ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ – ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ :

ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑ – ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ

ΜΑΘΗΜΑ : ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΟΛΕΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ 2024-2025

υπεύθυνος
Ε.Μπακογιάννης

διδακτική ομάδα
Θ. Βλαστός, Ε. Μπακογιάννης, Γ.Μ. Σαρηγιάννης, Β. Ελευθερίου, Χ. Κυριακίδης, Κ.Αθανασόπουλος, Α.Νικήτας, Σ,Τσιγδινός

7.

ΕΞΥΠΝΕΣ ΚΑΙ ΑΝΘΕΚΤΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ, CITY BRANDING κ.α.

Τρίτη, 19 Νοεμβρίου 2024

Γεώργιος Μ.Σαρηγιάννης
ομότιμος καθηγητής ΕΜΠ

«ΕΞΥΠΝΕΣ» ΚΑΙ «ΑΝΘΕΚΤΙΚΕΣ» ΠΟΛΕΙΣ

city branding, place branding, place marketing κ.α.

Γιώργος Σαρηγιάννης
ομότιμος καθηγητής ΕΜΠ

1. Εισαγωγικά, ορισμοί

Τα τελευταία χρόνια «λανσάρονται» στην πολεοδομία και τον πολεοδομικό σχεδιασμό, αλλά και στην κοινωνιολογία και πολιτική, οι όροι «έξυπνη πόλη» και «ανθεκτική πόλη», όπως και οι διεργασίες και ορισμοί του city branding ή place marketing και place branding.

Ο πρώτος όρος είναι περισσότερο όρος μάρκετινγκ, και ουσιαστικά δεν είναι κάτι καινούργιο, πέρα από την αυτονόητη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας στην πόλη και τις λειτουργίες της.

Ο δεύτερος όρος όμως έχει ισχυρό πολιτικό υπόβαθρο, ουσιαστικά χοντροκομμένης «πολιτικής προπαγάνδας» που απλά (ή απλοϊκά) θεωρώντας τους κατοίκους της πόλης ως μειωμένης αντιληπτικότητας και χαμηλού IQ[1], προσπαθεί να τους πείσει ότι όλα είναι καλά και ωραία ….

Ο τρίτος όρος «κατά βάση επικεντρώνεται στη βελτίωση της εικόνας, της φήμης ενός μέρους, και την δημιουργία μιας ανταγωνιστικής ταυτότητας, βασισμένης στις πραγματικότητες (αν και όχι πάντα…) και τα χαρακτηριστικά που μια πόλη δύναται να προσφέρει μέσω του marketing»[2].

2. η έξυπνη πόλη

Η «έξυπνη πόλη»[3] σύμφωνα με τον ορισμό που δίδεται από τους ίδιους τους σχετικούς επιστήμονες, δεν είναι τίποτα παραπάνω από την πόλη που στην λειτουργία της χρησιμοποιεί την ψηφιακή τεχνολογία, και αυτό στις μέρες μας δεν είναι κάτι καινούργιο, ούτε συμβαίνει μόνο στην πόλη: αν δώσουμε τον χαρακτηρισμό «έξυπνος» σε όποια δραστηριότητα χρησιμοποιεί την αυτονόητη γιά την εποχή μας ψηφιακή τεχνολογία, τότε θα πρέπει να ονομάζουμε και «έξυπνους» τους καθηγητές και φοιτητές, τις υπηρεσίες

[1] Ο Δείκτης Νοημοσύνης (Intelligence Quotient, IQ) είναι ο δείκτης ο οποίος μετρά προσεγγιστικά την ευφυΐα ενός ατόμου σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό. (wikipedia)
[2] Σχεδιάζοντας ένα πλαίσιο αποτελεσματικής στρατηγικής ανάπτυξης της σύγχρονης πόλης. Μεθενίτη Ευδοκία, στο www.City branding gr, Δευτέρα 10 Μαΐου 2021 Place Marketing και City Branding .
[3] Μια έξυπνη πόλη (αγγλικά: smart city) είναι ο τόπος όπου «*τα παραδοσιακά δίκτυα και οι υπηρεσίες γίνονται πιο αποτελεσματικά με τη χρήση ψηφιακών λύσεων προς όφελος των κατοίκων και των επιχειρήσεων της*».

αποκομιδής απορριμμάτων, τον μπακάλη της γειτονιάς μας και όποιον μπορεί να οργανώσει την δουλειά του καθισμένος μπροστά στο πληκτρολόγιο.

Ψηφιακή Τεχνολογία χρησιμοποιούν πολλές χώρες, πόλεις, και υπηρεσίες, προφανώς όμως σε διάφορους βαθμούς, αλλού για ένα πιστοποιητικό κάθεσαι ένα πρωϊνό στην ουρά, αλλού το παίρνεις σπίτι σου στον υπολογιστή σου, αλλού κάθεσαι στην στάση και δεν ξέρεις πότε θα περάσει το λεωφορείο, αλλού στο κινητό σου βλέπεις την ακριβή ώρα της διέλευσής του. Μπορούμε να πούμε ότι κάποιες πόλεις είναι πιο «έξυπνες» από τις άλλες ; ή ότι κάποιοι πολίτες είναι «έξυπνοι» και άλλοι «βλάκες» ; Όχι βέβαια, απλά είναι θέμα του βαθμού χρήσης των νέων τεχνολογιών, και το να τις εφαρμόζουν όλες οι πόλεις είναι θέμα Οικονομικών και Κοινωνικών συνθηκών και χρόνου.

