



Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais

ISSN: 1517-4115

revista@anpur.org.br

Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional

Seldin, Claudia

Práticas culturais como insurgências urbanas: o caso do Squat Kunsthaus tacheles em Berlim

Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, vol. 17, núm. 3, septiembre-diciembre, 2015, pp. 68-85

Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional
Recife, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513951514005>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

PRÁTICAS CULTURAIS COMO INSURGÊNCIAS URBANAS:

O CASO DO *SQUAT KUNSTHAUS TACHELES* EM BERLIM¹

CULTURAL PRACTICES AS URBAN INSURGENCIES:

THE CASE OF THE *KUNSTHAUS TACHELES SQUAT* IN BERLIN

CLAUDIA SELDIN

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo,
Programa de Pós-Graduação em Urbanismo, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

¹ A autora agradece à professora Lillian Fessler Vaz e ao GPCHU/PROURB/FAU-UFRJ, ao CNPq, à CAPES/PDSE (processo nº 19188/12-9) e à FAPERJ/CAPES-PAPD pelo apoio à pesquisa.

R E S U M O : *Este artigo aborda o tema da “insurgência” através da análise de práticas culturais que emergem como resistências aos crescentes processos de “culturalização” do espaço urbano. Partindo do princípio de que a criação e a venda de imagens de cidade dominam o campo do Planejamento Urbano contemporâneo, propomos investigar alguns casos que atuem contra essa tendência, com foco no recorte espacial de Berlim. Apresentamos um breve histórico das insurgências urbanas na capital alemã – hoje tida como um dos exemplos emblemáticos de “cidade criativa”, tão em voga no início do século XXI. Atenção especial será dada aos squats berlinenses, especialmente ao Kunsthaus Tacheles. Apesar de serem apropriados pelo marketing urbano oficial – que visa à construção de uma imagem de cidade alternativa e atraente aos profissionais criativos –, os squats sofrem negativamente com a gentrificação. Como consequência, veem-se obrigados a criar modos verdadeiramente criativos para garantir seu direito à cidade.*

P A L A V R A S - C H A V E : *Berlim; cidade criativa; insurgência urbana; planejamento cultural estratégico; resistência; Squat.*

O presente artigo tem por objetivo discorrer sobre práticas culturais que configuram insurgências na cidade ocidental contemporânea. Compreendemos as insurgências como práticas de coletivos que se posicionam contra a ordem estabelecida, hoje excessivamente marcada pela lógica do consumo.

A partir de uma investigação sobre a relação entre cidade e cultura, argumentamos que, nas últimas décadas, a lógica do consumo se reflete, na escala urbana, através de processos crescentes de “culturalização” do espaço, visando à criação de imagens de cidade para competir globalmente. Considerando a recente intensificação da busca da imagem de “cidade criativa”, examinamos aqui o caso de Berlim, onde diversos movimentos socioculturais vêm opondo-se às políticas públicas e aos projetos urbanos que instrumentalizam a criatividade, bem como seus efeitos gentrificadores, e, assim, formam insurgências cujo caráter se modifica ao longo do tempo. Para compreender as tensões envolvidas entre a abordagem culturalista do planejamento formal das cidades e os movimentos que insurgem contra ela, apresentamos um breve apanhado das relações de poder e as razões das inquietações que permeiam a época contemporânea.

CONTEXTUALIZAÇÃO: ESPAÇO, CULTURA, PODER E CONSUMO NA “MODERNIDADE LÍQUIDA”

A passagem do século XX para o XXI trouxe consigo uma série de novos comportamentos e tendências em nível global, apontando, entre outras coisas, para o encurtamento das distâncias, a fragilização das fronteiras, a necessidade de mobilidade constante e a consolidação de um poder simbólico como motor do capitalismo. Para explicar esse momento de profundas transformações, remetemo-nos à teoria do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001) referente à conflagração de uma era de “modernidade leve” e em processo de liquefação, e que, a partir dos anos 2000, se configura como uma “modernidade líquida”. Essa metáfora é explicada pelo caráter de “fluidez” do estado líquido da matéria: o líquido, diferentemente do sólido, nunca ocupa a mesma posição no espaço; na verdade, muda constantemente, quase nunca retornando à configuração original (BAUMAN, 2001, p. 8). Para o sociólogo, o “desmanche dos sólidos”, que vem ocorrendo desde o início da Modernidade, culminou na “libertação da economia” e no derretimento das ações coletivas e dos laços que antes nos uniam, como a família, a classe e o bairro (BAUMAN, 2001, p. 10-13).

A libertação econômica, fortalecida desde os anos 1980, é também abordada pelo geógrafo britânico David Harvey (2011; 2012) em suas reflexões sobre o capital e seus rebatimentos na conformação das cidades. O autor afirma que o capital é, na realidade, um processo ocorrido no tempo e no espaço e que a continuidade do seu fluxo é um dos pontos mais importantes para sua maior acumulação. Obstáculos ao seu movimento no espaço implicam um maior tempo de circulação, o que é desfavorável para os investidores. Nesse sentido, a diminuição das fronteiras e barreiras espaciais, observadas nas últimas décadas, representa um elemento crucial para o processo contemporâneo do capital. Harvey salienta que, cada vez mais, os seus detentores percebem o potencial dos setores econômicos de serviços e de entretenimento, através dos quais é possível alcançar uma maior velocidade do fluxo, dado que a mercadoria a ser vendida é, muitas vezes, o próprio processo de trabalho, não havendo um intervalo de tempo significativo entre o momento de produção e o de venda (HARVEY, 2011, p. 42-43). Esse é o caso, por exemplo, de produtos e eventos culturais – realizados e consumidos quase instantaneamente – e dos estilos de vida, reproduzidos através dos setores da moda e do *design*, agora voltados para o consumo em massa. Ademais, o tempo de vida desses serviços e dos produtos culturais a eles atrelados é bem menor do que o de bens de consumo materiais, o que justifica ainda mais o investimento nas tecnologias, ideias e nos valores que sorrateiramente incentivam sua aceitação.

Com base nesse raciocínio, é crucial também o desenvolvimento de novos meios de transporte e de novas formas de comunicação, que se tornam facilitadores do fluxo de capital, beneficiando certos produtos dentro da dinâmica de competição que move o capitalismo. É, por isso, que a ideia de **inovação** – das técnicas, dos modos de produção e do próprio espaço – passou a ser glorificada na entrada do século XXI, mais especificamente sob o mantra da **criatividade**, que, além de acelerar o processo do capital, desperta novos desejos e necessidades de consumo.

O conceito de criatividade nos é especialmente interessante, já que ele vem permeando o campo do Urbanismo, principalmente sob o lema da “cidade criativa”. Argumentamos aqui que a busca por esse *status* representa uma nova fase de um processo de “culturalização” do espaço urbano (VAZ, 2004), uma repaginação de um discurso calcado na venda da imagem das cidades e disseminado há mais de quarenta anos.

