

Título da apresentação:

**COBERTURAS COMUNITÁRIAS DE EDIFÍCIOS PRIVADOS EM
BARCELONA: UM ESPAÇO PARA A CULTURA, A CRIATIVIDADE E A
INOVAÇÃO SOCIAL**

Eixo Temático: Cultura, Significado e Comunicação

Mesa: Cultura e Cidade

Universidade de Buenos Aires / Agosto 2017

Autora: Vanessa Costa / vccosta9@gmail.com

Curso: Mestrado em Sociologia: Transformações sociais e Inovação (2015-2016),
Universidade de Barcelona

Resumo

O objetivo geral da pesquisa é analisar como são administrados os eventos culturais realizados em coberturas comunitárias de edifícios privados em Barcelona, tomando como exemplo dois casos: “Nits d’Estiu / Noites de Verão em La Pedrera” e “Upstairs BCN”. A partir da análise comparativa entre eles, serão averiguadas as modalidades de gestão desses eventos, o grau de participação das pessoas e o tipo de impacto e inovação social. A hipótese geral é que o grau de impacto social associado ao uso de coberturas varia de acordo com o modelo de gestão e o grau de participação. A hipótese específica é que Upstairs BCN tem mais impacto social do que "Noites de Verão". A metodologia é qualitativa, realizou-se análise documental, observação participante, entrevistas semiestruturadas e em profundidade com profissionais-chave na concepção e gestão dos eventos, artistas e público participante. A perspectiva de análise da pesquisa fundamenta-se na sociologia da cultura e se articula com a gestão cultural e os estudos urbanos. Paralelamente a esta pesquisa, foi detectado o que falta nesses eventos e como resultado prático foi criado um projeto profissional que busca estar de acordo com as novas demandas sociais.

Palavras-chave: coberturas, eventos culturais, criatividade, inovação social, Barcelona.

1. BASE TEÓRICA

1.1. Introdução ao problema

Desde as Olimpíadas de 1992, a marca Barcelona se projeta globalmente, tornando a cidade uma referência em políticas culturais na Espanha e no mundo. Além dos eventos massivos, muitas atividades e eventos culturais locais acontecem, principalmente na primavera e no verão. No entanto, existem centenas de coberturas privados que estão fechadas e sem uso. Em geral, são coberturas comunitárias em edifícios residenciais. Um espaço privilegiado que poderia ser utilizado por todos os que residem e / ou trabalham no edifício. De acordo com as “Medidas de Governo para promover Telhados Vivos e Coberturas Verdes a Barcelona Consell” (2014:19), cujo principal objetivo é ativar as coberturas da cidade, considerando-as como um espaço de uso coletivo, 67% das telhados em Barcelona são coberturas planas e geralmente acessíveis.

Shows e eventos culturais são realizados em algumas coberturas comunitárias de edifícios residenciais, mas são poucos. A maioria delas é um lugar onde se acumulam lixo e gadgets. As chaves dessas coberturas, em geral, estão nas mãos do síndico e há muita gente que nunca subiu ao telhado do prédio onde moram. É um tema quase proibido de se falar, é um problema, quando deveria ser o contrário, como explicam Delgado e Juan (2012: 184):

A diferença básica com outras fases da história é que agora a maioria das coberturas comunitárias estão vazias e quase não são usadas. Como agora, pendurar roupas, nem sempre. E muitas vezes subir no telhado para ficar um tempo significa fazer na clandestinidade, arriscando à censura de outros vizinhos.

Nesse sentido, surgiram algumas propostas de eventos para trazer à luz os telhados e abri-los ao público, para que todos possam desfrutar do seu espaço, bem como do enquadramento histórico e cultural e das vistas panorâmicas da cidade. Além dos Nits d'Estiu La Pedrera, que foi um dos pioneiros, nos últimos anos surgiram algumas associações e grupos culturais que realizam eventos culturais nas coberturas de conjuntos habitacionais, entre eles: Terrats en Cultura, Upstairs BCN, Encajes Urbanos , Music al Terrat e Upperground Barcelona. É assim que começa a despertar o desejo de recuperar os telhados da cidade, de fugir de tudo por um momento, de compreender e saber utilizar este espaço coletivo e local, ao ar livre, tão visível e invisível ao mesmo tempo, como explica Delgado. e Juan (2012: 17):

Nem dentro, nem fora. Nem totalmente exposta, nem totalmente coberta. Nem público nem privado. As coberturas reúnem todas as características básicas dos espaços de fronteira, que participam nos universos - dentro / fora, público / privado, natureza / cidade ... - que ao mesmo tempo se unem e se separam.

1.2. Estudos de caso: Nits d'Estiu La Pedrera e Upstairs BCN

Para esta pesquisa, foram escolhidos como estudo de caso os eventos Nits d'Estiu La Pedrera e Upstairs BCN, por representarem dois modelos distintos de programação, gestão, participação pública e cidadã. O Nits d'Estiu apresenta características de um modelo menos colaborativo, ou seja, as decisões são outorgadas, obedecendo a uma hierarquia de cima para baixo, com uma programação e audiência mais elitistas, os eventos são realizados na cobertura de uma propriedade emblemática e com quase nenhuma participação cidadã.

