



Eventificação¹ urbana: análise das percepções socioespaciais no Festival Transmediale, Alemanha

Eventificación urbana: análisis de percepciones socioespaciales en el Festival Transmediale, Alemania

Urban eventification: analysis of socio-spatial perceptions at the Transmediale Festival, Germany

Luíza Chiarelli de Almeida Barbosa

Artista e professora do Centro Universitário Católica de Santa Catarina. Estudou chiarelliluiza@gmail.com

<http://lattes.cnpq.br/3087344875349681>

Rodrigo José Firmino

Professor titular do Programa de Pós-graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

rodrigo.firmino@pucpr.br
<http://lattes.cnpq.br/1468237540261340>

Resumo:

A segregação espacial dos territórios urbanos é consequência das mudanças nos meios de comunicação e privatização de espaços públicos. Este fenômeno causou impactos na gestão urbana, e nas últimas décadas, desencadeou estratégias culturais para tentar amenizá-los. Existem diversas propostas para lidar com este desafio; a escolhida neste estudo é a *artemídia* em espaços urbanos, pois pode estabelecer comunicação em diferentes níveis, criando identidade e contexto compartilhados. O objetivo é apresentar a descrição e a análise da percepção dos participantes do festival de *artemídia*, em relação ao evento transmediale'18, ao museu onde acontece, Haus der Kulturen der Welt (HKW), e à cidade em que está inserido, Berlim; pois pode ser capaz de sobrepor os diferentes ambientes urbano, arquitetônico e social. Refletindo e cruzando estas três esferas destacou-se a relevância do evento e das percepções socioespaciais para os processos de tomadas de

¹ O termo *eventificação* foi cunhado por Häußermann e Siebel (1993b) como a "festivalização da política urbana", ou um esquema que afeta a produção global e o consumo de produtos e do espaço, ultrapassando a organização de mega-espetáculos esporádicos. Os eventos são definidos como a organização que proporciona um aumento de experiência emocional e estética, em um determinado tempo e espaço. Este fenômeno será explorado ao longo do texto.



decisões urbanas, pelo interesse político, econômico ou turístico. Como resultado, avaliou-se as interações urbanas do estudo de caso, abrangendo as diferentes escalas e níveis de percepção entre cidade, espaço arquitetônico e pessoas, considerando o contexto cultural e político de Berlim. Sendo assim, pode-se constituir evidências e exames sobre as interações socioespaciais urbanas a partir da percepção dos participantes do evento por meio de aplicação de questionário. Isto permitiu compreender que a *artemídia* apresenta pontos positivos e limitações para as interações.

Palavras-chave: Espaços públicos. Interação socioespacial. *Artemídia*. Transmediale. Eventificação.

Abstract:

The spatial segregation of urban territories is a consequence of changes in the means of communication and privatization of public spaces. This phenomenon has had an impact on urban management, and in recent decades, it has triggered cultural strategies to try to mitigate them. There are several proposals to address this challenge; the one chosen in this study is artemedia in urban spaces, as it can establish communication at different levels, creating a shared identity and context. The objective is to present the description and analysis of the perception of the participants of the art media festival, in relation to the transmediale'18 event, the museum where it takes place, Haus der Kulturen der Welt (HKW), and the city in which it is inserted, Berlin, as it can be able to overlap the different urban, architectural and social environments. Reflecting and crossing these three spheres, the relevance of the event and socio-spatial perceptions for urban decision-making processes was highlighted, due to political, economic or tourist interest. As a result, the urban interactions of the case study were evaluated, covering the different scales and levels of perception between city, architectural space and people, considering the cultural and political context of Berlin. Therefore, evidence and tests about urban socio-spatial interactions can be constituted from the perception of the event participants, through the application of a questionnaire. This allowed us to understand that artemedia has positive points and limitations for interactions.

Keywords: Public spaces. Socio-spatial interaction. Artemedia. Transmediale. Eventification.



Resumen:

La segregación espacial de los territorios urbanos es consecuencia de cambios en los medios de comunicación y privatización de los espacios públicos. Este fenómeno ha tenido un impacto en la gestión urbana, y en las últimas décadas ha desencadenado estrategias culturales para tratar de mitigarlos. Hay varias propuestas para abordar este desafío; el elegido en este estudio es el artemedia en espacios urbanos, ya que puede establecer la comunicación en diferentes niveles, creando una identidad y un contexto compartidos. El objetivo es presentar la descripción y análisis de la percepción de los participantes del festival art media, en relación al evento transmediale'18, el museo donde tiene lugar, Haus der Kulturen der Welt (HKW), y la ciudad en la que se inserta, Berlín, como puede ser. capaz de superponerse a los diferentes entornos urbanos, arquitectónicos y sociales. Reflejando y cruzando estos tres ámbitos, se destacó la relevancia del evento y las percepciones socioespaciales para los procesos de toma de decisiones urbanas, por motivos de interés político, económico o turístico. Como resultado, se evaluaron las interacciones urbanas del estudio de caso, cubriendo las diferentes escalas y niveles de percepción entre ciudad, espacio arquitectónico y personas, considerando el contexto cultural y político de Berlín. Por tanto, la evidencia y pruebas sobre interacciones socioespaciales urbanas pueden constituirse a partir de la percepción de los participantes del evento, mediante la aplicación de un cuestionario. Esto nos permitió entender que el artemedia tiene puntos positivos y limitaciones para las interacciones.

Palabras clave: Espacios públicos. Interacción socioespacial. Artemedia. Transmediale. Eventificación.

1. Introdução

A cidade é uma estrutura híbrida e complexa, formada por diversos espaços públicos e privados, e diferentes agrupamentos sociais, onde se expressam a cultura e a arte. Os ambientes urbanos podem se configurar como locais de lazer, de convivência social e atividades culturais, artísticas e cívicas. Também é composto por características de identificação, pois dá representatividade à paisagem urbana, formadas pelos lugares públicos ou privados, transformando-os em "símbolos" ou referências, como os parques e edificações particulares (INDOVINA, 2002).

