

ΟΙ ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕ- ΡΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΕΝΑΝΤΙΟΝ ΤΟΥΣ

I. Πολιτικές αστικής ανάπτυξης

Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε όλο και περισσότερες αλλαγές να υφίστανται οι πόλεις στον αστικό ιστό τους, από την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, μέχρι και τα μικρότερα αστικά κέντρα. Μικρές ή μεγάλες αναπλάσεις, πεζοδρομήσεις σε κομβικούς άξονες, έργα μεταφορών, πλακοστρώσεων και φωτισμού σε πολυσύχναστους εμπορικούς δρόμους και φαντεζί διαγωνισμοί και επεμβάσεις για πολιτιστικούς χώρους (πχ Νιάρχος, αποθήκες λιμανιού Θεσσαλονίκης). Οι αλλαγές αυτές υποστασιοποιούνται μέσα από το αίτημα για την αξιοποίηση των άδειων κτιρίων, τις αναπλάσεις γειτονιών, την καθαρότητα των κέντρων, τον διωγμό και την περιθωριοποίηση όσων δεν χωράνε στο μοντέλο της παραγωγικότητας, την αύξηση της τουριστικοποίησης και άλλα πολλά. Παράλληλα, σε μια συγκυρία οξυμένων αντιθέσεων, όπως είναι αυτή που ζούμε σήμερα, γίνεται ακόμα πιο προφανής η στόχευση αυτών και τα ιδιαίτερα συμφέροντα που διαφαίνονται, όπως επίσης και οι σημαντικές ελλείψεις και παραβιάσεις του δημόσιου χώρου στο όνομα του κέρδους.

Η γενικότερη χωροταξία της πόλης επηρεάζεται από ένα σύνολο παραγόντων και φορέων (πχ πολίτες, κράτος, δημοτική αρχή, επενδυτές) μέσα από τους οποίους παράγονται χωρικοί συσχετισμοί, άμεσα συνδεδεμένοι με τους κοινωνικούς συσχετισμούς. Μέσα από τις θεσμοθετήσεις και την οργάνωση της πολεοδομίας της κάθε περιοχής, διαμορφώνονται όλες εκείνες οι παράμετροι που αφορούν την οργάνωση της πόλης και κατ' επέκταση την κίνηση και ζωή των πολιτών μέσα σε αυτήν. Μεταξύ άλλων οργανώνεται και ένα δίκτυο χρήσεων γης, το οποίο περιλαμβάνει τις περιοχές προς κατοίκηση, τους κοινόχρηστους χώρους, τις κοινωφελείς υπηρεσίες, τους δρόμους κ.ά. και ορίζει το ποιοτικό περιβάλλον για τις συνθήκες ζωής μέσα στην πόλη. Οι θεσμοθετήσεις και οι παρεμβάσεις μέσα στις πόλεις, βέβαια, δεν είναι «στο κενό», αλλά αναπαράγουν και προωθούν τα εκάστοτε συμφέροντα και πολιτικές, αλλά και τις αντίστοιχες κοινωνικές σχέσεις. Αναπαράγουν, για παράδειγμα, την κοι-

ωνική ταξική διαστρωμάτωση με χωρικούς όρους στο εσωτερικό των πόλεων, τη δημιουργία δηλαδή, πλούσιων και φτωχότερων περιοχών. Οι πλουσιότερες περιοχές, που μπορεί να ταυτίζονται με τα σύγχρονα αστικά κέντρα αποτελούν το επίκεντρο της αστικής ζωής και του εμπορεύματος, είναι γεμάτες με εστιατόρια και μαγαζιά και τα ενοίκια για μόνιμη κατοικία είναι απλησίαστα. Ανάλογα με το εισόδημα και την ασχολία του ο καθένας, έχει πρόσβαση στη στέγαση σε συγκεκριμένο κομμάτι της πόλης γύρω από το οποίο κατασκευάζεται και ένας συγκεκριμένος καταναλωτισμός. Αντίθετα, στην περιφέρεια των κέντρων και σε βιομηχανικές περιοχές μπορούν να βρεθούν φτηνά σπίτια για οικογένειες κατώτερων οικονομικών στρωμάτων, που συνεισφέρουν λιγότερο στην καταναλωτική αγορά, και για το εργατικό δυναμικό, που απαιτείται για την παραγωγή και την αναπαραγωγή του εμπορεύματος. Συχνά μάλιστα, προβλέπονται ειδικές περιοχές για συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, όπως είναι οι μετανάστες που ζουν σε απομονωμένες και δυσπρόσιτες περιοχές ώστε να έχουν τη μικρότερη δυνατή αλληλεπίδραση με τους ντόπιους και να μην ταρασσεται ούτε στο ελάχιστο η κοινωνική ομοιογένεια. Άλλωστε η μορφή που παίρνουν τα camps μεταναστών είναι τέτοια ώστε να λειτουργούν ως άτυπες αυτόνομες πόλεις¹, με σκοπό να κοπεί κάθε σύνδεση με το αστικό κέντρο και τον ντόπιο πληθυσμό.

Επιπλέον, κάθε φορά που μια περιοχή κρίνεται ως εμπορικά αξιοποιήσιμη, αυτή θα πρέπει να αναπροσαρμόζεται και να αλλάζει για να καλύψει τις ανάγκες της αξιοποίησής της. Οι αναπλάσεις, ο εξευγενισμός και οι περιθωριοποιήσεις αποτελούν κάποια μέσα για την αναβάθμιση μιας περιοχής και την υπόδειξη ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής. Λόγου χάρη, ο σχεδιασμός σύγχρονων πλατειών και κοινόχρηστων χώρων που επιβάλλει τη μείωση στα παγκάκια και την αύξηση της φωταγώγησης, πολλαπλασιάζει τις κάμερες και την αστυνόμευση και κατασκευάζει πεζόδρομους για να απλώνονται τα καφέ, δημιουργεί ένα περιβάλλον συνεχούς, ελεγχόμενης κίνησης που γυρνάει γύρω από τον καταναλωτισμό.

Φυσικά, οι αλλαγές στην πόλη δεν αποτελούν μία πρωτοτυπία του ελληνικού κράτους, ούτε αυτής της κυβέρνησης, παρά το γεγονός ότι οι εκτοπισμοί των περιθωριοποιημένων κομματιών της κοινωνίας από τα κέντρα των πόλεων και η επιβολή του δόγματος της τάξης και της ασφάλειας εφαρμόζεται με επιθετικότερους όρους. Η μεταβολή του χαρακτήρα των πόλεων αποτελεί μία σύνθετη και διαρκή διαδικασία εφαρμογής των νεοφιλελεύθερων αστικών πολιτικών.

Η μεταβολή του αστικού τοπίου ξεκίνησε ήδη από τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες με την εφαρμογή της κεντρικής πολιτικής, τις κρατικές επενδύσεις σε έργα υποδομών, κοινωνικής κατοικίας, πρόνοιας κλπ. Ενώ από το '80 και μετά λαμβάνουν χώρα η αποκέντρωση του κράτους και οι περικοπές των κρατικών δαπανών, οι ιδιωτικοποιήσεις και η απελευθέρωση των αγορών, η προβολή και ο ανταγωνισμός των πόλεων και η υιοθέτηση των πολιτικών της λεγόμενης «επιχειρηματικής πόλης» (entrepreneurial city), στην οποία αποκτά όλο και σημαντικότερο ρόλο η αποκαλούμενη «πολιτισμική επιχειρηματικότητα» (culturepreneur) για την προσέλκυση επενδύσεων.

Στο οικονομικό σύστημα που διαμορφώθηκε και μέσω της παγκοσμιοποίησης και το άνοιγμα των αγορών από τη δεκαετία του '80 και μετά, έρχονται στο προσκήνιο οι πόλεις, που παίζουν πλέον καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των χώρων τους και αποτελούν κόμβους των παγκόσμιων δικτύων, λειτουργώντας εκτός των άλλων και ως κέντρα εξειδικευμένων λειτουργιών (αγορές, υπηρεσίες, προσωπικό) και τόποι συσσώρευσης κεφαλαίου, αλλά και εργασίας λόγω της τεράστιας μετακίνησης πληθυσμού από την επαρχία. Καθώς η συσσώρευση είναι βασικός στόχος, αλλά και τρόπος αναπαραγωγής του καπιταλιστικού συστήματος η οικονομική ανάπτυξη των πόλεων είναι ζωτικής σημασίας. Τα εθνικά κράτη και οι κυβερνήσεις προβάλλουν τις πόλεις «αστέρια» τους στα πλαίσια του ανταγωνισμού των πόλεων έτσι ώστε αυτές να αναρριχηθούν ψηλά στις λίστες, προσελκύοντας επενδύσεις και συσσωρεύοντας πλούτο. Ο τρόπος και η διαδικασία ανταγωνισμού ως παράγωγα

1. Μάλιστα οι περισσότερες ανάγκες καλύπτονται ή μεταφέρεται σταδιακά η κάλυψή τους εντός των camps (πχ αγορά, μαγαζάκια, «φαστφουντάδικα», εκπαίδευση, υγεία κλπ).

των οικονομικών μετασχηματισμών διαμορφώνονται επίσης με γνώμονα τις εξειδικευμένες υπηρεσίες και έτσι για την κάθε πόλη αναζητούνται όλα εκείνα τα ιδιαίτερα και ξεχωριστά χαρακτηριστικά που να της προδίδουν αυτή τη μοναδικότητα και αναφορά.

