



**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 do placemaking criativo”



## Módulo 5

### Vamos tornar a arte pública: introduzindo a criação criativa de lugares como uma ferramenta para criar uma comunidade resiliente

#### Introdução

De acordo com [Associação Americana de Planeamento](#), a criação de lugares criativos é um processo em que membros da comunidade, artistas, organizações artísticas e culturais, promotores comunitários e outras partes interessadas utilizam estratégias artísticas e culturais como ferramentas para implementar mudanças lideradas pela comunidade. A placemaking criativa também é descrita como uma nova forma de envolver pessoas e atividades criativas para abordar questões sociais e económicas nas comunidades. Usando espaço público como uma tela de expressão artística, construindo parcerias entre sectores locais, abordando questões e desafios comunitários e visando a mudança económica, física e social, são as noções-chave da criação criativa de lugares. Cos desafios da comunidade são destacados de uma forma inclusiva, onde as partes interessadas envolvidas se reúnem, decidem e tomam medidas sobre questões locais, desde a saúde pública e a memória histórica local até às infra-estruturas habitacionais e culturais. Através destes processos, a comunidade pode fortalecer os seus laços, novas relações entre as organizações da sociedade civil podem ser desenvolvidas e os cidadãos podem adquirir importantes competências para a vida, tornando-os mais resilientes em tempos de crise.

Este módulo tem como objetivo apresentar aos alunos as características específicas do placemaking criativo, explorando teoria e bibliografia relevantes recentes, bem como partilhando as melhores práticas.

Este módulo é composto por 2 unidades. A primeira unidade fornecerá a base teórica do Creative Placemaking e a sua evolução ao longo das últimas décadas. A segunda unidade fornecerá algumas práticas recomendadas de projetos criativos de placemaking pela Europa. Estas boas práticas servirão de inspiração para projetos relativos que se pretendam implementar nas comunidades locais do projeto Come2art, bem como, em qualquer outra iniciativa que vise o mesmo objetivo.



## **Unidade 5.1: Placemaking Criativo: Fundamentação Teórica/ Familiarização com noções-chave**

Nesta unidade iremos esclarecer e aprofundar o conceito de placemaking criativo, passaremos pela sua evolução nas últimas décadas e faremos referência às suas principais características.

Esta unidade inclui:

- Espaço público
- MFazer arte no espaço público
- A importância do envolvimento da comunidade
- Examinando a resiliência da comunidade
- Compreender a relação entre a intervenção criativa pública e a mudança social comunitária

## **Unidade 5.2: Melhores práticas de placemaking criativo**

Esta unidade cobre as melhores práticas de projetos criativos de placemaking que os parceiros COME2ART, e não só, já implementaram nas suas comunidades. Os alunos se familiarizarão com os processos necessários, desafios e riscos quando se trata de projetar e implementar tais projetos.

### **Os principais objetivos de aprendizagem deste Módulo são:**

- Compreensão da noção de placemaking criativo
- Descrição de estudos de caso onde projetos de placemaking foram implementados e tiveram um impacto social notável
- Design co-criativo e implementação de projetos criativos de placemaking

## **Avaliação**

O nível de cumprimento dos objetivos de aprendizagem será avaliado através de:

- Análise dos resultados dos trabalhos
- Questionário
- Ensaio
- Conversa em grupo
- Entrevista individual com artista-educador
- Avaliação dos resultados criativos resultantes do processo de aprendizagem





## Exercício de avaliação

Com base nesses elementos que podem ser utilizados para analisar a percepção de ambientes urbanos complexos, desenvolveu-se o sentido de mapas mentais, que são mapas diagramáticos que podem ser desenhados em um papel em branco ou podem ocorrer a partir de entrevistas verbais sobre a própria situação. sentido da imagem da cidade.

Recomenda-se aos formandos que desenhem um mapa mental de uma área, que poderá ser a área da formação, aquela onde concordaram implementar um projecto ou outro distrito que lhes seja familiar, incluindo não apenas os 5 elementos de a cidade definida por Kevin Lynch, mas também observações pessoais que abordam questões de experiências multissensoriais, como cheiros, paisagens sonoras, observações sobre a cor e texturas de uma determinada área, mas também aspectos emocionais da experiência do espaço público, como a sensação de segurança, desconforto ou ansiedade que podem ser expressos ao passar por determinado local.

