

Berlinski pioniri, prvi deo: KREKOVANJE GRADA

piše_miodrag kuč_arhitekta-urbanista
foto_XY

URBAN HARDWARE VS. URBAN SOFTWARE

Oduvek sam bio opsednut efemernim, pogotovo u arhitekturi. Onaj *hardverski* deo grada mi se čini nekako lažno monumentalan, nefleksibilan, sputan idejom o večnom. Sva ta kamena čipka, fontane u mermeru i sivilo stambenjaka. Celokupno arhitektonsko-urbanističko obrazovanje, naime, većinu svog vremena posvećuje *projektovanju*, pokazuje nam dela velika na arhitekture i usmerava ka građenju kao jedinom procesu urbanog razvoja. Posebna se pažnja pridaje odnosu javnog i privatnog, njihovim varijacijama i korelacijama.

A šta je sa onim delom grada koji čeka investitore i bolje dane, gradom sastavljenog od situacija, onim prostorima koji nisu atraktivni niti imaju bilo kakvu estetsku vrednost? Jesu li oni podjednako važni za našu percepciju grada, možemo li *izdizajnirati* bilo kakve procese koji bi tu zapuštenost pretvorili u novi kvalitet?

Urbani *softver* kao skup nematerijalnih procesa u urbanoj areni otvara pregršt mogućnosti da atrofiran prostor postane poligon za različite neformalne socijalne grupe. U tom smislu *kreiranje* možemo posmatrati kao modifikaciju *izvornog koda*, tj. pronalaženje određenih propusta u planiranju. Zahvaljujući svojoj kompleksnoj strukturi, urbani sistem dozvoljava da tzv. rupe postanu eksperimentalni prostori koje često zaposednu različite supkulture.

Ovih dana proslavlja se 20 godina od pada Berlinskog zida. Grad je prenatrpan populističkim izložbama i jeftino oslikanim parčadima zida pored kojih se slikaju turisti. Obični stanovnici

Berlina kao da ne mare za svu tu halabuku. Oni nastavljaju da žive sa posledicama Zida, koji, da podsetim, predstavlja 155 km dugu zonu različitog profila. Jedan neverovatno zanimljiv prostor koji treba sagledati laganom vožnjom bicikla.

Odmah nakon pada Zida tu *ničiju zemlju* su s jedne strane napali veliki investitori, a s druge – neformalne socijalne grupe. U stanju opijenosti ujedinjenjem i u nedostatku čvrste administrativne regulative, alternativne grupe zauzimaju različite prostore i proglašavaju ih svojom teritorijom (u to vreme nije bilo *kreativne klase* i ostalih neoliberalnih budalaština). Taj višak prostora napraviće od Berlina možda najzanimljiviji grad današnjice, grad čije urbano planiranje nikad nije bilo generator razvoja, svetsku metropolu suprotstavljenih ideologija, raj za klabere.

Ono što razlikuje Berlin od drugih evropskih metropola u smislu reciklaže prostora jeste transformacija kroz specifičan sociokulturološki model, poznat pod nazivom *Urban Pioneers* (da ne kažem *Urbani pioniri*). Njihovo delovanje sastoji se od transformacije nedefinisanog prostora uspostavljanjem nove vrednosti, dakle bez velikih investicija i unapred određenih funkcija definisanih master-planom. Najčešće su to supkulture koje, pored klasičnog kontriranja mejnstrimu, imaju snažan inovativni potencijal. One pronalaze pukotine u sistemu i svojim kreativnim delovanjem prostor transformišu ne samo fizički nego pre svega konceptualno. Tako bivši socijalistički supermarket ne postaje tržni centar, nego galerija, podzemni toalet postaje noćni klub, a parking garaža skejt-park.





Naravno, najlakše je redizajnirati postojeći objekat koji je zbog strukturalne promene u ekonomiji, destrukcije ili demografske promene izgubio osnovnu funkciju. U drugim evropskim gradovima napuštene fabrike i dokovi postali su nove servisno orijentisane ekonomije, bazirane na konzumentskom i kulturološkom elitizmu. U slučaju Berlina izvorne supkulture prosto premošćavaju ono vreme koje je potrebno da se jedan devastirani prostor redefiniše pravno, vlasnički ili vizuelno. Gradske vlasti prepoznale su ovaj fenomen i, za razliku od devedesetih, kada su sa radikalnim levičarima (skvoterima) vodili pravi mali rat na ulicama, sada vide ekonomski potencijal u privremenom korišćenju prostora (engl. Temporary Use, nem. Zwischennutzung).

