

berlinski pioniri, drugi deo

MIKROURBANIZAM ILI INOVATIVNA FAVELIZACIJA

piše_miodrag kuč, arhitekta-urbanista

foto_miodrag kuč

VIŠAK PROSTORA

Retki su gradovi, a pogotovo metropole, kojima nedostaju stanovnici. Uobičajene slike današnjice radije prikazuju saobraćajni kaos, vrtoglav rast cena nekretnina i socijalnu segregaciju. Zvuči paradoksalno, ali Berlinu je potrebno najmanje milion novih građana da bi dosegao gustinu koja infrastrukturi i celokupnom urbanom sistemu daje puni smisao. Trenutna situacija predstavlja noćnu moru za onu vrstu urbanista koji grad čitaju kroz parametre, performanse, koefici-

jente i šarene karte namene površina. Njima uvek nedostaju investicije, novi turisti i vrhunski naučnici koji će vratiti slavu gradu oduvek poznatom kao kulturna prestonica Evrope.

S druge strane, mnoge neformalne socijalne grupe shvatile su višak prostora kao veliku šansu za eksperimentisanje u razmeri 1:1. Napušteni industrijski objekti, neizgrađene parcele i obale kanala postaću laboratorija za sponta-

ne, često politički motivisane prostorne aroprijacije. Na tim mestima, za koje grad nije imao viziju, samoinicijativne grupe stvorile su specifičan sociokulturnološki mikrokosmos, koji će vremenom prerasti u kulturne ustanove (Culturpreneurs), nove mreže ili asocijacije civilnog sektora. Onog trenutka kad su određeni eksperimenti postali ekonomski održivi (čitaj profitabilni) grad se dosetio da bi upravo te grupe mogle postati jedna od pozitivnih slika, u marketinškom

smislu, naravno. Da bi se novac od taksi slivao u hronično praznu gradsku kasu, vlasti su ponudile različite stimulacije za finansiranje projekata (mikrokrediti), socijalne zaštite (specijalno zdravstveno osiguranje) i administrativne organizacije (e.V. – registrovana asocijacija). Onda su dojučerašnje neprijatelje proglasili kreativnim umovima i povezali ih sa velikim brendovima koji su ih pretvorili u razne PR agencije i konsultantske kuće.

Da priča ne postane još jedna u nizu neoliberalnih bajki o gradovima budućnosti, pobrinula se uvek sveža alternativna scena koja je prozrela namere vlasti i pripremila paletu odgovora na ponudenu šargarepu. Neki su, poput noćnih klubova, usvojili nomadski način poslovanja (promena lokacije svakih nekoliko godina), neki su ušli u proces konverzije statusa (od privremenog prema dugoročnom), a neki su jednostavno legalizovali svoje aktivnosti i prihvatili otvorenu tržišnu borbu sa *klasnim neprijateljem* ograničavajući krug delovanja na svoj kvart. U arhitektonsko-urbanističkom smislu zanimljiv je pre svega dinamičan odgovor na predefinisane urbanu hijerarhiju koji je otvorio diskusiju na najvišem nivou o odnosima formalnog i neformalnog prostornog delovanja. Posle dugogodišnjeg konflikta prvi put su u jednom zvaničnom planerskom dokumentu (*Planwerk, Stadtentwicklungskonzept 2020*) samoinicijativne mikrouurbanističke intervencije postale legitiman instrument s ciljem da nedovoljno atraktivne lokacije pre svega konceptualno redefinišu.



BORBA ZA REKU

Nažalost, prostora za eksperimente u Berlinu je sve manje zbog konsolidacije planerskog sistema na svim nivoima, stranih ulaganja i privatizacije. To, naravno, pored ušminkanih fasada i obnovljenih muzeja, podrazumeva strahovite poremećaje u socijalnoj strukturi stanovništva, špekulacije sa nekretnima i naduvavanje cena zbog *easyjet seta*, kako nazivaju pijane Engleze koji dolaze na trodnevni klabinig.

Treba napomenuti i da je sama struktura neformalnih aktera krajnje šarenolika, te da se među njima, pored kreativaca, nalaze i marginalizovani migranti, bizarne supkulture, politički aktivisti i anarhisti. Njima je bilo kakva saradnja sa predstavnicima establišmenta direktno kršenje sopstvenih principa, te se njihove akcije u prostoru najčešće manifestuju kroz umetničke intervencije, proteste, parade (moja omiljena *FuckParade* kao odgovor na komercijalni *LoveParade*), blokade i sitniji vandalizam. Ponekad se zapali i neki luksurniji auto kao poruka japijima da njihov dolazak u kvart nije puka individualna odluka, nego i signal siromašnima i onima koji nisu u *duhu* *progres*a da novi stan potraže na obodima grada.

