



Λιάνα Γούτα

Χημικός Μηχανικός

Τι είναι η πολιτική εν έτει 2010 για μια γυναίκα που ασχολείται με τα κοινά; Και τι θα 'πρεπε να είναι; Υπάρχει σημαντική απόσταση ανάμεσα στην πραγματικότητα και στο «δέον»;

Ξεκινώντας από το «δέον», όπως εγώ το πιστεύω, πολιτική είναι διάθεση για προσφορά, αξιοπιστία, ήθος, αλλά και γνώση, τεχνοκρατία, ικανότητα, εμπειρία και αποτελεσματικότητα.

Η πραγματικότητα της ελληνικής πολιτικής σκηνής είναι δυστυχώς πολύ διαφορετική με αποτέλεσμα να περνάμε αυτό τον καιρό μια μεγάλη κρίση αξιών και εμπιστοσύνης στον πολιτικό κόσμο. Πιστεύω ότι τις τελευταίες δεκαετίες, και με το πέρασμα του χρόνου, όλο και περισσότερο, η πολιτική βασίσθηκε υπέρμετρα στην εικόνα και την επικοινωνία, αφήνοντας στην άκρη την ουσία και το αποτέλεσμα. Στη σημερινή απαιτητική εποχή της γνώσης και της τεχνοκρατίας, με τις τεράστιες προκλήσεις στην οικονομία, το περιβάλλον, την κοινωνική συνοχή και αλληλεγγύη, δεν αρκούν οι πολιτικοί της επικοινωνίας και της εικόνας, αλλά χρειάζονται άνθρωποι ικανοί, έμπειροι και αποτελεσματικοί.

Σε ό,τι αφορά δε τη γυναίκα του 2010 που ασχολείται με τα κοινά, ας δούμε απλά τα σχεδόν μηδενικά ποσοστά των γυναικών που είναι υποψήφιοι για τις θέσεις δημάρχων και περιφερειαρχών στις εκλογές που έρχονται, για να αντιληφθούμε πόσο μακρύ δρόμο έχει να διανύσει ακόμα η Ελλάδα για να πετύχει την ισότητα και ουσιαστική παρουσία της στην πολιτική ζωή. Και για να γίνει αυτό πρέπει να πάψει η εικόνα της να αποτελεί το κυρίαρχο προσόν επιλογής της αλλά αντιθέτως να προβληθεί η ικανότητα, η γνώση της, η εμπειρία στο επάγγελμα και την οικογένεια, η πολυπραγμοσύνη της σε πολλαπλούς ρόλους, η δέσμευση και η αποτελεσματικότητά της. Τα στοιχεία δηλαδή της σύγχρονης εργαζόμενης πολυπράγμονης γυναίκας, η οποία πρέπει να εκπροσωπηθεί και να προσφέρει στην πολιτική. Οι δυσκολίες είναι ακόμα μεγάλες και τα στερεότυπα που πρέπει να αλλάξουν, πολλά.

Πολιτική και περιβάλλον. Μήπως τελικά η eco-mania είναι σημείο των καιρών με ημερομηνία λήξης; Αν όχι, προς τα πού βλέπετε να πηγαίνει η περιβαλλοντική ατζέντα τα επόμενα χρόνια;

Η eco-mania δεν είναι μόνο σημείο των καιρών, αλλά πρόκειται για μια αληθινή ανατροπή των τελευταίων χρόνων, ειδικά, αν σκεφτούμε ότι μόλις λίγα χρόνια πριν, η ενασχόληση με το περιβάλλον θεωρούνταν κάτι ρομαντικό ή ακτιβιστικό και πάντως στο περιθώριο ή σε κόντρα με την παραγωγή και την οικονομική ανάπτυξη.

Ωστόσο μέσα σε πολύ λίγα χρόνια αναδείχθηκε σε κυρίαρχο θέμα πολιτικής που σχετίζεται με την ίδια την ύπαρξη του ανθρώπου στη γη, οπότε να είμαστε σίγουροι ότι όχι μόνο «είναι εδώ για να μείνει» αλλά θα μας αλλάξει και όλη την οπτική γύρω από την μοντέλο ανάπτυξης του σύγχρονου κόσμου, την παραγωγή, την οικονομία, τις συνήθειες και τις αντιλήψεις μας, αλλά και όλη την καθημερινότητά μας.

Ποιά θεωρείτε τα πιο δυνατά στοιχεία της πόλης που πρέπει να τα ανακαλύψουμε εκ νου και να βασίσουμε το μέλλον της;

Πρώτα από όλα θα ήθελα μια Θεσσαλονίκη που να μην αναζητά την πηγή όλων των δεινών της στο άλλους, μια πόλη χωρίς συντηρητισμό, μιζέρια, φοβίες και εσωστρέφεια. Μια πόλη που να ξαναβρίσκει την αυτοπεποίθηση και την αισιοδοξία της, την επαφή της με την μοναδική ιστορία των 2300 χρόνων της, τον πολιτισμό, την κουλτούρα της. Να γίνει μια πόλη μοντέρνα και σύγχρονη με το βλέμμα στο μέλλον, που να μπορεί να συνομιλεί εκτός συνόρων -και όχι μόνο με τον εαυτό της-, πόλη της τέχνης της δημιουργίας, της επιστήμης, της παιδείας. Γιατί για πολλά από αυτά κουβαλάει μια μεγάλη πηγή κα από τους αιώνες της ιστορίας της, που πρέπει να την αξιοποιήσει για το μέλλον της.