Estas observações, colectivas mas também individualmente, podem ajudar a compreender melhor e mais plenamente a essência de um lugar ou o genial loci, tal como definido por Christian Norberg-Schulz. Esse tipo de análise ajuda a esclarecer o fato de que o lugar incorpora dimensões físicas, relações sociais, significados simbólicos e experiências humanas subjetivas (Schofield & Szymanski,2011).

Por último, todos os mapas individuais podem ser resumidos num mapa coletivo onde os formandos podem tirar conclusões sobre o local, encontrar semelhanças e diferenças entre a sua percepção do espaço e a experiência.



## Unidade 5.1: Placemaking Criativo: Fundamentação Teórica/ Familiarização com noções-chave

### Introdução

Nesta unidade, os alunos deverão familiarizar-se com a noção de criação criativa de lugares. O espaço público e o fazer artístico no espaço público são os dois aspectos que serão examinados em primeiro lugar. O Quadro de Intervenção que foi desenvolvido na fase anterior do projecto será utilizado como principal recurso de conhecimento. Os alunos perceberão o papel da arte na coesão social, tomarão consciência da importância do envolvimento da comunidade, bem como dos métodos para chegar aos grupos-alvo interessados. O objetivo mais importante é que eles percebam que projetos criativos de placemaking não têm a arte como objetivo principal. O objetivo é o empoderamento da cidadania ativa que leva a uma comunidade mais resiliente. A arte e as atividades criativas são as ferramentas, os meios para conseguir isso.

Resultados de aprendizagem:

Após a conclusão desta unidade, os alunos serão capazes de:

- Entenda a noção de espaço público
- Identificar as principais características do projeto de placemaking criativo
- Familiarize-se com a evolução do conceito de placemaking criativo
- Perceba a importância do envolvimento da comunidade em projetos criativos de placemaking
- Compreender a relação entre a intervenção criativa pública e a mudança social comunitária



### 5.1.1 Espaço Público da Cidade

Ao longo da história, os espaços públicos continuaram a evoluir através de transformações urbanas e sociais. Se ponderarmos sobre a evolução da imagem das cidades em todo o mundo, mas mais especificamente na Europa, a cidade outrora orgânica e não planeada da Idade Média transformou-se, através das teorias e do design urbano do Renascimento, num conjunto geométrico com curadoria. A emergência de novas paisagens urbanas devido à industrialização dos meios de produção conduz, em muitos casos, a um ambiente urbano caótico e pouco higiénico. Como resultado, muitas teorias e planos foram desenvolvidos no final do século XIX sobre a cidade ideal e as suas componentes geométricas, mas também sociais e económicas. A racionalização do espaço público culmina nas transformações modernistas do planeamento urbano (projectos de renovação urbana), embora este desenho puramente funcionalista dos ambientes urbanos tenha levado à alienação de experiências sensoriais e pessoais na cidade moderna (Kohn, 2004). Para além dos já mencionados espaços públicos hostis que a cidade moderna tem para oferecer, a privatização de espaços partilhados dentro dos limites da cidade priva ainda mais os seus cidadãos de oportunidades viáveis e equitativas de experimentar espaços comuns. Tem-se comprovado repetidamente que os projectos de planeamento urbano de grande escala tendem a perder o alcance das suas metas e objectivos iniciais. a privatização de espaços partilhados dentro dos limites da cidade priva ainda mais os seus cidadãos de oportunidades viáveis e equitativas de experimentar espaços comuns. Tem-se comprovado repetidamente que os projectos de planeamento urbano de grande escala tendem a perder o alcance das suas metas e objectivos iniciais. a privatização de espaços partilhados dentro dos limites da cidade priva ainda mais os seus cidadãos de oportunidades viáveis e equitativas de experimentar espaços comuns. Tem-se comprovado repetidamente que os projectos de planeamento urbano de grande escala tendem a perder o alcance das suas metas e objectivos iniciais.

