

Der Werber Thomas Lupo tauschte die schicke Agentur fünf Monate lang gegen eine brasilianische **Favela**: Mit Kindern kreierte er Papiermonster, Street Art und Selbstvertrauen statt Kampagnen. Jetzt sucht er noch mehr Kreative, die mit ihren Ideen sozial etwas verändern wollen.

VON NORBERT PHILIPP

## Die jungen Ausbrecher vom Papageienhügel

Eine klassische „Kreativschmiede“ hat eine Dame am Empfang, einen guten Ruf, einen Haufen Werbepreise im Regal, ständig Spitzenplätze in den Kreativ-Rankings und viele junge Menschen, die Tischfußball spielen, wenn sie nicht gerade Brainstorming und Kampagnen erfinden. Doch eine Kreativschmiede kann sich auch am Stadtrand eines brasilianischen Millionennochs hinter einer Ziegelmauer verstecken. Viele wissen ja auch gar nicht, dass sie das Zeug dazu haben. Bis ein Deutscher kommt, mit einem großen Rucksack voller Klebstoff, abgetauften Filmen, einem Kopf voller Ideen und einem leicht mulmigen Gefühl.

Thomas Lupo kennt beide Seiten: Bei „Jung von Matt“ in Hamburg, einer der renommiertesten Werbeagenturen Deutschlands, ist er Art Director und Grafikdesigner. Und in einer Favela in Belo Horizonte, im Südosten Brasiliens, war er fünf Monate so etwas wie ein „Kreativ-Coach“. Sein Team waren Kinder und Jugendliche aus ärmsten Verhältnissen. Und seine Methode: Anleitung geben, wie man die Kreativität in sich selbst entdeckt. Und dadurch auch ganz neue Möglichkeiten und noch dazu eine Menge Spaß.

Bei Lupo ist das Leben ein wenig besser durch ihre geliebte Erwachsene in seiner Agentur gegen ziemlich erwachsene Jugendliche getauscht. Brand Strategy Meeting und Marketingsprech gegen Kindertagesstätte und holpriges Portugiesisch. Mit selbst gebastelten Lochkameras und Spraydosens schickte Lupo die Kinder durch ihre Favela und auf den Weg, sich selbst ein wenig besser durch ihre schwierigen Lebensverhältnisse manövrieren zu können. An einem Ort, den die Ausweg- und Chancenlosigkeit genauso dominiert wie Drogen und Gewalt. In dem Buch „Anleitung zum Ausbrechen“, erschienen im Verlag Hermann Schmidt Mainz, dokumentierte Lupo anschließend sein Projekt.

### Ein Werber tauscht strenge Strategien gegen spontane Improvisation.

mit dem Namen „Pra Fora / Outward“. Und das soll erst der Anfang gewesen sein: Noch an vielen anderen Orten, von der Schweiz bis Afghanistan, soll mit dem Verein „Art helps“ eine neue soziale Kraft in schwierigen Lebenssituationen entstehen. Mithilfe der Kreativität. Und mit Unterstützung von Kreativen.

**Eintauchen.** Dass Lupo irgendwann mit brasilianischen Kindern in einer Favela auf dem Boden sitzt und aus Streichholzschachteln Lochkameras bauen würde – daran war auch seine Hochzeitsreise schuld. Denn er blinzelte hinter das Prospekt-Brasilien à la Cai-pirinha und Corcovado, in die Parallelwelt, vor der sich die reichen Brasilianer in den Städten gern in „Gated Communities“ verschließen: In den Favelas ist Improvisation Alltag. Kreative Lösungen entstehen dort aus Mangel

und Notwendigkeit. Strukturen und so etwas wie urbane Kultur schaffen der Gemeinschaftsinn und der Lebenswille. Doch die Gewalt der Drogenbanden regiert dort, nicht die staatlichen Gewalten. Populäre Filme wie „Tropa de Elite“ etwa hatten genügend Publikum und Gelegenheit, das Bild von trister Ausweglosigkeit zu zeichnen, gegen die die Polizei in kugelsicheren Westen vergeblich anstürmt. In diese Welt tauchte Thomas Lupo ein, setzte sich mit seinen Ideen mitten in das Gewirr von verwinkelten Wegen und Steigen, in ein Ghetto mit sozialen und ökonomischen Sackgassen.

So romantisch-exotisch, als hätte es ein Marketingmanager für ein Luxusresort erfunden, so heißt das Viertel: „Morro do Papagaio“, der Papageienhügel, dort bezog Lupo ein Zimmer in der Kindertagesstätte. Natürlich schlossen nicht gleich alle den „Alémão“ mit seinen 60 Kilo Bastelmaterial in ihre Arme und Herzen. Schon helle Haut macht argwöhnisch. Polizisten sehen manchmal nicht anders aus. Und da saß Lupo nun anfangs auf den Stufen zwischen den Ziegelmauern, experimentierte mit seinen Filmstreifen herum und wurde gleich einmal von zwei Männern unsanitär zur Seite genommen. Basteln, dort wo sich normalerweise die Dealer postieren – keine gute Idee. Die erste Nacht, erzählt Lupo, war auch nicht einfach. Hunde



bellern, Musik plärrt. Und ja, die Filme haben doch recht Schüsse knallen. Aber nach kurzer Zeit schon hatte er sich daran gewöhnt. Und die Community sich an ihn.