Προσέξτε όμως ! η ψηφιακή τεχνολογία είναι εργαλείο, όχι αυτοσκοπός για να κατακτήσει μια πόλη τον χρυσό τίτλο της «έξυπνης πόλης». Το ότι η ψηφιακή τεχνολογία έχει αναπτυχθεί σε ορισμένους τομείς και όχι ισόμετρα σε όλους, είναι θέμα προτεραιοτήτων, αλλά αυτές τις προτεραιότητες δεν τις καθορίζουν οι αντικειμενικές ανάγκες των πολιτών αλλά καθορίζονται από υψηλότερα κρατικά επίπεδα. Φυσικά εδώ είναι πάλι το αυτονόητο: δεν είναι τυχαίο ότι η ψηφιακή τεχνολογία εφαρμόζεται και αναπτύσσεται επιλεκτικά π.χ. στο πολιτικό και όχι στο ποινικό φακέλλωμα στις Αρχές Ασφαλείας, στην Κυκλοφορία και τις Αστικές Μεταφορές, και όχι στις Υπηρεσίες Παιδείας ή Υγείας ή Πρόνοιας…

> Κάθε εποχή είχε τις δικές της προτεραιότητες, π.χ. στον Μεσαίωνα απαραίτητοι τομείς Γνώσης ήταν πέρα από την Ιατρική (όπως και σε κάθε άλλη εποχή…) η Θεολογία και το Δίκαιο, η Θεολογία ως ανώτατο Ιδεολογικό Επίπεδο και «έλεγχο» του πληθυσμού (ο χαρακτηρισμός «αιρετικός» ήταν σε συνήθη χρήση για να εξουδετερώσουν είτε πολιτικούς είτε ιδεολογικούς αντιπάλους) και το Δίκαιο για να ρυθμίζουν τις ατομικές αλλά και τις κοινωνικές σχέσεις όπως και τις οικονομικές και διοικητικές μεταξύ πολιτών και μεταξύ πολιτών και Κράτους (οικογενειακό Δίκαιο, εμπράγματο Δίκαιο…κλπ). Σημειώνεται χαρακτηριστικά για το τελευταίο, η σημασία του εμπορίου στην Μεσαιωνικη πόλη και ο κατά συνέπεια μεσαιωνικός «ορισμός» του Δικαίου : aus den Marktrecht entsteht das Stadtrecht, από το Δίκαιο της Αγοράς, παράγεται το Αστικό Δίκαιο.
>
> Στον Μεσαίωνα, οι φυσικές επιστήμες ήταν σε απόλυτο παραμερισμό, τους ήταν αρκετοί ο Αγιος Αυγουστίνος και ο Ωριγένης -θεολόγοι της εποχής- και ο Αριστοτέλης, τα υπόλοιπα ήταν «αιρετικά» όπως π.χ. το Ηλιοκεντρικό Σύστημα που παραλίγο να στείλει στην πυρά τον Γαλλιλαίο ή τον Κοπέρνικο. Πολύ αργότερα, στον ύστερο Μεσαίωνα και κυρίως στον 18ο-19ο αιώνα αναπτύχθηκαν οι φυσικές επιστήμες, Φυσική, Χημεία , Αστρονομία κ.α. επειδή ήταν πιά απαραίτητες για την επιστημονική και οικονομική χρήση τους, που κορυφώθηκαν στην Βιομηχανική Επανάσταση μετά την κατάρρευση της Μεσαιωνικής Φεουδαρχίας και την έκρηξη της Γαλλικής Αστικής Επανάστασης.

Ας λάβουμε όμως υπ' όψιν τις προειδοποιήσεις των ειδικών, ότι ακόμη και η πιο «αθώα» χρήση της Ψηφιακής Τεχνολογίας, ενέχει ιδιαίτερα σοβαρούς κοινωνικούς κινδύνους, ας δούμε από την βιβλιογραφία ένα απλό παράδειγμα :

> ***« ….Οι πόλεις στρέφονται στην τεχνητή νοημοσύνη για να βρουν ποιος δεν ανακυκλώνει σωστά τα σκουπίδια***
>
> *Πολλές πόλεις στρέφονται στην τεχνητή νοημοσύνη (AI) για να βελτιώσουν τη διαχείριση των απορριμμάτων τους, επιδιώκοντας, μεταξύ άλλων, να μειώσουν τις μολύνσεις στα δίκτυα ανακύκλωσης και κομποστοποίησης. Ωστόσο, η χρήση αυτής της τεχνολογίας εγείρει ανησυχίες σχετικά με την ιδιωτικότητα των πολιτών…….**οι ειδικοί στον τομέα της κυβερνοασφάλειας προειδοποιούν για τους κινδύνους παραβίασης της ιδιωτικότητας**. Η τεχνητή νοημοσύνη συλλέγει ευαίσθητες πληροφορίες, όπως στοιχεία από αποδείξεις ή ακόμα και προσωπικά*

δεδομένα υγείας. Η Sarah Powazek, διευθύντρια του προγράμματος δημόσιου συμφέροντος στο Κέντρο Μακροχρόνιας Κυβερνοασφάλειας του Πανεπιστημίου της Καλιφόρνια, προειδοποίησε ότι τα δεδομένα αυτά θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν καταχρηστικά ή να καταλήξουν σε λάθος χέρια……Η Powazek επισήμανε επίσης τον κίνδυνο της "παρακολούθησης", όπου τεχνολογίες που αναπτύσσονται για τη διαχείριση των απορριμμάτων μπορεί τελικά να χρησιμοποιηθούν από τις αρχές για άλλους σκοπούς, όπως η παρακολούθηση κοινοτήτων ή η δίωξη πολιτών…..»[4]

«*Ο όρος **τεχνητή νοημοσύνη** αναφέρεται στον κλάδο της πληροφορικής ο οποίος ασχολείται με τη σχεδίαση και την υλοποίηση υπολογιστικών συστημάτων που μιμούνται στοιχεία της ανθρώπινης συμπεριφοράς τα οποία υπονοούν έστω και στοιχειώδη ευφυΐα: μάθηση, προσαρμοστικότητα, εξαγωγή συμπερασμάτων, κατανόηση από συμφραζόμενα, επίλυση προβλημάτων κλπ. Ο Τζον Μακάρθι όρισε τον τομέα αυτόν ως «επιστήμη και μεθοδολογία της δημιουργίας νοημόνων μηχανών*». (από την Βικιπέδια).