Neste sentido, o artigo estabelece um foco na análise da relação entre sociedade, espaço urbano e *artemídia*. Entende-se que no processo histórico do desenvolvimento das cidades, os espaços



urbanos fragmentaram-se, tendo como um dos motivos, a apropriação das novas tecnologias de informação e comunicação por pessoas e instituições. Isto teve impacto nas relações sociais, culturais e territoriais, trazendo consequências para o planejamento urbano e interações socioespaciais. Um dos importantes efeitos sociais é o individualismo, equipamentos cada vez menores, com mais informações pessoais, geram uma necessidade de consumo por informação e formação de identidades particulares, que nem sempre são compartilhadas na mesma intensidade nos espaços físicos urbanos.

Dentre as diversas opções para compreensão de possíveis sobreposições de espaços urbanos, escolheu-se a *artemídia* como uma ferramenta catalisadora. Esta utiliza aparatos tecnológicos como fonte de criação e expressão de arte, que supostamente estimula a sobreposição de diferentes espaços na cidade. Para alguns autores seu surgimento ocorreu com a fotografia no fim do século XIX e, por outros, a partir da informática, na década de 1960. Na presente pesquisa, escolheu-se *artemídia* como um termo abrangente conceitualmente, ou seja, nele estão incluídos manifestações fotográficas e também virtuais.

Neste universo artístico, os festivais de *artemídia* foram selecionados como objeto de pesquisa. O primeiro festival é o Ars que aconteceu em 1979 na Áustria, mas com os levantamentos de dados do mundo inteiro, viu-se que o Transmediale é um festival de *artemídia* que está situado na cidade, no país e no continente com os maiores números de eventos deste tipo, e é o mais antigo de Berlim. Sua primeira edição foi em 1988, atrai em média cinco mil pessoas durante cinco dias de evento. Aborda temas variados, foi reconhecido como instituição cultural e, por isso, recebe apoio financeiro de organizações públicas e privadas. Desde 2002, o equipamento cultural Haus Der Kulturen Der Welt (HKW) recebe o evento, que agrega um público heterogêneo, composto por professores, estudantes, artistas, curiosos, cientistas, entre berlinenses e estrangeiros.

Assim, o objetivo deste artigo é apresentar a descrição e a análise da percepção dos participantes do festival de *artemídia*, em relação ao evento transmediale'18, ao museu onde acontece, Haus der Kulturen der Welt, e à cidade em que está inserido, Berlim. Para isto, apresenta-se brevemente o processo de privatização do espaço público que gerou mudanças profundas no planejamento urbano com ferramentas como a *eventificação*. Este conceito foi fundamental para estruturar o questionário e também avaliar os resultados na pesquisa etnográfica realizada durante o transmediale'18. Na sequência discute-se os conceitos de dispositivo e heterotopia que auxiliaram a compreensão da interação socioespacial entre os participantes. A partir da organização dos dados dos



questionários aplicados com os participantes, pode-se compreender a efetividade do festival de *artemídia* nas diferentes escalas urbana, arquitetônica e social, em avaliação apresentada nas conclusões.

2. O espaço público e a *eventificação* no/do urbano

O conceito de espaço público tem diversas interpretações. O modelo clássico de Arendt (1989) entendia a liberdade como um “bem” público e democrático, e definia o espaço público como um ambiente de ação e palavra (no sentido de troca de ideias). Este processo estava diretamente ligado à vida pública no contexto da cidade-estado grega e República romana, em que o discurso individual era verbalizado e a ação decisória formava coletivamente. Habermas (1962), neste mesmo pensamento, refere-se ao espaço público como a geografia da esfera pública, onde as pessoas se reúnem para discutir assuntos de interesse comum. E por isso, a cidade deveria considerá-lo um lugar de convivência por excelência (BORJA, 2003), pois constitui a identificação simbólica e socialização onde se manifestam diferentes grupos sociais, culturais e políticos (INDOVINA, 2002).

Contemporaneamente, a globalização e a individualização, como dito anteriormente, são fenômenos que tornaram o espaço público em um local de passagem, definidos por Augé (2012) como “não lugares”, onde circulam pessoas mas estas não estabelecem identidade de grupo, tornando-se efêmeros e solitários. Os “não lugares” podem apresentar-se em realidades diferentes: o uso específico, de transporte, comércio, lazer; e outra, a relação das pessoas com esses espaços (AUGÉ, 2012), como os aeroportos, vias expressas, estações de metrô, entre outros. São, também, ambientes monitorados como, por exemplo, as estradas em que os usuários recebem informações, fabricadas e individualizadas em aparatos tecnológicos. A multa por infrações no trânsito é gerada com uma foto, ou seja, mesmo sem presença física, é possível controlar o comportamento e os fluxos.

Neste sentido, as políticas públicas aliaram-se às dinâmicas de mercado, diluindo, fragmentando e privatizando as cidades (BORJA, 2003). Estes processos difundiram uma urbanização desigual, quase dissolvendo o espaço público, causados ou agravados, pela apropriação em massa de tecnologia de comunicação, controle e segurança, fazendo proliferar ambientes privados, seletos e excludentes quanto aos hábitos de convivência e comunicação interpessoais (CASTRO, 2002; ASCHER, 1995).

Ainda assim, os espaços públicos manifestam a história e memória de um lugar mesmo em constante mudança, constituindo-se global e local, nas dimensões particular e sensível. A realidade é



dual, passado e presente, tradição e inovação, e as características destes espaços são sociais (permeiam relações sociais e consequências históricas) e semióticas (informações e ações múltiplas culturais que se manifestam no espaço) (LIPOVESTSKY, 2005; FERRARA, 2002).

Nas últimas décadas, gerou-se uma crescente preocupação com a qualidade da imagem da cidade, conduzindo os espaços públicos a um processo de revalorização, principalmente, em áreas centrais e em crescimento, como sendo indicador de qualidade urbana com atributos visuais e sociais que estimulam a cultura. Com o fim do século XX, promoveu-se o aparecimento de espaços culturais de “interstício”, que ocuparam diversos vazios urbanos, áreas industriais em desuso e centros históricos que até então tinham sido abandonados, ou os pequenos vazios da malha urbana deixados por investimentos imobiliários e infraestruturas (SASSEN, 2006; GRANDE, 2009).

