

ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ | ΣΧΟΛΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ Β: ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑ – ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αντικρουόμενες εικόνες στο Μεταξουργείο

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΚΥΡΙΑΡΧΟΥ ΛΟΓΟΥ ΣΤΗ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΚΟΝΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ

ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΜΠΑΡΟΥΞΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ ΚΟΥΤΡΟΛΙΚΟΥ

ΜΕΛΗ ΤΡΙΜΕΛΟΥΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ | ΜΑΡΙΑ ΜΑΡΚΟΥ, ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΗΣ

Περίληψη

Αυτή η διπλωματική εργασία καταπιάνεται με θεματικές που έχουν να κάνουν με τη δημιουργία εικόνων, τη λειτουργία της ιδεολογίας- κυρίαρχης και μη-, τη χρήση του λόγου και το χώρο της πόλης. Διερευνώνται οι μηχανισμοί, είτε αυτοί είναι ορατοί είτε όχι, που αξιοποιούν οι παραπάνω θεματικές, καθώς και οι μεταξύ τους σχέσεις.

Η εικόνα της πόλης είναι μια σύνθεση ερεθισμάτων που ο καθένας αντιλαμβάνεται και επεξεργάζεται ατομικά, ανάλογα με το βαθμό που ενσωματώνει τη μια ή την άλλη ιδεολογία. Η κάθε ιδεολογία με τη σειρά της χρησιμοποιεί συγκεκριμένες μεθόδους και μέσα, στην προσπάθειά της να επηρεάσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κοινωνικό δυναμικό. Ο λόγος που διαρθρώνει ο φορέας της κάθε ιδεολογίας παίζει πολύ κομβικό ρόλο στη διαμόρφωση μιας εικόνας στην αντίληψη του δέκτη. Έτσι μπορεί κανείς να πει ότι, η εικόνα που έχει κανείς για ένα χώρο, είναι η διαμόρφωση της αντίληψης μέσα από πληροφορίες που διηθίζονται από πληθώρα ιδεολογικών φίλτρων του κάθε ατόμου.

Το Μεταξουργείο είναι μια περιοχή που όλα τα παραπάνω βρίσκουν εφαρμογή, συνθέτοντας εικόνες αντιφατικής μεταξύ τους φύσης. Οι παράγοντες σύνθεσης αυτών των εικόνων βρίσκουν έδαφος στις μεταλλαγές που έχει υποστεί η φυσιογνωμία της περιοχής με την πάροδο των χρόνων. Το Μεταξουργείο έχει επιλεγεί ως περιοχή μελέτης, όχι ως δείγμα που μπορεί να γενικευτεί σε κάθε περίπτωση, αλλά ως γειτονιά με πληθώρα διαφορετικών χαρακτηριστικών και έντονο το στοιχείο προσπάθειας επιβολής μιας συγκεκριμένης εικόνας.

Τα ΜΜΕ στην πλειοψηφία τους, ως βασικός ιδεολογικός μηχανισμός του κράτους, αναλαμβάνουν το κομμάτι διάδοσης πληροφοριών που βοηθούν σε μεγάλο ποσοστό στην καθιέρωση της επιδιωκόμενης εικόνας για το Μεταξουργείο. Παρόλα αυτά, δεν είναι ο μοναδικός παράγοντας επίδρασης στην περιοχή, άρα δεν εξαρτάται μόνο από αυτόν η εικόνα της. Η διαμόρφωση των εικόνων είναι αποτέλεσμα της σύγκρουσης των κοινωνικών ομάδων και αυτό είναι μια κατάσταση μεταβλητή στο πέρασμα του χρόνου.

Λέξεις κλειδιά : ιδεολογία, εικόνα, λόγος, αναπαράσταση, Μεταξουργείο, χωρικές-κοινωνικές μεταβολές, κυρίαρχη αφήγηση

Summary

Conflicting images in Metaxourgeio area.

THE ROLE OF IDEOLOGY AND DOMINANT DISCOURSE IN THE IMAGES OF CITY CREATION

The present Post-Graduate thesis analyses thematic issues that concern the creation of images, the function of ideology - sovereign and non-, the use of discourse and the space of city. Mechanisms, whether visible or not, exploited by the above thematic as well as the relations between them are explored.

The image of the city is a synthesis of stimuli that everyone understands and processes individually, depending on the extent to which one or the other ideology is incorporated in. Each ideology in turn uses specific methods and means in its effort to influence as much social forces as possible. The discourse that structures each ideology plays a key role in shaping an image to the receiver's perception. Thus, we can say that the image one has concerning a specific space is the formation of perception through information that is filtered via numerous individual filters.

Metaxourgeio is an area where all the above find application, composing images of contradictory, among them, nature. The composing factors of these images have occurred due to changes the region's characteristics have experienced over the years. Metaxourgeio has been selected as a study area, not as a sample that can be generalized in any case, but as a neighborhood with a variety of different features and an intense element of an effort being made to impose a particular image.

The majority of the Media, as fundamental ideological apparatus of the state, undertake the task of disseminating information that greatly contributes to the establishment of the desired image concerning Metaxourgeio. However, Mass Media, is not the only factor of influencing the region, therefore, its image does not entirely depend on that. The configuration of images is the result of the conflict of social groups and this is a variable state over time.

Key-words:

Ideology, image, discourse, representation, Metaxourgeio, spatial-social changes, dominant narrative

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
1. ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ, (ΚΥΡΙΑΡΧΟΣ) ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ	5
1.1 ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ	6
α_ η έννοια της ιδεολογίας	6
β_ η σχέση του κυρίαρχου λόγου με την ιδεολογία	7
1.2 ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ	13
α_ προσεγγίσεις του όρου «εικόνα της πόλης»	13
β_ αστική εικόνα, ταυτότητα και μύθος	15
γ_ ερμηνευτικές οπτικές της αστικής έννοιας	16
1.3 ΟΙ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ (ΑΝΑ)ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ	18
α_ πολιτισμικό κεφάλαιο και πολιτιστικές βιομηχανίες	20
β_ αστικό μάρκετινγκ (city branding)	22
1.4 ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ	28
α_ πόλη, αισθητική και gentrifiers	28
β_ το φορτίο των καλλιτεχνών και των «αστικών πρωτοπόρων»	34
2. ΙΣΤΟΡΙΚΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΗΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟΥ	37
2.1 ΤΟ ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟ ΙΣΤΟΡΙΚΑ	37
2.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΗΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	41
2.3 ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟ ΚΑΙ ΚΡΑΤΟΣ	42
α_ 1980-2000	44
β_ 2001-2009	47
γ_ 2010-2016	49
3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	52
3.1 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	53
3.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	55
3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ	56
4. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟΥ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΥΡΙΑΡΧΗ ΑΦΗΓΗΣΗ	61
4.1 ΙΣΤΟΡΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	62
4.2 ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ	65
α_ Oligos	66
β_ ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά	70
4.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ	73
α_ οι εναλλακτικοί-δημιουργικοί χώροι	73
β_ REMAP και communitism	77
γ_ φεστιβάλ χρωμάτων, καρναβάλι, graffiti	80
4.4 ΧΤΙΣΙΜΟ ΕΙΚΟΝΑΣ ΠΑΡΑΚΜΗΣ ΚΑΙ ΦΟΒΟΥ	85
α_ ο «άλλος» κάτοικος	85
β_ εγκληματικότητα, ναρκωτικά	88
γ_ οίκοι ανοχής	90
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	93
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	96
ΠΑΡΑΤΗΜΑ	102

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με μια πρώτη ανάγνωση θα μπορούσε κανείς να πιστέψει ότι η πραγματικότητα σε μια περιοχή είναι αυτό που βλέπει κανείς με τα ίδια του τα μάτια. Είναι όμως αυτό αλήθεια; Ή είναι ίσως η αυτοψία μόνο μια πτυχή της πραγματικότητας, μια ερμηνεία του περιβάλλοντος σύμφωνα με ερεθίσματα που από πριν είναι εντυπωμένα στο μυαλό του καθενός; Σίγουρα το ορατό είναι ένα κομμάτι της εικόνας, δεν είναι όμως το σύνολο. Η κάθε είδους εικόνα ή άποψη που σχηματίζει κανείς για μια περιοχή δεν είναι αποκλειστικά το αποτέλεσμα ενός οπτικού ερεθίσματος. Αντίθετα η εικόνα χτίζεται μέσα από ένα περίπλοκο σύνολο παραγόντων που επιδρούν στον καθένα ατομικά, επηρεάζοντάς τον ως προς την ιδέα που έχει για την περιοχή. Ποιο είναι όμως αυτό το πλέγμα παραγόντων, ποιοι είναι οι μηχανισμοί που χρησιμοποιούν οι παράγοντες αυτοί και εν τέλει πώς λειτουργούν αυτοί οι μηχανισμοί για τη διαμόρφωση ενός αποτελέσματος; Αυτά είναι τα ερωτήματα που πυροδότησαν την υπόθεση εργασίας, στο βαθμό που ο καθένας εγκαλείται ατομικά από την **ιδεολογία**, πώς οι **κρατικοί μηχανισμοί** που επιστρατεύονται επενεργούν στη **διαμόρφωση μιας συγκεκριμένης αίσθησης, εικόνας, άποψης, οπτικής για μια περιοχή του κέντρου της πόλης**.

Ως παράδειγμα περιοχής προς διερεύνηση των παραπάνω ερωτημάτων επιλέχθηκε το Μεταξουργείο, μια περιοχή του αθηναϊκού κέντρου με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Το Μεταξουργείο εμφανίζει μια εικόνα με πολλαπλές πτυχές. Οι πολλαπλές αυτές πτυχές είναι αφενός αντανάκλαση των τάσεων μετασχηματισμού που δέχεται, ειδικά τα τελευταία χρόνια, και αφετέρου της φυσιογνωμίας που έχει διαμορφώσει ιστορικά. Επίσης διαθέτει μια ενδιαφέρουσα ποικιλία όσον αφορά το κοινωνικό δυναμικό του, πράγμα που προσδίδει στην περιοχή πολυπολιτισμική κουλτούρα και χαρακτηριστικά. Τέλος πρόκειται για μια συνοικία, που στο πέρασμα του χρόνου έχει στεγάσει μια σχετική ποικιλία λειτουργιών και δραστηριοτήτων που έχουν αφήσει το στίγμα τους στο χώρο της. Οι τάσεις μετασχηματισμών και οι πιέσεις που δέχεται, έχουν τις ρίζες τους στον ανταγωνισμό κοινωνικών ομάδων και πολιτικών πρακτικών, έτσι όπως αυτές μεταφράζονται στο μητροπολιτικό κέντρο της Αθήνας. Σημαντικό κομμάτι αυτών των πρακτικών αποτελούν η κρατική πολιτική καθώς και οι επενδυτικές κινήσεις που γίνονται στα πλαίσια δημιουργίας νέων πολιτιστικών γειτονιών, ειδικά εν μέσω κρίσης.

Συνεπώς, βλέπει κανείς ότι η γειτονιά του Μεταξουργείου καλύπτεται από ένα σύνθετο πλέγμα αντιθέσεων που απλώνονται σε όλες τις εκφάνσεις της καθημερινότητας σε υλικό και σε ιδεολογικό επίπεδο. Οι αντιθέσεις αυτές συμβάλουν στη δημιουργία εικόνων που βρίσκονται άλλες φορές περισσότερο και άλλες φορές λιγότερο σε σύγκρουση μεταξύ τους. Στις αντιθέσεις αυτές υπάρχει η κυρίαρχη και η δευτερεύουσα πλευρά. **Στη βάση αυτής της αντίθεσης στηρίζεται και η υπόθεση εργασίας, κατά την οποία, στο Μεταξουργείο γίνεται προσπάθεια να επιβληθεί μια κυρίαρχη εικόνα, που προβάλλεται από συγκεκριμένους φορείς και έρχεται σε πλήρη σύγκρουση με τις προϋπάρχουσες συνθήκες της γειτονιάς, διεμβολίζοντας μια πρότερη φυσιογνωμία, εις βάρος των χαμηλότερων οικονομικά κοινωνικών στρωμάτων, που είναι και η μεγαλύτερη πληθυσμιακά μερίδα της περιοχής.**

Για την προσέγγιση της υπόθεσης αυτής, γίνεται σκιαγράφηση του υποβάθρου, πάνω στο οποίο στήθηκε η μέχρι πρότινος εικόνα. Δίνεται έμφαση στον κρατικό και κεφαλαιακό παρεμβατισμό, με τις διαφορετικές όψεις του ανά συγκυρία.

Σημαντικό στοιχείο αποτελεί και ο κυρίαρχος λόγος, τα ιδεολογήματα από τα οποία διαπνέεται και οι συνθήκες αναπαραγωγής του. Επιπρόσθετα προσεγγίζεται η έννοια

της αναπαράστασης μέσω της εικόνας. Ο λόγος αντιμετωπίζεται ως συστατικό στοιχείο μορφοποίησης της εικόνας. Διερευνάται ο ρόλος αυτού του συμπλέγματος στη δημιουργία αναπαραστάσεων στην κατασκευή και ανακατασκευή της εικόνας της πόλης. Στα πλαίσια αυτά, αναφορά γίνεται και σε συγκεκριμένες συνιστώσες του εξευγενισμού.

Επιδιώκεται η **ανάγνωση του παρόντος του Μεταξουργείου, ως αντανάκλαση της κυρίαρχης αφήγησης**, το αποτέλεσμα της οποίας είναι η διαμόρφωση συγκεκριμένων οικονομικών, κοινωνικών και πολιτικών συσχετισμών, που αφήνουν το αποτύπωμά τους στο χώρο και τον κοινωνικό ιστό. Για αυτόν το λόγο αναλύεται ο ρόλος των φορέων που λαμβάνουν κυρίαρχα μέρος στις αντικρουόμενες τάσεις σχηματισμών της περιοχής.

1. ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ, (ΚΥΡΙΑΡΧΟΣ) ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, στοιχείο κλειδί στη διαδικασία διαμόρφωσης εικόνων αποτελεί ο κυρίαρχος λόγος. Τις συνθήκες εκφοράς του, η αστική τάξη δεν τις επινόησε εν μια νυκτί, αλλά είναι αποτέλεσμα πολλαπλών διεργασιών και δοκιμών πάνω στις οποίες πειραματίστηκε για να βρει το κατάλληλο μείγμα λόγου που θα αναπαρήγαγε μέσω των ιδεολογικών μηχανισμών της για να διατηρεί την κυριαρχία της. Το ζήτημα είναι ότι, ο κυρίαρχος λόγος τείνει, καθόλου ακούσια, να συγχέει τη σχέση αιτίου-αιτιατού, παραμερίζοντας και μη αντιμετωπίζοντας τις πραγματικές αιτίες που εξαρχής δημιούργησαν τα προβλήματα. Αυτό συμβαίνει καθώς, η ίδια διαδικασία-καπιταλιστική παραγωγή και συναλλαγή- μπορεί να εκφραστεί εντός ενός διαφορετικού ιδεολογικού πλαισίου, με τη χρήση διαφορετικών «συστημάτων αναπαράστασης»(Hall St.,1986). Υπάρχει ο λόγος της αγοράς, ο λόγος της παραγωγής, ο λόγος των κυκλωμάτων...Κάθε ένα παράγει ένα διαφορετικό ορισμό του συστήματος. Το καθένα επίσης μας τοποθετεί διαφορετικά- ως εργάτη, καπιταλιστή, μισθωτό, παραγωγό, καταναλωτή κλπ. Το καθένα μας καθιστά ως κοινωνικούς δρώντες ή ως μέρος μιας κοινωνικής ομάδας σε μια συγκεκριμένη σχέση με τη διαδικασία και υπαγορεύει συγκεκριμένες κοινωνικές ταυτότητες για εμάς. Η παραπάνω κατηγοριοποίηση, με άλλα λόγια, καθορίζει τη σχέση του ατόμου με την περιγραφή της διαδικασίας, ανάλογα με το πώς αυτή η διαδικασία απεικονίζεται στο λόγο. Όλες οι περιγραφές έχουν πραγματικά αποτελέσματα και υλική αποτύπωση, καθώς το πώς δρούμε σε διαφορετικές καταστάσεις εξαρτάται από το ποια είναι η ερμηνεία μας για την κάθε κατάσταση. Ο εργοδότης, για παράδειγμα, θα περιγράψει τον κύκλο εργασιών μιας εταιρίας διαφορετικά από ότι θα το κάνει ο εργαζόμενος. Αυτό συμβαίνει γιατί η θέση τους είναι διαφορετική και τα ιδεολογικά κριτήρια ερμηνείας της ίδιας διαδικασίας είναι διαφορετικά για τον καθένα. Παρόλο που και οι δυο θα περιγράφουν την ίδια διαδικασία, θα επιλέξουν ένα διαφορετικό λεκτικό σύστημα αναπαράστασης ο καθένας.

Όσον αφορά τους τρόπους με τους οποίους παράγεται και προβάλλεται ο κυρίαρχος λόγος στο αστικό τοπίο, ο Ashworth υποστηρίζει ότι η απάντηση βρίσκεται σε τρεις βασικές ιδέες, οι οποίες σχετίζονται με την άσκηση της εξουσίας: α) την έννοια της κυρίαρχης ιδεολογίας (Abercrombie,1982), κατά την οποία η κυρίαρχη ομάδα στην εξουσία επιβάλλει τις αξίες της σε μια κυριαρχούμενη υπεξούσια, β) την έννοια της νομιμοποίησης (Habermas, 1996), κατά την οποία τόσο οι κυβερνήσεις, όσο και άτομα χρησιμοποιούν την αστική κληρονομιά ως μέσο για να δικαιολογήσουν την άσκηση εξουσίας, αλλά και την ίδια τους την ύπαρξη επικαλούμενοι συγκεκριμένα 'στιγμιότυπα' του παρελθόντος που απονέμουν αυτό το δικαίωμα, και γ) την έννοια του πολιτισμικού κεφαλαίου (Bourdieu,1977). Περιγράφοντας την διαδικασία αποφόρτισης και απόνομητοδότησης του ιστορικού αστικού χώρου, ο Ashworth εισάγει τις έννοιες τις απαλοιφής και μουσειοποίησης. Με την απαλοιφή περιγράφεται η ακούσια καταστροφή αντικειμένων-συμβόλων, αστικών χώρων, κτιρίων λόγω πολέμου ή φυσικών καταστροφών, αλλά και εκούσια λόγω εκσυγχρονισμού και αλλαγή πολιτικού καθεστώτος. Με την μουσειοποίηση περιγράφεται η αλλαγή της λειτουργικής διάστασης αντικειμένων, αστικών χώρων, κτιρίων και ο μετασχηματισμός σχημάτων έτσι ώστε να γίνουν κατάλληλα προς τουριστική και οικονομική χρήση, ως αντικείμενα προς έκθεση αλλά όχι προς βίωση (Ashworth,2003).

1.1 ιδεολογία

α_ η έννοια της ιδεολογίας

Όσον αφορά το ζήτημα της ιδεολογίας και των μηχανισμών εφαρμογής της έχουν πάρα πολύ μεγάλο ενδιαφέρον οι θέσεις του Αλτουσέρ. Ο Αλτουσέρ ορμώμενος από τη μαρξιστική φιλοσοφία, σύμφωνα με την οποία η παραγωγή καθίσταται αδύνατη αν δεν εξασφαλιστεί η αναπαραγωγή των μέσων παραγωγής, κάνει μια προσπάθεια ψηλάφησης των τρόπων με τους οποίους εξασφαλίζεται η αναπαραγωγή της εργατικής δύναμης, και δίνει έμφαση όχι στους υλικούς (βιολογικούς) όρους, αλλά στους ιδεολογικούς. Οι ιδεολογικοί αυτοί όροι δεν αναφέρονται μόνο στην ανάγκη εξειδίκευσής της, ανάλογα με τις απαιτήσεις του κοινωνικού-τεχνικού καταμερισμού εργασίας στις διάφορες θέσεις και ειδικότητες. Αναφέρονται επιπρόσθετα και στο «κανονιστικό πλαίσιο» που διέπει την εκάστοτε θέση, όπως κανόνες ηθικής, επαγγελματικής συνείδησης, πολιτικής αγωγής, ό,τι δηλαδή κάνει τα άτομα να «σέβονται» τη θέση τους στον καταμερισμό. «Πιο συνοπτικά η αναπαραγωγή της εργατικής δύναμης απαιτεί και την αναπαραγωγή της υποταγής στην κυρίαρχη ιδεολογία από τη μεριά των ηγεμονουμένων, και την αναπαραγωγή της δυνατότητας να χειρίζονται σωστά την κυρίαρχη ιδεολογία οι φορείς της ηγεμονίας, με στόχο να εξασφαλίζουν ακόμα και με το λόγο την κυριαρχία τους» (Althusser, 1999:74).

Σύμφωνα με τον Αλτουσέρ «η ιδεολογία είναι “παράσταση” της φανταστικής σχέσης του ατόμου με τις πραγματικές συνθήκες ύπαρξής του» (Althusser, 1999:101). Στην ιδεολογία, μέσα στην παραμόρφωση που δημιουργεί η φαντασία, τα άτομα φαντάζονται τη σχέση που θα ήθελαν να έχουν με την παραγωγή και τους μηχανισμούς της. Δεν αναπαρίσταται η πραγματική σχέση που έχουν τα άτομα με αυτήν. Οι προεκτάσεις, βέβαια, της παραπάνω θέσης έχουν και υλικότητα. Όχι υλικότητα με την έννοια του χειροπιαστού αντικειμένου, αλλά την υλικότητα των πραγματικών συνθηκών που το άτομο το οποίο φέρει μια ιδεολογία θα ήθελε να βιώνει. Αυτό με τη συνέχειά του επιβάλλει μια εφαρμογή συγκεκριμένων πρακτικών στο «τώρα» από πλευράς του ατόμου, ώστε να τείνουν οι πραγματικές συνθήκες να προσομοιάσουν στις φαντασιακές. Το χαρακτηριστικό της ιδεολογίας είναι ότι εγκαλεί τα άτομα ως υποκείμενα. Λειτουργεί δηλαδή με τέτοιο τρόπο, έτσι ώστε να στρατολογή τον καθένα ξεχωριστά ως ατομικότητα, απευθυνόμενη σε αυτόν και δίνοντάς του ύπαρξη ως υποκείμενο, αποξενώνοντάς τον και αποσυλλογικοποιώντας τον από την τάξη ή ομαδοποίησή του, καθιστώντας τον με κατηγορηματικό τρόπο φορέα της.

Θα μπορούσε κανείς να πει, ότι η ενασχόληση με την πολεοδομία συμπεριλαμβάνει μια δραστηριότητα με έντονο ιδεολογικό στίγμα. Όπως επισημαίνει ο Friedman «ο σχεδιασμός γίνεται από άτομα των οποίων τα βασικά κίνητρα προέρχονται εν μέρει από μια ιδεολογική ανάλυση της λειτουργίας του σχεδιασμού στην κοινωνία. Αυτή επηρεάζει την επιλογή των προβλημάτων προς ανάδειξη, τη μεθοδολογία, και τις προτεινόμενες λύσεις» (Simmie, 1974:180). Από μια φαινομενολογική σκοπιά όλες οι κοινωνικές πρακτικές βασίζονται στον ορισμό και την ερμηνεία των «δεδομένων». Η κοινωνική πρακτική που υλοποιείται μέσα από μια σειρά πράξεων που θεωρούνται λογικές, περνά μέσα από τα ιδεολογικά πλαίσια αναφοράς που έχουν σταδιακά ενσωματωθεί στον καθένα. Αυτά τα πλαίσια αναφοράς είναι το αποτέλεσμα της επιρροής της σύγχρονης κυρίαρχης ιδεολογίας μιας κοινωνίας, μέσω των Ιδεολογικών Μηχανισμών του Κράτους (IMK).

Για να κατανοήσει κανείς καλύτερα την υπόσταση των ΙΜΚ καλό είναι να αναφερθούν λίγα πράγματα για το κράτος και τους μηχανισμούς του γενικότερα. «Σύμφωνα με το Μαρξ, το Κράτος είναι το όργανο της κυριαρχίας, το όργανο της καταπίεσως μιας τάξεως από στην άλλη. Σκοπός του είναι να δημιουργήσει ένα καθεστώς που να νομιμοποιεί και διαιωνίζει αυτήν την καταπίεση, μετριάζοντας τις συγκρούσεις μεταξύ των τάξεων»(Lenin, 2012:5). Το κράτος λοιπόν, είναι αυτό που οι μαρξιστές κλασικοί ονόμασαν «μηχανισμό του κράτους». Ο καταπιεστικός μηχανισμός του κράτους δεν περιλαμβάνει μόνο όργανα του εκτελεστικού, τις ένοπλες δυνάμεις, την αστυνομία, τη δικαιοσύνη, τα δικαστήρια και τα όργανα τους (φυλακές κλπ.) αλλά και το στρατό. Στην κορυφή του καταπιεστικού μηχανισμού βρίσκεται ο αρχηγός του κράτους, η κυβέρνηση και η διοίκηση. Το νόημα του κράτους ως ύπαρξη, συσχετίζεται γύρω από την κρατική εξουσία, την κατάληψη δηλαδή της πολιτικής εξουσίας. Όπως περιγράφει ο Αλτουσέρ, για να ολοκληρωθεί η θεώρηση για το κράτος, είναι απαραίτητο, πέρα από τη διάκριση κρατικής εξουσίας και μηχανισμού του κράτους, να αναλυθεί και μια συμπληρωματική έννοια αυτή των ιδεολογικών μηχανισμών του κράτους. Οι μηχανισμοί αυτοί δε λειτουργούν κυρίως με «βία», όπως ο καταπιεστικός μηχανισμός. Και οι δυο μηχανισμοί λειτουργούν με βία και ιδεολογία, η ειδοποιός διαφορά τους όμως είναι η πρωτοκαθεδρία και η έμφαση που δίνεται στον τρόπο λειτουργίας. Ο καταπιεστικός μηχανισμός λειτουργεί κατά βάση με βία, ενώ οι ιδεολογικοί λειτουργούν πρωτίστως με την ιδεολογία. Αν χρειαστεί να αξιοποιήσουν τη βία, αυτή δεν εμφανίζεται με άμεσο φυσικό τρόπο. Αυτός ο διπλός τρόπος λειτουργίας όμως, είναι αυτός που δημιουργεί και τη σύνδεση ανάμεσα στον καταπιεστικό μηχανισμό και τους ιδεολογικούς μηχανισμούς του κράτους. Πρόκειται για κάποιους θεσμούς, το μεγαλύτερο κομμάτι των οποίων ανήκει στον ιδιωτικό τομέα, στην πλειοψηφία τους δηλαδή δεν είναι πρόσωπα δημοσίου δικαίου, αλλά αποτελούν ιδιωτικούς φορείς. Ο καθοριστικός τρόπος λειτουργίας τους είναι η ιδεολογία, και το ενοποιητικό τους στοιχείο (παρά τις αντιφάσεις που μπορεί να υπάρχουν μεταξύ τους) είναι η κυρίαρχη ιδεολογία, η ιδεολογία των κυρίαρχων τάξεων. Η κυρίαρχη τάξη αξιοποιεί τον καταπιεστικό μηχανισμό ώστε να κατέχει την κρατική εξουσία αφενός, και δραστηριοποιείται μέσω των ΙΜΚ για να διαμορφώσει και να διασπείρει την κυρίαρχη ιδεολογία. Δημιουργείται έτσι ένας κύκλος κατά τον οποίο μια κοινωνική τάξη καταφέρνει να κατέχει την πολιτική εξουσία ασκώντας ηγεμονία μέσα των ΙΜΚ και αντιστοίχως ασκώντας την ηγεμονία αυτή, διατηρεί πιο εύκολα την πολιτική εξουσία.

Με μια εμπειρική συγκέντρωση, τέτοιοι θεσμοί είναι:

- Ο Θρησκευτικός (σύστημα εκκλησιών)
- Ο εκπαιδευτικός (σχολεία-εκπαιδευτικά ιδρύματα δημόσια ή ιδιωτικά)
- Ο οικογενειακός
- Ο νομικός
- Ο πολιτικός(πολιτικό σύστημα, κόμματα)
- Ο συνδικαλιστικός
- Τα ΜΜΕ (τηλεόραση, διαδίκτυο, τύπος)
- Ο πολιτιστικός (γράμματα, τέχνες, σπορ, οργανισμοί)

β_ η σχέση του κυρίαρχου λόγου με την ιδεολογία

Η νομιμοποίηση μπορεί να επέλθει μέσα από πολλούς τρόπους. Αυτοί οι τρόποι περιλαμβάνουν τις διαδικασίες όπου τα άτομα θα κατηγοριοποιηθούν σε ομάδες με

κοινούς κώδικες, θα επιστρατευθούν οι αυθεντίες στις οποίες θα γίνει επίκληση, τα ΜΜΕ θα γίνουν ο συνδετικός κρίκος του κοινού με τη δημόσια σφαίρα.

Ο Γκράμσι χρησιμοποιεί τη λέξη πολιτισμική ηγεμονία για να περιγράψει τους τρόπους με τους οποίους η εξουσία κερδίζει τη συναίνεση εκείνων τους οποίους υποτάσσει. Η ιδεολογία δεν ταυτίζεται με την ηγεμονία. Η ηγεμονία μπορεί να υφίσταται μέσω πολιτισμικών, πολιτικών, και οικονομικών μορφών, ασκούμενη μέσα από συγκεκριμένες πρακτικές και εκφραζόμενη από συγκεκριμένη ρητορεία-φρασεολογία. «Η ηγεμονία δεν είναι κάποιο πετυχημένο είδος ιδεολογίας και μπορεί να διακριθεί στις διάφορες ιδεολογικές, πολιτισμικές, πολιτικές και οικονομικές όψεις της. Η ιδεολογία αναφέρεται ειδικά στον τρόπο με τον οποίο οι αγώνες για εξουσία διεξάγονται στο επίπεδο των σημασιών, και παρόλο που τέτοιες σημασίες εμπεριέχονται σε όλες τις διαδικασίες για ηγεμονία, δεν είναι σε όλες τις περιπτώσεις το δεσπίζον επίπεδο το οποίο υποστυλώνει την εξουσία» (Eagleton, 1994:54). Η διατήρηση της ηγεμονίας πρέπει συνεχώς να παλεύεται, καθώς είναι μια διαρκής διαδικασία που εκφράζει σχέσεις μεταξύ αντικρουόμενων πρακτικών. Στη σύγχρονη κοινωνία οι ΙΜΚ παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία κοινωνικού ελέγχου, ενώ οι καταπιεστικοί μηχανισμοί του κράτους αποκτούν πιο αφανή ρόλο. Αυτό αντανakλάται και στη διαδικασία εγκόλπωσης των μεσαίων, αλλά και εργατικών στρωμάτων, «Εφόσον μια τέτοια κοινωνία αποτελείται από "ελεύθερα", φαινομενικά αυτόνομα άτομα, που το καθένα επιδιώκει το ατομικό συμφέρον του, οποιαδήποτε συγκεντρωτική επιχείρηση αυτών των εξατομικευμένων υποκειμένων γίνεται σημαντικά πιο δύσκολη» (Eagleton, 1994:57).

Ένας από τους βασικούς τρόπους διατήρησης της ηγεμονίας είναι η παραγωγή και διάδοση των προταγμάτων της μέσω του κυρίαρχου λόγου μέσα από ένα πλέγμα σχέσεων εξουσίας που διαπερνούν το κοινωνικό σώμα. Ο Foucault συγκεκριμένα εξηγεί (Foucault, 1980:93):

Αυτές οι σχέσεις εξουσίας δεν μπορούν από μόνες τους να καθιερωθούν, να παγιωθούν ούτε να εφαρμοστούν χωρίς την παραγωγή, συσσώρευση, κυκλοφορία και λειτουργία ενός Λόγου. Δεν μπορεί να υπάρξει πιθανή άσκηση εξουσίας χωρίς μια ορισμένη οικονομία Λόγων αλήθειας, η οποία λειτουργεί διαμέσου και στη βάση αυτού του συσχετισμού. Υποκείμεθα στην παραγωγή αλήθειας μέσω της εξουσίας και δεν μπορούμε να ασκήσουμε εξουσία παρά μόνο μέσα από την παραγωγή αλήθειας. Αυτή είναι η κατάσταση για κάθε κοινωνία, αλλά πιστεύω ότι στη δική μας η σχέση μεταξύ εξουσίας, δικαιώματος και αλήθειας οργανώνεται με έναν άκρως συγκεκριμένο τρόπο. Αν έπρεπε να χαρακτηρίσω, όχι το μηχανισμό καθαυτό, αλλά την ένταση και σταθερότητά του, θα έλεγα ότι αναγκαζόμαστε να παράγουμε την αλήθεια της εξουσίας που απαιτεί η κοινωνία μας, από την οποία έχει ανάγκη, ώστε να λειτουργεί. Είμαστε περιορισμένοι ή αναγκασμένοι να ομολογούμε ή να ανακαλύπτουμε την αλήθεια. Η εξουσία ποτέ δε σταματά την ανάκριση, τη διερεύνηση, την καταγραφή της αλήθειας: τη θεσμοθετεί, την παραγικοποιεί και αμείβει την επιδίωξή της. Σε τελική ανάλυση, πρέπει να παράγουμε αλήθεια όπως πρέπει να παράγουμε πλούτο, πράγματι πρέπει να παράγουμε αλήθεια ώστε να παράγουμε πλούτο πρωταρχικά. Με έναν άλλο τρόπο, υποκείμεθα στην αλήθεια με μια έννοια κατά την οποία είναι η αλήθεια που φτιάχνει τους νόμους, παράγει τον πραγματικό Λόγο, ο οποίος, τουλάχιστον εν μέρει, αποφασίζει, μεταδίδει και εκτείνεται στα αποτελέσματα της εξουσίας. Τελικά, κρινόμαστε, καταδικασμένοι, κατηγοριοποιημένοι, προσδιορισμένοι από τα καθήκοντά μας, προορισμένοι σε ένα συγκεκριμένο τρόπο ζωής ή θανάτου, ως μια λειτουργία των πραγματικών Λόγων οι οποίοι είναι φορείς των συγκεκριμένων επιδράσεων εξουσίας.

Πριν την καθιέρωση του όρου «λόγος» και της ευρείας συζήτησης μερί ιδεολογικών μηχανισμών, ο Γκράμσι καταπιάστηκε με ένα πρωτόλειο μεν, βαθύ δε, τρόπο με τους όρους, προσφέροντας έδαφος πάνω στο οποίο μεταγενέστεροι θεωρητικοί μπόρεσαν να αναπτύξουν τη σκέψη τους. Ο όρος «φρασεολογία», έτσι όπως ο Γκράμσι καταπιάστηκε μαζί του, συνδέεται με την κουλτούρα και τη φιλοσοφία, και παρόλο που πρόκειται για ένα σύνολο περισσότερο ή λιγότερο οργανικά συντονισμένων πραγμάτων, μπορεί να αποτυπώνεται στον καθένα ατομικά. «Ο καθένας όταν μιλάει έχει μια δική του προσωπική φρασεολογία, δηλαδή έναν ιδιαίτερο τρόπο να σκέφτεται και να αντιλαμβάνεται»(Gramsci,1973:54). Ο πολιτισμός, με όποια έκφρασή του, έχει τη δυνατότητα να ενοποιεί ένα ικανό ποσοστό πληθυσμού που ανήκει σε συναφή κοινωνικά στρώματα, αξιοποιώντας τη φρασεολογία και δίνοντας στα προαναφερθέντα άτομα τη δυνατότητα της αλληλοκατανόησης-αλληλοσυνεννόησης. Στη φρασεολογία αντανακλώνται ως ένα βαθμό και κοινωνικό-ιστορικές διακρίσεις. Για αυτόν το λόγο είναι τόσο σημαντική η επίτευξη μιας κοινής κουλτούρας. Για να μπορέσει μια «ιδέα» να γίνει συλλογική πράξη, προϋποτίθεται η επίτευξη μιας «μορφωτικό-κοινωνικής ενότητας, χάρη στην οποία πολλαπλές διαλυμένες θελήσεις, με ετερογενείς σκοπούς, συντονίζονται προς τον ίδιο σκοπό, με βάση μια όμοια και κοινή κοσμοαντίληψη». Με πολύ απλά λόγια, οι κατακερματισμένες ατομικότητες με διαφορετικές θεωρήσεις μπορούν να ενοποιηθούν σε μια αντίληψη που μπορεί να καταστεί κυρίαρχη, επιστρατεύοντας τους ΙΜΚ.

Ο Fairclough αποδίδει το λόγο από την οπτική της γλώσσας ως «γλώσσα με τη μορφή κοινωνικής πρακτικής». Τι σημαίνει αυτό ακριβώς; Πρώτον, ότι η γλώσσα είναι μέρος της κοινωνίας, και όχι κάπως εξωτερικό κομμάτι της. Δεύτερον, ότι η γλώσσα είναι μια κοινωνική πρακτική. Και τρίτον, ότι η γλώσσα είναι μια κοινωνικά προσδιορισμένη διαδικασία, που εξαρτάται από άλλα (μη γλωσσικά) μέρη της κοινωνίας(Fairclough,1989). Πρόκειται για θεσμικές πρακτικές στις οποίες οι άνθρωποι βασίζονται χωρίς να το σκεφτούν συχνά ενσωματώνουν υποθέσεις οι οποίες άμεσα ή έμμεσα νομιμοποιούν υπάρχουσες σχέσεις εξουσίας. Πρακτικές που εμφανίζονται ως γενικά διαδεδομένες και συνηθισμένες συχνά εμφανίζονται να προέρχονται από την κυρίαρχη πλευρά και έχουν ουδετεροποιηθεί. Όποτε αυτές οι πρακτικές, και σε πολλές περιπτώσεις είδη λόγου, λειτουργούν με αυτόν τον τρόπο για να διατηρήσουν άνισες σχέσεις εξουσίας, θα πούμε ότι λειτουργούν ιδεολογικά. Η ιδεολογική εξουσία, η δύναμη της προβολής της πρακτικής κάποιου ως καθολική και “κοινής λογικής”, είναι ένα σημαντικό συμπλήρωμα της οικονομικής και πολιτικής εξουσίας, και συγκεκριμένης σημασίας στη συγκεκριμένη περίπτωση καθώς εξασκείται μέσω του λόγου. Σε γενικές γραμμές υπάρχουν δυο τρόποι με τους οποίους οι έχοντες εξουσία την εξασκούν και τη διατηρούν : μέσω εξαναγκασμού ή μέσω συναίνεσης.

Η «κοινή λογική» είναι ουσιαστικά, αν και όχι εξ ολοκλήρου, ιδεολογική. Η σχέση μεταξύ της κοινής λογικής και της ιδεολογίας διερευνήθηκε από τον Gramsci, ο οποίος αναφέρεται σε αυτήν ως «μια μορφή πρακτικής δραστηριότητας» στην οποία «μια φιλοσοφία περιέχεται ως υπονοούμενη θεωρητική παραδοχή, και μια αντίληψη του κόσμου που εκδηλώνεται σιωπηρά στην τέχνη, στο δίκαιο, στην οικονομία και σε κάθε εκδήλωση της ατομικής και συλλογικής ζωής». Είναι αυτή η αντίληψη της ιδεολογίας ως «υπονοούμενης φιλοσοφίας» στις κοινωνικές πρακτικές, που υποστηρίζεται και θεωρείται δεδομένη, που τη συνδέει με την κοινή λογική.

Άρα αν θέλει μια κοινωνική κατηγορία να ηγεμονεύσει, πρέπει να κατακτήσει το πεδίο του πολιτισμού, σε κάθε έκφρασή του, από τα ήθη και έθιμα, έως και τον τρόπο επικοινωνίας. Όσον αφορά την προσπάθεια νομιμοποίησής της, υπάρχει μια τάση

επίκλησης στην αντικειμενικότητα, σε μια προσπάθεια απόδοσης χειροπιαστής υπόστασης σε ό,τι δε μπορεί να ελεγχθεί με εργαλειακό τρόπο, να διακρίνει το (ας πούμε) «στιβαρό και στέρεο» από το «αυθαίρετο ή μεταβλητό». Καταλήγει έτσι να αποδεικνύεται «αντικειμενικά» αυτό που ένα σύνολο ανθρώπων μπορούν να κατανοήσουν ατομικά, αλλά με ταυτόσημο τρόπο, αξιοποιώντας τις ίδιες διαδικασίες απόδειξης. «Αντικειμενικό, σημαίνει μόνο αυτό: βεβαιώνεται πως είναι αντικειμενικό, αντικειμενική πραγματικότητα, εκείνη η πραγματικότητα που γίνεται παραδεκτή από όλους τους ανθρώπους, και είναι ανεξάρτητη από κάθε άποψη που χαρακτηρίζεται σαν ιδιαίτερη ή σα στάση ομάδας». Η παραπάνω απόδοση της αντικειμενικότητας ουσιαστικά αποδομεί τον όρο. Θα μπορούσε κανείς να πει ότι πρόκειται για άλλη μια ιδεολογία που προσπαθεί να είναι ουδέτερη, αποτάσσοντας από πάνω της χαρακτηριστικά που μπορεί να προσιδιάζουν σε «σταμπαρισμένες» ιδεολογίες. Επίσης αξιοποιεί το ποσοστό ενστερνισμού της από τα ατομικά υποκείμενα, εφόσον αυτά την αντιλαμβάνονται με τον ίδιο τρόπο και τα ίδια μέσα επαλήθευσής της (Gramsci, 1973).