**Monsterboom.** „Über die Kindertagesstätte ist der Einstieg gelungen“, erzählt Lupo. Sein Crashkurs Portugiesisch zeigte anfangs noch wenig Wirkung. „Aber die Kinder waren intelligent und hervorragende Dolmetscher.“

## Que beleza: Favela Street Art

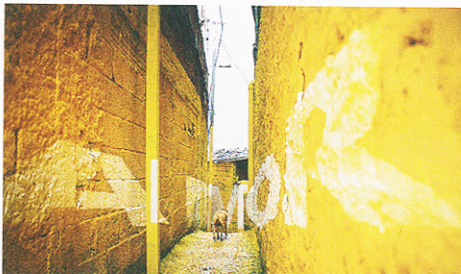
Künstler lernen von den Favelas. Und ihre Bewohner von den **Künstlern**, die sie bei verschiedenen Projekten versuchen zu integrieren.

VON NORBERT PHILIPP

Favelas machen vielen Brasilianern Angst, weil sie so unkontrollierbar scheinen. Sie wachsen die Hügel in Rio de Janeiro hinauf und könnten auch plötzlich unter der nächsten Autobahnbrücke entstehen. Drogen, Gewalt, Armut und Hoffnungslosigkeit ergeben eine Mischung, die sich nicht bändigen lässt. Doch unter dem Wahrnehmungsschleier, in dem sich Tatsachen, Paranoia und Vorurteile vermen-

gen, stoßen gerade Kreative und Künstler auf eine auch faszinierende Welt. Die keine willkürliche Ordnung und Masterpläne braucht, um zu funktionieren. Und in der der Mangel und die Notwendigkeit unglaubliche Kräfte freisetzen, soziale wie auch kreative.

Davor vorbeugen sich nicht nur jene brasilianischen Designer, die inzwischen die Stars im Wohnzimmer der neuen brasilianischen Mittel-



Amor: Graffiti-künstler Boa Mistura aus Spanien bemalte Favelamauern mit „Liebe“.

Zwischen neun und 18 Jahren waren sie alt. Doch vor den Aufgaben und Ideen, die der Deutsche mitgebracht hatte, standen sie anfangs recht ratlos. Lupo hatte bemerkt, dass die Kinder gern Fantasiefiguren zeichneten. So rief er kurzerhand „Monste“ als Workshop-Thema aus. Schritt für Schritt hievte er die Kinder mit Monstermalanleitung von einem klitzekleinen Erfolgserlebnis zum nächsten. Und dann gin-

schlicht sind. „Wer Augen hat, um zu sehen, wird erkennen, dass aus dem Elend und dem Mangel im Leben der meisten Brasilianer geniale Lösungen erwachsen“, sagen – fast prophetisch – die Designerbrüder Humberto und Fernando Campana. Ihr „Favela“-Chair ist nicht nur namentlich „eine Hommage an den Lebenswillen und die Kreativität der Favela-Bewohner“, wie sie selbst sagen. Viele ihrer Entwürfe bilden Mechanismen ab, die in den brasilianischen Städten als informeller Wirtschaftszweig funktionieren – den Umgang mit Altmaterialien und Restbeständen etwa. Sowie die Collage als Technik, die die Favelas kultivieren, weil sie nicht anders können.

**Urbane Interventionen.** Mehr als eine rein inhaltliche oder gestalterische Referenz bedeutet es den Favela-Bewohnern allerdings, wenn Künstler direkt zu ihnen kommen. Wie das fünfköpfige spanische Kollektiv „Boa Mistura“. Mitte Jänner diesen Jahres quartierten sie sich zwei Wochen lang in São Paulo ein. Genauer: im Schatten seiner Wulkenkratzer in der Favela „Vila Brasileira“. Bewusst suchten sie den direkten Kontakt mit der Community.

Die schmalen, verwinkelten Gassen – „Vielas“ oder „Beços“ nennen sie die Brasilianer – sowie die komplexen räumlichen Situationen faszinierten die Künstler. Genauso wie die nicht weniger komplexen sozialen und ökonomischen Verstrickungen, die sich oft zu ausgewogenen Lebenssituationen verknoteten. In dieses räumliche Patchwork aus Materie-

gen die Monster sogar auf die Straßen, die Kinder wurden zu Street-Art-Künstlern. Sie sprayten mit Schablonen die Figuren an die kahlen Mauern. Die Mädchen bastelten aus Stoffresten Monsterpuppen. „Und irgendwann haben sie sogar welche eigenständig zuhause gemacht und zu unseren Treffen mitgenommen“, sagt Lupo. Die Monsterpopulation in der Favela explodierte. Und auch die Kinder vor der Tür der Kindertagesstätte wurden mehr. „Am

liem, Oberflächen, Strukturen, Lichtern, Schatten, Ecken und Winkeln wollten die Künstler großzügig Ruhe bringen.“