Οι παραπάνω εξελίξεις εκφράζονται με τις πολιτικές «εξευγενισμού» (gentrification), του λεγόμενου «city branding» και της «δημιουργικής πόλης» (creative city). Συνέπεια των παραπάνω πολιτικών αποτελεί μεταξύ άλλων η αύξηση των τιμών γης, τα μεγάλα αναπτυξιακά αστικά πρότζεκτ, τα περικλειστά εμπορικά κέντρα – mall, οι ειδικές οικονομικές ζώνες, η ελαστικοποίηση της περιβαλλοντικής νομοθεσίας, η επιτήρηση των δημόσιων χώρων, η ιδιωτικοποίηση της στέγασης, οι πολιτικές αύξησης των ενοικίων και η εκτόπιση «μη επιθυμητών» πληθυσμιακών ομάδων.

Τα κέντρα των πόλεων είναι αυτά που υπόκεινται συνήθως στις περισσότερες και στις μεγαλύτερες διαδικασίες αναπροσαρμογής λειτουργώντας ως η «τακτοποιημένη» βιτρίνα, καθώς όσο πιο ελκυστικό είναι το κέντρο της πόλης με όρους ανάπτυξης τόσο πιο βέβαιο είναι το ενδιαφέρον για επενδύσεις. Διαμορφώνεται λοιπόν, η εικόνα των πόλεων εντελώς συνδεδεμένη με τον καταναλωτισμό και αποστειρωμένη από τα κοινωνικά ζητήματα – το αποτύπωμα των οποίων επιχειρείται με κάθε τρόπο να εξαφανιστεί. Έτσι, η δημιουργία μιας ελκυστικής πόλης συνδέεται άμεσα με πρακτικές αστικού εξευγενισμού καθώς σε ένα κέντρο πόλης με πνοή ανάπτυξης δεν υπάρχει χώρος για εικόνες φτώχειας, μετανάστευσης, αντίστασης και εξέγερσης και απομακρύνονται είτε μέσω της βίας και καταστολής, είτε μέσω της αύξησης των τιμών και των ενοικίων, κοινωνικές ομάδες και πληθυσμοί που δεν ταιριάζουν στα πρότυπα της επιχειρηματικής πόλης.

Η διαδικασία του εξευγενισμού (gentrification), αποτελεί μία από τις κυρίαρχες παγκόσμιες τάσεις αστικού μετασχηματισμού της κοινωνικής σύνθεσης μιας περιοχής μιας πόλης. Οι θεωρίες σχετικά με τη διαδικασία του εξευγενισμού είναι πολλές, ωστόσο δεν θα αναλυθούν διεξοδικά σε αυτό το κείμενο.

Αρχικά, επιτελείται μια διαδικασία απαξίωσης των πιο υποβαθμισμένων περιοχών, που δημιουργεί χάσμα μεταξύ της πραγματικής γαιοπροσόδου² και αυτής που δυνητικά μπορεί να αποκομισθεί. Η διαφορά αυτή έχει ως αποτέλεσμα επενδύσεις του real-estate κεφαλαίου, σε ακίνητα και γη στις περιοχές αυτές και στη συνέχεια αύξηση των ενοικίων και σταδιακή μεταβολή των κοινωνικών συσχετισμών στην περιοχή, εφόσον πρόσβαση στα ενοίκια έχουν μονάχα άτομα ανώτερων κοινωνικά τάξεων. Παράλληλη είναι, και η νομοθετική και πολεοδομική επέμβαση του κράτους, για παράδειγμα χαρακτηρίζοντας περιοχές ως ιστορικές και διατηρητέες ή επιλέγοντας την ανάπλαση συγκεκριμένων γειτονιών ενσωματώνοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Ταυτόχρονα, τεράστιος είναι και ο ρόλος του πολιτισμικού κεφαλαίου που συγκροτείται γύρω από τη διαδικασία του εξευγενισμού, είτε μέσω της διαχείρισης της κατανάλωσης και διασκέδασης στις περιοχές αυτές, είτε μέσω της εμπλοκής όσων είναι φορείς του πολιτισμικού – συμβολικού κεφαλαίου³ (καλλιτέχνες, διανοούμενοι, designers, κ.ά.) και διαθέτει τις πολιτισμικές και καταναλωτικές του αξίες στη συγκρότηση μιας εναλλακτικής κοινότητας, που επιλέγει να διασκεδάσει, να κατοικήσει, να εργαστεί και να καταναλώσει, σε περιοχές υποβαθμισμένες ή σε εργατικές συνοικίες, εντείνοντας τη διαδικασία του εξευγενισμού.

Τις τελευταίες δεκαετίες ο όρος «εξευγενισμός» λόγω της έντονης κριτικής που του έχει ασκηθεί, φαίνεται να αντικαθίσταται από τη ρητορική για τη λεγόμενη «δημιουργική πόλη» (creative city), τη «δημιουργική οικονομία» (creative economy) και την αναδυόμενη «δη-

2. Η αγροτική και αστική γαιοπρόσδοδος αποτελεί την τιμή που ορίζεται ανά περίοδο και διαμορφώνει τη χρηματική αξία της ενοικίασης ή αγοράς μίας γης.

3. Συμβολικό κεφάλαιο σύμφωνα με τον Pierre Bourdieu αποτελεί η συσσώρευση όχι μόνο των οικονομικών αλλά και των κοινωνικών και πολιτισμικών εφοδίων τα οποία προσφέρουν σε ένα άτομο ή μία κοινωνική ομάδα κύρος και αναγνώριση.

μιουργική τάξη» (creative class). Πιο συγκεκριμένα, η «δημιουργική τάξη» που συμπεριλαμβάνει τα άτομα τα οποία φέρουν υψηλό επίπεδο γνώσεων, ικανοτήτων και άρα συμβολικού κεφαλαίου, καλούνται να παρέχουν καινοτόμες λύσεις σχετικά με τη διαμόρφωση της πόλης. Η ανθρώπινη ευφυΐα και η δημιουργικότητα, οι επιθυμίες και η φαντασία αξιοποιούνται και διαμορφώνουν τον κοινωνικό χώρο. Επομένως, η δημιουργική πόλη χαρακτηρίζεται από τα τρία T «Technology, Talent, Tolerance» (τεχνολογία, ταλέντο, ανεκτικότητα) τα οποία εφόσον συνυπάρχουν καταφέρνουν να προσελκύουν εναλλακτικούς – δημιουργικούς ανθρώπους, να παράγουν καινοτομία και να προσελκύουν επενδύσεις.

Στην προσπάθεια δημιουργίας ακόμα παραγωγικότερων και καινοτόμων πόλεων, εφευρέθηκε η ιδέα των «έξυπνων πόλεων» (smart city) που αποσκοπούν στη βελτιστοποίηση όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη σύνδεση όλων των δραστηριοτήτων και των ανθρώπων μιας πόλης μέσω τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ). Οι «έξυπνες πόλεις» έχουν αναρίθμητα πεδία εφαρμογής πχ στη ρύθμιση της κυκλοφορίας, στην ενεργειακή διαχείριση κτιρίων, στη μέτρηση της ρύπανσης, στη φωταγώγηση των δρόμων, στη διαχείριση των απορριμμάτων και της ανακύκλωσης. Μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν και τη διευκόλυνση στην ενημέρωση των πολιτών για οτιδήποτε συμβαίνει από τις ελεύθερες θέσεις πάρκινγκ έως και μια πυρκαγιά σε κάποιο σημείο, εφόσον αυτοί είναι συνδεδεμένοι στο ηλεκτρονικό δίκτυο της πόλης. Δηλαδή, όλες οι δραστηριότητες ανήκουν σε ένα ελεγχόμενο δίκτυο που είναι υπεύθυνο για την ομαλή λειτουργία τους και ανιχνεύει οτιδήποτε εμποδίζει τη λειτουργία αυτή. Μετά από τον πλήρη έλεγχο των δραστηριοτήτων, σειρά έχουν και οι άνθρωποι, που καταγράφεται συνεχώς που βρίσκονται, με αφορμή το αίτημα για ασφάλεια, πχ σε περίπτωση σεισμού. Ενώ, την ίδια στιγμή στις «έξυπνες πόλεις» βλέπουμε τις πολλαπλές κοινωνικές ανισότητες όχι μόνο να διατηρούνται αλλά και να αναπαράγονται.