Είναι βέβαια περισσότερο από προφανές, ότι μια μηχανή, όσο εξελιγμένη και να είναι, αν της δώσεις ένα πρόβλημα, θα στο επιλύσει σύμφωνα με το Πρόγραμμά της, αλλά το Πρόγραμμα έχει συντεθεί από τον κατασκευαστή της μηχανής, επομένως όσο σύμπλοκη και σύγχρονη και εξελιγμένη και να είναι, σου δίνει ό,τι της έχεις προγραμματίσει και αυτό βέβαια εξαρτάται όχι μόνο από τις προθέσεις του κατασκευαστή, αλλά και από το πλήθος των στοιχείων που της έχει εισάγει : η πιο απλή «μηχανή τεχνητής νοημοσύνης» είναι π.χ. ο απλός θερμοστάτης: του έχεις εισάγει την «εντολή» στους τόσους βαθμούς Κελσίου να ανοίγει ή να κλείνει τον διακόπτη και να ανάβει ή να σβήνει το καλοριφέρ, και τίποτα περισσότερο. Η διαφορά με τις λεγόμενες «έξυπνες» ή «σκεπτόμενες» μηχανές δεν είναι τίποτα παραπάνω, από το πολύπλοκο «πρόγραμμα» που φυσικά απαιτεί πολύ περισσότερα στοιχεία, και αυτή και μόνον είναι η «στοιχειώδης ευφυΐα» στην οποία αναφέρονται οι ειδικοί επιστήμονες.

Ας δούμε ένα κλασικό πρόβλημα που ενυπάρχει στο λεγόμενο «αυτοκίνητο χωρίς οδηγό», (drivless car) : Στην πορεία, βρίσκεται το όχημα στο δίλλημα να πατήσει .έναν πολίτη ή να πέσει στον γκρεμό με τους επιβάτες του. Το πρόβλημα έχει απασχολήσει νομικούς, κοινωνιολόγους, οικονομολόγους, ψυχολόγους, ηθικολόγους, και άλλους «….-λόγους». Προφανώς η «Απόφαση» που θα πάρει και μάλιστα σε «πραγματικό χρόνο μηδέν», εξαρτάται από τα κριτήρια που έχει αξιολογήσει και ενσωματώσει ο κατασκευαστής : ηλικία, υγεία, κοινωνική θέση, συγγενείς και άλλα πολλά των πολιτών που είναι οι «επιλέξιμοι στόχοι», κάποιοι προχωράν και πιο πέρα, στο να έχει ο καθένας μας κρεμασμένο στον λαιμό του ένα τσιπάκι με όλα τα οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία του –ακόμη και τι ψηφίζει!- ώστε να μπορεί να υπολογίζει και να αποφασίζει το κομπιούτερ του drivless car σε χρόνο μηδέν !!! εφιαλτικές καταστάσεις που ξεπερνούν ακόμη και τις ταινίες επιστημονικής φαντασίας, που όμως είναι «επί θύραις» όσο προχωρά η Τεχνολογία …

Σε όλα αυτά βέβαια είναι κάτι περισσότερο από προφανές, ότι κάποιες «Υπηρεσίες» ή και ιδιωτικές εταιρείες θα έχουν στα χέρια τους προσωπικά δεδομένα και στοιχεία των πολιτών, που σήμερα ούτε η Γενική Ασφάλεια τα έχει, και μάλιστα για το σύνολο των πολιτών !!!!

3. η ανθεκτική πόλη [5]

[4] https://www.lifo.gr/now/tech-science

[5] Για μία πιο εκτενή και ενδελεχή ανάλυση του τι είναι ακριβώς η ανθεκτικότητα καθώς και την εξέλιξή της, βλέπε: Πρέπη, Α. και Γούσης, Κ. 2019, «Η ανθεκτικότητα ως μορφή χειραγώγησης. Μια γενεαλογία της έννοιας και όψεις

Κατά την Βικιπέδια, «…Η ανθεκτικότητα μιας **πόλης** είναι η ικανότητα κατοίκων, κοινοτήτων, θεσμών, επιχειρήσεων και δομών μιας **πόλης** να επιβιώνουν, να προσαρμόζονται και να εξελίσσονται ανεξάρτητα από τις χρόνιες πιέσεις και τις καταστάσεις έκτακτης ανάγκης – τα σοκ – που τυχόν αντιμετωπίζουν….»[6] Προχωρώντας περισσότερο, ας δούμε μερικά αποσπάσματα από το άρθρο της Αλκηστης Πρέπη[7], (οι αναφορές γίνονται στην Νέα Ορλεάνη, μετά τις καταστροφές του Τυφώνα «Κατρίνα»):

