



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



COME2ART: Introducing a collaborative scheme between artists & community members fostering life skills development and resilience through creative placemaking

Contract number: 2020-1-EL01-KA227-ADU-094692

Erasmus + project, Partnerships for Creativity



*“Um currículo de habilidades para a vida por meio das artes
no contexto da criatividade criação de lugares”*

1



This publication has been produced with the financial support of the Erasmus+ Programme of the European Commission. The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the author(s), and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





Módulo 4

Colaborar com outras pessoas em projetos artísticos, promovendo esforços coletivos e compreensão compartilhada

Introdução

O quadro conceptual LifeComp da Comissão Europeia agrupa Colaboração juntamente com Empatia e Comunicação no âmbito da Área Social. De acordo com a estrutura, Colaboração significa envolver-se em atividades de grupo e trabalho em equipe, reconhecendo e respeitando os outros.

A colaboração é uma das principais habilidades do século 21 para poder levar uma vida melhor e pode ser ensinada.

O Módulo 4 é composto por duas unidades:

Unidade 4.1: Repensando o que significa colaborar

A primeira Unidade apresentará aos participantes as noções básicas de colaboração, partindo de uma reflexão sobre Empatia e escuta ativa.

Esta unidade inclui:

- Estruturas e ferramentas que podem ser usadas e aplicadas para que os membros da comunidade aprimorem suas competências de colaboração
- Como antecipar e superar conflitos.

Unidade 4.2: Práticas coletivas no ambiente artístico

A segunda Unidade apresentará aos participantes estudos de caso interessantes e métodos para uma colaboração eficaz. Tal como salientado pela investigação, a dimensão colaborativa e social das práticas criativas deve ser nutrida para que os jovens e os membros da comunidade se sintam parte de um grupo maior de pessoas que partilham os mesmos valores e propósitos. Isso permitirá que eles se reconectem com sua abertura e capacidade de comunicação.





Esta Unidade inclui as seguintes práticas:

- O modelo ACED: um modelo para a mudança
- O método SCRATCH no Battersea Arts Center

Os principais objetivos de aprendizagem deste Módulo são:

- Conhecimento e aplicação da noção de empatia e escuta ativa
- Descrição de ferramentas e estrutura para compreender e melhorar as habilidades de colaboração
- Dicas e truques para ter melhores conversas online
- Descrição dos estudos de caso baseados na colaboração com membros da comunidade

Em linha com estas competências, os materiais de formação das Unidades 4.1 e 4.2 visam alcançar estes principais resultados de aprendizagem:

- Defina pelo menos 1 elemento de empatia
- Indique pelo menos um aspecto-chave de uma colaboração
- Aplicar escuta ativa
- Experimente pelo menos 1 exercício para exercitar a empatia
- Crie um projeto de arte baseado na colaboração
- Identificar o que é o design de experiência centrado no público (ACED)
- Descreva o método SCRATCH
- Identifique pelo menos três pontos-chave de aprendizagem do programa Pessoas e Lugares Criativos.





Unidade 4.1: Repensando o que significa colaborar

Introdução

Como uma das principais competências do século XXI para poder prosperar, a colaboração é definida como a capacidade de “envolver-se em atividades de grupo e trabalho em equipe, reconhecendo e respeitando os outros”. Intimamente ligada à empatia e à comunicação, a capacidade de criar e orientar um ambiente colaborativo é essencial para qualquer processo criativo baseado em dinâmicas de grupo.

Colaboração é relacionar-se com outra pessoa, exercitar a empatia, a escuta ativa e a disposição para abraçar a partilha de perspetivas e a co-desenho de ideias.

Compreendendo a empatia

A colaboração eficaz é alimentada pela empatia, definida como “a compreensão das emoções, experiências e valores de outra pessoa, e o fornecimento de respostas apropriadas”. A empatia está interligada com a autoconsciência ou a capacidade de identificar, rotular e descrever as próprias emoções enquanto reconhece, compreende e responde às emoções dos outros.

Muitas vezes percebida como uma qualidade inata ou algo que não pode ser ensinado, é interessante refletir sobre a empatia, considerando que o Grupo de Trabalho da UNESCO sobre Educação para a Cidadania Global inclui a empatia entre as competências de cidadania global. A empatia pode ser aprendida e praticada. É possível ter empatia por alguém e ainda assim discordar de suas atitudes ou valores. Portanto, é essencial tomar consciência de quais emoções os outros despertam em nós e como escolhemos responder a elas. Trata-se de se colocar no lugar de outra pessoa, mesmo que ela não se sinta confortável. É ouvir, compreender, não julgar, às vezes nos expor, ativar uma conexão e aceitar o ponto de vista do outro.