Podemos afirmar que tal “culturalização” foi conflagrada a partir de uma forte tendência de renovação de áreas urbanas estratégicas, com o objetivo de criar ícones culturais capazes de competir a nível internacional por investimentos e turistas. Iniciada nos EUA nas décadas de 1970/1980 e depois difundida pela Europa Ocidental e, eventualmente, pelo resto do mundo, essa tendência de pareamento do Planejamento Urbano com a Cultura consistiu em uma resposta aos processos de desindustrialização então conflagrados, em especial nas cidades que antes se apoiavam prioritariamente na manufatura de bens de consumo.

A imagem de declínio das cidades desindustrializadas levou os gestores urbanos a tentar reavivar, desesperadamente, as economias locais (e os mercados imobiliários falidos) através do investimento em novas imagens de suas cidades como polos culturais de destaque. Enquanto nos EUA observou-se uma forte tendência de revitalização do tecido urbano degradado por meio da criação de *lofts*, galerias de arte, restaurantes e boutiques em antigos distritos fabris (ZUKIN, 1982), na Europa, o processo de “culturalização” urbana foi mais amplamente associado à construção de grandes equipamentos de artes e entretenimento de caráter e escala espetaculares, muitas vezes projetados por profissionais renomados (EVANS, 2001). Essa vertente de renovação contribuiu para o surgimento de exemplos emblemáticos, entre os quais: a Paris de François Mitterrand, com seus inúmeros centros culturais; a Barcelona dos Jogos Olímpicos de 1992, com suas frentes marítimas repaginadas; a Bilbao pós-Guggenheim, consolidadora da noção dos museus e da “arquitetura de grife” como âncoras da revitalização urbana; e a Berlim reunificada, com seus antigos vazios urbanos tomados por grandiosos projetos decorrentes de concursos internacionais.

Os exemplos anteriores corroboram a ascensão do que chamaremos aqui de um “planejamento cultural estratégico”, que combina os conceitos de “planejamento cultural” (EVANS, 2001) e de “planejamento estratégico” (VAINER, 2002, p. 76). O primeiro se refere à combinação dos equipamentos culturais com *design* urbano, tendo como implicação um conceito ampliado de cultura, que, mais do que o campo das artes, abrange também a indústria cultural, o turismo, o patrimônio histórico e o lazer. Já o segundo carrega um caráter mais crítico, condenando a forma de pensar o espaço em função de interesses específicos dentro de um esquema internacional de competição.

Nesse contexto, a predileção por certas áreas de maior visibilidade da cidade surge como uma das maiores críticas acerca da “culturalização” urbana, pois gera níveis de desenvolvimento díspares entre as regiões ou entre as próprias cidades. Consequentemente, o acesso aos novos espaços culturais também é desigual, uma vez que privilegia apenas certas camadas da população. Como afirma Harvey (2012, p. 14):

A qualidade de vida se tornou uma mercadoria para aqueles com dinheiro, o mesmo tendo ocorrido com a cidade, num mundo onde consumismo, turismo, indústrias culturais e do conhecimento [...] se tornaram grandes aspectos da economia política urbana [...]. A inclinação pós-modernista para encorajar a criação de nichos de mercado, tanto em

escolha de estilos de vida urbanos quanto em hábitos de consumo, cerca a experiência urbana contemporânea com uma áurea de liberdade de escolha no mercado, provido que você tenha dinheiro.

Como sabemos, a “áurea de liberdade de escolha no mercado” não é estendida a todos. Cada vez mais, percebemos que, independente da cidade, são restritos os grupos sociais que têm acesso à oferta de espaços culturais de caráter mais espetacular. Como consequência, as diferentes classes não frequentam os mesmos locais, não se misturam e não compartilham os mesmos valores, o que contribui para processos de segregação, exclusão e fragmentação cultural, social, política e territorial. Assim, independentemente da diminuição das fronteiras da “modernidade líquida”, são criadas barreiras invisíveis que, associadas à implementação de políticas públicas desconectadas com as práticas populares, interrompem o diálogo espontâneo entre diferentes classes, como aponta Ribeiro (2006).

Cabe destacar que esses processos de segregação e fragmentação não são recentes ou exclusivos da fase “líquida” da modernidade, sendo observados desde a consolidação do projeto político modernista, que, como afirma o antropólogo James Holston (1996, p. 244), “absorve a cidadania num plano de construção do Estado e que, no processo, tende a reforçar um projeto elitista de contenção das classes trabalhadoras”. Em sua crítica ao planejamento modernista, Holston (1996, p. 244) pontua que a herança de tal projeto político se baseia na concepção do Estado como “a única fonte legítima dos direitos, sentidos e políticas da cidadania”. Para o autor, os espaços que surgem em oposição ao imaginário social modernista podem ser denominados de “espaços de cidadania insurgente” (HOLSTON, 1996, p. 244), sendo frequentemente derivados de manifestações organizadas de base ou através de práticas cotidianas que surgem fora da corrente de pensamento dominante, das políticas públicas de planejamento e/ou em busca de uma legitimação. Alguns exemplos seriam os espaços ligados às redes de migração, às periferias autoconstruídas ou às invasões urbanas (HOLSTON, 1996, p. 249).

O que observamos atualmente é que as insurgências, **compreendidas como formas alternativas de apropriação do espaço em busca da afirmação de um ideal**, ainda podem ser observadas, porém seu caráter vem transformando-se a partir do momento em que elas passam a agir contra lógicas de dominação/produção em constante transformação. O Estado, em seu papel de fonte legitimadora da cidadania no auge do modernismo, foi substituído, na segunda metade do século XX, pelo mercado, que é regido por um novo tipo de poder. Referimo-nos aqui ao “poder simbólico” (BOURDIEU, 2011) que se estabelece através da apropriação da cultura e que funciona, simultaneamente, como instrumento de identificação e de distinção dos diferentes, sendo capaz de legitimar ou excluir opiniões e discursos que vão contra os objetivos dos detentores do capital. Ressaltamos que esse capital – leve, que se move no espaço – está cada vez mais distante da noção de capital financeiro e mais próximo da noção de **capital simbólico**, ou seja, o acúmulo de bens de consumo (materiais ou imateriais) que atestam a distinção do seu detentor, contribuindo para a reprodução e legitimação da ordem socioeconômica estabelecida. Trata-se, portanto, de um poder que obedece a interesses particulares, apresentados, disfarçadamente, como interesses universais (BOURDIEU, 2011, p. 10-12).

No âmbito do “planejamento cultural estratégico”, a presença de cultura em um determinado recorte espacial – sob a forma de um edifício, de atividades artísticas

ou de certo estilo de vida – denota poder e implica um aumento no valor da terra. A cultura passa a ser, portanto, instrumentalizada, adquirindo a função de movimentar mercados proeminentes, como o imobiliário e o de turismo. Nessa lógica, as cidades do fim do século XX apostaram alto na economia simbólica, tendo o ‘turismo cultural’ como seu principal negócio e como base de seu poder competitivo em nível regional e global. Em consonância, a vitrine do turismo cultural urbano exhibe uma cidade “polida”, com identidades cuidadosamente escolhidas para representar apenas as memórias, os modos de vida e as histórias vendáveis.