Desde 2001, o Nits d'Estiu faz parte do programa anual da Fundação La Pedrera, realizando shows de junho a setembro de cada ano, nas coberturas das principais obras de Gaudí: Casa Batlló, La Pedrera e Palau Güell. No La Pedrera o evento chama-se “Nits d'Estiu La Pedrera”, na sua programação predomina o jazz e inclui uma visita gratuita ao Espaço Gaudí e um itinerário visual pela obra do arquitecto. A divulgação é publicada em guias turísticos e o Nits d'Estiu faz sucesso desde o início: os ingressos esgotam antes do dia do espetáculo.

Criado em 2014, o Upstairs BCN é uma plataforma online que tem como objetivo principal ativar as coberturas privadas de Barcelona. Apresenta um modelo de gestão mais colaborativo, ou seja, com decisões que incluem alguns processos de participação entre os diferentes atores de forma mais visível. Com uma programação cultural alternativa e um público de classe média, os eventos acontecem nas coberturas de edifícios residenciais que se encontram na Centro Histórico, Sagrada Família e La Pau. A divulgação é local, basicamente não há turistas e os donos das coberturas e/ou comunidade de vizinhos ganham um dinheiro extra com o aluguel do espaço.

O catálogo de atividades inclui sessões de observação astronômica, oficinas de introdução à horticultura urbana, jardinagem ou apicultura, concertos musicais, artes cênicas, exibição de filmes, leituras poéticas, passeios em coberturas e experiências gastronômicas.

1.3. Objetivos e questões

Este trabalho tem como objetivo analisar os eventos culturais que acontecem nas coberturas de propriedades privadas em Barcelona. A partir de um estudo comparativo entre o Nits d'Estiu La Pedrera e o Upstairs BCN, nos anos 2016/2017, será analisado o grau de participação das pessoas na criação, gestão e participação nestes eventos. Nesse sentido, as questões a serem respondidas são:

Como as coberturas privadas para uso comunitário são usadas em Barcelona? Como os eventos culturais são gerenciados nessas coberturas? Quais seriam os mecanismos para uma gestão mais democrática, criativa e sustentável? Além disso, é importante saber sobre a criatividade na concepção do evento; a comunicação e a realização da mesma; o papel do artista; a participação pública e o impacto social no bairro e na cidade.

1.4. Referencial teórico

1.4.1. Inovação social

O termo “inovação social” tem sido utilizado em diferentes campos nos últimos anos e existem várias linhas de análise para seu entendimento. Conforme afirmado por Caulier-Grice, Davies, Patrick & Norman (2012), este termo tem sido usado para descrever: uma transformação da sociedade; um modelo de gestão organizacional; uma empresa social; o desenvolvimento de novos produtos, serviços e programas; e um modelo de governança, empoderamento e capacitação.

Nesse quadro, a definição do Manual Internacional de Inovação Social (2013) é utilizada como base para a análise desta pesquisa. Este livro considera a inovação social como uma inovação nas relações sociais e na defesa da inovação social como uma chave para o desenvolvimento humano. Conecta a inovação social à dinâmica do empoderamento, conferindo um caráter político aos movimentos sociais e às iniciativas de governança de baixo para cima: *bottom-up*.

O termo *bottom-up* se refere não apenas a ações particulares, mas também aos processos de mobilização-participação e ao resultado de ações que levam a melhorias nas relações sociais, estruturas de governança, maior empoderamento coletivo, etc.

O campo da inovação social é amplo e variado, e também inclui exemplos como microfinanças, comércio justo, plataformas online que permitem o compartilhamento (crowdfunding), colaboração massiva e aprendizagem entre pares (*peer-to-peer learning*). Neste quadro, o exemplo da economia colaborativa será considerado como uma referência para análise dos modelos de gestão dos estudos de caso. De acordo com Tepsi Growing Social Innovation (2012), o termo inovação social também é usado para descrever aspectos da gestão organizacional; como o desenvolvimento prático de

"soluções" para os desafios sociais; o processo de desenvolvimento das capacidades, bens e recursos de comunidades específicas.

Neste trabalho iremos investigar como um modelo de gestão, mais ou menos colaborativo, de eventos na cobertura pode alterar a relação entre vizinhos. Por esse motivo, este quadro também analisará o papel dos atores privados e vizinhos nesse processo. Segundo Pradel, García & Eizaguirre (2013), as estratégias sociais criativas revelam dois elementos organizacionais:

o *sense of place* (as raízes em seu bairro ou cidade) e a capacidade de networking (a capacidade de conexão dos atores locais com atores externos públicos, privados e sociais, fora de seu próprio contexto local). O *sense of place* inclui a promoção das relações com a comunidade, o vínculo entre os objetivos do grupo e o bairro ou comunidade em que estão inseridos os atores inovadores, o que é fundamental para a análise deste trabalho. Como Pradel et al. (2013:165), outras variações do modelo *bottom-up* devem ser consideradas, como o modelo *bottom-linked*, quando se fala em sociedade civil e mudanças nas instituições governamentais na busca por justiça social.