Μπορεί κανείς να πει ότι ο υπέρτατος στόχος του κυρίαρχου Λόγου είναι, χρησιμοποιώντας τα λόγια του ανθρωπολόγου Pierre Bourdieu, «η αναγνώριση της νομιμότητας μέσω της παραγνώρισης της αυθαιρεσίας» (Bourdieu, 1991). Αν ένας λόγος κυριαρχεί σε ένα θεσμό, όπου οι κυριαρχούμενοι λόγοι περισσότερο ή λιγότερο καταπιέζονται ή περιορίζονται, τότε αυτός σταματά να φαίνεται αυθαίρετος και εμφανίζεται ως ουδέτερος και θεμιτός. Η ουδετερότητα είναι μεταβλητή και το πόσο ένας Λόγος ουδετεροποιείται ή όχι εξαρτάται από τη μεταβολή της ισορροπίας δυνάμεων της ταξικής πάλης.

Ποια είναι η σύνδεση μεταξύ ουδετεροποίησης και κοινής λογικής; Η ουδετερότητα «στρώνει το χαλί» στην κοινή λογική. Οι ιδεολογίες γίνονται ιδεολογική κοινή λογική στο βαθμό που ο Λόγος που τις εμπεριέχει ουδετεροποιείται. Αυτό εξαρτάται από τη δύναμη που φέρει κάθε κοινωνική ομαδοποίηση, η ιδεολογία της οποίας και ο Λόγος της οποίας τίθενται στο προσκήνιο. Με αυτή την έννοια η κοινή λογική στην ιδεολογική της διάσταση από μόνη της είναι ένα αποτέλεσμα της εξουσίας. Αυτό που εν τέλει γίνεται κτήμα της κοινής λογικής εξαρτάται κυρίως από αυτούς που ασκούν εξουσία και κυριαρχούν σε μια κοινωνία ή έναν κοινωνικό θεσμό. (Fairclough, 1989)

Όμως, στην ουδετεροποίηση του λόγου και τη δημιουργία της κοινής λογικής, ο λόγος φαίνεται να απογυμνώνεται από τον ιδεολογικό του χαρακτήρα. Ένας ουδετεροποιημένος τύπος λόγου τείνει να γίνεται αντιληπτός όχι ως φορέας μιας συγκεκριμένης ομάδας ενός θεσμού, αλλά ως του ίδιου του θεσμού. Έτσι εμφανίζεται ως ουδέτερος στην ταξική πάλη, πράγμα ισάξιο με το να ήταν πέρα και έξω από την ιδεολογία. Μια συνέπεια είναι ότι η εκμάθηση ενός κυρίαρχου λόγου φαίνεται σαν το ζήτημα της απόκτησης των απαραίτητων τεχνικών λειτουργίας του θεσμού. Η εμφανής απομάκρυνση του ιδεολογικού περιεχομένου του λόγου είναι παραδόξως, μια ουσιαστική ιδεολογική επίπτωση: η ιδεολογία λειτουργεί μέσω της απόκρυψης της φύσης της, παριστάνοντας πως είναι ό,τι δεν είναι. Παράλληλα με τις πρακτικές δημιουργίας λόγου κοινής λογικής, πηγαίνουν και οι πρακτικές εκλογίκευσης της κοινής λογικής, οι οποίες βοηθούν στη νομιμοποίηση των πρώτων.

Η ιδεολογία είναι πιο αποτελεσματική όταν τα έργα της είναι ορατά στο λιγότερο δυνατό βαθμό. Θεωρητικά, εάν κανείς συνειδητοποιήσει ότι μια πλευρά της κοινής λογικής εξυπηρετεί την άσκηση άνισης εξουσίας εις βάρος κάποιου, τότε παύει να είναι κοινή λογική, και μπορεί επίσης να καταστεί ανίκανη να εξυπηρετήσει την άσκηση εξουσίας που προωθεί τις ανισότητες, δηλαδή να λειτουργεί ιδεολογικά. Πλέον αυτό έχει

εν μέρει εν μέρει αντιμετωπιστεί από πλευράς των ηγεμονικών μερίδων με τη δικαιολογία περί αναπόφευκτων αληθειών του «αναγκαίου κακού». Η αόρατη υπόσταση επιτυγχάνεται όταν οι ιδεολογίες έρχονται στο τερέν του λόγου όχι ως ξεκάθαρα στοιχεία ενός κειμένου, αλλά ως υποβόσκουσες παραδοχές, που αφενός οδηγούν τον πομπό να «εγγράψει» τον κόσμο με συγκεκριμένο τρόπο, και αφετέρου να ωθήσει το δέκτη να ερμηνεύσει με συγκεκριμένο τρόπο.

Όσο πιο μηχανική είναι η λειτουργία μιας ιδεολογικής παραδοχής στην κατασκευή συνεκτικών ερμηνειών, τόσο πιο απίθανο είναι να γίνει το επίκεντρο συνειδητής επίγνωσης, και ως εκ τούτου τόσο πιο ασφαλής γίνεται η ιδεολογική της κατάσταση. Πράγμα που σημαίνει ότι θα αναπαράγεται με μεγαλύτερη επιτυχία στα πλαίσια του λόγου.

Ο όρος «κοινή γνώμη» είναι δύσκολο να αποσαφηνιστεί εντελώς. Μέσα από την εξέλιξη του διαφορετικοί θεωρητικοί προσπάθησαν να προσδιορίσουν τη σχέση της κοινής γνώμης, αφενός με την άσκηση πολιτικής, αφετέρου με το ρόλο των διανοούμενων στη διαμόρφωσή της. Ήδη από το 18ο αι. ο Louis Sebastian Mercier στη Γαλλία διέκρινε τον τρόπο λειτουργίας της κοινής γνώμης ως εξής. Οι διανοούμενοι σε πρώτη φάση έφερναν στο προσκήνιο διάφορα ζητήματα, κάνοντας το ευρύ κοινό κοινών τους. Οι κυβερνώντες σε δεύτερη φάση αξιοποιούσαν τα κατευθυνόμενα αποτελέσματα της κοινής γνώμης ώστε να προχωρήσουν σε νομοθετική διαδικασία. Το κοινό απλώς παρείχε νομιμοποίηση μέσω της οικειοποίησης του κάθε ζητήματος. «Η κοινή γνώμη ήταν το διαφωτισμένο αποτέλεσμα της κοινής και δημόσιας αντανάκλασης στα θεμέλια της κοινωνικής τάξης»(Habermas,1991:95).

Οι μετέπειτα θεωρητικοί δεν έδωσαν τόσο απόλυτες ερμηνείες, διακρίνοντας ένα ευρύ φάσμα παραγόντων που επιδρούν στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Όσον αφορά τη διαχείρισή της, δε θα μπορούσε να λείπει η συμβολή των ΜΜΕ. Ένα αξιόλογο αναλογικά κομμάτι του λόγου της σύγχρονης κοινωνίας αφορά συμμετέχοντες που δε βρίσκονται στον ίδιο τόπο και χρόνο. Αυτό αφορά γενικώς το γραπτό λόγο, αλλά το μεγαλύτερο μέρος αυτής της μορφής λόγου αποτελούν τα ΜΜΕ. Ο Λόγος των ΜΜΕ είναι ενδιαφέρων εξαιτίας της φύσης των σχέσεων εξουσίας που τα διαπερνούν, που συχνά δεν είναι ξεκάθαρη. Για αυτό η φύση αυτή φαίνεται να αφορά κρυμμένες σχέσεις εξουσίας.

Η πιο εμφανής διαφορά μεταξύ του «κατά πρόσωπο» λόγου και αυτού των ΜΜΕ είναι η μονοπλευρικότητα του δεύτερου. Στην πρώτη περίπτωση υπάρχει εναλλαγή μεταξύ των συμμετεχόντων όσον αφορά το ρόλο πομπού και δέκτη. Στο λόγο των ΜΜΕ και γενικά στο γραπτό, υπάρχει ένας οξύς διαχωρισμός μεταξύ των παραγωγών και των ερμηνευτών του κειμένου, ή καλύτερα μεταξύ των παραγωγών και των «καταναλωτών». Υπάρχει και άλλη μια σημαντική διαφορά. Κατά πρόσωπο, ο πομπός ορίζει τη γλώσσα του ανάλογα με το δέκτη με τον οποίο συνδιαλέγεται και προσαρμόζεται αδιάκοπα υιοθετώντας τα διάφορα «ερεθίσματα» που δέχεται από τους συμμετέχοντες. Αντίθετα, ο λόγος των ΜΜΕ είναι σχεδιασμένος για μαζικά ακροατήρια, και δεν υπάρχει τρόπος οι παραγωγοί να ξέρουν επακριβώς πιο είναι το κοινό τους, πόσο μάλλον να προσαρμοστούν στις διαφορετικές προτιμήσεις του. Και εφόσον όλοι οι παραγωγοί λόγου πρέπει να παράγουν έχοντας υπόψη τους κάποιους επίδοξους ερμηνευτές, αυτό που τα ΜΜΕ κάνουν, είναι να απευθύνονται σε ένα ιδεατό υποκείμενο, είτε αυτό είναι ακροατής, είτε θεατής, είτε αναγνώστης(Fairclough,1989). Ο λόγος των ΜΜΕ έχει τοποθετηθεί στη θέση ενός ιδεατού υποκειμένου, και το πραγματικό κοινό μπαίνει στη διαδικασία να διαπραγματευτεί μια σχέση με το ιδεατό υποκείμενο.

Το θέμα είναι ποια είναι η φύση των σχέσεων εξουσίας στο λόγο των ΜΜΕ. Ποιοι είναι ακριβώς οι παραγωγοί όμως; Ποιος ασκεί την εξουσία σε ένα π.χ. άρθρο εφημερίδας; Εφόσον οι δημοσιογράφοι δουλεύουν υπό τον έλεγχο του συντάκτη, ίσως αυτός ή το συμβούλιο της εφημερίδας ασκούν την εξουσία. Ή ίσως η εφημερίδα αναπαράγει την αναπαραστάση «κάποιου άλλου». Και αν αυτό ισχύει, ποιος δίνει αυτή τη δυνατότητα άσκησης εξουσίας σε αυτόν τον «κάποιο άλλο»;

Η κρυμμένη εξουσία του λόγου των ΜΜΕ και η δυνατότητα των κυρίαρχων μερίδων να ασκούν εξουσία εξαρτώνται από τις τάσεις στην κάλυψη των ειδήσεων και άλλες δραστηριότητες των ΜΜΕ. Ένα κείμενο από μόνο του είναι ασήμαντο. Η επίδραση της δυναμικής των ΜΜΕ λειτουργεί σωρευτικά, μέσω της επανάληψης συγκεκριμένων τρόπων αντιμετώπισης αιτίου και αιτιατού, συγκεκριμένου τρόπου τοποθέτησης του αναγνώστη κ.ά. (Fairclough, 1989) Με τον τρόπο που τοποθετούν τον αναγνώστη, για παράδειγμα, τα ΜΜΕ μπορούν να ασκήσουν μεγάλη επιρροή στην κοινωνική αναπαραγωγή εξαιτίας της μεγάλης τους κλίμακας και το εξαιρετικά υψηλό επίπεδο έκθεσης ολόκληρων πληθυσμών σε μια γενικώς ομογενοποιημένη απόδοση πληροφοριών. Παρόλα αυτά η δυνατότητά τους αυτή δε σημαίνει ότι η εξουσία των ΜΜΕ προκύπτει και μόνο από την ύπαρξή τους, καθώς το κοινό βρίσκεται σε διαρκή διαπραγματεύση με τη σχέση του με το ιδεατό υποκείμενο, πράγμα που σημαίνει ότι μπορεί να θέσει εαυτόν απέναντι στο υποκείμενο και να απορρίψει το λόγο των ΜΜΕ.

Πιο πρόσφατες αναφορές σχετικά με την προβληματική γύρω από τις εικόνες τόπων, τα σύμβολα και το λόγο για την πόλη, εστιάζουν στο ρόλο των ΜΜΕ, του κράτους, και των κατασκευαστών στην παραγωγή και στη χειραγώγηση. Η επαναλαμβανόμενη έκφραση και διακίνηση χαρακτηρισμών ενός τόπου σχηματίζουν ηγεμονικές εικόνες που προκύπτουν από κοινές αναφορές που διαπνέουν τις πηγές. (Hall 1997, Foucault 1972). Αυτά τα σύνολα ερμηνευτικών υποδείξεων σχηματίζουν επικυρωμένες από τους μηχανισμούς του κράτους γνώσεις, φήμες, παραβολές ακόμα και λαϊκούς μύθους που προσδίδουν σημασία σε συγκεκριμένα είδη χαρακτηρισμών των τόπων έναντι άλλων. Τέλος, οι αναπαραστάσεις ενός τόπου δεν είναι μόνιμες, αλλά αλλάζουν ανάλογα με τις μεταλλαγές των κυρίαρχων ιδεολογιών που αφορούν την πόλη.

Οι επικρατούσες εικόνες, ρητορική, και πολιτισμικά σύμβολα ορίζουν τις παραμέτρους του επιθυμητού και του απορριπτού, του απτού και του ακατόρθωτου, του νομιμοποιημένου και του αθέμιτου καθώς αφορούν την παροντικές συνθήκες και τις μελλοντικές δυνατότητες μιας κατάστασης. Παρόλο που αυτοί οι χαρακτηρισμοί δεν είναι μόνιμοι, ούτε αδιαμφισβήτητοι, επηρεάζουν το κοινωνικό βαρόμετρο υπέρ προδιαγεγραμμένων πρακτικών και πολιτικών που προσπαθούν να βελτιώσουν ή να αμελήσουν (με ό,τι βάρος μπορεί να έχει αυτό) τη συνολική υπάρχουσα κατάσταση και κοινωνικά προβλήματα μιας περιοχής.

Είναι ενδιαφέρον πώς εμπλεκόμενοι παράγοντες, οδηγούμενοι από τα δικά τους συμφέροντα σε μια περιοχή αλλάζουν, μεταφράζουν, υιοθετούν και χρησιμοποιούν κυρίαρχα σύμβολα, εικόνες και ρητορική για την πόλη, για να δώσουν τόπο σε αναδιαρθρωτικές πρακτικές που επιφυλάσσουν δραματικές αλλαγές στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα η υιοθέτηση ευρέως διαδεδομένων, επιστημονικών και νομιμοποιημένων από το κράτος χαρακτηρισμών εξυπηρετούν τρεις σχετιζόμενους σκοπούς για τις αναδιαρθρωτικές προσπάθειες του κτηματομεσιτικού τομέα και του κράτους, ενάντια σε πιθανή αντίσταση των κατοίκων (Mele, 2000).

- Χρήση λόγου που εμφανίζει την αναδιάρθρωση της πόλης ως φυσική και ωφέλιμη. Αντλώντας γενικές εικόνες από τις ενδότερες περιοχές του κέντρου, οι επίδοξοι μεταρρυθμιστές ορίζουν τις υπάρχουσες συνθήκες στις γειτονιές ως προβληματικές

και απαράδεκτες και την αναδιάρθρωση ιδανική και απαραίτητη. Αντίστοιχα οι προτεινόμενες πολιτικές οικονομικές και χωρικές πρακτικές θα είναι η ιδανική λύση στα κοινωνικά προβλήματα. Ο χαρακτηρισμός της περιοχής εξαρτάται άμεσα από το συμφέρον των κτηματομεσιτών και του κράτους και την εκτίμηση της αντίδρασης που θα λάβουν από τους υπάρχοντες κατοίκους όσον αφορά τα σχέδιά τους. Η κατασκευή μιας κατάστασης ως μη υποφερτή και η ανακατασκευή της ως λογική και ουδέτερη, μπορεί να εξουδετερώσει την αντίδραση κατοίκων.

- Χρήση λόγου για τη νομιμοποίηση μεταλλαγών, ειδικά τέτοιων που συμπεριλαμβάνουν αυξημένο και εξόφθαλμο κοινωνικό κόστος. Με τη βοήθεια πολιτισμικών αναφορών για την πόλη και τη δυναμική της, πρακτικές μπορούν να παρουσιαστούν ως ουδέτερες και λογικές, ενώ η πραγματική απόληξή τους προκαλεί τρομερά άνιση ανάπτυξη και αυξάνει την άνιση κατανομή πλούτου. Για τη νομιμοποίηση αυτών των πρακτικών αξιοποιούνται μέθοδοι που προσπαθούν να εξισορροπήσουν το κόστος προβάλλοντας τη λογική του «αναγκαίου κακού» με τη μορφή θυσίας για την πρόοδο, αλλά και της καλυτέρευσης της «ποιότητας ζωής», μιας γενικόλογης έκφρασης που δεν εξηγεί πώς και σε ποιον αναφέρεται.

- Χρήση λόγου που εγκαθιδρύει ή απορρίπτει την εύρεση μιας νέας ταυτότητας για έναν τόπο. Η προσέλκυση νέων καταναλωτών δεν ορίζεται μόνο από το κατασκευασμένο περιβάλλον, αλλά και από την επινόηση ενός νέου συμβολικού χαρακτηρισμού του μέρους που θα το καταστήσει επιθυμητό. Η άπλετη ροή κτηματομεσιτικού κεφαλαίου σε μια εργατική γειτονιά δεν αρκεί από μόνη της για να εξαλείψει την εικόνα του «γκέττο» και του «φόβου», που έχει δημιουργηθεί μέσω του κυρίαρχου λόγου. Σε όποια «ανανεωτική» πρακτική απαραίτητο συμπλήρωμα είναι η ο επανακαθορισμός της ταυτότητας του «αναγεννημένου» τόπου ώστε να γίνει άξιος προσέλκυσης υψηλότερων οικονομικά κοινωνικών ομάδων.

1.2 αναπαραστάσεις

α_ προσεγγίσεις του όρου «εικόνα της πόλης»

Κυριαρχούν δυο προσεγγίσεις όσον αφορά την εικόνα της πόλης, αν λάβει κανείς υπόψη του τη βασική ακαδημαϊκή βιβλιογραφία για τις πόλεις. Η μια αφορά την εικόνα που εστιάζει στη φυσική δομή των πόλεων, ή αλλιώς στο νοητικό χάρτη. Η άλλη έχει να κάνει με το νόημα της πόλης, καθώς αναφέρεται στη νοητική αναπαραστάση του συμβολισμού της.

- εικόνα της πόλης ως νοητικός χάρτης

Η πρώτη προσέγγιση συνδέει τη νοητική διάρθρωση των σχέσεων μεταξύ των φυσικών συστατικών που ορίζουν το αστικό τοπίο, με τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών όψεων που ενυπάρχουν στο τοπίο. (Lynch,1960) Σύμφωνα με την παραπάνω οπτική, κάθε άνθρωπος μπορεί να δημιουργήσει ένα νοητικό χάρτη μιας πόλης ή μιας περιοχής βασιζόμενος αποκλειστικά στη γνώση που έχει για αυτήν. Η εικόνα της πόλης που κάθε άτομο «κατέχει» είναι μια λειτουργία ικανότητας εικονοποίησης (imageability) του αστικού περιβάλλοντος. Η ικανότητα αυτή περιγράφεται ως το εύρος στο οποίο τα συστατικά του περιβάλλοντος κάνουν μια ισχυρή εντύπωση στο άτομο και συνίσταται στην αναγνωσιμότητα (legibility) και

οπτικότητα(visuality) της πόλης. Οι τροχιές είναι στοιχείο που χρησιμοποιείται περισσότερο από νέους κατοίκους, ενώ οι πιο παλιοί κάτοικοι μπορούν να παράξουν ένα πιο περίπλοκο χάρτη, αξιοποιώντας και τροχιές αλλά και περιοχές. Από την άλλη οι επισκέπτες χρησιμοποιούν κυρίως τοπόσημα σύμφωνα με τα οποία προσανατολίζονται. (Montgomery 1998)

Η εικόνα έχει μια δυναμική φύση. Σύμφωνα με τους Pocock και Hudson(1978), η περίοδος στην οποία η πληροφορία συσσωρεύεται με ταχείς ρυθμούς είναι σχετικά σύντομη, και τοποθετείται κυρίως στα πρώιμα στάδια εκμάθησης δημιουργίας εικόνων. Η διαδικασία ανάπτυξης της εικόνας είναι ατομική, όπως ατομική είναι και η διαδικασία ανάπτυξης της ιδιοσυγκρασίας του ατόμου. Η διαδικασία αυτή καταλαγιάζει όταν το άτομο αποκτά συγκεκριμένα συμπεριφορικά μοτίβα. Ταυτόχρονα επιχειρηματολογούν πως η σημασία της φυσικής μορφής σταδιακά υποχωρεί έναντι των κοινωνικών χαρακτηριστικών.

Δεν είναι τυχαίο ότι αναγιγνώσκεται μια σύγκλιση ανάμεσα στο Lynch και στα εμπειρικά προβλήματα όσον αφορά το χώρο της πόλης, και τον Αλτουσέρ και τον τρόπο που ορίζει την ιδεολογία επικαλούμενος τον Λακάν. Μέσα από την ανάλυση του Λακάν για το Φρόυντ και τις αρχές της ψυχανάλυσης, γίνεται μια προσπάθεια αποσαφήνισης της σχέσης του ανθρώπινου υποκειμένου και του «εγώ» του. Όπως ο Μαρξ παρατηρεί ότι το ανθρώπινο υποκείμενο δεν είναι το κέντρο της ιστορίας, πόσο μάλλον ότι η ιστορία δεν έχει κέντρο αλλά δομή, έτσι και ο Φρόυντ αποκαλύπτει το εξής: ότι «το πραγματικό υποκείμενο, το άτομο στη μοναδική του ουσία, δεν έχει τη μορφή ενός υποκειμένου σπονδυλωμένου γύρω από το "εγώ", τη "συνείδηση", ή την "ύπαρξη", ή τη "συμπεριφορά" του(Althousser,1999). Το ανθρώπινο υποκείμενο είναι κεντρόφυγο, αποτελείται από μια δομή, που κι αυτή επίσης δεν έχει κέντρο, παρά μόνο στη φανταστική παραγνώριση (άγνοια) του "εγώ", δηλαδή μόνο μέσα στους ιδεολογικούς σχηματισμούς, όπου αναγνωρίζεται. Κατά μια έννοια και ο νοητικός χάρτης προσπαθεί να επιτελέσει παρόμοιο σκοπό με την ιδεολογία.

- εικόνα της πόλης ως νοητική αναπαράσταση.

Η δεύτερη προσέγγιση της εικόνας της πόλης μπορεί να αντιμετωπιστεί ως «το νόημα» των τόπων. Με αυτή την έννοια, η εικόνα μπορεί να οριστεί ως μια εντύπωση ή ιδέα που μπορεί κανείς να έχει στο μυαλό του για ένα πράγμα, είτε αυτή είναι πραγματική είτε αφηρημένη. Έτσι η εικόνα μιας πόλης θα μπορούσε να κωδικοποιηθεί σε ό,τι έρχεται στο μυαλό κάποιου όταν ακούει το όνομά της. Αυτό συμπεριλαμβάνει συναισθήματα, απόψεις, αναμνήσεις, ιδέες και εντυπώσεις(Pocock,Hudson,1978).

Η κατανόηση της πόλης ως νοητικό χάρτη βοηθά το άτομο να δημιουργήσει την εικόνα ως αναπαράσταση. Παρόλα αυτά, δε χρειάζεται το άτομο να έχει υπάρξει το ίδιο σε μια πόλη για να μπορεί να την αναπαραστήσει. Μπορεί να το καταφέρει μέσω των πληροφοριών που του διατίθενται από άλλους. Η εικόνα της πόλης είναι αποφασιστικού χαρακτήρα στοιχείο για το πώς οι άνθρωποι και οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται σε ένα μέρος. Βέβαια η εικόνα που μπορεί να έχει κανείς δε σημαίνει ότι θα αποκαλύψει απαραίτητως και τη συμπεριφορά τους απέναντι σε αυτό το μέρος. Το ότι μπορεί κάποιος για παράδειγμα να έχει την ίδια εικόνα για ένα μέρος με κάποιον άλλον δε σημαίνει ότι και οι δυο θα ανταποκριθούν με τον ίδιο τρόπο στα χαρακτηριστικά που συνθέτουν την κοινή εικόνα.

Οι εικόνες μπορεί να διαρκέσουν, χωρίς σημαντικές διαφοροποιήσεις, για μεγάλα χρονικά διαστήματα, ακόμα και αν χάσουν την εγκυρότητά τους. Άλλες φορές πάλι η

εικόνα ενός τόπου μπορεί να αλλάξει απότομα εξαιτίας των ΜΜΕ και του κυρίαρχου λόγου.

Η εικόνα της πόλης ως νοητική αναπαράσταση έως ενός σημείου είναι κοινωνικό κατασκευάσμα και μπορεί να μετατραπεί από τα ΜΜΕ και κοινωνικό-πολιτικούς παράγοντες. Έτσι, παρά το γεγονός ότι η νοητική επεξεργασία είναι ατομική διαδικασία, η διαδικασία αυτή επηρεάζεται ουσιαστικά από πληθώρα ιδεολογικών φίλτρων. Αυτά τα ιδεολογικά φίλτρα αφορούν τα νοητικά πλαίσια- τις γλώσσες, τις ιδέες, κατηγορίες, εικόνες της σκέψης, και τα συστήματα αναπαράστασης που οι διαφορετικές τάξεις και κοινωνικές ομάδες αναπτύσσουν, ούτως ώστε να αντιληφθούν, να ορίσουν και να αποδώσουν νοητά τον τρόπο που λειτουργεί η κοινωνία. Το ζήτημα της ιδεολογίας, συνεπώς, αφορά τις μεθόδους με τις οποίες οι διαφορετικών ειδών ιδέες αγγιστρώνονται στο μυαλό των μαζών (Hall St., 1986).

β_ αστική εικόνα, ταυτότητα και μύθος

Σύμφωνα με τον Haynes (1980) οι άνθρωποι δεν έχουν ταυτόσημες εικόνες του κόσμου που τους περιβάλλει, γιατί η πληροφορία που τους δίδεται υπόκειται σε «νοητική επεξεργασία». Η επεξεργασία αυτή βασίζεται στην πληροφορία που στέλνει ο πραγματικός (υλικός) κόσμος και προσλαμβάνεται από τις αισθήσεις του ατόμου. Αυτές με τη σειρά τους διηθίζουν την πληροφορία ανάλογα με τις γνώσεις, τις αξίες, τις απόψεις και τις συμπεριφορές του κάθε ατόμου, μέσω της διαδικασίας της γνωστικής λειτουργίας. Εν ολίγοις μπορούν να υπάρξουν τόσες εικόνες όσα και τα άτομα που προσλαμβάνουν πληροφορίες.

Η εικόνα λοιπόν είναι οι συγκεντρωμένες αντιλήψεις όσον αφορά την πόλη, η οποία μπορεί να διαμορφωθεί από το σύνολο των μηνυμάτων που εκούσια ή ακούσια αγγίζουν το κοινό. Επομένως οι προσπάθειες ελέγχου της εικόνας περνούν μέσα από τον έλεγχο της ταυτότητας της πόλης. Για αυτό το λόγο μπορεί να προβληθούν συγκεκριμένες όψεις μιας πόλης αντί άλλων, ανάλογα με το κοινό που προσπαθεί να προσεγγιστεί.

Η ταυτότητα, αναφέρεται σε ιδιότητες που παρουσιάζει κάτι, οι οποίες μας επιτρέπουν να το διαχωρίσουμε από άλλα πράγματα. Ο Lynch ορίζει την ταυτότητα ενός μέρους απλώς, ως αυτό το οποίο παρέχει τη μοναδικότητα ή διάκρισή του από άλλα μέρη και τελεί ως η βάση για την αναγνωρισιμότητά του ως ξεχωριστή οντότητα. Η διαχείριση της ταυτότητας δε γίνεται με ευθύ τρόπο, αλλά εξαρτάται από την ατομική νοητική επεξεργασία. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει κανείς να γνωρίζει πώς συντελείται αυτή η επεξεργασία, να είναι δηλαδή σε θέση να διαχειριστεί την πραγματικότητα και το μύθο.

Οι αστικές εικόνες μπορούν να σχηματιστούν με τρεις τρόπους

- ΜΜΕ (ειδήσεις, σάτιρα διαφόρων ειδών εκπομπές και γραπτά)
- Προσωπικές εμπειρίες (κάτοικοι-εργαζόμενοι, τουρίστες)
- Ατομικές / Προσωπικές Έμμεσες εμπειρίες (περιγραφές άλλων, διηγήματα)

«Οι εικόνες της πόλης δεν είναι από μόνες τους θετικές ή αρνητικές, αλλά αυτό που καθορίζει τους τρόπους με τους οποίους κατανοούνται είναι η σχέση τους με ευρύτερες πολιτιστικές τάσεις και συνήθειες της εποχής». Οι αρνητικές αστικές εικόνες συνήθως προκύπτουν από τον αρνητικά φορτισμένο, ετεροβαρή τρόπο με τον οποίο μπορεί να παρουσιαστεί μια περιοχή. Η μονομερής έμφαση που δίνεται σε συγκεκριμένα στοιχεία μιας περιοχής αποκρύπτει το σύνολο των σχέσεων-αντιθέσεων που την εκφράζουν, με αποτέλεσμα η περιοχή να αποκτά «κακή φήμη». Το αντίθετο αλλά με την ίδια συνταγή,

μπορεί να υπάρχει και για τη βεβιασμένη δημιουργία θετικών εικόνων. Ακριβώς με τον ίδιο τρόπο και με τη βοήθεια των ΙΜΚ υπερτονίζονται τα «καλά» στοιχεία μιας περιοχής και κρύβονται τα αρνητικά της, ή υποχωρούν κάτω από το βάρος των «πολλών πλεονεκτημάτων». Σε παρόμοια λογική κινείται και η δημιουργία εικόνων-μύθων. Σύμφωνα με τον Barthes(2000), ο μύθος είναι «ένα μήνυμα ή πολιτιστική αναπαράσταση που φαίνεται να είναι φυσική(αληθινή), αλλά στην πραγματικότητα υποκινείται από ιδεολογία».

Η ιδέα της "εικόνας της μάρκας"(brand image) μιας πόλης περιλαμβάνει την εικόνα της συν τις άυλες αξίες και νοήματα που προστίθενται. Αυτές οι αξίες και τα νοήματα είναι πιο εύκολα διαχειρίσιμα από τη διαμόρφωση ολόκληρης της εικόνας. Οι «ταμπέλες» αυτές αναδεικνύονται σε πανίσχυρο μέσο που βοηθά τον οποιονδήποτε να μπορεί να ξεχωρίσει αυτό που θέλει ανάμεσα σε παρόμοια προϊόντα. Το branding επιδιώκει να προωθήσει συγκεκριμένες πλευρές της αστικής ταυτότητας ώστε να αναπτυχθούν εξειδικευμένες αγορές στις ροές επενδύσεων και τουρισμού(Karavatzis,2004).

Υ_ ερμηνευτικές οπτικές της αστικής έννοιας

- Αρχιτεκτονική και αστική έννοια

Ο Mumford(1961) «είδε την αστική μορφή σαν την ενσάρκωση κοινωνικών αξιών που απεικονίζονται στα αρχιτεκτονικά στυλ και μορφές». Με λίγα λόγια υποστήριξε ότι η κάθε ιστορική περίοδος αποτυπώνεται στην αστική μορφή ως αντανάκλαση των κοινωνικών και πολιτισμικών αξιών. Υπάρχει μια δόση αλήθειας σε αυτό, αλλά αυτή η ανάγνωση μπορεί να χαρακτηριστεί ελλιπής. Ο Harvey(2012) από την άλλη, θεωρεί την αρχιτεκτονική μορφή της πόλης προϊόν της αντιπαράθεσης διαφόρων κοινωνικών ομάδων. Κάνει αναγωγή στην ταξική πάλη δίνοντάς της τη δέουσα σημασία. Το κατασκευασμένο περιβάλλον δεν μπορεί να θεωρηθεί μονομερώς ως το αποτέλεσμα μιας χρονικής συγκυρίας και της μόδας που τη διέπει. Περισσότερο προσιδιάζει στο αποτέλεσμα της σύγκρουσης των κοινωνικών ομάδων στην προσπάθεια να ηγεμονεύσει πολιτικά και πολιτισμικά η μια της άλλης. Για το λόγο αυτό μπορεί κανείς να διακρίνει και διαφοροποιήσεις ανάμεσα σε κτίρια, μορφές και συμβολισμούς που ανήκουν κατασκευαστικά στις ίδιες περιόδους. Άλλωστε, αν προσπαθήσουμε να δούμε πίσω από τις λέξεις, οι όροι μόδα και στυλ δεν είναι ουδέτερου νοήματος. Ο Γκυ Ντεμπόρ(1988) ήταν από αυτούς που στηλίτευσαν τη μαζική προώθηση συγκεκριμένων στυλ και προτύπων χαρακτηρίζοντάς τα κατευθυνόμενα από τους φορείς εξουσίας, χειριστικά και πλαστά. « Σε μια εποχή που δεν μπορεί πια να υπάρξει σύγχρονη τέχνη , καθίσταται δύσκολο να κρίνει κανείς τις κλασσικές τέχνες. Σε αυτήν την περίπτωση, όπως και σε άλλες, η άγνοια καλλιεργείται για να αποτελέσει αντικείμενο εκμετάλλευσης. Την ίδια στιγμή που χάνονται από κοινού το νόημα της ιστορίας και το γούστο, οργανώνονται δίκτυα πλαστοποίησης. Αρκεί να έχεις με το μέρος σου τους εμπειρογνώμονες και τους εκτιμητές έργων τέχνης, και είναι αρκετά εύκολο, να κάνεις τα πάντα δεκτά...»(Debord,1988:46). Η αρχιτεκτονική είναι και αυτή μια μορφή τέχνης και μάλιστα μαζικής απεύθυνσης, όσον αφορά τη μορφή της πόλης, καθώς απευθύνεται σε όλους, σε ότι αφορά το δημόσιο χώρο. Η διαφορά του Mumford και του Harvey έγκειται στο ότι ο πρώτος περιγράφει την κοινωνία και τα προϊόντα της ως ένα ενιαίο σύνολο, ενώ ο δεύτερος, του οποίου και την άποψη συζητούσαμε, αναγνωρίζει την ύπαρξη διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, με διαχωρισμένα συμφέροντα και διεκδικήσεις. Αναγνωρίζει την έννοια της σύγκρουσης και την

προσπάθεια διεκδίκησης του χώρου της πόλης από την κάθε κοινωνική μερίδα. Και πάλι όμως, όσο και να βρισκόμαστε συνεχώς πάνω στην παρατήρηση ότι η μια ομάδα προσπαθεί να κατισχύσει της άλλης ακόμη και στην αρχιτεκτονική, ο χώρος της πόλης δεν μπορεί να διερευνηθεί μόνο βάσει αυτού του παράγοντα. Η αρχιτεκτονική προσέγγιση παραγκωνίζει τα λιγότερο αναδειγμένα σημεία της πόλης, αγνοεί την ερμηνεία που το κάθε άτομο προσδίδει στην πόλη και παραμερίζει το ιδιαίτερο βάρος που μπορεί να προσδώσουν σε μια περιοχή άλλα πολιτισμικά στοιχεία (Savage, Ward, 2005).

- Κοινωνική κατασκευή του χώρου

Ο Henry Lefebvre (1991) άνοιξε νέες οδούς μέσα από τις οποίες διερευνά το ζήτημα της πόλης. Μέσα από αυτές στοιχειοθετείται μια θεωρητική προσέγγιση που θέλει το χώρο να μην προκύπτει ως προϊόν αρχιτεκτονικής, αλλά ότι «κατασκευάζεται κοινωνικά», μέσα από ένα σύνθετο πλέγμα κοινωνικών σχέσεων παραγωγής και αναπαραγωγής. Ο χώρος αυτός μέσα από την αναπαράστασή του βοηθά στη διατήρηση αυτών των σχέσεων, και στη διατήρηση του ίδιου του καπιταλιστικού συστήματος. Άρα, η κοινωνική κατασκευή του χώρου είναι εργαλείο στα χέρια της κυρίαρχης τάξης με σκοπό τη διατήρηση της ηγεμονίας της. Υπάρχουν 3 στοιχεία του χώρου στα οποία φαίνεται να στέκεται ο Lefebvre (Lefebvre 1991:33).

- χωρική πρακτική: Αγκαλιάζει την παραγωγή και αναπαραγωγή, και τις συγκεκριμένες τοποθεσίες και χαρακτηριστικά κάθε κοινωνικού σχηματισμού. Διασφαλίζει τη διάρκεια και ένα βαθμό συνοχής.

- αναπαραστάσεις του χώρου: Συνδέονται με τις σχέσεις παραγωγής και με τους κανόνες που επιβάλλουν οι σχέσεις αυτές, ως εκ τούτου και με τη γνώση, τα σύμβολα, τους κώδικες.

- χώροι αναπαράστασης: Ενσωματώνουν περίπλοκους συμβολισμούς, κάποιες φορές κωδικοποιημένους, συνδεδεμένους με την «υπόγεια» πλευρά της κοινωνικής ζωής, αλλά και με την τέχνη.

Προσπάθησε με τα τρία αυτά στοιχεία να δείξει ότι η διαλεκτική τους σύνδεση οδηγεί στην ένταξη των ανθρώπινων εμπειριών ανά τόπους στην κοινωνική κατασκευή του χώρου.

Απότοκο των σκέψεων αυτών, που χρησιμοποιήθηκε από άλλους θεωρητικούς όπως ο Harvey, είναι η έννοια του «δημιουργημένου χώρου». Δίνεται δηλαδή ιδιαίτερη έμφαση στο συμβολισμό και τις επιρροές που μπορεί να ασκεί ένας χώρος στους ανθρώπους. Πέρα λοιπόν από τον καθαρά εμπορευματικό χαρακτήρα προσδίδεται έντονο ιδεολογικό φορτίο στο χώρο της πόλης.

Πάνω σε αυτό είναι πολύ ενδιαφέρουσα η προσέγγιση του Gerald Suttles (1984) σχετικά με τον τρόπο που οι κουλτούρες πόλεων κατασκευάζονται γύρω από συμβολικά σημεία. Η ραχοκοκαλιά της σκέψης του ήταν ότι οι «απεικονίσεις πόλης» (city images) αποτελούνται από τρεις πηγές: τους ιδρυτές κοινότητας (community founders), τους επιχειρηματικούς αρχηγούς (entrepreneurial founders) και τη μουσειοποίηση (museumisation) μέσω της χρήσης τοπικών συμβόλων.

- Αστική έννοια και ατμόσφαιρα (vibe)

Ο Walter Benjamin (1978) προσπαθεί να κάνει μια ανάγνωση της πόλης με διαφορετικό τρόπο. Βασικός χαρακτήρας είναι ο θεατής και ο τρόπος με τον οποίο ο ίδιος βιώνει το αστικό περιβάλλον. Ο Benjamin βρίσκει έναν τρόπο να ερμηνεύει τους τόπους ανάλογα με τις προσωπικές εμπειρίες, τα γεγονότα και τα συναισθήματα στη

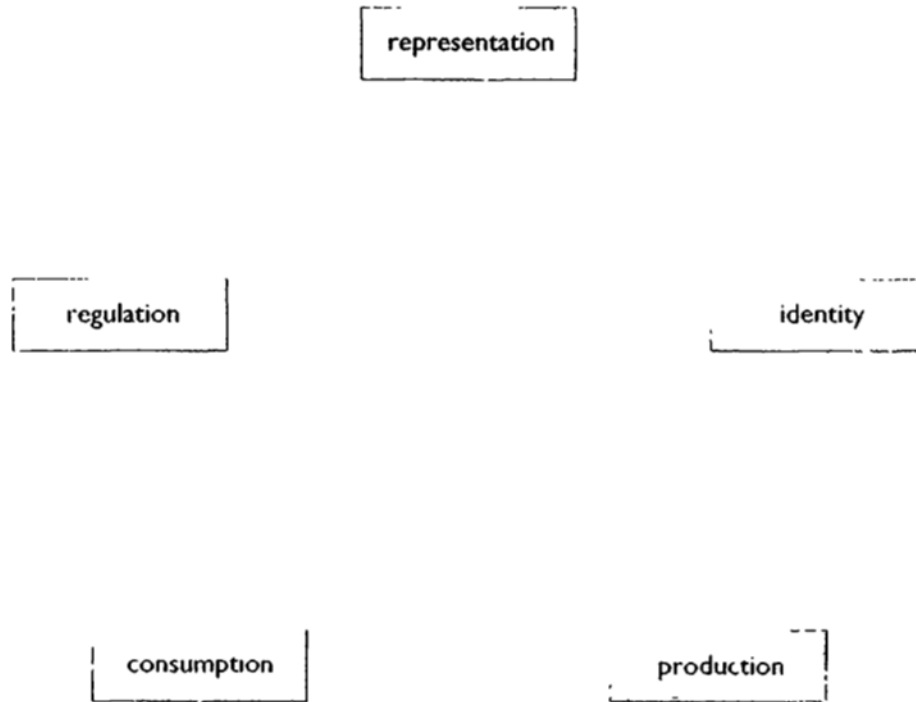
ζωή του ατόμου. Προχωρά μάλιστα και στη χαρτογράφηση της πόλης βάσει αυτών των προσωπικών εμπειριών του κάθε ατόμου. Με τη συνεισφορά του προσπάθησε να διαμορφώσει μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ πολιτισμικού συμβολισμού και εμπειρίας, καθώς σύμφωνα με αυτόν, η πόλη είναι το ιστορικό και πολιτισμικό όχημα που φέρει τις αναμνήσεις του παρελθόντος. Οι αναμνήσεις του καθενός μπορεί να φέρουν στο προσκήνιο διαφορετική ανάγνωση του κατασκευασμένου περιβάλλοντος. Για αυτό και η εμπειρία ενός τόπου είναι ατομική και υποκειμενική. Φυσικά, θα υπάρχει και κοινή συνισταμένη στην ανάγνωση ενός τόπου, αλλά αυτό δε σημαίνει ότι δε μπορούν να υπάρχουν διαφορετικές αποχρώσεις στις ερμηνείες. Αυτό συμβαίνει γιατί παρόλο που οι αναμνήσεις είναι καθαρά ατομικές, δεν παύει να υπάρχει ένα ισχύον ιδεολογικό πλαίσιο που διέπει τους κανόνες μιας κοινωνίας σε συγκεκριμένες χρονικές συγκυρίες, και άρα διαμορφώνει κυρίαρχα πολιτιστικά πρότυπα.

