

Communicatie en publiekswerking voor kunst in de publieke ruimte

28 mei 2024 – Reflecties bij het symposium georganiseerd door Z33 en Platform Kunst In Opdracht



@Z33

1. Introductie

Op 28 mei 2024 organiseerde Z33 in samenwerking met het Platform Kunst In Opdracht een symposium rond communicatie en publiekswerking bij kunst in de publieke ruimte. Aanleiding was [een onderzoek van IDEA Consult](#) in opdracht van Z33 rond datzelfde thema. Er wordt nog te weinig stilgestaan bij communicatieve omkadering van kunstopdrachten, vooral na de realisatie van een kunstwerk. Aan de hand van een aantal inzichten uit het rapport van dit onderzoek deelden zeven gastsprekers hun ervaringen. Een vijftigtal geïnteresseerden kwamen naar Z33 in Hasselt voor een goedgevuld programma met inspiratie uit het binnen- en buitenland.

2. De kapstok: het onderzoek communicatie en publiekswerking bij kunst in de publieke ruimte (Michelle Accardo)

Het onderzoek uitgevoerd door Idea Consult diende als basis voor het programma van de dag. In het onderzoek werd de communicatie en publiekswerking van 15 projecten (kunstwerken en organisaties) geanalyseerd, en werd er ook stilgestaan bij de beleving van de bezoeker of passant. Het uitgebreide onderzoek toont aan dat er een breed instrumentarium aan methodes bestaat om succesvol aan communicatie en publiekswerking te doen. Veel inspirerende voorbeelden uit binnen- en buitenland, toonden veel verschillende methodes en heel wat sterktes. Inzichten gingen van het belang van vertrouwen en professionele expertise, tot het maken van duidelijke afspraken. Het rapport concludeerde met 2 toekomstgerichte aanbevelingen:

- Er is nood aan een strategie voor communicatie en publiekswerking die dient opgenomen te worden als een volwaardig deel van het project, voor, tijdens en na de realisatie. Elk project is anders en vereist maatwerk, en een communicatieplan moet daarin ook flexibel genoeg zijn.
- Er is nood om een langetermijnvisie rond (collecties van) kunst in de publieke ruimte te exploreren. Bij deze communicatie zijn synergiën tussen sectoren (vb. toerisme) waardevol.

3. Zeven sprekers, zeven inzichten

Verwachtingen in lijn met de middelen: is een participatief traject noodzakelijk voor een geslaagd kunstproject in de publieke ruimte? Tim Bryon (Kunstenaarscollectief 019).

Met artistieke vlaggen en billboards vond de Gentse kunstorganisatie 019 een toegankelijk medium voor kunstenaars om te experimenteren met kunst in de publieke ruimte. Zo worden buurtbewoners en passanten dankzij hun werking op verschillende plekken verrast met nieuwe kunstwerken. In de zoektocht naar subsidies om deze werking verder te stellen, werd de organisatie geconfronteerd met hoge verwachtingen van de beoordelingscommissie met betrekking tot publiekswerking, participatie en communicatie, wat ook financiële consequenties heeft. Kan het verrassingseffect van kunst in de publieke ruimte niet ook een enorme meerwaarde betekenen?



©Z33

Omgekeerde participatie en kunstenaars van de sociale cohesie: kunstenaars met een hart voor publiekswerking. Elien Ronse & Stijn Van Dorpe (Verzamelen Zocalo!).

Bij kunstenaars Elien Ronse en Stijn Van Dorpe maakt publiekswerking deel uit van hun praktijk. In Muizen is het duo nu actief met een kunstopdracht. Als "*kunstenaars van/voor sociale cohesie*", gaan zij op zoek naar bestaande dynamieken in het dorp. Zo doen ze aan "*omgekeerde participatie*" door deel te nemen aan scoutsfuiven, bingoavonden en simpelweg aanwezig te zijn in het dorp. Op die manier is publiekswerking en communicatie verweven in de praktijk van de kunstenaars zelf, die het als integraal deel van hun manier van werken zien. Belangrijke kanttekening hierbij is wel dat dergelijk zgn. 'soft-work' ook erkend en opgenomen moet worden in de opdrachtomschrijving, met bijhorende verloning.

Wat na de verwachte levenstermijn van een kunstwerk? *Locals* als ambassadeurs. Maarten Inghels.

Dichter, schrijver en beeldend kunstenaar Maarten Inghels creëerde in samenwerking met Z33 in 2022 een zandsculptuur in de Maasvallei met de woorden SAVE OUR SOULS. De sculptuur op de dijk was een reactie op toenemende droogte en overstromingen. Omdat het werk overstroomd kon worden, maakte tijdelijkheid er integraal deel van uit. Het werk overleefde langer dan verwacht, en staat nog steeds overeind. Deze natuurlijke verlenging was niet opgenomen in het communicatieplan. Een lokale tuinman nam echter spontaan de rol op van suppoost en bezorgde Maarten regelmatig nieuwe foto's van het werk, onder verschillende seizoensgebonden omstandigheden. Hoewel het een spontane gebeurtenis was, bleek de tuinman onontbeerlijk voor

de communicatieve voortzetting van het project. Kunnen zulke lokale ambassadeurs ook ingebed worden in een communicatieplan?

Hoe kan je een breed gedragen project creëren vanuit de noden van een plaats? Alastair Upton (Creative Folkstone).