As cidades assumem a lógica econômica informacional junto à produção e propagação da cultura e do conhecimento, projetando-se como “marcas” culturais (LANDRY, 2000). Sugere-se implementar um “pensamento criativo” nas diferentes atuações do planejamento e gestão urbana, o que permite aos gestores compreender o lugar no qual iriam intervir e de que forma. Para Landry, existe a necessidade de lugares na cidade onde seja possível condensar e cruzar ideias e invenções criativas chamados “terceiros espaços”, que não são residências nem locais de trabalho. Sugerem novas formas de intermediação e cosmopolitismo cultural, consequentes da facilidade de acesso e mobilidade de pessoas criativas. Ou seja, isto favorece o ganho econômico de grandes incorporadoras e empreiteiras, por meio de uma estrutura padrão supostamente agradável, que estimulem, sobretudo, o consumo pelo encontro, pela comunicação e pela interação entre indivíduos (FIRMINO, 2017).

Para tal e ainda durante a década de 90, assistiu-se à criação de novos eventos internacionais e à construção de novos equipamentos culturais, com o objetivo de reforçar a “cultura em rede” tanto das grandes metrópoles quanto em cidades de escala intermediária. Dessa maneira, pode-se transformar a imagem negativa da cidade, decorrente da violência e do abandono, por lugares atraentes e instigantes, incentivando a realização artística e transformando a dinâmica das cidades (LANDRY, 2000).

Porém, tais políticas enfrentam desafios para atingir o desenvolvimento urbano adequado, pois podem caracterizar uma forma e processo de urbanização em que a criatividade deforma a cultura local, impulsionado pelo lucro. Por isso, este modelo não garante desenvolvimento urbano ético, justo e inclusivo. Na prática, tende a disfarçar um modelo empreendedor, pois a cidade assume uma



estratégia criativa, porém orientada para o capital altamente móvel e atraente para elites profissionais, onde oferecem animação, segurança, diversidade, controle, arte, e ainda lucro (CATUNGAL, LESLIE & HII, 2009), mas dificilmente inclusivas.

Além disso, o interesse político nas qualidades de desenvolvimento urbano mais inclusivo é geralmente limitado. Uma estratégia popular do desenvolvimento da cidade criativa é a construção de amenidades culturais na cidade em forma de museus, salas de concerto, megaeventos culturais e arquitetura espetacular. Estas estruturas são teoricamente acessíveis para o público geral, mas, muitas vezes, são lugares excludentes em que os eventos têm intenções de consumo, reforçam os limites sociais e são guiados por princípios orientados para o lucro (JAKOB, 2010). Deste modo, segundo Alain Bourdin (2010), a questão da criatividade no urbanismo contemporâneo é explicada como a competição entre cidades e o anseio da sociedade pela inovação. A valorização do setor cultural adquiriu um papel essencial na vida das pessoas em geral que exige uma cultura espetacular para atrair as mentes criativas, apreciadores da cultura e inovação, por meio de “grandes eventos” e de projetos arquitetônicos excepcionais. A cultura e estes lugares são destinados a uma parte seleta da população, vista como um grupo de indivíduos que constitui uma classe privilegiada de grandes consumidores.

Estes projetos arquitetônicos visam a regeneração urbana e estimular o desenvolvimento local, implantando equipamentos culturais urbanos que trazem prestígio à cidade. São espaços privados de uso coletivo, como é o caso dos centros comerciais, dos pavilhões desportivos ou da Haus der Kulturen der Welt, objeto de estudo no presente artigo. Normalmente estes espaços “selecionam” usuários pela arquitetura imponente, apelos culturais e especialmente pelo controle de acesso. São promovidos por concursos internacionais e realizados por operadores privados. Geralmente apresentam “arquiteturas icônicas”, projetadas por arquitetos com reconhecimento internacional, imagem forte e formas espetaculares, assumindo-se como “marcas” que procuram a aceitação da sociedade e garantem publicidade e reputação à cidade (FIRMINO, 2017).

Os festivais e megaeventos são usados como ferramentas para criar atrações urbanas, fenômeno chamado de "festivalização da política urbana", segundo os autores Häußermann e Siebel. Tal movimento também causa problemas como a desigualdade, pois são politicamente marginalizadas e privam aplicação de recursos do governo para áreas sociais e econômicas, como moradia, educação e bem-estar, entre outros (HÄUßERMANN & SIEBEL, 1993a). À medida que



mais autoridades assumem reconstruir e revitalizar suas cidades com abordagens lideradas pelo consumo, arquitetura espetacular e festivais internacionais para dar suporte às experiências baseadas no lugar, seus esforços levam à homogeneização da paisagem urbana e à banalização das experiências urbanas, minando a própria natureza da cidade criativa (BIANCHINI, 2004).

Políticos, planejadores e especialistas em marketing estão cada vez mais interessados no desenvolvimento das experiências para fomentar o consumo de produtos, serviços e localização. O consumidor não compra um bem ou serviço básico, mas paga para desfrutar de eventos excepcionais (PINE & GILMORE, 2011). Assim, as experiências agregam valor aos produtos e fornecem um mercado estratégico. De acordo com a análise de Bille (2010), a economia da experiência pode ser vista como: a percepção de experiências, criatividade e cultura criam valor econômico; ou o projeto político cria crescimento econômico e retornos, por meio de financiamento de projetos culturais e a apropriação da relação entre as indústrias culturais. A *eventificação* é implementada como uma estratégia de planejamento de desenvolvimento urbano com a expectativa de bônus econômico, aplicados em nível internacional, nacional e local. Pine e Gilmore (2011) argumentam que as experiências de informação fazem com que estas criem valor econômico e substância para troca, abastecidos pelos processos econômicos e sociais de reestruturação e a necessidade de atenção global e regional, o planejamento de experiências serve como um instrumento financeiro para os governos locais.

