E, finalmente, talvez a razão mais importante, construir um conselho para o Instituto, diferente do atual, que é focado no Prêmio, que ajude ainda mais no processo de inserção internacional do Instituto e que traga novas experiências e ideias.

Governança & Sucessão

Acima de tudo, nossa meta básica é continuar fazendo cada vez melhor o que já vimos fazendo até aqui: através do Prêmio PIPA, da compra e do comissionamento de obras e projetos, incentivar e apoiar artistas brasileiros contemporâneos com uma trajetória artística ascendente. Para isso, já temos *fundraising* estruturado por pelo menos mais dez anos. Mas, para que o PIPA continue existindo por 50 anos, por exemplo⁵, o processo de institucionalização tem que começar agora. Precisamos atrair mais pessoas *seniors*, experientes e apaixonadas por arte, de forma que sintam-se, e de fato sejam, condutores deste projeto (de expansão ou não) e de sucessão de longo prazo.

⁵ A Royal Academy of Arts recentemente comemorou 250 anos...

Nestes primeiros dez anos, o objetivo era dado e contamos com o comprometimento de pessoas da maior qualidade, desde Luiz Camillo Osorio, Luiz Motta e Lucrécia Vinhaes, liderando e coordenando o dia a dia, os conselheiros do Prêmio, além dos já citados Moacir dos Anjos, Kiki Mazzucchelli, Fernando Cocchiarale, Tadeu Chiarelli e Helmut Batista, passando pelas fiéis lutadoras do dia a dia Catarina Schedel e Maria Espírito Santo, chegando às atuais Thaysa Paulo e Patrícia Bello, além de voluntários que deram e dão suas contribuições como a assistente geral Eleina Coutinho, Gustavo Dalcin Ballvé, que segurava boa parte da IT nos primeiros anos (e hoje encontra-se feliz e contente no Canadá), o queridíssimo Hélio Sussekind e o infalível "resolve tudo" Marival Fontes dos Santos.

Mas, o desafio de preparar a sucessão (não estamos ficando mais novos...) é fundamental. Nossa experiência é que é algo a ser feito quando ainda não é crítico. Temos que começar a pensar e a avaliar alternativas de pessoas mais jovens que possam nos substituir. Isso requer tempo e, em geral, é uma experiência de tentativa e erro. O objetivo é definir quem vai tomar as decisões importantes, sempre ponderando o curto e o longo prazo⁶, em termos do que fazer ou não, como e com que fonte de fundos. Como lidar com as mudanças que certamente virão, nas mais diversas frentes. Em caso de crise incontornável, a que instituição será doado o acervo do Instituto, e em quais condições (manutenção do prêmio e manutenção do acervo). Buscamos pessoas que sejam capazes de evoluir o que fazemos, observadas a visão e a missão, obviamente dentro de padrões éticos absolutamente inelásticos, e não sintam-se escravas do "o que eles fariam".

Novas ideias/projetos em estudo

A questão de governança também surge forte em relação ao que fazer a mais, ou não. Dada nossa experiência, infraestrutura, contatos e a fraqueza institucional do setor de artes no Brasil, a toda hora surgem ideias e projetos interessantes, que ficamos tentados a fazer, desde que não comprometam o que vem sendo feito com sucesso.

Isto, combinado com o profundo desejo de aumentar a probabilidade de continuidade por muitos e muitos anos (pelo menos mais uma geração) nos levou a evolução na nossa estrutura com a criação de uma associação internacional sem fins lucrativos e um conselho institucional, principalmente focado no médio e no longo prazos que, sem comprometimento do que já vem sendo feito (prêmio, sites, catálogos, construção de acervo através de comissionamento e apoio a projetos de artistas e aquisições), nos permita fazer mais. A implantação desta instituição e definição de seu *modus operandi*, de seus conselheiros e de seus associados, é um dos principais projetos para 2019.

⁶ Se há algo em que humanos, em geral, erram é sobre enfatizar o curto prazo em detrimento do longo prazo.

Conclusão

Finalmente, abordamos uma questão filosoficamente complexa: "Se não é por dinheiro, seria por altruísmo?", mas em relação a qual acreditamos profundamente na nossa resposta: um sonoro não. A definição de altruísmo é de algo feito em benefício de terceiros, envolvendo sacrifício próprio. Não acreditamos no altruísmo como algo que "se resolve em si". Dá trabalho? Dá. Custa dinheiro? Custa. Mas são "sacrifícios" pequenos e **voluntários**.

A felicidade de poder ajudar centenas de pessoas esforçadas e talentosas, que não tiveram nossa sorte, emergirem, é imensa, mas essas são causas proximais. A causa distal é que sermos capazes de proporcionar esta alegria e tentar fazer sempre mais e melhor é o que nos motiva, no nível mais profundo.