> *«….Το παρόν άρθρο……αποτελεί μία κριτική της έννοιας της ανθεκτικότητας στον σχεδιασμό και την διακυβέρνηση των πόλεων, η οποία αναδεικνύεται σε εργαλείο προσαρμογής των κατοίκων τους -και ειδικά των χαμηλότερων οικονομικών στρωμάτων- φυσικοποιώντας κοινωνικά αίτια με τη μορφή των απειλών για τις πόλεις, με στόχο την απρόσκοπτη συνέχιση της κερδοφορίας και την διαμόρφωση ενός νέου «ανθεκτικού» υποκειμένου, προσαρμοσμένου σε αυτήν. Παράλληλα αναδεικνύεται η διαφορά αυτού του υπό συγκρότηση με βάση το πρόγραμμα της ανθεκτικότητας υποκειμένου, στον παγκόσμιο Βορρά και στον παγκόσμιο Νότο…..»…..*
>
> *….Ορίζοντας την αστική ανθεκτικότητα ως «την ικανότητα ατόμων, κοινοτήτων, θεσμών, επιχειρήσεων και συστημάτων σε μια πόλη να επιβιώνουν, να προσαρμόζονται και να ανθίζουν παρά τις όποιες χρόνιες πιέσεις και απρόσμενες κρίσεις βιώνουν»,[8] ο στόχος ήταν η πόλη «να ξαναχτιστεί όπως θα έπρεπε να είναι εξαρχής». Τι σήμαινε αυτό; Τη δημογραφική αλλαγή ολόκληρης της πόλης, μιας κατά κύριο λόγο «μαύρης» πόλης των ΗΠΑ, κάνοντάς την λιγότερο πολυπληθή, πιο «λευκή» και πιο εύπορη…….*
>
> *….Τα σχέδια ανθεκτικότητας που εφαρμόστηκαν στη Νέα Ορλεάνη αναδιοργάνωσαν ολόκληρη την πόλη, τις πολιτικές κοινωνικής κατοικίας —δημιουργώντας μαζικά φαινόμενα εξευγενισμού (gentrification)—, το εκπαιδευτικό της σύστημα —διαλύοντας τα δημόσια σχολεία και αντικαθιστώντας τα με σχολεία ιδιωτικής χρηματοδότησης (charter schools)—, το σύστημα υγείας, τα σωφρονιστικά ιδρύματα. Η «νέα» Νέα Ορλεάνη παραμένει η δεύτερη πόλη των ΗΠΑ με τις μεγαλύτερες κοινωνικές ανισότητες και η παγκόσμια «πρωτεύουσα» των σωφρονιστικών ιδρυμάτων με τους μεγαλύτερους αριθμούς φυλακισμένων στις ΗΠΑ….»*[8]

Για την «ανθεκτική πόλη» επισημαίνουμε από την αρχή δύο σημεία :

- το ένα ότι όλη η «επιστημονική» έρευνα κινείται από το Ιδρυμα Ροκφέλερ
- το άλλο ότι στις «100 ανθεκτικές πόλεις» (σύμφωνα με το Ιδρυμα Ροκφέλερ) περιλαμβάνονται η Αθήνα και η Ραμάλα[9]. Αν το πολεοδομικό και κοινωνικό χάλι των Αθηνών είναι η …πρότυπη πόλη, επειδή αντέχει μ' όλο της το χάλι!, τότε εντάξει, ακόμη χειρότερα αν η παλαιστινιακή Ραμάλα με ό,τι συμβαίνει σήμερα στην Παλαιστίνη με τις δεκάδες χιλιάδες νεκρά παιδιά είναι επίσης το πρότυπο της …ανθεκτικότητας, τότε εντάξει, ας διπλασιαστεί ο αριθμός των νεκρών παιδιών, και όλα καλά και όλα ωραία, δεν χάθηκε ο κόσμος μια και η πόλη …είναι «ανθεκτική» και αντέχει….

της χρήσης της στο μεταναστευτικό-προσφυγικό ζήτημα», *Τετράδια Μαρξισμού*, τεύχος 11, χειμώνας 2019-2020, σελ. 133-148.

[6] Βικιπεδια, ανθεκτική πόλη 25 Ιουλ 2021

[7] Άλκηστη Πρέπη, 100 ανθεκτικές πόλεις: μια ευγενική χορηγία του Ιδρύματος Rockefeller. Το άρθρο αποτελεί αναδημοσίευση από το περιοδικό Marginalia

[8] Αλκηστη Πρέπη, οπ.παρ.

[9] στις 100, «ανθεκτικές πόλεις» περιλαμβάνονται μητροπόλεις του παγκόσμιου Καπιταλιστικού Συστήματος, όπως το Λονδίνο, η Νέα Υόρκη, το Παρίσι κ.α. αλλά και πάρα πολλές από τον λεγόμενο «Τρίτο Κόσμο» , Αφρική, Ινδιες, ΝΑ Ασία, Λατινική Αμερική κ.α. που μάλλον δεν φημίζονται για το σύγχρονο κοινωνικό και πολεοδομικό τους περιβάλλον, πέρα από την Ραμάλα που αναφέρθηκε.