Pontuamos que projetar a cidade com a finalidade de ressaltar seu poder simbólico e incentivar o turismo é pensá-la a partir de movimentos superficiais, baseados em trajetórias limitadas em que os sujeitos apenas se esbarram, não havendo real interação com o “outro”. Em suas reflexões sobre a “modernidade líquida”, Bauman (2001) aponta que os projetos recentes das cidades – e destacamos aqui especialmente os projetos para os espaços públicos – dificultam o encontro entre os diferentes. Os espaços de hoje são projetados para a passagem, não para a permanência, de modo que a presença daqueles que não se encaixam no padrão seja “‘meramente física’ e socialmente pouco diferente” (BAUMAN, 2001, p. 119).

A percepção da tendência de projetar o espaço para uns e não para outros soma-se, hoje, a diversas outras críticas que vêm contribuindo para o desgaste dos discursos sustentadores do “planejamento cultural estratégico”. Enquanto muitos condenam os processos de gentrificação² atrelados à criação de distritos culturais (LEES; SLATER; WYLY, 2008), outros alertam para uma crescente homogeneização do espaço. Esse é o caso de Michael Sorkin (1992), para quem as cidades passaram a se assemelhar a um parque temático. A ideia da cidade como parque temático implica a impossibilidade de enxergar o espaço coletivo como espaço público democrático. Nela, são constantes os elementos de aparência prazerosa e feliz, sempre destacados na arquitetura. Consequentemente, como afirma Ribeiro (2004), é possível observar a redução da complexidade urbana e certa perda da *uniqueness* dos lugares.

O que percebemos a partir dos anos 2000 é que a crescente homogeneização das cidades – pensadas como distritos culturais – fez com que a multiplicação de equipamentos de arte, entretenimento e lazer se tornasse não mais um fator diferenciador e de destaque, mas, sim, um “lugar comum” em termos de planejamento urbano. A falta de autenticidade e singularidade na experimentação da vida urbana começou a apontar para a necessidade de novos discursos de venda da imagem da cidade em locais diversos. Foi nesse contexto que a noção de “criatividade” começou a ganhar espaço nas políticas públicas.

A ASCENSÃO DA “CIDADE CRIATIVA”

A criatividade, como conceito aplicado às cidades, passou a ser incentivada desde meados dos anos 1990 (LANDRY; BIANCHINI, 1995), porém sua instrumentalização e expansão mundial, como parte dos discursos de venda da imagem urbana, intensificou-se apenas a partir da década de 2000, quando o conceito foi moldado a uma vertente econômica passível de utilização por gestores e administradores urbanos à procura de atualização das plataformas eleitorais. Essa atualização deveria implicar custos baixos de investimentos públicos, sem transformar

² Em outras palavras, a área renovada passa por um processo de valorização tão profundo que seus habitantes não conseguem mais arcar com os seus elevados custos, devido, principalmente, à especulação imobiliária. Assim, são obrigados a deixar a região – agora tomada pelas classes média e alta – em busca de áreas mais baratas.

significativamente as relações de mercado surgidas nas décadas anteriores, sem danificar as parcerias consolidadas entre setores públicos e privados e sem invalidar os programas já concretizados de “culturalização” das cidades. Foi exatamente isso que a obra do economista estadunidense Richard Florida propiciou.

A polêmica pesquisa de Florida (2005; 2011), realizada prioritariamente nos EUA e no Canadá, propunha a ascensão de uma nova “classe social” – a “classe criativa” – como elemento essencial para o crescimento econômico das cidades contemporâneas. Caracterizada por ser jovem, boêmia, *cool*, diversificada e tolerante, ela combinaria profissionais muito diferentes – artistas, *designers*, cientistas, técnicos de tecnologia da informação, empresários, líderes políticos, entre outros –, todos reunidos no mesmo grupo de produtores do capital cognitivo, considerado o novo motor da economia mundial, isto porque a economia atual passou a ser amplamente dependente da alta tecnologia, da pesquisa e da disseminação de informação e comunicação. Assim, a “classe criativa” do século XXI representaria a consolidação da transição de uma sociedade baseada na produção de bens de consumo e de bens culturais para a produção de serviços e de conhecimentos especializados.

Ainda de acordo com Florida, como a “classe criativa” é móvel e cosmopolita, ela pode escolher em que cidade viver no mundo, optando por aquelas que apresentam certos conjuntos de amenidades atraentes ao público jovem e alternativo. Sua pesquisa destaca que a presença de grandes e espetaculares equipamentos culturais e de entretenimento já não é tão desejável como em décadas anteriores, pois esses profissionais criativos favorecem **lugares autênticos**:

As atrações que a maioria das cidades se concentra em construir – estádios, vias expressas, centros de compras, áreas de lazer e turismo semelhantes a parques temáticos – são irrelevantes, insuficientes ou mesmo desinteressantes para a maioria dos integrantes da classe criativa (FLORIDA, 2011, p. 218).

Entre as preferências desse grupo estão: uma cena cultural alternativa, em vez de grandes museus e centros culturais de cadeia; parques locais, no lugar de grandes estádios esportivos; pequenos cafés e bares, em vez de restaurantes de rede; e assim por diante. Com base nessa lógica, os administradores urbanos deveriam se concentrar menos na simples atração de turistas culturais, através da reprodução dos projetos urbanos no estilo dos anos 1990, e mais na captação e manutenção desses profissionais através da expansão da autenticidade local.

Cabe apontar que a polêmica em torno da teoria de Florida tem sido significativa, sendo esta, com frequência, apreendida negativamente em virtude de sua pouca preocupação social. Autores como Rosler (2011) criticam a combinação de pessoas muito diferentes em um grupo social homogêneo, a glorificação de uma pequena elite gentrificadora como brava exploradora urbana, e mesmo o seu caráter segregador, que distingue e congela permanentemente os “vencedores” e os “perdedores” da economia urbana (FLORIDA, 2005). Apesar das críticas, a ideia de criar projetos específicos para atrair a “classe criativa” tem sido adotada por gestores urbanos e políticos em diversas cidades, como Rio de Janeiro, Montreal, Dublin e Berlim. Abordaremos, mais especificamente, o caso alemão – já consolidado e onde a ênfase recente em políticas em busca do *status* de “cidade criativa” tem gerado uma forte reação contrária por parte da população local.