Existem diferentes modalidades de participação e práticas de cidadania. Dependendo do contexto local e da estrutura multinível, as relações entre essas formas de inovação podem mudar. Levando esses aspectos complementares em consideração, argumentamos que o termo '*bottom-linked initiatives*' se torna mais útil para o estudo de estratégias sociais criativas.

1.4.2. Eventos culturais: uma dimensão social

A cultura é hoje um elemento estratégico de grande influência nas políticas públicas, visto que cada vez mais se situa no cenário das estratégias de coesão social, do diálogo entre as diferentes comunidades e como recurso para um desenvolvimento equitativo. Conforme explicam Belando, Ulldemolins e Zarlenga (2012), a cultura tornou-se um dos elementos decisivos no desenvolvimento econômico, social e identitário das cidades. E uma das formas mais eficazes de estimular e expandir o alcance da cultura é por meio de eventos culturais.

Esse referencial teórico será baseado no conceito de evento proposto por Delanty et al. (2011) e Richards (2015). Enquanto o primeiro conceito tem um ponto de vista mais antropológico, analisando festivais e cultura desde a esfera pública; o segundo aborda o conceito de evento do ponto de vista da revitalização, do espaço urbano e da gestão.

Delanty et al. (2011) refletem sobre a comparação de festivais atuais com festivais mais antigos, de caráter folclórico. Segundo os autores, os festivais de hoje são vistos mais

como “consumidores de cultura” e menos como um “debate de cultura”. Por outro lado, destacam a importância das festas urbanas pós-tradicionais como expressões da sociedade contemporânea, com especial destaque para a noção de cosmopolitismo. Este ponto de vista é importante porque os eventos culturais em coberturas comunitárias são uma expressão da vida contemporânea, mas com uma dimensão mais local do que global. Os autores também mencionam que a esfera pública cultural permite distinguir entre festivais que apresentam um cosmopolitismo ético e aqueles que apresentam um cosmopolitismo estético, e que a tendência é que estes últimos desapareçam e prevaleçam os primeiros.

Richards et al., menciona a Getz (2017:18), que define um evento como uma ocorrência em um determinado lugar e tempo, um conjunto especial de circunstâncias, uma ocorrência notável. Tem a capacidade de estabelecer pontes de diálogo e fortalecer as relações locais. Além disso, os eventos geralmente dependem de contato face a face, o que geralmente é uma ferramenta poderosa de criação de valor. Seja em eventos locais ou de grande porte, o fato de estar presencial pode criar vínculos não só entre as pessoas, mas também com o local onde acontece. Segundo Richard (2015), o papel dos eventos como espaços de interação social moldou a forma como as pessoas pensam sobre os espaços em que vivem. É também uma forma de levar as pessoas do online para o offline e também de misturá-los no espaço físico. Mas os eventos também são cada vez mais complexos à medida que seu leque de funções aumenta e exigem uma metodologia cada vez mais específica, que muda dependendo do contexto e de seus objetivos. Os elementos que caracterizam os eventos culturais, somados aos que caracterizam a inovação social, são fundamentais para a análise dos casos apresentados neste trabalho.

1.4.3. Participação pública: interação e cocriação

Interação em eventos culturais

Em relação à participação do público, Abbing (2016) explica que os eventos de arte fazem parte (ou são um subconjunto de) todos os eventos de interação. Em qualquer interação existem barreiras sociais e, portanto, inclusão e exclusão. Isso pode acontecer em diferentes níveis. Segundo Abbing (2016:6), quanto mais forte for a efervescência coletiva, mais intenso e bem-sucedido será o evento. Isso se reflete nos resultados do mesmo. Em eventos de arte de sucesso, é por meio da efervescência coletiva que os ingredientes levam aos resultados. O ponto de vista do autor sugere que o sucesso do evento não depende do número de pessoas, mas da efervescência coletiva.

Os resultados de um evento de sucesso são: a formação de um grupo solidário; a criação de símbolos de pertencimento ao grupo; sentimentos de justiça; e energia emocional entre os participantes individuais. Durante este tipo de evento, desenvolvem-se sentimentos de solidariedade e pertencência e os participantes têm uma identidade compartilhada. Uma forma de estimular a inclusão e evitar a exclusão social. Conforme explica Abbing (2016), os símbolos de pertencimento ao grupo são gerados e celebrados durante o evento. Porém, se houver participação do público na pré-concepção do evento, como veremos a seguir, talvez os símbolos de adesão possam ser gerados antes do próprio evento.

Co-criação em eventos

Segundo Ramaswamy (2009:6), co-criação é o processo pelo qual produtos, serviços e experiências são desenvolvidos em conjunto pelas empresas e seus stakeholders, abrindo um novo mundo de valor. Esses valores têm um valor coletivo, uma vez que o evento foi co-criado. Partindo do pressuposto de que a cultura é um bem público, e de que neste campo de atuação são necessárias pessoas ávidas para conceber, projetar e reconfigurar seu ambiente, surge uma reinvenção da relação público-artista no caso dos eventos culturais.