Ακόμα πιο έντονα γίνονται όλα αυτά σε περιόδους κρίσης όπως έχουμε δει και μάλιστα, γίναμε μάρτυρες ορισμένων από αυτών των διαδικασιών εν μέσω της πανδημίας του κορονοϊού. Το κεφάλαιο σε συνθήκες κρίσεων επιστρατεύει απροκάλυπτα όσα όπλα έχει στη διάθεσή του κάνοντας ακόμα πιο έκδηλες τις προθέσεις του και έτσι όλα τα φαινόμενα που περιγράψαμε παραπάνω παίρνουν μεγαλύτερες διαστάσεις, όπως η καθαρότητα των κέντρων με τον διωγμό και την περιθωριοποίηση όσων δεν χωράνε στο μοντέλο παραγωγικότητας, η αύξηση της τουριστικοποίησης κλπ. Ένα από τα χαρακτηριστικά παραδείγματα που είδαμε ήταν το δημιούργημα του Μεγάλου Περιπάτου στην Αθήνα. Παρακολουθήσαμε εκατομμύρια ευρώ να εξανεμίζονται για χάριν της μετατροπής του κέντρου της πόλης σε βιτρίνα κατανάλωσης και τουρισμού, με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται μία κατάσταση που «πετάει» εκτός όσους και όσες δεν χωράνε στην καλογουαλισμένη εικόνα της. Προκαλώντας δυσφορία και αγανάκτηση σε καθημερινή βάση, για εκατοντάδες χρήστες της περιοχής. Εν τέλει, ελλείψει ενός πιο συγκροτημένου σχεδίου, φάνηκε να αποτυγχάνει το πλάνο του Μεγάλου Περιπάτου αφού δεν αντιμετωπίστηκε θετικά από κανέναν. Όλα αυτά σε μια περίοδο που τα νοσοκομεία γέμιζαν με αμείωτους ρυθμούς και οι υγειονομικοί έκαναν έκκληση για μέτρα προστασίας όπως γάντια και μάσκες, για περισσότερες ΜΕΘ, προσλήψεις εργαζομένων ή και άνοιγμα δομών που είχαν κλείσει, αλλά φυσικά, βρισκόμασταν πριν το άνοιγμα της καλοκαιρινής σεζόν, οπότε και έπρεπε να παρουσιαστεί μια πιο ελκυστική «ευρωπαϊκών» προτύπων μητρόπολη με μεγάλα πεζοδρόμια και ποδηλατοδρόμους. Με πρόσχημα τα υγειονομικά μέτρα και πρότυπα, προτάσσουν την καθαρότητα με άλλους όρους, αυτήν που δεν χωρά τη διαφορετικότητα, αντίσταση ή περιθωριακότητα. Στο παραπάνω πλαίσιο βρίσκεται και η περίπτωση ανάπλασης του Λόφου του Στρέφη στην Αθήνα με την απευθείας ανάθεσή της σε εταιρία χωρίς ούτε την τυπική διαδικασία της διαβούλευσης ή του διαγωνισμού και ενώ η συμμετοχή του Δήμου θα είναι σε μεγάλο μέρος των εργασιών. Αυτό που επιχειρείται στην ουσία είναι για άλλη μια φορά η μετατροπή τμήματος της πόλης σε εμπορεύσιμο προϊόν και τουριστική ατραξιόν αγνοώντας τις ανάγκες και επιθυμίες των κατοίκων, μετατρέποντας έτσι για παράδειγμα τη γειτονιά των

Εξαρχείων από γειτονιά συνάντησης αγώνων σε εναλλακτικό τουριστικό προϊόν⁴.

II. Thessaloniki: many stories, one heart

Οι πολιτικές αυτές φυσικά έχουν εφαρμοστεί και στο ελληνικό παράδειγμα τις τελευταίες δεκαετίες, με την πόλη της Θεσσαλονίκης και τη θητεία του πρώην δήμαρχου να αποτελούν «πρότυπα» εφαρμογής των πολιτικών αυτών. Η Θεσσαλονίκη αποτελεί μια ακόμη πόλη, που στα πλαίσια της ανάπτυξης προωθούνται σχέδια ανάπλασης και αναπροσαρμογής που όχι μόνο δεν συμπεριλαμβάνουν την κοινωνική και πολιτιστική ζωή της πόλης, αλλά και δυσχεραίνουν πολλές φορές την καθημερινότητα των κατοίκων της. Έχουμε δει επομένως ουκ ολίγες φορές γειτονιές στο κέντρο της πόλης να μετασχηματίζονται και να χάνουν τον προηγούμενο χαρακτήρα τους, γεμίζοντας εναλλακτικά μπαρ και φωτεινές βιτρίνες. Ακολουθώντας τη χαρακτηριστική διαδικασία οι γειτονιές αυτές υποβαθμίζονται και χαρακτηρίζονται συχνά ως επικίνδυνες, έπειτα γίνονται επενδύσεις στα χαμηλού κόστους ακίνητα, στη συνέχεια αναπλάθονται γεμίζοντας νέες επιχειρήσεις, εναλλακτικά μαγαζιά και καλλιτεχνικά στέκια και κατοικούνται από άτομα της μεσαίας ή ανώτερης τάξης που μπορούν να επωμιστούν το υψηλό πλέον κόστος των ενοικίων και τέλος εκδιώκονται όλες όσες δεν χωρούν στο εμπορευματοποιημένο πλέον περιβάλλον. Χαρακτηριστικά παραδείγματα εξευγενισμού στην πόλη της Θεσσαλονίκης αποτελούν η βιοκλιματική ανάπλαση της Βαλαωρίτου – η οποία ακολούθησε τη σταδιακή μετατροπή της από βιοτεχνική και εμπορική περιοχή σε χώρο αναψυχής– η κατασκευή της νέας παραλίας ως ένας καθαρός τόπος φιλόξενος για οικογένειες και τουρίστες, το λιμάνι ως κέντρο του φεστιβαλικού παροξυσμού ή η ανάπλαση της περιοχής της Ικτίνου στην οποία απουσιάζει πλέον οποιοδήποτε ίχνος από παγκάκι ή πεζούλι αποτρέποντας τα «στοιχεία» νεανικής υποκουλτούρας να αράζουν όπως έκαναν προηγουμένως. Φυσικά αυτό δεν απέτρεψε τον κόσμο από το να χρησιμοποιεί τον δημόσιο χώρο για «άραγμα» παρά μόνο τον μετακίνησε στον διπλανό προαύλιο χώρο της εκκλησίας που έχει μεγαλύτερη έκταση. Ως πιο πρόσφατα παραδείγματα, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε το έργο εκκαθάρισης της περιοχής του Βαρδάρη με το κυνήγι και τις καθημερινές συλλήψεις εργατριών του σεξ προκειμένου να «καθαρίσει» η Νέα Δυτική Είσοδος της πόλης και να εδραιωθεί το νέο «redlight district» που προώθησε ο απερχόμενος δήμαρχος Μπουτάρης πίσω από τα σφαγεία. Ή ακόμη την ανάπλαση περιμετρικά των βυζαντινών τειχών που επιτεύχθηκε μέσα από τον διωγμό των άστεγων από τη Μελενίκου και το γκρέμισμα ορισμένων καστρόπληκτων σπιτιών⁵.

Βλέπουμε επομένως, ότι κεντρικό κομμάτι του εξευγενισμού των πόλεων αποτελεί η περιθωριοποίηση όλων εκείνων που κρίνονται ως μη παραγωγικοί και βρώμικοι, όλων εκείνων που χαλάνε την εικόνα της πόλης και την αισθητική της κατανάλωσης, όλων εκείνων που δεν χωράνε στην κυρίαρχη αφήγηση και την καθαρότητα. Το αίτημα για ασφάλεια υποστασιοποιείται και μέσα στο αστικό πεδίο με αποτέλεσμα οι μετανάστ(ρι)ες να πετιούνται εκτός του κέντρου των πόλεων σε απομονωμένα camps, οι εργάτριες του σεξ να διώκονται και να μεταφέρονται σε προκαθορισμένες ζώνες αγοραπωλησίας σεξ, οι χρήστες ουσιών να μεταφέρονται διαρκώς σε άλλες περιοχές και οι μικροπωλητές να κυνηγούνται. Βέβαια, οι διαδικασίες εκτοπισμού και εξευγενισμού δεν καταφέρνουν σχεδόν ποτέ να ολοκληρωθούν στο σύνολό τους, καθώς περιθωριοποιημένα κοινωνικά κομμάτια μετακινούνται διαρκώς και καταφέρνουν να επαναοικειοποιούνται διαφορετικά μέρη του κέντρου της Θεσσαλονίκης. Για παράδειγμα, για χρόνια στην πλατεία Αριστοτέλους οι χρήστες ουσιών απομακρύνονται και επιστρέφουν, το καπάνι αποτελεί (ακόμα) μία από τις

4. <https://www.iefimerida.gr/news/488014/glykia-anarhia-exarheia-sto-airbnb-diafimizoyn-toyristiki-volta-stin-epanastatiki>

5. Η κατεδάφιση των καστρόπληκτων σπιτιών, δηλαδή των σπιτιών που έχουν χτιστεί εγκάρσια των βυζαντινών τειχών έχει ξεκινήσει εδώ και αρκετά χρόνια και δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμη στο σύνολο της. Αντίστοιχα, πολυετής είναι και ο αγώνας των κατοίκων της Άνω Πόλης ενάντια στην κατεδάφισή τους, με την Ανοικτή Συνέλευση Ενάντια στο Γκρέμισμα των Καστρόπληκτων την περίοδο 2011-2013 και πιο πρόσφατο τον τωρινό αγώνα των κατοίκων των εν λόγω σπιτιών γύρω από την Πρωτοβουλία Υπεράσπισης Κατελημμένων Σπιτιών.

πιο φθηνές αγορές της πόλης που συχνάζει φτωχός κόσμος και ανάμεσά της βρίσκονται συχνά παρανομοποιημένοι μετανάστες μικροπωλητές, ενώ στο δυτικό κέντρο ανοίγουν όλο και περισσότερα μαγαζιά και στέκια μεταναστών.

Οι πλατείες φωτίζονται ως μέτρο ενάντια στην παραβατικότητα και οι περιπολίες των μπάτσων αυξάνονται. Οι πιο πρόσφατες αναπλάσεις και πεζοδρομήσεις στη Θεσσαλονίκη όπως αυτή της Αγίας Σοφίας βρίσκονται στην ίδια κατεύθυνση προωθώντας απροκάλυπτα τον καταναλωτισμό. Σε μια πόλη που έχει σημαντική έλλειψη ελεύθερων δημόσιων χώρων και χώρων πρασίνου και ειδικά στον κεντρικό της τομέα, οι όποιες αναπλάσεις συνεχίζουν να βασίζονται στην εμπορική χρήση του δημόσιου χώρου.