BERLIM: A ORIGEM DE UMA IMAGEM DE CIDADE ALTERNATIVA

De acordo com Claire Colomb (2012), a prática de *marketing* urbano em Berlim possui momentos diferentes ao longo do século XX, seguindo motivações específicas de cada contexto de sua história peculiar – marcada por guerras, pela divisão espacial entre dois sistemas econômicos e políticos, pela presença de um muro cortando seu tecido urbano e pela inserção tardia no capitalismo. Desde o início dos anos 2000, políticas e projetos urbanos vêm sendo elaborados com o propósito de repaginar a imagem da capital alemã de modo a enfatizá-la como uma cidade criativa, jovem, cosmopolita e lar de uma extensa produção subcultural³.

Essa imagem, no entanto, não é nova. A ideia de uma Berlim jovem e alternativa remete ao período em que a cidade era dividida entre o Oeste capitalista e o Leste socialista. Durante as décadas de 1960 e 1970, um grande contingente de “turistas de guerra fria” (COLOMB, 2012) visitava a cidade interessado em seu estado de exceção⁴ e nos contrastes urbanos provenientes de dois governos que buscavam intervir no tecido urbano com o objetivo de construir, dentro de suas limitações, ícones arquitetônicos e urbanos representativos de cada sistema. Porém, a partir dos anos 1980, com o inicial esgotamento da Guerra Fria e o fortalecimento do processo de “culturalização” das grandes capitais europeias, logo se observou a necessidade de incentivar um novo tipo de turismo, capaz de trazer mais investimentos, principalmente à Berlim Ocidental. A solução encontrada por suas agências de marketing foi, então, a aposta na noção de uma cidade de população majoritariamente jovem, onde florescia uma rica subcultura. O departamento de turismo local passou a anunciar os prazeres urbanos aliados ao consumo, à vida noturna e ao estilo de vida de uma cidade onde a juventude rebelde era abundante e onde era possível o escape da rotina. O berlinense da época passou a ser representado como um jovem desafiador, artístico e orgulhoso de sua cidade. Tratava-se dos primórdios da promoção urbana através da exaltação da qualidade autêntica e *cool* do local, como sugeriria Richard Florida décadas depois.

O caráter subcultural do Oeste berlinense da época pode ser explicado por duas razões: primeiramente, pela forte concentração de imigrantes à procura de áreas mais baratas onde pudessem se estabelecer na Europa capitalista; e, em segundo lugar, por uma brecha na lei da Alemanha Ocidental que retirava a obrigatoriedade do serviço militar para aqueles que habitassem nesse lado da cidade. Naturalmente, essa brecha fez com que camadas ligadas à contracultura, como artistas e *punks*, se mudassem para áreas mais baratas da cidade, próximas ao Muro de Berlim e pouco valorizadas. A concentração de uma juventude politicamente engajada e de imigrantes levou a diversas experiências alternativas de apropriação do espaço urbano que se encaixam no conceito de Holston (1996) referente aos “espaços de cidadania insurgente”. Trata-se de concentrações de perfis específicos da população – marginalizados ou cuja associação se baseia precisamente em ideais políticos contra a ordem estabelecida (no caso, contra a ideia de uma cidade dividida, a opressão e um controle excessivo da circulação no espaço). Entre os espaços marcados pela insurgência, destacamos os *squats* – ocupações de caráter habitacional ou cultural de um imóvel ou terreno abandonado/ameaçado, normalmente realizada por um grupo que não possui a propriedade legal da terra. Os *squats* implicam, portanto, o uso de um imóvel sem o

³ Compreendemos por “subcultura” a produção e o consumo de bens simbólicos que não representam a corrente cultural principal dominante, uma cultura alternativa que também possui poder de distinção social (THORTON, 1997).

⁴ Expressão utilizada para se referir a Berlim no contexto da Guerra Fria em função de sua condição peculiar de cidade dividida.

consentimento prévio de seu dono (seja este uma instituição pública, seja um indivíduo particular, seja uma corporação ou instituição privada). Muitas vezes, eles adquirem caráter político, de reivindicação. Tratamos os *squats* como insurgências urbanas, uma vez que se baseiam em lutas pelo direito à moradia, contra a gentrificação ou a opressão do sistema vigente, reconhecendo, porém, as transformações de seu caráter ao longo da história. Ressaltamos que Holston (1996, p. 249) inclui as “invasões urbanas” em seu conceito de “lugares de insurgência”, pois estas “introduzem na cidade novas identidades e práticas que perturbam histórias estabelecidas”.

No início da década de 1980, um escândalo no mercado imobiliário berlinense ocidental fez com que o número de *squats* na cidade aumentasse exponencialmente, o que levou a conflitos e episódios de violência urbana. Bader e Bialluch (2009) apontam que, apenas entre 1980 e 1981, cerca de 170 imóveis na Berlim Ocidental abrigavam *squats*, recebendo forte apoio popular. Esse fato, somado a um enorme crescimento da imigração e do desemprego, fez com que o senado local tomasse medidas diplomáticas para conter os ânimos, sem perder, no entanto, o tradicional controle sobre o espaço urbano. Entre essas medidas, estava a mediação de um acordo entre *squatters* e proprietários de imóveis que garantia a permanência dos ocupantes por vinte ou trinta anos mediante o pagamento de aluguéis predeterminados. O financiamento desse acordo ocorreu por meio de programas de bem-estar social e de renovação urbana, representando uma vitória para muitos movimentos sociais locais. Como consequência, Berlim Ocidental passou a ser vista como a única cidade alemã onde a prática de *squat* era apoiada oficialmente pelo governo – algo que logo a transformou em um destino ainda mais almejado por jovens e movimentos sociais. Nesse caso, percebemos uma apropriação dos espaços de cidadania insurgente para a formação específica de uma imagem de cidade. O bairro de Kreuzberg – situado na fronteira entre Leste e Oeste – é um retrato dessa apropriação, tendo passado a receber atenção especial no cenário internacional e sendo associado a ideais de rebeldia, de protestos indisciplinados e de estilos de vida alternativos, culturais e sexuais (LANZ, 2013).

Entre 1989 e 1990, após a queda do muro e a reunificação da Alemanha, o movimento de entrada de berlinenses orientais no lado ocidental ocorreu com uma intensidade gigantesca. O momento trouxe uma espécie de aceleração da história para a Berlim reunificada, que sobrevivera durante quarenta anos dentro de uma espécie de bolha social, econômica e cultural. Agora, como unidade municipal única, seus gestores deveriam confrontar subitamente os problemas econômicos que já faziam parte da realidade de outros países desde a década de 1970, entre eles: a rápida desindustrialização, o crescimento do desemprego e a transição para uma economia baseada em bens culturais e serviços.