Dazu rickten sie gemeinsam mit den Bewohnern mit Farbtöpfen an und tünchten Häuser, Wege, Dächer, Türen und Mauern in grelle Farben. Und darauf pinselten die Künstler mit riesigen Lettern bedeutungsschwere Schlagwörter wie „Amor“ (Liebe), „Firmeza“ (Standhaftigkeit), „Orgulho“ (Stolz), „Docura“ (Sanftmut), „Beleza“ (Schönheit). Optische Illusionen entstanden: Von einem bestimmten Standpunkt aus schien es fast so, als hätte jemand großflächig diese sprichwörtlich „großen Worte“ quer über die Favela-Mentalaufnahmen gestempelt. „Luz nas Vielas“ hieß das Projekt, das der Überzeugung des Künstlerkollektivs folgte, dass Kunst als „Werkzeug für Wandel und Inspiration“ dienen könne. Diese „Urban Art Intervention“ sollte die Beziehung der Bewohner zum öffentlichen Raum verändern, berichten die Künstler. Und gleichzeitig unter den Bewohnern neue Empathie für den Ort generieren, an dem sie leben.

Das niederländische Künstlerduo Jeroen Koolhaas und Dre Urhahn hatte schon im Jahr 2006 mit einem aufsehenerregenden Projekt begonnen: „Favela Painting“. In der Favela „Vila Cruzeiro“ in Rio de Janeiro starteten sie in fast bescheidenem Maßstab. Gemeinsam mit Jugendlichen fertigten sie ein 130 Quadratmeter großes Wandbild. Zuletzt wurden im Viertel „Praça Cantão“ sogar 34 Häuser zu einem Kunstwerk verbunden, das sich nun über 7000 Quadratmeter spannt.



genialsten fand ich, als ich bemerkte, dass die Dinge auch außerhalb des Workshops von selbst entstehen.“ Und plötzlich kamen selbst die Erwachsenen an und wollten ein „Monstertag“ auch an ihrer Ziegelmauer haben.

Improvisieren ist in der Favela Alltag. Ein Kind baute akribisch genau eine Kamera aus Karton nach.

Alle Thomas Lupo

Aber Lupo machte aus den Kindern Fotografen. Das Verfahren war natürlich ein sympathisch anderes als in der kommerziellen Gegenwart der Hamburger Werbebranche: kein Studio, keine Models. Sondern die Wirklichkeit, Streichholzschachtel, Restfilm – daraus wurden Lochkameras und ganz unberechenbar. Resultate schließlich war das Filmmaterial längst abgelaufen. Die unscharfen Bilder hätten „einen tollen Charme“, schwärmte Lupo. Auch diese Fotos hat er im Buch „Anleitung zum Ausbrechen“ gesammelt. „Die kommerziellen Bilder der Werbung sind kurzlebig. Diese haben eine künstlerische Kraft, die mich heute noch berührt.“

**Künstler und Kreative helfen.** Zurück in Deutschland bastelte Lupo weiter, an

Ideen können ansteckend sein: »Art helps« versucht kreative Ausbruchshilfe.

einem Buch-Dummy, den er an Verlage verschickte. Der Hermann Schmidt Verlag in Mainz zögerte nicht, das Buch erschien und dann Lupo selbst – auf verschiedenen Bühnen. Schließlich hatte er so einige Designpreise, die das Buch gewann, entgegenzunehmen. „Spätestens als ich die neuen großen Werbekunden stand, wusste ich, das Experiment war gelungen.“

Doch Lupos Engagement sollte nicht wie ein Buch im Regal verschwinden. Er gründete einen Verein. „Art helps“ heißt er und verrät schon viel über die Intention. Kreative und Künstler sollen sich vernetzen, um Menschen in schwierigen Lebensverhältnissen mit ihrer Kreativität und Innovationskraft anzustecken. Wie es schon in der Schweiz mit Jugendlichen im offenen Strafvollzug geschah. Oder in Projekten in Afghanistan und Südafrika. „Art helps“ will nicht nur die Kinder zum „Ausbrechen“ animieren, wie es Lupo in Belo Horizonte machte. Sondern auch die Kreativen selbst, die sich in der kommerziellen Routine oft im Kreis drehen. „Wir denken, dass wir mit ‚Art helps‘ Kreative aus allen Bereichen ansprechen können. Auch in der Musik oder im Modebereich. Oder Produktdesigner, die ihr Know-how aus dem Prototypenbau einbringen könnten.“

### KREATIVE-HILFE AUSBRECHER GESUCHT



**Anleitung zum Ausbrechen**  
Art helps! Kreativtraining mit Favela-Kindern. Von Thomas Lupo. Erschienen im Verlag Hermann Schmidt Mainz.  
[www.typografie.de](http://www.typografie.de)

Das Buch erhielt u.a. den Deutschen Fotobuchpreis 2012, den Red Dot Design Award. Und den Art Directors Club Deutschland Junior Award.

Der Verein „Art helps“ vernetzt Kreative, Künstler und Sozialprojekte. Mehr Informationen unter: [www.arthelps.de](http://www.arthelps.de)