Para isso, instituições culturais e grupos de artistas passam a gerir projetos de co-criação de médio ou longo prazo que complementam sua programação, a partir dos quais o público pode construir e discutir propostas baseadas em temas de interesse comunitário ou de caráter global. Porém, para que as estratégias tenham sucesso de acordo com os objetivos traçados, é necessária total transparência. Segundo Ramaswamy (2009:12), a verdadeira co-criação permite que os consumidores se envolvam com a empresa em qualquer fase do processo e em qualquer nível de participação que desejem.

De acordo com o princípio da co-criação, o usuário pode conduzir a dinâmica artística com as decisões e limitações que tal práxis acarreta, canalizar valores, conhecimentos, imaginação, necessidades, paixões para ampliar seu sentimento de pertencimento e levar a contribuições significativas na o processo de produção cultural e democratização.

1.5. Design da pesquisa

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizou-se uma metodologia qualitativa, baseada no estudo comparativo dos casos. As técnicas de coleta de informações usadas incluem fontes primárias além de fontes secundárias. Como fontes primárias, foi feita uma observação participante durante os eventos, entrevistas semiestruturadas e em

profundidade com profissionais-chave na concepção e gestão atual dos eventos culturais selecionados, entrevistas com artistas e o público participante desses eventos. Como fonte secundária, foram analisados documentos como matérias de jornais sobre o assunto na Espanha e em outros países, blogs nacionais e internacionais sobre o assunto, páginas de eventos e redes sociais.

1.5.1. Entrevistas

Para as entrevistas, foi elaborado previamente um roteiro, com o tema da pesquisa, subtemas da pesquisa e as questões centrais da pesquisa (ver anexo 1: tabelas 1, 2 e 3).

1.5.2. Seleção de entrevistados

Foi feita uma seleção da amostra dos entrevistados, fazendo-se uma amostragem sequencial conduzida conceitualmente, com um mínimo de três profissionais para cada caso. Incluem-se nesta análise as informações coletadas pela pesquisadora como observadora participante de um show do Nits d'Estiu realizado em 10/06/17, e de uma Oficina de Observação Astronômica realizada pela Upstairs BCN em 17/11/16.

No caso de Nits d'Estiu La Pedrera, foram entrevistados: Jordi Feixa, coordenador de atividades culturais da Fundação Catalunya La Pedrera, incluindo o Nits d'Estiu; Rique Sabaté, músico que se apresentou em dois eventos Nits d'Estiu, em 2007 e 2011; Eduardo Hofman, público participante do evento em 2005, aproximadamente.

Para o caso Upstairs BCN, foram entrevistados: Florenci Guntín, cofundador e coordenador do Upstairs BCN; Nêga Lucas, cantora que já participou do evento em uma cobertura da Plaza Real, no dia 04/05/16; Sebastián González, público participante do evento “Workshop de Sessão Astronômica”, realizada no dia 17/11/2016, em uma cobertura da Rua Joaquín Costa, 24; e Ángela Aparicio / Upperground Barcelona, inquilina no apartamento na cobertura da Calle Joaquín Costa, 24.

1.5.3. Método de análise

A transcrição e análise das sete entrevistas foram realizadas a partir dos dados obtidos nas entrevistas, tendo como perspectiva os conceitos definidos no quadro teórico. O objetivo é comparar as características desses eventos, aplicando o método comparativo e uma análise transversal. A partir de uma análise comparativa entre as entrevistas, observação participante e análise documental, investiga-se sobre as modalidades de gestão desses eventos versus o tipo e grau de participação das pessoas; os níveis de criatividade e inovação; e sua conexão com o meio urbano.

2. EVIDÊNCIAS / RESULTADOS

Para a análise das entrevistas, optou-se por fazê-lo por dimensões, comparando as informações coletadas dos entrevistados em cada estudo de caso, de acordo com seus papéis. Foi criada uma tabela com os principais resultados para facilitar a análise (ver tabela 4).

Tabela 4: Resultados por dimensões

Dimensão	Nits d'estiu	Upstairs BCN
Design e conceito	Fechado: stá nas mãos do coordenador do programa	O coordenador lidera o projeto, mas especialistas e vizinhos colaboram
Participação	Nula para o público, pouca para o artista, mas especialistas e vizinhos colaboram	Pouca participação do público, maior participação do artista e do inquilino ou proprietário envolvido
Criatividade, impacto e inovação social	Criativo e inovador no início. Hoje pouco criativo, não há inovação nem impacto social	Criativo nos detalhes da realização e programação. A inovação social como um modelo de governança <i>botton-linked</i>