Empatia, para um grupo de pessoas, significa construir algo, a partir da escuta e da construção de confiança. Para ter ideias verdadeiramente criativas é necessário procurar uma diversidade de perspectivas e criar um espaço acolhedor para as pessoas partilharem as suas ideias sem medo de julgamento. A empatia é a habilidade chave para desbloquear isso. Para desenvolver a capacidade de colaboração empática, pode-se começar fazendo mais perguntas, ouvindo ativamente, assumindo uma mentalidade curiosa e aproveitando as ideias dos outros.

Usando escuta ativa

A maioria das pessoas considera ouvir como uma atividade passiva, mas ouvir ativamente não é apenas ouvir o que foi dito, mas é um processo bidirecional que envolve habilidades tanto do emissor quanto do receptor. É uma ferramenta poderosa para iniciar e manter a colaboração: se estamos ouvindo, é visível, se somos ouvidos podemos estabelecer uma relação de confiança e colaboração porque um ouvinte ativo dá o dom de toda a sua atenção, proporcionando ao orador o espaço para se expressar.

No entanto, as pessoas tendem a ouvir e pensar ao mesmo tempo, formulando uma resposta ao que a outra pessoa está dizendo ou filtrando qualquer informação que considerem irrelevante (escuta não funcional). Antecipação e preconceito são comportamentos comuns que podem afetar a capacidade de ouvir verdadeiramente alguém e impedir de ver as coisas de uma nova perspectiva. O que leva à escuta “não funcional” é a crença de que já sabemos o que o falante vai dizer. A barreira mais perturbadora para a Escuta Ativa é a distração da voz interior que julga preventivamente o outro.

Por isso, estar plenamente presente é a primeira condição para uma escuta ativa. Implica o processo de tomar consciência dos nossos sentimentos e utilizá-los como informação “emocional” sobre nós mesmos, o nosso interlocutor e o conteúdo do seu discurso. A escuta ativa é um estado de escuta aprimorado e





ativo que inclui observar o que as mensagens não-verbais de uma pessoa estão dizendo – as mensagens corporais – e o contexto.

Requer esforço, autoconsciência e prática. É uma habilidade poderosa porque permite que uma pessoa obtenha mais insights e informações maiores e mais puras. Permite comunicar melhor dentro de uma equipa, com outros pares ou com stakeholders externos. Ao baixarmos as nossas vozes internas, podemos criar um espaço de confiança e respeito. A escuta ativa pode ajudar a dissipar conflitos e estimular a colaboração.

Colabore com outras pessoas em práticas artísticas

Colaboração é envolver-se em atividades de grupo e trabalho em equipe, reconhecendo e respeitando os outros. Traz uma sensação de realização partilhada e os laços entre os membros do grupo podem ajudar a construir relacionamentos afetuosos. Ajuda a combater estados psicológicos negativos, como depressão, ansiedade ou raiva reprimida, medo do fracasso, desesperança e falta de sentido. A interdependência positiva, a possibilidade de confiar nos esforços uns dos outros e a interação promotora (encorajando e facilitando as contribuições uns dos outros) são aspectos fundamentais da colaboração. Mas como podemos ter certeza de que estamos criando um contexto e ambiente adequados para o nosso grupo colaborar? Aqui estão alguns aspectos importantes para supervisionar e controlar:

- Propósito comum: é importante definir um objetivo claro para a colaboração que o grupo está desenvolvendo. Todos precisam saber claramente o que a colaboração pode trazer.
- Aproveitar os pontos fortes: mapear os ativos que o grupo traz para a mesa é um exercício de capacitação para fortalecer a vontade de colaborar.
- As ações falam mais alto que as palavras: em vez de estarem envolvidos nas reuniões, os membros do grupo precisam colaborar sobre estratégias e planos de ação. A cocriação é uma dimensão vital para a colaboração.





- Atingir o tom certo: a comunicação é um componente-chave da colaboração. Ao criar um ambiente colaborativo, a acessibilidade da linguagem e dos códigos deve ser garantida e não considerada um dado adquirido.
- Evidências: construindo compromisso, é importante trabalhar na recolha e partilha dos resultados da colaboração, as evidências podem motivar e inspirar o grupo e o seu legado.





Unidade 4.2: Práticas coletivas no ambiente criativo

Introdução

Esta Unidade apresenta 3 práticas colaborativas selecionadas para co-idear, co-projetar e co-avaliar práticas baseadas nas artes: o modelo ACED, o método SCRATCH, o quadro de avaliação colaborativa de pessoas e lugares criativos. Estas 3 práticas coletivas em contextos criativos partilham uma abordagem bottom-up onde a colaboração e a inclusão são garantidas pela adoção de metodologias como a abordagem centrada no ser humano, tentativa-erro e aprendizagem de duplo ciclo, design thinking que coloca as pessoas no centro do processo criativo. processo, seja durante a fase de criação, implementação ou avaliação.