STUDIJA SLUČAJA: PLATOON. CULTURAL DEVELOPMENT

Skloni smo romantičnom odnosu ka napuštenom. Zamišljamo kako bi bilo lepo da ona stara zgrada postane novi bioskop. A koliko bismo sopstvenog vremena bili spremni da žrtvuemo kako bismo razvili koncept koji će naterati grad ili investitora da uloži novac u našu omiljenu ruinu? Koja kritična masa je potrebna za jedan takav poduhvat?

Primer *Platoona*, za koji ne možemo reći niti da je klasična firma, niti da je event-place, niti da je arhitektonski biro, pokazuje snagu ideje pred moćnom mašinerijom kapitala. *Platoon* je po definiciji najmanja moguća operativna grupa koja poput vojne formacije deluje brzo i efikasno u kratkom vremenskom intervalu. Njihov ekspertski dijapazon prostire se od konsaltinga u oblasti komunikacija do političkog aktivizma, a sve to sredstvom kakva je efemerna arhitektura.

Platoon pronalazi lokacije (zapuštene parcele sa različitim problematikom) u centralnom delu Berlina i pregovara direktno sa vlasnikom o privremenom korišćenju. Na pomenute lokacije postavlja modifikovane brodske kontejnere (svoj pokretni biro) i kači se na postojeću infrastrukturu. Vlasniku, koji je najčešće špekulant nekretninama, odgovara nova slika umesto u korov zarasle parcele, dok cena zemljišta raste mnogo brže nego uobičajeno. Za to vreme *Platoon* ne plaća nikakvu rentu (sem svojih troškova) i prezentuje se miljeu kojem realno ne pripada ni kulturno ni ekonomski. Ta kontrastna slika nasloženih kontejnera (simbolika globalizacije) usred centra u stvari je magnet za klijente i najjača moguća reklama. Operativno, centrala se sastoji od petnaestak ljudi, dok na projektima radi mnogo više članova multidisciplinarnе mreže koja je u stanju da reši svaki zadati problem.

Prva lokacija na kojoj je *Platoon* izgradio svoj koncept danas je renomirani hotel. Za to vreme (2000-2006) stvoreni su održivi sistem rada, registrovana je *grupa građana* i stvoreno je nekoliko departmana. Privukli su veoma različite klijente, od Saveznog sindikata radnika, preko *Addidasa* do renomiranih kulturnih ustanova. Prostor (ledina između dve zgrade) je pretvoren u laboratoriju, a neki značajniji događaji (*Chess-Boxing*, *Pecha Kucha*) rođeni su upravo tu. Svakako najveću atrakciju predstavljao je bazen napravljen od jednog kontejnera za potrebe Svetskog prvenstva u fudbalu 2006.

Na sledećoj lokaciji prioritet je dat uspostavljanju operativne mreže saradnika koji po potrebi rade honorarno na projektima koje koordinira *Platoon*. U jednom od kontejnera otvoren je i galerijski prostor, neka vrsta PR-a, zajedno sa *regrutnim centrom*. U modnom centru Berlina stvorena je paradoksalna slika vojnog kampa koja će postati ne samo arhitektonska atrakcija nego i šansa za internacionalizaciju koncepta *Platoon*. Za to vreme cena parcele skače vrtoglavo, vlasnik trlja ruke, a *Platoon* gradi novi HQ, ovog puta u Seulu. Lucidno.

Nova kulturološka matrica i duži ugovor sa vlasnikom parcele (bivši privatni komercijalni parking) omogućavaju prelazak na novi nivo. Umesto nomadski orijentisane strukture, podiže se ozbiljna zgrada od kontejnera – multidisciplinarni prostor čiju funkciju određuje događaj sam po sebi. Da bi se nastavio konceptualni niz iz Berlina i donela nova vrednost gradu koji ima gotovo sve, *Platoon* oživljava koncept *Kunsthalle* (fabrika-hala umetnosti) potencirajući proizvodnju umetnosti *in-situ* programom *artist-in-residence* i raznim radionicama. Sve bi to zvučalo skoro pa normalno da u pitanju nisu supkulture i njihovo predstavljanje konzervativnoj korejskoj javnosti. *Platoon Kunsthalle* samim tim nema ama baš nikakvu konkurenciju. Naprotiv, koncept ispituje tanku liniju između korporativnih brendova i supkultura, između inovacije i *intelektualnog prostituisanja*, između elitističke umetnosti i *street-arta*.

Ograničeni ugovor s vlasnikom parcele u Berlinu i pritisak investitora postavljaju pitanje nove *Platoon* lokacije u Berlinu. Da li će uspešan model iz Koreje biti transponovan nazad, ostaje da se vidi. U svakom slučaju, potraga za novim prostorom nije toliki problem koliko je važno *napisati novi softver*.