Πέρα από αυτό, θα ήθελα μια Θεσσαλονίκη που να ξανακερδίσει την χαμένη της επαφή με τη θάλασσα και τις απροσπέλαστες αμμουδιές της, από το Καλοχώρι ως την Αγ.Τριάδα. Κι έναν Θερμιακό γαλαξία και μετακίνηση, με ιστιοφόρα και με θαλάσσια συγκοινωνία, -αστική, αλλά και σύνδεση με όλο το Αιγαίο-. Να «επικηρύξουμε» επιτέλους το μπρετόν που μας έχει πνίξει και να επιδιώξουμε πράσινο, να αγαπήσουμε και να αναδείξουμε την ιστορία μας και να βάσουμε ξανά την τέχνη στη ζωή μας, να αναδείξουμε το Πανεπιστήμιο της πόλης, τη νεολαία και τους επιστήμονες σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημά μας στην εποχή της γνώσης και της καινοτομίας, να δούμε με όρους οικονομίας και πλεονεκτημάτων την πλεονεκτική θέση της πόλης μας στο χάρτη... Να οραματιστούμε, να δημιουργήσουμε και να διαφημίσουμε μια «άλλη» Θεσσαλονίκη!

Ποιά πόλη (με βάση την κλίμακα αναλογιών) θα πρέπει να έχει ως πρότυπο επιτυχούς re-branding η Θεσσαλονίκη;

Έχουν αναφερθεί κατά καιρούς πόλεις ως πρότυπο για τη Θεσσαλονίκη, όπως για παράδειγμα η Βασιλεία. Ωστόσο δε νομίζω ότι μπορεί κανείς να κάνει "copy-paste" μια αναπτυξιακή στρατηγική πέτυχε κάπου αλλού, όσο παρεμφερή κι αν είναι τα χαρακτηριστικά της πόλης. Αντιθέτως πιστεύω ότι πρέπει να μελετήσει κανείς προσεκτικά πετυχημένες πρακτικές σε διάφορα θέματα, οπουδήποτε κι αν έχουν εφαρμοσθεί, να πάρει ιδέες αλλά τελικά να τις προσαρμόσει και να σχεδιάσει το δικό του μοντέλο ανάπτυξης και rebranding, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προβλήματα της πόλης μας. Τελειώς ενδεικτικά να αναφέρω τα παραδείγματα του περιορισμού της κυκλοφορίας των αυτοκινήτων στο κέντρο της Στοκχόλμης, τις εκστρατείες περιβαλλοντικής ενημέρωσης της Αμβούργου, τα ποδήλατα δημόσιας χρήσης του Άμστερνταμ και του Παρισιού, το πλάνο για την ανάπτυξη της σχέσης του Παρισιού με το υδάτινο στοιχείο και τον Σηκουάνα, την αναπτυξιακή δημοτική δραστηριότητα πόλεων όπως η πόλη Ναχό της Σουηδίας, με τα ενεργειακά αυτόνομα σπίτια ή την ανανεώσιμη παραγωγή ενέργειας του νησιού Samso της Δανίας αλλά και την μεταμόρφωση του βιομηχανικού Pittsburg σε «πράσινη πόλη». Τα παραδείγματα είναι λοιπόν πάρα πολλά και όχι μόνο ένα. Είναι το όραμα, η τεχνολογία και η πολιτική βούληση που μας χρειάζονται, ώστε να γίνουμε εμείς παράδειγμα για μίμηση για τους άλλους. Γιατί όχι;...

Τι περιθώρια υπάρχουν στην πολιτική και στην επιχειρηματικότητα για re-branding οι εποχές οικονομικής μιζέριας; Μήπως η συζήτηση αυτή είναι μια πολυτέλεια;

Μα ακριβώς στις εποχές της οικονομικής συρρίκνωσης είναι που απαιτείται να τα ξαναδεί κανείς όχι από την αρχή, να καταλάβει τί πήγε λάθος στο παρελθόν και να σχεδιάσει το μέλλον. Το re-branding όχι μόνο δεν είναι πολυτέλεια στη σημερινή δύσκολη συγκυρία, αλλά είναι απαίτηση και θα έλεγα μόνη διέξοδος και λύση. Χρειάζεται να τα ξανασκεφτούμε και να τα σχεδιάσουμε όλα από την αρχή, αναζητώντας τα δυνατά σημεία της πόλης, των ανθρώπων, της ιστορίας, του πολιτισμού, της εστιασμένης. Και να σχεδιάσουμε με τον πλούτο του παρελθόντος και του παρόντος, αλλά και με το όραμα του μέλλοντος.

Info:

Η Λιάνα Γούτα είναι Επικεφαλής του Ινστιτούτου Δημοκρατίας Κωνσταντίνος Καραμανλής-Παράρτημα Θεσσαλονίκης