O modelo ACED: um modelo para a mudança

ACED – Design de Experiência Centrado no Público¹ é um formato de prática coletiva para ajudar as organizações culturais a criar experiências com e para os seus públicos, visitantes ou participantes, utilizando um processo faseado que pode ajudá-los a fazer mudanças a longo prazo.

Segue os princípios do design centrado no ser humano e está adaptado à forma como as organizações culturais trabalham, tendo sido co-desenhado, experimentado e testado com organizações de todo o mundo. Reconhece que, para sermos eficazes, precisamos de estar preparados para mudar a nós próprios e às nossas organizações.

ACED destina-se a organizações culturais interessadas num modelo de intervenção para melhorar a sua capacidade de estabelecer relações significativas com os seus públicos e comunidades. Funciona para instituições

¹Este texto é um extrato de “A Blueprint for Audience Centered Experience Design”, uma publicação realizada no âmbito do projeto ADESTE+ cofinanciado pelo Programa Europa Criativa da União Europeia





grandes ou pequenas, numa variedade de formas artísticas e culturais e em diferentes tipos de organização. Pode ser adaptado para diferentes contextos e missões e tornam-se tão diversas na prática como o são as organizações que decidem aceitá-las.

O ACED baseia-se nas necessidades das organizações culturais, mas é relevante e útil de diferentes maneiras, para uma série de propósitos e funções:

- Para as equipas das instituições culturais oferece formas criativas de utilizar os seus talentos para orientar uma oferta em torno das necessidades do público.
- Para os líderes culturais, pode fornecer a base para uma mudança que seja transformadora, cumpra a missão e capacite as equipas.
- Para formadores, consultores ou facilitadores, proporciona uma forma nova, mas experimentada e testada, de ajudar uma organização a avançar.
- Para os decisores políticos, fornece a inspiração e a base para a mudança mais ampla de que o sector cultural necessita.

A ACED foi criada para proporcionar mudanças fundamentais e de longo prazo. Requer uma perspectiva positiva e otimista que dê a devida atenção à experiência do público, participante ou usuário.

O Design de Experiência Centrado no Público, portanto, concentra-se no que precisamos fazer para atender às necessidades do público e, ao mesmo tempo, em facilitar a mudança na organização para que isso aconteça. Requer empatia, criatividade, uma abordagem prática e um compromisso para testar, validar e adaptar conforme necessário.

Três fases gerais e oito etapas:

PREPARE-SE/a preparação e os pontos de partida

1. Prepare/decida se você está pronto e o que quer fazer
2. Descongelar/desbloquear a organização e configurar o processo



EXPERIMENTO/fase de pensar, considerar e testar

3. Tenha empatia/identifique e compreenda o seu público de interesse
4. Defina/esclareça o que você deseja alcançar
5. Idealize/crie, imagine, pense no que você poderia fazer para conseguir isso
6. Prototipar/decidir sobre as melhores soluções e testá-las
7. Comprometa/avalie o que funcionou, refine, tente novamente ou adote e amplifique
8. Incorpore/incorpore a(s) solução(s) e as novas práticas de trabalho no seu trabalho.

O modelo ACED é uma abordagem que pode ser adoptada por todos os tipos de organizações numa variedade de contextos dentro do sector cultural. Foi desenvolvido no âmbito do projeto Adeste+ para abordar a questão de permitir uma participação e envolvimento mais amplo e profundo do público com instituições culturais.

Para saber mais sobre este formato: aced.adeplus.eu

O método SCRATCH no Battersea Arts Center

O Battersea Arts Centre, em Londres, descreve-se como uma instituição que acolhe espaços acolhedores e inclusivos onde comunidades, artistas e públicos podem conectar-se e ser criativos. Instalado num edifício icónico e com uma história radical, este centro de artes pretende “dar às pessoas os recursos para desenvolverem ideias artísticas ousadas e não convencionais, e colocar a acessibilidade no centro de tudo o que fazem”².

Um elemento caracterizador do Battersea Arts Centre, que o torna internacionalmente famoso pela metodologia de trabalho adotada, é o chamado “método scratch”. Este método é aplicado a tudo o que Battersea realiza e produz, seja um novo espaço performativo ou um espetáculo.