Το Ιδρυμα Rokfeller ανήκει στην Standart Oil [10] από την οποία και χρηματοδοτείται, και επιδίδεται σε φιλανθρωπίες χρηματοδοτώντας Πανεπιστήμια, Οργανισμούς ή και χώρες ολόκληρες κ.α. βασικά σε θέματα Υγείας, όμως στα πλαίσια αυτά συλλέγει και «προσωπικά δεδομένα» εκατομμυρίων πολιτών:

> «…..*Έλεγχο του πληθυσμού, όταν κινείται, εργάζεται, μελετά κλπ.!, με ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ, μέσω ψηφιακών συστημάτων παρακολούθησης και ταυτοποίησης, προτείνει το Ιδρυμα Ροκφέλερ.*
>
> *Το Ίδρυμα Rockefeller παρουσίασε το «Εθνικό Σχέδιο Δράσης για τον Έλεγχο του Covid-19», προτείνοντας «ρεαλιστικά βήματα για να ανοίξουμε ξανά τους χώρους εργασίας μας και τις κοινότητές μας».*
>
> Αλλά δεν είναι, όπως φαίνεται στον τίτλο, μόνο μέτρα υγιεινής. Το Σχέδιο – στο οποίο έχουν συμβάλλει ορισμένα από τα πιο διάσημα πανεπιστήμια (Harvard, Yale, Johns Hopkins και άλλα) – προτείνει ένα πραγματικό ιεραρχημένο και στρατιωτικοποιημένο κοινωνικό μοντέλο. Στον τίτλο: το «*Συμβούλιο Ελέγχου της Πανδημίας, ανάλογο με το Πολεμικό Συμβούλιο που δημιούργησαν οι Ηνωμένες Πολιτείες στον Β 'Παγκόσμιο Πόλεμο*…
>
> *……Το Σώμα αυτό θα έχει κύριο* ***καθήκον να ελέγχει τον πληθυσμό με τεχνικές στρατιωτικού τύπου, μέσω ψηφιακών συστημάτων παρακολούθησης και ταυτοποίησης, στους χώρους εργασίας και μελέτης, σε κατοικημένες περιοχές, σε δημόσιους χώρους και εν κινήσει.*** Συστήματα αυτού του τύπου – θυμίζει το Ιδρυμα Ροκφέλερ – παράγονται από την Apple, την Google και το Facebook.
>
> *Σύμφωνα με το Σχέδιο,* ***οι πληροφορίες σχετικά με την κατάσταση της υγείας και τις δραστηριότητές των πολιτών****, θα διατηρούνται "όσο το δυνατόν περισσότερο". Ωστόσο, όλες θα* ***συγκεντρώνονται σε μια ψηφιακή πλατφόρμα συνδιαχειριζόμενη από το Ομοσπονδιακό Κράτος και ιδιωτικές εταιρείες….»***[11] (τα έντονα στοιχεία στο πρωτότυπο)

Το Ιδρυμα Ροκφέλλερ όμως έχει άλλο στόχο, όχι τον θεωρητικό , να μας πεί ποιες πόλεις αντέχουν μέσα στις αντιξοότητες –και η Αθήνα του 1942 άντεξε- αλλά να μας πείσει να συμβιβαστούμε με τις απαράδεκτες συνθήκες, να τις θεωρήσουμε δεδομένες και φυσιολογικές, μια και ..αντέχουμε, και αυτό είναι βέβαια μη κοινοποιήσιμος στόχος, υπαρκτός όμως μιά και αβίαστα προκύπτει από το σκεπτικό και τον «ορισμό» της «ανθεκτικής πόλης» !

4.ο εξευγενισμός και η αναβάθμιση ενός τόπου, *place marketing, place branding, gentrification (σε ελεύθερη μετάφραση, ο «τόπος ως εμπόρευμα», «ο τόπος ως εμπορικο σήμα», «εξευγενισμός».*

1. **place marketing** θα μπορούσε κανείς να το χαρακτηρίσει ως μια διαδικασία «διαφημιστικής προβολής» ενός τόπου , (μιάς χώρας, μιάς πόλης, μιάς περιοχής πόλης…)

---

[10] Η εταιρεία Standart Oil, είναι από τον 19ο αιώνα (1863) η μεγαλύτερη πετρελαιοπαραγωγή εταιρεία των ΗΠΑ (μια από τις λεγόμενες «επτά αδελφές») το 1911 με βάση τον αντιμονοπωλιακό νόμο διασπάστηκε σε δύο την Exxon και την Mobil (δύο από τις «επτά αδελφές» !!) και σήμερα συνεχίζει να είναι η μεγαλύτερη πετρελαιοπαραγωγική Εταιρία στον κόσμο, και μια από τις κορυφαίες πολυεθνικές με πλήθος θυγατρικών εταιρειών ανά την Υφήλιο. (Βικιπέδια, 14.11.2024)

[11] Βικιπαίδεια, αναφορά στο https://ilmanifesto.it/piano-usa-controllo-militarizzato-della-popolazione/ Μετάφραση: Ευάγγελος Δ. Νιάνιος (επίσκεψη 14.11.2024

2. **place branding** θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως η σηματοδότηση ενός τόπου με κάποιο «εμπορικό σήμα», «μάρκα» (brand), μια εμπορική ταυτότητα ας πούμε «*Ακάκιε, τα μακαρόνια να είναι Μίσκο!*» που έλεγε η Μεσοπολεμική διαφήμιση. Οι δύο αυτοί αγοραίοι όροι, χρησιμοποιούνται μια και ο «τόπος» έγινε αγοραίο αντικείμενο, ενοικίασης, πώλησης κλπ ως διαφημιστικές μέθοδοι προβολής και πώλησης ενός προϊόντος, εδώ ενός χώρου, μιάς πόλης.

3. **gentrification** Αμεση συνέπεια, των παραπάνω δύο διαδικασιών είναι η gentrification, με απλά λόγια ο εξευγενισμός ενός τόπου ώστε να είναι όπως τον επιθυμεί το Μεγάλο Κεφάλαιο, είτε για να τον διαχειριστεί, είναι για να εγκαταστήσει εκεί την διοίκηση των μεγάλων Επιχειρήσεων και κατά συνέπεια να «πωληθεί» άνετα.