Florida (2002) entende a *eventificação* como um modelo de desenvolvimento urbano e o principal objetivo no planejamento, pois quanto mais produção e consumo culturais, mais animados eles irão retratar os lugares e criarão laços sociais. Porém, esta percepção tem sido criticada por estudiosos urbanos, pois a competição estratégica, por meio de eventos de arte e cultura, não abrange totalmente a qualidade de vida e experiência de uma sociedade (JAKOB, 2010), mas acabam sendo incentivos para gentrificação e competição interurbana. Apesar de defender a diversidade social, a "cidade criativa" favorece uma classe específica, na qual as oportunidades de participação são reduzida podendo, inclusive, haver uma regressão social.

3. Dispositivo e Heterotopia: o espaço entre função e significado

Alguns conceitos importantes para analisar as relações entre as apropriações do espaço e o fenômeno de *eventificação* foram baseados nos trabalhos de Foucault (2015) e Agamben (2009) sobre



dispositivo e heterotopia. O dispositivo é definido como um conjunto diversificado de características e funções, foi utilizado para explicar a relação entre o indivíduo e elemento histórico. Ou seja, o dispositivo é resultado da importância que cada um evidencia e a relação que existe entre as pessoas e os objetos históricos de um lugar (AGAMBEN, 2009). Agamben estabelece três definições para o termo dispositivo. Na primeira o dispositivo é um conjunto heterogêneo, linguístico e não-linguístico, que inclui discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de política, proposições filosóficas, entre outros. Na segunda definição o dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta com uma relação de poder. E no último, o dispositivo resulta do cruzamento de relações de poder e de saber, constitui-se como uma rede de relações no meio em que está inserido (AGAMBEN, 2009).

A heterotopia é um conceito de grande versatilidade e abrangência, multidisciplinar, aplicável em diversas áreas como na tecnologia, na teologia, no governo ou na arquitetura, porque caracteriza a natureza dos processos. As heterotopias são entendidas como espaços dentro do espaço, representam a multiplicidade de experiências que um mesmo espaço pode comportar. Por isso, no contexto desse estudo, entende-se que a *Haus der Kulturen der Welt* como uma estrutura heterotópica, pois é um edifício com diferentes funções e interesses culturais, históricos e arquitetônicos. Foucault desenvolve esse conceito a partir do século XIX, quando surgiram novos costumes na sociedade e a necessidade de criar novos meios de utilização arquitetônica nas cidades. Evidencia-se, portanto, a divisão entre o que é espaço público e o que é espaço privado. Dentro do espaço público estão os espaços culturais e de lazer, e dentro do espaço privado estão os espaços relacionados com a economia, governo e poder. Diversos espaços foram gerados e reorganizados para abrigar cada qual a sua devida atribuição, gerando assim a diferença entre os espaços denominados lugar e não lugar, como visto anteriormente.

A heterotopia é estabelecida em seis princípios. O primeiro chama-se heterotopia da crise, que é representado por espaços nos quais os indivíduos são colocados compulsoriamente quando seus comportamentos são desviantes às normas sociais ou políticas. Como, por exemplo, as casas de repouso, as prisões, os internatos e os hospitais psiquiátricos. O segundo princípio revela que cada heterotopia tem um uso podendo variar de forma sucinta de acordo com a cultura ou com o tempo. O terceiro princípio é representado pela heterotopia capaz de ter em um único ambiente diferentes espaços, usos e culturas. O jardim, neste caso, é capaz de justapor em um único lugar vários cenários que são em si mesmos incompatíveis. O quarto princípio baseia-se em heterocronias, relacionadas



com pequenas parcelas do tempo, que podem ser a heterotopia acumulativa do tempo ou a heterotopia temporal. A heterotopia acumulativa são espaços como os museus e as bibliotecas, onde os diversos tempos se acumulam continuamente e sobrepõe-se si próprio, em um lugar imóvel. A heterotopia temporal são espaços temporários, como as feiras, festivais, circos, são efêmeros. O quinto princípio são as heterotopias de lugares que estão isolados da sociedade, podem ter a entrada compulsória (prisões) ou por meio de rituais para obter permissões (templos). O sexto princípio está relacionado com o entorno de um espaço público, pois o espaço público cria dois espaços, o seu próprio espaço e o espaço em que está inserido. A partir disso, neste estudo de caso fez-se uma aplicação do terceiro, do quarto e do sexto princípio ao equipamento urbano, como será detalhado adiante.

Entende-se que o equipamento urbano cultural e o evento de *artemídia* abordam diretamente a diversidade cultural na cidade, ou seja, propõe trazer questões urbanas relacionadas à transculturalidade, em escala local e global. Estes festivais podem caracterizar-se de maneira pontual ou com grande abrangência, envolvendo, proporcionalmente, tempo e pessoas trabalhando em conjunto. Portanto, considerou-se que a Haus der Kulturen der Welt e o festival de *artemídia* transmediale podem ser caracterizados como um dispositivo. Pois o equipamento urbano é um conjunto arquitetônico com aspectos e usos diversificados, que promovem a relação entre os indivíduos e o elemento histórico. E o festival também estimula o encontro social variado, para discussões filosóficas e políticas. Ainda neste contexto, a Haus der Kulturen der Welt apresenta a possibilidade de ser classificado como uma estrutura heterotópica, pois é um edifício com funções e interesses cultural, históricos e arquitetônicos.

O período de concepção da Haus der Kulturen der Welt por exemplo, foi após as duas grandes guerras mundiais em que a Alemanha esteve envolvida, e o festival transmediale também foi criado nos últimos anos da Guerra Fria. Por isso, uma das essências conceituais da HKW e do festival foi incentivar o intercâmbio sociocultural, inserindo o território alemão em um circuito atraente em escala mundial. Como plataformas para estabelecer o diálogo crítico entre arte, tecnologia, política e sociedade, entre outras coisas. Destaca-se tópicos como política de rede, métodos de trabalho colaborativo, pesquisa artística, hacktivismo e trabalho em equipe internacional. Como equipamento cultural urbano, pode ser considerado um objeto de grande escala que se impõe de forma única e contínua no espaço, trazendo para cidade uma grande influência cultural e arquitetônica. A HKW está inserida no desenho da malha urbana, destacando-se devido à sua dimensão, estrutura imponente e



forma. O volume incorpora a noção de poder localizado no centro histórico, elitizado e turístico, dentro do Tiergarten Park, o parque mais popular de Berlim, próximo ao Parlamento Alemão, Palácio do Reichstag, do Brandenburg Gate ou Arco do Triunfo, e também do Memorial da Guerra Soviética, elementos que marcam necessariamente a história de Berlim.