A crescente ocidentalização da nova capital alemã trouxe consigo uma clara rejeição das estruturas urbanas remanescentes da Alemanha Oriental, assim como de sua arquitetura – em especial os grandes blocos habitacionais modernistas, cujas técnicas de construção e valores estéticos eram considerados ultrapassados. Essa rejeição, somada à crise da indústria, implicou o crescimento de edifícios abandonados durante os anos 1990 e parte dos 2000. No entanto, enquanto uma parcela da população oriental rumava ao Oeste, deixando para trás décadas de repressões associadas ao regime socialista, jovens e artistas faziam o caminho contrário, ao perceberem novas oportunidades de se apropriarem dos espaços vazios

e de criar identidades urbanas próprias. Nos meses que seguiram a queda do muro, uma segunda onda de *squats* dominou a cidade, agora no antigo lado oriental, onde as sedes de empresas desativadas, as fábricas e os armazéns abandonados e localizados nos distritos próximos ao centro foram ocupados por coletivos diversos. Esse movimento de ocupação de lugares remanescentes do planejamento modernista por grupos e atividades diferentes daqueles para os quais foram inicialmente projetados vai ao encontro da teoria de Holston (1996) a respeito de espaços insurgentes que apontam para uma nova produção da cidade. É necessário ressaltar, porém, que observamos essas ocupações em locais variados. Ao longo das margens do Rio Spree – que corta a cidade –, por exemplo, bares temporários, áreas de banho de sol e boates foram instalados em zonas industriais degradadas. Em suma, novos usos foram livremente designados para os diversos vazios urbanos locais, que se transformaram em *playgrounds* para a experimentação urbana e para a produção alternativa de cultura.

A ocupação de edifícios abandonados e a transformação de seus usos foi possível naquele momento porque, após a queda do muro, o *status* de propriedade dos imóveis era pouco claro e o controle público era fraco. Esse quadro, juntamente da possibilidade de estabelecimento de atividades livres de obrigações institucionais, acabou propiciando um fortalecimento dos *squats*, que conseguiam acordos temporários de permanência. Um exemplo de ocupação beneficiada por esse tipo de acordo é a *Kunsthaus Tacheles* – uma ocupação cultural iniciada meses após a queda do muro.

KUNSTHAUS TACHELES: UM SQUAT CULTURAL COMO INSURGÊNCIA URBANA

A história da *Kunsthaus Tacheles* remete-se ao início do século XX, quando seu terreno de aproximadamente 22 mil metros quadrados foi adquirido para a implantação de uma grande galeria comercial no antigo bairro judaico, no distrito central de Mitte. O edifício foi inaugurado em 1909, seguindo o projeto do arquiteto alemão Franz Ahrens, que mesclava elementos modernos, góticos e clássicos. A *Friedrichstraßenpassage*, como foi então intitulada, destacava-se pela inovadora utilização de concreto armado na estrutura e pela presença de acessos por duas ruas de grande movimento. Logo, foi transformada em uma imensa loja de departamentos, porém viu-se obrigada a fechar suas portas em 1914, pouco antes da I Guerra Mundial. Nos anos 1920 e 1930, o edifício possuiu diversos proprietários e ocupantes, incluindo o Partido Nazista. Durante a II Guerra Mundial, toda a região de Mitte foi alvo de bombardeios devastadores, com a consequente destruição da maior parte dos edifícios. A antiga *Friedrichstraßenpassage* foi uma das poucas construções sobreviventes aos ataques, o que acabou por render-lhe, em 1992, o *status* de patrimônio histórico.

Figura 1: Fachada principal da *Kunsthaus Tacheles*, 2013

Fonte: Acervo da autora.

Após a guerra, o terreno – no período pertencente a Berlim Oriental – passou a ser utilizado pela Federação dos Sindicatos de Livre Comércio Alemão. A partir desse momento, outros usos foram atribuídos ao local, entre os quais teatro e cinema, até hoje existentes. Durante o período socialista, muitas alterações foram realizadas na estrutura do imóvel, incluindo demolições parciais nunca finalizadas devido à insuficiência de fundos. Os múltiplos usos, os bombardeios e a falta de cuidados levaram à extrema deterioração do edifício. Após a queda do muro, sua demolição completa foi marcada para fevereiro de 1990; contudo, durante a segunda onda de *squats* berlinenses, ele foi ocupado por um coletivo de artistas oriundos de Berlim Oriental, eventualmente denominado *Künstlerinitiative* (“iniciativa de artistas”) *Tacheles*. O nome *Tacheles* deriva do termo iídiche que significa “falar diretamente, sem rodeios” – uma referência não apenas ao bairro judaico onde fora construído, mas também ao sentimento de liberdade que tomava conta da época em virtude da reunificação territorial, política e econômica.

Em pouco tempo, diversos outros artistas e grupos de variadas nacionalidades juntaram-se à ocupação do edifício, que passou a ser conhecido como *Kunsthaus* (“casa de arte”) *Tacheles*. A partir daquele momento, a casa se consolidou não só como um *squat* cultural, mas também residencial, já que cerca de 60 artistas ocupavam os dois edifícios de apartamentos abandonados adjacentes ao terreno. A transformação do coletivo em uma associação formalizada, ainda nos primeiros anos, possibilitou a aquisição de vistos para artistas estrangeiros e o apelo bem-sucedido por um investimento do governo no valor de um milhão de marcos para renovações do edifício (STUCKERT, 1992). Mais notadamente, a associação conseguiu negociar com a administração distrital para que houvesse o reconhecimento do valor histórico da construção e, por conseguinte, seu tombamento, garantindo, por lei, que o edifício possuisse obrigatoriamente um uso artístico ou cultural.

Apesar do tombamento, nenhum outro investimento governamental foi feito

no local. A fachada posterior havia sido demolida antes da reunificação da cidade e muitos ateliês foram montados nos vãos, sem paredes. Assim, os próprios artistas ficaram encarregados das obras necessárias para tornar os espaços habitáveis, e a casa de arte passou a ser customizada de acordo com seus desejos. Durante esse período, o coletivo enxergava *Tacheles* como uma ideologia – calcada na liberdade de criação e na democratização da arte, ali produzida fora dos padrões vigentes de curadoria. Essa ideologia justifica o nosso reconhecimento de tal caso como um espaço de insurgência, conforme proposto por Holston (1996), pois implica a criação de uma associação comunitária com meios próprios de funcionamento, atuando em sentido contrário às políticas públicas culturais e de planejamento do momento.

Em consonância com outros movimentos semelhantes na capital alemã, o coletivo era, então, norteado pelo ideal de participação da sociedade nas decisões políticas (especialmente sobre o espaço urbano) como um direito fundamental para o exercício da cidadania. Destacamos que as ações iniciais que levaram ao tombamento e à concessão de vistos para imigrantes, por exemplo, podem ser entendidas como as primeiras de uma série de **táticas** elaboradas para garantir a permanência dos artistas no local e legitimar a ocupação em uma época em que a cidade de Berlim começava a passar por grandes projetos de revitalização urbana. Compreendemos “táticas” conforme proposto por De Certeau (2014, p. 83), ou seja, como pequenos atos de desvio do comportamento esperado, improvisados e movidos pela ocasião, capazes de transformar a maneira como o espaço urbano é apropriado e usufruído. Em outras palavras, trata-se das diferentes formas de se aproveitar uma determinada ocasião, operando improvisadamente – “golpe por golpe, lance por lance” –, percebendo as possibilidades do momento e trazendo uma surpresa à ordem (DE CERTEAU, 2014, p. 94).