Σε αυτά τα πλαίσια κινείται και η νέα διαφημιζόμενη ανάπλαση της ΔΕΘ για τη Θεσσαλονίκη. Με έναν εντελώς απροκάλυπτο τρόπο, μέσω φωτογραφικών διαγωνισμών και νέων χωρικών ρυθμίσεων, ετοιμάζουν για πώληση ένα από τα πιο κεντρικά σημεία της πόλης σε τιμή «κόστους». Η προώθηση της ανάπλασης της ΔΕΘ και της οικονομικής ανάπτυξης της κρύβει από πίσω νέες διαδικασίες εξευγενισμού, ξεπούλημα δημόσιας περιουσίας, ευνοϊκές ρυθμίσεις και κέρδη για τον αγοραστή και για άλλη μια φορά εις βάρος του δημόσιου χώρου και των κατοίκων της πόλης. Το σχέδιο προβλέπει μια σειρά από επεμβάσεις επιχειρηματικού χαρακτήρα μεταξύ των άλλων και ένα πολυτελές ξενοδοχείο και συνεδριακό κέντρο, με ταυτόχρονη κατεδάφιση ορισμένων ιστορικών κτιρίων της πόλης. Και όλα αυτά σε μια περιοχή που, σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις, είναι προορισμένη, για μητροπολιτικό πάρκο!

III. Come to Greece για να τη βρεις

Για να επιτευχθεί ο εξευγενισμός δεν φτάνουν μονάχα οι αναπλάσεις και οι διώξεις. Αντίθετα, πρέπει να βρεθεί το ιδιαίτερο εκείνο στοιχείο μιας πόλης που θα μπορεί να την καταστήσει ανταγωνιστική και να την κατατάξει στις διάφορες λίστες με διεθνείς προορισμούς. Φυσικά ο τουρισμός δεν είναι ένα πρωτόγνωρο φαινόμενο στην Ελλάδα, αλλά τα πρώτα βήματά του μετράνε ήδη από την αρχή του αιώνα (αρχικά μέσα από τις αρχαιολογικού ενδιαφέροντος επισκέψεις ευρωπαϊών αστών και λίγο αργότερα (1929) με την προσπάθεια οργάνωσης του εθνικού οργανισμού τουρισμού (ΕΟΤ). Ωστόσο, ο μαζικός τουρισμός, στη μορφή που τον ξέρουμε σήμερα, άρχισε να αναπτύσσεται λίγο μετά τον Β' ΠΠ. Το ελληνικό κράτος βλέποντας τη διεθνή άνοδο του τουρισμού κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες φρόντισε να επενδύσει στον τομέα αυτό, εκμεταλλευόμενο κυρίως τις παραλίες, το φυσικό περιβάλλον, αλλά και το «ένδοξο» παρελθόν. Το αποτέλεσμα ήταν η αύξηση τόσο του εσωτερικού, όσο και του εξωτερικού τουρισμού, καθιστώντας τη χώρα έναν από τους βασικούς καλοκαιρινούς προορισμούς. Τα ελληνικά νησιά βούλιαζαν από τουρίστες από όλο τον κόσμο, οι οποίοι έρχονταν μαζικά με την υπόσχεση της θάλασσας, του ήλιου, του ξεφαντώματος και του greek kamaki. Έκτοτε, η οικονομία της χώρας βασίστηκε σε μεγάλο βαθμό στον τουρισμό και την ανάπτυξη όλων των υπηρεσιών που μπορούν να καταναλωθούν από τους τουρίστες, αποτελώντας μάλιστα τα τελευταία χρόνια το ¼ του ΑΕΠ⁶.

Ωστόσο, φαίνεται πως δεν αρκεί ο τουρισμός κατά τη θερινή σεζόν, καθώς τα τελευταία χρόνια γίνεται όλο και μεγαλύτερη προσπάθεια να επεκταθεί η τουριστική περίοδος καθόλη τη διάρκεια του χρόνου και να αναπτυχθούν νέοι τομείς δραστηριοτήτων (πχ αγροτουρισμός, εναλλακτικός, πολιτισμικός, θρησκευτικός, μαγειρικός και ό,τι-άλλο-θες τουρισμός). Οι παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες εξειδικεύονται ολοένα και περισσότερο, στοχεύοντας στην ικανοποίηση και των πιο απαιτητικών γούστων και την επέκταση σε νέες πιο εξειδικευμένες αγορές. Σε αυτό το πλαίσιο εμφανίστηκε και το λεγόμενο city break, δηλαδή, οι σύντομες διακοπές σε μία πόλη σε οποιαδήποτε στιγμή του χρόνου. Βέβαια, για να μπορέσει μία πόλη να εισέλθει στον διεθνή ανταγωνισμό, πρέπει να βρεθεί και να λανσαριστεί ο ιδιαίτερος χαρακτήρας της.

6. <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/?year=2019>.





Μέσα από τη διαδικασία του λεγόμενου *city branding* προβάλλεται, προωθείται και λανσάρεται στον παγκόσμιο ανταγωνισμό η εικόνα μίας πόλης, έτσι ώστε να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες, επενδυτές κλπ. Η επιτυχία του *city branding* εξαρτάται, σύμφωνα με τους υποστηρικτές του, από την αξιοπιστία, τη διαφοροποίηση και το εύστοχο μήνυμα το οποίο συχνά προωθείται μέσω κάποιου λογότυπου ή σλόγκαν. Το λανσάρισμα της πόλης επικεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό στην «αντίληψη» των κατοίκων για την πόλη, η οποία δεν διαμορφώνεται μόνο με βάση τη γεωγραφική ή οικονομική διάσταση, αλλά από το σύνολο των αναπαραστάσεων της πόλης όπως εκφράζεται μέσα από την ιστορία, την τέχνη, τον κινηματογράφο, την αρχιτεκτονική, τα μέσα μαζικής προβολής κλπ. Ταυτόχρονα, δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην υπόσχεση της «αληθινής» εμπειρίας, όπου οι διαφοροποιημένες εμπειρίες των κατοίκων μίας πόλης μετατρέπονται σε εμπορεύματα προς κατανάλωση⁷.

Ξεπερνώντας επομένως, την οικονομική ή γεωγραφική διάσταση, η ταυτότητα μίας πόλης χτίζεται μέσα από την εμπορευματοποίηση της εμπειρίας, η οποία «θυσιάζεται» μπροστά στον βωμό του κέρδους. Στα πλαίσια του αυξανόμενου αστικού τουρισμού η εκάστοτε πόλη (ανα)κατασκευάζεται έτσι ώστε οι ασχολίες και οι συνήθειες των κατοίκων, η αρχιτεκτονική των σπιτιών και ο πολιτισμός ενός τόπου, όπως φαίνεται μέσα από την καθημερινή ζωή, να γίνεται ένα εύκολα προσβάσιμο θέαμα στον τουρίστα – θεατή. Επιπλέον, κατασκευάζονται πλατείες και δρόμοι, τα μέσα μαζικής μεταφορές ρυθμίζονται ώστε να εξυπηρετούν το τουριστικό κοινό και κομμάτια της πόλης εξευγενίζονται.

Σε αντίστοιχο πλαίσιο, και η Θεσσαλονίκη με σκοπό να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του κεφαλαίου έπρεπε επειγόντως να επιστρατεύσει τους διάφορους ειδικούς για να της αλλάξουν το προφίλ και να τη μετατρέψουν σε έναν ελκυστικό προορισμό για τουρίστες και επενδυτές. Η πόλη επομένως, λειτουργεί η ίδια ως επιχείρηση στην προσπάθεια επιβεβαίωσης του ρόλου της ως εμπορικό «σταυροδρόμι των Βαλκανίων». Με πρόσχημα δηλαδή, την παραγωγική ανασυγκρότηση και την εθνική ανάπτυξη επιτυγχάνεται από τη μία η επέκταση του ελληνικού κεφαλαίου στις αγορές των Βαλκανίων και από την άλλη η διαμόρφωση της ανταγωνιστικότητας της πόλης με σκοπό την είσοδό της στη διεθνή τουριστική αγορά.

Το 2012 λοιπόν, ως «απάντηση στην κρίση», όπως δήλωνε ο τότε δήμαρχος Γιάννης Μπουτάρης υιοθετήθηκε ως νέο brand της πόλης το σλόγκαν «Thessaloniki, Many stories one heart», με στόχο την προώθηση της νέας τουριστικής ταυτότητας της πόλης⁸. Στην προσπάθεια εύρεσης της νέας ταυτότητάς της, δόθηκε έμφαση στο τρίπτυχο: κέντρο πολιτισμών – καλή ζωή – τοποθεσία. Όπως μας πληροφορούν οι «ειδικοί» του *citybranding*, η τοποθεσία της Θεσσαλονίκης σε κοντινή απόσταση από τη θάλασσα, τις ποικίλες φυσικές ομορφιές, καθώς και τις βαλκανικές χώρες σε συνδυασμό με την προσφορά καλού φαγητού, διασκέδασης και φιλοξενίας αποτελούν δύο βασικά προσόντα της πόλης τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για χιλιάδες τουρίστες. Ωστόσο, όπως φανερώνει και το σλόγκαν που επιλέχθηκε, η Θεσσαλονίκη πρέπει να προβληθεί ως *σταυροδρόμι πολιτισμών*⁹.