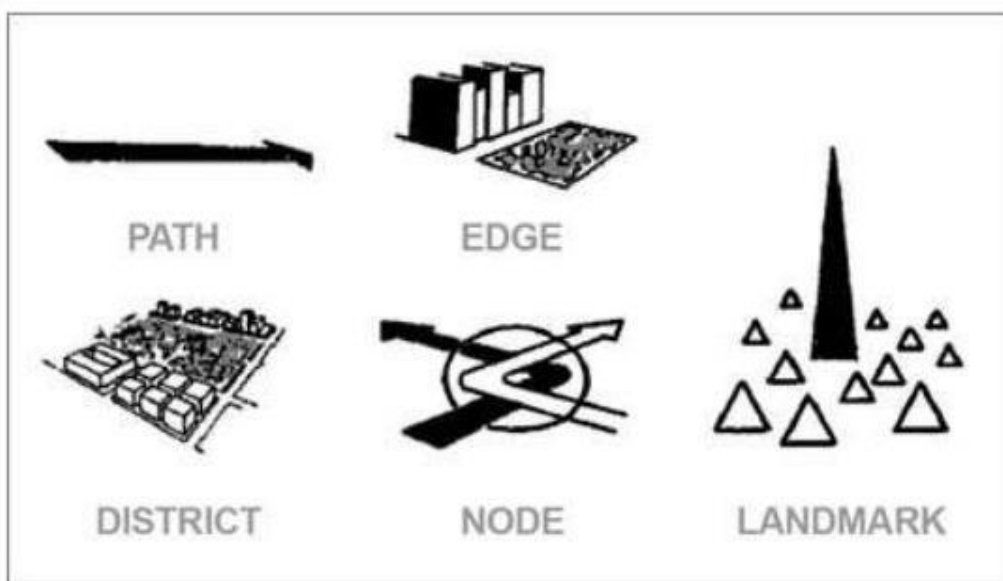
Somente nas últimas décadas o planeamento urbano se voltou para uma abordagem de design de baixo para cima, onde diferentes intervenientes na paisagem urbana desempenham um papel activo na definição do espaço público. Projetos de design participativo tendem a ser mais bem recebidos pelos usuários do espaço, devido ao fato de representantes de diferentes



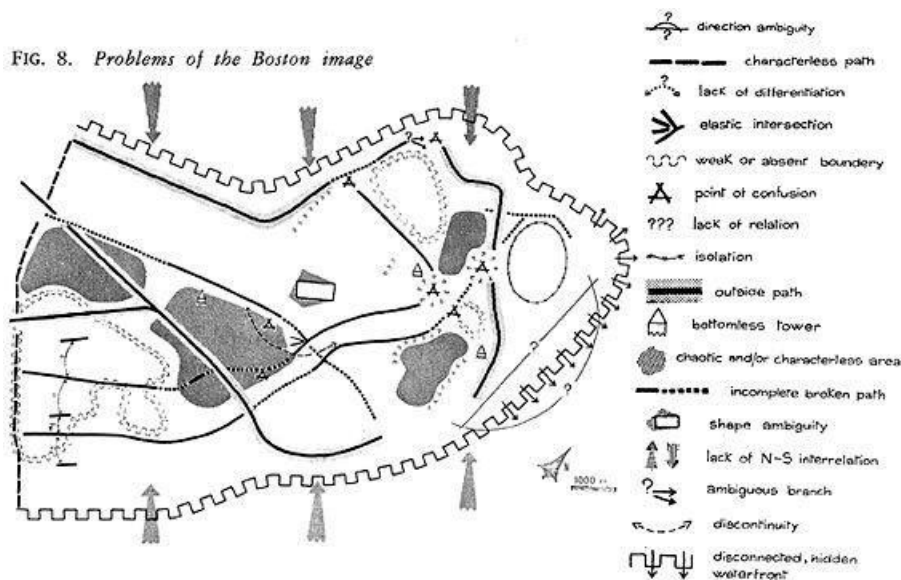
grupos se reunirem para analisar, discutir e finalmente transformar um espaço público ou mesmo ambiente urbano em maior escala.