Παληά έλεγαν ότι μια σοβαρή πολυεθνική, έχει τα γραφεία της στο Παρίσι, τους εργαζόμενους στην Ινδία και την κατοικία των στελεχών της στην Κυανή Ακτή ή στην Φλόριντα. Ετσι, με «εμπορική σφραγίδα ποιότητας» τόπου κατάλληλου για εγκατάσταση πολυεθνικών, υπήρξαν ο Λίβανος –θυμηθείτε τον όρο «λιβανοποίηση» της Χούντας που ήθελε να μετατρέψει την Ελλάδα ως διεθνή επιχειρηματικό κόμβο για την Μέση Ανατολή – η Σαγκάη με την «ελεύθερη Ζώνη», το Χονκ-Κόνγκ, κ.α. ή μέσα στον ελληνικό χώρο, το Κολωνάκι, η πλατεία Συντάγματος, ή η παραλιακή από Φάληρο ως την Βούλα ή τα βόρεια Προάστεια, και φυσικά δεν είναι τυχαίο ότι στις περιοχές αυτές εγκαθίστανται .οι πιο δυναμικές εταιρείες, ελληνικές ή πολυεθνικές

Ας θυμηθούμε και το Ρυθμιστικό Σχέδιο Κατσιγιάννη του 2011 [12] που καθόριζε ως «περιφερειακά κέντρα ανάπτυξης» μια σειρά περιοχών του Λεκανοπεδίου που κυρίως ανήκαν ως γή στο Δημόσιο (παληά στρατόπεδα και απηρχαιωμένα Νοσοκομεία κ.α.) όπως επίσης και του Σουφλιά του 2011 που επίσης καθόριζε «επιχειρηματικές ζώνες» στα δάση της βόρειας Αττικής κ.α.

Και όσο για την «Αθήνα-κέντρο της Ανατολικής Μεσογείου», υπάρχει και προϊστορία, όπως είπαμε:

> «…*η πρόθεση να αποτελέσει η Αθήνα διεθνές κέντρο είναι από την μεταξική περίοδο, εμφανίστηκε ξανά επί Παττακού, συνεχίστηκε επί Εβερτ ο οποίος χρησιμοποίησε τον παληό όρο «λιβανοποίηση», υλοποιήθηκε επί Σημίτη με την μεταφορά κεφαλαίων και επιχειρήσεων στα Βαλκάνια και την ΝΑ Ευρώπη μετά το 1991 [1] , και αποτελεί πλέον όχι απλά ευσεβή αποικιακό πόθο των ελλήνων επιχειρηματιών αλλά κατεύθυνση του Κεφαλαίου (επί τέλους και για την Ελλάδα μας που θα γίνει έτσι μεγάλη και τρανή αποικιακή δύναμη!). Σήμερα, είναι γνωστά τα ποσοστά της παραγωγής που έχουν μεταφερθεί και τα ποσά που έχουν επενδυθεί στα Βαλκάνια και την ΝΑ Ευρώπη από ελληνικό και «ελληνικό» κεφάλαιο…»*[13]

Τελικά, μέσα στην εμπορευματοποίηση των πάντων, και φυσικά και του χώρου «….*Το place marketing και place branding έχουν αποτελέσει μια αναπτυσσόμενη δυναμική στην έρευνα, τις τελευταίες δεκαετίες. Πολλές ευρωπαϊκές πόλεις χρησιμοποιούν αντίστοιχες*

[12] *«ΑΘΗΝΑ – ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΘΗΝΑΣ / ΑΤΤΙΚΗΣ 2021» του ΥΠΕΚΑ-ΟΡΣΑ, Ιούνιος 2011*

[13] Γ.Σαρηγιάννη, «μικρή κριτική στο Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθηνών 2021» , ψηφιακό περιοδικό GreekArchitects.gr, ανάρτηση 4.2.2012

προωθητικές πολιτικές σε μια προσπάθεια να υποστηρίξουν μια ανταγωνιστική εικόνα[14] *Οι πόλεις που υιοθετούν όλο και περισσότερο την ιδέα και τις τεχνικές του branding προϊόντος*[15] *στο μάρκετινγκ ενός τόπου, στοχεύουν στην επίτευξη ευρύτερων στόχων της αστικής διαχείρισης….*»[16]. και ακόμη «*Η διαδικασία του place branding Ένα μείγμα εργαλείων και δράσεων χρησιμοποιούνται για τη διαδικασία του σχεδιασμού, της κυβέρνησης και της τροποποίησης του brand διαχρονικά*»[17].

Τελικά και οι τρείς όροι, κινούνται στο ίδιο επίπεδο, σε κοινή κατεύθυνση και με κοινό στόχο: να δώσουν μια εικόνα (συνήθως όμως πλασματική) της όποιας συγκεκριμένης πόλης, χρειαστεί, είτε για πολιτικούς λόγους,. είτε για εμπορικής εκμετάλλευσης (τουρισμό, προσέλκυση επενδυτών για εγκατάσταση πολυεθνικών και άλλων εταιρειών κλπ). Φυσικά, όπως σε όλα τα εμπορεύματα, ενυπάρχει και η συνήθης περίπτωση κάθε εμπορεύματος, το εμπορικό σήμα (brand) ενός τόπου να είναι και παραπλανητικό, και να «πουλά» φύκια για μεταξωτές κορδέλλες, αλλά αυτό είναι μια άλλη συνήθης ιστορία στην «Αγορά» !