Σε αυτό το πλαίσιο αναζητούνται στο παρελθόν τα στοιχεία εκείνα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν με στόχο την καταξίωση της Θεσσαλονίκης στον διεθνή ανταγωνισμό. Παρατηρούμε λοιπόν, το άλλοτε θαμμένο παρελθόν της να έρχεται στην επιφάνεια και η πολυπολιτισμικότητα που το διακρίνει να ενσωματώνεται και να εμπορευματοποιείται. Επιλέγονται επομένως, να προβληθούν κομμάτια της ιστορίας της πόλης, τα οποία προηγουμένως ξεριζώθηκαν βίαια από το ελληνικό κράτος, όπως για παράδειγμα οι εβραϊκές, μουσουλ-

7. Αναλυτικότερα για το *city branding* βλέπε: <https://yfanet.espivblogs.net/files/2017/06/neoliberal-city-FY.pdf>.

8. https://www.citybranding.gr/2012/02/blog-post_22.html.

9. <https://www.citybranding.gr/2012/04/branding-destinations-h.html>.

μανικές και οθωμανικές κοινότητες, ώστε να επιτευχθεί η ελληνικότητα και η ομοιογένεια του πληθυσμού της. Στην παρούσα συγκυρία ωστόσο, συγκεκριμένες πτυχές του παρελθόντος αφομοιώνονται και αποπολιτικοποιούνται με στόχο να μετατραπούν σε εμπόρευμα ή μουσειακό έκθεμα που θα καταναλωθεί από τον τουρίστα από το Ισραήλ, την Τουρκία, τα Βαλκάνια και όχι μόνο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της κατεύθυνσης αποτελούν οι εκδηλώσεις μνήμης σχετικά με το Ολοκαύτωμα που διοργανώνονται από τον Δήμο Θεσσαλονίκης, η μετατροπή των πρώην εγκαταλελειμμένων οθωμανικών κτιρίων σε καφετέριες και χώρους τέχνης, οι εναλλακτικές ξεναγήσεις στις γειτονιές των σλαβικών μειονοτήτων των αρχών του αιώνα ή/ και οι εκδηλώσεις μνήμης για τα 100 χρόνια από την πυρκαγιά της Θεσσαλονίκης από τον Δήμο ο οποίος μάλιστα δεν διστάζει να οικειοποιείται πρακτικές του κινήματος προς όφελός του, όπως για παράδειγμα η διεξαγωγή πορείας μνήμης για την πυρκαγιά και τα θύματά της. Βλέπουμε λοιπόν, ότι ο πολυπολιτισμικός χαρακτήρας που θέλει διακαώς να προβάλλει ο δήμος Θεσσαλονίκης εξυπηρετεί στο να προσελκύσει ολόένα και περισσότερους τουρίστες, οι οποίοι θα καταναλώσουν την ιδανική για αυτούς μορφή τουρισμού.

Μέσα από το παράδειγμα της Θεσσαλονίκης μπορούμε να αντιληφθούμε ότι η πολιτική του city branding και η προσπάθεια προβολής των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών μίας πόλης έχει ως αποτέλεσμα την επέκταση της τουριστικής οικονομίας σε όλο και περισσότερες περιοχές, οι οποίες μέχρι τώρα είχαν γλιτώσει από τον μαϊήνστριμ καλοκαιρινό τουρισμό, επεκτείνοντας μάλιστα την τουριστική σεζόν σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Παράλληλα, η αύξηση των low cost αεροπορικών εταιρειών και οι υπηρεσίες βραχυχρόνιας μίσθωσης (πχ airbnb) συνέβαλαν στη μείωση του κόστους διαμονής και μετακίνησης, καθιστώντας ευκολότερο το ταξίδι σε χώρες του εξωτερικού για μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την τεράστια αύξηση του τουρισμού τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλα μέρη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί, το γεγονός ότι το 2019 οι τουρίστες προερχόμενοι από το εξωτερικό ήταν 31.3 εκατομμύρια¹⁰, ενώ, η τουριστική οικονομία κατέλαβε το 20.8% του συνολικού ΑΕΠ.

Βέβαια, η πανδημία της covid – 19 θα μπορούσαμε να πούμε ότι αποτέλεσε ένα μικρό τροχοπέδη στην ολόένα και αυξανόμενη τουριστική οικονομία. Ωστόσο, η κρατική διαχείριση το περασμένο καλοκαίρι με το άνοιγμα των αγορών και της διασκέδασης λίγο πριν την καλοκαιρινή σεζόν μας υπενθύμισε για άλλη μία φορά ότι το κράτος και τα αφεντικά είναι διατεθειμένα να θυσιάσουν οτιδήποτε για τη σωτηρία της τουριστικής ανάπτυξης. Με σκοπό τη διάσωση της τουριστικής οικονομίας, το ελληνικό κράτος πήρε αρκετά αυστηρά μέτρα ώστε να παρουσιάσει καλύτερη ιολογική εικόνα συγκριτικά με άλλα τουριστικά κράτη και να παρουσιαστεί ως ασφαλής προορισμός. Βέβαια, αυτό πολύ σύντομα κατέρρευσε λόγω των μηδαμινών μέτρων για την ενίσχυση της υγείας, των ΜΜΜ, της εργασίας κλπ. Τη στιγμή μάλιστα, που γράφεται το κείμενο και εν μέσω έξαρσης των κρουσμάτων της covid – 19 σε αρκετά μέρη της Ελλάδας, εξαγγέλλεται το άνοιγμα του τουρισμού στα μέσα Μαΐου¹¹ και διαφημίζονται σε διεθνές επίπεδο τα ελληνικά νησιά ως covid free προορισμοί¹² με σκοπό την περαιτέρω προσέλκυση τουριστών. Παράλληλα, η Ελλάδα αποτελεί μέχρι στιγμής το μοναδικό ευρωπαϊκό κράτος που προκρίνει το πιστοποιητικό εμβολιασμού¹³ και άρει την υποχρεωτική καραντίνα για όσους έρχονται από το εξωτερικό με σκοπό τη «διευκόλυνση» της μετακίνησης των τουριστών.

10. Στο νούμερο αυτό δεν συμπεριλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρες, ούτε ο εσωτερικός τουρισμός <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/?year=2019>.

11. <https://www.theguardian.com/world/2021/mar/09/greece-hopes-to-open-to-tourists-from-14-may>

12. <https://www.lifo.gr/now/greece/ayta-einai-ta-covid-free-ellinika-nisia-sto-100-o-emboliasmos-ton-katoikon>

13. Η πρόταση αυτή έχει προς το παρόν απορριφθεί από τις χώρες της ΕΕ, ωστόσο το ελληνικό κράτος έχει υπογράψει ανεξάρτητες συμβάσεις με το Ισραήλ, τις ΗΠΑ και τη Ρωσία.

IV. To be or to BnB

Η ζωή για τους μόνιμους κατοίκους σε γειτονιές της πόλης γίνεται ολοένα και πιο δύσκολη, καθώς το κόστος διαβίωσης διαρκώς αυξάνεται. Την περίοδο της κρίσης από το 2009 και μέχρι περίπου το 2017, η αξία των ακινήτων είχε υποτιμηθεί σε μεγάλο βαθμό, οι ιδιοκτήτες λόγω της βαριάς φορολογίας προσπαθούσαν να διώξουν από τα χέρια τους ακίνητη περιουσία και οι τιμές των ενοικίων είχαν προσαρμοστεί στη συρρίκνωση της αγοράς και του εισοδήματος των ενοικιαστών. Αυτή η σχετικά σταθερή πορεία διακόπηκε περίπου το 2017, όταν και άρχισε να αυξάνεται η τιμή των ακινήτων. Η αύξηση των τιμών οφείλεται εν μέρει στην αύξηση της αγοράς κτιρίων από επενδυτικούς ομίλους κυρίως από χώρες εκτός της ΕΕ με αντάλλαγμα την παραχώρηση της λεγόμενης χρυσής βίζας. Το γεγονός αυτό παράλληλα με την τουριστικοποίηση και τον εξευγενισμό περιοχών συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση των ενοικίων σε συγκεκριμένες περιοχές, καθώς το κόστος των ακινήτων έχει ανέβει σε αυτές που έχουν εξευγενιστεί, καθιστώντας πλέον αδύνατο για τους προλετάριους και τις προλετάριες να διαμείνουν σε αυτές.

Επιπλέον, παρατηρείται μαζική αγορά ακινήτων με σκοπό την αξιοποίησή τους μέσα από την πλατφόρμα του *airbnb* και γενικότερα από τον θεσμό της «βραχυχρόνιας μίσθωσης», καθιστώντας τα διαθέσιμα σπίτια πολύ λιγότερα. Ταυτόχρονα όμως, τα ψηλά ποσοστά ιδιοκατοίκησης στην Ελλάδα (ακόμα και για την εργατική τάξη), προσφέρουν τη δυνατότητα στους ιδιοκτήτες τους να βγάλουν εύκολα χρήματα σε μία συνθήκη που η αξία της εργασιακής δύναμης υποτιμάται όλο και περισσότερο. Έτσι βλέπουμε την αντίφαση ένα κομμάτι του προλεταριάτου που κατέχει ιδιοκτησία να την παραχωρεί προς ενοικίαση, προκειμένου να επιβιώσει με καλύτερους όρους, ενώ ταυτόχρονα δυσχεραίνει την κατοίκηση άλλων προλετάριων στο κέντρο των πόλεων, καθώς συμβάλλει σε έναν βαθμό στην αύξηση των ενοικίων σε αυτά. Στην πραγματικότητα όμως, δεν είναι απλά όσοι βάζουν τα σπίτια τους στην πλατφόρμα του *airbnb*, είτε το ίδιο το *airbnb*, ο λόγος που οι ιδιοκτήτες αυξάνουν τα νοίκια, αλλά και οι ίδιοι που αντιλαμβάνονται την αύξηση της αξίας των ακινήτων τους και επιλέγουν να αυξήσουν τα «μακροπρόθεσμα» ενοίκια.