Quando pensamos na cidade e mais especificamente no espaço público, a maioria tende a visualizar uma praça ou uma zona pedonal. Mas o espaço da cidade pode ser analisado em 5 componentes principais. Kevin Lynch no seu livro fundamental para a percepção da cidade e como esta é vivenciada pelos seus habitantes, afirma que os elementos do ambiente urbano se resumem a:

1. caminhos, como em calçadas, rotas, estradas, etc.,
2. bordas, em outras palavras, os limites entre duas áreas consideradas discretas,
3. bairros, onde podem ser observadas algumas características comuns como os usos (comercial, residencial, industrial etc), o horário do dia em que ali se encontram aglomerações ou outras divisões mentais que se possa pensar e constituir uma área separada com um distinto personagem
4. nós, onde certas atividades podem ocorrer em alta densidade. Constituem essencialmente pontos focais onde existe uma elevada concentração de algumas características
5. marcos, ou seja, elementos físicos que podem variar em escala ou pontos de referência que podem ser utilizados para orientar, servir de ponto de encontro ou simples observação ao caminhar pela cidade.



Com base nesses elementos que podem ser utilizados para analisar a percepção de ambientes urbanos complexos, desenvolveu-se a noção de mapas mentais, que são mapas diagramáticos que podem ser desenhados em um papel em branco ou podem ocorrer a partir de entrevistas verbais sobre a própria situação. sentido da imagem da cidade. Recomenda-se aos formandos que desenhem um mapa mental de uma área, que poderá ser a área da formação, aquela onde concordaram implementar um projecto ou outro distrito que lhes seja familiar, incluindo não apenas os 5 elementos de a cidade definida por Kevin Lynch, mas também observações pessoais que abordam questões de experiências multissensoriais, como cheiros, paisagens sonoras, observações sobre a cor e texturas de uma determinada área, mas também aspectos emocionais da experiência do espaço público, como a sensação de segurança, desconforto ou ansiedade que pode ser expressado ao passar por um determinado local. Estas observações, colectivamente mas também individualmente, podem ajudar a compreender a essência de um lugar ou o *genial loci*, conforme definido melhor e mais completamente por Christian Norberg-Schulz. Esse tipo de análise ajuda a esclarecer o fato de que o lugar incorpora dimensões físicas, relações sociais, significados simbólicos e experiências humanas subjetivas (Schofield & Szymanski, 2011).





## História da criação de lugares

Já na década de 1960, críticos do espaço urbano como Jane Jacobs e William H. Whyte sublinharam os elementos obscuros das cidades americanas modernistas que surgiram como resultado do zoneamento, do desenvolvimento automotivo, de amplas áreas suburbanas e do desenvolvimento geral gentrificado/tentacular do espaço urbano. .

Tanto Jacobs quanto Whyte defendem bairros animados e espaços compartilhados acolhedores que atendam às necessidades de seus habitantes. Estas novas ideias radicais relativas aos espaços públicos surgiram como resposta a amplos projectos de renovação urbana, que eliminaram áreas de bairros degradados do espaço central da cidade, em favor de novos negócios ou áreas residenciais de luxo.

Em 1975, Fred Kent, ao lado de Kathy Madden, fundou a iniciativa Project for Placemaking, onde pequenas intervenções no espaço público de Novos comportamentos relativos aos espaços comuns.



Jane Jacobs

O termo Placemaking foi popularizado por volta da década de 1990 e o que ele transmite evoluiu muito desde então.

## **Placemaking no século 21**

Os atuais espaços urbanos e paisagens urbanas estão em rápida transformação devido à emergência de novas tecnologias. Fenómenos como a alienação e a gentrificação urbana levaram gradualmente a um cenário urbano em constante mudança. Placemaking surge como uma resposta imediata e