Neste ponto, retoma-se o sexto princípio sobre heterotopia que Foucault desenvolveu relacionado ao entorno de um espaço público e da vida que existe dentro desse espaço público. No caso da HKW, a única ligação entre espaço interno e externo é pelo restaurante, que tem vista para o Rio Spree, mas nem sempre está aberto para entrada do público – impondo, por vezes, a necessidade de contornar a edificação. Destaca-se ainda que o restaurante não tem interação com os outros espaços da HKW.



Figura 1: HKW, fluxos de acesso. Fonte: Google Earth com alterações dos autores, 2018.

A organização de fluxos imposta aos visitantes pelo projeto e forma arquitetônicos não valorizou a conectividade entre os diferentes espaços projetados internamente – salas, museus, espaços para exposições – e externamente – monumentos (Palácio, Arco do Triunfo e Memorial). Apesar da permeabilidade visual do restaurante, trata-se de um acesso secundário que nem sempre está aberto, como já mencionado, exigindo outros trajetos, demonstrados na Figura 1. O acesso principal (Figura 2) não é bem demarcado, ficando visível apenas quando o pedestre ou o carro se aproximam do volume. O espelho d'água forma uma barreira, assim como a escada, pois não é acessível ao



transeunte, dificulta as visuais para os monumentos e a estrutura interna não tem aberturas para estes locais.



Figura 2: HKW, acesso principal. Fonte: Google Earth com alterações dos autores, 2018.

Pode-se identificar potencialidades visuais exploradas e não exploradas no projeto arquitetônico da Haus der Kulturen der Welt, assim como, a leitura dos acessos do público ao prédio.

4. Método: observando e avaliando interações no Transmediale'18

A ferramenta utilizada para captar as interações das pessoas em relação aos espaços urbanos, culturais e arquitetônicos, foi a aplicação de questionários com os participantes do evento durante os dias do festival, utilizando-se o método exploratório e descritivo. Com isto, foi possível detectar algumas características e consequências da *eventificação* na percepção dos respondentes. Buscou-se as principais relações entre o festival, o equipamento cultural urbano e a cidade por meio dos dados obtidos da avaliação de 74 participantes, berlinenses e estrangeiros, dentre aproximadamente cinco mil pessoas, que estavam no equipamento cultural urbano durante os cinco dias do evento.

Aplicaram-se dois roteiros diferentes para quem estava dentro da Haus der Kulture der Welt, um era para participantes berlinenses (grupo 1), e o outro para participantes não berlinenses (grupo 2). A abordagem foi espontânea e ocorreu em momentos de intervalo entre atividades, ou um pouco



antes do início da programação durante a tarde. No período da noite o fluxo de pessoas era mais intenso o que tornou a abordagem inconveniente. Os questionários foram não assistidos, que por um lado eliminam a possibilidade de contaminação por parte de um aplicador, mas também podem não ser respondidos totalmente.

A aplicação dos questionários seguiu algumas orientações de Perrien (1986): explicou-se o objetivo e a natureza do trabalho; assegurou-se o anonimato do respondente; indicou-se para o respondente que este pode considerar algumas perguntas sem sentido ou difíceis de responder; reforçou-se a importância da colaboração nas respostas, valorizando suas opiniões e experiências pessoais, deu-se liberdade para o respondente pedir esclarecimentos e criticar o tipo de perguntas; as questões iniciais abordaram temas abertos, de fácil resposta, com o objetivo primordial de envolver o respondente; e as questões mais importantes foram inseridas no meio do questionário.

Utilizou-se perguntas objetivas e discursivas, que necessitavam descrição de opinião ou avaliação de um tema. No primeiro dia do evento fez-se um teste, aplicou-se alguns questionários e foi possível identificar inconsistências em relação às perguntas, por isso os primeiros questionários não foram utilizados nos resultados. Ferber (1974) ressalta a importância de teste dos questionários antes do evento com indivíduos que poderiam vir a participar da pesquisa, como forma de validação do método. Então as perguntas foram aprimoradas para os próximos dias do festival. A Tabela 1 mostra os objetivos do questionário e as perguntas utilizadas para atingi-los.

Tabela 1 – Objetivos e perguntas dos questionários para os participantes Fonte: Os autores, 2018.

Objetivos	Perguntas
Conhecer os tipos de uso do equipamento cultural urbano Haus der Kulturen der Welt, para os berlinenses.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Você já conhecia a Haus der Kulturen der Welt antes do festival transmediale? 2. Quantas vezes você vai à Haus der Kulturen der Welt? 3. Por que este lugar é importante para você?
Entender a relação entre o festival e as visitas à Berlim, para os turistas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Com qual frequência você vem a Berlim? 2. Berlim ficou mais atrativa para você por causa do festival? 3. Você vem mais à Berlim por causa do festival?
Conhecer a percepção da relação entre o festival e o equipamento urbano cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Em qual sentido você acha que a o festival transmediale modifica a relação dos cidadãos com a Haus der Kulturen der Welt?
Entender a percepção dos impactos da relação entre o festival e a cidade, para os berlinenses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Em uma escala de 0 a 10, como o festival mudou sua percepção sobre a cidade? Por quê? 2. Como você avalia o impacto do festival em Berlim?
Conhecer a percepção dos impactos da relação entre o festival e a cidade, para os turistas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Você gostaria que tivesse um evento como este em sua cidade? Sim (); Não (); Já tem, qual? ()



	2. Como você avalia os impactos do festival que tem ou se tivesse na sua cidade?
--	--

5. Transmediale'18: ponto de interação e sobreposição de espaços urbanos

Transmediale é um projeto da Kulturprojekte Berlin GmbH em colaboração com a Haus der Kulturen der Welt, financiado como uma instituição cultural de excelência pela Kulturstiftung des Bundes. Ocorre durante todo o ano estabelecendo conexões entre arte, cultura e tecnologia; considera, a tecnologia, o mundo digital e o mundo cultural emergentes dentro dos campos institucionalizados de produção. Nesse sentido, as atividades do transmediale visam fomentar uma compreensão crítica da cultura e da política contemporâneas saturadas pelas tecnologias midiáticas. Ao longo dos 30 anos de história, transformou-se em um evento importante no calendário de profissionais, artistas, ativistas e estudantes de arte da mídia de todo o mundo.