Βλέπουμε επομένως, ότι οι αυξήσεις ενοικίων τα τελευταία χρόνια καθιστούν τη στέγαση ένα από τα βασικά προβλήματα για τους κατοίκους μίας πόλης. Όσο η κατοικία είναι εμπόρευμα και δεν διακινείται ελεύθερα, κάποιες θα αποκλείονται από την πρόσβαση σε αυτή. Το «δεν έχω χρήματα» δηλαδή, μπορεί να σημαίνει ότι πρέπει να μετακομίσω σε άλλη γειτονιά (μακριά από το κέντρο και πιθανόν και από τον χώρο εργασίας, εκπαίδευσης κλπ) ή ακόμα και δεν έχω σπίτι να μείνω. Επομένως, για κάποιες η άρνηση πληρωμής ή η διεκδίκηση της μείωσης του ενοικίου αποτελεί συχνά μονόδρομο μπροστά στις τεράστιες αυξήσεις ενοικίων, στις εξώσεις, στους φουσκωμένους λογαριασμούς. Παράλληλα μπορεί να αποτελέσει και μία έμπρακτη κριτική στην έννοια της ιδιοκτησίας και την όλο και μεγαλύτερη εντατικοποίηση για να μπορούμε να τα βγάζουμε πέρα. Με αφορμή την τελευταία και σε συνδυασμό με την ανάγκη για στέγαση και συλλογική ζωή δημιουργήθηκαν και οι καταλήψεις στέγης τις οποίες θεωρούμε μία ακόμα μορφή αγώνα σχετικά με τη στέγαση. Σπίτια που ξαναζωντανεύουν και χρησιμοποιούνται για τον σκοπό που είναι προορισμένα: την κάλυψη της ανάγκης για στέγαση.

Τις τελευταίες δεκαετίες η πρακτική της κατάληψης στο ελληνικό παράδειγμα έχει χρησιμοποιηθεί συχνά ως μέσο αγώνα και διεκδίκησης. Από τα φοιτητικά κινήματα ('06 -'07 και '11) μέχρι και το κίνημα ενάντια στη λιτότητα, η κατάληψη συγκεκριμένων κτιρίων ή δημόσιων χώρων έγινε αντιληπτή ως μέσο πίεσης δια μέσου της παύσης παραγωγικών διαδικασιών, αλλά ταυτόχρονα και ως ένας τόπος συγκρότησης σχέσεων και δημόσιας σφαίρας. Από το 2016 και μετά έχουμε δει ότι οι μετανάστριες και οι μετανάστες έχουν χρησιμοποιήσει αλληπάλληλα την πρακτική της κατάληψης στον ελλαδικό χώρο προκειμένου να διεκδικήσουν την ελευθερία της κίνησής τους. Απέκλεισαν για πολλούς μήνες τη σιδηροδρομική γραμμή της Ειδομένης προσπαθώντας να περάσουν προς την Ευρώπη, μπλόκαραν κεντρικούς οδικούς άξονες διαμαρτυρόμενοι για την αποκοπή της πορείας

τους είτε για τις άθλιες συνθήκες στα camp, και εν τέλει πολλοί και πολλές από αυτούς συμμετείχαν σε καταλήψεις στέγης έτσι ώστε να γλιτώσουν από την αθλιότητα των κλειστών ή των ανοιχτών κέντρων κράτησης.

Τη στιγμή δηλαδή που το ζήτημα της κατοικίας άρχισε να γίνεται σημαντικό για ένα όλο και μεγαλύτερο κομμάτι του πληθυσμού (ντόπιων και μεταναστών), οι μετανάστες διεκδίκησαν και πολλές φορές κατάφεραν να ζουν σε σπίτια χωρίς να πληρώνουν ενοίκιο, ρεύμα και νερό δημιουργώντας ένα κίνημα καταλήψεων στέγης που δεν σχετιζόταν παρά σε μικρό βαθμό με τους πολιτικοποιημένους χώρους και τις ομάδες τους. Έτσι, οι κατασταλτικές εκστρατείες που εκφράστηκαν απέναντι στις καταλήψεις τα τελευταία χρόνια από την πλευρά του κράτους, δεν είχαν απλά ως στόχαστρο τις πολιτικές καταλήψεις, αλλά την ίδια την κοινωνική πρακτική της κατάληψης για λόγους στέγασης που κατάφερε να αναδείξει μία άμεση και ριζοσπαστική διέξοδο από τα σύγχρονα πολλαπλά προβλήματα σε σχέση με την εύρεση κατοικίας. Αφού λοιπόν, καταστάθηκαν οι καταλήψεις στέγης μεταναστών, ήρθαν στο στόχαστρο όσες καταλήψεις είχαν κοινωνικές αλλά και πολιτικές σχέσεις με μετανάστες δομώντας παραδείγματα κοινού αγώνα αλλά και όσες αποτελούσαν πρόβλημα για την ανάπτυξη διάφορων γειτονιών του κέντρου.

Τα αδιέξοδα που προκαλεί το στεγαστικό πρόβλημα και η διαχείρισή του, κυρίως τον τελευταίο καιρό, ωθούν σε μια όλο και αυξανόμενη ένταση στην αναζήτηση τρόπων επιβίωσης και παρεμβολής στη νέα συνθήκη της κατοικίας. Κυρίως στην Αθήνα και σε περιοχές που το πρόβλημα εντείνεται, το πεδίο αγώνα γύρω από το πρόβλημα της κατοικίας έχει ανοίξει με συζητήσεις, εκδηλώσεις και διαμαρτυρίες υποκειμένων που προσπαθούν να συλλογικοποιήσουν τις αρνήσεις τους και να απαντήσουν στον εκβιασμό του ενοικίου, είτε στη βάση της γειτονιάς, είτε της κοινής ανάγκης για στέγαση (πχ Ανοιχτή Συνέλευση Κατοίκων Πετραλώνων-Θησείου-Κουκακίου, Γραμμή 15, Συνέλευση ενάντια στον εκβιασμό του ενοικίου, Συνέλευση πόλης 790, ενώ στη Θεσσαλονίκη με το ζήτημα της στέγασης έχει καταπιαστεί η ΛΟΥΠΑ-κοινότητα συνάντησης και αγώνα φοιτητριών, ανέργων, επισφαλών και χαμένων παιδιών).

Βέβαια, θα μπορούσαμε να πούμε ότι από την έναρξη της πανδημίας της covid-19 και έπειτα παρατηρείται σε παγκόσμιο επίπεδο μία (πιθανώς) εφήμερη επιστροφή στις μακροχρόνιες μισθώσεις. Τα διαθέσιμα σπίτια προς ενοικίαση φαίνεται πως αυξήθηκαν σε αρκετές πόλεις λόγω της πολύ μεγάλης απουσίας τουριστών, ωστόσο τα νοίκια παρέμειναν ακριβά και αν πριν μας ήταν δύσκολο να πληρώσουμε νοίκι και λογαριασμούς τώρα μας φαίνεται γολγοθάς. Ζούμε σε μία συνθήκη όπου οι ιδιοκτήτες μετά και από την εμπειρία του Airbnb φαίνεται να είναι απρόθυμοι να υποτιμήσουν την αξία των ακινήτων τους, ενώ ταυτόχρονα οι καθημερινές μας ανάγκες συνεχίζουν να μας πιέζουν. Το κράτος από την άλλη, για να αποφύγει μεγάλες εντάσεις όπως μαζικές αρνήσεις πληρωμών ενοικίου, ανακοίνωσε υποχρεωτική κατά 40% μείωση του ενοικίου της κύριας κατοικίας για τους/τις εργαζόμενους/ες που τίθενται σε αναστολή σύμβασης εργασίας. Φυσικά από το μέτρο αυτό βγαίνουν και πάλι κερδισμένοι οι ιδιοκτήτες, καθώς, οριοθετείται κρατικά η μείωση ενοικίου και άρα καθίσταται πολύ δυσκολότερη η όποια διαπραγμάτευση για περαιτέρω μείωση ή άρνηση πληρωμής του ενοικίου από την πλευρά των ενοικιασ(ρι)ών. Ταυτόχρονα, οι ιδιοκτήτες πέρα από το 60% του ενοικίου, τους επιστρέφεται με τη μορφή έκπτωσης από τη φορολογία ένα κομμάτι του 40% της μείωσης. Στη μείωση του ενοικίου βέβαια, δεν συμπεριλαμβάνονται όσες είμαστε άνεργες, όσοι αναγκαζόμαστε να δουλεύουμε μαύρα ή χάσαμε τη δουλειά μας. Ενώ, όσες παίρνουμε το επίδομα της αναστολής εργασίας πασχίζουμε με 534 ευρώ να τα βγάλουμε πέρα με τα νοίκια και τους λογαριασμούς που παρά την πανδημία συνεχίζουν να τρέχουν.