espontânea aos problemas da vida urbana acima mencionados. Diferentes tipos de placemaking surgiram nos últimos anos para atender às diversas necessidades da comunidade. A placemaking criativa consiste num processo em que as partes interessadas dos setores público, privado e sem fins lucrativos, bem como os membros da comunidade, transformam o caráter de um bairro. Um lugar transcende as suas características geométricas e tem em conta as dimensões sociais, económicas e culturais de um espaço. As diversas nuances e camadas de um lugar podem determinar seu caráter e as pessoas que nele se envolvem. As transformações que podem ocorrer através da criação de lugares transcendem o aspecto físico e muitas vezes podem ter um impacto profundo no envolvimento e na resiliência da comunidade. Os tipos de placemaking criativo incluem, entre outros, murais, mobiliário urbano, esculturas e instalações de trânsito. Quatro objetivos gerais foram definidos para que projetos criativos de placemaking sejam considerados bem-sucedidos pela NEA. Estes projectos deverão fortalecer e melhorar a comunidade local de artistas e organizações artísticas, deverão aumentar a ligação à comunidade, melhorar a qualidade de vida, mas também revigorar as economias locais. Alguns indicadores de sucesso de projetos criativos de placemaking a partir da experiência recolhida em projetos implementados globalmente são quando a comunidade se envolve neles e quando se baseia em elementos únicos de um determinado lugar. envolver a participação ativa e contínua das comunidades. Portanto, os locais não podem ser concebidos de fora (por exemplo, por especialistas) (Friedman,2007). A essência do placemaking como prática pode ser encontrada nos 11 princípios estabelecidos pela organização Project for Placemaking.

1. Mais especificamente, neste tipo de implementação de projectos, a comunidade é o especialista e a sua opinião deve ser considerada a mais valiosa dos parceiros envolvidos.
2. O projeto trata de criar um local e não apenas de implementar um design, o que significa que parte do sucesso reside no processo e no envolvimento da comunidade.
3. Placemaking não é algo que pode ser feito apenas por uma pessoa ou por uma parte interessada, a necessidade de diferentes parceiros é essencial para o sucesso do projeto.
4. A tarefa em questão pode parecer por vezes esmagadora, mas tudo pode ser alcançado com uma boa coordenação e planeamento.
5. O objetivo final é desenvolver uma visão para o espaço público e o significado que o local pode transmitir.
6. O projeto, além de fazer uma declaração ou aumentar a

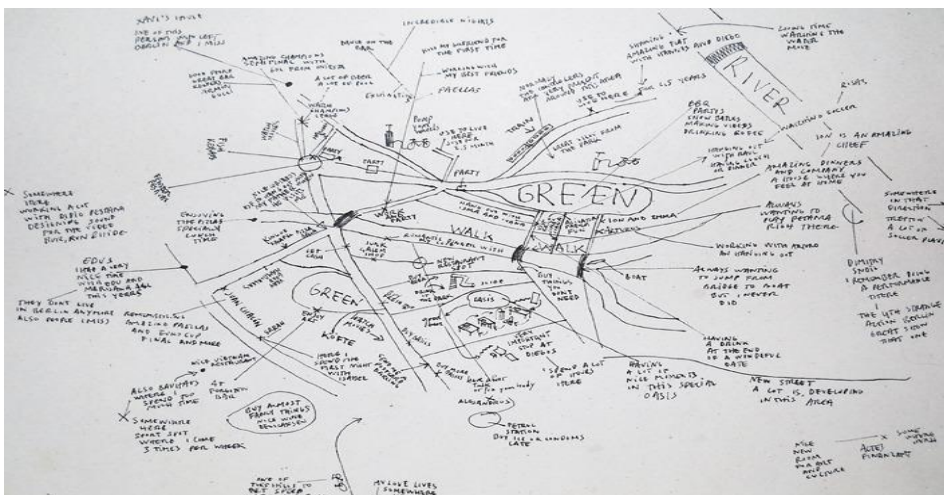


- conscientização sobre uma questão comum, deveria ter
7. Numa nota mais prática, os elementos de um único projeto de placemaking devem ser triangulados. Por outras palavras, os novos usos ou partes do projecto devem estar próximos uns dos outros, facilitando a interacção da comunidade com eles.
  8. A ideia é também começar aos poucos e desenvolver projetos de menor escala, o que significa que deve haver algum período de teste de tentativa e erro, onde os grupos experimentam ideias de curto prazo ou menos ambiciosas e avaliam os resultados à medida que avançam.
  9. O aspecto do financiamento não deve ser definido como o factor mais importante para o resultado do projecto, recorrendo à criatividade e ao engenho para compensar um orçamento baixo.
  10. Por último, o projeto nunca está verdadeiramente concluído e deve ser gerido após a sua implementação para garantir a longevidade das ações tomadas.