2.1. O design e a dimensão do evento

Em relação à concepção e implementação do evento Nits d'Estiu La Pedrera, de acordo com as entrevistas do coordenador, do artista e do público entrevistado, podemos afirmar que não há participação na concepção ou implementação do evento. Tudo está centrado nas mãos do coordenador do evento. Existe a preocupação em valorizar o talento local, que é uma característica do *sense of place* mas se desenvolve de forma centralizadora. E como o evento acontece na cobertura de um imóvel emblemático da cidade, deve ser aprovado pelo Distrito do Eixample antes de sua realização. Portanto, temos um modelo de gestão hierárquica que inclui a esfera pública. No caso do Upstairs BCN, antes de projetar o evento, é necessário procurar uma cobertura e obter a autorização do proprietário, síndico e/ou comunidade de vizinhos. A concepção do evento depende das características da cobertura: dimensão, localização, vista, se existe elevador ou não, entre outros detalhes. Segundo o coordenador do Upstairs BCN, no momento em que você fala

com o dono da cobertura, já é apresentada uma proposta para o evento e ele não precisa pagar a entrada. O locatário pode intervir na proposta do evento, dar sugestões, mas sempre sob o controle de qualidade do Upstairs BCN.

Há alguma participação na concepção do evento, como é o caso do grupo “Les Filles Follen”, que criou uma coreografia de dança contemporânea específica para uma cobertura no bairro de La Pau. Esse grupo, inclusive, foi uma sugestão de um dos colaboradores do Upstairs. Temos aqui um exemplo de estratégia social criativa, uma vez que Upstairs permitiu ao grupo criar uma coreografia inédita para esta cobertura, estimulando o *sense of place*, enaltecendo as raízes do bairro e, neste caso, também o edifício e a cobertura. Uma forma de valorizar o espaço e reforçar as relações locais. Há também o exemplo da entrevistada que aluga a sua cobertura para os eventos do Upstairs e já participou da concepção de alguns eventos do mesmo.

Quanto à realização dos eventos do Upstairs, podemos afirmar que, em alguns casos, há uma participação dos vizinhos. Segundo o coordenador do evento, alguns vizinhos sobem com suas cadeiras para não ocupar as cadeiras do público no dia do evento.

No que diz respeito à divulgação dos eventos, enquanto o Nits d'Estiu tem uma divulgação ampla que inclui guias turísticos, a comunicação do Upstairs se faz somente por email e redes sociais sem dizer o endereço exato do evento. Segundo Florenci, esse cuidado é para “proteger” o anfitrião, assim como o Airbnb faz. Ele considera que esse estilo “underground” é um dos pontos que mais atrai as pessoas ao evento. O artista entrevistado não pensa da mesma forma, mas o público entrevistado concorda porque gosta mais do que não está no *mainstream*.

2.2. Dimensão: Participação do público durante o evento

Durante os eventos do Nits d'Estiu, o público basicamente não participa. Segundo os entrevistados, é um evento para ir em casal ou com um grupo reduzido de pessoas. O foco do evento é a cobertura do La Pedrera e o público está mais interessado em desfrutar do espaço e da arquitetura. A música é um complemento. Outro fator que dificulta a interação entre o público é que a maioria deles são turistas. Segundo o coordenador, em agosto 75% do público é estrangeiro. Percebe-se que há muitos estrangeiros até no ticket de entrada do evento: este ano parte do texto teve uma tradução para o idioma inglês e francês, conforme observou a pesquisadora no evento que esteve presente.

No caso do Upstairs, o público é basicamente local, catalães e estrangeiros, mas pessoas que moram na cidade, segundo observação participante da pesquisadora. Podemos dizer que existe um pouco mais de participação do público, que se sente mais confortável na cobertura de um prédio residencial. O fato de não possuir palco facilita a interação do artista com o público, segundo os entrevistados. Nesse caso, o espaço estimula a interação entre as pessoas, todas estão no mesmo nível e a energia entre os participantes flui melhor.

Conforme explica Abbing (2016), o sucesso do evento não depende do número de pessoas, mas da efervescência coletiva. No entanto, para o público entrevistado do Upstairs, as pessoas poderiam ter interagido mais após a apresentação do especialista no Workshop de Sessão Astronômica. Nesse caso, foi criado um espaço de interação, mas não foi criado um sentimento de pertencimento ao grupo, conforme afirma Abbing (2016). Se todo evento de sucesso é permeado de emoção, faltaram os símbolos que geram esse sentimento durante o evento.

2.3. Dimensão: Criatividade, impacto e inovação social

Antes de iniciar esta seção, faremos um breve esclarecimento sobre como os entrevistados interpretam os conceitos de criatividade, inovação e impacto social. Para a maioria deles, em geral, a criatividade seria algo mais efêmero, detalhes que diferenciam o evento. A inovação seria algo mais grandioso, pioneiro e que nunca feito antes. Em relação ao impacto e à inovação social, para eles, é quando o evento muda a vida das pessoas e/ou do bairro.

Diante dessas interpretações, os entrevistados consideram que o evento Nits d'Estiu foi muito criativo e inovador na época de seu surgimento, em 2005. Segundo o coordenador, foi o primeiro centro cultural, o primeiro museu, que começou abrir à noite, inclusive a cobertura. O objetivo era oferecer ao povo da cidade de Barcelona a possibilidade de visitar um espaço como o La Pedrera, fora do horário normal, após sair do trabalho. Ou seja, no início, o Nits d'Estiu se preocupava com a população local.