Πολύ πρόσφατο και χοντροκομμένο παράδειγμα τα Εξάρχεια και η συνεχής κυβερνητική πολιτική, σε συνδυασμό με τις γενικότερες «αναπλάσεις» (για ποιους άραγε;;;!!!) της ευρύτερης περιοχής.

> Ας θυμηθούμε τα Εξάρχεια επειδή είναι το πιο πρόσφατο και εν εξελίξει παράδειγμα place marketing / place branding >>> gentrification >>> μεταβολή πολεοδομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών[18] :
>
> Πολιτικά τα Εξάρχεια είναι καρφί στο μάτι της Εξουσίας, ως χώρος ελεύθερων εκδηλώσεων από μη ελεγχόμενες ομάδες πληθυσμού. Από την άλλη, λόγω εγγύτητας προς το Κέντρο προσφέρεται για «εξευγενισμό» και μάλιστα σε ευρύτερο χώρο με προβλεπόμενες εγκαταστάσεις 3-4 υπερπολυτελών ξενοδοχείων, σταθμού του μετρό κ.α. που φυσικά θα προσελκύσουν γραφεία μεγάλων εταιρειών, πολυτελή υπερκαταστήματα κ.α. παρόμοιες χρήσεις, και όπως με ωμή ειλικρίνεια ο αρμόδιος Υπουργός είχε πεί ότι θα απαλλαγούν και από τα «ανεπιθύμητα ταραχοποιά στοιχεία».
>
> Η γειτνίαση με το Πολυτεχνείο και την Νομική Σχολή, συγκεντρώνει νεολαία, όμως για τις «διαταράξεις της Τάξεως» μάλλον δεν φταίνε οι νεολαίοι κάτοικοι και μη, αλλά η Αστυνομία που για να «προλάβει έκρυθμες καταστάσεις» κυρίως στον χώρο του Πολυτεχνείου, ό,τι και αν συμβεί, «απωθούν τους ταραξίες» προφανώς προς τα Εξάρχεια και όχι προς την Ομόνοια ή το Μουσείο, Ετσι, τα Εξάρχεια, θέλουν-δε-θέλουν γίνονται ο υποδοχέας των κάθε είδους ταραχών χωρίς να φταίνε. Όμως, το Σεβαστόν Υπουργείον Προστασίας του Πολίτη και όλες οι κυβερνητικές εφημερίδες με επικεφαλής την «Καθημερινή» μιλάν για την περιοχή που γεννά ταραχές, που δεν τολμούν να επέμβουν τα όργανα της Τάξεως (το περίφημον «άβατον» των Εξαρχείων και άλλα ηχηρά παρόμοια), και δεν είναι λίγες φορές που οι επιδρομές των οργάνων της Τάξεως και οι

---

[14] Ashworth & Voogd 1990· Ashworth & Voogd 1994· Kotler et al 1993· Kotler et al. 1999· Avraham & Ketter 2008· Karachalis & Deffner 2012, Poulios & Senteri, 2016). Αναφορά στης Μεθενίτη, οπ.παρ.

[15] «Branding προϊόν» : προϊόν με κατοχυρωμένο εμπορικό «σήμα κατατεθέν»

[16] οπ.παρ.

[17] European Place Marketing Institute, 2015 οπ.παρ.

[18] Γ.Σαρηγιάννης, ασκείται πολιτική μέσω της πολεοδομίας; στον συλλογικό τόμο «*26 κείμενα για την μελέτη και τον σχεδιασμό της πο*
Πολεοδομίας Σχολής Αρχιτεκτόνων ΕΜΠ Δεκέμβριος 2021, σελ. 100-104.

έλεγχοι στην περιοχή γίνονται και χωρίς να υπάρχει αιτία, απλά η Εξουσία δείχνει την Δύναμή της.

«…*Πρώτον δεν έχουμε δικαίωμα να αφήσουμε καμία περιοχή της Αθήνας, πόσο μάλλον τα Εξάρχεια, χωρίς να δώσουμε πραγματική ευκαιρία για ανάπτυξη. …. Δεύτερον, αν οι πολίτες έχουν δικαίωμα στην ανάπτυξη, μία συντεταγμένη και ευνομούμενη Πολιτεία έχει και μία άλλη υποχρέωση: Να μην αφήσει οποιαδήποτε περιοχή στο ημίφως της γκετοποίησης και στο σκοτάδι κάποιων ιδεολογικών εμμονών*…». (Κ.Καραμανλής υπουργός υποδομών στην Βουλή, ΕΘΝΟΣ 18.2.2021).[19]

Ιδεολογικές εμμονές είναι εκείνες της Νεολαίας, όχι όμως και της Υψηλής Αστικής Τάξης που οχυρώνεται στους δικούς της χώρους στην πόλη…..

Μια διαδρομή στις ορεινές παρυφές της Εκάλης ή των Τουρκοβουνίων θα σας δείξει πόσες βίλες έχουν σκοπιές με φρουρούς στις πύλες τους -πέρα από τις οχυρωμένες περιφράξεις. (στην εν λόγω περιοχή των Τουρκοβουνίων έχουν συγκεντρωθεί από τις αρχές του 2000 η Γιάννα Αγγελοπούλου (της «Χαλυβουργικής» των Αγγελόπουλων και της Ολυμπιάδας του 2004) και ένας μεγάλος αριθμός εφοπλιστικών οικογενειών του Λονδίνου.