Placemaking é uma prática que cria significado a partir de elementos específicos encontrados em um lugar. Este processo pode ser iniciado ou impulsionado pela história local de um lugar/cidade, mas também pelas oportunidades, pontos fortes e fracos que atualmente existe retrata. Para compreender o local acordado para a implementação do projeto, os indivíduos do grupo são incentivados a analisar o local utilizando o formato de um diagrama SWOT, identificando os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças, que um determinado público exibições de espaço ou área. Desta forma, juntamente com os mapas mentais que foram previamente incumbidos aos formandos, o grupo pode estrategicamente tirar conclusões e observações seguras sobre uma área com base nas suas próprias experiências e critérios.

No passado, houve projetos criativos de placemaking baseados no mapeamento mental coletivo e nas observações subjetivas que esses diagramas carregam. Por exemplo, a artista visual Ivana Sidzimovska implementou um projeto de placemaking baseado em 11 mapas mentais do famoso bairro de Kreuzberg, em Berlim.





Nova York: Editores Merrell, 210

Por último, quando um grupo tem a intenção de implementar um projeto criativo de placemaking, recomenda-se que, entre outros métodos, sejam feitas certas perguntas para determinar o caráter do local e as suas qualidades.

Citamos abaixo algumas das questões expressas por Fleming em seu livro sobre Placemaking.

1. O espaço tem uma complexidade que permite que seja usufruído por uma variedade de utilizadores?
2. Um idoso pode sentar-se em um local ensolarado do espaço e se sentir seguro?
3. Alguém é livre para se movimentar pelo espaço sem se sentir intimidado pelos outros?
4. O espaço suporta uma paleta diferente de cores apropriadas à paisagem urbana?
5. Existe um sentido claro de orientação em todo o espaço para destinos populares?
6. Os elementos de design no espaço se relacionam com a figura humana?
7. A figura humana cria uma sensação de dimensão no espaço?
8. Você consegue ouvir sons específicos do local no espaço: o farfalhar das folhas, o barulho das ferraduras, o cócegas da água ou o som de uma banda?
9. Uma criança pequena consegue encontrar fontes de diversão no espaço? Existem pistas de design que podem ajudar uma criança perdida a encontrar o caminho para sair do espaço?



10. Existem elementos narrativos que ligam as diferentes partes do espaço?
11. O espaço permite ao usuário desfrutar de seus detalhes íntimos?

### Fontes:

Fleming, RL (2007) A arte de Placemaking: interpretando a comunidade através da arte pública e do design urbano. Nova York: Editores Merrell

Ioannou, V. (2014) Urbanismo e arquitetura da cidade. Edições Epikentro,

Jacobs, Jane (1961) A morte e a vida das grandes cidades americanas. Edições de livros antigos

Lynch, K. (1960) A imagem da cidade. Cambridge:MIT, 41-56

Markusen, A. e Gadwa, A. (2010). Placemaking criativo: como fazer bem. Chicago:Comunidade Revisão de Inovação em Desenvolvimento,Banco da Reserva Federal de São Francisco

Toolis, E. (2017) Teorizando o Placemaking Crítico como uma Ferramenta para Recuperar o Espaço Público. Jornal Americano de Psicologia Comunitária, no.59, 184–199

“O que é criação de lugares?” Projeto para Espaços Públicos, 2007, <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>



## Unidade 5.2: Melhores práticas de projetos criativos de placemaking

### Introdução

Esta unidade cobre as melhores práticas de projetos criativos de placemaking que os parceiros COME2ART, e não só, já implementaram nas suas comunidades. Os alunos se familiarizarão com os processos necessários, desafios e riscos quando se trata de projetar e implementar tais projetos. Os conteúdos multimédia que retratam as iniciativas mais relevantes que os parceiros Come2Art realizaram serão complementados por uma lista seleta de projetos criativos internacionais de placemaking que oferecem contributos e insights sobre como lançar um esquema colaborativo para envolver as comunidades na produção artística.