A edição de 2018 recebeu o nome de “Face Value: As coisas são o que são - mas poderiam ser diferentes?”. “Face Value” teve como objetivo fazer um balanço dos assuntos atuais, reconhecendo as coisas pelo que elas são antes de avaliar de que forma elas poderiam ser diferentes. Foi uma tentativa de investigar os valores, bem como os processos de criação de valor que contribuíram para o momento presente de divisões políticas, econômicas e culturais extremas. O festival buscou possíveis formas de resistir e desconstruir o desenvolvimento alarmante de um populismo digital, a radicalização da cultura de rede e as novas guerras culturais. Ao longo de cinco dias, as palestras, exposições, conversas e exhibições investigaram o poder das superfícies. O “Face Value” foi visto como um termo econômico aplicado por ideologias racistas dentro da esfera midiática, com curadoria de Daphne Dragona.

“Levar as coisas ao pé da letra” parece ter se tornado a norma do discurso público em meio às práticas de comunicação reacionárias e algoritmicamente orientadas. O transmediale'18 desafiou esse impulso de julgar as coisas pela aparência imediata e, em vez disso, propôs-se a olhar para questões menos visíveis e profundas em todos os setores da sociedade. Estes aspectos incluem as relações de poder, raramente discutidas em eventos de cultura digital, como desequilíbrios contemporâneos de classe, gênero e raça também construídos em sistemas tecnológicos. De fato, ao invés de proporcionar uma alternativa emancipatória, o festival entende a cultura (pós-)digital como apoiadora do ódio, racismo e poder neocolonial. No entanto, não se propôs “lamentar” um passado em que, supostamente, a Internet e a criatividade digital eram livres; constatou-se uma necessidade de



entender as práticas culturais perturbadoras e unificadoras, assim como o pensamento especulativo profundo para promover a autocrítica.

5.1 Percepções socioespaciais e *eventificação* no *Trasmediale*'18

As entrevistas com os participantes do festival *trasmediale*'18 mostraram que 55% dos respondentes eram não berlinenses, e 45% eram berlinenses, confirmando o caráter multicultural do evento, e 61,54% dos participantes consideraram Berlim mais atrativa por causa do festival. Quando perguntados se conheciam o equipamento cultural urbano Haus der Kulturen der Welt antes do festival *transmediale*'18, 59,72% responderam que sim, e 40,28% responderam que não conheciam a HKW antes do evento. Isso demonstra que além do *transmediale* e outros eventos, a história do edifício o reforça como uma referência arquitetônica para a cidade.

Tendo em vista que a HKW é um espaço que comporta diversas atividades, lanchonete e restaurante, perguntou-se por que os respondentes utilizavam o edifício. Com um número bastante expressivo, 87,5% respondeu que utiliza o equipamento apenas em eventos; na sequência 15,63% respondeu que utiliza para atividades de lazer; 6,25% utiliza para outro tipo de atividade não especificado; 3,13% utilizam apenas de passagem; e ninguém utiliza apenas para ir ao restaurante ou por causa da Internet gratuita. Estes dados mostram que apesar da importância arquitetônica e histórica do edifício, os eventos tem grande impacto na motivação para frequentar o equipamento cultural. Quando perguntados sobre a frequência com que visitavam o equipamento cultural, 72,73% apontou a vinculação exclusiva à realização de eventos. Isso demonstra que, apesar da maioria já conhecer o equipamento, a atratividade do espaço está relevantemente associada aos eventos. Ou seja, conhece-se o edifício como ícone-arquitetônico e turístico, mas não necessariamente utiliza com frequência as suas outras funções.

Para as duas perguntas abertas e discursivas do questionário para os berlinenses (grupo 1), a intenção foi relacionar a “cidade”, o “equipamento urbano cultural” e “arte e cultura” à realização do festival, na tentativa de entender a percepção dos visitantes sobre essas possíveis abordagens espaço-temporais, remetendo às variações do conceito de heterotopia. Uma das perguntas solicitava a avaliação do respondente sobre possíveis mudanças na percepção da cidade desencadeadas pelo acontecimento do festival. A outra questão, coletava impressões do público sobre determinados temas relacionados ao festival, ao equipamento, às expressões de arte e cultura, e à cidade. As palavras



citadas nas questões discursivas associadas às categorias (cidade e equipamento urbano cultural) foram consideradas termos referenciais para avaliação.

Em relação à primeira categoria (cidade) foram considerados os seguintes termos de referência: visibilidade, internacionalidade, uso e manutenção do parque e do equipamento, estresse, sujeira, barulho, congestionamento, alteração arquitetônica e planejamento urbano. Para 66% dos respondentes, a percepção da cidade é indiferente em relação ao festival. Para 29% dos visitantes locais, a realização do festival melhora significativamente a percepção sobre Berlim, enquanto 5% acredita que a imagem da cidade é prejudicada pelo evento. Estes resultados representam que, para a maioria dos participantes respondentes, o evento não alterou em nada a percepção na escala urbana. Isto pode confirmar que as políticas culturais na escala local, de alguma forma, não favorecem a todos, como é o ideal do conceito da *eventificação*.