Como mencionado, a ordem reinante no início dos anos 1990, em termos de políticas de planejamento, consistia em um processo de busca por uma imagem urbana renovada. Após a reunificação, Berlim enfrentava pressões internas e externas para se inserir competitivamente no cenário econômico global, seguindo a tendência internacional de “planejamento cultural estratégico” então dominante (VAZ, 2004; SÁNCHEZ, 2010). A repaginação da imagem local objetivava a atração de investimentos externos, com um foco claro na construção de equipamentos culturais espetaculares e na promoção de eventos. Os símbolos mais emblemáticos dessa vertente foram a regeneração da *Potsdamer Platz* – uma antiga área adjacente ao muro que foi dotada de edifícios de escritórios e do complexo de entretenimento *Sony Center* – e as caras renovações da Ilha de Museus (*Museumsinsel*) e do edifício do parlamento (*Reichstag*).

Em geral, podemos afirmar que os grandes projetos incluídos no planejamento estratégico de Berlim durante os anos 1990 causaram tensão, afetando os movimentos sociais devido à transformação de uso da terra e à extensão dos princípios capitalistas por toda a cidade. O contexto de regeneração urbana era particularmente complexo para os casos de terrenos e assentamentos onde a propriedade era dúbia ou indefinida e onde havia grande especulação imobiliária. Poucos meses após a segunda onda de *squats* que fez surgir a *Kunsthau Tacheles*, uma nova política – mais rígida – foi implementada, impedindo futuras ocupações semelhantes. Segundo Evans (2001), essa nova direção, somada ao aumento do valor da terra em terrenos onde não existiam acordos de permanência⁵, levou a consequências catastróficas, em particular para os artistas locais, que começavam a não conseguir mais arcar com os custos de seus

5 Em meados dos anos 1990, foi determinado que o terreno da *Kunsthau Tacheles* era de posse estatal, o que possibilitou a permanência dos artistas até sua venda para um grupo privado.

ateliês. No entanto, esse autor salienta que, tradicionalmente, em Berlim, os artistas sempre desenvolveram uma resposta coordenada contra a perda de infraestrutura considerada necessária para suas atividades, consistindo em uma importante força de resistência. Ressaltamos que os espaços de cidadania insurgentes, desde os anos 1990, possuíam a particularidade de atuar na escala local, com foco nas problemáticas específicas e, por vezes, de modo descentralizado. Um exemplo claro dessas formas de organização foram os movimentos de inquilinos a favor de uma renovação urbana sem despejos/relocações, entre eles o notório *Wir bleiben alle* (“Nós permaneceremos todos”) – transformado em *slogan* de resistência urbana, estampado, até hoje, em fachadas de edifícios ameaçados.

Apesar dos protestos contra a gentrificação e a homogeneização da paisagem, até o início dos anos 2000, Berlim já havia se estabelecido como um distrito cultural internacional, repleto de centros culturais de caráter turístico e alternativo. Nesse contexto, a *Kunsthau Tacheles* ganhava imenso destaque e popularidade, sendo transformada em uma referência na cena subcultural local. Isso, junto do apoio recebido de partidos esquerdistas, fez com que o governo optasse por uma postura leniente, tolerando a sua ocupação livre até 1998. Nesse mesmo ano, o edifício foi vendido para uma incorporadora imobiliária alemã, que propôs um contrato de aluguel temporário de dez anos, a partir do qual foi permitida a permanência da população de artistas em troca de uma quantia mensal simbólica. O acordo assegurava também a recuperação do edifício, que passou por uma reforma considerável em 2000, quando os vãos na fachada foram fechados com panos de vidro, o sistema de aquecimento foi modernizado e novas unidades sanitárias foram instaladas⁶.

⁶ Dados retirados do documentário “*Unverwüstlich*” (2012), de Falko Seidel.

Figura 2: *Slogan* do movimento *Wir bleiben alle* na fachada de um *squat* despejado, 2013



Fonte: Acervo da autora.

A menor preocupação com a possibilidade de expulsão, atrelada à atenção recebida, levou a uma atenuação do caráter de resistência da casa de arte, que não se configurava mais necessariamente como uma ocupação ou como um espaço insurgente. O crescimento da fama da *Kunsthau Tacheles* acabou por contribuir também para o fortalecimento das disputas internas por espaço e notoriedade. Como consequência, a rotatividade de artistas passou a se tornar frequente. Grupos mais antigos, indignados com a administração ditatorial existente dentro da casa, realocaram suas atividades.

Esse foi o caso, por exemplo, da Oficina de Metal (*Metallwerkstatt*) que se instalou no pátio externo ao edifício.

Na mesma época, as obras referentes aos grandes projetos urbanos e arquitetônicos que visavam à repaginação da imagem da cidade contribuíram para o aumento da dívida pública local e para a conflagração de uma grave crise financeira e de um novo escândalo imobiliário envolvendo a coligação política no poder. Esse acontecimento fez com que, em 2001, outra coalizão partidária assumisse o senado berlinense. A nova linha adotada incluía medidas de austeridade pareadas com políticas criadas a fim de enfatizar o papel de Berlim como uma **cidade criativa**, com a intenção de atrair profissionais altamente qualificados de todo o mundo, capazes de reacender a economia local através da acumulação de capital cognitivo.

A influência da teoria de Richard Florida (2005; 2011) tornou-se clara através dos discursos do prefeito Klaus Wowereit (2001-2014), incluindo sua famosa frase sobre a cidade ser “pobre, mas sexy”⁷. Em outras palavras, Berlim estava falida, mas possuía uma imagem atraente aos profissionais criativos, a qual poderia ser explorada em nome do lucro. As agências de *marketing* locais retomaram, então, a propaganda da Berlim jovem, subcultural, iniciada nos anos 1980, glorificando agora, em seu discurso oficial, os pequenos cafés, bares decadentes, muros grafitados e *squats* surgidos nos últimos vinte anos, que, juntos, propiciavam o fator de autenticidade sugerido por Florida. Tratava-se, portanto, de uma apropriação da imagem das insurgências urbanas locais, sem, no entanto, propiciar-lhes qualquer apoio direto – burocrático ou financeiro.

A partir dos anos 2000, a visibilidade de *Tacheles* cresceu tão rapidamente que ela passou a figurar nos guias turísticos internacionais e a ser utilizada nas campanhas de *marketing* urbano locais como exemplo da ação jovem, subcultural e ativista que caracterizava a cena criativa berlinense. Nesse momento, o complexo cultural instalado no lote contava com ateliês, galerias de arte e salas de exposição, um teatro, um cinema, diversos bares e uma casa de shows. As atividades realizadas na casa passaram a exercer um enorme impacto sobre o entorno, contribuindo não apenas para os negócios locais (restaurantes, bares e hotéis), mas também para a economia informal – em especial, traficantes e prostitutas, cuja presença contribuía para a consolidação da imagem dubiamente decante e *cool* da cidade.