### Resultados de aprendizagem

Após a conclusão desta unidade, os alunos serão capazes de:

- Compreender melhor os desafios e riscos quando se trata de projetos criativos de placemaking
- Inspire-se para projetos relativos em sua própria comunidade
- Compreender a ampla gama de tópicos a que tais projetos se referem
- Compreender o impacto social que tais projetos podem ter na comunidade local



## Melhores Práticas

*Uma lista seleta de projetos internacionais de criação de lugares criativos para oferecer contribuições e insights sobre como lançar um esquema colaborativo para envolver as comunidades na produção artística.*

<b>Título</b>	<b>A estrada para casa</b>
<b>Artista</b>	<a href="#">Desmaio</a>
<b>Ano</b>	2017
<b>Lugar</b>	Filadélfia, EUA
<b>Descrição</b>	<p>The Road Home é um projeto multidisciplinar que mescla artes terapia, arte pública e defesa da comunidade para curar o traumático raízes do vício no bairro de Kensington, na Filadélfia. The Road Home pretende abordar o impacto comunitário generalizado da dependência de opiáceos e recorre a ferramentas criativas para mudar o estigma cultural que impede as pessoas viciadas de terem acesso ao apoio de que necessitam.</p> <p>O projeto teve três componentes principais. A primeira foi uma série de oficinas diárias de arteterapia, com atividades que incluíam contação de histórias, círculos de música e exercícios de desenho, no centro comunitário Kensington Storefront. O segundo resultado foi um mural público, Healing Begins With Connection, localizado na Kensington Avenue, em frente ao Prevention Point, um centro que presta serviços sociais e médicos a pessoas que vivem em situação de sem-abrigo e de dependência.</p>
<b>Pontos para reflexão</b>	<p>O trabalho de envolvimento comunitário trouxe afirmação à vida quotidiana das pessoas na Kensington Storefront, tanto através das suas interações presenciais com os colaboradores do projecto, como na paisagem à sua volta. Através da concepção de uma resposta que tenha impacto no indivíduo, na comunidade e nos níveis de política pública.</p>



<b>Título</b>	<b><i>Projeção de Hiroshima</i></b>
<b>Artista</b>	<a href="#"><u>Krzysztof Wodiczko</u></a>
<b>Ano</b>	1999
<b>Lugar</b>	Hiroxima, Japão
<b>Descrição</b>	<p>A projeção ocorreu de 7 a 8 de agosto de 1999, 54º aniversário do bombardeio atômico de Hiroshima. O fundo foi formado pela Cúpula da Bomba Atômica, único prédio localizado próximo ao epicentro da explosão que não foi completamente destruído. Na margem do rio Motoyasu, aos pés das ruínas do Domo, hoje conhecido como Memorial da Paz de Hiroshima, o artista projetou imagens ampliadas das mãos das vítimas da explosão, enquanto seus depoimentos gravados eram reproduzidos em alto-falantes. As imagens das mãos gesticulando ou às vezes imóveis refletiam-se na superfície do rio, onde milhares de pessoas morreram, saltando na água irradiada na esperança de amenizar as dores causadas pelas queimaduras. As imagens das mãos foram acompanhadas de testemunhos gravados das experiências traumáticas de cerca de uma dúzia de vítimas da explosão, bem como dos seus filhos e netos. Entre eles estavam também testemunhos sobre a tragédia, raramente mencionada no Japão, dos trabalhadores escravos coreanos mortos pela bomba atômica. A projeção de 39 minutos incluiu um total de quinze depoimentos.</p>
<b>Pontos para reflexão</b>	<p>Wodiczko começou a trabalhar nesta projeção com o pressuposto de reanimar o monumento A-Bomb Dome com as vozes e gestos dos atuais habitantes de Hiroshima de várias gerações: aqueles que sobreviveram ao bombardeio; seus filhos, que talvez ainda se lembrem; seus netos e bisnetos. Todas essas gerações ligam-se de alguma forma através desta projecção, em termos da forma como o bombardeamento é importante e da forma como o significado desse bombardeamento se liga às suas experiências actuais.</p>