1.3 οι αναπαραστάσεις στην (ανα)κατασκευή της εικόνας της πόλης

Η αναπαράσταση είναι μια από τις βασικές πρακτικές που παράγουν πολιτισμό και κομβικό στοιχείο σε ότι αποκαλείται «κύκλωμα πολιτισμού». Ο πολιτισμός αφορά «κοινά νοήματα». Η γλώσσα είναι το προνομιακό μέσο με το οποίο αντιλαμβανόμαστε τα πράγματα, με το οποίο τα νοήματα παράγονται και ανταλλάσσονται. Τα νοήματα μπορούν να κοινοποιηθούν μόνο μέσα από την κοινή πρόσβαση στη γλώσσα. Έτσι, η γλώσσα έχει κεντρικό ρόλο στο νόημα και στον πολιτισμό και πάντα θεωρούνταν η κλειδοθήκη των πολιτισμικών αξιών και νοημάτων.

Στη σύγχρονη εποχή, και σε ένα πλαίσιο που προσιδιάζει περισσότερο στις κοινωνικές επιστήμες, η λέξη πολιτισμός χρησιμοποιείται για να αναφερθεί σε οτιδήποτε διακρίνει τον τρόπο ζωής ανθρώπων, κοινότητας, έθνους ή κοινωνικής ομάδας. Εναλλακτικά η λέξη μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει τις «κοινές αξίες» μιας ομάδας ή κοινωνίας, που είναι ένας πιο ανθρωπολογικός ορισμός. Παρόλα αυτά ο πολιτισμός θεωρείται ότι δεν αναφέρεται τόσο σε ένα σύνολο πραγμάτων, όσο σε ένα σύνολο πρακτικών. Κυρίως ο πολιτισμός αφορά την παραγωγή και ανταλλαγή νοημάτων μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας ή ομάδας.

Το «κύκλωμα του πολιτισμού», έτσι όπως αποτυπώθηκε από τον Stuart Hall (1997) υποδεικνύει το παραπάνω. Στην πραγματικότητα, τα νοήματα παράγονται σε πολλές διαφορετικές τοποθεσίες και κυκλοφορούν μέσω αρκετών διαφορετικών διαδικασιών και πρακτικών. Νόημα είναι ό,τι μπορεί να δώσει μια αίσθηση ταυτότητας, καθώς και του είναι και του ανήκειν. Έτσι είναι συνδεδεμένο με ερωτήματα του πώς ο πολιτισμός αξιοποιείται για να ξεχωρίσει και να διατηρήσει την ταυτότητα και τη διαφορετικότητα μεταξύ των ομάδων.



Το «κύκλωμα του πολιτισμού»

Από όταν συνέβη μια πολιτισμική στροφή στις ανθρωπιστικές και κοινωνικές επιστήμες, το νόημα θεωρείται ότι παράγεται-κατασκευάζεται για την ακρίβεια-, σύμφωνα με την «προσέγγιση της κοινωνικής κατασκευής». Η αναπαράσταση γίνεται αντιληπτή ως συστατικό στοιχείο των πραγμάτων. Και έτσι ο πολιτισμός προσιδιάζει περισσότερο σε μια συστατική διαδικασία, τόσο σημαντική όσο η οικονομική βάση στη διαμόρφωση των κοινωνικών υποκειμένων και των ιστορικών γεγονότων, παρά ως μια απλή αντανάκλαση του κόσμου μετά τα γεγονότα. Η γλώσσα, λοιπόν, παρέχει ένα γενικό μοντέλο της λειτουργίας του πολιτισμού και της αναπαράστασης, ειδικά με τη γενικότερη λειτουργία της ως λόγος.

Όπως έχει ειπωθεί και νωρίτερα ο λόγος επί της ουσίας προετοιμάζει το έδαφος για την εφαρμογή άμεσων πολιτικών πρακτικών. Η απάντηση των κυβερνητικών πολιτικών, σε Ευρώπη και ΗΠΑ, στην αποβιομηχάνιση και τα απότοκά της στις «παρηκμασμένες» πόλεις, και ιδιαίτερα τα αστικά κέντρα, ήταν η προσέλκυση νέων υποσχόμενων οικονομιών-βιομηχανιών. Βασικός πυλώνας στον οποίο στηρίχτηκαν και οι αναπλάσεις, ήταν ο τομέας του πολιτισμού και οι επονομαζόμενες πολιτιστικές βιομηχανίες (Ο' Connor & Wynne, 1997). Αυτές οι βιομηχανίες περιλαμβάνουν τομείς όπως τα ΜΜΕ, ο κινηματογράφος και οι οπτικές τέχνες, το ντιζάιν, η μόδα, η μουσική κ.ά. Οι βιομηχανίες αυτές θεωρητικά, έχουν τη δυνατότητα να τραβούν επενδύσεις και να βοηθούν στην οικονομική και πολιτιστική ανάκαμψη ολόκληρων περιοχών, και φυσικά συνδυάζονται με έργα αισθητικής αναβάθμισης και διαφόρων ειδών αναπλάσεις. Τα παραδείγματα τέτοιων περιοχών που σχεδόν αποκλειστικά αφιερώνονται στις πολιτιστικές βιομηχανίες είναι πολλά (Hall T. 2005).

Οι παρεμβάσεις που συνδέονται με πολιτιστικές αναπλάσεις διέπονται από την ίδια λογική. Οι πολιτιστικές παρεμβάσεις ή ο 'πολιτιστικός σχεδιασμός' αφορούν στις παρεμβάσεις στο δομημένο περιβάλλον που προωθούν τοπότητα ή χρήσεις της

συμβολικής οικονομίας. Ο τρόπος με τον οποίο προωθούνται τα 'δημιουργικά' στοιχεία της πόλης, συνδέεται άμεσα με τη συμβολική της οικονομία, στο πλαίσιο της οποίας ο εξευγενισμός, όπως και η δημιουργικότητα και ο πολιτισμός, αποτελούν σημεία οικονομικής επιτυχίας (Porter,2008). Πολλές φορές οι τοπικές κυβερνήσεις, προωθώντας πολιτιστικές δράσεις ή προσπαθώντας να αναδείξουν τα 'δημιουργικά' στοιχεία της πόλης, συμβάλλουν στον εκτοπισμό των ίδιων των καλλιτεχνών και της τέχνης από τις κεντρικές περιοχές. Με ειρωνικό τρόπο, αυτοί που "ανακαλύπτουν" τη νέα φτηνή περιοχή, δηλαδή οι καλλιτέχνες, είναι και αυτοί που καταλήγουν να εκδιώκονται από αυτήν, ως απόρροια της μετατροπής πολιτισμού σε κέρδος. Η αισθητική των καλλιτεχνών ήταν αυτή που δελέασε σε πρώτη φάση τη μεσαία τάξη μα εγκατασταθεί. Μια από τις πιο συνήθεις πρακτικές του εξευγενισμού είναι ότι μέρη που κάποτε είχαν μια ατμόσφαιρα πιο underground, πιο ανατρεπτική και αυθεντική, σύντομα καταλήγουν να "κανονικοποιούνται". Υποβάλλονται στις νόρμες της μαζικής παραγωγής, γίνονται πιο mainstream σύμφωνα με τα πρότυπα πιο εύπορων κοινωνικών ομάδων. Πριν μπορέσει να μιλήσει κανείς όμως για τις πολιτιστικές βιομηχανίες και το ρόλο τους ή τις πολιτιστικές παρεμβάσεις, πρέπει να διερευνήσει την κινητήρια δύναμη τους, που δεν είναι άλλη από το πολιτισμικό κεφάλαιο.

α_ πολιτισμικό κεφάλαιο και πολιτιστικές βιομηχανίες

Το κεφάλαιο, αναλόγως με τον τομέα που λειτουργεί, παρουσιάζεται σε τρεις βασικές μορφές : οικονομικό κεφάλαιο, πολιτισμικό κεφάλαιο και κοινωνικό κεφάλαιο. Ο Pierre Bourdieu(1986) έχει κάνει εκτενείς αναφορές σε σχέση με το πολιτισμικό κεφάλαιο, τον τρόπο που λειτουργεί και μεταβιβάζεται και τις εκφάνσεις του. Το πολιτισμικό κεφάλαιο μπορεί να υπάρχει και αυτό με τη σειρά του με τρεις μορφές: στην ενσωματωμένη κατάσταση, με τη μορφή μακροχρόνιων διαθέσεων του μυαλού και του σώματος , στην αντικειμενική κατάσταση, με τη μορφή πολιτισμικών αγαθών (εικόνες, βιβλία, λεξικά, όργανα, μηχανές κλπ) και στη θεσμοθετημένη κατάσταση, μια μορφή αντικειμενοποίησης που πρέπει να ιδωθεί χωριστά καθώς φέρει εντελώς νέες ιδιότητες στο πολιτισμικό κεφάλαιο.

- Ενσωματωμένη κατάσταση(The Embodied State)

Οι περισσότερες ιδιότητες του πολιτισμικού κεφαλαίου προέρχονται από το γεγονός ότι, στη θεμελιώδη κατάστασή του, συνδέεται με το σώμα και προϋποθέτει ενσωμάτωση. Η συσσώρευση πολιτισμικού κεφαλαίου στην ενσωματωμένη κατάσταση, δηλαδή στη μορφή αυτού που ονομάζεται πολιτισμός, καλλιέργεια,εκπαίδευση προϋποθέτει μια διαδικασία ενσωμάτωσης και ένταξης. Η διαδικασία αυτή κοστίζει σε χρόνο που πρέπει να επενδυθεί προσωπικά από τον επενδυτή. Το πολιτισμικό κεφάλαιο μπορεί να αποκτηθεί σε κάθε περίοδο και κοινωνικό σχηματισμό ασυνείδητα. Το πιο δυνατό στοιχείο της συμβολικής αποτελεσματικότητάς του όμως, έγκειται στη λογική μετάδοσής του. Η πρωταρχική συσσώρευση πολιτισμικού κεφαλαίου, ξεκινά από την αρχή, χωρίς καθυστέρηση, χωρίς σπαταλημένο χρόνο, μόνο με τους απογόνους της οικογένειας να είναι προικισμένοι με ισχυρό κεφάλαιο. Σε αυτήν την περίπτωση η συσσώρευση καλύπτει όλη την περίοδο κοινωνικοποίησης. Συνεπώς προκύπτει ότι, αναμφίβολα η μετάδοση πολιτισμικού κεφαλαίου είναι η καλύτερης κρυμμένης μορφής μετάδοση κληροδοτούμενου κεφαλαίου. Για αυτό το λόγο έχει αναλογικά μεγαλύτερο βάρος στο σύστημα

αναπαραγωγής στρατηγικών, ειδικά εφόσον οι άμεσες και ορατές μορφές μετάδοσης τείνουν να λογοκρίνονται και να κοντρολάρονται πιο έντονα.

- Αντικειμενική κατάσταση(The Objectified State)

Στην αντικειμενική μορφή του, το πολιτισμικό κεφάλαιο έχει έναν αριθμό ιδιοτήτων που ορίζονται αποκλειστικά από τη σχέση με το πολιτισμικό κεφάλαιο στην ενσωματωμένη μορφή του. Αντικειμενοποιημένο σε υλικά αντικείμενα και μέσα, όπως γραπτά, πίνακες, μνημεία, όργανα κλπ μεταδίδεται με την υλικότητά του. Το πολιτισμικό κεφάλαιο σε αυτήν τη μορφή παρουσιάζεται να λειτουργεί αυτόνομα με τους δικούς του κανόνες και παραμένει αμείωτο. Παρόλα αυτά, δεν πρέπει κανείς να ξεχνά πως υφίσταται ως συμβολικά και υλικά ενεργό, αποτελεσματικό κεφάλαιο μόνο εφόσον εφαρμόζεται και επενδύεται από παράγοντες ως όπλο και στοίχημα στους αγώνες του πεδίου της πολιτισμικής παραγωγής, και πέρα από αυτό, στο κοινωνικό πεδίο.

- Θεσμοθετημένη κατάσταση(The Institutionalized State)

Η αντικειμενοποίηση του πολιτισμικού κεφαλαίου στη μορφή των ακαδημαϊκών προσόντων είναι ένας τρόπος ουδετεροποίησης κάποιων από τις ιδιότητες, που προκύπτουν από το γεγονός ότι, ενσωματωμένο, έχει τα ίδια βιολογικά όρια με το φορέα του. Αυτή η αντικειμενοποίηση είναι που κάνει τη διαφορά μεταξύ του κεφαλαίου του αυτοδίδακτου, που μπορεί να αμφισβητηθεί οποτεδήποτε, και του πολιτισμικού κεφαλαίου που αποκτάται ακαδημαϊκά με νόμιμα εγγυημένα προσόντα. Παρέχοντας θεσμική αναγνώριση στο πολιτισμικό κεφάλαιο οποιουδήποτε παράγοντα, τα ακαδημαϊκά προσόντα δίνουν τη δυνατότητα σύγκρισης των κατόχων, ακόμα και της ανταλλαγής τους. Επίσης γίνεται δυνατή η καθιέρωση ποσοστών μετατροπής μεταξύ πολιτισμικού και οικονομικού κεφαλαίου με την εγγύηση της νομισματικής αξίας ενός δεδομένου ακαδημαϊκού κεφαλαίου.

Οι πολιτιστικές βιομηχανίες αφορούν κυρίως με τη διοίκηση και την πώληση ενός συγκεκριμένου είδους εργασίας, της «τέχνης» (εφαρμοσμένης και μη). Κοινωνιολόγοι και μαρξιστές έχουν επιχειρηματολογήσει ότι η καλλιτεχνική εργασία δεν είναι τόσο διαφορετική από τα άλλα είδη εργασίας, καθώς και τα δυο προσανατολίζονται στην παραγωγή αντικειμένων και εμπειριών. Παρόλα αυτά, υπάρχει κάτι το διακριτό στον τομέα της ανθρώπινης δημιουργικότητας που συχνά αποκαλείται «τέχνη». Η επινόηση ή εκτέλεση ιστοριών, τραγουδιών, ποιημάτων, αστείων κλπ, άσχετα με το κατά πόσο συμμετέχει η τεχνολογία σε αυτό, συμπεριλαμβάνει ένα συγκεκριμένο είδος δημιουργικότητας. Αυτό της διαχείρισης συμβόλων και νοημάτων με σκοπό την ψυχαγωγία, την πληροφόρηση και ίσως τη διαφώτιση. Αντί για τον όρο τέχνη, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ο όρος «συμβολική δημιουργικότητα» και αντί για καλλιτέχνης ο όρος «δημιουργός μαζικών συμβόλων», για αυτούς που δημιουργούν, ερμηνεύουν ή ανασκευάζουν ιστορίες, εικόνες τραγούδια κλπ(Hesmondhalgh 2012). Αυτό δε σημαίνει αυτόματα ότι οι όροι αυτοί είναι θετικοί. Πρέπει να τονιστεί ότι στη φύση των πολιτιστικών βιομηχανιών ενυπάρχουν αντιθέσεις. Ο τρόπος που αυτές αξιοποιούν τη συμβολική δημιουργικότητα αντανάκλα τις αντικρουόμενες κοινωνικές σχέσεις κάθε σχηματισμού ιστορικά, ανάλογα με τις υπάρχουσες συνθήκες, και σε ένα βαθμό βοηθούν και στην αναπαραγωγή τους.

Ο όρος πολιτιστικές βιομηχανίες δεν είναι τόσο ευρύς όσο συνήθως παρουσιάζεται. Κυρίως αφορά εκείνους τους θεσμούς που με τον πιο άμεσο τρόπο διαπλέκονται με την παραγωγή κοινωνικών νοημάτων. Έτσι, σχεδόν όλοι οι ορισμοί των πολιτιστικών βιομηχανιών συμπεριλαμβάνουν τα ΜΜΕ, τις εκδόσεις, τις δισκογραφικές και

διαφημιστικές εταιρίες, καθώς και τις τέχνες του θεάματος. Όλες αυτές είναι δραστηριότητες με πρωταρχικό σκοπό την επικοινωνία με το κοινό, τη δημιουργία λόγου(Hesmondhalgh 2012). Οι πολιτιστικές βιομηχανίες είναι τα βασικά μέσα εντός μιας κοινωνίας για την παραγωγή συμβολικών αγαθών και λόγου(Lee 2013). Όπως επιχειρηματολογεί ο Garnham (1987) οι πολιτιστικές βιομηχανίες αναφέρονται σε αυτούς τους κοινωνικούς θεσμούς που υιοθετούν τους χαρακτηριστικούς τρόπους παραγωγής και οργάνωσης των βιομηχανικών εταιριών, ώστε να παράγουν και να διαδώσουν σύμβολα στη μορφή πολιτισμικών αγαθών και υπηρεσιών, γενικά αλλά όχι αποκλειστικά, ως εμπορεύματα. Επιπλέον, οι πολιτιστικές βιομηχανίες αποτελούν βασικό στοιχείο στη σύσταση της δημόσια σφαίρας, καταλαμβάνοντας το ρόλο κλειδί στη διάδοση της κυρίαρχης ιδεολογίας (Habermas, 1989).

Πολλοί κρατικοί λειτουργοί αλλά και ακαδημαϊκοί προτιμούν να χρησιμοποιούν τον όρο «δημιουργικές βιομηχανίες» έναντι των πολιτιστικών βιομηχανιών. Οι δημιουργικές βιομηχανίες ορίστηκαν το 2001 στο Κείμενο Χαρτογράφησης Δημιουργικών Βιομηχανιών(Creative Industries Mapping Document) ως «αυτές οι βιομηχανίες που έχουν την απαρχή τους σε ατομική δημιουργικότητα, επιδεξιότητα και ταλέντο και έχουν μια προοπτική για δημιουργία πλούτου και θέσεων εργασίας μέσω της γένεσης και εκμετάλλευσης οικονομικής περιουσίας». Περιλαμβάνουν: διαφήμιση, αρχιτεκτονική, τέχνη και αντίκες, χειροτεχνία, σχέδιο, σχέδιο μόδας, φιλμ και βίντεο, διαδραστικό ψυχαγωγικό λογισμικό, μουσική, τέχνες θεάματος, εκδόσεις, υπηρεσίες υπολογιστών και λογισμικού, τηλεόραση και ραδιόφωνο. Παρόλα αυτά οι πολιτιστικές βιομηχανίες δεν αναφέρονται μόνο σε έναν τύπο βιομηχανικής δραστηριότητας, αλλά και στις σχέσεις μεταξύ πολιτισμού και οικονομίας, λόγου και βιομηχανίας, νοήματος και λειτουργίας.

β_ αστικό μάρκετινγκ (city branding)

Ο Tim Hall ισχυρίζεται ότι « καμιά από τις αλλαγές στην παραγωγή και ρύθμιση του δομημένου περιβάλλοντος πιθανόν να μην εμφανιζόταν, εάν δεν συνοδευόταν από μια αλλαγή των προτύπων και των πρακτικών κατανάλωσης του αστικού περιβάλλοντος. Με πιο απλά λόγια, τα νέα αστικά τοπία δε θα είχαν εμφανιστεί αν δεν υπήρχε κάποιος να τα αγοράσει.»

Ο καταναλωτισμός ο οποίος διέπει το σύγχρονο αστικό πολιτισμό, πέρα από το να λειτουργεί σαν βασικός μοχλός κίνησης της οικονομίας, για τα κοινωνικά υποκείμενα μπορεί να λειτουργεί και ως σημαντικός δείκτης κοινωνικής θέσης, διάκρισης και ταυτότητας. Τα καταναλωτικά πρότυπα δε μένουν σταθερά, αλλά κινούνται ανάλογα με τις ανάγκες της παγκόσμιας οικονομίας και των εκάστοτε τοπικών συνθηκών, για αυτό υπάρχουν και σχετικές διαφοροποιήσεις ανά κοινωνικό σχηματισμό. Σίγουρα μπορεί κανείς να διακρίνει μεγάλη διαφορά στα πρότυπα αυτά από τη δεκαετία του '80 και μετά, όπως και από το 2000 και την οικονομική κρίση και ύστερα. Ήδη όμως από το '80 η έμφαση του καταναλωτισμού είχε μετατοπιστεί προς τις έννοιες της αποκλειστικότητας, του ύφους και της διαφορετικότητας. Η κατανάλωση δεν αξιοποιούνταν πια με τον ίδιο τρόπο που γινόταν μεταπολεμικά, με προϊόντα μαζικής παραγωγής που είχαν κυρίαρχα σκοπό την κάλυψη ουσιαστικών αναγκών, αλλά ως μια σειρά εξειδικευμένων αγορών που διαμορφώθηκαν από τον τρόπο ζωής ή τις πολιτιστικές προτιμήσεις. Έγινε δηλαδή μια στροφή με κριτήρια περισσότερο ιδεολογικά παρά υλικά. Αυτή η πολυδιάσπαση των καταναλωτικών αναγκών έχει σχέση με την «ψυχολογική αξία της κατανάλωσης» είτε αυτό αφορά άυλα είτε υλικά προϊόντα.

Ο χαρακτήρας της κατανάλωσης είναι διπλός. Έχει κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις. Αν κοιτάξει κανείς τη γενιά του baby boom ('45-'55) θα δει ότι υπήρχε μεγάλη αναζήτηση σε θέματα αυτογνωσίας, και αυτό αποδεικνύεται από την αθρόα συμμετοχή της σε κοινωνικά και πολιτιστικά κινήματα αμφισβήτησης, κυρίαρχα κατά τη δεκαετία του '60. Με το πέρας αυτών των κινήματων όμως, και ίσως αδυνατώντας αυτά να αφήσουν πιο ηχηρές παρακαταθήκες ως προς τον τρόπο ζωής, υπήρξε στροφή στην υιοθέτηση «εξατομικευμένων υποδειγμάτων κατανάλωσης», εξού και η φράση «από χίπης γιάπης». Επίσης « η πώληση οικονομικής ευκαιρίας και εισοδήματος, δημιούργησε έναν αριθμό θέσεων απασχόλησης στο υψηλότερο σημείο της ιεραρχίας, που δεν εξασφάλιζε κοινωνικό στάτους, άρα η κοινωνική θέση έπρεπε να κατασκευαστεί».

Ως αποτέλεσμα ανάβασης στην κοινωνική βαθμίδα μέσω της κατανάλωσης, δημιουργήθηκαν μια σειρά αστικά τοπία-κόμβοι. Οι χώροι αυτοί και η κατανάλωση είναι αλληλένδετοι και σύμφυτοι. Ανάλογα με το πολιτισμικό κεφάλαιο της κάθε χώρας επιλέγονται και τα αντίστοιχα σύμβολα που θα διαφημίσουν το τοπίο και θα προσελκύσουν τους επίδοξους επισκέπτες. Η έννοια του πολιτισμού είναι κομβική σε ό,τι αφορά τις προωθητικές στρατηγικές των πόλεων. Το πεδίο είναι ευρύ και περιλαμβάνει ό,τι θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως πολιτιστικές δραστηριότητες υψηλής στάθμης (π.χ. θέατρο, χορός, μουσική, αίθουσες τέχνης, μουσεία κλπ). Υπάρχουν και οι πιο εκλαικωμένες εκδοχές πολιτισμού και σχετίζονται περισσότερο με την ψυχαγωγία και τη βιομηχανία διασκέδασης (όπως μπαρ, εστιατόρια-καφέ, καταστήματα design, σινεμά κά).Ακόμα και αυτά όμως εξακολουθούν να στοχεύουν σε ένα κοινό μεσαίων και ανώτερων στρωμάτων, εξυπηρετώντας κυρίως ασχολίες ελεύθερου χρόνου.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 30ετών, η πολιτιστική πολιτική συνεχώς αποκτά πιο δραστικό ρόλο στις στρατηγικές οικονομικής και φυσικής αναγέννησης σε πολλές δυτικοευρωπαϊκές πόλεις. Δυο σημεία κλειδιά αποτελούν ο ελεύθερος χρόνος και το προς κατανάλωση εισόδημα που έχουν στρέψει τις κυβερνητικές πολιτικές στις δαπάνες για τον πολιτισμό (Bianchini 1993). Οι πολιτιστικές πολιτικές αποδείχθηκαν ένα πολύτιμο εργαλείο στη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομικής βάσης, στην προσπάθεια επίτευξης της «επιθυμητής» κοινωνικής συνοχής, καθώς και στη διαμόρφωση μιας συγκεκριμένης «θετικής» εικόνας. Δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην επέκταση οικονομικών τομέων όπως ο ελεύθερος χρόνος, ο τουρισμός τα ΜΜΕ και άλλες πολιτιστικές βιομηχανίες, συμπεριλαμβανομένων και της μόδας και του design, σε μια προσπάθεια αντισταθμίσεως της απώλειας θέσεων εργασίας από τη συρρίκνωση της βιομηχανίας. Οι στρατηγικές αστικού marketing διέβλεψαν τη σημασία μιας ζωντανής, κοσμοπολίτικης πολιτιστικής ζωής, στοχευμένη στο να προσελκύει κεφάλαια. Η πολιτιστική πόλη εμφανίζεται να απολαμβάνει την ποιότητα της ζωής του κέντρου, μια αύρα υψηλού επιπέδου, δημιουργικότητας, εκλεπτυσμού και καινοτομίας. Συνεπώς οι πολιτιστικές πολιτικές συνάδουν με συμβολισμούς μοντέρνους και καινοτόμους, όπως και με τις έννοιες της αναγέννησης και της αειφορίας.

Το αστικό marketing αναφέρεται στην αξιοποίηση των διαδικασιών και εργαλείων εμπορικής προώθησης, ώστε όπως ισχυρίζονται οι υπέρμαχοί του, να βελτιωθεί η σχέση μεταξύ της πόλης και των κοινών της. Αυτή η ερμηνεία απέχει παρασάγγας από την «πώληση πόλεων», που αφορά την εντατική προώθηση της πόλης ως προϊόν, όπου το κοινό υποκύπτει στον εξαναγκασμό αγοράς γιατί πείθεται ότι χρειάζεται αυτό που παρέχεται προς πώληση. Αντίθετα με το marketing η επικοινωνία μεταξύ των δημιουργών του προϊόντος και των καταναλωτών καταλήγει να τροποποιεί το ίδιο το

προϊόν, ανάλογα με τις ανάγκες ή τις επιθυμίες του κοινού (Hall, Hubbard 1998). Η πώληση αναφέρεται σε ένα στάδιο κατά το οποίο ο καταναλωτής έχει ήδη πειστεί ότι θέλει ένα προϊόν που προσφέρεται. Το marketing βασίζεται σε μια διαδικασία στην οποία αυτό που πουλάει κάποιος διαμορφώνεται από κάποια ιδέα που μπορεί να υπάρχει σχετικά με το τι δυνητικά θα ήθελε ο καταναλωτής. Το marketing αναφέρεται σε προγενέστερο στάδιο, σε τάσεις/προβλέψεις και έχει πιο μεσοπρόθεσμο τρόπο να επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη.

Αυτό δε σημαίνει όμως ότι δε μπορεί να διαμορφώνει σε πολύ μεγάλο βαθμό την οικονομία των πόλεων. Για αυτό άλλωστε από το '80 και μετά οι διοικήσεις έχουν ρίξει πολύ μεγάλο βάρος σε αυτό. «Τα τοπία των πόλεων διαμορφώνονται περισσότερο με βάση τις γνώμες των πιθανών καταναλωτών» ή για να είμαστε πιο ακριβείς, των προτιμώμενων-επιθυμητών καταναλωτών. «Το αστικό marketing είναι η βασική κατευθυντήρια δύναμη στην αστική οικονομική ανάπτυξη στη δεκαετία του 1980 και θα συνεχίσει να είναι έτσι και στο μέλλον. Η λογική ότι οι περισσότερες θέσεις εργασίας κάνουν μια καλύτερη πόλη αντικαθίσταται από τη διαπίστωση ότι η δημιουργία μιας καλύτερης πόλης ελκύει περισσότερες θέσεις εργασίας» (Bailey 1989:3). Η μαζική επέκταση των διεθνών οικονομικών συναλλαγών, η διαμόρφωση των χρηματιστηριακών αγορών σε ένα παγκόσμιο δίκτυο και η αύξηση του ποσοστού των υπηρεσιών στις παγκόσμιες αγορές, έχουν γίνει κομμάτι της οικονομικής βάσης πολλών μεγαλουπόλεων. Στα πλαίσια του μεταξύ τους ανταγωνισμού γίνεται υπερπροβολή κάποιων στοιχείων της πόλης με όρους μάρκετινγκ. «Η υπερπροβολή αυτή είναι συνδεδεμένη περισσότερο με την προσπάθεια ανάδειξης της καταλληλότητας των μεγαλουπόλεων ως τόπους παραγωγής και αγοράς αυτών των υπηρεσιών, παρά με την ανάγκη εξυπηρέτησης της οικονομικής βάσης της πόλης» (Sassen 1991:190).

Σε ένα σύγχρονο μεταμοντέρνο πλαίσιο οι πόλεις αντιμετωπίζονται πολλές φορές σαν εμπορεύματα προς πώληση σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες. Σε αυτή τη διαδικασία η πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της πόλης ευτελίζεται σε ελκυστικό κεφάλαιο στο οποίο η πόλη βασίζεται για να προωθηθεί στην αγορά. Ο Holcomb (1999) επιχειρηματολογεί πάνω σε αυτό υποστηρίζοντας ότι το να προμοτάρεται αποκλειστικά τουριστικά μια πόλη μπορεί να αποβεί μοιραίο. Η πόλη εμπορευματοποιείται και συμβιβάζεται με τα κανονιστικά πλαίσια της αγοράς, αντίθετα ενδεχομένως με τις επιθυμίες και ανάγκες των κατοίκων, και τα οικονομικά αποθέματα σπαταλούνται για οτιδήποτε άλλο πέραν των κοινωνικών αναγκών. Ένα μέρος μπορεί να εμπορευματοποιηθεί βάσει συγκεκριμένων χαρακτηριστικών που επιλέγονται να προβληθούν και όχι βάσει των στοιχείων που το ταυτοποιούν.

Εν ολίγοις, δεν πρέπει να ξεχνά κανείς ότι δεν αναφέρεται μόνο στο επικοινωνιακό κομμάτι, δηλαδή τη διαφήμιση και τις δημόσιες σχέσεις, αλλά και στις στρατηγικές που αφορούν τον καθορισμό τιμής, τη διανομή και το ίδιο το προϊόν. Ειδικά το τελευταίο είναι και το πιο σημαντικό. Το προϊόν είναι ένα σύμπλεγμα περιεχομένων που συγκεντρώνονται και διαμορφώνονται κατάλληλα, ώστε να ελκύσει καταναλωτές. Τα περιεχόμενα τείνουν να κατηγοριοποιούνται ως εξής (Mata 2008)

- Φυσικά (κλίμα, τοπίο, περιβάλλον)
- Κοινωνικό-οικονομικά (παραδόσεις, αρχιτεκτονικό ύψος κ.ά.)
- Υποδομές
- Αναψυχή
- Είδος διακυβέρνησης
- Εκπαίδευση και υγεία

- Κατοικία

Οι παραπάνω κατηγορίες είναι τα καλύτερα μέσα διαφήμισης και μπορεί, ανάλογα με τις διαθέσεις του δημιουργού, να αλλάξουν ούτως ώστε να ικανοποιηθούν οι καταναλωτές. Όμως, οι ενέργειες που μπορεί να προκύψουν για οποιαδήποτε αλλαγή, μπορεί να εγείρουν αντιπαραθέσεις και συγκρούσεις, καθώς υπάρχουν εκεί οι ήδη εγκατεστημένοι κάτοικοι, που θέλοντας και μη είναι μέρος του προϊόντος που προωθείται.

Τα κοινά απεύθυνσης συνήθως χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: τους κατοίκους (υπάρχοντες και πιθανούς), τους τουρίστες και επισκέπτες κάθε είδους, και τους πιθανούς επενδυτές. Φυσικά η σχέσεις και οι εικόνες που προκύπτουν για την πόλη είναι διαφορετικές για κάθε κατηγορία. Στα πλαίσια του παγκόσμιου ανταγωνισμού και των ελεύθερων ροών κεφαλαίων, αυτοί που ασχολούνται με το αστικό marketing εστιάζουν κυρίως στα εξωτερικά κοινά απεύθυνσης, ώστε να αποκομίσουν το μέγιστο κέρδος. Οι πραγματικοί ενδιαφερόμενοι, όμως όσον αφορά το χώρο της πόλης είναι οι ίδιοι οι κάτοικοι που τη βιώνουν καθημερινά.

Ο αστικός σχεδιασμός και τα οπτικά σύμβολα έχουν χρησιμοποιηθεί κατά κόρον στο αστικό μάρκετινγκ, ως τοπόσημα που χαράσσονται μόνιμα στο μυαλό του κοινού (κόκκινη πλατεία, πύργος του Άιφελ). Η κατασκευή ενός τοπόσημου αποτέλεσε μια από τις πιο δημοφιλείς τακτικές ώστε να καθιερωθεί μια περιοχή στο νοητικό χάρτη ενός επισκέπτη. Μπορεί να κατασκευαστούν επί τούτου, ή αυτά που ήδη υπάρχουν, να χρησιμοποιηθούν εκ των υστέρων για αυτό το σκοπό (μουσείο γκουγκενχαιμ/κολοσσαίο). Τα τοπόσημα που κατασκευάζονται εξ αρχής, βέβαια πρέπει να προκύπτουν μετά από προσεκτικό σχεδιασμό, καθώς φέρουν τεράστιο κόστος, και κυρίως να συμβαδίζουν με την εικόνα που προωθείται. Αν αυτά δε συμβαδίζουν το έργο θεωρείται αποτυχημένο, καθώς δεν ενισχύει την αξιοπιστία του τόπου (Kotler 1999).

Έξω από αυτήν τη συζήτηση δε μπορεί να μείνει η «επώνυμη αρχιτεκτονική», σχετικά με τη χρήση οπτικών συμβόλων και εμβληματικότητας. Η αξία της αρχιτεκτονικής έχει ξεπεράσει το θέμα της αισθητικής. Εισέρχεται ο όρος του «συμβολικού κεφαλαίου» σε ό,τι έχει να κάνει με κτίρια που σχεδιάζονται από διάσημους αρχιτέκτονες, που αντανακλούν το ταξικό επίπεδο και γούστο του ιδιοκτήτη (Crilly 1993). Με την ανάδειξη συγκεκριμένων αρχιτεκτόνων και των προσωπικών τους πινελιών, το στάτους των κατοίκων συνδέεται με το στυλ και την επωνυμία του κτιρίου. Αυτή η πρακτική εφαρμόζεται εδώ και πολλές δεκαετίες. Η διαφορά στο σήμερα είναι ότι πλέον δεν εφαρμόζεται από μεμονωμένους ιδιοκτήτες, αλλά προωθείται από ολόκληρες ομάδες που αναλαμβάνουν το marketing μιας περιοχής, σε μια προσπάθεια να συνδέσουν το όνομα ενός πρωτοκλασάτου αρχιτέκτονα, με το ύψος που θέλουν να προσδώσουν στον τόπο αυτό.

- έργα ναυαρχίδες

Ένα πολύ μεγάλο μέρος των πρακτικών που υιοθετούν όσοι εφαρμόζουν το αστικό marketing είναι η χρήση των έργων ναυαρχίδων. Πρόκειται για διακεκριμένα τοπόσημα και γεγονότα-σφραγίδες (διεθνείς εκθέσεις, φεστιβάλ, ολυμπιακοί αγώνες). Στα πλαίσια αυτά έμφαση δόθηκε στις «ταλαιπωρημένες» ακόμα και ερημοποιημένες ενδοαστικές περιοχές, που φέρουν το στίγμα της αποβιομηχάνισης και της οικονομικής ύφεσης. Σε Ευρώπη και ΗΠΑ τα παραδείγματα είναι πολλά με διαφορετικού τύπου επιχειρήσεις, με χαρακτηριστικότερα τα θεαματικά έργα ή αλλιώς έργα-ναυαρχίδες. Τέτοιου τύπου έργα δίνουν έμφαση στην κλίμακα των κτιρίων, καθώς και στη μορφή, με ιδιαίτερα θεαματικά και καινοτόμα στοιχεία, όπως επιτάσσει η μετα-μοντέρνα αρχιτεκτονική. Ως επί το

πλείστων αυτά τα projects γίνονταν με συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και βασική πηγή χρηματοδότησης ευρωπαϊκά και αντίστοιχα αμερικανικά εργαλεία-προγράμματα (La Defense, Docklands, Dean Cough Halifax βιομηχανικό πάρκο, Battery Park City NY....).

Στόχος αυτών των έργων είναι και η αγοραία λειτουργία, αλλά και η ανάπτυξη συμβολικών αξιών. Πέρα από την προσπάθειά τους να αναμοχλεύσουν την πεσμένη οικονομία σε «παρηκμασμένες» περιοχές, επιδιώκουν και την αλίευση του κατάλληλου κοινού. «Λειτουργούν ως μαγνήτες που σκοπό έχουν να προσελκύσουν κόσμο, κατανάλωση και θέσεις απασχόλησης, σύμφωνα με τον τύπο τους, τονώνοντας θεωρητικά την ευρύτερη αστική οικονομία.» Αυτοί οι «μαγνήτες» λειτουργούν ως χώροι-πείραμα που εφαρμόζονται πιλοτικά κρατικές κατευθύνσεις, ούτως ώστε τα «θετικά» τους αποτελέσματα να λειτουργήσουν ως καλό παράδειγμα και να επεκταθούν και αλλού.

Στη μεταβιομηχανική κοινωνία η εικόνα παίζει πολύ μεγάλο ρόλο στην αστική αναγέννηση. Για αυτό και τα έργα ναυαρχίδες προσπαθούν να λειτουργήσουν ως τοπόσημα, και αποτελούν δείκτη για την τάση οπτικής, οικονομικής και πολιτιστικής μεταμόρφωσης μιας πόλης. Οι νέες εικόνες οδηγούν σε νέες (ανα)παραστάσεις. Τα έργα αυτά μάλιστα προωθούνται και διαφημίζονται με τρόπο εμμονικό από τους ΙΜΚ. Στη Βρετανία, για παράδειγμα, η τάση για προώθηση έργων- ναυαρχίδες συνδυάστηκε με τη στροφή στις επιχειρηματικές επενδύσεις και τον ιδιωτικό τομέα, και γενικά στο «λιγότερο κράτος». Η αναζωογόνηση αυτή αντανάκλασε και τη δεσπόζουσα αφήγηση για τη μεταμοντέρνα αντίληψη του χώρου. Οι αρχιτέκτονες και πολεοδόμοι τα έβλεπαν ως έναν τεράστιο καμβά, ως «καλλιτεχνικά τμήματα» ή «σκηνογραφημένες νησίδες». Σε αυτές τις περιπτώσεις η αισθητική παραβλέπει το κοινωνικά αναγκαίο, για αυτό και στην πλειοψηφία τους αυτά τα έργα αποτυγχάνουν να ενταχθούν οργανικά στο υπόλοιπο κοινωνικό-αστικό τοπίο.

- πολιτικές της πολιτισμικής κληρονομιάς

Η πρακτική της αναβίωσης της παλαιότερης πολιτισμικής κληρονομιάς είναι αρκετά συνηθισμένη στις προσπάθειες αναζωογόνησης των σύγχρονων αστικών κέντρων. Είθισται μάλιστα η πρακτική αυτή να συνδυάζεται με ανέγερση μουσειακών χώρων, ή ανάδειξη αρχαίων υπολειμμάτων του δημόσιου χώρου. Εκ μιας πρώτης όψης τέτοιου τύπου ενέργειες ενδέχεται να μην είναι απαραίτητως αρνητικές. Ειδικά όταν συνδυάζονται με ένα χαρακτήρα ανάδειξης και υπενθύμισης μιας λαϊκής-ιστορικής κουλτούρας με την οποία οι μάζες του κόσμου, ανεξαρτήτως οικονομικής κατάστασης και μορφωτικού επιπέδου, να μπορούν να ταυτιστούν.

Δυστυχώς όμως, ειδικά στο ελληνικό τοπίο, στα πλαίσια κατασκευής των κυρίαρχων ταυτοτήτων του εθνικού κράτους, επιλέγεται emphaticά η ανάδειξη της αίγλης των αρχαίων χρόνων έως και των βυζαντινών. Κατά κάποιο τρόπο το επόμενο διάστημα, ειδικά της νεότερης ιστορίας και λαογραφίας, παρόλο που και αυτή είναι πλούσια, καταχωνιάζεται διαρκώς. Δεν αντιλέγει κανείς ότι η Ελλάδα, όπως και οι περισσότερες χώρες του ευρωπαϊκού νότου, έχουν πολύ πλούσια ιστορία που επεκτείνεται σε βάθος χρόνου. Το προτέρημα αυτό δίνει συγκριτικό πλεονέκτημα της προώθησης της ιστορίας ενός τόπου ως «εξαγωγίμο προϊόν» σε σχέση με άλλες χώρες με μικρότερο ιστορικό πλούτο. Ο πολιτιστικός-ιστορικός χαρακτήρας μιας περιοχής όμως δεν απευθύνεται μόνο σε τουρίστες, ούτε και αποκλειστικά σε ντόπιους επισκέπτες. Απευθύνεται και στους κατοίκους και χρήστες μιας περιοχής. Για να μπορεί, λοιπόν, ο

χαρακτήρας αυτός να διατηρηθεί πρέπει με ένα φυσικό τρόπο να εντάσσεται στο υπάρχον κλίμα της.