Καθ' όλη τη διάρκεια της covid-19 κεντρικό μότο της κρατικής καμπάνιας για τον κορονοϊό αποτέλεσε το «Μένουμε Σπίτι». Το οποίο για πολλούς και πολλές σημαίνει δουλεύουμε από το σπίτι, παρακολουθούμε μαθήματα από το σπίτι, διασκεδάζουμε στο σπίτι και γενικώς κάνουμε αναγκαστικά τα πάντα στον χώρο του σπιτιού. Βλέπουμε λοιπόν, ότι στον χώρο

του σπιτιού συμπυκνώθηκαν όλες οι σφαίρες δραστηριοτήτων, από την εργασία και την εκπαίδευση, μέχρι τη διασκέδαση και την κατανάλωση, αναδεικνύοντας πάρα πολύ έντονα τη σημασία της ποιότητας και του χώρου στον οποίο ζούμε. Είναι λοιπόν, διαφορετικό να ζούμε σε ένα ευρύχωρο και ευήλιο σπίτι, με κήπο και πολλά δωμάτια (όπως αυτό που έμενε ο Σπύρος Παπαδόπουλος στο διαφημιστικό σποτ¹⁴ του «Μένουμε Σπίτι») και διαφορετικό να ζούμε σε ένα σκοτεινό και μικρό διαμέρισμα, συχνά χωρίς θέρμανση ή πρόσβαση στο ίντερνετ. Φυσικά το «Μένουμε Σπίτι» προϋποθέτει και να έχουμε σπίτι, πόσο μάλλον ένα σπίτι στο οποίο μπορούμε να καλύψουμε ένα κομμάτι των αναγκών και επιθυμιών μας. Βλέπουμε λοιπόν, ότι το περίφημο σποτ δεν λογαριάζει όλους εκείνους που δεν έχουν σπίτι, τους άστεγους, τις μετανάστριες που στοιβάζονται στα κάμψ, ούτε εκείνες για τις οποίες το σπίτι είναι ένας χώρος επικίνδυνος. Όταν όμως δεν νιώθουμε καλά με το να μένουμε σπίτι, όταν για πολλές το σπίτι είναι επικίνδυνο λόγω της βίας που μπορεί να υφίστανται καθημερινά, όταν κάποιοι έχουν μείνει άνεργοι ή δουλεύουν ανασφάλιστες και πασχίζουν να καλύψουν το κόστος των όλο και αυξανόμενων ενοικίων, όταν συνεχίζουν να υπάρχουν άστεγες και οι μετανάστες στοιβάζονται στα κάμψ, τότε καταλαβαίνουμε ότι το μότο «Μένουμε Σπίτι» δεν μπορεί να μας συμπεριλάβει όλες.

V. Η ανάγκη για δημόσιο χώρο¹⁵

Παράλληλα με το αίτημα για την αξιοποίηση των άδειων κτιρίων βρίσκεται πάντα και αυτό για την αξιοποίηση ή διεκδίκηση του δημόσιου χώρου – ανάλογα από ποια σκοπιά διαβάζεται το αίτημα. Όταν μιλάμε για δημόσιο χώρο, δεν εννοούμε τον απλά «κοινόχρηστο» και γίνεται εδώ η διάκριση, καθώς πολλές φορές οι δυο αυτές έννοιες συγχέονται, είτε για χάρη απλοποίησης, είτε και σκόπιμα. Κοινόχρηστος χώρος για παράδειγμα μπορεί να είναι η αυλή ενός εστιατορίου, ο χώρος με τα τραπεζάκια μιας καφετέριας ή το αίθριο ενός εμπορικού κέντρου, αλλά σε καμία περίπτωση δεν είναι και δημόσιοι αυτοί οι χώροι καθώς υπόκεινται σε κάποια ιδιοκτησία και σε συγκεκριμένους εμπορευματικούς σκοπούς.

Εμείς, όταν μιλάμε για δημόσιο, εννοούμε τον χώρο εκείνο, που δεν είναι επικερδής με τους όρους του κεφαλαίου, λόγος για τον οποίο διακρίνεται τόσο η απαξίωσή του όσο και οι προσπάθειες εμπορευματοποίησης και ελέγχου του. Στις πόλεις μας υπάρχει τρομακτική έλλειψη σε δημόσιο χώρο και αυτό έγινε ακόμα πιο εμφανές στην περίοδο που διανύσαμε –και διανύουμε– καθώς, από τη στιγμή που ξεκίνησαν τα λοκντάουν βρεθήκαμε όλοι μας σε μια αναζήτηση δημόσιων ελεύθερων χώρων, πάρκων, πλατειών, γηπέδων για να κυκλοφορήσουμε, εκτονωθούμε, κοινωνικοποιηθούμε κοκ. Απαραίτητες ανάγκες τις οποίες δεν μπορούν –και ούτε θα έπρεπε– να καλύψουν οι περιφραγμένοι ιδιωτικοί χώροι, ούτε αυτοί των καταστημάτων και των καφέ.

Ο δημόσιος χώρος δεν μπορεί από μόνος του να αποτελέσει κέρδος. Παρόλα αυτά μπορεί –υπό τις κατάλληλες προϋποθέσεις και αναπλάσεις φυσικά– να αποτελέσει δέλεαρ και τουριστική ατραξιόν. Μπορεί να διαφημιστεί ως χώρος ανάτασης και ευεξίας και να παίξει τον ρόλο του στα παιχνίδια εντυπωσιασμού και ανταγωνισμού των πόλεων. Έτσι, ακόμα και ο διαθέσιμος «ελεύθερος» δημόσιος χώρος που διαθέτουν οι πόλεις είναι σε μεγάλο βαθμό κατευθυνόμενος προς εξυπηρέτηση συγκεκριμένων συμφερόντων –βλ. Μεγάλος Περίπατος, ανάπλαση για τα καταστήματα στον πεζόδρομο της Αγίας Σοφίας.

Σε αυτά τα πλαίσια ακόμα πιο έντονη είναι η –χωρίς όρια– κατάληψη πεζοδρομίων και πλατειών από αμέτρητα τραπεζοκαθίσματα καταστημάτων που έχουν εξαφανίσει πλέον

14. <https://www.youtube.com/watch?v=F615LZYhZ48>.

15. Η συγγραφή του κειμένου αυτού ολοκληρώθηκε τον Μάρτη του 2021, ως εκ τούτου οι όποιες συγκρούσεις αναφορικά με τον δημόσιο χώρο που συνέβησαν στην πόλη της Θεσσαλονίκης το αμέσως επόμενο διάστημα δεν έχουν συμπεριληφθεί στην ανάλυση του κειμένου.

κάθε δίοδο στους πεζούς. Στα χρόνια του κορονοϊού το φαινόμενο αυτό πήρε μεγαλύτερες διαστάσεις, καθώς είδαμε τη συρρίκνωση του ήδη περιορισμένου δημόσιου χώρου. Με πρόσχημα την τήρηση των αποστάσεων και τα μέτρα κατά της διάδοσης του ιού, επιτυγχάνονταν η περαιτέρω κερδοφορία των μαγαζιών καθώς δεν μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν σε μεγάλο βαθμό τους εσωτερικούς χώρους. Το γεγονός ότι από την πρώτη στιγμή κίολας «έκλεισαν» και περιόρισαν την πρόσβαση σε όλους τους δημόσιους χώρους όπως πλατείες, πάρκα, παιδικές χαρές, την παραλία της Θεσσαλονίκης, μέχρι και στο δάσος του Σέιχ Σου, ενώ πολλές από τις επιχειρήσεις και τα τουριστικά καταλύματα συνέχιζαν τη λειτουργία τους, αποτελεί δείγμα τόσο της κατευθυνόμενης χρήσης του δημόσιου χώρου όσο και της προσπάθειας ελέγχου του.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα όπου στη συγκυρία του κορονοϊού και στα πλαίσια ελέγχου της πανδημίας είχαμε εκδιώξεις και καταστολή νέων που χρησιμοποιούσαν τον δημόσιο χώρο (πλατεία Καλλιθέας στη Θεσσαλονίκη, πλατεία Αγίου Γεωργίου και πλατεία Αγίας Παρασκευής στην Αθήνα κλπ) για κοινωνικές ανάγκες, ενώ παράλληλα βλέπαμε φιέστες στα εγκαίνια της πλατείας Ομονοίας με εικόνες συνωστισμού. Με αποκορύφωμα τα σκηνικά απρόσκοπτης βίας, ελέγχου και καταστολής στην πλατεία της Νέας Σμύρνης προς όλους τους χρήστ(ρι)ες τις πλατείας ανεξάρτητα της κοινωνικής και ηλικιακής ομάδας στην οποία ανήκουν.

Ο έλεγχος στον δημόσιο χώρο παίρνει πολλαπλές μορφές ανάλογα με τη συγκυρία και τους χρήστες του. Στην πραγματικότητα έχουμε μια συνεχόμενη καταπάτηση του δικαιώματος πρόσβασης και ελεύθερης έκφρασης στον δημόσιο χώρο και φυσικά του δικαιώματος στην πόλη που τείνουν να προβάλλουν ως επιχείρημα σε διάφορες προεκλογικές καμπάνιες κατά καιρούς δημοτικοί συνδυασμοί. Βλέπουμε όλο και περισσότερους περιορισμούς στη χρήση και πρόσβαση στον δημόσιο χώρο ακόμα και με πολύ πρακτικούς όρους όπως οι περιφράξεις, οι κάμερες και η φύλαξη σε πάρκα, παιδικές χαρές και χώρους αναψυχής. Ιδιαίτερα ανησυχητικό είναι το παράδειγμα των παιδικών χαρών, όπου με το πρόσχημα της προστασίας των παιδιών από οτιδήποτε το «διαφορετικό» μπαίνει ένα ακόμη λιθαράκι στην κοινωνική νομιμοποίηση για περαιτέρω έλεγχο και περίφραξη των δημόσιων χώρων. Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι χώροι διαμορφώνονται με μια περίκλειστη λογική, περιφραγμένοι με κάγκελα σε όλη την έκτασή τους και συγκεκριμένη είσοδο η οποία κλειδώνει συγκεκριμένες ώρες εντάσσοντας όλο τον χώρο υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις χρήσης του και από συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, αποκλείοντας οποιαδήποτε άλλη –πέρα από τα «αποδεκτά» πλαίσια χρήση.