Para a segunda categoria (equipamento urbano cultural), os termos referenciais considerados foram: casa de cultura, lugar de interação social, manutenção do patrimônio e arquitetura-ícone. Neste caso, para 59% pensam que o festival transmediale tem a capacidade de associar uma imagem positiva e atraente ao equipamento urbano cultural HKW. Para 37% dos visitantes, a percepção deste espaço não sofre nenhuma influência do festival ou outros eventos que venha a abrigar, enquanto que para 4% dos respondentes o festival chega a prejudicar a percepção e a imagem que as pessoas têm do HKW. Portanto, um número expressivo visitantes entendem que a percepção dos espaços do edifício são alterados positivamente por causa do evento, reforçando a relação entre espaço e interação.

A última análise desta etapa refere-se à arte e cultura, com os seguintes termos referenciais: cultura, arte, disseminação de conhecimento e inovação tecnológica, artístico, afetividade e percepção da cidade. A maioria representada por 65% dos visitantes considera que o festival contribui para o movimento artístico-cultural na cidade. Outros 27% acham que esse tipo de associação seja indiferente ao transmediale em si, e 4% indicam que o festival afeta negativamente as expressões de arte e cultura em Berlim.

Outro resultado interessante foi em relação ao desejo do participante estrangeiro para que houvesse um festival semelhante ao transmediale em sua cidade de origem. A maioria, 79% dos participantes, responderam que gostaria de um festival como o transmediale em sua cidade. Isto confirma o desejo dessa classe pelo fenômeno da *eventificação* proposto no planejamento urbano.



O festival não tem uma relação direta com a cidade em si, mas, no geral, a mobilização urbana de fomento cultural reforça Berlim como um lugar com apelo turístico cultural. A cidade destaca-se pelo seu reconhecimento local e internacional no cenário da cultura, e como sede de um grande número de festivais de *artemídia* que, conseqüentemente, enfatizam os aspectos da *eventificação* nas políticas urbanas berlinenses.

A partir disso, um dos resultados é que o festival consegue promover, em partes, a interculturalidade. A maioria dos estrangeiros gostariam de um festival como o transmediale em suas cidades, ao mesmo tempo que, o evento foi indiferente na avaliação da interação com a cidade, sob o ponto de vista dos respondentes. Em outras palavras, apesar de ser um encontro atraente culturalmente para os participantes, o festival não estabeleceu meios suficientes que possibilitassem a percepção mais profunda da cidade, simultaneamente.

Um elemento importante para esta leitura dos usuários sobre a cidade por meio do evento, é a estrutura icônica e imponente da Haus der Kulturen der Welt. O edifício e o festival foram considerados dispositivos, pois são elementos históricos que criam relações com os indivíduos. O HKW também foi considerado um espaço heterotópico pois proporciona múltiplas experiências, abrigando espaços para atividades diferentes dentro de um único espaço. Ainda neste sentido, o lugar demonstra aos participantes um grande apelo aos eventos, deixando as outras funções que comporta com menos importância. Mesmo assim, estes outros usos têm capacidade de promover maior permanência e utilização dos ambientes, independente do festival ou outros eventos.

Ou seja, a relação entre participante e cultura foi representativa, assim como, a relação festival e equipamento urbano cultural. Porém, a análise da leitura dos participantes em relação à cidade foi indiferente, o festival não conseguiu atingir da mesma maneira as três escalas estudadas aqui. Apesar de todos os incentivos, a gestão urbana demonstrou pouca atenção à qualidade dos resultados locais destes investimentos. Ou seja, mesmo estando em um espaço público dentro de um contexto histórico e cultural de Berlim, não é completamente acessível intuitivamente. Apenas quem conhece o evento pelas mídias digitais e transpõe as portas consegue participar do evento. Neste sentido, o próprio bairro, mais central, seleciona as pessoas que ali frequentam e os artistas convidados para o evento. Não apresenta características espontâneas em nenhum momento.



6. Conclusão

Apesar da variedade e qualidade do evento, percebeu-se que apenas uma parcela específica da comunidade local e internacional pôde usufruir completamente do conhecimento compartilhado, pois todas as atrações aconteciam dentro do equipamento cultural Haus der Kulturen der Welt, e muitas delas eram pagas. Além disso, a partir do programa apresentado pelo transmediale'18, confirmou-se que o festival pode ser visto como um ponto de interação e sobreposição de espaços urbanos; o evento promoveu a interação de pessoas com culturas e interesses diversificados, berlinenses e estrangeiros, artistas, professores, ativistas, estudantes, curiosos, entre outros. Sendo assim, estimulou o encontro entre desconhecidos e, simultaneamente, por acontecer em um determinado lugar e tempo, trouxe possíveis ligações, por meio da *artemídia*, entre cidade, espaço arquitetônico e sociedade.

O artigo propôs colaborar com reflexões sobre a percepção da escala social, a partir dos participantes do evento transmediale'18, para avaliar as interações socioespaciais urbanas. Tem-se como uma das peças fundamentais deste artigo a gestão urbana, porque esta coordena os eventos, a utilização dos espaços e as percepções individuais apresentadas, direta e indiretamente. Ou seja, as decisões sobre cultura e sobre o espaço urbano tomadas pelo governo, interferem nas escalas estudadas como um sistema interdependente.

Os resultados apresentados compuseram um conjunto de entendimentos cultural, arquitetônico e urbano, que avaliaram a qualidade da imagem da cidade sob a ótica do participante, assim como dos espaços construídos e eventos. Ou seja, esta interpretação compreende as diferentes escalas do estudo e como uma interfere na outra, por isso, torna-se relevante para a gestão das cidades. Foi nítido que realmente há um interesse político, turístico e econômico que sustenta os festivais, portanto, buscou-se avaliá-los sob o ponto de vista do participante, compreendendo de que maneira os investimentos são efetivos na sobreposição de diferentes espaços, na percepção das cidades e no estímulo das interações socioespaciais.