O artista e o público entrevistado consideram que é uma boa ideia fazer concertos na cobertura do La Pedrera, mas para eles não é um evento inovador e nem gera impacto social. Para o artista, é bom que o público não seja um especialista porque ele pode

improvisar. Para o público entrevistado, o fato de o público não compreender o jazz torna a programação do Nits d'Estiu bastante *standard*, nas suas palavras, um pouco *hipster*. Para o coordenador do Upstairs, o seu evento é criativo e inovador por ser em uma cobertura de prédios residenciais. Além disso, segundo ele, há um efeito positivo nas pessoas quando elas sobem a uma cobertura, elas se sentem melhor de alguma forma. Se uma das características de um evento de sucesso é a energia emocional dos participantes, como afirma Abbing (2016), a cobertura já proporciona isso apenas chegando até ela.

Para a inquilina entrevistada, o evento Upstairs é criativo, inovador e de impacto social. Para ela, o fato de ser uma cobertura aproxima a arte da pessoa, muda a relação do artista com o público, humaniza um pouco mais o artista. Ela destaca ainda que o evento tem impacto social no sentido de estimular a inter-relação e integração entre as pessoas:

Em Barcelona há muita gente de todo o mundo. É uma prioridade que exista uma integração, que as pessoas se conheçam. É ainda mais importante interagirmos. Porque as pessoas podem se integrar, mas talvez não se relacionem, como aquela frase: “juntos, mas sem misturar”. (Ángela Aparicio, locatária do último andar, janeiro de 2017)

Aqui temos uma interpretação do evento como criativo e também como modelo de governança, empoderamento e capacitação, uma das formas de inovação social, conforme explicam Caulier-Grice, Davies, Patrick e Norman (2012). Uma possibilidade de mudança de relacionamento em um espaço público que seria a cobertura. Também pode ser considerada como um *botton-linked*, pois estabelece diferentes modos de participação e práticas de cidadania, conforme explicado por Pradel et al (2013).

2.4. Resultado: o projeto Coterrats

Pensado a partir das deficiências encontradas nos estudos de caso, foi criado o projeto Coterrats, em catalão, Co-coberturas. Um projeto que propõe a realização de eventos culturais nas coberturas de edifícios públicos e privados de Barcelona, tendo como prioridade a participação das comunidades locais em todas as fases do processo, através de uma plataforma online e sessões de cocriação entre os artistas e os vizinhos.

Apresentado na convocatória do Repte Canòdrom Barcelona, o projeto foi aprovado em janeiro de 2017 (ver site e link para o vídeo de apresentação no anexo 2), e foi incubado no Canòdrom Creative Research Park, onde foi realizado o evento piloto. Para desenhar o

piloto, fizemos três sessões de cocriação com artistas da Fabra i Coats Centro de Arte Contemporânea e Fábrica de Criação, Taller de Músics Can Fabra e outros artistas do Distrito de Sant Andreu, em Barcelona. O design foi pensado para o espaço onde o evento seria realizado, estimulando o *sense of place*.

O projeto e os resultados do piloto foram apresentados no Sónar+D em 2017, no âmbito do Programa de Inovação BCN da Prefeitura Municipal de Barcelona (ver vídeo do evento piloto no Anexo 2). Para o próximo evento, criaremos a plataforma online Decidim Coterrats, do código aberto Decidim Barcelona. Através desta plataforma será possível desenvolver o próximo evento, contando com a participação de residentes e artistas de forma transparente e democrática.

3. CONCLUSÕES

As coberturas configuram-se como um novo espaço cultural e social em Barcelona a ser descoberto, que permite estabelecer novas formas de relações sociais, culturais, econômicas e de empoderamento da cidadania. Nesse contexto, os eventos culturais surgem como um meio importante para essa transformação, dependendo da forma como são administrados.

Nesta pesquisa confirmamos as hipóteses levantadas no início do trabalho: quanto mais colaborativa a gestão de eventos em coberturas, maior o grau de participação e impacto social. No Nits d'Estiu, que possui um modelo de gestão fechado, não há participação cidadã ou impacto social. Já no Upstairs BCN, que tem um modelo menos hierárquico e mais colaborativo, há um pouco mais de participação e impacto social. Além disso, no caso do Upstairs BCN, o proprietário da cobertura e/ou síndico recebe uma remuneração econômica pelo aluguel da cobertura, o que pode gerar um novo modelo de economia colaborativa.

Conforme mencionado no início do estudo, 67% dos telhados em Barcelona são coberturas. Embora sejam espaços pouco visíveis e privados, existe um potencial para o desenvolvimento de atividades abertas ao público nesses espaços. Algumas entidades os estão explorando tendo como base a estrutura da mudança econômica que a cidade está vivendo. Destas, existem algumas entidades mais orientadas a negócios, como o Nits d'Estiu, e outras que procuram ser mais inclusivas com os cidadãos, como o Upstairs.