Το «κλασικό ιδεώδες» ήταν το στυλ που επιλέχθηκε ως μέσο πολιτισμικής αλλά και τουριστικής ανάπτυξης για την Αθήνα. Σε θεωρητικό επίπεδο, η σύνδεση του τουρισμού με την πολιτισμική διαχείριση πραγματώνεται μέσω της έννοιας της «αυθεντικότητας», η προσέγγιση της οποίας είναι κοινή και για τους δύο κλάδους (Πούλιος, Τουλούπα 2015). Ο τουρισμός δεν είναι απλώς «ένα σύνολο επιχειρηματικών δραστηριοτήτων», αλλά «ένα ιδεολογικό μόρφωμα ιστορίας, φύσης και παράδοσης» (MacCannell, 1992:1), το οποίο σε μεγάλο βαθμό βασίζεται σε αφηγήσεις και βιώματα που σχετίζονται με την εικόνα της πόλης .

Αυτό το είδος ανάπτυξης, λοιπόν, εντάσσεται στη γενικότερη φιλοσοφία προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς στην Ελλάδα στη βάση του «υλικοκεντρικού» μοντέλου. Το υλικοκεντρικό μοντέλο δίνει έμφαση στο υλικό (material/fabric), το οποίο θεωρείται σημαντικό κυρίως από ιστορικής, αρχαιολογικής, επιστημονικής και αισθητικής πλευράς. Η «αυθεντικότητα» της πολιτισμικής κληρονομιάς ενυπάρχει στο υλικό. Επομένως, στόχος της διαχείρισης, σύμφωνα με το υλικοκεντρικό μοντέλο, είναι η διατήρηση του υλικού του παρελθόντος και η προστασία του από τη φθορά και την καταστροφή που συντελούνται στο παρόν, για χάρη του μέλλοντος. Σε πρακτικό επίπεδο, η διαχείριση νοείται ως ένα τεχνικό έργο: αρχίζει με τον εντοπισμό της φθοράς του υλικού και ολοκληρώνεται με την αντιμετώπιση της φθοράς αυτής. Η διαχείριση βασίζεται στο «επιχειρησιακό σχέδιο» , το οποίο αποτελεί, στην ουσία, μια τεχνική μελέτη αποκατάστασης ενός μνημείου.

Στο πλαίσιο του υλικοκεντρικού μοντέλου, η αποκλειστική ευθύνη –και εξουσία– για τη διαχείριση ανήκει στους ειδικούς (experts/ professionals/authorities), χωρίς να υπάρχει συμμετοχή της κοινωνίας. Ακόμα και στις περιπτώσεις που το πλαίσιο γίνεται πιο ελαστικό όμως με τη συμμετοχή κόσμου σε ένα μοντέλο «από τα κάτω», όπως σε παράδειγμα που θα δούμε παρακάτω, τα κριτήρια και το τελικό αποτέλεσμα δε διαφοροποιούνται. Μπορεί σε ένα βαθμό να αλλάξει η επίσημη ρητορική που εξαρτάται από «λίγους» και να έχει μια επίφαση μεγαλύτερης «δημοκρατικότητας» με αναφορά σε «πολλούς», έναντι της πιο αυστηρής που επικρατούσε νωρίτερα, οι στόχοι της ανάδειξης του μνημειακού χώρου παραμένουν οι ίδιοι και αντιστοιχούν σε μια νεοφιλελεύθερη πολιτική.

Καταλαβαίνει λοιπόν κανείς ότι η ιδεολογία σαφώς διαπερνά και τη διαδικασία προστασίας των μνημείων, καθώς οι ενέργειες και ο τρόπος που προστατεύονται τα μνημεία είναι σε τελευταία ανάλυση απόρροια της πολιτικής κοσμοθεωρίας, που κυριαρχεί κάθε φορά. Κάθε εποχή συμπεριφέρεται με διαφορετικό τρόπο απέναντι στα μνημεία, έχει ακόμα τα δικά της κριτήρια για να κατατάξει τα έργα του παρελθόντος σε μνημεία ή μη, οπότε ανάλογη είναι και η μεταχείριση που τους γίνεται. Καμιά όμως εποχή δεν αρνείται την αναγκαιότητα υπάρξεως μνημείων, απλώς διαφοροποιείται ως προς την επιλογή του υλικού, με το οποίο επιτυγχάνει να συνειδητοποιήσει την ταυτότητά της. Τα συνδεδετικά στοιχεία του παρελθόντος με το παρόν, τα μνημεία, δέχονται έτσι κάθε φορά διαφορετική αξιολόγηση και ιεράρχηση. Είναι φανερό, λοιπόν, πως η προστασία των μνημείων, είναι συνάρτηση τόσο της ιδεολογίας των αρμόδιων φορέων, όσο και του πολιτιστικού επιπέδου κάθε εποχής (Λάββας 1984:45).

- re-imagination, re-mapping, re-thinking

Η προώθηση της πόλης πάει χέρι-χέρι με την ανάπτυξη ενός ιδεώδους και “υγειούς” αστικού περιβάλλοντος. Για αυτόν το λόγο κάθε απόπειρα εξευγενισμού συνδυάζεται

με ένα πλάνο επανίδρυσης και αναστοχασμού των «ιδανικών» και «αξιών» της περιοχής. Εστιάζοντας κυρίως σε στοιχεία αρχιτεκτονικά, πρασίνου ή φυσικού περιβάλλοντος και φυσικά χαρούμενων-ασφαλών καταναλωτών. «Τα δημοτικά συμβούλια που προσπαθούν να προβάλουν μια ονειρική εικόνα της πόλης τους, όχι μόνο αγνοούν τις κοινωνικές επιπτώσεις, όταν εστιάζουν στις ανάγκες του ιδιωτικού τομέα, αλλά πιθανόν και να χειροτερέψουν την κατάσταση για το φτωχό πληθυσμό.»

Όπως παρατηρούν οι Hubbard και Hall (1998), γίνεται όλο και πιο σπάνιο η μορφοποίηση μιας εικόνας να προσιδιάζει στα υπάρχοντα χαρακτηριστικά μιας πόλης. Αντίθετα, προσπαθεί να αναπροσδιορίζει και να ξαναφανταστεί την πόλη, φτιάχνοντας ένα σωρό σενάρια για συγκεκριμένα σημεία της. «Οι εικόνες της πόλης, έτσι όπως ενσωματώνονται σε προωθητικά φυλλάδια, διαφημίσεις, οδηγούς και βίντεο, έρχονται να ορίσουν την ουσία της πόλης, όπως και την πόλη καθεαυτή» (Hubbard και Hall 1998). Ένα από τα κυρίαρχα σημεία κριτικής απέναντι σε αυτήν την πρακτική, αποτελεί το γεγονός ότι συμπεριλαμβάνει και την αποστείρωση και απογύμνωση των υπό μελέτη τόπων από την ιστορική και κοινωνική κληρονομιά και ταυτότητά τους, στριμώχνοντάς τους γύρω από μια αφήγηση του τι συνιστά μια «επίσημη» αστική εικόνα. (T. Hall 1998). Παρόμοια με την έννοια του μύθου, το νόημα του αναστοχασμού της πόλης εξαρτάται από τα συμφέροντα αυτών που θέλουν να την ξανασχεδιάσουν.

Μια συνήθης μεθοδολογία είναι το αναμάρτημα συγκεκριμένων χαρακτηριστικών ενός τόπου, με τέτοιο τρόπο που να γίνεται μη αποδομήσιμη εικόνα, μέσα από τις κατάλληλες οδούς νομιμοποίησης. Οι μέθοδοι αυτοί δεν προκύπτουν μόνο από την ικανότητα των marketers να ερμηνεύουν κατά το δοκούν τα πλεονεκτήματα των νέων έργων, προχωρούν και σε επίπεδο συνεργασίας με τις κρατικές πολιτικές. Ακόμα, οι αστικοί marketers, πολλές φορές προτάσσουν την εικόνα των αποστειρωμένων χώρων γραφείων, στους οποίους μπορούν να εγκατασταθούν πολυεθνικές εταιρίες, ώστε να λειτουργήσουν μέσα σε ένα «ασφαλές, διεθνές περιβάλλον». Ένα περιβάλλον που υπόσχεται να αφήσει εκτός των προβλημάτων της περιβαλλουσας τοπικής ατμόσφαιρας, δημιουργώντας έτσι το φαινόμενο της φούσκας (bubble effect) στο εσωτερικό μιας πόλης (Boddy 1992).

Όλες οι λέξεις με αρχικά συνθετικά «επανα-» επαναλαμβάνουν μια ρητορική κατά την οποία σε συγκεκριμένες περιοχές πρέπει να επιστρέψει η κατοικία (όχι οποιαδήποτε κατοικία όμως), να εξαλειφθεί η παραβατικότητα και η άνθιση των ιδιωτικών επενδύσεων. Και όλο αυτό το πλάνο σέρνει πίσω του ένα σύνολο μεγαλεπίβολων αναπλάσεων που στοχεύουν σε μια "μυθική" εικόνα κατοίκησης βγαλμένη μέσα από σύγχρονα περιοδικά design... Το θέμα είναι τι συμβαίνει με τις υπόλοιπες υπάρχουσες εικόνες, αυτές που δείχνουν την άλλη μη ιδεατή πλευρά του νομίσματος.

1.4 εξευγενισμός και εικόνα

α_ πόλη, αισθητική και gentrifiers

Από τη δεκαετία του '80 και μετά υπάρχει ένα θέμα που έχει σχεδόν μονοπωλήσει τις συζητήσεις και αυτό δεν είναι άλλο από το gentrification (εξευγενισμός). Πρόκειται για τη μετατροπή μιας περιοχής του κέντρου, συνήθως εργατολαϊκής, σε περιοχή κατοικίας της μεσαίας τάξης ή και εμπορικής χρήσης (Lees 2008). Ο όρος ως τέτοιος αποφεύγεται

και δε χρησιμοποιείται σε έγγραφα πολιτικής ή νομοθετικής φύσης. Αντ' αυτού επιλέγεται να χρησιμοποιούνται όροι που θεωρούνται πιο θετικής και ουδέτερης χροιάς όπως "αστική αναγέννηση", "αστική ανάπτυξη", "βιωσιμότητα", "αιφορία" κλπ. Φυσικά αυτό γίνεται ώστε να μη δημιουργείται σύνδεση μεταξύ της πρακτικής αυτής και της πολιτικής ιδεολογίας από την οποία εκκινά, που φέρει ξεκάθαρο ταξικό πρόσημο. Αφού, λοιπόν, τα στρώματα αυτά είχαν εν πρώτοις εγκαταλείψει το κέντρο, προτιμώντας τις ανέσεις των προαστίων, διακρίνουν κάποια πλεονεκτήματα και έλκονται από τα «συνέπειες» που έχουν αφήσει οι κάθε μορφής οικονομικές κρίσεις σε τμήματα του τάλαιπωρημένου κέντρου. Υπάρχει μια ολόκληρη αφήγηση γύρω από το τι αποτελεί ελκυστικό στοιχείο για τα μικροαστικά και ανώτερα στρώματα στο κέντρο. Έχει υποστηριχτεί ότι οι λόγοι που τραβούν τα μεσαία στρώματα στο κέντρο έχουν σχέση με την αστική κουλτούρα, την αρχιτεκτονική κληρονομιά σε συνδυασμό με χαμηλά ενοίκια, τη μόδα και την «αύρα» του. Μπορεί σε ένα βαθμό τα στοιχεία αυτά να ισχύουν. Η πραγματικότητα του κεφαλαίου «εξευγενισμός» όμως, είναι πολύ πιο πολύπλοκη και βαθύτερη, και αφορά πολλά παραπάνω από τη μόδα και το πρεσιτζ των μεσαίων κοινωνικά στρωμάτων.

Για την επεξήγηση της διαδικασίας διαμορφώθηκαν σταδιακά δύο σχολές: η σχολή της προσφοράς, που εξετάζει τη διαδικασία μέσα από τις οικονομικές και πολιτικές δυναμικές που αναπτύσσονται (επενδυτές, αγορά γης και ακινήτων, κράτος), και η σχολή της ζήτησης, που εξετάζει τη θεωρία μέσα από τις συνθήκες αναπαραγωγής των μεσαίων τάξεων και τις πρακτικές των καταναλωτών του χώρου. Κυρίαρχος εκπρόσωπος της σχολής της προσφοράς είναι ο αστικός γεωγράφος Neil Smith (1986, 1996), ο οποίος εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο παράγεται ο χώρος στην πόλη, ενώ οι αιτίες του *gentrification* αναζητούνται στην αγορά γης και ακινήτων, στη συμπεριφορά των ιδιοκτητών και επενδυτών γης και στην άιση ανάπτυξη του καπιταλιστικού συστήματος παραγωγής. «Σύμφωνα με τον Smith (1996), το *gentrification* έχει να κάνει με τον κύκλο επένδυσης, από-επένδυσης και επαν-επένδυσης του κεφαλαίου στο δομημένο περιβάλλον του κέντρου της πόλης και συνδέεται με την ιστορική και δομική πορεία του κεφαλαίου στο δομημένο χώρο και συνδέεται με την ευρύτερη διαδικασία αστικής ανάπτυξης. Σε αντίθεση με την οικονομική θεώρηση του Smith, η σχολή της ζήτησης υποστηρίζει ότι οι παράγοντες της ζήτησης, και πιο συγκεκριμένα η κατανάλωση, αποτελούν τις βασικές αιτίες του φαινομένου. Μέσω του *gentrification* αποτυπώνονται στο χώρο οι συνέπειες της μεταβολής της οικονομικής βάσης από τη βιομηχανία στον τομέα των υπηρεσιών, οι αντίστοιχες αναδιαρθρώσεις στην αγορά εργασίας και η μεταβολή των καθημερινών προτύπων κατανάλωσης. Οι θεωρητικοί αυτής της σχολής σκέψης ασχολούνται με βασικά ερωτήματα όπως «ποιοι είναι αυτοί που διαδραματίζουν το ρόλο του *gentrifier*», «από πού έρχονται», και «γιατί προτιμούν το κέντρο της πόλης» και εξετάζουν τις ποικίλες δυναμικές που εμφανίζονται στις πόλεις με απόληξη το *gentrification* των κεντρικών περιοχών»(Αλεξανδρή 2013:15).

Τα αίτια του *gentrification* μπορούν να εντοπιστούν και στις δύο μεθοδολογικές προσεγγίσεις. Οι κατοικίες που ανακαινίζονται αποτελούν μέσο συσσώρευσης κεφαλαίου και μέσο αναπαραγωγής της μεσαίας τάξης (Zukin, 1989). Ταυτόχρονα αποτελούν μέσο εποικισμού του κέντρου της πόλης από τον τριτογενή τομέα και διευκολύνουν την επικράτηση της κουλτούρας της πολιτιστικής κατανάλωσης. Το κύκλωμα πολιτισμικού κεφαλαίου αναπαράγει τον εαυτό του, με αποτέλεσμα την ανάδυση δυναμικών που υποκρύπτει η οικονομία των υπηρεσιών στο συγκεκριμένο χώρο. Έτσι οι διάφοροι παράγοντες: «συνδυάζονται πολιτισμικά, συνθέτουν ένα

συγκεκριμένο τοπίο για το κέντρο της πόλης. Υποκειμενικά το τοπίο παρέχει συγκεκριμένο θέλγητρο. Αντικειμενικά, όμως, εισάγει ένα κύκλωμα εντατικής χρήσης του κεφαλαίου, που τροφοδοτεί όχι μόνο την αύξηση των αξιών γης, αλλά και την παραγωγή και αναπαραγωγή χωρικών ιδιαιτεροτήτων που συνάδουν με την καταναλωτική συμπεριφορά των *gentrifiers*» (Zukin, 1990:48).

Συνεπώς, αναπτύσσεται μια ιδιαίτερη σχέση ανάμεσα στη συσσώρευση του κεφαλαίου και την πολιτιστική κατανάλωση, η οποία σε χωρικό επίπεδο, εκφράζεται με τον τρόπο που το οικονομικό κεφάλαιο αντικατοπτρίζει το πολιτισμικό (Lees, 1994).

Το *gentrification* ουσιαστικά, για την κυρίαρχη αφήγηση, συνιστά την εικόνα της επιτυχίας: «Η πράξη της ανανέωσης, ανακαίνισης, ανάπλασης απολαμβάνει ιδιαίτερης εκτίμησης από το κράτος, το τοπικό και το κεντρικό, και ιδιαίτερα από όσους ενστερνίζονται τη θεωρία ότι η ιδιωτική πρωτοβουλία πρέπει να είναι ελεύθερη και να μην καταπιέζεται από κρατικές παρεμβάσεις. Ταυτόχρονα πολιτικοί κύκλοι που ευαισθητοποιούνται από τις κινητοποιήσεις των τοπικών ομάδων, θεωρούν θετική εξέλιξη το *gentrification*, υποστηρίζοντας ότι η σταδιακή διάχυση των μεσαίων στρωμάτων θα σπάσει τον κύκλο της υποβάθμισης και θα επιφέρει γενικότερη αναζωογόνηση. Αυτό που δεν κατανοούν οι πολιτικοί παράγοντες είναι ότι το *gentrification* δεν συνάδει με την κοινωνική ισορροπία καθώς συνεπάγεται την αντικατάσταση της μίας ομάδας από την άλλη, ή το κατανοούν και απλά υποστηρίζουν τον εκτοπισμό» (Williams, Smith, 1986:171).

Ο εξευγενισμός συνδέεται με συγκεκριμένα καταναλωτικά και συμπεριφορικά πρότυπα, καθώς και με τα απότοκα της αποβιομηχάνισης και της μετάβασης του καπιταλισμού στη χρηματιστικο-πιστωτική του φάση. Η απώλεια θέσεων εργασίας στη βιομηχανία και η διόγκωση του τριτογενούς τομέα οδήγησε στην ανάδυση των μεσαίων στρωμάτων, ή αλλιώς έφερε τη 'νέα μεσαία τάξη'- *new middle class* (Ley, 1996), στο προσκήνιο, παράλληλα με την τάση τους για επανακατοίκηση του κέντρου απορρίπτοντας τη ζωή των προαστίων. Ο David Ley προσπάθησε να διερευνήσει το φαινόμενο *gentrification* μέσα σε ένα πλαίσιο μεταβιομηχανικής πόλης και τη σχέση ιστορικού και μετανεωτερικού χαρακτήρα της, ιδιαίτερα με το κριτήριο του τι ρόλο παίζει η πολιτιστική πολιτική σε αυτό. Υποστήριξε ότι το *gentrification* αντιπροσωπεύει μια νέα φάση στην αστική ανάπτυξη, όπου καταναλωτικοί παράγοντες, το γούστο και μια συγκεκριμένη αισθητική άποψη για την πόλη, από μια επεκτεινόμενη μεσαία τάξη, έβλεπαν μια εναλλακτική φανταστική εικόνα της αστικοποίησης έναντι της προαστιοποίησης, η οποία δε γινόταν να εκφραστεί ούτε από την παραγωγή, ούτε από την αγορά κατοικίας αποκλειστικά (Lees 2008).

Ουσιαστικά, η επεξήγηση του *gentrification* ξεκινά με την παρουσία των *gentrifiers* και τις αντίστοιχες πρακτικές κατανάλωσης και αναπαραγωγής. Σύμφωνα με τη Rose οι αναδιρθρώσεις στον τομέα της εργασίας επηρεάζουν τις χωρο-κοινωνικές διαρθρώσεις της πόλης. Η διερεύνηση της ανάδυσης έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς «οι ανάγκες και οι επιθυμίες που διαμορφώνουν οι συγκεκριμένες κοινωνικο-επαγγελματικές κατηγορίες σε συνδυασμό με άλλους απρόοπτους παράγοντες αποκτούν ιδιαίτερη σημασία στην παραγωγή του *gentrification* στο χώρο» (Rose, 1984:56). Ο Beauregard (1986), στάθηκε ιδιαίτερα στον τρόπο αναπαραγωγής και στα καταναλωτικά πρότυπα των *gentrifiers*. Σύμφωνα με τα λεγόμενά του η χωρο-κοινωνικές μεταβολές τύπου *gentrification* στο κέντρο της πόλης οφείλονται σε μεγάλο βαθμό σε αυτούς.

Πρόκειται για κοινωνικές ομάδες που χαρακτηρίζονται από υψηλό πολιτισμικό κεφάλαιο και εναλλακτικό τρόπο ζωής. Σύμφωνα με τη Rose, η εναλλακτική

καθημερινότητα, είναι κυρίως χαρακτηριστικό των μορφωμένων νέων που λόγω ανεργίας ή της επισφαλούς εργασίας, μηχανεύονται μορφές άτυπης αυτοαπασχόλησης ή προβαίνουν σε συγκατοικήσεις ή υπενοικιάσεις στο κέντρο της πόλης (Rose, 1996). Οι *gentrifiers* αυτής της κατηγορίας, λόγω έλλειψης οικονομικών πόρων, και γενικότερα οικονομικού κεφαλαίου, δεν μπορούν να αγοράσουν κατοικίες, ούτε μπορούν νοικιάσουν κάποιο διαμέρισμα και να προβούν σε σημαντικές ή ορατές βελτιώσεις. Ορισμένα σημεία της πόλης, τα οποία συχνά χαρακτηρίζονται και ως περιοχές μεταναστών, δίνουν τη δυνατότητα στα νοικοκυριά εναλλακτικού τύπου να αναπτύσσουν κοινωνικά δίκτυα και αστικούς δεσμούς, καθώς το περιβάλλον τους χαρακτηρίζεται από ανεκτικότητα και η καθημερινότητα από έντονους ρυθμούς. Παρόλα αυτά, και οι εναλλακτικές ομάδες συμβάλλουν στον εκτοπισμό προηγούμενων κατοίκων, δηλαδή των πιο ασθενών κοινωνικών ομάδων όπως τα νοικοκυριά εργατικής προέλευσης ή οι μετανάστες (Rose, 1984).

Οι *gentrifiers* επιζητούν τρόπους να εδραιώσουν την ηγεμονία τους στην περιοχή τους. Για αυτό το λόγο επιδιώκουν οι άνθρωποι που τους περιβάλλουν, που βιώνουν δηλαδή τον ίδιο τόπο, να έχουν παρόμοιες απόψεις. Βρίσκουν, λοιπόν, και αναδεικνύουν τοπικά ζητήματα που αφορούν την καλύτερευση των συνθηκών ζωής που έχουν επιλέξει, όπως για παράδειγμα το παρεχόμενο επίπεδο και τις συνθήκες εκπαίδευσης των παιδιών τους στα τοπικά σχολεία. Επιτυγχάνεται με αυτόν τον τρόπο η εμπλοκή των ΙΜΚ στην αναπαραγωγή της ιδεολογίας τους, ώστε να αναπαραχθούν με την ίδια επιτυχία τα κοινωνικά αυτά στρώματα που τους απαρτίζουν. Η σύνδεση του εκπαιδευτικού μηχανισμού με τις κοινωνικές σχέσεις στις εξευγενισμένες περιοχές έχει αναδειχθεί και από τους Butler και Robson(2002).

Το γκρουπ των *gentrifiers* δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί ομοιογενώς και δε θα έπρεπε, καθώς σε αυτό υπάρχουν πολλά αντικρουόμενα και διαφοροποιημένα κομμάτια. Σίγουρα, το ιδεολογικό τους υπόβαθρο δεν ταυτίζεται με αυτό των "γιάπηδων", παρόλο που κάποιες πλευρές τους συγκλίνουν. Παράλληλα όμως οι *gentrifiers* ασπάζονται και κάποιες ιδέες «αριστερής κατεύθυνσης» που ορίζονται όμως μέσα από νεοφιλελεύθερα πρότυπα και καταλήγουν να φιλτράρονται ποικιλοτρόπως.

Το 2002 το μηνιαίο περιοδικό της Air Canada εξέδωσε ένα άρθρο "για τις 10 πιο κουλ γειτονιές του Καναδά". Μέσα σε αυτό προσπάθησε να ορίσει ποιο αποτελεί επιθυμητό μέρος για έναν νέο, μορφωμένο με καλλιτεχνικά ενδιαφέροντα, και μαζί με αυτό μια λίστα με τις 10 πιο κουλ, κατ' αυτό, γειτονιές που καλύπτουν αυτά τα κριτήρια. Μεταξύ άλλων γράφει : «Όταν ο σημερινός, αρχετυπικός νέος *graphic designer* φεύγει από το σπίτι, ψάχνει κάτι διαφορετικό από αυτό που μπορεί να έψαχναν οι γονείς του. Συχνά, θα ψάξει για ένα "νέο" μέρος, που θα κατοικείται από συνομήλικους. Θα ψάξει για ένα "χαρούμενο" μέρος, όπου θα μπορεί να εντρυφήσει στις αγαπημένες του δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου. Κυρίως όμως, θα ψάξει μια περιοχή που θα τον κάνει να νιώθει ότι διαφέρει και ταυτόχρονα τον εγκολπώνει, μια γειτονιά που θα αντανakλά το γούστο του, ένα μέρος κουλ.(Lees,2008:37)»

Από αυτό το κομμάτι μπορεί να αντλήσει κανείς πολλά συμπεράσματα. Πέρα από το ότι η λίστα αυτή προτείνει όλα τα μέρη που έχουν σχετιστεί με διαδικασίες εξευγενισμού, δίνει και το προφίλ του *gentrifier*, είτε από επαγγελματικής οπτικής, είτε ιδεολογικής. Εκτός των άλλων αποδεικνύει πώς τα ΜΜΕ γίνονται φορείς αναπαραγωγής καταναλωτικών, ιδεολογικών και εξευγενιστικών προτύπων.

Ο Ley, μελετώντας αποτελέσματα των εκλογών των τριών μεγαλύτερων καναδικών πόλεων, απέδειξε ότι οι πολιτικές προτιμήσεις αυτών που ψήφισαν σε εξευγενισμένες περιοχές έρεπαν προς φιλελεύθερο-ρεφορμιστική αριστερά. Βέβαια, η πολιτική αυτή

ανάλυση δε μπορεί να εφαρμοστεί ως κανόνας σε κάθε κοινωνικό σχηματισμό. Ο κάθε ένας έχει τις ιδιαιτερότητές του ως προς τους πολιτικούς σχηματισμούς, τις ιδεολογικές αναφορές και πρακτικές τους. Η αναφορά αυτή μπορεί να γίνει μόνο πάνω σε ιδεολογήματα από τα οποία διαπνέονται αυτά τα κοινωνικά στρώματα των *gentrifiers*. Στη συγκεκριμένη παραπάνω περίπτωση πρόκειται για άτομα με κοινωνικές, φυλετικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές ανησυχίες, όλες μέσα από την κυρίαρχη διόπτρα του νεοφιλελευθερισμού (Lees 2008:96).

Οι Λονδρέζοι *gentrifiers* όπως τους παρουσίασε ο Tim Butler(1997) σε άρθρο στη *Guardian*, έχουν έναν ιδεολογικό προσανατολισμό κατά τον οποίο τα υψηλά επίπεδα κατανάλωσης είναι αποδεκτά, αρκεί να καταβάλλεται και η απαραίτητα φορολογία. Δεν είναι δηλαδή έτοιμοι για ένα πιο λιτό βίο, χάριν μιας πιο δίκαιης ανακατανομής του πλούτου, αλλά πιστεύουν στη "σωστή" υψηλή φορολόγηση για όποιον έχει να ξοδέψει περισσότερα. Οι ιδεολογικές αναζητήσεις επηρεάζουν και τα καταναλωτικά πρότυπα νέας μεσαίας τάξης (Ley, 1996, Zukin, 1989). Μια εξευγενισμένη περιοχή αποπνέει μια συγκεκριμένη ατμόσφαιρα, έχει το δικό της ύφος και εμφάνιση, είναι ένα τοπίο εμφανώς καταναλωτικό που κάνει τη διαδικασία πρόθυμα αναγνωρίσιμη. Όπως παρατηρεί ο Jager (1986) « η αισθητική του εξευγενισμού όχι μόνο απεικονίζει την ταξική διάσταση της διαδικασίας, αλλά και εκφράζει τη δυναμική συγκρότηση της κοινωνικής τάξης, της οποίας ο εξευγενισμός είναι συγκεκριμένο κομμάτι...Τα χαμόσπιτα γίνονται *Victoriana*, και η κατοικία γίνεται πολιτιστική επένδυση με πρόσοψη που υποδεικνύει κοινωνική άνοδο(Jager 1986:78-79). Με τη μελέτη του δείχνει ότι με το να "αγοράζει ιστορία", ο κόσμος της νέας μεσαίας τάξης επεδείκνυε το κοινωνικό χάσμα που τη χώριζε όχι μόνο από την εργατική τάξη, αλλά και από την παλαιότερης κοπής μεσαία τάξη. Συνεχίζοντας, δείχνει πώς φτάνουν σε αυτό το αποτέλεσμα και το κάνουν "ξεπλένοντας" το εργατολαϊκό παρελθόν με εκτεταμένη ανακαίνιση. Επιστρέφουν σε μια ιστορική καθαρότητα και αυθεντικότητα με το να αφαιρούν ό,τι μπορεί να κάνει έκδηλη την παρουσία των ξεπερασμένων λαϊκών πολιτιστικών στοιχείων. «Η αποκατάσταση της πρότερης ιστορίας ήταν ο μόνος τρόπος με τον οποίο το πρόσφατο στίγμα των ενδότερων περιοχών μπορούσε να αφαιρεθεί ή να ανακαθοριστεί. Είναι το βασικό κίνητρο να εκτοπιστεί, και συμβολικά εξαλειφθεί, το παρελθόν της εργατικής τάξης»(Jager 1986:83). Και συνεχίζει λέγοντας ότι αυτό που χαρακτηρίζει αυτήν την νέας μορφής κατανάλωση είναι η έμφαση που δίνεται στη θεματική της αισθητικής και του πολιτισμού. Η τέχνη αποδεικνύεται μεγάλο κομμάτι της καταναλωτικής πρακτικής των μεσοστρωμάτων ως μέσο επένδυσης, ανάδειξης της κοινωνικής θέσης και της αυτοέκφρασης (Lees 2008)

Η Caroline Mills(1988) περιέγραψε την αισθητική του εξευγενισμού ως μετανεωτερικό τοπίο που εκφράζεται μέσα από μια έντονη εκλεκτικιστική μίξη παρελθοντικών και παροντικών αρχιτεκτονικών μορφών. Ο Gary Bridge(1995), εστιάζοντας ακόμα περισσότερο στο ζήτημα της αισθητικής, τονίζει ότι τα περισσότερα στοιχεία προκύπτουν πριν τη διαδικασία του εξευγενισμού και δεν αφορούν μόνο την κάθε γειτονιά, αλλά ολόκληρη τη μητροπολιτική περιοχή, καθώς σχετίζονται με την κοινωνικοποίηση, τον τρόπο ζωής, και τα γούστα εν τη γενέσει τους. Άρα αναφέρεται στη διαμόρφωση ιδεολογικών προτύπων. Δίνει μάλιστα έμφαση στον εκπαιδευτικό μηχανισμό και την επιρροή του στην αισθητική του εξευγενισμού. Αργότερα, διερευνώντας το ρόλο των κτηματομεσιτών στην αισθητική αυτή είπε πως «διαπραγματεύονται τα όρια του ταξικού διαχωρισμού και διάκρισης» καθώς μετατρέπουν το πολιτιστικό κεφάλαιο(γούστο) σε οικονομικό(τιμή)(Bridge 2001:205).

Η αισθητική του εξευγενισμού δεν είναι μια σταθερή εικόνα, αλλά μια διαρκής κίνηση καθώς ο εξευγενισμός εντείνεται, με τα ασαφή όρια της αντίθεσης απόκτησης περισσότερων αγαθών από τη μια, και της διατήρησης ιστορικών συμβόλων από την άλλη. Η μετατροπή του πολιτιστικού κεφαλαίου σε οικονομικό συνδέεται και με ολόκληρη τη γκάμα της καλλιτεχνικής δραστηριότητας. Το κέντρο της πόλης για λειτουργικούς και οικονομικούς λόγους, όπως είναι οι φτηνοί και άνετοι χώροι που μπορούν να αποτελούν, ταυτόχρονα, χώρο εργασίας και κατοικίας, έλκει ιδιαίτερα τους καλλιτέχνες. Ταυτόχρονα, οι κεντρικές περιοχές χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας για επαγγελματικούς και κοινωνικούς λόγους, όπως η ανάπτυξη των δικτύων με χορηγούς και καταναλωτές, και η διασύνδεση με την ευρύτερη καλλιτεχνική σκηνή (Ley, 2003)

Η κατοίκηση των lofts¹ έπαιξε τεράστιο ρόλο στην οικειοποίηση της βιομηχανικής αισθητικής, είτε ως διατήρηση της αυθεντικότητας του βιομηχανικού στυλ, είτε με εκμετάλλευση του άπλετου χώρου για εισαγωγή ογκωδών προϊόντων, που υπό άλλες συνθήκες δε θα μπορούσαν να ευδοκιμήσουν στην "οικιακή" αγορά. Μέχρι τη δεκαετία του '70 κανείς δε θεωρούσε σοβαρή την ιδέα του να μένει σε loft. Η όλη αφήγηση πήγαινε κόντρα σε όλη την κυρίαρχη αντίληψη που είχε να κάνει με την κατοίκηση των προαστίων. Παρόλα αυτά μέσα στη επόμενη δεκαετία η ιδέα εξελίχθηκε, ωρίμασε και αποδείχτηκε πολύ ελκυστική σε μεγάλο κοινό. Αυτό συνέβη εξ αιτίας δυο μεγάλων αλλαγών που διαδραματίστηκαν από το '60 και μετά: Η αλλαγή στα lofts ως χώρους, και η αλλαγή στα καταναλωτικά μοτίβα των μεσοστρωμάτων. Από τη μια, με τη μετακίνηση των επιχειρήσεων εκτός κέντρου έμειναν κενοί, διαθέσιμοι χώροι, και από την άλλη όλο και περισσότεροι μικρομεσαίοι άρχισαν να εμφανίζουν σημάδια εκτίμησης των τεχνών και της ιστορικής κληρονομιάς, πράγμα που νωρίτερα θεωρούταν προνόμιο των ανώτερων οικονομικά στρωμάτων. Κατά την πάροδο των χρόνων η τέχνη και η ιστορική κληρονομιά απέκτησαν πιο εμπορικό και λιγότερο ελιτίστικο χαρακτήρα (Zukin 1989:58).

Υπό αυτό το πρίσμα η κατοίκηση των lofts είναι πολύ σημαντική. Σημειώνει μια διαφορετική αντίληψη του χώρου και του χρόνου, της σχέσης μεταξύ τέχνης και βιομηχανίας, όπως επίσης αποτυπώνει και τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες της μεσαίας τάξης. Τα lofts συνδυάζονται πολλές φορές με το παράδοξο. Ένα παράδοξο που όπως έδειξε, τουλάχιστον σε άλλες χώρες, η αγορά ακινήτων, πουλάει. Συνδυάζει ένα σύνολο διπλόων, όπως αίσθηση σπιτιού και εργασιακού χώρου, αισθησιασμού και οικογενειακής ζωής, δημόσιου και ιδιωτικού και όλα αυτά μέσα από μια νέα οπτική του "νοικοκυριού". Φυσικά η όλη αυτή εικόνα της κατοίκησης και της καθημερινής ζωής στο σπίτι διαμορφώθηκε και από το ρόλο των ΜΜΕ τα οποία αποδείχθηκαν θερμοί υπέρμαχοι της κατοίκησης σε lofts. Τα περιοδικά επαινούσαν αλληπάλληλα την ποικιλία και τη δημιουργικότητα που επέτρεπε το loft design. Το πάντρεμα του χώρου εργασίας, των καθημερινών χώρων και των έργων τέχνης συνυφάνθηκε με τη σταθερότητα των εμφανών δομικών στοιχείων και τη ροή της «τυχαίας» διαμόρφωσης.

Πρόκειται για μια μορφή χώρου που προωθεί την εικόνα της «μεγάλης ζωής» με συνδυασμό μοντέρνας κομψότητας και χρήση τεχνολογικών επιτευγμάτων. Όλες οι διαφημίσεις που γινόντουσαν για το προμοτάρισμα αυτών των χώρων επικεντρώνονταν σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά: ανοιχτοί χώροι, σχέση μεταξύ τέχνης και βιομηχανίας, μια αίσθηση ιστορικότητας και τη φαντασίωση της μεσαίας τάξης για ένα καλλιτεχνικό στούντιο. Το κύρος, δηλαδή το συμβολικό κεφάλαιο του

¹ Σύμφωνα με το Oxford English Dictionary, το loft αναφέρεται σε σχετικά μεγάλο, ανοιχτό χώρο σε κάθε όροφο σε πολώροφα βιομηχανικά κτίρια και αποθήκες στις ΗΠΑ.

καλλιτέχνη (Ley, 2003), έχει την ικανότητα να αλλάξει το νόημα και την αξία του χώρου, συνεπώς την οικονομική του αξία. Ενώ αυτή η διαδικασία μπορεί να είναι επωφελής για ορισμένους μικρο-επενδυτές, το μεγαλύτερο όφελος καρπώνονται οι μεγάλες κατασκευαστικές εταιρίες, καθώς ανοίγονται νέες αγορές για επενδύσεις. Οι πρωτοπόρες ομάδες, ουσιαστικά, εντοπίζουν τις περιοχές στις οποίες οι καθημερινές σχέσεις συνιστούν κοινωνική και αστική ζωτικότητα, που αναζητούν οι νέες αγορές. Με άλλα λόγια, αποτελούν «το τμήμα της έρευνας και ανάπτυξης της πολιτιστικής βιομηχανίας» (Caulfield, 1988:626).

β_ το φορτίο των καλλιτεχνών και των «αστικών πρωτοπόρων»

Οι καλλιτέχνες έκαναν την πρώτη κίνηση εισροής σε εγκαταλελειμμένες βιομηχανικές εγκαταστάσεις, που υπήρχαν σε πρώην βιομηχανικές/βιοτεχνικές περιοχές και περιοχές εργατικών κατοικιών εκμεταλλευόμενοι τα χαμηλά ενοίκια, τους μεγάλους χώρους και τη δυνατότητα μη όχλησης.

Οι καλλιτέχνες, ωστόσο, αποτελούν ιδιαίτερο τμήμα της μεσαίας τάξης το οποίο ασκεί σημαντικές επιρροές στα υπόλοιπα μέρη (Ley, 2003). Από τη μία πλευρά, οι καθημερινές συνήθειες των καλλιτεχνών έγιναν πολιτισμικά πρότυπα καθημερινότητας για τις μεσαίες τάξεις, ενώ από την άλλη πλευρά, οι χώροι των παλιών εργοστασίων αποτέλεσαν μέσο έκφρασης του μεταμοντέρνου πολιτισμού. Στο πλαίσιο της πολιτισμικής διάκρισης, ο επαναπροσδιορισμός του χώρου αποτελεί, σύμφωνα με τη Zukin (1989), τη βάση για τον καλλιτεχνικό τρόπο παραγωγής (Artistic Mode of Production). «Με την εγκαθίδρυση πολιτιστικών χρήσεων και καλλιτεχνικών χώρων στο κέντρο της πόλης, ο καλλιτεχνικός τρόπος παραγωγής παραδίδει παραγωγικούς χώρους της πόλης σε μη-παραγωγικές χρήσεις. Οι καλλιτέχνες διαμορφώνουν χώρους δράσεων και δικτύων, ενεργοποιώντας, ουσιαστικά, ένα μηχανισμό αναζωογόνησης του χώρου, που απορρυθμίζει τις προηγούμενες δραστηριότητες και χρήσεις. Αν και οι καλλιτεχνικές δράσεις αποζητούν τη σταθερότητα και την ανεκτικότητα στη γειτονιά, ουσιαστικά αποτελούν όχημα διαμόρφωσης ανταγωνιστικών συνθηκών στην αγορά» (Αλεξανδρή 2013:33).

Βέβαια, για να μην υπάρξουν παρεξηγήσεις, οι καλλιτέχνες σαν κατηγορία δε μπορούν να αντιμετωπιστούν ενιαία ούτε να τσουβαλιαστούν. Το ότι αξιοποιούνται εκούσια ή ακούσια από την πολιτιστική βιομηχανία δεν είναι μια δικαιολογία για να καταδικαστεί εν γένει η καλλιτεχνική έκφραση και η πρωτοπορία. Εδώ εισέρχεται και ο παράγοντας της στρατευμένης τέχνης που ξεκαθαρίζει κατά πολύ τα πράγματα...

Κάποιοι θεωρητικοί ασχολούνται με το θέμα της εμφατικής παρουσίασης διάφορων ομάδων που υπάγουν τους εαυτούς τους σε διάφορα trends από τα ΜΜΕ. Οι hipsters, διάφοροι new age τεχνίτες και μποέμ τύποι παρουσιάζονται, ή καλύτερα διαφημίζονται, από τα ΜΜΕ ως "αστικοί πρωτοπόροι". Ο Neil Smith (1996) σχολιάζει αυτό το γεγονός ως εξής « Η ιδέα των "αστικών πρωτοπόρων" είναι τόσο προβληματικό να εφαρμόζεται στις σύγχρονες πόλεις, όσο ήταν και η αρχική ιδέα των "πρωτοπόρων" στη Δύση των ΗΠΑ. Τώρα, όπως και τότε, υπονοεί ότι κανείς δε ζει στις περιοχές που πρωτοστατούν, τουλάχιστον κανείς άξιος σημασίας» (Smith 1996:93). Ο Smith δείχνει πως αυτός ο λόγος, αυτή η φρασεολογία, πάει χέρι-χέρι με το λόγο για "αναζωογόνηση" και δεν εξυπηρετεί τίποτε άλλο παρά κτηματομεσιτικά και πολιτικά συμφέροντα. Ο λόγος αυτός περιγράφει μια ιδεολογία που δικαιολογεί τεράστιες ταξικές διακρίσεις στο κέντρο της πόλης, με τη μορφή του εξευγενισμού.