U većini gradova sa bogatim postindustrialnim pejzažem obale reka dobile su nove funkcije i izgled, postajući tako prostori konzumerstva pod plaštom rekreativnih sadržaja. Berlin, nasuprot tome, svoje najbolje prostore na vodi (ako izuzmemo istorijsko jezgro) već godinama pokušava da proglaši zonom novih servisnoorijentisanih sadržaja, ali su se na tom putu isprečile grupe koje taj prostor uveliko koriste. Projekat *Media Spree*, vizija jednog poslovno-komercijalnog grada na reci, već godinama je u žiži javnosti zbog konflikta između investitora i lokalnog stanovništva (kvart Friedrichshain-Kreuzberg), koje smatra da ima mnogo veće pravo na taj prostor negoli MTV ili *Universal Music*. Sukob globalnog kapitala i malog čoveka ovde dobija poseban spin ako uzmemo u obzir da je sporna zona nekadašnji vakuum između Istočnog i Zapadnog Berlina i središte većine alternativnih pokreta. Planerska tromost i kasna reakcija grada doprinele su da se sukob radikalizuje i prelije na ulice kvarta. Iz neformalnog prostornog delovanja izrodili su se mnogi pokreti, pogotovo ekološki, koji za cilj imaju zastavljanje svih projekata koji pokušavaju da zaobiđu njihovu participaciju. Auto-

put A100 kroz gusto naseljenu zonu, redizajn Landwehrkanala ili gorepomenuti projekat *Media Spree* trpe žestoke kritike lokalnog stanovništva, ali i stručne javnosti. Ovde treba dodati da kvart godinama bira zeleno-crvenu koaliciju, da je stepen decentralizacije i uopšte građanske svesti veoma visok, te da kvart, demografski gledano, ima najmlađe stanovništvo. S tim u vezi, pravo na grad je shvaćeno pre svega kao mogućnost učestvovanja u izradi planova sa visokim stepenom tolerancije u javnom prostoru.

Zbog toga neformalnim socijalnim grupama nisu potrebni menadžeri i *fundraising* da bi organizovali koncert ili karaoke u parku. Jednostavno nabudžiš akumulator sa zvučnicima na bicikl, ponesiš laptop, drugar donese mikrofon, gajba piva se u kupi u radnji kod Turčina (vratićemo flaše) – i eto ti nedelje po podne. Odmah pored je i Flohmarkt, malo čistiji buvljak, na kojem možeš kupiti stolicu iz sedamdesetih ili majicu od nekog lokalnog dizajnera. Mogućnost da se ovako tretira javni prostor od Berlina je napravila grad nomada, sanjara i frikova, koji mestu daju specifičnu dozu opuštenosti koju ju je užurbani metropolis odavno izgubio.

Za urbanu semiologiju posebno je zanimljiva činjenica da multinacionalne kompanije konstantno prate inovativni potencijal supkultura, te se mogu videti pokušaji da se do novih konzumenata dođe tehnikama kao što su grafiti ili redizajn bastardizovanih kolica koje mahom migranti koriste kao mobilne kafee. Na svu sreću, neinstitucionalizovana kreativnost brendovima uvek beži za jedan korak i uvek iznova iznenađuje svojom vitalnošću koja prevazilazi puke egzistencijalne potrebe. Ako uzmemo u obzir činjenicu da je neformalno u urbanoj areni ništa drugo do naličje formalnog i indikator njegovih nedostataka, jasno je da je potencijal DIY (Do it yourself) prostora ogroman. Oni pre svega reflektuju potrebe stanovnika grada koje bi urbanisti morali uzeti u obzir u početnoj fazi planiranja kao moguće scenarije razvoja. Posebna vrednost ovih mikrourbanističkih intervencija je proces profesionalizacije (u kasnijoj fazi i samozapošljavanje) kroz eksperimentisanje sa materijalima, tehnologijama i programom. Neki od najpoznatijih umetničkih kolektiva, pozorišnih trupa i noćnih klubova nastali su upravo od samoorganizovanih mladih ljudi bez novca, čije je slobodno vreme jedini kapital.

Ostaje pitanje šta su sledeće faze i da li strane u konfliktu mogu ući u neku vrstu moderacije na temu urbanog razvoja prihvatljivog svima. Grafit iz kvarta *Nije svaki (urbani) razvoj progres* mnogo govori, ali pre svega otvara pitanje u čemu se ogleda lepota i urbani kvalitet jednog grada. Berlin, simpatično ružan, prepun priča i ožiljaka prošlosti, svakako ne može odigrati na kartu vizuelnog sklada kompaktnog grada, ali zato može ponuditi parče slobode za svakoga ko želi da počne od svog dvorišta.