Έτσι ο δημόσιος χώρος υπόκειται σε συγκεκριμένα πρότυπα χρήσης, όπου ορισμένες κοινωνικές ομάδες όπως μετανάστες, χρήστες ουσιών, άστεγοι και σεξεργάτριες δεν ταιριάζουν. Επιπλέον, στα εμπορευματικά πρότυπα που προωθούνται δεν χωράνε οι υπόλοιπες χρήσεις το οποίο μπορεί να συμπεριλαμβάνει πολιτικές – πολιτιστικές εκδηλώσεις, συνελύσεις γειτονιάς και ομάδων, εξωθεσμικές και αυτόνομες δράσεις, άραγμα νέων και λοιπά, γεγονός το οποίο περιορίζει την ελεύθερη έκφραση και πρόσβαση στον δημόσιο χώρο. Είναι χαρακτηριστικό ότι διαφορετικές εθνοτικές ομάδες χρησιμοποιούν και οικειοποιούνται με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους τον δημόσιο χώρο και είναι συχνό το φαινόμενο εκδίωξής τους από αυτόν ή της σκόπιμης υποβάθμισης των συγκεκριμένων χώρων από τη στιγμή που δεν ταιριάζουν στην «καθαρόαιμη ελληνική κουλτούρα». Έτσι, η πρόσβαση και χρήση του δημόσιου χώρου, όχι μόνο δεν είναι ελεύθερη, αλλά και καθοδηγούμενη, μέσω των προτύπων που προωθούνται.

Μέσα σε αυτά τα πλαίσια βρίσκεται και η νέα κίνηση για περιορισμό και έλεγχο των πανε-

πιστημίων, μέσω της πανεπιστημιακής αστυνομίας και το κλείσιμο των χώρων. Στην ουσία αφαιρείται ένα κομμάτι του δημόσιου χώρου και μάλιστα αρκετά σημαντικό από την ίδια την πόλη. Συγκεκριμένα στη Θεσσαλονίκη ο αποκλεισμός του ΑΠΘ από τη δημόσια χρήση όχι μόνο δημιουργεί ένα μεγάλο λειτουργικό κενό στην πολιτική, πολιτισμική και κοινωνική ζωή της πόλης, αλλά και δυσχεραίνει την καθημερινή ζωή των χρηστών του και των διερχομένων, μιας και λειτουργεί ως αναπόσπαστο κομμάτι του αστικού δικτύου.

Εκτός από το ζήτημα της πρόσβασης, χρήσης και του ελέγχου του δημόσιου χώρου, τίθεται και το ζήτημα της προσβασιμότητας είτε αυτό αφορά συγκεκριμένες πρακτικές όπως κλειστά πάρκα και παιδικές χαρές, είτε αφορά την ανεμπόδιστη κυκλοφορία στο σύνολο των δημόσιων χώρων. ΑμΕΑ, γονείς με καροτσάκια και ηλικιωμένοι έχουν μειωμένη πρόσβαση καθώς δεν υπάρχουν οι απαραίτητες υποδομές, όπως ράμπες για ΑμΕΑ, αναβατόρια και κεκλιμένα επίπεδα. Επιπλέον, η μετακίνηση των παραπάνω ομάδων γίνεται ακόμη πιο δύσκολη στην πόλη εξαιτίας των στενών πεζοδρομίων, των τραπεζοκαθισμάτων που απλώνονται σε όλο το πλάτος των πεζοδρομίων και των παρκαρισμένων αυτοκινήτων σε ράμπες και θέσεις ΑμΕΑ. Σαν να μην έφτανε αυτό στη συγκυρία του κορονοϊού είδαμε τη μεγαλύτερη εξάπλωση των τραπεζοκαθισμάτων και των νέων αδειών τους με τη δικαιολογία των μέτρων προστασίας, που καθιστά τη μετακίνηση αυτών των ομάδων οριακά αδύνατη.

VI. Αντί επιλόγου – η αναζήτηση του χαμένου χώρου

Ύστερα από αυτή τη σύντομη παρουσίαση σε σχέση με την εφαρμογή των νεοφιλελεύθερων πολιτικών και τις αλλαγές που υφίστανται οι πόλεις, θα μπορούσαμε να σκεφτούμε ότι το μέλλον μοιάζει όλο και πιο ζοφερό, ότι οι πόλεις γίνονται όλο και πιο καθαρές και αποστειρωμένες, μονάχα για να εξυπηρετούν την παραγωγή και την κατανάλωση, όπου η διαβίωση για τους κατοίκους της πόλης είναι όλο και πιο δύσκολη.

Οι πόλεις όμως δεν διαμορφώνονται μονάχα από το κεφάλαιο, αλλά ανέκαθεν αποτελούσαν ένα πεδίο σύγκρουσης διαφορετικών πολιτικών και κοινωνικών πρακτικών. Οι πόλεις και οι γειτονιές διαμορφώνονται και από τους ανθρώπους, τον τρόπο που κινούνται και ζουν, τα μέρη στα οποία συναντιούνται και κοινωνικοποιούνται, τους τόπους όπου διαρρηγνύεται η γραμμικότητα του χρόνου, εκεί που ξεδιπλώνονται οι επιθυμίες μας. Η αντίληψη λοιπόν, για την πόλη και τον χώρο περιλαμβάνει την ξεδίπλωση μίας συναισθηματικής, σωματικής και ζωντανής εμπειρίας, τόσο ατομικής, όσο και συλλογικής, περιλαμβάνει την αίσθηση του πάθους και της δράσης, τις καθημερινές πρακτικές και όλες εκείνες τις ιδιαίτερες στιγμές που χαράσσουν στη μνήμη μας τη θύμηση ενός χώρου.

Γι' αυτό λοιπόν, η πόλη αποτελεί για εμάς ένα από τα πεδία που εδαφικοποιούνται οι αρνήσεις και οι επιθυμίες μας, από τους αγώνες για τη μείωση των ενοικίων και τις καταλήψεις στέγης, μέχρι την εναντίωση στον εξευγενισμό και την τουριστικοποίηση, από την εναντίωση στην «καθαρότητα» και την αποστείρωση των γειτονιών μας, μέχρι την οικειοποίηση και απελευθέρωση του δημόσιου χώρου.

Τώρα όσο ποτέ άλλοτε, ο χώρος και κυρίως ο δημόσιος αποτελεί το μέρος όπου οι άνθρωποι μπορούν να ανασάνουν• το μέρος που μπορούν να ξεφύγουν από το σπίτι και την κλεισούρα, όπου μπορούν να συναντηθούν ξεπερνώντας τον φόβο και να σπάσουν τη ροή της καθημερινότητας που περιορίζεται στη δουλειά και το σπίτι• είναι εκεί όπου πορευόμενοι μαζί με άλλες, οι «άσκοπες μετακινήσεις» αποκτούν νόημα. Τους τελευταίους μήνες αυτή η ανάγκη να βρεθούμε στον δημόσιο χώρο εδαφικοποιήθηκε στο campus του ΑΠΘ όπου οι φοιτητικές καταλήψεις κατάφεραν να «απελευθερώσουν» ένα μεγάλο κομμάτι δημόσιου και ανοικτού χώρου στο κέντρο της Θεσσαλονίκης. Οι κατειλημμένες σχολές και οι ατελείωτες συνελύσεις, το άραγμα στα γρασίδια και το ασταμάτητο βόλεϊ, οι βόλτες και τα ραντεβού στην πλατεία χημείου αποτέλεσαν μερικές από τις στιγμές που καταφέραμε να πάρουμε πίσω τον κλεμμένο χωροχρόνο και να ξανασυναντηθούμε χωρίς φόβο.

Για τη συγγραφή αυτού του κειμένου διαβάστηκαν:

- Φάμπρικα Υφανέτ, *Νεοφιλελεύθερες αστικές πολιτικές, εξευγενισμός, δημιουργικές πόλεις και citybranding*.
- Φάμπρικα Υφανέτ, *Φεστιβαλοποίηση των πόλεων, Μια κριτική στη Documenta και στη θεσμική ενσωμάτωση της τέχνης*.
- Λούπα, *Συζήτηση για τη στέγαση, 2019*.
- Περιοδικό *Κομπρεσέρ*, για την πόλη και τον χώρο, τεύχη 1-8.
- Περιοδικό *Γραμμή 15*, τεύχη 1-3.
- David Harvey, *Το δικαίωμα στην πόλη*.
- Μπάσταρδες με μνήμη, *Καλωσήρθατε στο Gentrification*.
- Τα παιδιά της Γαλαρίας, *«Ευγενίζοντας» τους πληβείους, (ορισμένες) διαδικασίες «κυριοποίησης» στην Αθήνα*.
- RosaNera, *Τουριστικοποίηση ενάντια στην κοινωνία, 2017*.
- Ομάδα Αυτόμορφωσης για το Κεφάλαιο του Μαρξ, Μάθημα 43ο: Αστεοποίηση του κόσμου και χωροχρονική δυναμική του καπιταλισμού, Α: Παραγωγή του χώρου και γαιοπρόσδοος.
- Γρέζι, *Τουριστικοποίηση και το φαινόμενο του airbnb*.
- <https://akea2011.com/2020/07/15/megalosperipatosgentrification/>
- <https://www.athenssocialatlas.gr>



