

Território e poder: o papel da universidade pública - II

É cada vez mais evidente que não podem existir ideias sem território e que qualquer território potencializa conteúdos estratégicos políticos. As investigações feitas sobre o modo de apropriação espacial permitiram uma melhor compreensão dos problemas da exclusão social, da esgotabilidade energética e matérias-primas e da contaminação planetária. Evoluíram as concepções sobre a paisagem e modificou-se também a imagem da natureza. Esta metamorfose levou a abandonar pontos de vista mecanicistas do território. Estas e outras questões são abordadas neste texto que, por razões de espaço, se publicou, a 1ª parte em Junho, a 2ª em Julho e a 3ª parte Agosto.

II - Parte

Até aos anos 60, o urbanismo decalcou-se a partir duma matriz tecno-funcionalista que tinha como entendimento básico a máquina industrial.

O que caracteriza o urbanismo da carta de Atenas é esta visão 'fordista'. Contudo, a investigação teórica, nomeadamente da ecologia, destronou este modelo abrindo uma nova perspectiva ecosistémica à paisagem antrópica.

Não se pense, no entanto, que um planeamento ecologizado se tornou hegemónico. Apesar de, na investigação teórica e na consciência social, ter aumentado a sensibilidade ecológica, o peso do paradigma newtoniano e positivista continua ainda a impregnar os modelos de urbanismo contemporâneo.

As inovações produzidas nestes últimos 10 anos nos projectos urbanísticos não criaram rupturas estruturais. Substituiu-se a urbanologia do CIAM por um 'planeamento estratégico' chamado também planeamento empresarial cujo centro ideológico partiu de Harvard Business School, nos Estados Unidos da América. A filosofia essencial deste modelo continua a ser a cidade-máquina. Porém, pretende ser a máquina de crescimento empresarial(1). O urbanismo tornou-se um processo negocial de gestão entre os interesses das empresas multinacionais e do Estado neo-liberal.

Um aparelho ideológico composto por intelectuais, professores universitários, banqueiros e promotores imobiliários, constitui hoje aquilo que Campus Venuti denominou a 3ª geração dos urbanistas.

Os ideólogos, mais em moda, deste modelo urbanístico são Michael Porter, Jordi Borja, Manuel Castels e David Harvey. Em Portugal é o arquitecto Nuno Portas quem mais visibilidade tem relativamente a este modelo.

Estes ideólogos tornaram-se vedetas dum urbanismo estratégico, baseado no marketing empresarial e tiveram o pleno reconhecimento na conferência Habitat 2, em Istambul, em 1997.

Esta visibilidade foi possível graças ao suporte fornecido pela Agência Habitat das Nações Unidas, pela PNUD e pelo Banco Mundial.

O objectivo desta nova estratégia da organização territorial consiste, como de resto o exprimem Borja e Castels(2), em realizar a cidade-mercadoria, a cidade-empresa e a cidade-pátria. Resumindo rapidamente o ideário desses ideólogos, o objectivo do urbanismo é promover cidades globais permitindo espaços de venda a capitais internacionais, gerando as 'cidades multinacionais do séc. XXI', novas metrópoles onde o objectivo da globalização neo-liberal se possa realizar: vender lazer, vender segurança, vender cultura.

Esta cidade-shopping coloca a lógica do mercado, a produtividade e a competitividade no seu centro. É possível mostrarmos exemplos desse planeamento estratégico, baseado no marketing, na competitividade e na concorrência, com a experiência de Barcelona, Bilbao, Berlim e as tentativas recentes de Lisboa e Porto. Isto para referenciar apenas uma constelação mais conhecida deste tipo de operações mediatizadas relativas ao espaço da cidade que espelham a hegemonização do capitalismo neo-liberal na época da globalização.

1) 'A cidade do pensamento único?', Otília Arantes, Carlos Vainer e Erminia Maricato, Ed. Vozes, 2000

2) 'Local y Global?', Borja e Castells, Ed. Taurus, Madrid, 1997