Ο πολιτικός διάλογος περί 'δημιουργικών στοιχείων' της πόλης παραπέμπει στη θεωρία του Richard Florida και ιδιαίτερα στην έννοια της δημιουργικής τάξης (creative class). Σύμφωνα με τον Florida, στη μεταβιομηχανική περίοδο, οι πόλεις δεν έλκουν οικονομικές δραστηριότητες, αλλά ανθρώπους δημιουργικούς που με τον τρόπο ζωής τους, την κουλτούρα τους και το πολιτισμικό τους κεφάλαιο, δημιουργούν πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στην τοπική οικονομία. Η 'δημιουργική' τάξη (Florida, 2002, 2005) αποτελείται από καλλιτέχνες, αρχιτέκτονες, εργαζόμενους στον πολιτισμό και την εκπαίδευση, εργαζόμενους στις νέες τεχνολογίες, στο χρηματοπιστωτικό τομέα ή στελέχη του δημοσίου ή του ιδιωτικού τομέα. Οι σεξουαλικές τους προτιμήσεις ποικίλλουν, ενώ η gay κοινότητα κατά τον Florida χαρακτηρίζεται ως 'τα καναρίνια της δημιουργικής εποχής'. Η πόλη για να μπορέσει να έλκει τη δημιουργική τάξη, και συνεπώς να σημειώσει οικονομική άνθηση, πρέπει να χαρακτηρίζεται από ανεκτικότητα, τεχνολογία και ταλέντο (the three T's: tolerance, technology and talent) (Florida, 2005:255). Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με αναπλάσεις, ανεκτικότητα στη δημιουργικότητα, αύξηση του αισθήματος της ασφάλειας στην πόλη, επιδοτήσεις στις τέχνες και τον πολιτισμό, και πολιτικές που αναδύουν την αυθεντικότητα της πόλης και ενισχύουν τον τουρισμό.

Σύμφωνα με τον Peck (2005) οι στρατηγικές περί δημιουργικότητας «αντί να ενισχύουν οικονομικά τον πολιτισμό, οι δημιουργικές στρατηγικές κάνουν το αντίθετο: εμπορευματοποιούν τον πολιτισμό και την τέχνη, ακόμα και την κοινωνική ανεκτικότητα μετατρέποντάς τα σε οικονομικά στοιχεία για την ανταγωνιστικότητα των πόλεων... διαμορφώνουν νέες αστικές διακυβερνήσεις... και νέες αστικές πραγματικότητες δίνοντας περιεχόμενο σε 'δημιουργικές' αστικές πολιτικές» (Peck, 2005:763-764).

Οι πολιτιστικές παρεμβάσεις για να μπορέσουν να ενεργοποιηθούν: «πρέπει να συνοδεύονται από gentrification, το οποίο θεωρείται ως θετική αστική διαδικασία, ενθαρρύνοντας επιλεκτικά και ποικίλα τεκταινόμενα που διαφοροποιούν τη μία γειτονιά από την άλλη... και όλες αυτές οι στρατηγικές που ενθαρρύνουν το gentrification δεν πρέπει να αποτιμώνται με το ποσό των θέσεων εργασίας που δημιουργούν, αλλά με τις αυξημένες τιμές γης! Το σενάριο αλλά και οι πρακτικές της αστικής δημιουργικότητας με παράδοξο τρόπο ταιριάζουν απόλυτα στην επιχειρηματική και νεοφιλελεύθερη πόλη» (Peck, 2005:764).

Όσον αφορά τους χίπστερς, ενδιαφέρουσες απόψεις παρουσιάζει, ο νέος υπουργός στα θέματα πολιτισμού της Theresa May. Ο Matt Hancock πιστεύει ότι ο χίπστερ είναι καπιταλιστής και υπερθεματίζει σε αυτό. Το πολιτιστικό κεφάλαιο της Βρετανίας ήταν και θα είναι ένα από τα ισχυρά χαρτιά της και έχει χρησιμοποιηθεί ανέκαθεν σα δικαιολογία για τις τάσεις αποικιοκρατισμού και ιμπεριαλισμού. Ο Hancock αναγνωρίζει στους χίπστερς το γεγονός ότι εξυπηρετούν πολύ επιτυχημένα τον παραπάνω σκοπό, καθώς αποτελούν την επιτομή του συνδυασμού παλιού και καινούριου, μια τέλεια έκδοση συντηρητισμού στον 21ο αι. Ο χίπστερ παρόλο που θα μπορούσε να παρομοιαστεί με έναν παρελθοντικό αποικιοκράτη, στην πραγματικότητα είναι ακόμα πιο επικίνδυνος... Είναι μεταμοντέρνος, είναι μεταβιομηχανικός, είναι μεταφορντιστής. Είναι το τέλειο πρότυπο του καινοτόμου καπιταλιστή μικρο-κλίμακας, αυτού που θα ενσαρκώσει τον start up επιχειρηματία, τη νέα μορφή οικονομίας που προωθεί με νύχια και με δόντια η ΕΕ σε όλες τις χώρες που έχουν πληγεί έντονα από την κρίση, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας.

Ο Hancock το περιγράφει απλά και κατανοητά «κάνοντας μια περιοχή ενδιαφέρουσα θα προσελκύσεις ενδιαφέροντες ανθρώπους να δουλέψουν εκεί, καθώς η πολιτισμική αναγέννηση, η συνδεσιμότητα και η οικονομική ανάκαμψη

πηγαίνουν χέρι-χέρι». Το ότι υπάρχουν κενά στη συγκεκριμένη συλλογιστική το αποδεικνύει η πραγματικότητα. Αν ισχύει το παραπάνω τρίπτυχο όπως το οραματίζεται όχι μόνο ο συγκεκριμένος υπουργός, αλλά οι απανταχού νεοφιλελεύθερες κυβερνήσεις, γιατί πόλεις ολόκληρες που έχουν βασίσει την εικόνα και το αστικό marketing τους στο πολιτιστικό τους εκτόπισμα και τις αναπλάσεις μαστίζονται από ανεργία και οικονομική στασιμότητα²;

Για να επιστρέψουμε όμως στις ομάδες που μπορούν αν αντιπροσωπεύουν νεοφιλελεύθερα χαρακτηριστικά, το θέμα δε σταματάει στους χίπστερς. Όλες οι παραπάνω ομάδες βρίσκονται σε συνεχή κίνηση και αναζήτηση ανοίγοντας δρόμους σε νέες χωρικές δυνατότητες για καπιταλιστικές επενδύσεις με το gentrification να είναι προ των πυλών. Οι κυβερνώντες και οι επενδυτές το ξέρουν, το ίδιο και οι «δημιουργικές» βιομηχανίες.

² <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/sep/13/hipsters-artists-gentrifying-capitalism>

2. ΙΣΤΟΡΙΚΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΗΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟΥ

Το Μεταξουργείο χωροθετείται στο βορειοδυτικό τμήμα του Ιστορικού Κέντρου της Αθήνας (όπως αυτό ορίστηκε με το Π.Δ. της 21/9/79, ΦΕΚ 567Δ'/13-10-79), εφάπτεται της πλατείας Καραϊσκάκη και ορίζεται από τη λεωφόρο Κωνσταντινουπόλεως, τις οδούς Δεληγιάννη, Αγ. Κωνσταντίνου, Πειραιώς και την Ιερά Οδό.

Το δομημένο περιβάλλον του Μεταξουργείου χαρακτηρίζεται από ποικιλία, ως αποτέλεσμα της συνύπαρξης ενός πολύμορφου κτηριακού αποθέματος. Έτσι, συναντώνται παλιές ταπεινές μονοκατοικίες, που κυριαρχούσαν ως το Μεσοπόλεμο, καθώς και αρχοντικά διώροφα και τριώροφα κτήρια, αρκετά εκ των οποίων χρονολογούνται στην περίοδο 1875-1925. Και από αυτήν τη συνοικία δε λείπουν οι πολυκατοικίες της ανοικοδόμησης του '60 και '70, βρίσκονται όμως σε μικρό αριθμό κυρίως στο εσωτερικό και προς τις κεντρικές οδούς της συνοικίας. Το ένα τέταρτο του όγκου του κτηριακού αποθέματος που έχει κατασκευαστεί ως το 1950, διατηρείται ως σήμερα και το μεγαλύτερο μέρος του εντοπίζεται στο κεντρικό τμήμα της συνοικίας. Πλέον αρκετά από τα παλιά αρχοντικά έχουν ανακαινιστεί και αποκατασταθεί, κυρίως αυτά που βρίσκονταν κοντά στην πλατεία Αυδή(κυρίαρχα μέσω εφαρμοστικών διατάξεων αποκαταστάσεων κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών αγώνων) , μεγάλο ποσοστό του κτηριακού αποθέματος όμως παρουσιάζει εικόνα πλήρους εγκατάλειψης και βρίσκεται σε πολύ κακή φυσική κατάσταση. Ένας από τους λόγους που συμβαίνει αυτό είναι και το γεγονός ότι η περιοχή αυτή είχε πληγεί πολύ έντονα από το σεισμό του 1999. Πολλά από τα προπολεμικά και νεοκλασικά κτίρια είχαν χαρακτηριστεί με κίτρινο ή και κόκκινο χρώμα, πράγμα που τα καθιστούσε ακατάλληλα προς κατοίκηση, τουλάχιστον μέχρι να επισκευαστούν οι ζημιές. Δυστυχώς πολλά από αυτά παρέμειναν ανεπισκεύαστα (Βαταβάλη,2004). Στον αντίποδα έχουν χτιστεί, και συνεχίζουν, κάποια νέα κτίρια μοντέρνας αισθητικής, στο κέντρο της συνοικίας, τα οποία όμως ξεπερνούν κατά πολύ τη διαδεδομένη κλίμακα και ανταποκρίνονται κυρίως στη λογική του τετραγώνου. Παρόλα αυτά, το περιβάλλον της περιοχής εμφανίζει προς το παρόν μια σταθερότητα, χωρίς μεγάλες αλλαγές μέχρι σήμερα.

2.1 το Μεταξουργείο ιστορικά

Το Μεταξουργείο είναι μια από τις ιστορικές συνοικίες του κέντρου με μακρά διαδρομή. Ήδη από τα τέλη του 19ου αι., οι μικτές χρήσεις που εγκαταστάθηκαν, σε συνδυασμό με το κοινωνικό δυναμικό που ήρθε να κατοικήσει και να εργαστεί εκεί, σταδιακά του προσέδωσαν έναν χαρακτήρα που σε μεγάλο βαθμό επέζησε στο χρόνο, καθιστώντας το μια από τις λαϊκές γειτονίες της Αθήνας.

Το Μεταξουργείο ως συνοικία δημιουργήθηκε περίπου δέκα χρόνια μετά την απελευθέρωση της Ελλάδας από την τουρκοκρατία. Το όνομά της το χρωστάει στο εργοστάσιο μεταξουργίας που λειτούργησε εκεί από το 1854 έως το 1875, συγκεκριμένα στη διασταύρωση των οδών Μεγ.Αλεξάνδρου και Μυλλέρου. Στην προοπτική τοποθέτησης των ανακτόρων στην περιοχή του Κεραμεικού, όταν η Αθήνα έγινε πρωτεύουσα επί Όθωνα, πολλοί επιφανείς και πλούσιοι αγόρασαν μεγάλες εκτάσεις στην περιοχή. Στο σημερινό Μεταξουργείο, που τότε ονομαζόταν Χρισμένο Λιθάρι, ο

Φαναριώτης πρίγκηπας Γεώργιος Κατακουζηνός αγόρασε το 1833 έκταση ίση με 24.534 βασιλικούς πήχεις. Τα όρια αυτής της έκτασης αποτελούνταν από τις οδούς Κολοκυνθούς, Μεγ.Αλεξάνδρου, Λεωνίδου και Θερμοπυλών. Όσο υπήρχε η πεποίθηση ότι λόγω της τοποθέτησης των ανακτόρων, η περιοχή θα αναπτυσσόταν ως το κέντρο της Αθήνας, ξεκίνησαν να κτίζονται πολυτελείς κατοικίες και καταστήματα. Η ιστορία τους διέψευσε, καθώς το παλάτι κτίστηκε στην περιοχή του Συντάγματος. Το 1854 το κτίριο του Κατακουζηνού αγόρασε η «Σηρική εταιρία της Ελλάδος» που ανήκε στον Αθ.Δουρούτη, όπου για το προαναφερθέν διάστημα λειτούργησε το εργοστάσιο μεταξουργίας.

Το εργοστάσιο έδωσε νέα πνοή στον τόπο, όπου οι πλούσιοι σταμάτησαν να οικοδομούν, και αρχίζουν να εμφανίζονται εργατόσπιτα. Όμως με το πολύπαθο κλείσιμο του εργοστασίου είχε ως αποτέλεσμα πάνω από 500 οικογένειες να μείνουν χωρίς εισόδημα και την εγκατάλειψη όλου του συγκροτήματος για 10 χρόνια. Μετά από διανοίξεις οδών και διάφορες επεμβάσεις το κτίριο απέκτησε νέα μορφή μέχρι το 1890. Η γειτονιά γύρω από το νέο κτίριο γνωρίζει εντατική οικοδόμηση, ενώ το κτίριο περνά στην ιδιοκτησία μικροεμπόρων που του αλλάζουν συνεχώς χαρακτηριστικά.

Ο βιοτεχνικός χαρακτήρας που ξεκίνησε με την πρώτη βιοτεχνία-βιομηχανία στην περιοχή, αναπτύχθηκε λόγω της περιοχής αυτής που επιλέχθηκε. Μια βιοτεχνία-βιομηχανία «επιλέγει τη βέλτιστη χωροθέτησή της –με την προϋπόθεση πώς έχει την ελευθερία επιλογής της εγκατάστασής της και πώς πρέπει να παράγει ένα ορισμένο προϊόν- συνεκτιμώντας ένα σύνολο χωρικών διαφοροποιήσεων τόσο ως προς τη διανομή και το κόστος των συντελεστών παραγωγής όσο και ως προς την κατανομή της ζήτησης»(Χαστάογλου Βίλμα,1982:73). Η επιλογή της κατά το δυνατόν άριστης θέσης προκύπτει από μια αλληλουχία παραγόντων που εκτός από τις δαπάνες της επιχείρησης συνδέεται και με τη θέση για την οποία το μεταφορικό κόστος των προϊόντων και των πρώτων υλών από και προς το εργοστάσιο θα πρέπει να είναι ελάχιστο. Έτσι η περιοχή του Μεταξουργείου πληροί τις προϋποθέσεις για μικρό κόστος παραγωγής και μεγάλο κέρδος στις βιοτεχνίες της λόγω της θέσης της σε σημαντικούς οδικούς άξονες της Ελλάδας από το παρελθόν μέχρι σήμερα. Η παγίωση του βιοτεχνικού της χαρακτήρα διατηρεί την έννοια της ομοιογένειας και αναπτύσσει τα τοπικά κέντρα-αγορές.

Στους κεντρικούς άξονες της συνοικίας συγκεντρώνονται εμπορικές και παραγωγικές λειτουργίες, με κυρίαρχο άξονα την οδό Μυλλέρου και κατεξοχήν χρήσεις τα εργαστήρια μετάλλου, ξύλου, οικοδομικών υλικών και τυπογραφεία. Ωστόσο, όλη η περιοχή διατηρεί την εξειδίκευσή της στον τομέα της αμαξοποιείας, γεγονός που συνδέεται με τη νευραλγική θέση της συνοικίας, εφόσον ως τη δεκαετία του '50 ο μοναδικός άξονας υπεραστικής επικοινωνίας της πόλης ήταν η Ιερά οδός και όλα τα υπεραστικά λεωφορεία είχαν αφετηρία τους οδικούς άξονες πέριξ του ναού του Αγίου Κωνσταντίνου. Τα πρώτα αυτά εργαστήρια θα δώσουν τη θέση τους στα συνεργεία αυτοκινήτων της μεταπολεμικής εποχής.

«Το Μεταξουργείο γεννήθηκε σαν συνοικία εργατική. Οι πρώτοι οικιστές ήταν άνθρωποι που κατοίκησαν εκεί επειδή εκεί ήταν ο τόπος δουλειάς τους, γιατί εκεί δημιουργήθηκαν σιγά σιγά ξυλουργεία, σιδηρουργεία και άλλα μικρά και μεγάλα εργοστάσια όπως του Μάζη, του Μάμμου, η ΒΙΟ κλπ.» Βέβαια μέσα σε όλα αυτά υπήρχαν και οι κατοικίες-μέγαλα. «Αυτά τα μέγαλα ήταν η εξαίρεση κι ο κανόνας ήταν τα μικρά σπιτία των ανθρώπων του μόχθου» (Αγγελίδης,1992:37). Για αυτό το λόγο, η συνοικία μέχρι τότε δεν τραβούσε το ενδιαφέρον του κράτους ως προς τον πολεοδομικό σχεδιασμό.

Η λαϊκή κατοικία καθίσταται κυρίαρχη κατά το μεσοπόλεμο (1930 και έπειτα). Ο παραγωγικός τομέας συνυπάρχει με το στοιχείο της κατοικίας, και μάλιστα συνιστά πολύ σημαντικό στοιχείο με την επιλογή του Μεταξουργείου ως τόπου κατοίκησης. Στο δυτικό κυρίως τμήμα είναι περιοχή αμιγούς κατοικίας με καταστήματα τροφίμων, ενώ βορειοανατολικά παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση υπηρεσιών και ελεύθερων επαγγελματιών. Άλλες χρήσεις όπως η αναψυχή, ο πολιτισμός και η εκπαίδευση συμπλήρωναν τη λειτουργία της περιοχής βάζοντας την σε θέση πλήρους αυτάρκειας, μιας ζωντανής κοιτίδας που έφερε το στίγμα της γειτονιάς, που ήταν σε θέση να συντηρήσει και να αναπαράγει το κοινωνικό δυναμικό που έφερε, τουλάχιστον μέχρι και τα μέσα του 20ου αι. Με την πάροδο των χρόνων η σύνθεση του πληθυσμού μεταβαλλόταν. Κομβικό ρόλο σε αυτό έπαιξε η ανάπτυξη της πλατείας Ομονοίας σε εμποροοικονομικό κέντρο, καθώς και η λειτουργία των σιδηροδρομικών σταθμών Πελοποννήσου και Λαρίσης. Οι παράγοντες αυτοί προσέκλυσαν αστικές οικογένειες. «Τα σπίτια των αστών έδωσαν άλλη μορφή στη συνοικία, χωρίς βέβαια να εξαφανίσουν τις αυλές με το πλήθος δωμάτια, που νοικιάζονταν σε πολλές οικογένειες μεροκαματιάρηδων. Η περιοχή απέκτησε θέατρα, στα οποία καλλιτέχνες φημισμένοι χάριζαν με τα ταλέντο και το κέφι τους δυο ώρες πνευματικής ευφροσύνης στους θεατές. Το Μεταξουργείο έγινε μια πλούσια θεατρική πιάτσα, που τραβούσε κόσμο από κάθε γωνιά της Αθήνας» (Αγγελίδης, 1992:50) . Οπότε μέχρι το Μεσοπόλεμο η συνοικία έχει καταλήξει να κατοικείται από εργάτες, μικροεμπόρους, υπαλλήλους, βιοτέχνες και ανθρώπους των γραμμάτων και τεχνών.

Πλευρικές μετατοπίσεις και ωσμώσεις, δυνάμεις έλξης που ασκούνται από ισχυρούς πόλους (μεγάλα ακίνητα, μη τυπικές λειτουργίες), αναπροσαρμογές των παραγωγικών χρήσεων εντός των ορίων ευρύτερων οικογενειών είναι μερικοί από τους μηχανισμούς διαμόρφωσης του αστικού ιστού στην ιστορική διαδρομή του που αναδεικνύει η ιστορία της συνοικίας Μεταξουργείου. Η διαδικασία αυτή δεν υπήρξε ωστόσο γραμμική. Η φυσιογνωμία της συνοικίας προέκυψε από τη σύνθεση αντίρροπων τάσεων που φάνηκαν κατά καιρούς να επικρατούν προσωρινά (ζώνη παραγωγική-ζώνη κατοικίας) και από τη διαπλοκή μεμονωμένων (συγκυριακών) ενεργειών και δομικών ροπών της ανάπτυξης της πόλης. (Αγριαντώνη, 1995)

Το πέρασμα στις επόμενες δεκαετίες επέφερε στοιχεία φθοράς του μέχρι πρότινος χαρακτήρα της περιοχής. Οι παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτό πολυποίκιλοι και έχουν να κάνουν με ιστορικά, χωρικά και ιδεολογικοπολιτικά αίτια. Μετά τους βομβαρδισμούς από τον εμφύλιο, το πέρασμα σε μια νεότερη εποχή δεν ακολούθησε τον ίδιο δρόμο που ακολουθήθηκε κατά κόρον στο μεγαλύτερο κομμάτι της Αθήνας. Όντως οι αυξημένες στεγαστικές ανάγκες καλύφθηκαν σε μεγάλο βαθμό από τις πολυκατοικίες που ανοικοδομούνται μέσω αντιπαροχής. Το ίδιο μοτίβο αγγίζει και το Μεταξουργείο, αλλά σε μικρότερο βαθμό από ότι άλλες περιοχές της κεντρικής Αθήνας για λόγους που συνδέονται με το μέγεθος των οικοπέδων, τη στενότητα των δρόμων, την πολύ-ιδιοκτησία και το ενδεχόμενο ανεύρεσης αρχαιολογικών λειψάνων που θα καθυστερούσαν ή θα μπλόκαραν εντελώς την ανοικοδόμηση (Βαταβάλη, 2004). Το γεγονός αυτό δυσκόλεψε τα μικροαστικά στρώματα να επιλέξουν αυτήν την περιοχή ως τόπο κατοικίας. Ο πολεοδομικός σχεδιασμός αδυνατεί να διαχειριστεί επαρκώς τις οικιστικές πιέσεις, ενώ οι κρατικές αρχές υποκύπτουν στις πιέσεις των γαιοκτητών, οι οποίοι επιδίωκαν μεγάλα κέρδη από την κεφαλαιοποίηση της γης τους καθώς και την ανάδειξη της οικοδομικής δραστηριότητας σε βασικό μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας (Σαρηγιάννης, 2000). Ταυτόχρονα λόγω της απουσίας κρατικής πρόνοιας, προς ανάπτυξη αφήνονταν και οι άτακτες και πολλές φορές εκτός νόμου πρακτικές

στέγασης των χαμηλότερων στρωμάτων, σε μια προσπάθεια αποφυγής κοινωνικών προστριβών και εντάσεων (Λεοντίδου, 1989).

Η «υποβάθμιση» της περιοχής συνεχίζεται, καθώς οι ασυμβίβαστες με την κατοικία χρήσεις (βιοτεχνίες, συνεργεία, αποθήκες, οίκοι ανοχής) διογκώνονται, ενώ παράλληλα ο παράγων όχλησης και ρύπανσης είναι έντονος λόγω της επιφόρτωσης της κυκλοφορίας, εφόσον αφενός στα όρια της περιοχής υπάρχουν σημαντικοί οδικοί άξονες (Πειραιώς, Λένορμαν, Κωνσταντινουπόλεως) και αφετέρου συνορεύει με την πολύβουη πλατεία Ομονοίας. Εν συντομία κατά τις δεκαετίες του '60 και το '70 έγινε ένα ξεκαθάρισμα κοινωνικών στρωμάτων με τη μονομερή αύξηση των χαμηλότερων οικονομικά στρωμάτων μέσω μιας διπλής διαδικασίας. Τα ανώτερα στρώματα έφυγαν προς αναζήτηση περιοχών που θα μπορούσαν δυνητικά να προσφέρουν καλύτερο επίπεδο διαβίωσης, ενώ παράλληλα άρχισαν να εγκαθίστανται μεταναστευτικά στρώματα που έλκονταν από την πιθανότητα εξεύρεσης εργασίας στις βιοτεχνίες. Πιο συγκεκριμένα, μετά το 1980, παρατηρείται μετακίνηση υψηλών και μεσαίων κοινωνικών στρωμάτων στο ΠΣΠ, από το κέντρο προς τα βορειοανατολικά και νοτιοανατολικά προάστια, ιδιαίτερα νεότερων νοικοκυριών. Σημαντικό μέρος των εύπορων στρωμάτων της πόλης επωφελήθηκε από τη διαδικασία της αντιπαροχής και, όταν τα αρνητικά της αποτελέσματα άρχισαν να γίνονται εμφανή, επέλεξαν την ιδιωτική στρατηγική της μετεγκατάστασης στα προάστια. Το κενό που αρχικά δημιουργήθηκε, οδήγησε στην αχρηστία πολλών κατοικιών, ιδιαίτερα των μικρών διαμερισμάτων, που η πυκνοδόμηση είχε καταστήσει περισσότερο προβληματικά, στους χαμηλούς ορόφους και τα ημιυπόγεια (Μαλούτας,2013). Παράλληλα, η παραμονή ηλικιωμένων στις παλιές γειτονιές του κέντρου αποτυπώνεται στη γήρανση του πληθυσμού των κεντρικών Δήμων (Αθηναίων και Πειραιά). Η μετακίνηση αυτή δεν έλαβε ποτέ διαστάσεις 'εξόδου', ανάλογες με πόλεις της Βόρειας Ευρώπης (Εμμανουήλ, 2008). Οδήγησε όμως σε διαδοχικές ανακατατάξεις στη χρήση του οικιστικού αποθέματος σε πολλές κεντρικές γειτονιές (πχ βιοτεχνίες στα υπόγεια και ισόγεια πολυκατοικιών ή, αργότερα, κενά διαμερίσματα), με αποτέλεσμα τη διατήρηση χαμηλών τιμών στα ακίνητα, που τα έκαναν προσιτά σε φτωχότερες κοινωνικές ομάδες και, μετά το 1990, στους μετανάστες και τις μετανάστριες (Βαΐου,2009). Οι μετανάστες που εμφανίστηκαν στην αρχή της δεκαετίας του 1990 κατευθύνθηκαν εκεί, δεδομένης της απουσίας μεταναστευτικής και στεγαστικής πολιτικής που δεν τους προσέφερε άλλες λύσεις. Η ύπαρξη αυτού του οικιστικού αποθέματος αποτελεί βασική αιτία της σημαντικά μεγαλύτερης συγκέντρωσης των μεταναστευτικών ομάδων στο κέντρο της πόλης, σε σχέση με τις περιοχές κατοικίας χαμηλής κοινωνικής φυσιογνωμίας στην περιφέρεια, όπου το απόθεμα κατοικιών προς ενοικίαση είναι περιορισμένο. Συνεπώς, η διαδικασία «υποβάθμισης» του κέντρου της Αθήνας ξεκίνησε πολύ πριν οι μετανάστες, οι άστεγοι και οι χρήστες ουσιών εμφανιστούν στην πόλη και αρχίσει να τους αποδίδεται ευθύνη για την κατάστασή του. Οι μετανάστες και άλλες ευάλωτες κοινωνικές και οικονομικά αδύναμες ομάδες κατευθύνθηκαν στο κέντρο λόγω της προηγούμενης υποβάθμισής του, που το καθιστούσε προσιτό ως περιοχή κατοικίας(Μαλούτας,2013). Το '80 μετεγκαθίστανται στην περιοχή μουσουλμάνοι της Θράκης και Ρομά. Την επόμενη δεκαετία, που σημειώνεται μεγαλύτερη εισροή μεταναστευτικών στρωμάτων στην Ελλάδα, θα βρουν καταφύγιο μετανάστες κυρίως από την Αίγυπτο και τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης. Αυτοί εν τέλη σταθεροποιούν σ' αυτή την περίοδο τον πληθυσμό. Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 παρατηρείται τάση συγκέντρωσης Κινέζων, σε σημεία της περιοχής πίσω από την οδό Πειραιώς (Πατατούκα,Πολύζου,2011).

Η εξάλειψη των βιοτεχνικών λειτουργιών άφησε έντονο το στίγμα του στο Μεταξουργείο. Η απορρύθμιση της σχέσης τόπου εργασίας – τόπου κατοικίας δημιούργησε μια εικόνα εγκατάλειψης, επικουρούμενη από ένα χωρικό ανάπτυσμα που συντίθετο από κακά συντηρημένα κτιριακά κελύφη και ελλιπέστατο δημόσιο χώρο. Η εικόνα αυτή συνέβαλε στο κράτημα χαμηλών αξιών γης στην περιοχή, που ειδικά κατά τη δεκαετία του '90 τράβηξε ολοένα και περισσότερα εισρρεόμενα μεταναστευτικά ρεύματα. Οι χρήσεις αυτές από τη μια αποτελούσαν τη βασική παραγωγική δραστηριότητα της περιοχής αλλά από την άλλη δημιούργησαν ένα δυσμενές αστικό περιβάλλον.

2.2 δημογραφικά χαρακτηριστικά

Η περιοχή του Μεταξουργείου παρουσιάζει μια ιδιόμορφη σύνθεση ως προς τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των κατοίκων του. Ο πληθυσμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως γερασμένος, ακολουθώντας, έτσι, τη γενικότερη τάση δημογραφικής γήρανσης του κέντρου της πόλης, που οφείλεται στην απομάκρυνση ενός σημαντικού τμήματος του πληθυσμού του και ιδιαιτέρως των νέων ζευγαριών με παιδιά, γεγονός το οποίο αντανακλάται και στο σχετικά χαμηλό ποσοστό του πληθυσμού που ανήκει στο παραγωγικό στάδιο της ηλικίας του (Ταξιάρχη 2010). Η πλειοψηφία των κατοίκων, στους οποίους περιλαμβάνονται και οι μουσουλμάνοι της Θράκης, γεννήθηκαν στην Ελλάδα, ενώ στη δεύτερη κατηγορία εντάσσονται οι ηλικιωμένοι Μικρασιάτες πρόσφυγες και άλλοι παλιοί κάτοικοι του Μεταξουργείου, που εγκαταστάθηκαν κυρίως στις δεκαετίες '60-'80, καθώς και οι νεότεροι ξένοι μετανάστες, που κατοίκησαν την περιοχή. Κατά την περίοδο 1981- 1990, στη μελέτη του Δήμου Αθηναίων (1991) υπογραμμίζεται ότι παρατηρείται αύξηση των νοικοκυριών, ιδιαίτερα ανάμεσα στις οδούς Θερμοπυλών και Μυκάλης, η οποία οφείλεται στη δημιουργία νέων πολυκατοικιών (κατά μήκος των οδικών αξόνων) και στο «άνοιγμα» πολλών εγκαταλειμμένων κατοικιών από οικογένειες μεταναστών. Πρόκειται για ομάδες μεταναστών όπως οι μουσουλμάνοι της Θράκης, οι Πολωνοί και οι μετανάστες από Αιγύπτο και Πέρσία, οι οποίοι συγκεντρώνονται στο νοτιότερο σημείο της περιοχής, δηλαδή προς το Γκάζι. Οι Έλληνες που παραμένουν στο Μεταξουργείο είναι ιδιοκτήτες, ανήκουν σε εργατικές οικογένειες, υπάρχει σημαντικός αριθμός ηλικιωμένων ανθρώπων, και το οικογενειακό εισόδημα είναι σημαντικά χαμηλότερο του μέσου όρου της ευρύτερης περιοχής των Αθηνών (μελέτη Δήμου Αθηναίων, 1991).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, τη χρονική περίοδο 1981-1991, παρατηρείται μείωση πληθυσμού 20% στην περιοχή του Μεταξουργείου και σημειώνεται ότι η περιοχή κατοικείται από τρεις βασικές πληθυσμιακές ομάδες: τους παλιούς κατοίκους μεγαλύτερης ηλικίας, τους τσιγγάνους και μουσουλμάνους της Θράκης και τους μετανάστες κυρίως Αλβανικής και Πολωνικής καταγωγής (μελέτη ΕΜΠ, 1995).

Τα στοιχεία των ΕΚΚΕ-ΕΣΥΕ από την απογραφή του 2001 φανερώνουν ότι η τάση μείωσης του πληθυσμού συνεχίζεται, αλλά με βραδύτερο ρυθμό. Σε σχέση με το 1991 ο πληθυσμός μειώνεται κατά 4,21%. Η παρουσία των Ελλήνων κατοίκων, αν και φθίνουσα, παραμένει σημαντική ενώ αυξάνεται σημαντικά η παρουσία ορισμένων ομάδων μεταναστών. Οι κάτοικοι αιγυπτιακής, αλβανικής, βουλγαρικής, ρουμανικής και συριακής προέλευσης ενισχύουν κατά πολύ την παρουσία τους, ενώ μειώνεται η

παρουσία των Πολωνών και των Μουσουλμάνων της Θράκης της περιοχής. Η μείωση του ποσοστού των Πολωνών, ενδέχεται να σχετίζεται με την επαγγελματική αποκατάσταση της ομάδας, και την προτίμηση άλλης συνοικίας του κέντρου της πόλης. Όπως σημειώνεται και στη μελέτη του Δήμου Αθηναίων (1991), από το 1991 οι Πολωνοί ήθελαν να φύγουν από την περιοχή του Μεταξουργείου και να εγκατασταθούν σε καλύτερες συνοικίες της πόλης (Αλεξανδρή,2013).

Μέσα από τη σύγκριση των δεδομένων μεταξύ 2001 και 2011, με σημείωση αύξησης το 2011, παρατηρείται ότι διατηρούνται μεν και στις δύο απογραφές υψηλά ποσοστά συγκέντρωσης αλλοδαπών, αλλά αυτό που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι ότι αλλάζει η εθνική σύνθεση του πληθυσμού αυτού. Βλέπουμε να μειώνεται σημαντικά η παρουσία μεταναστών πρώτης γενιάς, που είχαν φτάσει στη χώρα από Βαλκανικές χώρες και χώρες της ανατολικής Ευρώπης – η παρουσία των οποίων εξακολουθεί να είναι κυρίαρχη - και να αυξάνεται ραγδαία το ποσοστό νέων μεταναστευτικών ομάδων από περιοχές της Ασίας. Οι Κινέζοι αποτελούν την πολυπληθέστερη ομάδα μετά τους Αλβανούς, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τη έντονη εμπορική τους δραστηριότητα. Επίσης έχουμε ισχυρή παρουσία Μπαγκλαντεσιανών, Πακιστανών αλλά και Αιγύπτιων (Κατσαούνη,2016).

Σε αυτό το ιδιαίτερο μείγμα πληθυσμού το οποίο συντριπτικά καταλαμβάνει τα κατώτερα οικονομικά σκαλοπάτια της πυραμίδας, έρχονται να προστεθούν σπερματικά και νέοι κάτοικοι που ζουν στα νεόκτιστα και ανακαινισμένα κελύφη, μεσαίων και ανώτερων οικονομικά στρωμάτων. Αυτό δεν έγινε από τη μια στιγμή στην άλλη. Έχει να κάνει και με τις νομοθετικές αλλαγές που έδωξαν και περιόρισαν κάποιες χρήσεις αλλά και με πιέσεις εξευγενισμού από γύρω περιοχές προ 2004.

Η εξέλιξη αυτή έχει άμεση σχέση με μια μεταστροφή των λειτουργιών του Μεταξουργείου, από έναν βιοτεχνικό χαρακτήρα που εκλείπει και έναν συμπιεσμένο εμπορικό και μεταποιητικό χαρακτήρα που απευθύνεται σε συγκεκριμένο, κυρίως μεταναστευτικό, κοινό, σε μια ανάδυση της βιομηχανίας της ψυχαγωγίας. Όλο και περισσότερο ποσοστό κόσμου, ειδικότερα νεολαίας επισκέπτεται τη συνοικία του Μεταξουργείου, εξ αιτίας των καταστημάτων εστίασης που έχουν ανοίξει σε πολλά μέρη της περιοχής, αλλά και λόγω των χώρων θεάτρου και πολιτισμού που λειτουργούν σαν πόλος έλξης.

2.3 Μεταξουργείο και κράτος

Σε αυτή την ιστορική διαδρομή του Μεταξουργείου, κράτος και κεφάλαιο δεν ήταν αμέτοχα. Δε θα μπορούσαν να είναι άλλωστε, καθώς η αποτύπωση μιας κατάστασης σε μια περιοχή σε διαφορετικές χρονικές συγκυρίες αποτελεί την αντανάκλαση της διαπάλης μεταξύ συγκρουόμενων πλευρών με αντιθετικά συμφέροντα, το αποτέλεσμα της οποίας είναι η διαμόρφωση συγκεκριμένων οικονομικών, κοινωνικών και πολιτικών συσχετισμών. Όπως το έθεσε ο E.Soja(1980) η δομή του οργανωμένου χώρου δεν αποτελεί μια χωριστή οντότητα με τους δικούς της αυτόνομους νόμους κατασκευής και μετασχηματισμού, ούτε είναι μόνο μια έκφραση της ταξικής δομής, που πηγάζει από τις κοινωνικές σχέσεις παραγωγής. Αντιπροσωπεύει, ένα διαλεκτικά προσδιορισμένο μέρος των γενικών σχέσεων παραγωγής, που έχουν ταυτόχρονα τόσο κοινωνική, όσο και χωρική έκφραση (Παναγιωτάτου,1988).

Η κατάσταση τείνει γενικότερα στην Ελλάδα να αλλάξει από τη δεκαετία του '90 και μετά και για αυτόν το λόγο προετοιμάζεται με κατάλληλες μεθοδεύσεις από πλευράς κράτους και επενδυτικού κεφαλαίου το έδαφος, για την καλύτερη εκμετάλλευση της χώρας.

Η δραστηριοποίηση μεγάλου κεφαλαίου, επιχειρήσεων και εταιρειών και η μεγέθυνση της ιδιοκτησίας της γης- η μεταλλαγή δηλ. των κυρίαρχων χαρακτηριστικών του συστήματος γης και οικοδομής-καθίσταται, κατά κάποιο τρόπο, αναγκαία λόγω του μεγέθους και συνθετότητας των έργων, των ταχύτατων αλλαγών στην τεχνολογία κατασκευής και στους τρόπους διαχείρισης των κατασκευών και των ακινήτων. Η δε αθρόα προσφορά εργατικού δυναμικού από τους μετανάστες-εξ' ορισμού 'εφεδρικός στρατός' εκτός συνδικαλισμού (συνήθως) και με πολύ διαπραγματεύσιμα δικαιώματα- αποτελεί ιδιαίτερα ευνοϊκό οικονομικά παράγοντα για τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα των κατασκευών και μειώνει αποφασιστικά τις εν δυνάμει αντιστάσεις. Έτσι, νομιμοποιείται- ή πάντως δεν δημιουργεί αντιδράσεις- και μία συστηματική πολιτική για ριζικές αλλαγές στο σύστημα γης και οικοδομής (Μαντουβάλου,Μπαλλά,2004).

Οι βασικές αλλαγές που παρατηρούνται κωδικοποιούνται από τις Μαντουβάλου, Μπαλλά ως εξής (Μαντουβάλου,Μπαλλά,2004:189-195) :

- Μεταβολές στην κλίμακα και λειτουργία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της κατασκευής και ανάδυση νέων επιχειρηματικών σχημάτων από μεγάλους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς και κατασκευαστικούς ομίλους.

- Μεταλλαγές στο ρόλο και λειτουργία του κράτους και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης που συνυφαίνονται με ενεργοποίηση των φορέων του ευρύτερου δημόσιου τομέα στους κλάδους της αξιοποίησης και ανάπτυξης ακινήτων.

- Μεταλλαγές στο πεδίο των επιχειρήσεων, των οποίων όλο και περισσότερο συναρτάται η πορεία με εκείνη του Χρηματιστηρίου και των μετοχών τους. Σ' αυτά τα πλαίσια οι 'εισηγμένες' στο Χρηματιστήριο εταιρείες ωθούνται να διαχειρίζονται τα ακίνητά τους με τρόπους που να ευνοούν περισσότερο τους ισολογισμούς τους και να ενδυναμώνουν τη θέση τους στο Χρηματιστήριο. Επισημαίνουμε όμως ότι οι συνέπειες αυτών των ρυθμίσεων στο χώρο είναι πολύ σημαντικές, στο βαθμό που π.χ. οι, βιομηχανικές κυρίως, επιχειρήσεις συνήθως διαχειρίζονται μεγάλα ακίνητα σε περιοχές που σήμερα θεωρούνται 'αστικά κενά' (π.χ. παλιές βιομηχανικές ζώνες) και μέσα από αυτή τη διαδικασία ωθούνται σε ενεργή αναζήτηση τρόπων αξιοποίησής τους, γεγονός που επίσης μπορεί να έχει αποφασιστική επίδραση στο μέλλον τους.

- Μεταλλαγές στη φορολογική πολιτική απέναντι στην οικοδομή, με πιο διακριτά παραδείγματα, την επιβολή ΦΠΑ στην αντιπαροχή, τη συζητούμενη μείωση των φόρων μεταβίβασης ακινήτων, που ευνοούν την αύξηση της κινητικότητας στις αγοραπωλησίες, την προσπάθεια σταδιακής επιβάρυνσης της ιδιωτικής ιδιοκτησίας και εκμετάλλευσης ακινήτων (π.χ. ΦΜΑΠ, φόρος εισοδήματος από ενοίκια) και τη συνένωση και μεγέθυνση των αστικών ιδιοκτησιών.