Creative Folkestone toont aan hoe cultuur een stad in verval kan revitaliseren en dit met een verscheidenheid aan initiatieven: via het oprichten van residentieplekken, stimuleren van creatieve ondernemers, organiseren van workshops, het openen van een cultuurcentrum, de organisatie van de Folkestone Triënnale, en meer. Artistiek directeur van Creative Folkestone Alastair Upton legde uit hoe ze voor de Triënnale in de eerste edities inzetten op gevestigde, internationale kunstenaars, maar nadien de ommezwaai maakten naar inzetten op lokale kunstenaars en een breed lokaal draagvlak (o.a. door burger te betrekken in kunstprojecten), zonder in te boeten aan de kwaliteit. Zo creëerden ze een breed gedragen project door publiekswerking in de kern van de organisatie toe te laten.

Professionele ondersteuning voor wijkwerk: een win-win voor de wijk en de kunstopdracht.

Geert Driessen (Z33) & Ina Vandewijer (Avansa).

Kunstenaar Pavel Balta maakte met 'I Was Here' een grote muurschildering op een brug in de Ter Hilst Wijk in Hasselt. Verhalen uit de wijk wilde hij verwerken in de schildering. Het sprokkelen van die verhalen bleek echter een uitdaging. Hij sprak de taal niet en had geen band met de lokale context. Hiervoor kreeg hij hulp in van Ina Vandewijer, professioneel verhalenverteller. Zij ging langs en sprak met vele bewoners. Met deze verzamelde verhalen kon Pavel via haar vertaalslag aan het werk. De connectie tussen het werk en de buurt creëerde een gevoel van trots en gedragenheid in de wijk, en de inhuldiging was een waar succes. De professionele ondersteuning van Ina zorgde hier mee voor een breed gedragen project, wat aantoont dat de juiste samenwerking onontbeerlijk kan zijn voor het slagen van een project.

Kunstopdrachten in een zorgomgeving als basis voor verbinding en het bereiken van een divers publiek via partnerships. Jasper Delanoy (UPC Duffel).

UPC Duffel, een psychiatrische instelling voor volwassenen, zet in op kunst op haar campus, met o.a. een triënnale en een groeiende vaste kunstencollectie. Kunst helpt in het bestendigen van een helende omgeving voor de zorg en creëert een plaats voor gesprek en verbinding voor zorgvrager, zorgverstrekkers, familieleden en passanten. Via kunst bereikt het UPC een breed publiek. De campus is doorwaadbaar en dus vrij te bezoeken. Dat helpt ook om het taboe rond psychische aandoeningen te verbreken. Naast klassieke communicatie (brochure, website, signalisatie) zet UPC Duffel gericht in op partnerships: via initiatieven als Open Monumentendag, activiteiten van Natuurpunt en het inschrijven van de locatie als onderdeel van bijvoorbeeld fietsroutes (samenwerking Toerisme Vlaanderen) bereiken ze een heel divers publiek.

Met een rijke collectie en nieuw verhaal vertellen. Orlando Maaïke (Stichting Sonsbeek).

Sonsbeek park in Arnhem kent een rijke geschiedenis met openluchttentoonstellingen sinds 1949. Stichting Sonsbeek nam initiatief voor twaalf toonaangevende edities, met vele inspirerende kunstopdrachten over een lange periode. Vandaag wil de organisatie zich heruitvinden. De uitdaging ligt erin om blijvend in te zetten op experiment en vernieuwing, terwijl haar belangrijke geschiedenis niet verloren gaat. Kersvers directeur Orlando Maaïke deelde hoe ze de werking wil heruitvinden via co-creatieprocessen, en het betrekken van een diverse groep van inwoners en organisaties.



4. Eindreflecties/aanbevelingen

Communicatie en publiekswerking als integraal deel van een kunstopdracht.

Hoewel er erg veel inspiratie uit elk van de voorbeelden kan gehaald worden, blijft het vraagstuk: wie gaat die communicatie en publiekswerking uitvoeren? En vanwaar komen de middelen? Kunstenaar, opdrachtgever, kunstbemiddelaar hebben vaak al een overvol takenpakket, en een beperkt budget. Belangrijk is om hier al in een vroeg stadium over te reflecteren. Sta al bij de opdrachtomschrijving stil bij wie effectief verantwoordelijk zal zijn voor de communicatie voor, tijdens en na de realisatie.

Een andere belangrijk inzicht is dat de verschillende instrumenten om aan communicatie en publiekswerking te doen complementair zijn. Elke kunstopdracht is maatwerk. Het rapport en de verschillende cases tonen aan dat er heel veel verschillende manieren zijn om te communiceren. Verschillende methodes werken in verschillende contexten en de sleutel kan zijn net om bewust één of enkele strategieën aan te wenden.

Een langetermijnvisie met sterke samenwerkingsverbanden

Kunst kan veel betekenen voor buurtbewoners, passanten, zorgvragers. Voorbeelden als UPC Duffel en Creative Folkestone tonen aan dat wanneer een visie op kunst en het beheer van een kunstcollectie duurzaam ingebed worden in een breder plaatje, de vruchten in meer sectoren te plukken zijn dan alleen in cultuur. Het is ook zeer waardevol voor bijvoorbeeld gezondheid of economie. Beide voorbeelden hebben duidelijk een visie die de korte termijn overstijgt en zoeken synergie op met andere beleidsdomeinen. Een goed gedragen visie zoekt sterktes in samenwerking. Een project moet zich ook kunnen aanpassen aan veranderende tijden. De reflecties over de balans tussen de rijke geschiedenis van Sonsbeek en een nieuwe wending voor de organisatie tonen het belang van flexibiliteit en reflectie.



@Z33