² <https://bac.org.uk/>





O Scratch é uma forma de os artistas partilharem ideias e espectáculos inacabados com o público numa fase inicial e obterem feedback. O método segue um processo simples: quando um artista ou profissional propõe uma ideia em forma de rascunho, antes de investir nele, Battersea o desenvolve junto com o público para coletar suas contribuições. Se um artista tem uma ideia e os produtores sentem que querem dar uma chance (fase de planeamento), é organizado um primeiro rascunho de como será o show, por exemplo, um show de 10 minutos que é testado diante de um público em geral representado pela comunidade local (fase de teste), com uma contribuição mínima de 2 ou 3 libras para coleta de feedback escrito ou oral. O artista analisa o feedback recebido em conjunto com o produtor (fase de análise), é levado em consideração um tempo necessário para incorporar o feedback (tempo) e reiniciar o processo até que o espetáculo não seja concluído.

Os eventos Scratch do Battersea Arts Centre derivam de uma rica história de experimentação e colaboração do público. Ao abrir as portas do centro de artes e fornecer uma plataforma criativa para os artistas experimentarem as suas ideias, o Battersea Arts Center deu a oportunidade a muitos artistas de desenvolverem as suas ideias em espectáculos de sucesso. Desde 2006, o centro tem utilizado o Scratch em diferentes contextos: para desenvolver o edifício, para mudar a sua organização, para desenvolver novas ideias por professores e jovens empreendedores e para expandir para o mundo digital.

Práticas coletivas em áreas menos servidas: Pessoas e Lugares Criativos

Creative People and Places é um programa nacional promovido pelo Arts Council em Inglaterra que visa aumentar a participação artística em locais onde historicamente houve menos oportunidades para as pessoas se envolverem com as artes e a cultura. O programa compreende uma rede de 21 projetos independentes em toda a Inglaterra, e houve três rodadas iniciais de financiamento CPP do Arts Council England a partir de 2012.

Financia parceiros de consórcio em áreas de autoridades locais elegíveis para capacitar a população local a decidir que tipo de atividade criativa querem experimentar no seu lugar. Cada consórcio deve incluir pelo menos um parceiro





não artístico, e cada CPP criou a sua própria visão de dez anos para o seu lugar. Equipas de pessoas têm desempenhado um papel importante no sucesso de Pessoas e Lugares Criativos ao longo dos últimos 10 anos: desde as próprias comunidades, às organizações envolvidas e aos profissionais individuais, muitas vezes autônomos, todos os quais demonstraram um comprometimento incrível com as comunidades com as quais trabalham.

O programa CPP foi avaliado utilizando uma metodologia baseada numa variedade de fontes: pesquisa documental, entrevistas, técnicas participativas, tais como workshops, exercícios de mapeamento e discussões em grupos de voz do público com públicos auto-identificados como “novos”. Aqui estão algumas das observações que o Arts Council reuniu após 10 anos de funcionamento do Programa³:

- Os valores e princípios que estão por trás dos esforços para envolver mais pessoas nas artes e na cultura têm um grande impacto na forma como este trabalho é realizado e na sua eficácia. Para os líderes, tornar esses valores visíveis em comportamentos e práticas parece importante.
- Se o sector cultural espera que o público mude o seu comportamento, precisamos de mudar primeiro. Precisamos de mudar filosoficamente a forma como pensamos as audiências e os participantes como criadores e parceiros; precisamos mudar o que, onde e quando programamos; e precisamos mudar a forma como encontramos e nos comunicamos com o público.
- Muitas das práticas resultam da crença de que as artes são para pessoas “comuns”. Se quisermos realmente que um vasto leque de pessoas se envolva com as artes, precisamos de comunicar de uma forma que fale a um vasto leque

³Fonte: Mapeamento e análise de abordagens de engajamento no programa Creative People and Places por Sarah Boiling e Clare Thurman





de pessoas, e não de uma forma que fale apenas a outros profissionais das artes, a especialistas e a críticos.

- Não existem atalhos para o envolvimento genuíno do público. Demora muito tempo e requer um investimento sério – requer também pessoas com paciência, empatia, resiliência, entusiasmo, visão, criatividade e entusiasmo genuíno.

- Afaste-se da arte. Para estabelecer ligações com pessoas que não pensam que as artes são para elas, é vital trabalhar com parceiros não artísticos, utilizar lugares e espaços não artísticos, conectar-se com indivíduos não artísticos e utilizar uma linguagem não artística.

- Ao mesmo tempo...É importante criar arte que seja significativa e relevante para as pessoas; que fala de suas vidas, de suas histórias e de suas experiências. Não é uma arte que se limita a esses fatores, mas que os usa como ponto de partida para contar histórias envolventes e surpreendentes.