Οι νομικές ρυθμίσεις στις οποίες στηρίζονται οι μεταβολές που, μεταξύ πολλών, εντοπίστηκαν πιο πάνω, είναι κυρίως δημοσιονομικού χαρακτήρα. Δεν αποτελούν δε οι μεταβολές αυτές μεμονωμένες κινήσεις. Συγκροτούν ευρύτατες επικαλυπτόμενες διαδικασίες που ωθούν εκ των πραγμάτων ιδιωτικές επιχειρήσεις και φορείς του δημόσιου τομέα να γίνουν ενεργοί 'παικτες' στο πεδίο της αστικής ανάπτυξης και του real estate. Μπορούμε έτσι να αντιληφθούμε τις μεταβολές αυτές ως αποφασιστικά

βήματα σε μία πορεία προσαρμογής προς τα διεθνή δεδομένα και διαμόρφωσης, με πολύ συμπυκνωμένο τρόπο, ενός νέου συστήματος γης και οικοδομής.

Με αντίστοιχο τρόπο, οι μεθοδεύσεις αυτές μεταφράζονται και σε στρατηγικού τύπου νομοθετήματα σε συνδυασμό με πολεοδομικές μελέτες, αλλά και σε κινήσεις που στόχο έχουν να αναδείξουν τα φερόμενα ως «αρνητικά», κατά την κυρίαρχη ιδεολογία, του Μεταξουργείου, ώστε αυτό να καταστεί άξιο αλλαγών μεγάλης κλίμακας. Στη διαδικασία αυτή το ιδιωτικό κεφάλαιο αναλαμβάνει πολύ ενεργό ρόλο, όχι μόνο εκμεταλλευόμενο τα νομοθετικά εργαλεία, αλλά αναδεικνύοντας παράλληλα εντέχνως τις «παρηκμασμένες» πλευρές (υλικές και μη) του Μεταξουργείου που, σύμφωνα με αυτούς, θα πρέπει να εξαλειφθούν.

α_ 1980-2000

Σε αυτό το σημείο καταγράφεται το ευρύτερο νομοθετικό πλαίσιο και ρυθμίσεις που αφορούν το κέντρο της Αθήνας, κομμάτι του οποίου αποτελεί και το Μεταξουργείο. Συνεπώς οι ρυθμίσεις αυτές αναφέρονται και σε αυτήν την περιοχή και την επηρεάζουν άμεσα.

Ως προς το κέντρο της Αθήνας τίθεται η αλλαγή της φυσιογνωμίας του μέσω μιας ριζικής παρέμβασης στις λειτουργίες του με σκοπό τη μετατροπή του σε σύγχρονο κέντρο διοίκησης, πολιτισμού και κατανάλωσης, στρέφοντας όμως τον πληθυσμό και τα κεφάλαια προς τα προάστια. Σημαντικό παράγοντα θα αποτελέσει και η βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος, το οποίο αντιμετωπίζει πολύ σοβαρό πρόβλημα επιβάρυνσης, λόγω της ύπαρξης πολλών βιομηχανικών και βιοτεχνικών χρήσεων. Με βάση αυτή την προοπτική αναδύεται έντονα το στοιχείο της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, ως μέσο αναβάθμισης των υποβαθμισμένων περιοχών και στοιχείο ανάπτυξης. Ο στόχος όμως της ριζικής αποκέντρωσης της βιομηχανικής και βιοτεχνικής δραστηριότητας, θα φέρει μεγάλες αλλαγές στην παραγωγική του δραστηριότητα με σοβαρές επιπτώσεις στην κοινωνική και λειτουργική του σύσταση καθώς και στον αστικό ιστό. Η επίτευξη της ισόρροπης ανάπτυξης επιδιώκεται μέσω της μετακίνησης χρήσεων, λειτουργιών και επενδύσεων προς πιο υποβαθμισμένες περιοχές του Λεκανοπεδίου, με έμφαση στις δυτικές. Μέσω αυτού επιχειρείται αλλαγή της κατανομής του κοινωνικού εξοπλισμού και της ποιότητας του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος. Το μοντέλο ανάπτυξης που υιοθετείται είναι η πολυκεντρική δομή.

Όσον αφορά τα νομοθετικά πλαίσια, με το νέο Γενικό οικοδομικό Κανονισμό (ΓΟΚ) του 1929, τίθεται ένα σαφές πλαίσιο για την περαιτέρω εκμετάλλευση του αστικού χώρου. Οι επόμενοι που ακολούθησαν το 1955, το 1973 όχι μόνο παγίωσαν αλλά και εντατικοποίησαν την εκμετάλλευσή του. Σε αυτά τα πλαίσια, διατάγματα όπως το Π.Δ. της 21.9.1979 (ΦΕΚ 567Δ/13.10.79), το οποίο ενέτασσε το Μεταξουργείο στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, επέδρασαν καταλυτικά στην ιστορία της περιοχής. Το 1983, σύμφωνα με το νόμο Τρίτση, καθορίζεται και η ενδεχόμενη χωροθέτηση βιομηχανικών και βιοτεχνικών περιοχών άλλων ειδικών χρήσεων στην έκταση της Ζώνης Οικιστικού Ελέγχου (Ζ.Ο.Ε.) περί την πόλη ή τον οικισμό. Ακόμη οι χρήσεις γης στους περισσότερους Δήμους έχουν καθοριστεί με βάση το Π.Δ. 84/1984 όσον αφορά τις μεταποιητικές δραστηριότητες.

Το Ρυθμιστικό του '85 συμπεριλαμβάνει ανάμεσα στις περιοχές προς εξυγίανση το Μεταξουργείο. Με το Ρυθμιστικό του 1985 (ΦΕΚ 18 Α/ 18.2.1985/ Ν.1515/1985), στο οποίο προβλέπεται η απαγόρευση της αύξησης της ιπποδύναμης και της ίδρυσης

νέων βιομηχανιών, δόθηκε ένα τελειωτικό χτύπημα στην παραγωγικής βάσης της περιοχής. Οι περισσότερες παραδοσιακές βιοτεχνίες ενέπιπταν στις διατάξεις του άρθρου και οδηγήθηκαν σε αναγκαστικό κλείσιμο. Παράλληλα, πολλοί ιδιοκτήτες παλαιών κτηρίων λόγω έλλειψης χρημάτων για επαρκή συντήρησή τους και από φόβο μήπως κηρυχθούν διατηρητέα, τα κατεδαφίζουν. Έτσι το πρώτο κύμα αποχώρησης από το Μεταξουργείο το '60 συνοδεύεται και από ένα δεύτερο, καθώς η περιοχή «αδειάζει» από βασικές παραγωγικές δραστηριότητες. Συμπληρωματικό παράγοντα απομάκρυνσης θα αποτελέσει και η αδυναμία της πλειοψηφίας των κατοίκων να ανακαινίσουν τις κατοικίες τους, πράγμα που θα οδηγήσει σε περαιτέρω εγκατάλειψη και ερείπωση του κτιριακού αποθέματος.

Οι πρώτες θεσμικές ενέργειες παρέμβασης λαμβάνουν χώρα κατά τη δεκαετία του '90, οπότε σημειώνεται το ενδιαφέρον της Πολιτείας, μέσω των φορέων ΥΠΕΧΩΔΕ, ΥΠΠΟ και Δήμο Αθηναίων, για την, κατ' αυτούς, αναβάθμιση της περιοχής. Οι δράσεις αποτυπώθηκαν μέσα από μελέτες και σημειακές παρεμβάσεις, η κυριότερη των οποίων (για αυτό το διάστημα) ήταν η μελέτη για την αναβάθμιση της περιοχής, που διεξήχθη το 1993, από την Εταιρεία Μελετών Περιβάλλοντος, Ι. Δ. Δημητριάδης και Συνεργάτες, στα πλαίσια της εφαρμογής των κατευθύνσεων του Ρυθμιστικού Σχεδίου της Αθήνας και του Προγράμματος Στρατηγικών Παρεμβάσεων του δήμου Αθηναίων. Η μελέτη ανάπλασης στο Μεταξουργείο δε μπήκε σε εφαρμογή καθ' εαυτή, αλλά σταδιακά διάφορες προτάσεις της άρχισαν να πραγματοποιούνται, άλλες με πρωτοβουλία δημόσια, όπως το ΠΔ στο ΦΕΚ 616/Δ/98, όπου θεσπίζεται για το μεγαλύτερο μέρος της περιοχής η χρήση 'γενική κατοικία' και ορίζεται ο συντελεστής δόμησης αλλά και διάφορες πεζοδρομήσεις (δεκαετία 1990), και με συνέχιση των ενεργειών που θα αναφερθούν στην επόμενη ενότητα.

Η πρώτη σειρά μελετών (1989-1992) περιλάμβανε το Εμπορικό Τρίγωνο, του Ψυρρή και το Μεταξουργείο (Αραβαντινός, 1997). Η μελέτη αναβάθμισης του Μεταξουργείου, θέτει έξι βασικούς στόχους για την περιοχή. Την αναβάθμιση της παραδοσιακής δομής της γειτονιάς και την τόνωση της κατοικίας, την ανάδειξη της ιστορικής και αρχαιολογικής σημασίας τμημάτων της περιοχής, την προστασία του εναπομείναντος κτηριακού πλούτου, την απομάκρυνση οχλουσών χρήσεων, την αντιμετώπιση του κυκλοφοριακού προβλήματος και την αισθητική αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος (Δήμος Αθηναίων, α' φάση, 1991). Στη δεύτερη φάση της μελέτης αναβάθμισης του Μεταξουργείου (μελέτη Δήμου Αθηναίων, β' φάση, 1992), προτείνεται η υιοθέτηση ρυθμιστικών προγραμμάτων, προγραμμάτων οργανωμένης ανάπλασης, σημειακών παρεμβάσεων και ειδικών τομειακών προγραμμάτων. Στην τρίτη φάση της μελέτης αναβάθμισης της περιοχής (μελέτη Δήμου Αθηναίων, γ' φάση, 1993), τα προτεινόμενα μέτρα εξειδικεύονται περισσότερο και επαγγέλλεται η μετατροπή του Μεταξουργείου ως κέντρο κατοικίας, εμπορίου και ιστορίας. Για αυτό το σκοπό, πραγματοποιήθηκαν δένδροφυτεύσεις, πεζοδρομήσεις, κηρύξεις και αποκαταστάσεις διατηρητέων. Γενικότερη επιδίωξη της τρίτης φάσης μελέτης αποτελεί η «εισροή κατοίκων υψηλότερου οικονομικού επιπέδου» (Δημητριάδης, 1993: 86). Με την πρόταση αυτή βλέπουμε ότι ήδη από τη δεκαετία του '90 τίθεται το ζήτημα της κοινωνικής και λειτουργικής αναδιάρθρωσης, με κινητήριο μοχλό την ανάπτυξη του πολιτισμού και την απομάκρυνση των μεταναστευτικών ομάδων.

Στο κέντρο της πόλης, έργο στρατηγικής σημασίας αποτελεί η «ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων» που αναλαμβάνεται από την εταιρία (ΕΑΧΑ Α.Ε.). Η Ανώνυμη Εταιρεία Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων και Αναπλάσεις Α.Ε. (ΕΑΧΑ Α.Ε.), η οποία ιδρύθηκε, κατ' εφαρμογή των διατάξεων της παρ. 6 του άρθρου 5 του ν. 2229/ 1994

(ΦΕΚ Α` 138), με την αριθ. 69163/21-6-1995 κοινή υπουργική απόφαση (ΦΕΚ Β' 551), τον Οκτώβριο του 1997 (ΦΕΚ 909/15.10.97) ως Ανώνυμη Εταιρεία με μοναδικό μέτοχο το Δημόσιο (Υπουργεία Πολιτισμού και ΠΕΧΩΔΕ). Στόχος της είναι η υλοποίηση ενός προγράμματος ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων της Αθήνας, μέσα από συγκεκριμένα προγράμματα έργων και παρεμβάσεων. Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της ΕΑΧΑ σκοπός της είναι η ανάδειξη των μνημείων και των ιστορικών χώρων του κέντρου και η σύνδεσή τους. Ασχολείται κυρίως με έξι υποπεριοχές του κέντρου της Αθήνας δύο από τις οποίες είναι η περιοχή Κεραμικός- Πειραιώς- Ιερά Οδός- Γκάζι- Θησείο και περιοχή Ακαδημία Πλάτωνος - Μεταξουργείο - Ψυρρή.

Σε αυτό το διάστημα γίνεται και μια πολύ σημαντική ανασκαφή που, έρχεται να συμπληρώσει ευρήματα προηγούμενων χρόνων. Το 1997, κατά τη διάρκεια εργασιών ανέγερσης ενός μικρού θεάτρου, αποκαλύφθηκε για πρώτη φορά τμήμα του Δημόσιου Σήματος στο οικόπεδο της οδού Σαλαμίνας 35. Η ανασκαφή, που πραγματοποίησε η Γ' Εφορεία Προϊστορικών-Κλασικών Αρχαιοτήτων, αποκάλυψε πέντε ταφικά μνημεία, εκ των οποίων τα δύο είναι και τα καλύτερα διατηρημένα³. Η ανακάλυψη έδωσε περαιτέρω τροφή στην ανάδειξη του αρχαιολογικού χαρακτήρα της περιοχής και αναζωπύρωσε τη συζήτηση για την αξιοποίηση της διαδρομής του Δημοσίου Σήματος, με στόχο να αναδείξει την «Ακαδήμεια οδό», που στην αρχαιότητα συνέδεε τον Κεραμικό με την Ακαδημία Πλάτωνος.

Παρότι όμως ο αστικός σχεδιασμός προσπαθεί να ακολουθήσει τα μοντέλα που αναπτύσσονται στις ανεπτυγμένες καπιταλιστικά χώρες της Δύσης, αγνοεί τις ιδιαίτερες συνθήκες με τις οποίες δομείται ο αθηναϊκός αστικός χώρος, αλλά και οι ίδιες οι κατευθύνσεις της τοπικής χωροταξικής πολιτικής, οι οποίες ωθούν προς την προαστιοποίηση. Η ειδοποιός διαφορά όμως που κρίνεται ότι υπάρχει σε σχέση με τις διαδικασίες άλλων χωρών είναι η κίνηση και τα συμφέροντα του επενδυτικού κεφαλαίου. Οι νέες πολιτικές ανάπτυξης των διεθνών κέντρων -στις οποίες βασίστηκαν και οι ελληνικές- πραγματοποιήθηκαν σε πόλεις που είχαν υποστεί προαστιοποίηση και υιοθετήθηκε μια πολιτική επιστροφής στο κέντρο επιστροφή του κεφαλαίου και των επενδύσεων (Smith N.,1979). Έτσι επιχειρήθηκε μια συνδυαστική στρατηγική όπου τα ήδη υποβαθμισμένα κέντρα έρχονται να αναπλαστούν, με μια ταυτόχρονη ενεργοποίηση του κατασκευαστικού κεφαλαίου αλλά και των νέων επιχειρήσεων καταναλωτισμού και «υπηρεσιών», βρίσκοντας ευνοϊκά περιθώρια κερδοφορίας με την επιστροφή σε αυτό. Ως εκ τούτου η ενίσχυση της κατοικίας και νέων λειτουργιών δεν αποτελούν μόνο μια κρατική επιλογή αλλά κατά βάση μια αναπτυξιακή στρατηγική του επενδυτικού κεφαλαίου επί της αστικής γης και των χρήσεων. Ο Harvey θεωρεί την διαδικασία αυτή κεντρική πολιτική συσσώρευσης κεφαλαίου σε ένα κυκλικό τρόπο ανάπτυξης – παρακμής των πόλεων. Όταν το αρχικό κύκλωμα συσσώρευσης του καπιταλισμού, η υπερπαραγωγή αγαθών, οδηγήσει σε κρίση υπερσυσσώρευσης κεφαλαίου, τότε οι επενδύσεις στρέφονται στο δεύτερο κύκλωμα συσσώρευσης που είναι το κατασκευασμένο κεφάλαιο (Harvey, 1982). Όταν η οικονομία «καταπραΰνεται» μετά την επένδυση του κεφαλαίου στο κατασκευασμένο περιβάλλον, ανοίγουν ξανά ευκαιρίες για τη συσσώρευσή του στο αρχικό κύκλωμα. Με την επανεπένδυσή του πίσω σε αυτό το κύκλωμα, το κεφάλαιο του δεύτερου κυκλώματος υποτιμάται και γίνεται λιγότερο ελκυστική οδός επένδυσης (Savage,Warde,2005). Αυτό θα ωθήσει και στην ενεργοποίηση των μηχανισμών επανεπένδυσης στο κέντρο.

³ Πηγή: www.lifo.gr

Στην περίπτωση της Αθήνας χρησιμοποιούνται τα εργαλεία της ανάπτυξης του πολιτισμού και της κατοικίας που χρησιμοποιούνται και στον διεθνή αστικό σχεδιασμό, αλλά ταυτόχρονα με μια πολιτική ώθησης των κεφαλαίων και των κατοίκων του κέντρου προς τα προάστια, τα οποία αποτελούν ένα νέο πεδίο κερδοφορίας, έχοντας μπροστά του δεκαετίες μέχρι να κορεστεί. Η κίνηση αυτή του κεφαλαίου προς τα προάστια θεωρείται ότι αποτέλεσε και το λόγο που όσα προγράμματα εκπονήθηκαν για συνολικές αναπλάσεις των περιοχών του κέντρου, όπως το Μεταξουργείο, δεν υπήρξε η βούληση ή η οικονομική δυνατότητα να πραγματοποιηθούν από το κράτος. Μόνο σε συγκεκριμένες περιοχές, που ενεργοποιήθηκαν ιδιωτικά κεφάλαια μικροεπενδυτών, για ανάπτυξη λειτουργιών κατανάλωσης.

β_ 2001-2009

Το 2000 θα δοθεί στην κυκλοφορία ο σταθμός Μετρό του Μεταξουργείου και του Μοναστηρακίου (2003). Παράλληλα ολοκληρώνονται και τμήματα του μεγάλου αρχαιολογικού περιπάτου της πόλης, όπως η πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου και Αποστόλου Παύλου (2002) και δρομολογούνται επιπλέον παρεμβάσεις που σχετίζονται με την επέκτασή του και την ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων.

Έτσι σε μια περίοδο «ανάπτυξης» για το ελληνικό κράτος, το 2001 το Μεταξουργείο θα αποτελεί τόπο διαμονής χαμηλών οικονομικά κοινωνικών στρωμάτων, με σημαντικά προβλήματα οικονομικής, στεγαστικής και εκπαιδευτικής αποστέρησης, παρουσιάζοντας σημαντική ανισότητα γενικά αλλά και συγκριτικά με άλλες περιοχές του Δήμου Αθηναίων (Κατσαούνη, 2014). Τον εργατικό χαρακτήρα της γειτονιάς θα συνεχίσουν τα μεταναστευτικά στρώματα που συνεχώς αυξάνονται, αριθμώντας το 33% του συνολικού πληθυσμού, αλλά και εναπομείναντα χαμηλού κυρίως εισοδήματος ελληνικά νοικοκυριά, με τους εργαζομένους που ασχολούνται με «εργατικά» επαγγέλματα να αποτελεί το 61,7%, σύμφωνα με την καταγραφή του 2001 (ΕΣΥΕ).

Το γεγονός ότι οι ενέργειες της προηγούμενης περιόδου δεν παρέχουν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της περιοχής, έτσι όπως το κράτος την οραματίζεται, οδήγησαν στη διεξαγωγή νέας μελέτης από το γραφείο της Α.Καρύδη το 2001 με τίτλο «Αναγνώριση και προτάσεις παρεμβάσεων για την περιοχή του Μεταξουργείου», η οποία ως στόχους θέτει: την ενσωμάτωση του Μεταξουργείου στη δομή του κέντρου μαζί με ενότητες κατοικίας, την ανάδειξη της περιοχής ως μέρος του Ιστορικού Κέντρου της Αθήνας, την εμπλοκή, εκτός από τους δημόσιους φορείς, και των ιδιωτικών κεφαλαίων για την επιτυχία της ανάπλασης κ.α. Έτσι προτείνεται η επανένταξη του Μεταξουργείου στην αντιληπτική ενότητα του Ιστορικού Κέντρου της Αθήνας και η ταυτόχρονη λειτουργική ενσωμάτωση υπηρεσιών μητροπολιτικού κέντρου, συνδυασμένη με ενότητες κατοικίας που θα έχουν ειδικά χαρακτηριστικά. Η αναζήτηση για επενδύσεις τίθεται πιο συγκεκριμένα, από την προηγούμενη μελέτη, επιδιώκοντας την ανανέωση και επανάχρηση της περιοχής μέσω του μηχανισμού της αγοράς και αναθέρμανση αυτής με νέες χρήσεις που εγγυώνται την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη (Καρύδη, 2001). Μια προσέγγιση που αναδεικνύει τη διαφορετική κατεύθυνση των στρατηγικών σχεδιασμού σε σχέση με αυτής του 1990, που βασιζόνταν κυρίως σε κρατική χρηματοδότηση.

Η ύπαρξη όμως ακόμη συμφερόντων κερδοφορίας στα προάστια, με τη συνεχιζόμενη αστική διάχυση, θεωρείται ότι αποτέλεσε και το λόγο που και αυτό το πρόγραμμα έμεινε ανενεργό την συγκεκριμένη περίοδο. Γενικότερα από κρατικής πλευράς τα πρώτα χρόνια η πρακτική περιορίζεται κυρίως στην κατεύθυνση της

λειτουργικής αναδιάρθρωσης του Μεταξουργείου με την απομάκρυνση των οχλουσών χρήσεων, που αποτελούσαν βασικές παραγωγικές δραστηριότητες, χωρίς παράλληλα να πραγματοποιούνται κινήσεις ανάπτυξης άλλων δραστηριοτήτων για την εργασιακή απορρόφηση των κατοίκων που αναγκάζονται να κλείσουν τις επιχειρήσεις τους ή χάνουν τις δουλειές τους. Έτσι τα σχέδια ανάπτυξης, αποστασιοποιημένα από τις ανάγκες των κατοίκων και με τα μεγάλα κατασκευαστικά κεφάλαια να περιμένουν τη διαμόρφωση ευνοϊκών συνθηκών κερδοφορίας, λειτουργούν κυρίως ως «υπόδειξη» περιοχών με μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης. Η κινητικότητα που εμφανίζεται όμως τα επόμενα χρόνια στο επίπεδο της κατοικίας, με την εισροή νέων κατοίκων ανώτερων στρωμάτων και το επιχειρηματικό ενδιαφέρον που θα αρχίσει να κινητοποιείται, θα θέσουν αρκετές από τις κατευθύνσεις της μελέτης σε εφαρμογή. Όχι βέβαια με τη μορφή μιας οργανωμένης ανάπτυξης αλλά μέσω μιας αλληλοτροφοδοτούμενης διαδικασίας σημειακών έργων αναμόρφωσης του χαρακτήρα της περιοχής και δραστηριοποίηση μικρών και μεγάλων κεφαλαίων στον τομέα της κατοικίας και λειτουργιών κατανάλωσης. Η αστική πολιτική για το Μεταξουργείο θα επικεντρωθεί στο διάστημα αυτό περισσότερο στην προσπάθεια ενίσχυσης του στοιχείου του πολιτισμού, μέσω της απόδοσης μιας νέας ταυτότητας σε αυτή ελκυστική για νέους κατοίκους με ανάλογες ανησυχίες και νέα κεφάλαια.

Με αρχή γενομένης το προεδρικό διάταγμα του 1998 που καθορίζει χρήσεις γης και ειδικούς όρους και περιορισμούς δόμησης στην περιοχή του Μεταξουργείου, το 2002 ήδη είχαν αρχίσει οι διαμαρτυρίες για την απομάκρυνση από την περιοχή αυτή των βιοτεχνικών επιχειρήσεων και των εργαστήριων. Ο «διωγμός» των βιοτεχνιών από το Μεταξουργείο δημιούργησε θύελλα αντιδράσεων το δίμηνο Μάρτης-Απρίλης του 2002. Η παράταση που δόθηκε κράτησε μέχρι τον Οκτώβρη του 2005, μέχρι που βγήκε ο νέος νόμος 3325/2005. Σύμφωνα με τον οποίο διατυπώνονται διατάξεις γύρω από βιοτεχνικές εγκαταστάσεις και επαγγελματικά εργαστήρια. Νέες περιβαλλοντικές ρυθμίσεις θέτουν σε διαφοροποιημένη βάση τους όρους και προϋποθέσεις εγκατάστασης και λειτουργίας των μεταποιητικών επιχειρήσεων, «βελτιώνοντας ή απαλείφοντας αδυναμίες και επιμέρους προβλήματα». Σκοπός όμως είναι ο περιορισμός των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων στο κέντρο (αν όχι σε σημείο εξοστρακισμού) σε όσο το δυνατόν μικρότερη κατηγορία χαμηλής όχλησης.

Οι ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων και η διεξαγωγή τους στην Αθήνα το 2004 ήταν καθοριστικής σημασίας για την εξέλιξη της πολεοδομικής μορφής και της οικονομίας. Επ'αφορμή των αγώνων ουσιαστικά, το κράτος κυρίως με τη μορφή του «κατεπείγοντος», προώθησε πολιτικές συμπράξεων δημοσίου- ιδιωτικού τομέα και ενθάρρυνε τη δραστηριοποίηση του ιδιωτικού τομέα κυρίως με σκοπό την παράκαμψη γραφειοκρατικών προβλημάτων, και τον κατευνασμό των κοινωνικών αντιδράσεων (Souliotis, 2013). Στο πλαίσιο της προετοιμασίας της πόλης της Αθήνας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, τα κύρια σημεία στρατηγικού σχεδιασμού ήταν η βελτίωση της κυκλοφορίας, η αναβάθμιση του δημοσίου χώρου (με αναπλάσεις πλατειών και επιδοτήσεις αποκατάστασης των όψεων πολυκατοικιών) και η αστική ανάπτυξη και απόκτηση γης με δύο κυρίως πρακτικές: μέσα από την αποκατάσταση της παραλιακής ζώνης και την ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων (Ηλιοπούλου, 2004).

Για την προετοιμασία της εικόνας της πόλης για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 και τον τουρισμό, η ΕΑΧΑ πραγματοποιεί τον Μεγάλο Περίπατο (πεζοδρόμηση των οδών Διονυσίου Αρεοπαγίτου, Αποστόλου Παύλου, Αδριανού και Ερμού), προβαίνει σε αναπλάσεις ή αναμορφώσεις κεντρικών πλατειών (Συντάγματος, Ομονοίας, Μοναστηρακίου, Κουμουνδούρου), αλλά και σε παρεμβάσεις και πεζοδρομήσεις

μικρότερης κλίμακας (οδοί Αθηνάς, Μητροπόλεως, Κολοκοτρώνη, Περικλέους, Πραξιτέλους, οδός Αιόλου) και επιδοτεί την ανάπλαση των όψεων κτηρίων. Έτσι, παρέχεται η «δυνατότητα της άνετης πρόσβασης και «βόλτας» στο ιστορικό κέντρο και της ανακάλυψης του μνημειακού πλούτου της πόλης»⁴.

Μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες η ΕΑΧΑ Α.Ε. συνεχίζει με την απαλλοτρίωση και την κατεδάφιση της Κορεάτικης αγοράς (δηλαδή το συγκρότημα των κτηρίων παλιών κατοικιών και αποθηκών) στο τέλος του Μεγάλου Περιπάτου και δημιουργεί στο σημείο αυτό την πλατεία Κεραμεικού. «Αποδίδει με αυτό τον τρόπο στους Αθηναίους αλλά και στους επισκέπτες της πόλης περισσότερα από 10 στρέμματα πρασίνου, αλλάζοντας την εικόνα της περιοχής». Οι αξίες γης σε περιοχές όπως το Γάζι και το Μεταξουργείο εμφανίζουν ανοδική πορεία, ενώ παλιότερες παραγωγικές χρήσεις (εργαστήρια, βιοτεχνίες) εκτοπίζονται και τη θέση τους λαμβάνουν πολιτιστικές χρήσεις πρωτοπόρων επενδυτών και χρήσεις αναψυχής (Μουκούλης, 2007).

Το 2007 θα ολοκληρωθεί η ανάπλαση της πλατείας Αυδή, η οποία θα αποτελέσει πυρήνα συγκέντρωσης κατοίκων αλλά και εμφάνισης νέων εστιατορίων και καφέ. Συνδυαστικά το άνοιγμα της Δημοτικής Πινακοθήκης της Αθήνας στο συμβολικό κτίριο Δουρούτη, που βρίσκεται πάνω στην πλατεία, θα προσελκύσει κόσμο και από άλλα σημεία της Αθήνας. Τον πολιτιστικό χαρακτήρα θα πλαισιώσει και η μεταφορά στο Μεταξουργείο της Ταινιοθήκης της Ελλάδος (2009).

γ_ 2010-2016

Ο καταϊγισμός των νομοσχεδίων για τον χώρο, δεν θα υπαχθεί σε κάποιο συνολικό κεντρικό σχεδιασμό-προγραμματισμό. Μετά το Ρυθμιστικό του '85 δεν εκπονήθηκε μέχρι το 2014 κάποιο πιο ολοκληρωμένο, με θεσμική διάσταση, πρόγραμμα για το κέντρο της Αθήνας. Η αστική πολιτική θα ακολουθήσει την πορεία της νομοθετικής παραγωγής: αποσπασματικές εξαγγελίες και προγράμματα δράσης που εκπονούνται από διαφορετικά θεσμικά όργανα. Αυτά θα κινηθούν περισσότερο σε άμεσες πρακτικές κινήσεις, «ασφάλειας» και «ανάπτυξης», παρά σε μια συνολική προσέγγιση των σημαντικών κοινωνικών ζητημάτων της περιόδου αυτής, τα οποία δεν αποτελούν ιδιαίτερα τομείς έμφασης του σχεδιασμού. Μια σειρά προγραμμάτων από διάφορα υπουργεία ή το δήμο θα προσπαθήσουν να προσδιορίσουν το ρόλο του κράτους, στον ήδη παραχωρημένο σχεδιασμό στις δυνάμεις της αγοράς: «Πρόγραμμα Αθήνα-Αττική 2014» (ΥΠΕΚΑ): Σχέδιο Δράσης για το Κέντρο της Αθήνας, «Δράση στην Αθήνα» (ΥΠΡΟΠΟ), Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του Δήμου Αθηναίων «2012-2015», «Φορολογικά κίνητρα αποκατάστασης και εκσυγχρονισμού κτηρίων των περιοχών «Γεράνι» & Κεραμεικός- Μεταξουργείο του ιστορικού κέντρου της Αθήνας»(ΥΠΟΙΚ 2011).

Οι βασικοί άξονες στους οποίους κινούνται αφορούν την «αναβάθμιση» γειτονιών του κέντρου, μέσω της αισθητικής βελτίωσης και της προσέλκυσης κατοίκων από τα προάστια, το ζήτημα των μεταναστών, της αποκατάστασης της «ασφάλειας», την καταπολέμηση των παραβατικών δραστηριοτήτων και την ενεργοποίηση της επιχειρηματικότητας. Με μια σύντομη ανασκόπηση θα σταθούμε περισσότερο στο Σχέδιο Δράσης για το Κέντρο της Αθήνας, ως πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα αλλά και ένα πρόγραμμα που αρκετές εξαγγελίες του μεταφράστηκαν σε πράξη, το οποίο θα ψηφιστεί το 2011 από το ΥΠΕΚΑ.

Ως στρατηγικοί στόχοι ορίζονται:

⁴ <http://www.astynet.gr>

- Η εξασφάλιση συνθηκών ασφαλούς διαβίωσης, η ενδυνάμωση του κοινωνικού ιστού και η πρόληψη της βίας.

- Ο έλεγχος της υπερσυγκέντρωσης παράνομα διαμενόντων αλλοδαπών και βελτίωση των όρων κοινωνικής ένταξης των νόμιμων μεταναστών και των δικαιούχων διεθνούς προστασίας.

- Η βελτίωση της ποιότητας του αστικού περιβάλλοντος.

- Η αναζωογόνηση της οικονομικής δραστηριότητας.

- Η επιστροφή των κατοίκων και η συγκράτηση επαγγελματιών.

- Η ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας της πόλης και της αξίας της ως τουριστικός προορισμός.

- Η βελτίωση παροχής κοινωνικών υπηρεσιών με σεβασμό στα δικαιώματα των ασθενέστερων.

- Η διασφάλιση των όρων που θα επιτρέψουν την ανάκτηση του δημόσιου χώρου από τους πολίτες και την κοινωνική συμμετοχή στις γειτονιές.

- Η ενθάρρυνση της δράσης και της δημιουργίας της κοινωνίας των πολιτών.

Το Μεταξουργείο θα ενταχθεί σε μια νέα κατηγορία περιοχών, τις «Ζώνες Ειδικής Ανάπλασης». Πρόκειται για μια νέα νομοθετική ρύθμιση που δίνει τη δυνατότητα να εφαρμόζονται σε περιοχές που εμφανίζουν έντονη κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική υποβάθμιση για ορισμένο χρόνο ειδικές οικονομικές ρυθμίσεις με φορολογικά και άλλα κίνητρα. Σε αυτό αναφέρεται ότι εντάσσονται κυρίως περιοχές με μεγάλες ανάγκες και σύνθετα προβλήματα στις οποίες ο ιδιωτικός τομέας δεν εκδηλώνει ενδιαφέρον και αδυνατεί να δώσει λύσεις. Σκοπός είναι μέσω της κρατικής βοήθειας «[...] να στηριχθεί και να συγκρατηθεί ο υγιής πληθυσμός που έχει απομείνει και να προσελκυστεί νέος, ενώ πρέπει παράλληλα να ενεργοποιηθούν οι μηχανισμοί της αγοράς και να διασφαλιστεί ένα λειτουργικό σύστημα. Πρόκειται για ένα πλαίσιο που επιτρέπει τη συγκρότηση οικονομικής πολιτικής για την υποστήριξη της κοινωνικής, οικονομικής και περιβαλλοντικής αναζωογόνησης.»(ΥΠΕΚΑ,2010:18). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη θέσπιση για το Μεταξουργείο φορολογικών κινήτρων όπως:

- Φορολογική απαλλαγή για το κόστος αποκατάστασης των κατοικιών. Συγκεκριμένα θα εκπίπτει από τον οφειλόμενο φόρο εισοδήματος, επί μια δεκαετία, το 80% της συνολικής δαπάνης αποκατάστασης και εκσυγχρονισμού του ακινήτου με χρήση κατοικίας (για έργα κόστους μέχρι 600 ευρώ ανά τετραγωνικό μέτρο).

- Αντίστοιχες ρυθμίσεις, αλλά με διαφορετικά ποσοστά κόστους ανά τετραγωνικό μέτρο, προβλέπονται για τα ισόγεια καταστήματα, τους κοινόχρηστους χώρους και τις όψεις των οικοδομών καθώς και για ακίνητα που χρησιμοποιούνται ως γραφεία.

Προϋποθέσεις που τίθενται για τα παραπάνω είναι το ακίνητο να ιδιοκατοικηθεί ή ιδιοχρησιμοποιηθεί από τον κύριο αυτού ή μέλος της οικογένειάς του ή εάν εκμισθωθεί να εκμισθωθεί σε πρόσωπα που το δηλούμενο εισόδημα τους είναι τριπλάσιο του ενοικίου. Η προϋπόθεση αυτή δεν τίθενται για τα ισόγεια καταστήματα και τα γραφεία.

- Χορήγηση κινήτρου για τις αγοροπωλησίες ακινήτων που θα γίνουν στην περιοχή αυτή για χρονικό διάστημα 2 ετών. Συγκεκριμένα ο φόρος μεταβίβασης από 10% που είναι σήμερα μειώνεται σε 3%.

Μια σημαντική πτυχή, που αναδύεται από τον λόγο που παράγεται και τις κατευθύνσεις, είναι η θέσπιση όρων για τους κατοίκους που θα προσελκύσει η επέμβαση στην περιοχή. Θέτοντας ως προϋπόθεση φορολογικών κινήτρων τα αυξημένα ενοίκια, σε μια περίοδο πτώσης της αγοραστικής αξίας της κοινωνίας, αποκλείονται ξεκάθαρα τα χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα από την πολιτική της ενίσχυσης της κατοικίας και δημιουργούνται ευνοϊκοί όροι για την προσέλκυση

ανώτερων. Η πρόθεση αυτή εκφράζεται και από τη ρητορική με όρους «υγιούς» πληθυσμού, ο οποίος πρέπει να συγκρατηθεί, υπονοώντας την πρόθεση απομάκρυνσης του μη «υγιούς» κοινωνικού σώματος (Κατσαούνη, 2016).

Πέραν των φορολογικών κινήτρων, τα οποία αφορούν και αποκλειστικά το Μεταξουργείο και το Γεράνι, δρομολογούνται και άλλα έργα από κρατικής πλευράς, με σκοπό την συμβολή στην αλλαγή της φυσιογνωμίας περιοχής και την προσέλκυση νέων κατοίκων και επενδυτών.

Το «πράσινο Ταμείο» πρόκειται να χρηματοδοτήσει την υλοποίηση μελετών που αναδείχθηκαν πρώτες στον διαγωνισμό ιδεών "ΑθήναΧ4" της ΕΑΧΑ ΑΕ για την μετατροπή των ενδιάμεσων δρόμων οικοδομικών τετραγώνων σε χώρο αναψυχής και «καθιστικό της γειτονιάς» και ορίζονται κάποια έργα που θα προωθήσουν την χρήση του ποδηλάτου ως μέσω μετακίνησης. Το πρόγραμμα στοχεύει: «στην κατάργηση του «σταυρού» που σχηματίζουν οι ενδιάμεσοι δρόμοι και την ανάδειξη ενός μεγαλύτερου Οικοδομικού Τετραγώνου ως βασικού κυττάρου της πόλης, με την παράλληλη απομάκρυνση του αυτοκινήτου και την αύξηση του πράσινου, στοχεύει ο διαγωνισμός «ΑθήναΧ4» που διοργανώνει το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής, δια της εταιρείας Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων και Αναπλάσεις (ΕΑΧΑ), με τη χορηγία της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος»⁵.

⁵ <http://www.ypeka.gr/>

3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει προσπάθεια παρουσίασης και ανάλυσης της κυρίαρχης αφήγησης, έτσι όπως παρουσιάζεται από έναν από τους βασικούς ΙΜΚ τα ΜΜΕ, ειδικά σε σχέση με την περιοχή του Μεταξουργείου. Μέσα από αυτήν την αναζήτηση θα επιχειρηθεί η ανάγνωση του είδους της εικόνας που προσπαθούν να προσδώσουν τα κυρίαρχα ΜΜΕ μέσα από την εκφορά του λόγου τους για τη συγκεκριμένη περιοχή.

Σε προηγούμενο κεφάλαιο έχει αναλυθεί εκτενώς ο ρόλος των ΙΜΚ, συνεπώς και των ΜΜΕ, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζουν ή εν τέλει διαμορφώνουν μια εικόνα που μπορεί να καταστεί κυρίαρχη στο ευρύ κοινό. Στα πλαίσια αυτά λοιπόν, επιλέγεται αυτή η μεθοδολογία, της ανάλυσης λόγου, ως μέσο προσέγγισης της κυρίαρχης αφήγησης σε ό,τι αφορά την περιοχή του Μεταξουργείου.

Ίσως το πιο ισχυρό μέσο για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης αυτή τη στιγμή να είναι η τηλεόραση, καθώς απευθύνεται σε συντριπτικό ποσοστό του κοινού. Παρόλα αυτά το ρόλο της τηλεόρασης θα μπορούσαμε να πούμε ότι πλέον κάλλιστα θα μπορούσε να κοντράρει και το διαδίκτυο, καθώς με την πρόοδο της τεχνολογίας ανά πάσα ώρα και στιγμή, είτε κάποιος βρίσκεται σε σταθερό σημείο, είτε είναι εν κινήσει, έχει μέσω αυτού πρόσβαση σε τρομερό όγκο πληροφοριών και δέχεται τα αλληπάλληλα ερεθίσματά του.

Επειδή όμως η συνεπής παρακολούθηση και καταγραφή οπτικοακουστικού υλικού στη συγκεκριμένη περίπτωση, κρίνεται αδύνατη, επιλέχθηκε η παρακολούθηση της αρθρογραφίας συγκεκριμένων εντύπων εφημερίδων, αλλά και free press, που να έχουν οργανωμένες ιστοσελίδες, καθώς και μαζική απεύθυνση. Μπορεί η έντυπη μορφή ενός ΜΜΕ να μην παρέχει τη δυνατότητα της ταχύτατης αναπαραγωγής και διάδοσης μιας πληροφορίας, ή ενός γεγονότος την ώρα που αυτό συμβαίνει, έχει τη δυνατότητα όμως της περαιτέρω ανάλυσής και αποκωδικοποίησής της, εκμεταλλευόμενη το διάστημα που περνά για μια πιο βαθιά και αποστασιοποιημένη ματιά⁶. Η εφημερίδα, ειδικά στο σήμερα που χάνει συνεχώς κοινό, έναντι των διαδικτυακών μέσων πληροφόρησης, πλέον απευθύνεται σε ένα πιο εξειδικευμένο κοινό, που αναζητά κάτι περισσότερο από μια στείρα αναπαραγωγή της είδησης. Αυτό βέβαια δε σημαίνει ότι και τα διαδικτυακά ΜΜΕ δε προσπαθούν και αυτά με τη σειρά τους να προβάλουν τα γεγονότα από την οπτική που ορίζουν οι συγγραφείς των άρθρων τους. Επίσης δε γίνεται να παραληφθεί το γεγονός ότι πλέον όλες οι εφημερίδες έχουν ιστοσελίδες, και μάλιστα πολύ οργανωμένες, που αναπαράγονται και στα social media, οπότε το κοινό τους αυξάνει. Οι ιστοσελίδες αυτές έχουν πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα, και στη συγκεκριμένη περίπτωση βοήθησαν κατά πολύ και στην έρευνα που διεξήχθη στα πλαίσια αυτής της εργασίας.

