



Dzielnice M.St Warszawy : Mokotów, Praga Południe, Śródmieście, Ochota, Wola – odbiorcami inicjatywy sa praktycznie wszystkie grupy wiekowe

**Okres trwania** inicjatywy, a w przypadku inicjatyw wieloletnich także termin realizacji etapu zgłoszonego do konkursu

Pierwsza edycja Street Art Doping odbyła się w lipcu 2009 roku , kolejne edycje były organizowane w latach 2010, 2011, 2012, 2013 , zawsze w lecie, w lipcu. Tak będzie i w roku 2014.

**Budżet** realizacji inicjatywy/jej etapu zgłoszonego do konkursu (w PLN)

Budżet w roku 2013 wynosił 95 000 zł

w tym udział środków m.st. Warszawy (w PLN)...75 000 zł

### **Uzasadnienie podjęcia inicjatywy**

(dlaczego inicjatywa została podjęta, czemu/komu miała służyć, dlaczego organizatorzy uznali, że istotne jest podjęcie konkretnych działań, itd.)

Ideą Street Art Doping od początku działania festiwalu jest wyszukiwanie i adaptacja przestrzeni, które szczególnie wymagają rewitalizacji, zaniedbanych, zapomnianych, szarych, zniszczonych. Opuszczone budynki, zniszczone przez wandalów ściany, nieremontowane przez lata przestrzenie – to przestrzeń miejska, która nas szczególnie interesuje. Dzięki dziełom zaproszonych artystów – możemy nadać im nowej definicji, nowego charakteru. Tak było z Och-Teatrem, Kinem Atlantic, przęsłami mostu Śląsko-Dąbrowskiego, Pawilonami na tyłach Nowego Świata, stacjami Rakowiec, Żwirki i Wigury czy Al. Jerozolimskie, pustostanami przy Mińskiej 12 czy Rakowieckiej 2c. Tak było z murem u wylotu ul. Złotej, gdzie powstała praca "Chopin i jego muzy" autorstwa Sepe, Chazme i Elomelo - do dziś jest wizytówką używaną przez M. St. Warszawa ([www.kulturalna.warszawa.pl](http://www.kulturalna.warszawa.pl)) i była wykorzystana w promocji przez m.in. Ministerstwo Kultury.

Z naszego wieloletniego już doświadczenia wynika, że prace realizowane w ramach festiwalu Street Art Doping często rewitalizujące przestrzenie wcześniej niszczone przez wandalów ze sprayami, nie są już dewastowane i wprowadzają na swój sposób ład do określonej przestrzeni miejskiej. Mogą to potwierdzić nasi dotychczasowi partnerzy jak Zarząd Dróg Miejskich , Polskie Linie Kolejowe czy Fundacja Krystyny Jandy na Rzecz Kultury. Niezwykle ważny jest dobór artystów. Z pełną świadomością kreujemy kolejne edycje, zapraszając tych, którzy wyróżniają się oryginalnymi stylami, techniką, dbają o detal i estetykę i potrafią powiedzieć coś istotnego na temat otaczającej nas rzeczywistości. Organizujemy też wiele imprez towarzyszących: wystaw, spotkań, dyskusji, koncertów, pikników.

### **Przebieg inicjatywy – opis poszczególnych działań**

Street Art Doping to jeden z najbardziej znanych i najwyżej ocenianych polskich festiwali prezentujących sztukę ulicy. Od 5 lat z powodzeniem zmienia tkankę miejską Warszawy, gdzie dotychczas powstało kilkadziesiąt realizacji (murali) najoryginalniejszych światowych twórców takich jak m.in. Phlegm, Dome, London Police, SatOne, Bo 130, Will Barras, Czarnobyl, BToy, Pixel Pancho, Evol, M-City, Chazme 718, Sepe, Etam Crew, Otecki, Tone, Monstfur i wielu innych. Festiwal zmienił oblicze m.in. OchTeatru, kina Atlantic, mostu ŚląskoDąbrowskiego, w jego ramach co roku rozrasta się zewnętrzna galeria Urban Art Gallery na rondzie Sedlaczka. W ramach SAD zrealizowaliśmy także wystawę Come Inside, która była pierwszą zbiorową wystawą twórców polskiego street artu w warszawskiej Soho

Factory. Street Art Doping to nie tylko murale, Edycja 2012 była oparta na kompletnie innowacyjnym projekcie, Projekt Quarter polegał na oddaniu wybranego wycinka miasta (w tym przypadku ulicy Chmielnej wraz z przylegającymi podwórkami czy uliczkami) w ręce kilkudziesięciu artystów z całego świata. Projekt pokazał, że street art to nie tylko farba, puszka, ściana, szablon. To szereg działań w przestrzeni miasta których nie da się zasufladkować. W efekcie odbyły się działania zarówno w przestrzeni miejskiej (murale, performance, instalacje), jak również w przestrzeni semigaleryjnej (wystawa fotograficzna „Street Art w Polsce 2012”, wystawa BR1 w oknach w Hotelu Zgoda, wystawa podsumowująca projekt).

**Podczas edycji Street Art Doping 2013 powstały kolejne trzy wielkoformatowe murale na ulicach: Rakowiecka 2c, Raclawicka 17 i Mińska 12, kontynuowana była także rewitalizacja przestrzeni na Rondzie Sedlaczka. Do realizacji udało się zaprosić tak wybitnych artystów jak Niemiec Dome czy Brytyjczyk Phlegm. Po skończeniu prac zorganizowaliśmy wernisaże, na które stawiała się lokalna społeczność niezwykle ciepło przyjmując dzieła.**

**Street Art. Doping to nieoczekiwane działania w bardzo nietypowych miejscach. W tym roku była to wystawa grafik artysty Pepe „Doping”, słynącego przed laty z innowacyjnych pomysłów w przestrzeni publicznej, a tym razem prezentującego grafiki sławiące zdrowe życie w jednej z najstarszych warszawskich siłowni „TKKF Błyskawica”.**

### **Liczba i charakterystyka beneficjentów/odbiorców inicjatywy**

(do jakiej grupy społecznej/wiekowej/zawodowej, skierowana była inicjatywa, jaki był klucz doboru beneficjentów/odbiorców, itp.)