Foi neste contexto que nasceu o Coterrats. Como mencionamos anteriormente, o projeto busca encontrar novos caminhos para que os eventos em coberturas sejam mais democráticos, participativos, criativos, sustentáveis e inovadores, principalmente do ponto de vista social. Assim, se o modelo hierárquico do Nits d'Estiu não estimula a participação cidadã, uma solução seria ter alguns eventos co-criados por artistas locais no programa, com a participação de pessoas que trabalham ou vivem no edifício La Pedrera, e incluir os cidadãos de Barcelona nos processos de decisão destes eventos. O Coterrats se propõe a gerenciar esses processos e buscar outras opções de arte e cultura que estejam em sinergia com a arquitetura de Gaudí. É também uma forma de recuperar o *sense of place* do edifício, hoje mais global do que local.

No caso do Upstairs, existe um modelo de gestão pouco colaborativo que permite a participação de artistas e do locatário do último piso na concepção de alguns eventos, podendo os vizinhos colaborar no dia do evento. O Coterrats propõe estender o processo de decisão sobre a utilização de coberturas a todos os residentes e gerir os processos de cocriação entre artistas e cidadãos para os eventos que sejam realizados nestas coberturas.

Finalmente, o projeto Coterrats foi criado e desenvolvido durante esta pesquisa porque acreditamos que as coberturas de Barcelona se configuram como um espaço público privilegiado com potencial para se transformar em um novo espaço urbano para a cultura local, criatividade cidadã e inovação social. Acreditamos também que os eventos culturais podem se tornar um canal para abrir as coberturas comunitárias a todos, democratizando a forma como os vizinhos as administram e melhorando o relacionamento entre eles, gerando uma economia colaborativa e estimulando o empoderamento dos cidadãos. Pois, como afirmam Delgado e Juan (2012: 16), “lá em cima se desenvolvem usos práticos e formas de sociabilidade que são ou foram próprias e que formam uma singularidade que não é apenas arquitetônica”.

4. BIBLIOGRAFÍA

Abbing, H. (2010). Art Events. *The Value of Art: a social study of art*. In the Amsterdam: Hans'Abbings Publication.

Belando, M. V. S., Ulldemolins, J. R., & Zarlenga, M. I. (2012). ¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del “modelo Barcelona” de políticas culturales. *Revista Crítica de Ciencias Sociales*, (99), 31-50.

Delanty, G., Giorgi, L., & Sassatelli, M. (Eds.). (2011). *Festivals and the cultural public sphere*. Routledge: Londres.

Delgado, M., Juan, A. (2012). *Terrats de Barcelona. Entre el cel i la terra*. Barcelona: Institut del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida (IMPUIQV), Ajuntament de Barcelona.

J, Caulier-Grice, A Davies, R Patrick, W Norman. (2012) Defining Social Innovation. A deliverable of the project: The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe. (TEPSIE), *European Commission 7th Framework Programme, European Commission, DG Research*, Brussels, 2012, 18.

Moulaert, F. (Ed.). (2013). *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Pradel, M., Garcia, M., & Eizaguirre (2013). Theorizing multi-level governance in social innovation dynamics. International. *Handbook on Social Innovation. Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*, 155-168.

Richards, G. (2015). *Events in the Network Society: The Role of Pulsar and Iterative Events*. *Event Management*, 19(4), 553-566.

Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (Eds.). (2014). *Event design: Social perspectives and practices*. Routledge.

5. ANEXOS

Anexo 1

I. Questionário: Inputs e outputs do evento

Estratégia metodológica: Qualitativa

Temas da Pesquisa			Perguntas da Pesquisa	
Temas Pesquisa	Pesquisa Subtemas 1	Pesquisa Subtemas 2	Principais questões	Perguntas pesquisa
I. Modelo de organização (input)	1. Quem projeta e quem organiza	1.1. Empresa pública 1.2. Empresa privada 1.3. Pessoa física 1.4. Pessoa jurídica	Como o evento acontece?	Qual é o propósito do evento?
	2. Como se cria o evento?	2.1. Planejamento 2.1.1. Como o mercado é pesquisado 2.1.2. Como as oportunidades são identificadas 2.1.3. Como as estratégias são definidas 2.1.4. Como definir o posicionamento da marca (branding) 2.2. Design do evento 2.2.1. Como é definido o tipo de evento 2.2.2. Quais são as datas para escolher a data e o local 2.2.3. Como o tipo de público é exibido 2.2.4. Como os resultados pretendidos do evento são comunicados 2.2.5. Como preparar um orçamento para o evento 2.2.6. Como a equipe de trabalho é selecionada 2.3- Participação do público na criação do evento 2.3.1- Não participa 2.3.2- Participa em uma ou mais etapas 2.3.3- Participa de todas as etapas	Como se cria e organiza o evento? Como a programação do evento é criada?	Como o evento é planejado? Como se faz a pesquisa de marco e define as estratégias? Como o posicionamento da marca é definido? Como funciona o recrutamento de patrocinadores? Como funciona o recrutamento do público? Como é definida a natureza do evento (tipo de arte e artistas)? Qual é o critério para escolher a data e o local? Como o tipo de público é exibido? Como são os resultados pretendidos do evento são refletidos? Como é feito o orçamento do evento? Como a equipe de trabalho é selecionada?
	3. Funções	3.1. Direção 3.1.1. Link por empresa 3.2.2. Link por projetos 3.2. Gestão 3.2.1. Cultural 3.2.2. Financeira 3.2.3. Realização 3.3. Artistas / Intelectuais 3.3.1. Músicos 3.3.2. Atores 3.3.3. Especialistas / Intelectuais 3.3.3. Criativos em geral 3.4. Patrocinador 3.4.1. Público 3.4.2. Privado	Quantas pessoas trabalham no evento? Quais são os seus papéis e funções na organização do evento?	Como funcionam as conexões entre os gerentes? Como funciona a gestão cultural, financeira e a realização do evento? Como funcionam as relações entre artistas, músicos, atores e criativos? Como funcionam os papéis entre patrocinadores (públicos e privados)?