Por isso, foi possível entender que o festival de *artemídia* deste estudo apresenta-se, teoricamente, como uma alternativa para o desenvolvimento da cidade, porém, na prática, destacou-se uma preocupação dos gestores urbanos com as média e macroescalas, isoladamente, deixando em segundo plano a escala social, ou microescala, a dos participantes. Em outras palavras, vê-se o festival de maneira generalizada sem atenção para o retorno real dos participantes e suas percepções sobre a vivência socioespacial na cidade. Refletindo e cruzando estas três esferas, considerando a ótica do



observador, viu-se o fenômeno cultural e artístico com relevância para as decisões urbanas, seja pelo interesse político, econômico ou turístico.

Referências

- AGAMBEN, G. *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Tradução Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos., 2009.
- ARENDT, H. *Origens do totalitarismo*. Tradução de Roberto Raposo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- AUGÉ, M. *Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da sobremodernidade* (3.^a ed.) Lisboa: Livraria Letra Livre, 2012.
- BIANCHINI, F. A crisis in urban creativity? Reflections on the cultural impacts of globalization. And on the potential of urban cultural policies. In: International Symposium The age of the City: the Challenges for Creative Cities, Osaka, Japan, February 7th-10th, p. 1-12, 2004.
- BILLE, T. *The Nordic approach to the Experience Economy – does it make sense?*. Copenhagen: Copenhagen Business School, 2010.
- BORJA, J. *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial, 2003.
- BOURDIN, A. *L'Urbanisme après la crise*. Avignon: Editions de L'Aube, 2010.
- CASTRO, A. Espaços Públicos, Coexistência Social e Civilidade Contributos para uma Reflexão sobre os Espaços Públicos Urbanos. *Cidades - Comunidades e Territórios*. Dez. 2002, n.0 5, pp. 53-67, 2002.
- CATUNGAL, J. P.; LESLIE, D.; HIL, Y. Geographies of displacement in the creative city: the case of Liberty Village, Toronto. *Urban Studies*, 45(5&6), pp. 1095-1114, 2009.
- FERBER, R. *Handbook of marketing research*. New York: McGraw-Hill, 1974.
- FERRARA, L. D. *Design em Espaços*. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- FIRMINO, R. Securitização, vigilância e territorialização em espaços públicos na cidade neoliberal. *Risco*, 15(1), pp. 23-35, 2007.
- FLORIDA, R. *The Rise of the Creative Class. And how it's transforming work, leisure and everyday life*. New York: Basic Books, 2002.
- FOUCAULT, M. Estética: literatura e pintura, música e cinema. In: MOTTA, Manoel, B. da (org.). *Col. Ditos & Escritos Vol. III*. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária. Págs. 411-420, 2015.



GRANDE, N. *Arquitecturas da cultura: política, debate, espaço - Génese dos grandes equipamentos culturais da contemporaneidade portuguesa*. Coimbra: FCTUC, 2009.

HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press, 1962.

HÄUßERMANN, H.; SIEBEL, W. *Wandel von Planungsaufgaben und Wandel der Planungsstrategie — Das Beispiel der Internationalen Bauausstellung Emscher-Park*, in: *Jahrbuch Stadterneuerung*, Berlin: Technische Universität (im Erscheinen). Págs. 121-136, 1993a.

HÄUßERMANN, H.; SIEBEL, W. *Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik*. In: Häußermann H., Siebel W. (eds) *Festivalisierung der Stadtpolitik*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. Págs. 7-31, 1993b.

INDOVINA, F. *O Espaço público-tópicos sobre a sua mudança*. *Revista Cidades, Comunidades e Territórios*. Lisboa, volume n.5, p.119-123, 2002.

JAKOB, D. *Constructing the creative neighborhood: Hopes and limitations of creative city policies in Berlin*. *Energy Policy*, 2010.

LANDRY, C. *The Creative City, A Toolkit for Urban Innovators (2.ª ed.)*. USA & UK: Earthscan Publications, 2000.

PERRIEN, J. *Recherche en marketing: methodes et décisions*. Gaetan Morin Editeur, Canada, 1986.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. *The experience economy*. Harvard Business Press, 2011.

PRESSE- UND INFORMATIONSAMT DES LANDES BERLIN. *Wowereit präsentiert den "Berlin Day" in New York*, Pressemitteilung. Berlin: Presse- und Informationsamt des Landes Berlin, 2007.
Disponível em:
<http://www.berlin.de/rbmskzl/rathausaktuell/archiv/2007/05/17/78109/index.html> Acesso em 05 de outubro de 2018.

SASSEN, S. *Why cities matter*. In *Cities, Architecture and Society*. Venezia: Fondazione La Biennale, 2006.

N.A. : Artigo baseado nos resultados da dissertação de mestrado “Artemídia e Espaço Urbano: Uma análise de interações socioespaciais no festival transmediale’18”, defendida em 2019 na PUCPR.

N.E.: Conforme normas da 5% A+A



Mini currículos



Luíza Chiarelli de Almeida Barbosa é arquiteta e urbanista (PUCPR), mestre em Gestão Urbana pelo Programa de Pós-graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), artista e professora do Centro Universitário Católica de Santa Catarina. Estudou communication hypermedia na França (USMB). Coautora do livro Vales Imaginários – Vale do Anhangabaú, São Paulo.

Correio eletrônico: chiarelliluiza@gmail.com

Link Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3087344875349681>



Rodrigo José Firmino é professor titular do Programa de Pós-graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Possui doutorado em Planejamento Urbano e Regional pela Newcastle University e mestrado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo. É editor-chefe da revista URBE e membro-fundador da Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade (Lavits).

Correio eletrônico: rodrigo.firmino@pucpr.br

Link Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1468237540261340>

Como citar:

BARBOSA, Luíza Chiarelli de Almeida; FIRMINO, Rodrigo José. Eventificação urbana: análise das percepções socioespaciais no Festival Transmediale, Alemanha. **5% Arquitetura + Arte**, São Paulo, v.1, n. 20, e158, p. 1-22, jul./dez., 2020. Disponível em:

<http://revista5.arquitetonica.com/index.php/uncategorised/eventificacao-urbana-analise-das-percepcoes-socioespaciais-no-festival-transmediale-alemanha>

Submetido em: 2020-08-31

Aprovado em: 2020-11-23