Podstawową grupą odbiorców festiwalowych są mieszkańcy Warszawy, którzy najczęściej i na co dzień mają do czynienia z pracami, które realizujemy. Zatem są to zarówno przypadkowe osoby jak i obywatele świadomi miejsca w którym żyją z rodzącą się postawą obywatelską, że także od nich zależy, jak wygląda ich otoczenie. Ludzie gotowi do dyskusji na temat przestrzeni publicznej i zmian w jej następujących. To najaktywniejsza grupa naszych odbiorców. Bo jest też dużo szersza – otóż odbiorcami Street Art Doping są w zasadzie wszyscy, którzy znajdują się w przestrzeni publicznej Warszawy w pobliżu festiwalowych działań lub ich efektów. Produkując dzieła w przestrzeni publicznej nie zastanawiamy się czy odbiorcą jest osoba, dla której to tylko miejskie tło czy też osoba zafascynowana sztuką ulicy, która godzinami mogłaby rozprawiać o tym co widzi. Dla nas najważniejsza jest produkcja, jej jakość i zapewnienie artyście takiego komfortu działania, by zawsze pamiętał o Warszawie (co ma nieraz wpływ na samo wykonanie dzieła).

Przez pięć lat festiwalu zauważyliśmy jak mieszkańcy interesują się tym, co powstaje w ich okolicy i jak pozytywnie reagują na takie zmiany. Co ważne - czy jest to sztuka conceptualna czy ilustracyjna w naszych działaniach wyłączamy treści o charakterze politycznym czy religijnym, skupiając się na tematach uniwersalnych, na sprawach, które mogą łączyć mieszkańców, a nie dzielić.

## **Rezultaty i oddźwięk inicjatywy**

(jakie cele udało się osiągnąć organizatorom, jakich pozytywnych zmian i w jakiej skali udało się dokonać dzięki realizacji inicjatywy, czy udało się w nią zaangażować ludzi z zewnątrz, itp.)

Dzięki Street Art Doping udało nam się pokazać Warszawę jako miasta kreatywnego, otwartego na działania w przestrzeni publicznej, z innowacyjnymi pomysłami, żyjącego kulturą w każdej jej aspekcie i czasie – w tym przypadku w okresie wakacyjnym kiedy puls warszawskiej kultury znacznie zwalnia. Wierzymy, że udało nam się uwrażliwić mieszkańców na estetykę przestrzeni publicznej, umożliwiliśmy im obcowanie ze sztuką ulicy na najwyższym poziomie, skłaniliśmy do dyskusji o estetyce przestrzeni publicznej

Przez pięć lat działania reakcje odbiorców były dla nas największą nagrodą za oddanie się działaniom związanym ze Street Art Doping. Nieraz odbiorcy – często mieszkańcy najbliższych kolejnych realizacji budynków potrafili nas i pracujących artystów zaskoczyć. Choćby w ub. roku na praskim Kamionku powstał wręcz społeczny fan klub pracy Phlegma; okoliczni mieszkańcy przynosili artyście kawę czy herbatę a podczas wernisażu stawili się licznie i długo komplementowali pracę. Podobnie było na Mokotowie, gdzie przy ul. Raławickiej pracę Dome z jednej strony dopingowały siostry zakonne z pobliskiego klasztoru, z drugiej lokalni przedsiębiorcy, a wernisaż – czyli pokaz gotowej pracy i spotkanie z artystów – przyciągnęło dziesiątki mieszkańców – dziękując artyście za pozostawienie swojego dzieła w ich sąsiedztwie. Sami artyści podkreślają, że odbiór społeczny i życzliwość ludzi dla ich pracy w Warszawie jest wyjątkowa.

Street Art Doping to także skuteczna promocja Warszawy. Prace powstałe podczas festiwalu w latach 2009-2013 są polecane w przewodnikach, zamieszczane w różnych publikacjach, pokazywane w filmach. Niesłabnące ogromne zainteresowanie festiwalem co roku wykazują media. Każdego roku odnotowujemy ponad 120 publikacji na temat naszej imprezy, gościmy w audycjach radiowych i ogólnopolskich programach telewizyjnych. Dobry jest też społeczny odbiór Street Art Doping – być może dlatego, że zawsze sztukę przeciwstawiamy wandalizmowi, co niezwykle istotne jest dziś kiedy znów nasiliły się tendencje niby wyrażania swojego „zdania” przez niszczenie fasad budynków.

## **Liczba osób zatrudnionych przy realizacji inicjatywy**

15 osób .....

## **Liczba wolontariuszy zaangażowanych w realizację inicjatywy**

10 osób .....

## **Partnerzy i ich rola w inicjatywie**

Głównym Partnerem naszych działań jest M.St Warszawa, to dzięki dotacjom z Biura Kultury możemy zapewnić artystom wolność w tworzeniu . Ponadto niezwykle ważna jest rola przyjaznych nam urzędów, dla edycji 2013 są to w szczególności ZGN Mokotów czy Praga Południe, które są otwarte na nasze działania i umożliwiły nam pozyskanie przestrzeni pod murale.