<b>Título</b>	<b>VIGÍLIA</b>
<b>Artista</b>	<a href="#">Jenny Holzer</a>
<b>Ano</b>	2019
<b>Lugar</b>	Nova York, EUA
<b>Descrição</b>	<p>A projeção luminosa VIGIL abordou a questão da violência armada na América, com textos de poetas, sobreviventes e cidadãos.</p> <p>Com as instalações de três noites que aconteceram em outubro de 2019, Holzer iluminou os edifícios icônicos do Rockefeller Center com relatos em primeira mão, poemas e respostas de americanos que vivenciaram a realidade cotidiana da violência armada. Neste trabalho em grande escala, cada voz foi ampliada em letras de luz rolantes sobre as fachadas dos edifícios. Ao mesmo tempo austero e gentil, o trabalho serviu de vigília para vítimas de violência armada e um reconhecimento da regularidade com que estes incidentes ocorrem. Holzer incluiu textos selecionados de coleções de poesia e histórias sobre violência armada e poemas de adolescentes que cresceram em um país afetado por tiroteios em suas comunidades e escolas.</p> <p>O projecto pretendia centrar as vozes das pessoas directamente afectadas pela violência armada, deixando de utilizar estatísticas sem rosto para enfatizar o custo humano. Os relatos em primeira pessoa servem tanto como um reconhecimento das comunidades afetadas pela violência armada como um convite ao diálogo em torno da prevalência deste problema nos Estados Unidos.</p>
<b>Pontos para reflexão</b>	<p>Projetado em um dos marcos mais emblemáticos da cidade de Nova York, VIGIL fala do enorme impacto que a violência armada tem não apenas sobre indivíduos, mas a própria estrutura das comunidades e cidades. O texto invade as fachadas e janelas destes edifícios, envolvendo o espectador e envolvendo a cidade em mensagens de luz.</p> <p>Através do projeto, a própria cidade é transformada. As palavras que rolam nas projeções exigem que o público as leia, com uma estratégia que nega o envolvimento passivo.</p>



<b>Organização</b>	<a href="#">Melting Pro</a>
<b>Ano</b>	2019
<b>Lugar</b>	Roma, Itália
<b>Descrição</b>	<p>Onde havia um edifício cinzento com mais de 22 metros de altura que ninguém notava, ergue-se agora uma fascinante obra de parede criada por Tellas, um artista de rua de renome internacional, em colaboração com 15 jovens criativos reunidos pelo projeto SPACE Tor Pignattara.</p> <p>Os artistas, com a orientação cuidadosa dos parceiros do projeto, exploraram e experimentaram o bairro durante cerca de um mês, produzindo o Herbarium, um trabalho específico do local impressionante e fortemente identificável, inspirado "nas" e "das" muitas e diversas comunidades do bairro.</p> <p><i>Herbário</i> incorpora um valor simbólico muito poderoso e produz um efeito estético tanto em termos artísticos como paisagísticos. É o produto de um trabalho coletivo, feito pela colaboração de diversas sensibilidades artísticas, de diferentes chaves de interpretação de um território composto, em que coexistem comunidades múltiplas e diversas com a sua própria cultura, a sua própria fé, a sua arte, com a sua gastronomia. Neste contexto, o Herbário é uma obra que não se impõe porque se estrutura em concertação com o território através de um diálogo profundo com as suas comunidades.</p>



<b>Pontos para reflexão</b>	<p><i>Herbário</i> nasceu das histórias de pessoas coletadas pelos artistas: donos de restaurantes, comerciantes e cidadãos comuns das diferentes etnias que povoam o bairro, descritas aos artistas de rua as suas tradições culinárias, falaram dos temperos e ervas indispensáveis à elaboração de pratos tradicionais e que por isso foram “transplantados” no bairro para tê-los à disposição quando necessário e para trazer um pouco a Roma do ar de casa.</p>
-----------------------------	---