	4- Os papéis da participação do público no evento?	4.1- Não participa	Qual é o tipo de participação do público no evento?	<p>Que tipo de público assiste a este evento? A idade, extração social, origem? Por quê?</p> <p>Em que etapas o público participa do evento (concepção, criação, divulgação, realização)?</p> <p>Como é a interação entre o público e os organizadores?</p> <p>Como é a interação entre o público e os artistas?</p>
		4.2- Participa em uma ou mais etapas		
4.3- Participa em todas as etapas				
	5- Criatividade / Inovação Social	5.1. Dimensão cultural	<p>Como a criatividade é expressada no evento?</p> <p>Qual é o seu impacto em termos sociais?</p>	<p>Como a criatividade se expressa no design e nas demais etapas do evento: realização, participação, espetáculo?</p> <p>Qual a relação dessa iniciativa com o bairro onde ela acontece?</p> <p>Em que medida representa uma nova oferta cultural com uma dimensão de orientação social?</p>
		5.2. Dimensão social		
		5.3. Dimensão urbana		
II. Operação (a dinâmica do próprio evento)	6. Centro nevrálgico do evento	6.1. O tema do evento	Como é a dinâmica do evento?	<p>Qual é o foco do evento? Como o evento é preparado e quem o prepara? Como o evento é comunicado? Quem é o responsável pelo programa do evento? Quem é o responsável</p>
		6.2. O lugar		
		6.3. O artista		
		6.4. O público		
		6.5. Os cineastas / patrocinadores		
7. Papel dos participantes durante o evento	7.1. Diretores	Quais são os papéis dos participantes durante o evento?	<p>Como funciona a integração entre os organizadores?</p> <p>Como os artistas interagem com os organizadores do evento e com o público?</p>	
	7.2. Organizadores 7.2.1. Como o evento é preparado 7.2.2. Como o evento é comunicado 7.2.3. Os responsáveis pela cronometragem do evento 7.2.4. Os responsáveis pelo pós-evento			
8. Interação entre públicos	8.1. Sem interação	Como é a interação entre o público?	<p>Como é a interação / integração entre o público? Como funciona a integração entre eles? Como funciona a integração entre um público de diferentes</p>	
	8.2. Interação entre eles			
	8.3. Interação com os artistas			

		8.4. Interação entre si e com os artistas		classes sociais (inclusão social, apatia, exclusão social)? Como funciona a integração entre públicos de diferentes idades (jovens, adultos e crianças)?
III. Efeitos do evento (Output)	9. Nos participantes	9.1. Interação 9.1.2. Entre eles 9.2.2. Entre diferentes classes sociais / inclusão social 9.2.3. Entre diferentes idades / jovens, adultos e crianças 9.2.4. Entre pessoas de diferentes bairros 9.2.5. Entre pessoas de diferentes cidades da Espanha que vivem em Barcelona 9.2.6. Pessoas de diferentes países que vivem em Barcelona.	Quais são os efeitos do evento nos participantes?	Existe uma interação entre pessoas de diferentes cidades da Espanha que vivem em Barcelona? Existe uma interação entre pessoas de diferentes países que vivem em Barcelona? As pessoas vêm de outros lugares para participar do evento?
		9.2. Apatia 9.3. Exclusão social		
	10. Na cidade	10.1. Interação entre diferentes públicos 10.2. Inclusão 9.2.1. Social 9.2.2. Cultural 10.3. Economia 10.3.1. Como gera renda para a comunidade local 10.3.2. Como gera renda para o turismo 10.3.3. Como gera renda para a cidade 10.4. Criatividade 10.4.1. Gera criatividade 10.4.2. Não gera criatividade 10.5. Inovação social 10.5.1. Gera inovação social 10.5.2. Não gera inovação social	Quais são os efeitos do evento na cidade?	O que o evento traz para uma cidade como Barcelona? Em que sentido este evento pode ser considerado criativo e / ou inovador em Barcelona?

Anexo 2

Site Coterrats: www.coterrats.com

Apresentação Coterrats Repte Canòdrom Barcelona:

<https://vimeo.com/221600759>

Apresentação Evento Piloto Coterratsno Canòdrom, 08/06/2017:

<https://vimeo.com/222363840>