Além da apropriação da imagem de centros culturais alternativos, demais ações oficiais realizadas para consolidar a ideia de uma Berlim criativa incluíram: concessão de vistos para os artistas e profissionais criativos estrangeiros; candidatura bem-sucedida de Berlim para a Rede de Cidades Criativas da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO); criação de um novo *slogan* para a cidade (*be Berlin*); apoio do Senado às empresas *startups* e a *clusters* ligados à indústria criativa. Um desses *clusters* consistia no empreendimento intitulado *MediaSpree* – uma grande operação urbana, totalizando mais de 180 hectares ao longo das margens do Rio Spree. Seu objetivo era a construção de 44 empresas criativas através de um detalhado projeto urbano que possibilitava a revitalização de armazéns e edifícios abandonados, muitos dos quais foram tomados pelos mesmos *squats* e usos temporários glorificados no *marketing* oficial da cidade. A expulsão das atividades locais em virtude do projeto levou à criação de movimentos sociais específicos, como o *MediaSpree versenken* (“Afundem o *MediaSpree*”), composto por pequenos empreendedores, artistas, ativistas, estudantes e habitantes contrários à

7 Frase proferida durante uma entrevista de TV em 2004.

gentrificação, à privatização da orla e à mudança do caráter da região em virtude do interesse de poucos. O sucesso do movimento conduziu à realização de um referendo em que a maioria da população local votou contra a continuidade da operação urbana, forçando-lhe mudanças.

A reação negativa ao *MediaSpree* consiste em um dos muitos exemplos de rejeição aos projetos urbanos calcados no discurso que instrumentaliza a criatividade, provando uma visão de que o crescimento criativo da cidade tende a contribuir para a segregação e a marginalização de grupos desconsiderados do processo de *branding* urbano. A percepção do fortalecimento da gentrificação e das crescentes desigualdades socioeconômicas intensificaram os movimentos sociais da população berlinense. Ironicamente, essa reação tem sido encabeçada por uma parte considerável daquela que seria a própria “classe criativa” local, principalmente os profissionais dos setores mal remunerados da indústria cultural, como os artistas autônomos – pintores, escultores, artesãos, grafiteiros –, constantemente ameaçados de despejo, endividados com altos aluguéis e indignados com a transformação da paisagem urbana e com a apropriação dos espaços por eles criados.

Esse período de políticas centradas na busca de uma imagem criativa marca também uma transição no caráter das insurgências urbanas berlinenses, que não podem ser apreendidas homogeneamente. Enquanto nas décadas de 1980 e 1990 era possível discernir duas fases diferentes, marcadas por movimentos organizados de *squats* residenciais e culturais que geravam espaços de cidadania insurgente, como propunha Holston (1996), os anos 2000 e 2010 trouxeram uma diminuição das ocupações (em função de controles mais rígidos da propriedade), acompanhadas por um aumento de associações criadas para protestar contra os processos de gentrificação e expulsão de *squats*. Essa nova fase foi marcada por passeatas que expunham sua causa ao resto da cidade, bem como por ocupações com durações menores.

Tal transição se reflete na história da própria *Tacheles*, ameaçada de despejo a partir de 2008, quando o contrato temporário de permanência dos artistas chegou ao fim. Em função da crise financeira mundial, a propriedade do terreno foi transferida para um banco, que passou a ameaçar os artistas. Eles permaneceram na casa sem o pagamento de aluguéis, retornando temporariamente à condição inicial de *squatters* entre 2009 e 2012. Esse período foi marcado por uma série de protestos, passeatas e intervenções urbanas com objetivo de evitar o despejo iminente. Entre as muitas táticas elaboradas, destacamos: a campanha “Eu apoio *Tacheles*” (*I support Tacheles*), que levou diversos artistas e visitantes de todo o mundo a tirarem fotos segurando cartazes com o *slogan* homônimo; e uma intervenção urbana em 2012, através da qual 175 mil assinaturas coletadas em um abaixo-assinado foram espalhadas na praça *Pariser Platz*, diante do icônico Portão de Brandemburgo. Apesar da criatividade e do apoio para lutar contra os despejos, as divergências internas impediram que todos os ocupantes da casa se unissem de forma coordenada para lutar pelo objetivo comum de manter o imóvel. Aos poucos, pequenos grupos foram deixando a casa de arte, alguns ressarcidos e outros, não.

Os únicos remanescentes no terreno foram os integrantes da Oficina de Metal, que recusaram as ofertas financeiras e permaneceram ocupando o pátio externo do edifício com tendas improvisadas. O coletivo foi formalizado com o estabelecimento da associação *Art Pro Tacheles*, revertendo, temporariamente, a sua condição de espaço de insurgência, marcado pela presença de alguns artistas que protagonizaram a fase pioneira da ocupação em 1990. Na esperança de reaver a posse do imóvel, a nova

associação contratou uma representação legal e elaborou um memorial conceitual com ideias para o uso do edifício, sustentando sua ocupação durante nove meses, apesar das ameaças, das subseqüentes ações judiciais, da falta de aquecimento, água e eletricidade.

Figura 3: *Squat* dos escultores de metal no pátio interno da *Kunsthau Tacheles*, 2013



Fonte: Acervo da autora.

A restrição de acesso ao pátio obrigou o grupo a improvisar uma nova entrada por uma rua estreita escondida, sendo necessária a distribuição de cartazes pelo bairro com um mapa explicativo para que os turistas conseguissem achá-la. Ademais, agentes de segurança foram contratados para patrulhar a área durante o dia, e câmeras foram instaladas para controlar suas atividades. A insistência do grupo possibilitou que a *Kunsthau Tacheles* completasse, em fevereiro de 2013, seu 23º aniversário, nunca tendo cessado suas atividades. Cabe ressaltar que, nesse momento, já não havia grande apoio popular à permanência dos artistas. O local era mais celebrado por turistas do que pela população local, que o considerava decadente e destoante da paisagem renovada da cidade.

Após inúmeras manifestações, eventos e intervenções urbanas de protesto, incluindo um “passeio” do nome *Tacheles*, em letras gigantes de metal, pela cidade (Figuras 4 e 5), os escultores foram despejados no fim de junho de 2013. O acontecimento implicou o desgaste da associação e novos conflitos internos, que ameaçam, até hoje, seu *status* formal. Atualmente, os artistas que trabalharam em algum momento na *Kunsthau Tacheles* se espalharam por Berlim, por outras cidades da Alemanha e pelo mundo.

Figuras 4 e 5: Protesto contra o despejo dos artistas – “Passeio” das letras de metal pela cidade, 2013



Fonte: Acervo da autora.