⁶ Βαγγέλης Βιτζηλαίος, Οι εφημερίδες δεν εμφανίζουν μόνο μειονεκτήματα σε σχέση ηλεκτρονικά Μέσα, αλλά και πλεονεκτήματα τα οποία πρέπει να εκμεταλλευθούν για να επιβιώσουν, Ιουνίου 24 2009, <http://news247.gr/eidiseis/article88080.ece>

3.1 κριτήρια επιλογής

Οι εφημερίδες, οι οποίες επιλέχθηκαν προς διερεύνηση, ήταν «η Καθημερινή» και «το Βήμα». Ενώ τα έντυπα free press ήταν αντίστοιχα τα «Lifo» και «Athen's Voice». Και οι τέσσερις επιλογές έγιναν με συγκεκριμένα κριτήρια. Και τα τέσσερα αποτέλεσαν μέχρι πρότινος πολύ δημοφιλή έντυπα, με μεγάλα ποσοστά κυκλοφορίας, παρόλο που πλέον, ειδικά στις εφημερίδες αφενός «η Καθημερινή» καταρρέει στις πωλήσεις⁷, και αφετέρου «το Βήμα» παραλίγο προσφάτως να σταματήσει οριστικά την κυκλοφορία του. Εκτός όμως από τα ποσοστά κυκλοφορίας τους, ενδιαφέρον για την επιλογή τους παρουσιάζουν οι δημοσιογραφικοί όμιλοι στους οποίους ανήκουν και το προς τα πού κινούνται ιδεολογικά-πολιτικά. Φυσικά, κάθε άρθρο αντικατοπτρίζει και τον ιδεολογικό χρωματισμό του συγγραφέα, ο οποίος μπορεί να διαφέρει από άλλους συγγραφείς, συντάκτες ή ιδιοκτήτες του ομίλου, παρόλα αυτά μια γενική πολιτική απόχρωση μπορεί να προκύψει από το σύνολο του αφηγηματικού ύφους της κάθε εφημερίδας.

Η «Καθημερινή» ανήκει στον όμιλο Αλαφούζου από το 1988 έως σήμερα. Ο συγκεκριμένος όμιλος έχει μεγάλο φάσμα επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που δεν περιλαμβάνει μόνο ΜΜΕ. Εκτός από τον όμιλο ΣΚΑΙ και τρεις μεγάλους ραδιοφωνικούς σταθμούς, τον Σκάι 100,3 (ενημερωτικός), τον Μελωδία 99,2 (ελληνικά) και το 70% του Σπορ FM 94,6 (αθλητικό)⁸, κομμάτι του αποτελούν και έξι ναυτιλιακές εταιρίες, την κατασκευαστική ΕΡΓΑΣ(Πολυζώη διπλωματική ΕΜΠ). Ο Γιάννης Αλαφούζος, πρόεδρος του ομίλου παραμένει, επίσης, μέλος του Δ.Σ. της ΠΑΕ Παναθηναϊκός και βασικός χρηματοδότης της⁹. Η συγκεκριμένη εφημερίδα τοποθετείται ιδεολογικά στο χώρο της νεοφιλελεύθερης κεντροδεξιάς, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δε φιλοξενεί και πιο ακροδεξιές απόψεις στις στήλες της.

Το «Βήμα» με τη σειρά του ανήκει στο δημοσιογραφικό όμιλο Λαμπράκη. Ο ΔΟΛ Ιδρύθηκε το 1922 από τον Δημήτριο Λαμπράκη. Από το 1957, ιδιοκτήτης ήταν ο γιος του Δημήτριου Λαμπράκη, Χρήστος Λαμπράκης. Από το 2009 πρόεδρος του ΔΟΛ διετέλεσε ο Σταύρος Ψυχάρης¹⁰. Στον όμιλο εκτός του Βήματος ανήκουν και ΤΑ ΝΕΑ, η ψηφιακή εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ και περιοδικά. Επίσης λειτουργεί - μέσω της θυγατρικής εταιρείας ΔΟΛ DIGITAL AE - τη μακροβιότερη και μεγαλύτερη ελληνική πύλη στο διαδίκτυο www.in.gr και συμμετέχει στο ραδιοφωνικό σταθμό ΒΗΜΑ FM. Συμμετέχει στην εταιρεία ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΙΡΙΣ ΑΕΒΕ. Δραστηριοποιείται - μέσω της θυγατρικής εταιρείας STUDIO ΑΤΑ ΑΕ - στην παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών, συμμετέχει στον τηλεοπτικό σταθμό ΜΕΓΑ CHANNEL με ποσοστό 22.11% και στο δίκτυο διανομής τύπου ΑΡΓΟΣ ΑΕ¹¹. Μετά από μια περίοδο όπου ο ΔΟΛ φλέρταρε με το οριστικό κλείσιμο, από το 2017 η ανάληψη της ηγεσίας του έγινε από τον Βασίλη Μουλόπουλο, πρώην βουλευτή Επικρατείας του ΣΥΡΙΖΑ και πρώην Προέδρου της Αυγής. Παράλληλα το κανάλι ΜΕΓΑ

⁷ Καταρρέει...η κυκλοφορία της Κυριακάτικης Καθημερινής, 14 Μαρτίου 2016,

<http://www.newsbomb.gr/media-agb/typos/story/678434/katarreei-i-kykloforia-ton-kyriakatikon-efimeridon>

⁸ Ο ιδιοκτησιακός χάρτης των FM της Αττικής, Ο ιδιοκτησιακός χάρτης των FM της Αττικής, 12.02.2016,

<http://www.efsyn.gr/arthro/o-idioktisiakos-hartis-ton-fm-tis-attikis>

⁹

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%93%CE%B9%CE%AC%CE%BD%CE%BD%CE%B7%CF%82_%CE%91%CE%BB%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%8D%CE%B6%CE%BF%CF%82

¹⁰

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%8D%CF%81%CE%BF%CF%82_%CE%A8%CF%85%CF%87%CE%AC%CF%81%CE%B7%CF%82

¹¹ <http://www.dol.gr/taytothta.aspx>

εκπέμπει με ένα ιδιότυπο καθεστώς, χωρίς εκπομπές και ενημερωτικό κομμάτι. Το «Βήμα» ιδεολογικά καλύπτει έναν κεντρώο νεοφιλελεύθερο χώρο με κάποιες αριστερότερες εκφάνσεις σε σχέση με την «Καθημερινή».

Παρόλα αυτά και οι δυο εφημερίδες καλύπτουν ένα κομμάτι κυρίαρχου λόγου και διαπλέκονται με τη στήριξη των εκάστοτε κυβερνήσεων Ν.Δ. και ΠΑ.ΣΟ.Κ., ενώ πλέον και σύμφωνα με τα παραπάνω έχουν σχέση και με την κυβέρνηση ΣΥ.ΡΙ.ΖΑ. Κάτι τέτοιο ούτε έκπληξη προκαλεί, ούτε τυχαίο είναι, καθώς τα ιδεολογικές σχέσεις των στελεχών των ομίλων καθώς και τα επιχειρηματικά τους συμφέροντα τους φέρνουν σε θέση υποστήριξης ή μη της κάθε κυβέρνησης, ανάλογα με την προσκόλληση στα πολιτικά κόμματα που απαρτίζουν την κυβέρνηση.

Όσον αφορά τα free press, κερδίζουν ολοένα και περισσότερο έδαφος στο αναγνωστικό κοινό, ειδικότερα στη νεολογία ηλικιακά γκρουπ, ενισχύοντας τη σημασία που παίζει στη συγκρότηση της ταυτότητάς τους η κουλτούρα της κατανάλωσης. Μέσω των εντύπων αυτών κυρίως επιλέγονται και προβάλλονται μια σειρά θεματικές που έχουν να κάνουν με την τέχνη, την ψυχαγωγία, αλλά και τα καταναλωτικά προϊόντα. Στην περίπτωση αυτή, η μεταμοντέρνα έμφαση στο ύφος δεν είναι κάτι που αφήνει ανέγγιχτες τις αντιλήψεις για τα καθαυτό κοινωνικοπολιτικά ζητήματα. Η προώθηση μιας επιδερμικής κουλτούρας του φαίνεσθαι, είτε στη mainstream λαμπερή εκδοχή της είτε στη χίπστερ «εναλλακτική» από-ιδεολογικοποιημένη μορφή της, συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στην ενίσχυση του ατομικισμού¹².

Η «Athens Voice» είναι η πρώτη free press εφημερίδα που ξεκίνησε να κυκλοφορεί στην Αθήνα λίγο πριν το 2004. Την ιδεολογική προμετωπίδα της εφημερίδας εκφράζει, στην πιο ξεκάθαρη μορφή της, ο εκδότης-διευθυντής Φώτης Γεωργελάς¹³. Ολόκληρο το περιεχόμενο της «Athens Voice» είναι αφιερωμένο στην πόλη και τους κατοίκους και τη σκιαγράφηση της ταυτότητας τόσο της σύγχρονης Αθήνας όσο και των σύγχρονων Αθηναίων, με στήλες όπως «Athens id», «city lover», «athens voices» κλπ, αλλά και με εκτενή αφιερώματα σε διάφορες περιοχές και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, αρχιτεκτονικούς διαγωνισμούς, πάρκα, πλατείες και άλλους δημόσιους χώρους καθώς και με άρθρα που αναδεικνύουν και σχολιάζουν κοινωνικά, πολιτικά ή χωρικά ζητήματα της πόλης. Ανά τακτά χρονικά διαστήματα ολόκληρα τεύχη αφιερώνονται στους 30/50...100 "λόγους που αγαπάμε την Αθήνα ΤΩΡΑ" ή στα "best of Athens", σε μια προσπάθεια καταγραφής εκείνων των χαρακτηριστικών και των λόγων που κάνουν την Αθήνα ένα ενδιαφέρον και συναρπαστικό μέρος για να ζει κανείς (Ζερβού 2011). Αυτός και μόνο ο σχολιασμός αρκεί για να καταλάβει κανείς τον τρόπο με τον οποίο διαφημίζονται και προβάλλονται ορισμένα στοιχεία της πόλης, μέσα δηλαδή από θεματικές του νεοφιλελευθερισμού, τόσο ως κοινωνικοοικονομικού συστήματος όσο και ως αξιακού προτύπου. Προβάλλεται πολύ έντονα η «κατανάλωση» (O' Connor & Wynne, 1997) της πόλης, μέσα από την αυξανόμενη εμπορευματοποίηση πολιτισμικών και οικονομικών δραστηριοτήτων σε σημείο διαμόρφωσης μιας ταυτότητας της πόλης τέτοιας, ώστε να είναι ελκυστική προς επένδυση κεφαλαίου (Kearns and Philo, 1993).

Με παρόμοιο τρόπο λειτουργεί και η «Lifo». Είναι χαρακτηριστικό μάλιστα ότι πολλοί φοιτητές¹⁴ δείχνουν να θεωρούν «πιο βαριά» εφημερίδα το αντίπαλο δέος της AV, τη

¹² Η ΑΥΓΗ, Γέρος Τάκης, 13 Απριλίου 2014, Free (press), νεοφιλελευθερισμός και λάιφ στάιλ

¹³ <http://www.athensvoice.gr/about-av>

¹⁴ Πριν από κάποια χρόνια τα έντυπα μοιράζονταν μαζί σε χώρους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, οπότε οι φοιτητές αποτελούσαν ένα μεγάλο τους κοινό.

LIFO, η οποία εδώ και καιρό δείχνει πιο ξεκάθαρα ιδεολογική κατεύθυνση, δίνοντας επιπλέον μεγαλύτερο βάρος σε κοινωνικοπολιτικές αναλύσεις, μη μένοντας πίσω από το προκάλυμμα ενός ακόμη αυτοτελώς cool lifestyle εντύπου. Παρόλα αυτά στις στήλες της Lifo φιλοξενούνται και άρθρα πιο προοδευτικής φύσης, σε αντίθεση με την AV που συγγραφέας της «με βάση τον αντιρατσιστικό νόμο», θα δικαστεί για «υποκίνηση ισλαμοφοβικής βίας»¹⁵. Βασικές στήλες της είναι τα εξής: HOME, ΕΙΔΗΣΕΙΣ, CULTURE, ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ, ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, DESIGN & STYLE, LIFOLAND, PHOTOS, VIDEOS, CITY. Εκδότης της «Lifo» είναι ο Στάθης Τσαγκαρουσιάνος¹⁶, ο οποίος προέρχεται από το περιβάλλον της «Ελευθεροτυπίας».

3.2 μεθοδολογία ανάλυσης

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η άντληση των άρθρων έγινε από τους διαδικτυακούς ιστότοπους των εφημερίδων, οι οποίοι είναι καθόλα οργανωμένοι και περιλαμβάνουν και αρχείο εντύπων. Για λόγους που περιγράφησαν νωρίτερα η αναζήτηση έγινε από την «Καθημερινή», το «Βήμα», την «Athen's Voice» και τη «Lifo». Το χρονικό διάστημα που εισήχθη στη μηχανή αναζήτησης ήταν από 01/01/2007 έως και 01/01/2017. Ένα χρονικό διάστημα λίγο πριν το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα έως σήμερα. Οι λέξεις με τις οποίες συντελέστηκε η αναζήτηση ήταν «Μεταξουργείο» και «Κεραμεικός». Πέρα από αυτό δεν μπήκε κανένα άλλο κριτήριο επιλογής στην αναζήτηση, ούτε ως προς τους συγγραφείς, ούτε ως προς τις στήλες, ούτε και ως προς το περιεχόμενο, ώστε να μην περιοριστεί το εύρος της θεματολογίας. Άλλωστε στόχος ήταν να ψηλαφιστεί μια συνολική εικόνα, έτσι όπως προβάλλεται για την περιοχή και όχι ένα αποσπασματικό κομμάτι το οποίο θα αναφερόταν μόνο π.χ. στην αρχιτεκτονική. Το φάσμα το οποίο συνιστά μια εικόνα για έναν τόπο ξεπερνά κατά πολύ τα άμεσα οπτικοακουστικά χαρακτηριστικά και επεκτείνεται σε ιδεολογικού χαρακτήρα ερεθίσματα.

Ο ακριβής αριθμός αποτελεσμάτων που προέκυψαν συνολικά δεν ήταν δυνατό να συγκρατηθεί, καθώς ειδικά για τη συγκεκριμένη περιοχή προέκυψαν αναρίθμητα αποτελέσματα που είχαν σχέση με οδηγούς ψυχαγωγίας και νυχτερινής διασκέδασης που πρότειναν σε εβδομαδιαία βάση τα έντυπα. Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα παραλείφθηκαν από την έρευνα για ευνόητους λόγους, παρόλα αυτά πρέπει να γίνει ιδιαίτερη μνεία όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της περιοχής, στο γεγονός ότι κάθε εβδομάδα το Μεταξουργείο είχε για παραπάνω από μια ημέρες την τιμητική του στις προτάσεις για έξοδο, είτε λόγω των χώρων εστίασης είτε λόγω των καλλιτεχνικών δρώμενων που συνέβαιναν σε αυτό.

Τα άρθρα που συνελέχθησαν ανήκαν σε διάφορες στήλες και πληθώρα συγγραφέων. Ανάλογα με τη θεματολογία κάποιοι συγγραφείς είχαν πιο πυκνή δραστηριότητα. Ειδικά ένας, ο Δημήτρης Ρηγόπουλος, όσον αφορά τη θεματική του έδωσε αρκετά αποτελέσματα και στην Καθημερινή αλλά και στη Lifo. Ο δημοσιογράφος της Καθημερινής ήταν μάλιστα ιδρυτής της στήλης Urban Lab της Lifo, πράγμα που αποδεικνύει και την ιδεολογική σχέση των δυο αυτών MME. Από τη

¹⁵ <http://www.thetoc.gr/politismos/article/swti-triantafullou-dikazetai-gia-upokinisi-islamofobikis-bias>

¹⁶ <http://www.lifo.gr/infos/credits>

συνολική διαλογή υπήρξαν κάποια άρθρα που δεν συγκαταλέχθηκαν στην έρευνα, καθώς το περιεχόμενό τους κρίθηκε άσχετο ή μη βοηθητικό. Συνολικά συγκεντρώθηκαν 108 άρθρα από την «Καθημερινή», 82 άρθρα από το «Βήμα» και 30 άρθρα από τη «Lifo».

Με βάση τα παραπάνω κριτήρια και την ακριβή μεθοδολογία που θα αναλυθεί στην επόμενη ενότητα, από την έρευνα δεν προέκυψε αξιολογικό εύρος αρθρογραφίας από την «ΑΝ», πλην κάποιων εκτενών αφιερωμάτων που ασχολούνται με την περιοχή μελέτης του Μεταξουργείου, οπότε στο παράρτημα το συγκεκριμένο free press έντυπο θα παραλειφθεί.

Η μεθοδολογία που επιλέχθηκε για την επεξεργασία των άρθρων ήταν η ανάλυση λόγου. Τα άρθρα αντιμετωπίστηκαν ως μέσα ιδεολογικοπολιτικής έκφρασης, διαδίδοντας εικόνες που επιχειρούν να συνθέσουν μια φυσιογνωμία για την περιοχή μελέτης. Η ρητορική, η οποία ο κάθε συγγραφέας επιλέγει, μπαίνει στο μικροσκόπιο, ούτως ώστε να αποκρυσταλλογραφηθεί το φορτίο που έμμεσα ή άμεσα ενυπάρχει στον πυρήνα της.

Για την καλύτερη επεξεργασία των άρθρων χρησιμοποιήθηκαν δυο κατηγορίες ταξινόμησης. Η μια κατηγορία αφορά την οργάνωση των άρθρων σε θεματικές ενότητες, οι οποίες είναι οι εξής: ReMap, τέχνη-εναλλακτικές δραστηριότητες, κράτος-παρεμβάσεις, real estate-ιδιωτικές πρωτοβουλίες-οικονομία, φόβος-εγκληματικότητα, ιστορία-τουρισμός-πολιτισμός. Οι θεματικές αυτές προέκυψαν βάσει του περιεχομένου των άρθρων. Εκτός από συγκεκριμένες λέξεις που μπορεί να υπάρχουν ή όχι, στο κάθε άρθρο που εμπίπτει στην κάθε κατηγορία, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στο γενικότερο ύφος που αποπνέει το καθένα. Είναι σαφές ότι πολλά από αυτά οργάνωθηκαν σε θεματικές όχι βάσει των λέξεων-κλειδίων αλλά με τρόπο υποκειμενικό, ανάλογα με το πού και πώς επιχειρεί το καθένα να επηρεάσει το αναγνωστικό κοινό. Για αυτόν το λόγο κάποια άρθρα θα μπορούσαν να ενταχθούν σε παραπάνω από μια θεματικές και εν τέλει εντάχθηκαν εκεί που θεωρήθηκε ότι εξυπηρετούσαν με τον καλύτερο τρόπο τη διεξαγόμενη έρευνα. Εντός αυτών των θεματικών υφίσταται και ο δεύτερος τρόπος ταξινόμησης που είναι η χρονολογική σειρά έκδοσης των άρθρων, για να μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα ανάλογα με τη συγκυρία στην οποία αυτά εκδόθηκαν.

3.3 ανάλυση θεματικών ενοτήτων

Όσον αφορά την ενότητα των ζητημάτων που έχουν να κάνουν με την **τέχνη**, και διάφορες **εναλλακτικές δραστηριότητες** που στοιχίζονται γύρω από αυτήν στο Μεταξουργείο, αφιερώνεται πολύ σεβαστό κομμάτι της αρθρογραφίας. Και στα τρία έντυπα η πλειοψηφία των δρώμενων χαρακτηρίζεται ως κάτι θετικό που εγκολπώνει η περιοχή. Οι δραστηριότητες αυτές σύμφωνα με τους συγγραφείς είναι ικανές να δώσουν έναν «νέο αέρα» στην περιοχή, που ίσως συμπαρασύρει και άλλες περιοχές του κέντρου.

- Μεταξουργείο, η τελευταία γειτονιά, ΑΙΜΙΛΙΟΣ ΧΑΡΜΠΗΣ, 02.11.2014, Καθημερινή
- ID: Κεραμεικός – Ταυτότητα με άποψη, Κλώντζα Ολγα, 2/3/2012, Βήμα
- City Guide: Μεταξουργείο – Κεραμεικός, ΣΤΑΥΡΟ ΔΙΟΣΚΟΥΡΙΔΗ, 21.1.2010, Lifo

Αυτό το καλλιτεχνικό ύφος, μάλιστα, λειτουργεί και ως αντίβαρο στα αρνητικά χαρακτηριστικά που υφίστανται στον τόπο αυτό.

- Πολιτισμός στις ξεγραμμένες γειτονίες, Δημητρη Ρηγοπούλου, 11.11.2012, Καθημερινή

- Ενεργοί πολίτες «χάρισαν φως» στον πεζόδρομο της Ιάσονος, Κωνσταντάτου Ελένη, 31/01/2014, Βήμα

- Επειδή σε ένα παλιό κτίριο στον Κεραμεικό στεγάζεται η Kunsthalle, μια ελεύθερη ζώνη τέχνης, ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΤΡΙΒΟΛΗ, 8.12.2010, Lifo

Φιλοξενούνται συνεντεύξεις καλλιτεχνών διαφορετικού βεληνεκούς, ως επίκληση στην αυθεντία, ώστε οι ίδιοι να δώσουν τη δική τους ερμηνεία, προτάσεις ή εν τέλει να διαμορφώσουν μια εικόνα για το πώς είναι ή πώς θα έπρεπε να είναι το Μεταξουργείο.

- ΑΠΟΨΗ : Στο Μεταξουργείο υπάρχει προοπτική, Ρεβέκκα Καμχή, 22.05.2010, Καθημερινή

- Είναι η Αθήνα το νέο Βερολίνο; Μπορεί να ελκύσει καλλιτέχνες απ' όλον τον κόσμο;, Ασπρατέλλου Μαριλένα, 19/10/2015, Βήμα

- Πώς κυλούν οι μέρες στο Μεταξουργείο;, Δημήτρης Κυριαζής, 28.1.2015, Lifo

- Το Μεταξουργείο, της Ελεάνας Γεωργούλη, Δημήτρης Κυριαζής, 24.4.2013, Lifo
Καλύφθηκαν δημοσιογραφικά και διαφημίστηκαν πολλές πρωτοβουλίες που προέκυψαν από ομάδες πολιτών ή καλλιτεχνών.

- Ενεργοί πολίτες και δήμος πιο κοντά, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 08.06.2013, Καθημερινή

- Οι... ακτιβιστές των Αθηνών, Χεκίμογλου Αχιλλέας, 6/8/2008, Βήμα

- Φεστιβάλ Χρωμάτων Μεταξουργείου – Κεραμεικού, 6.6.2014, Lifo

Προτείνεται, ότι αυτού του είδους η δραστηριοποίηση μπορεί να αποτελέσει και έναν αναπτυξιακό παράγοντα της οικονομίας, ειδικά σε περιόδους όπως αυτή της ύφεσης που διατρέχει η Ελλάδα.

- Η Αθήνα ελπίζει και δημιουργεί, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 20.11.2010, Καθημερινή

- Επιχείρηση Πολυχώρος, Πουτέτση Χριστίνα, 21/12/2008, Βήμα

Ένα μικρό μέρος των άρθρων αφιερώνεται στο να περιγράψει τις αρνητικές συνέπειες της τέχνης και της βιομηχανίας διασκέδασης στην περιοχή, ή του τρόπου με τον οποίο αυτές αξιοποιούνται.

- Επιθετική επέλαση των καταναλωτών σε Γκάζι –Μεταξουργείο, Γιάννης Αίσωπος, 27.09.2009, Καθημερινή

- Το νέο Βερολίνο, Θεοδωρόπουλος Δημήτρης, 12/1/2016, Βήμα

Ιδιαίτερη μνεία γίνεται από όλα τα έντυπα για το φεστιβάλ του **REMAP**. Γίνεται αναφορά στα δρώμενά του και στη συμμετοχή πληθώρας καλλιτεχνών σε αυτό, με όρους πανελλαδικής πρωτοτυπίας.

- Μια γιορτή της τέχνης και της πόλης στην καρδιά της Αθήνας, Νέλλυ Αμπραβάνελ, 13.09.2011, Καθημερινή

- Η σύγχρονη τέχνη πάει Κεραμεικό και Μεταξουργείο, 12/9/2011, Βήμα

- ReMap 4: Το μεγάλο διεθνές εικαστικό γεγονός επιστρέφει σε Κεραμεικό-Μεταξουργείο, 4.9.2013, Lifo

Οι δυο εφημερίδες θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι σε έναν βαθμό αντιμετωπίζουν και με κάποιο σκεπτικισμό το REMAP, ως σύνολο δραστηριοτήτων, ειδικά το «Βήμα», που το σύνολο σχεδόν των άρθρων του εκφράζει ένα ερωτηματικό ως προς το πρόσημο που θα μπορούσε να λάβει το φεστιβάλ. Η «Καθημερινή» ενστερνίζεται το φεστιβάλ, βέβαια, σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό.

- Ευαισθητοποιεί ή απωθεί η τέχνη στη ζοφερή πλευρά της πόλης;, Μαργαρίτα Πουρνάρα, 12.11.2011, Καθημερινή

- Θάνατος στο Μεταξουργείο, Αρκουμανέα Λουίζα, 18/09/2011, Βήμα

- Στους δρόμους της τέχνης, Ασπραπέλλου Μαριλένα, 17/09/2013, Βήμα

Και τα τρία μέσα δεν παραλείπουν να κάνουν θετικές αναφορές σε οτιδήποτε έχει να κάνει με τις **κρατικές παρεμβάσεις** που συμπεριλαμβάνουν και την εν λόγω περιοχή, οποιαδήποτε μορφή και αν έχουν αυτές. Ακόμα και αν αυτές οι παρεμβάσεις δεν υλοποιούνται, πράγμα το οποίο οι συγγραφείς των άρθρων αποδοκιμάζουν, φροντίζουν να χτίσουν ένα θετικό προφίλ για τα πρόσωπα των πολιτικών φορέων που προτείνουν ή στηρίζουν τις παρεμβάσεις αυτές.

- Άρθρο του ΤΙΜΕ για τον Γ. Καμίνη, 16.07.2013, Καθημερινή
- Νομοθετική πρόταση του δήμου Αθηναίων για τη λειτουργία των θεατρικών χώρων, 30.07.2013, Καθημερινή
- Φιλοδοξίες για την Αθήνα_Η μεγάλη ανάπλαση που έμεινε στα χαρτιά, Χεκίμογλου Αχιλλέας, 5/6/2009, Βήμα
- Ο Γιώργος Καμίνης δίνει τα ρέστα του, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 15.5.2013

Η επόμενη θεματική, που αφορά το **real estate**, τις **ιδιωτικές πρωτοβουλίες** και **οικονομικές παραμέτρους**, είναι αυτή που καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο μέρος της αρθρογραφίας και στα τρία έντυπα. Εδώ κρίνεται σκόπιμο να εξεταστεί το κάθε μέσο ξεχωριστά, όχι γιατί υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση στα ζητήματα, αλλά για να μπορέσουν να παρατεθούν περισσότερα χαρακτηριστικά παραδείγματα.

Η «Καθημερινή», δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο πώς κινείται η αγορά ακινήτων του κέντρου συνολικότερα, αλλά και της συγκεκριμένης περιοχής. Πέρα από το καθαρά στατιστικό κομμάτι, δε διστάζει να κρύψει την κερδοσκοπία που αναπτύσσεται γύρω από τις αγορές, αλλά και τις ευκαιρίες επένδυσης.

- «Loft» επιλογές και στο κέντρο της Αθήνας για αγορά κατοικίας, Νίκος Χ. Ρουσάνογλου, 05.04.2008
- Επενδύσεις σε κατοικίες με «ταυτότητα» για ειδικό κοινό, Νίκος Χ. Ρουσάνογλου, 15.11.2008
- Πώς τα «παιχνίδια» της αγοράς ακινήτων μεταφέρονται από την Πλάκα και το Μεταξουργείο, Έλενα Καρανάτση, 27.06.2010
- Μεγαλύτερη των εκτιμήσεων η πραγματική μείωση τιμών, Νίκος Χ. Ρουσάνογλου, 28.04.2012
- Από το όνειρο της ιδιοκατοίκησης στην κουλτούρα της ενοικίασης, Νίκος Χ. Ρουσάνογλου, 10.12.2016

Όσον αφορά τις οικονομικές παραμέτρους, η αρθρογραφία εκτείνεται από καθαρά οικονομικής φύσεως άρθρα που παραθέτουν κίνητρα ανακίνησης της τοπικής οικονομίας, σύμφωνα πάντα με την κυρίαρχη πολιτική, έως και επιχειρηματικής φύσης θέματα που θα μπορούσαν, με τον προαναφερθέντα τρόπο, να συμβάλουν σε οικονομική ανάπτυξη.

- Όταν οι... μετανάστες σώζουν και την αγορά εμπορικών ακινήτων, Γιάννης Σιώτου, 13.01.2008
- Νέα φοροκίνητρα για τις επιχειρήσεις στο ιστορικό κέντρο, 06.04.2012
- Την 1η Δεκεμβρίου ανοίγει το Wyndham Grand Athens, Στάθης Κουσουνής, 05.10.2016

Το μεγαλύτερο, ίσως, ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος κάλυψης του κομματιού των ιδιωτικών πρωτοβουλιών, είτε αυτό έχει να κάνει με υλικό χαρακτήρα, είτε με άυλο. Και οι δυο μορφές χαίρουν άκρας αποδοχής, σε σημείο που θεωρείται ότι μόνο μέσω αυτών θα μπορούσε να υπάρξει μια θετική προοπτική για το κέντρο της Αθήνας και το Μεταξουργείο ειδικότερα.

- Οι αναπλάσεις που θα αλλάξουν την πρωτεύουσα, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 08.05.2009

- Δύο γειτονιές διεκδικούν το μέλλον, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 08.08.2010
- Οδός Ιάσονος, επένδυση στο «σήμερα», ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ, 28.01.2014
- Ας αφήσουμε ιδιώτες να επουλώσουν ορισμένες πληγές, Γιώτα Συκκά, 18.12.2014

Το «Βήμα» ασχολείται και αυτό μεν με την κίνηση της αγοράς κατοικίας και τις ταλαντεύσεις της τοπικής οικονομίας, μεγαλύτερη έμφαση δίνει όμως στην κίνηση των ιδιωτικών πρωτοβουλιών, εκδίδοντας άρθρα με ακόμα πιο «διαφημιστικού» τύπου χαρακτήρα για αυτές και τους φορείς τους.

- Κυπριακή εταιρεία-Επένδυσαν στον... παλιό Κεραμεικό, Τσακίρη Τόνια, 10/11/2010
- In the Ghetto, Ηλίας Νικολαΐδης, 7/12/2010
- Ο Κεραμεικός μπορεί να αλλάξει σε ένα χρόνο, Πουλιόπουλος Γιώργος, 16/03/2011
- Το έργο KM PROPERTIES στη 13η Μπιενάλε Αρχιτεκτονικής στη Βενετία, 31/08/2012
- «Κληρώνει» 100 εκατ. ευρώ για Κεραμεικό Μεταξουργείο, Χεκίμογλου Αχιλλέας, 23/03/2013

Με τον ίδιο τρόπο προβάλλεται το θέμα των ιδιωτικών πρωτοβουλιών και από τη Lifo, χωρίς βέβαια να ψηλαφούνται οι λοιπές θεματικές της οικονομίας, καθώς η «φύση» του εντύπου δεν καταπιάνεται με τέτοια ζητήματα εκτενώς, παρά μόνο με τη μορφή ειδησεογραφίας.

- Ο νέος Κεραμεικός, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 25.09.2008
- 206' με τον Ιάσωνα Τσάκωνα, Φώτης Βαλλάτος, 19.1.2011
- Αλλάζουν πρόσωπο Κεραμεικός και Μεταξουργείο, 17.4.2013
- Τι είναι το πρόγραμμα Jessica, Αντώνης Ντινιάκος, 1.5.2013

Παράλληλα με τη ρητορική για τη «δυναμική» και «προοπτική» του χώρου του Μεταξουργείου, αναπτύσσεται και η ρητορική του **φόβου**, της παρακμής και της **εγκληματικότητας**. Αυτή η ρητορική συμπληρώνεται και με την «ανάγκη» για δράση με λήψη μέτρων περεταίρω αστυνόμευσης και πάταξης των παραβατικών δραστηριοτήτων. Αυτή η ρητορική δίνει ιδιαίτερο βάρος όχι τόσο σε ένα ρατσιστικό ύφος(παρόλο που καταδεικνύει τους μετανάστες ως σημαντικό μέρος του προβλήματος), αλλά κυρίως στην προστασία των επερχόμενων «επενδύσεων». Και τα τρία έντυπα ακολουθούν κοινή συνισταμένη ως προς την παρουσίαση αυτών των θεμάτων. Ενώ λόγω των ιδεολογικών κατευθύνσεων της κάθε εφημερίδας θα περίμενε να δει κανείς περισσότερα δημοσιεύματα για την περιοχή στη «Καθημερινή», όμως τα πρωτεία αυτής της θεματικής καταλαμβάνει το «Βήμα». Όσον αφορά τη «Lifo» υπάρχει ένα αξιοσημείωτο συμβάν. Στην προσπάθειά του το έντυπο να φανεί «αντικειμενικό», φιλοξενεί στις σελίδες του ένα άρθρο* ομάδας συγγραφέων που επιχειρηματολογεί ενάντια στη ρητορική της «γκετοποίησης» της περιοχής, με βασικό σκοπό να του ασκήσει κριτική. Ενώ από τη μια παρουσιάζει την άποψη αυτή, φροντίζει να την αποδομήσει με την ειρωνική εισαγωγή που της κάνει...

- Οι ωραίες, παλιές συνοικίες με τα πολλά προβλήματα που ζητούν επίλυση, 02.05.2007, Καθημερινή
- Μεταξουργείο, μια περιοχή που αναδίδει αίσθηση παρακμής, Γιώργος Λιάλιος, 02.10.2010, Καθημερινή

- Η ατμόσφαιρα των γκέτο απλώνεται στην Αθήνα, Νίκος Βατόπουλος, 07.11.2015, Καθημερινή
 - Το αθηναϊκό τρίγωνο της αμαρτίας, Χεκίμογλου Αχιλλέας, 13/12/2009, Βήμα
 - Φωλιά με «μαϊμούδες» στο Μεταξουργείο!, 7/10/2010, Βήμα
 - Ναρκωτικά και εγκληματικότητα η ρίζα του «κακού», Χεκίμογλου Αχιλλέας, 21/01/2011
 - Ξεκίνησε η επιχείρηση «Ξένιος Ζευς», Βυθούλκας Διονύσης, 4/8/2012
 - Με άδεια μόλις 4 από τους 350 οίκους ανοχής στην Αθήνα, 19/09/2012, Βήμα
 - *Είναι ιδεολόγημα να μιλάμε για "Γκέτο της Αθήνας";, Μαρία Καλατζοπούλου, Πέννυ Κουτρολίκου, Κατερίνα Πολυχρονιάδη, 16.5.2011, Lifo
 - Η πρωτεύουσα της πορνείας, Αφροδίτη Καριμάλη, 26.7.2011, Lifo
- Μικρή αναφορά στην αρθρογραφία γίνεται και για τις σχέσεις **ιστορίας-πολιτισμού** και τουριστικής εκμετάλλευσης της περιοχής. Κυρίαρχα η αναφορά γίνεται για τον αρχαιολογικό χώρο του Κεραμικού που γειτνιάζει με το Μεταξουργείο. Κάποια άρθρα αναφέρονται στην ιστορική κληρονομιά του Μεταξουργείου αυτοτελώς, βασικά γύρω από την ανάδειξη του Δημόσιου Σήματος.
- Πολίτες αναδεικνύουν το Δημόσιο Σήμα, Δημήτρης Ρηγόπουλος, 13.04.2011, Καθημερινή
 - Η μεταμόρφωση του «Μεταξουργείου», Λυμπεροπούλου Κατερίνα, 13/06/2010, Βήμα
 - Το Δημόσιο Σήμα ενώνει την Αθήνα, Κόλλια Ελευθερία, 15/04/2011, Βήμα
 - Το Δημόσιο Σήμα ενώνει, 13.4.2011, Lifo

4. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟΥ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΥΡΙΑΡΧΗ ΑΦΗΓΗΣΗ

Η κυρίαρχη αφήγηση, έτσι όπως τείνει να εγκαθιδρυθεί για την περιοχή του Μεταξουργείου, προσπαθεί να δημιουργήσει μια εικόνα που περιγράφεται μέσα από ένα συγκεκριμένο ιδεολογικό πλαίσιο. Το πλαίσιο αυτό θα μπορούσε να εγγραφεί γύρω από το τρίπτυχο ιστορία-δημιουργικότητα/εναλλακτισμός¹⁷-φόβος. Το τρίπτυχο αυτό αξιοποιεί κάθε μια έννοια προς μια κατεύθυνση που εξυπηρετεί με τη σειρά της διαφορετικούς σκοπούς.

Η ιστορία, επαναφέρεται για να αξιοποιηθεί το πολιτισμικό κεφάλαιο της περιοχής. Η δημιουργικότητα και ο εναλλακτισμός, αναφέρονται στο μοντέλο του νεοκατοίκου που θεωρείται προτιμητέος για αυτήν την περιοχή. Με τη σειρά του ο φόβος χρησιμοποιείται για να στοχοποιήσει ό,τι «κατάλοιπο» της παλιάς γειτονιάς έχει απομείνει, που δεν μπορεί με κάποιο τρόπο να ενσωματωθεί στη νέα εικόνα του προτύπου γειτονιάς που πάει να δημιουργηθεί. Ο τρόπος με τον οποίο οι έννοιες αυτές υποκρύπτουν μια σαφή ιδεολογική χρήση με πολιτική πίσω τους, που έχει περιγραφεί εκτενώς στα προηγούμενα κεφάλαια.

Για τη διάδοση και την καθιέρωση αυτού του κυρίαρχου λόγου για την εικόνα του Μεταξουργείου έχουν επιστρατευτεί και τα ΜΜΕ ως βασικός ΙΜΚ. Είναι χαρακτηριστική η ρητορική που αναπαράγουν διάφορες υψηλού κύρους εφημερίδες καθώς και δημοφιλείς ιστοσελίδες στη νεολαία. Το ποσοστό των άρθρων που υποστηρίζουν και προβάλλουν την κυρίαρχη αφήγηση για την εικόνα που θα «έπρεπε» να έχει η γειτονιά, έναντι αυτών που την αντιμάχονται και υποστηρίζουν την γειτονιά ως έχει, αποδίδοντας της μια ποιότητα αναγνωρίζοντας παράλληλα και τις υφιστάμενες προβληματικές της, είναι συντριπτικό. Αντ'αυτού το Μεταξουργείο βρίσκεται συνεχώς μέσα στην αρθρογραφία που το περιλαμβάνει ως μια από τις πιο ανερχόμενες, μοδάτες, χιπ γειτονίες με προοπτικές, στο βαθμό πάντα που θα σπάσουν τα δεσμά τους από τον οπισθοδρομισμό και τα βαρίδια του παρελθόντος. Για αυτό το λόγο εντάσσεται παράλληλα και στην αρθρογραφία με τις πιο «άνομες, υποβαθμισμένες και προβληματικές» περιοχές. Η αντίφαση του ναι μεν αλλά, που δείχνει «πόσο ωραία θα ήταν τα πράγματα με μια επιλεκτική απαλοιφή όσων στοιχείων δε βολεύουν την ανάπτυξη»...