Εδώ και πολλά χρόνια, (στην Μεταπολίτευση όμως !), είχαμε δώσει θέμα διάφορες περιοχές της Αθήνας (Μεταξουργείο, Πατήσια, Νεάπολη, κ.α.), με θέμα πολεοδομική ανάλυση, χαρακτήρας, προβλήματα κλπ συνήθη. Μια ομάδα είχε πάρει ως περιοχή το Κολωνάκι, και κάποια στιγμή τους συνέλαβε η Αστυνομία, και τρέχαμε καθηγητές και επιμελητές να βεβαιώσουμε ότι ήταν φοιτητική άσκηση για να τους αφήσουν !!!

Για να κατανοήσουμε ακριβώς το βάθος και το πλάτος αυτών των ενεργειών και των εννοιών, ας ξαναδούμε από την αρχή την έννοια και τον ορισμό της πόλης, που πραγματικά ισχύουν στην πραγματικότητα και όχι στην «εικονική πραγματικότητα».

Όπως έλεγε ο Δεσποτόπουλος, «η πόλη είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο», με απλά λόγια «παράγεται» μέσα σε συγκεκριμένο κοινωνικό πλαίσιο είναι «γέννημα-θρέμα» του κάθε συγκεκριμένου Κοινωνικού Συστήματος και φέρνει όλα τα χαρακτηριστικά του Συστήματος: στην πολύ παινεμένη Αρχαία Αθηναϊκή Δημοκρατία του Χρυσού Αιώνα, δίπλα στους ελεύθερους πολίτες που διαβιούσαν σε πλήρη Δημοκρατία (ας θυμηθούμε το πασίγνωστο απόσπασμα από τον Επιτάφιο του Περικλή) με την πολυτελή Αγορά και την Ακρόπολη, υπήρχαν οι δούλοι, οι οποίοι δεν υπολογίζονταν ως ζωντανά όντα αλλά (σύμφωνα και με το Ρωμαϊκό Δίκαιο) ως πράγματα, res, και μπορεί οι οικιακοί δούλοι στην Αρχαία Αθήνα να διαβιούσαν σε ανεκτές συνθήκες, και σίγουρα καλύτερες από εκείνες στην Αρχαία Ρώμη της παρακμής, αλλά οι δούλοι των επιχειρηματιών π.χ. που εργάζονταν στα κτήματα των πλουσίων Αθηναίων ή στα μεταλλεία του Λαυρίου αντιμετωπίζονταν και εκεί ως «αντικείμενα», ως «έμψυχα πράγματα», res, σε τραγικές καταστάσεις διαβίωσης. Πίσω από το brand, το «σήμα κατατεθέν» της Αθήνας (Ακρόπολη και Αγορά), υπήρχε και η «πίσω αυλή»….

Το ίδιο ισχύει σε κάθε εποχή, και στον Μεσαίωνα, και στον Καπιταλισμό, όπου πέρα από τις ακραίες περιπτώσεις της Δουλείας στις βαμβακοφυτείες των Νότιων πολιτειών των ΗΠΑ στον 19ο αιώνα, και σήμερα δίπλα στα πολυτελή Κέντρα των πόλεων που σφραγίζουν τις πόλεις και δίνουν την «Εικόνα» και την «Ταυτότητά» (το brand της), υπάρχουν οι εργατικές συνοικίες, τα «αυθαίρετα», αλλά και τα σλαμς που δεν

[19] οπ.παρ.

σταμάτησαν να υπάρχουν, ιδίως στον λεγόμενο «Τρίτο Κόσμο» όπως π.χ. οι φαβέλες στην Λατινική Αμερική ή οι παραγκουπόλεις στην Αφρική και στην Ασία.

Οταν μιλάμε για «εικονική πραγματικότητα», που ουσιαστικά αναγνωρίζεται και από τους υποστηρικτές του place branding ως place marketing, εννοούμε ακριβώς αυτό: ότι η εικόνα της πόλης όπως θέλουν να παρουσιάζεται και όπως κατασκευάζεται σήμερα στο «επίσημο κέντρο» της στοχεύει σε αγοραίες αξίες και φυσικά αδιαφορεί αν δίπλα από τα πολυτελή κέντρα, που είναι το εμπορικό σήμα (place branding) της πόλης για να πουλήσει «εικόνα» χρήσιμη σε επενδυτές (place marketing) που θα επενδύσουν εγκαθιστώντας εκεί τις επιχειρήσεις τους υπάρχουν τα σλαμς και οι παράγκες , ή τα κλουβιά της «Αθηναϊκής Πολυκατοικίας».

Προφανώς, οι πολυτελείς εξευγενισμοί και αναπλάσεις συγκεκριμένων περιοχών, δεν αφορούν όλους τους κατοίκους της πόλης, αλλά εκείνους μόνον που έχουν την οικονομική επιφάνεια να ζήσουν σε μιά τέτοια αναβαθμισμένη (εξευγενισμένη) περιοχή

Φυσικά αυτή η ιδανική εικόνα της πόλης το city branding συνδέεται άμεσα με τις «έξυπνες πόλεις», τις smart cities, που όπως είδαμε δεν είναι τίποτα περισσότερο από μια πόλη που έχει ανεπτυγμένα ψηφιακά συστήματα στις Υπηρεσίες, τις Μεταφορές, την Καταστολή και Ασφάλεια, σε ο,τιδήποτε υπάρχει στην πόλη (Παραγωγή, Δημόσιος βίος Ιδιωτικός βίος, Πολιτισμός…) **<u>που φυσικά και προφανώς είναι απαραίτητα στοιχεία για την προσέλκυση επενδυτών</u>….**