Por volta de quatorze meses após o despejo final, foi anunciada, em setembro de 2014, a venda da casa de arte para uma incorporadora imobiliária estadunidense. Até este momento, os planos para a área incluem apartamentos, lojas e hotéis. Em função do tombamento do imóvel, um porta-voz afirmou que parte da casa será utilizada para eventos culturais. Até o fechamento deste artigo, o terreno permanecia vazio e nenhuma obra havia sido iniciada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante sua vida útil, a *Kunsthaus Tacheles* representou muito mais do que um simples *squat* na paisagem berlinense. Em uma época em que o processo de “culturalização” da cidade se consolidava, ela se fortaleceu como um espaço insurgente, provando que seus usuários procuravam alternativas aos centros culturais cada vez mais genéricos. Mais do que isso, ela ultrapassava os limites do equipamento cultural: representava uma filosofia e um estilo de vida para pessoas de origens diversas que acreditavam na necessidade da ação coletiva, do diálogo e do processo livre de produção artística. Nesse sentido, podemos afirmar que a insistência dos artistas em mantê-la aberta e as muitas táticas por eles utilizadas para alcançar essa

meta ultrapassavam a mera defesa de seus interesses ou a vontade de permanecer no imóvel; representavam uma luta por um bem comum, assim como uma resistência maior ao processo de mercantilização da imagem urbana.

Apesar disso, não podemos considerar este caso como um espaço insurgente homogêneo, sendo necessário ressaltar as inúmeras transformações ocorridas ao longo de toda a sua história, em consonância com as mudanças dos paradigmas que norteiam a própria cidade e com a evolução dos grupos sociais responsáveis e seus renovados interesses.

Não é nosso objetivo traçar conclusões fechadas a respeito do tema das insurgências, mas, sim, ressaltar a importância das análises dos processos das apropriações espaciais e dos interesses que as sustentam, uma vez que elas possibilitam que sejam feitos questionamentos sobre como preservar os espaços apropriados pelas insurgências como bens comuns e dão abertura para perguntar se tais espaços devem ser preservados de forma imutável.

O que podemos afirmar é que os movimentos que sustentam as insurgências urbanas exprimem aquilo que Sánchez (2010, p. 87) chama de uma “fuga da passividade” ou de “maneiras de viver e [de] reapropriações da cidade afastadas das previsões da ordem urbana promovida pela imagem oficial” (SÁNCHEZ, 2010, p. 116). Em outras palavras, trata-se de práticas que exprimem a **real criatividade urbana**, que nunca poderá ser instrumentalizada, pois implica imprevisto, espontaneidade e originalidade da luta por igualdades e direitos, em especial, o direito à cidade.

Claudia Seldin:
claudia.seldin@gmail.
com.

Artigo recebido em 13 de agosto de 2015 e aprovado para publicação em 2 de dezembro de 2015.

REFERÊNCIAS

- BADER, I.; BIALLUCH, M. Gentrification and the Creative Class in Berlin-Kreuzberg. In: PORTER, L.; SHAW, K. (Org.). *Whose Urban Renaissance? An International Comparison of Urban Regeneration Strategies*. Londres: Routledge, 2009. p. 93-102.
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. 15. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- COLOMB, C. *Staging the New Berlin: Place Marketing and the Politics of Urban Reinvention Post-1989*. Londres; Nova York: Routledge, 2012.
- DE CERTEAU, M. *A Invenção do Cotidiano*. Artes de Fazer. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- EVANS, G. *Cultural Planning: An Urban Renaissance?* Londres: Routledge, 2001.
- FLORIDA, R. *Cities and the Creative Class*. Nova York; Abingdon: Routledge, 2005.
- _____. *A Ascensão da Classe Criativa*. Porto Alegre: L&PM, 2011.
- HARVEY, D. *O Enigma do Capital e as Crises do Capitalismo*. São Paulo: Boitempo, 2011.
- _____. *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. Londres; Nova York: Verso, 2012.
- HOLSTON, J. Espaços de Cidadania Insurgente. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, Brasília, n. 24, p. 243-253, 1996.
- LANDRY, C.; BIANCHINI, F. *The Creative City*. Londres: Demos, 1995.
- LANZ, S. Berlin Diversities. In: BERNT, M.; GRELL, B.; HOLM, A. (Org.). *The Berlin Reader: A Compendium on Urban Change and Activism*. Berlim: Transcript, 2013. p. 207-222.
- LEES, L; SLATER, T.; WYLY, E. *Gentrification*. Nova York: Routledge, 2008.
- RIBEIRO, A. C. T. Oriente Negado: Cultura, Mercado e Lugar. *Cadernos PPG-AU*, Salvador, v. 2, n. especial, p. 97-107, 2004.

- _____. A Acumulação Primitiva do Capital Simbólico. In: JEUDY, H. P.; JACQUES, P. B. (Org.). *Corpos e Cenários Urbanos*. Salvador: EDUFBA, 2006. p. 39-50.
- ROSLER, M. Culture Class: Art, Creativity, Urbanism, Part II. *e-flux journal*, n. 23, Nova York, mar. 2011.
- SÁNCHEZ, F. *A Reinvenção das Cidades para um Mercado Mundial*. 2. ed. Chapecó: Argos, 2010.
- SORKIN, M. Introduction: Variations on a Theme Park. In: _____. (Ed.). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. Nova York: Hill and Wang, 1992. p. xi-xv.
- STUCKERT, H. Tacheles: 'To Speak Clearly'. *The Drama Review*, v. 36, n. 1, p. 169-176, 1992.
- THORTON, S. The Social Logic of Subcultural Capital. In: GELDER, K.; THORTON, S. (Ed.). *The Subcultures Reader*. Londres; Nova York: 1997.
- VAINER, C. Pátria, Empresa e Mercadoria: Notas sobre a Estratégia Discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, O. B.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A Cidade do Pensamento Único*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 75-104.
- VAZ, L. F. A Culturalização do Planejamento e da Cidade. *Cadernos PPG-AU*, Salvador, v. 2, n. especial, p. 31-42, 2004.
- ZUKIN, S. *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Baltimore; Londres: The Johns Hopkins University Press, 1982.

ABSTRACT: *This paper addresses the issue of 'insurgency' by analyzing cultural practices that emerge as resistances to the growing processes of 'culturalization' of urban space. Assuming that the creation and sale of city images dominate the field of contemporary urban planning, we propose to investigate some cases that act against this trend, with a focus on Berlin. We will present a brief history of the urban insurgencies in the German capital – perceived today as one of the emblematic examples of the 'creative city', so in vogue in the early 21st century. Special attention will be given to the local squats, especially the one known as Kunsthaus Tacheles. Although they are used in the official urban marketing – aiming to build an image of an alternative city, attractive to creative professionals –, the squats suffer from gentrification. Consequently, they are forced to create truly creative ways to secure their right to the city.*

KEYWORDS: *Berlin, creative city, urban insurgency; strategic cultural planning; resistance; Squat.*