¹⁷ Επίσημα, ο όρος «εναλλακτισμός» δεν υπάρχει ως τέτοιος καταγεγραμμένος σε λεξικό ή εγκυκλοπαίδεια. Η χρήση του εδώ γίνεται με όρους οικειοποίησης των πολιτικών-φιλοσοφικών κειμένων που προσπαθούν να εκφράσουν αυτήν την έννοια ως ρεύμα. Άλλωστε οι περισσότεροι –ισμοί προκύπτουν ως τέτοιοι και εκ των υστέρων με τη χρήση τους καθιερώνονται στο λεξιλόγιο. Στη συγκεκριμένη περίπτωση χρησιμοποιείται για να περιγράψει την τάση-δυναμική προς μια «εναλλακτική» ταυτότητα, τρόπο ζωής κλπ.. Για τη συγκεκριμένη έννοια βλ. <http://www.blaumachen.gr/2013/06/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%8E%CE%BD/>

4.1 ιστορικό-πολιτισμικό κεφάλαιο

Η γνώση του παρελθόντος, η γνώση της ιστορίας γενικότερα, ή με άλλα λόγια, η προσπάθεια του ανθρώπου να κινηθεί νοητικά στην αντίθετη φορά του χρόνου – να επιτύχει δηλαδή την αντιστρεπτότητα στη συνειδησιακή του σφαίρα αφού δεν μπορεί να το επιτύχει στην πραγματικότητα του φυσικού κόσμου- πηγάζει από την ανάγκη για ταυτότητα, ατομική και ομαδική(Λάββας1984). Η εθνική ταυτότητα σχετίζεται με μια ευρεία και αφηρημένη 'κοινή' μνήμη ενός υποτιθέμενου 'κοινού' παρελθόντος. Εξηγώντας την σχέση εθνικής ταυτότητας και (αστικού) τοπίου, ο Graham (1998) υποστηρίζει ότι ο διατηρητέος 'ιστορικός' αστικός χώρος υποδεικνύει συγκεκριμένους τόπους ως κέντρα του συλλογικού πολιτιστικού υποσυνείδητου. Τα σημερινά 'ιστορικά' κέντρα των ευρωπαϊκών πόλεων, υποστηρίζεται ότι έχουν σε μεγάλο βαθμό χαλιναγωγηθεί και παραποιηθεί, έτσι ώστε να προσφέρουν αφηγήσεις (narratives), οι οποίες όχι μόνο να συμφωνούν με τα χαρακτηριστικά της εθνικής ταυτότητας κάθε φορά, αλλά και να προβάλλουν ευκολοχώνευτα στοιχεία τα οποία να νομιμοποιούν την ηγεμονία του εθνικού κράτους (Gosrodini, 2004). Χαρακτηριστικό παράδειγμα του τρόπου μέσα από τον οποίο εκφράζεται η κυριαρχία ενός συγκεκριμένου ιστορικού προτάγματος, με τη βοήθεια της απαλοιφής και ομογενοποίησης του αστικού χώρου αποτελεί η αποκατάσταση/συντήρηση του νεοκλασικιστικού παρελθόντος π.χ. της Πλάκας. Εκεί εφαρμόστηκε μια σταδιακή και κατά ένα μεγάλο ποσοστό ολοκληρωτική διαγραφή του Οθωμανικού παρελθόντος της περιοχής. Είναι φανερό ότι η Πλάκα ως ιστορικό τοπίο κάτω από την Ακρόπολη, ενός από τα σύμβολα του νεοελληνικού έθνους, χρησιμοποιήθηκε για να δώσει μια οπτική απόδοση της αφηρημένης έννοιας της ιστορικής και πολιτισμικής συνέχειας, μιας ιδέας που έχει αποδώσει αρκετά οφέλη στην διαδικασία της εθνικής κατασκευής από την περίοδο της γέννησης του κράτους, που πρωτοδοκιμάστηκε με την εισαγωγή του νεοκλασικισμού στην εγχώρια αρχιτεκτονική σκηνή(Καρατζάς,2008).

Συγκεκριμένα για την περιοχή του Μεταξουργείου, το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα εφαρμογής των παραπάνω που θα μπορούσε να μελετήσει κανείς, είναι η περίπτωση του Δημοσίου Σήματος. Τα πρώτα ευρήματα ήρθαν στην επιφάνεια μετά από εργασίες σε ένα οικόπεδο της οδού Σαλαμίνας 35 πριν από είκοσι περίπου χρόνια, που αποκάλυψαν έναν χώρο ταφικών μνημείων του 5ου αι. π.Χ. Το οικόπεδο της οδού Σαλαμίνας βρίσκεται σε άμεση γειτνίαση με την αρχαία ταφική οδό που συνέδεε το Δίπυλο του Κεραμεικού με την Ακαδήμεια. Εκατέρωθεν της οδού είχαν ενταφιασθεί κατά την Αρχαιότητα επιφανείς άνδρες του άστεως αλλά κυρίως πεσόντες κατά τους αθηναϊκούς πολέμους στα πολυάνδρια του Δημόσιου Σήματος. Η θέση των ταφικών μνημείων στο συγκεκριμένο σημείο της αρχαίας Αθήνας, η μορφή τους, ο μεγάλος αριθμός των καμένων οστών που ανήκαν σε άνδρες και το πλήθος της κεραμικής με σκηνές μάχης και ταφικές παραστάσεις δείχνουν ότι επρόκειτο για ομαδικούς τάφους οι οποίοι ήταν αφανείς και σχετίζονταν με τις ταφές και τις τιμές που αποδίδονταν στους πεσόντες.

Πρόκειται για πολυάνδρια πεσόντων στον Πελοποννησιακό πόλεμο και ως εκ τούτου για ένα πολύ σημαντικό εύρημα της αρχαίας Ιστορίας. Το συγκεκριμένο οικόπεδο έχει ήδη απαλλοτριωθεί από το υπουργείο Πολιτισμού ενώ μετά την απαλλοτρίωση των όμορων κτισμάτων και οικοπέδων θα δημιουργηθεί αρχαιολογικός χώρος 1.370 τ.μ. όπου θα συνεχισθεί η ανασκαφική έρευνα και θα αναδειχθούν τα αρχαία. Προς τούτο εγκρίθηκε από το Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο η μελέτη κατασκευής στεγάστρων για την προστασία των μνημείων και η κατασκευή έργων απορροής των υδάτων.

Εξάλλου, στην πρόσοψη του οικοπέδου προς την οδό Σαλαμίνας θα τοποθετηθεί κιγκλίδωμα ύψους 2.50 μ., ενώ θα γίνει φύτευση του περιβάλλοντος χώρου. (το βήμα, Νέος αρχαιολογικός χώρος διαμορφώνεται στον Κεραμεικό 30/12/2008)

Όπως φαίνεται από το παραπάνω απόσπασμα το κράτος προκρίνει την ανάγκη αξιοποίησης των ευρημάτων ειδικά σε μια περιοχή που έχει χαρακτηριστεί πλειστάκις ως «υποβαθμισμένη». Παρά το γεγονός όμως ότι εκπονούνται μελέτες και διαγωνισμοί για την προώθηση των συγκεκριμένων αναπλάσεων (βλ. προηγούμενο κεφάλαιο), πάλι με πρωτοβουλία της ΕΑΧΑ, οι αναπλάσεις δεν προχωρούν με ταχείς ρυθμούς. Ειδικά στην περιοχή του Μεταξουργείου υπήρξαν καθυστερήσεις. Την έλλειψη πρωτοβουλίας του κράτους έρχεται να καλύψει η ιδιωτική πρωτοβουλία. Με αφορμή λοιπόν το δημόσιο σήμα ξεκινούν οι πρώτες παρεμβάσεις, σε ότι έχει να κάνει με το ιστορικό παρελθόν, στην περιοχή του Μεταξουργείου το 2011 από πλευράς ομάδων πολιτών, τοπικών συλλόγων, και πολιτιστικών εταιρειών, ο ρόλος των οποίων θα αναλυθεί εκτενώς σε επόμενη ενότητα. Τα ΜΜΕ και πάλι εγκωμιάζουν αυτήν την πρωτοβουλία, με αποσπάσματα αρθρογραφίας να παρατίθενται παρακάτω.

Με σύνθημα «Το Δημόσιο Σήμα ενώνει», προγραμματίζουν εκδήλωση, κατά τη διάρκεια της οποίας θα ολοκληρωθεί η δράση καθαρισμού και διαμόρφωσης του (υπό απαλλοτρίωση, 600 τ.μ.) οικοπέδου, που ορίζεται από τις οδούς Πλαταιών και Λεωνίδου, στο Δημόσιο Σήμα το σημαντικότερο δημόσιο νεκροταφείο της πόλης.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επίσης φυτεύσεις, ξεναγήσεις αρχαιολογικού και αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος (σε κτίρια νεότερης αρχιτεκτονικής), καθώς και προβολή του επίκαιρου Επιτάφιου Λόγου του Περικλή στο ΒΙΟΣ.

Οι συμμετέχοντες τονίζουν ότι βασικός στόχος είναι η ευαισθητοποίηση της Πολιτείας, και η έναρξη σωστικών ανασκαφών. «Το φιλόδοξο εγχείρημα μας στοχεύει να δημιουργήσει μία νέα διαδρομή στο κέντρο της Αθήνας, που θα γκρεμίσει την εικόνα της εγκατάλειψης και θα γεννήσει ευρύτερα θετικές προοπτικές», σημειώνουν χαρακτηριστικά,

«Η ανάδειξη του Δημοσίου Σήματος μπορεί, 2.500 χρόνια μετά, να επανασυνδέσει τις γειτονίες του Κεραμεικού και του Μεταξουργείου με την Ακαδημία Πλάτωνος και το υπόλοιπο ιστορικό και εμπορικό κέντρο της πόλης, προσφέροντας στους Αθηναίους αλλά και τους επισκέπτες της πρωτεύουσας, μία ξεχωριστή διαδρομή που θα θέτει σε άμεση επικοινωνία την ιστορική μνήμη και το δυναμικά ζωντανό παρόν της πόλης μας». (Το βήμα, Το Δημόσιο Σήμα ενώνει την Αθήνα-Συμβολική πρωτοβουλία που επιχειρεί να συνδέσει το αρχαίο παρελθόν με το παρόν της 15/04/2011)

Παρά τη σημασία των ευρημάτων (δέκα μέτρα από τον αρχαίο δρόμο βρέθηκαν καμένα και άκαφτα οστά νέων ανδρών, αλλά και κεραμικά εξαιρετικής ποιότητας, περίτεχνα ζωγραφισμένα αγγεία) και τη σηματοδότησή του ο νέος αρχαιολογικός χώρος παρέμεινε σε μεγάλο βαθμός άγνωστος. Χρόνο με τον χρόνο η κατάσταση των παλαιών σπιτιών που κρίθηκαν απαλλοτριωτέα γινόταν όλο και χειρότερη, με αποτέλεσμα να μιλάμε για μια εστία ασχήμιας και μόλυνσης με χαλάσματα. Το υπουργείο Πολιτισμού, προφανώς λόγω οικονομικής στενότητας, δεν είχε εντάξει την κατεδάφιση των ερειπίων στις άμεσες προτεραιότητές του. Το έκαναν για λογαριασμό του μια σειρά από τοπικές οργανώσεις, εθελοντικές ομάδες, πολιτιστικές εταιρείες, αλλά και ανώνυμοι κάτοικοι και επαγγελματίες του Κεραμεικού και του Μεταξουργείου: το «Δημόσιο Σήμα» και η «ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά» από την ευρύτερη περιοχή, η «Ελληνική Εταιρία για τη προστασία του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς», οι *atenistas*, το διεθνές μη κυβερνητικό δίκτυο «Ο Κόσμος της Αθήνας», με τη συνεργασία και υποστήριξη του Δήμου Αθηναίων και ιδιωτών χορηγών (*doxiadis+*, *diathlasis*, ΓΙΑΛΥΨΟΣ ΕΠΕ, ERGO GREEN).

Οι εργασίες καθαρισμού αναμένεται να έχουν ολοκληρωθεί μέχρι την Πέμπτη και η δράση θα ολοκληρωθεί την Κυριακή, με τη διαμόρφωση ενός προσωρινού χώρου αναψυχής για τη γειτονιά, φυτεύσεις, ξεναγήσεις αρχαιολογικού και αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος στην οδό Σαλαμίνας και προβολή του Επιτάφιου Λόγου του Περικλή στο «Βίος». Το ραντεβού της Κυριακής αποτελεί ανοιχτό κάλεσμα σε όλους τους Αθηναίους για να συμμετέχουν σε μια πρωτοβουλία με διπλή στόχευση: να ασκηθεί πίεση στην πολιτεία έτσι ώστε να αρχίσουν ανασκαφές στο εν λόγω οικόπεδο και να αναδειχθεί ο ρόλος των πολιτών

που, όταν θέλουν, μπορούν να έχουν αποφασιστικό ρόλο στη διαμόρφωση της ζωής στην πόλη τους. (Καθημερινή, Πολίτες αναδεικνύουν το Δημόσιο Σήμα, 13.04.2011)

Η διαδικασία αυτή έγινε με πρωτοβουλία ιδιωτικού φορέα, που όμως παρουσιάστηκε σαν θέλημα πολιτών, που «παίρνουν την κατάσταση στα χέρια τους με κινήσεις από τα κάτω», κόντρα στην κωλυσιεργία του κράτους μεν, με την αγαστή συνεργασία της τοπικής αυτοδιοίκησης δε. Η προσπάθεια αυτή αποτυπώθηκε από τους ίδιους ως εξής¹⁸:

Δημόσιο Σήμα – Δράση 2011 – το ξεκίνημα

Πριν από 1 χρόνο ακριβώς δίπλα στο χώρο του «Δημόσιου Σήματος» (Οδός Σαλαμίνας, αρ. 35), που έχει αναδείξει η Αρχαιολογική Υπηρεσία και αποτελεί ένα σημείο ιστορικής σημασίας για την πόλη της Αθήνας, ένα ερειπωμένο οικοπέδο γεμάτο μπάζα και σκουπίδια, στην διασταύρωση Λεωνίδου και Πλαταιών, παραδόθηκε στην τοπική κοινωνία του Κεραμεικού – Μεταξουργείου ως ένα μικρό, προσωρινό πάρκο για τους κατοίκους και επισκέπτες της γειτονιάς, μέχρις ότου ξεκινήσουν σε αυτό εργασίες ανασκαφής που θα αναδείξουν περαιτέρω το χώρο του «Δημόσιου Σήματος». Σκοπός της παρέμβασης ήταν ν' αναδειχθεί η αρχαιολογική και πολιτιστική σημασία του Δημοσίου Σήματος, ως σημείο ιστορικής αναφοράς για την πόλη της Αθήνας, καθώς και η ανάγκη φροντίδας των πολλών εγκαταλειμμένων και ερειπωμένων κτιρίων στην γειτονιά του Κεραμεικού - Μεταξουργείου.

Κινητήριες δυνάμεις ήταν τοπικές οργανώσεις της περιοχής και του ευρύτερου ιστορικού κέντρου της πόλης: η ενωτική πρωτοβουλία κατοίκων «Δημόσιο Σήμα», η ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά, η Ελληνική Εταιρεία Περιβάλλοντος και Πολιτισμού, οι *atenistas*, η οργάνωση «Κόσμος της Αθήνας» και το γραφείου αρχιτεκτονικής και αρχιτεκτονικής τοπίου *doxiadis+*. Στις 17/04/2011 η πρωτοβουλία για το «Δημόσιο Σήμα», σε συνεργασία με τους πολιτιστικούς χώρους ΑΤΟΠΟΣ και ΒΙΟΣ, το studio του Μιχάλη Κατζουράκη και με την υποστήριξη κατοίκων και χορηγών, καλωσόρισε τους Αθηναίους σε ένα περίπατο πολιτισμού μέσω της οδού Σαλαμίνας που ανέδειξε τον αρχαιολογικό και αρχιτεκτονικό πλούτο της γειτονιάς.

Με την πολύτιμη βοήθεια του Δήμου Αθηναίων, όσον αφορά στην διαμόρφωση, καθαρισμό και συντήρηση του χώρου, ένα χρόνο μετά το «πάρκο» βρίσκεται σε πολύ καλή κατάσταση κι έχει πλήρως ενσωματωθεί στην λειτουργία της γειτονιάς.

Δημόσιο Σήμα II – Δράση 2012 – η εξέλιξη

Ένα χρόνο μετά, η πρωτοβουλία για την ανάδειξη του «Δημόσιου Σήματος» συντονίζεται για την εξέλιξη της προσωρινής διαμόρφωσης της περιοχής, γύρω από το ιστορικό αυτό σημείο. Στο υπόλοιπο τμήμα του χώρου που διαμορφώθηκε πέρισυ, στην διασταύρωση Λεωνίδου και Σαλαμίνας, υπήρχαν κάποια μικρά, ερειπωμένα κτίσματα τα οποία, στο διάστημα που μεσολάβησε, κήκαν και το μεγαλύτερο μέρος τους γκρεμίστηκε, όπως συμβαίνει εξάλλου στα περισσότερα εγκαταλειμμένα ακίνητα στην περιοχή Κεραμεικού-Μεταξουργείου. Σε συνεργασία με το Δήμο της Αθήνας έγινε μια προσπάθεια αποκατάστασης του χώρου και σήμερα φαίνεται πλέον επιτακτική η ανάγκη να ενωθούν το σημείο αυτό με τον χώρο της πρώτης δράσης στο Δημόσιο Σήμα σε ένα ενιαίο προσωρινό παρκάκι.

Με πρωτοβουλία των ίδιων οργανώσεων και κατοίκων της περιοχής σκοπεύουμε να επαναλάβουμε το εγχείρημα, καθώς πιστεύουμε πως μετά και την δεύτερη αυτή δράση η υπάρχουσα ανασκαφή στο Δημόσιο Σήμα θα αναδειχθεί περαιτέρω όπως και η ανάγκη επέκτασής της στα γειτονικά οικοπέδα. Οι εργασίες θα ξεκινήσουν την Τετάρτη 9 Μαΐου και θα ολοκληρωθούν την Παρασκευή 18 Μαΐου. Η χρηματοδότηση της προσπάθειας θα στηριχθεί σε χορηγίες όπως και το 2011. Οι εργασίες που θα κάνουμε αφορούν κατεδαφίσεις και απομάκρυνση μπαζών, χτισίματα τοιχίων, παγκακίων κλπ., φύτευση και άρδευση. Ο Δήμος της Αθήνας θα στηρίξει την προσπάθεια με υλικά και φυτά. Παρακαλούμε και για την δική σας στήριξη.

Όλη η προσπάθεια θα πραγματοποιηθεί υπό την αιγίδα του Δήμου Αθηναίων και σε συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες του ΥΠΠΟΤ.

¹⁸ <http://www.groopio.com/el/projects/display/28>

Σημειωτέο, ότι στην παραπάνω ρητορική αποτυπώνεται ξεκάθαρα πώς αξιοποιούνται η έννοιες της εγκατάλειψης και της κακής αισθητικής, των ερειπωμένων κτιρίων ως μέσα πίεσης για έναν «καλύτερο, ανοιχτό χώρο που θα αποδοθεί στους πολίτες». Το πρόβλημα με τη συγκεκριμένη δράση είναι όχι το καθάρισμα του οικοπέδου καθαυτού, αλλά το γεγονός ότι καθιερώνεται μια πρακτική που μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε άλλο σημείο της πόλης κατά το δοκούν ανεξάρτητα με το τι ζητήματα εγείρει η δράση αυτή, μόνο και μόνο με τη δικαιολογία της «ανάδειξης ενός ιστορικού σημείου». Η πρακτική αυτή απέδωσε καρπούς καθώς λειτούργησε όντως ως μέσο πίεσης για να αναλάβουν οι κρατικοί φορείς δράση. Μετά από αυτές τις πιλοτικές ενέργειες και τις μελέτες που εκπονήθηκαν από ιδιώτες το ΚΑΣ ενέκρινε τη συνολική αποκατάσταση των αρχαιολογικών ευρημάτων του Κεραμεικού, σύμφωνα με προδιαγραφές που θα υποδεικνύονται από master plan, όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα.

Χρειάζεται συνολική, ενιαία και διεπιστημονική αντιμετώπιση, η αναβάθμιση του αρχαιολογικού χώρου του Κεραμεικού. Σε αυτό το συμπέρασμα κατέληξαν οι αρμόδιες υπηρεσίες του υπουργείου Πολιτισμού, που σε συνεργασία με το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο Αθηνών (το οποίο ανασκάπτει την περιοχή από τον 19^ο αιώνα), προχωρούν στα απαραίτητα βήματα. Το πρώτο ίσως και το πιο σημαντικό αφού θα καθορίσει και τα υπόλοιπα είναι η εξέταση, διατύπωση και έγκριση των προδιαγραφών που απαιτούνται για την εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου στην περιοχή. Οι προδιαγραφές, δηλαδή, ενός master plan.

Με το «πράσινο φως» που έδωσε το ΚΑΣ, ζητήματα που αφορούν την προστασία, αποκατάσταση και συντήρηση των αρχαιοτήτων, την ανάδειξη του χαρακτήρα του χώρου και των μνημείων του, την αισθητική αναβάθμιση και βελτίωση της λειτουργικότητάς του, παίρνουν τον δρόμο της επίλυσης.

Συγκεκριμένα, θα πρέπει να ληφθούν άμεσα μέτρα προστασίας σε μνημεία, να εκπονηθούν μελέτες συντήρησης, αναστήλωσης και αποκατάστασης, να γίνουν επεμβάσεις που θα προβλεφθούν από τις παραπάνω μελέτες (ή άλλες που έγιναν στο παρελθόν, αλλά δεν υλοποιήθηκαν), να αντιμετωπιστούν ελλείψεις στις υποδομές εξυπηρέτησης κοινού και σε δίκτυα που σχετίζονται με την ασφάλεια του χώρου, καθώς και στην ανεπάρκεια των κτιριακών εγκαταστάσεων. (το βήμα, «Ναι» από το ΚΑΣ στις προδιαγραφές ανάδειξης του Κεραμεικού-Εγκρίθηκαν οι προτάσεις, 23/11/2016)

Οι προτάσεις που εγκρίθηκαν από το ΚΑΣ αφορούν βασικά την περιοχή του νεκροταφείου του Κεραμεικού. Παρόλα αυτά υπάρχουν βλέψεις σύνδεσης με το Δημόσιο Σήμα, καθώς και όλο το οικοσύστημα του Ηριδανού ποταμού. Επίσης αντιμετωπίζονται θετικά και οι μελέτες ανάπλασης που κατατέθηκαν για τη συγκεκριμένη περιοχή.

4.2 ιδιωτικοί φορείς

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα σημεία οι αλλαγές που συμβαίνουν στην περιοχή του Μεταξουργείου δεν οφείλονται αποκλειστικά σε επιδιώξεις και ενέργειες του κράτους, αλλά και σε ιδιωτικών φορέων. Υπάρχουν αρκετοί μεμονωμένοι ιδιώτες που συντονίζονται και προσπαθούν να επιβάλουν ένα συγκεκριμένο κλίμα και εικόνα στο Μεταξουργείο, ειδικά άνθρωποι του καλλιτεχνικού στερεώματος. Αρκετοί επιχειρηματίες των νέων χρήσεων γης υποστηρίζουν ότι αποφάσισαν να επενδύσουν λόγω του γενικότερου «ανεβάσματος» της περιοχής, καθώς και της περιρρέουσας φήμης περί ανάπλασης. Ταυτόχρονα, το Μεταξουργείο έχει προσελκύσει το επενδυτικό ενδιαφέρον επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην αγορά των ακινήτων. Η ανώνυμη

εταιρεία ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ, με σκοπό την προσέλκυση μελών των μεσαίων τάξεων, έχει κατασκευάσει το περικλειστο πολυτελές συγκρότημα κατοικιών στο ύψος του παλιού εργοστασίου του Μεταξουργείου, αλλοιώνοντας το οικιστικό τοπίο της περιοχής (Αλεξανδρή 2015). Βασικός ενορχηστρωτής, όμως, είναι μια κτηματομεσιτική εταιρία και φυσικά ο διευθύνων σύμβουλος της με το «όραμά» του, γύρω από την οποία διαμορφώνεται ένα πλέγμα φορέων και ομάδων που αποτελούν την «ομάδα κρούσης» σε ό,τι έχει να κάνει με την επιβολή μιας νέας εικόνας στο χώρο του Μεταξουργείου.

Η εν λόγω εταιρία φέρει το όνομα **Oliaros** και, όπως θα περιγραφεί στη συνέχεια, η δράση της απλώνεται πολύ πέρα από το καθαρό κομμάτι του real estate. Κατασκευές, αρχιτεκτονικοί διαγωνισμοί, αναπτυξιακά πλάνα-οδηγίες προς ναυτιλωμένους για το κράτος-, εκθέσεις/καλλιτεχνικά δρώμενα, δημιουργία μη κερδοσκοπικών οργανισμών, είναι μερικές από τις πρακτικές στις οποίες αναλώνεται η εταιρία. Ενδεχομένως μια από τις στρατηγικότερες σημασίας ενέργειες στις οποίες προέβη η Oliaros είναι η συγκρότηση της **ΚΜ Πρότυπης Γειτονιάς**, ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού που αποδείχθηκε ο πιο ενεργός σύμμαχος και ίσως ο πιο σημαντικός πολιορκητικός κριός όσον αφορά τις προθέσεις και τους στόχους της εταιρίας.

a_ Oliaros

Ενδιαφέρον στην τοπική αγορά ακινήτων έχει επιδείξει και η εταιρεία Oliaros, η οποία μέσα στην τελευταία δεκαετία έχει συγκεντρώσει στην ιδιοκτησία της το 4,5% του οικιστικού αποθέματος του Μεταξουργείου. Η συγκέντρωση αυτή πιθανότατα ανταποκρίνεται στη λογική εκμετάλλευσης του «κενού γαιοπροσόδου» (rent-gap theory) (Smith 1996). Τη διαφορά, δηλαδή, μεταξύ της αξίας μίας ιδιοκτησίας σήμερα και της αξίας που η ιδιοκτησία αυτή θα έχει εάν χρησιμοποιηθεί με το βέλτιστο τρόπο. Η διαφορά αυτή προσδιορίζει ουσιαστικά την ύπαρξη ή τη δυνατότητα ύπαρξης μεγάλης κερδοφορίας επί της γης ή των χρήσεων και των κτηρίων που βρίσκονται σε αυτήν (Πρέπη 2014). Το ποσοστό των ιδιοκτησιών της εταιρίας Oliaros στην περιοχή είναι αρκετά μεγάλο, ειδικά αν υπολογίσει κανείς ότι συνολικά το σχέδιο ανάπτυξης της Oliaros προτείνει την ανακατασκευή 45 κτιρίων (36.000 τ.μ.), τα οποία ανήκουν στην ίδια¹⁹.

Σύμφωνα με δημοσιεύματα της εφημερίδας Καθημερινή το «παιχνίδι της αγοράς ακινήτων μεταφέρθηκε στο ξέσπασμα της κρίσης από περιοχές όπως η Πλάκα και το Θησείο σε περιοχές όπως το Μεταξουργείο και το Γεράνι. Όπως περιγράφουν οι αρθρογράφοι «κάποιοι γίνονται κροίσοι εν μέσω της κρίσης. Αρκεί να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που δημιουργούνται σε αυτές τις περιόδους. Αυτή η κοινή διαπίστωση φαίνεται ότι ισχύει και στην περίπτωση της αγοράς ακινήτων, ιδιαίτερα σήμερα. Και δεν είναι τυχαίο ότι αυτοί που ψάχνουν παντού για «ευκαιρίες» στην αγορά του real estate των Αθηνών έχουν προχωρήσει σύμφωνα με πληροφορίες σε αγοραπωλησίες ακινήτων σε υποβαθμισμένες περιοχές του κέντρου. Η τακτική είναι παλιά και δοκιμασμένη. Αγοράζουν σήμερα φθηνά, ευελπιστώντας ότι θα πουλήσουν αύριο ακριβά ή θα νοικιάσουν σε καλές τιμές»²⁰.

¹⁹ το βήμα, Χεκίμογλου Αχιλλέας, «Κληρώνει» 100 εκατ. ευρώ για Κεραμεικό – Μεταξουργείο)

²⁰ Καθημερινή 27.06.2010 Πώς τα «παιχνίδια» της αγοράς ακινήτων μεταφέρονται από την Πλάκα και το Μεταξουργείο

Στην αγορά της ευρύτερης περιοχής που ξεκινάει από την Πλατεία Βάθης και καταλήγει στο Γκάζι τα τελευταία χρόνια έχει στηθεί ένας απίστευτος χορός υπεραξιών που έχει ως αποτέλεσμα την τελευταία δεκαετία οι αυξήσεις τιμών που καταγράφηκαν να έχουν προσφέρει υπεραξίες που προσεγγίζουν το 150%. Σύμφωνα με στοιχεία που αφορούν την εξέλιξη των τιμών πώλησης, την περίοδο 1997-2008 η μέση τιμή πώλησης μιας κατοικίας στην περιοχή αυτή εκτινάχτηκε από τα 600 ευρώ το τετραγωνικό στο επίπεδο των 2.000 ευρώ περίπου. Αλλά δεν είναι μόνο αυτό. Σε πείσμα των καιρών που θέλει τις επενδύσεις σε κατοικίες να καταρακουλούν, στις περιοχές αυτές καταγράφεται έντονη οικοδομική δραστηριότητα, η οποία δεν φαίνεται να ανακόπτεται παρά το γεγονός ότι οι τιμές πώλησης προσεγγίζουν και μερικές φορές ξεπερνούν τις 3.000 ευρώ το τετραγωνικό μέτρο. Οι εξελίξεις μάλιστα αυτές οδηγούν πολλούς αναλυτές της αγοράς ακινήτων να κάνουν λόγο για νέο μοντέλο ανάπτυξης της αγοράς κατοικίας.

Νέο μοντέλο

Η ευρύτερη περιοχή που ξεκινάει από το Μεταξουργείο και καταλήγει στον Κεραμεικό μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μοντέλο προκειμένου να ερμηνευτούν οι νέες τάσεις που διαμορφώνονται στην αγορά. Τα αίτια που έφεραν την έκρηξη των τιμών πώλησης, πολλά και ποικίλα.

Κατ' αρχήν, οι σημαντικές επενδύσεις σε έργα υποδομής (μετρό), αλλά και η ποιοτική αναβάθμιση (πεζοδρομήσεις, πλατείες, αλλά και το πρόγραμμα ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων) συνέβαλαν στο να αλλάξει η προσωπικότητα της περιοχής. Δηλαδή από γειτονιές με έντονη χονδρεμπορική και βιοτεχνική δραστηριότητα μεταβλήθηκαν σε γειτονιές όπου τα πολιτιστικά δρώμενα αναδεικνύονται κυρίαρχα. Το γεγονός αυτό συμβάλλει στη γνωριμία με την περιοχή ανθρώπων με συγκεκριμένα οικονομικά, πολιτιστικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά που θα μπορούσαν να προκαλέσουν αυξημένη ζήτηση.

Ανταγωνιστικές τιμές

Σε αυτό διευκολύνει και το γεγονός ότι στις ανταγωνιστικές περιοχές, όπως για παράδειγμα στην Πλάκα και στο Θησείο, το επίπεδο των τιμών είναι απαγορευτικό, ενώ άλλες, όπως για παράδειγμα στην περιοχή του Ψυρρή η οποία συγκεντρώνει ανάλογα χαρακτηριστικά, επικρατούν επαγγελματικές χρήσεις οι οποίες αποτρέπουν την ανάδειξή τους σε περιοχή κατοικίας.

Ενδεικτικό θα πρέπει να θεωρηθεί το γεγονός ότι οι μέσες τιμές πώλησης κατοικιών στην ευρύτερη περιοχή των περιοχών Μεταξουργείου Κεραμεικού ήταν το 40% των αντιστοιχών τιμών που είχαν διαμορφωθεί για κατοικίες στην περιοχή της Πλάκας και το 70% για κατοικίες στην περιοχή του Θησείου.

Το γεγονός αυτό είχε ως συνέπεια την προσέλκυση κατασκευαστικών οι οποίες επένδυσαν αγοράζοντας αρχικά γη και στη συνέχεια προσφέροντας ένα προϊόν προσαρμοσμένο στις ανάγκες και τις απαιτήσεις του συγκεκριμένου καταναλωτικού κοινού. (Καθημερινή, «Ξεχασμένες» αγορές με κρυμμένα κέρδη, 14.03.2009)

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι η εταιρία έχει κάνει πολύ εκτεταμένες επενδύσεις στην περιοχή και προσβλέπει στην απολαβή τεράστιου κέρδους από αυτές. Ακολούθησε, όπως και οι αντίστοιχες εταιρίες με παρόμοια τακτική, μια κερδοσκοπική στρατηγική που εκμεταλλεύτηκε τη «φούσκα» στις ανοδικές τιμές των ακινήτων στην περιοχή που πάγωσαν, όμως, μετά τα πρώτα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης. Για αυτόν το λόγο δεν αφήνει τίποτα στην τύχη.

Η εταιρία Ολίανος, έχοντας υποσχεθεί επένδυση 100.000.000 ευρώ, με την προϋπόθεση το κράτος να εκπληρώσει μέρος των απαιτήσεών της, ανακοινώνει ένα πλάνο δεκατριών κινήσεων που μπορούν να γίνουν σε δώδεκα μήνες για την αισθητική και κοινωνική αναμόρφωση της περιοχής. Λίγους μήνες αργότερα, οι προτάσεις αυτές υιοθετούνται και καταγράφονται στο Σχέδιο Δράσης για το Κέντρο της Αθήνας, η περιγραφή και βασικοί στόχοι του οποίου έχουν καταγραφεί σε προηγούμενο κεφάλαιο. Παράλληλα, η ένταξη του Μεταξουργείου στις «Ζώνες Ειδικής Ανάπλασης», συμπληρώνει το μοτίβο εκμετάλλευσης της περιοχής από την εταιρία.

Η κολοσσιαία αυτή επένδυση δεν είναι μια υπόσχεση καλή τη πίστη, αλλά προσβλέπει στην κάλυψη του μεγαλύτερου ποσοστού των χρημάτων από το πρόγραμμα ευρωπαϊκής στήριξης JESSICA.

JESSICA είναι το Αγγλικό ακρωνύμιο της πρωτοβουλίας “Joint European Support for Sustainable Investment in City Areas” (Κοινή Ευρωπαϊκή υποστήριξη για βιώσιμες επενδύσεις σε αστικές περιοχές). Η πρωτοβουλία αυτή αναπτύσσεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ), σε συνεργασία με την Τράπεζα Ανάπτυξης του Συμβουλίου της Ευρώπης (CEB).

Μέσω των νέων διαδικασιών, παρέχεται στα κράτη μέλη η ευχέρεια να χρησιμοποιήσουν μέρος των μη επιστρεπτέων επιχορηγήσεων που λαμβάνουν από την ΕΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων, για να επενδύουν, υπό μορφή επιστρεπτέων χρηματοδοτήσεων, σε έργα που εντάσσονται στο πλαίσιο ολοκληρωμένων σχεδίων για την προαγωγή της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι επενδύσεις αυτές, μπορούν να έχουν τη μορφή ιδίων κεφαλαίων, δανείων ή/και εγγυήσεων, πραγματοποιούνται μέσω Ταμείων Αστικής Ανάπτυξης και, εάν είναι απαραίτητο μέσω Ταμείων Χαρτοφυλακίου.

Οι κανόνες όσον αφορά την επιλεξιμότητα των δαπανών των έργων στο πλαίσιο του JESSICA είναι οι ίδιοι με εκείνους που ισχύουν για τη χρήση των διαρθρωτικών ταμείων στο σύνολό τους, ενώ λαμβάνουν επίσης υπόψη τους τυχόν ειδικούς περιορισμούς που υφίστανται σε εθνικό επίπεδο από τους σχετικούς άξονες προτεραιότητας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων που συνεισφέρουν πόρους στο JESSICA. Ωστόσο, με εξαίρεση ορισμένες μη επιλέξιμες δαπάνες, που καθορίζονται στους Κανονισμούς – όπως π.χ. οι σχετικές με τη στέγαση δαπάνες σε ορισμένα κράτη μέλη – το JESSICA μπορεί να επιτρέψει αυξημένη ευελιξία στη διαχείριση των έργων, με παράλληλη τήρηση των κανόνων επιλεξιμότητας, υπό τον όρο πάντοτε ότι τα υποστηριζόμενα έργα εντάσσονται σε «ολοκληρωμένα σχέδια αειφόρου αστικής ανάπτυξης». Παραδείγματος χάρη, οι μη επιλέξιμες δαπάνες μπορούν να ενσωματωθούν σε ένα ευρύτερο, πολυτομεακό πρόγραμμα, εφόσον προσελκύσουν από άλλες δημόσιες ή ιδιωτικές πηγές επαρκείς πόροι για τη χρηματοδότησή τους.

Για τον προσδιορισμό των σχεδίων που μπορούν να χρηματοδοτηθούν μέσω του JESSICA, επιβάλλεται να ακολουθείται ολοκληρωμένη προσέγγιση. Οι πόροι του JESSICA μπορούν ειδικότερα να διοχετεύονται σε σχέδια στους εξής τομείς:

- Αστικές υποδομές, συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών, της ύδρευσης και αποχέτευσης, της ενέργειας κ.λπ.
- Χώροι της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, για τουρισμό ή άλλες αειφόρους χρήσεις.
- Επαναδιοποίηση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών εκτάσεων, συμπεριλαμβανομένης της αποξήλωσης εγκαταστάσεων και της εξυγίανσης.
- Χώροι γραφείων για μικρομεσαίες επιχειρήσεις και για τους τομείς της πληροφορικής και/ή της έρευνας και ανάπτυξης.
- Πανεπιστημιακά κτίρια, συμπεριλαμβανομένων ιατρικών, βιοτεχνολογικών και άλλων εξειδικευμένων εγκαταστάσεων.
- Ενίσχυση της ενεργειακής απόδοσης. (<https://www.jessicafund.gr>)

Το 2013 ο Δήμος Αθηναίων ανακοινώνει το νέο επιχειρησιακό πρόγραμμα «ATHENS RE-LAUNCHING». Στα πλαίσια αυτού του προγράμματος μέσω της συνεργασίας κρατικών και ιδιωτικών κεφαλαίων, προετοιμάζονται μια σειρά από αναπλάσεις στο αθηναϊκό κέντρο. Στόχος του είναι να «να αποτελέσει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την Αθήνα του 2020, το οποίο αναπτύσσεται σε φάσεις έχοντας εξασφαλίσει τους αναγκαίους πόρους για να λύσει σειρά προβλημάτων που έχουν κατά καιρούς συσσωρευθεί στην πόλη» (Δήμος Αθηναίων, 2013: 12). Στο RE-LAUNCHING εντάσσεται και η πρόταση μελέτης της Oliaros για το Μεταξουργείο, όπως αποτυπώθηκαν οι κόμβοι για την έγκρισή του στο JESSICA.

Πιο συγκεκριμένα προτείνεται μια προσέγγιση πέντε αξόνων²¹:

- Εξειδικευμένη αγορά ελληνικών & διεθνών δημιουργικών προϊόντων (street market)

Πρόκειται για μια εξειδικευμένη αγορά «δημιουργικών» προϊόντων και υπηρεσιών νέας επιχειρηματικότητας που αφορούν τεχνολογία, μόδα, ατελιέ, αρχιτέκτονες, γραφίστες κ.ά. Μετατροπή της οδού Ιάσωνος -που φιλοξενεί οίκους ανοχής- σε σύγχρονο «τοπόσημο» του Ιστορικού Κέντρου της πρωτεύουσας, με σκοπό τη

²¹ <http://www.andro.gr/business/o-iason-tsakonas-thelei-na-gelasei-teleutaios>

λειτουργία του ως υπερτοπικού και τουριστικού προορισμού ήπιας μορφής. Σε αυτό περιλαμβάνεται η ανακατασκευή κενών διατηρητέων κτιρίων και ενεργειακή αναβάθμισή τους αλλά και η κατασκευή νέων στα πρότυπα της σύγχρονης αρχιτεκτονικής.

- Cluster δημιουργικής επιχειρηματικότητας

Το έργο περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός «οικοσυστήματος» συγκέντρωσης και συνεργασίας νέων επαγγελματιών και δημιουργών με την ανάπτυξη 10 ακινήτων (νέες κατασκευές και ενεργειακή, στατική, μηχανολογική και λειτουργική αναβάθμιση διατηρητέων και βιοτεχνικών κτιρίων των δεκαετιών '60 & '70) που θα φιλοξενήσουν δραστηριότητες σε τομείς όπως είναι η πληροφορική, οι νέες τεχνολογίες, οι εφαρμοσμένες τέχνες, η εκπαίδευση, η επικοινωνία, κλπ. «σκοπός του είναι η θετική ενεργοποίηση της περιοχής με την προσέλκυση και γεωγραφική συγκέντρωση νέων δραστηριοτήτων και ομάδων πληθυσμού που θα δημιουργήσουν στην περιοχή προστιθέμενη αξία» (Δήμος Αθηναίων, 2013:69)

- Πρότυπες φοιτητικές κατοικίες

Το έργο «18+ Πρότυπες Φοιτητικές Κατοικίες» αφορά την ανάπτυξη πρότυπων ιδιωτικών φοιτητικών κατοικιών με σκοπό όπως αναφέρεται μια εναλλακτική πρόταση διαβίωσης και οργάνωσης της φοιτητικής ζωής. Η πρόταση έχει προκύψει από αρχιτεκτονικό διαγωνισμό²².

- Κατοικία

Επιπρόσθετα το πλάνο έχει και έναν πέμπτο άξονα που δεν επιδιώκεται να ενταχθεί στο JESSICA και είναι αυτός της επένδυσης στην κατοικία. Σε συνέντευξη του διευθύνοντα συμβούλου της αναφέρεται ότι θα ενεργοποιηθεί όταν δημιουργηθούν συνθήκες ζήτησης και κίνητρα φορολογικά και άλλης φύσεως που θα ευνοούν την κατοίκηση στο κέντρο(Κατσαούνη 2014).

Το 2013 το δημοτικό συμβούλιο του Δήμου Αθηναίων θα ψηφίσει υπέρ της επένδυσης και θα πραγματοποιηθεί ευρεία σύσκεψη με τον δήμαρχο Αθηναίων, αρμόδιους υπουργούς, τον διευθυντή της εταιρίας, εκπροσώπους της Εθνικής τράπεζας και του Invest In Greece με θέμα τον καθορισμό δράσεων για την υλοποίηση με την διαδικασία ταχείας αδειοδότησης (fast track) και την χρηματοδότηση από την πρωτοβουλία JESSICA, του έργου της αστικής ανάπλασης της περιοχής.

Μετά από κάποια χρόνια οι προτάσεις έχουν δεν έχουν μείνει απλώς στα χαρτιά, αλλά δεν εγκρίθηκαν καν από την ΕΕ όταν κατατέθηκε η αίτηση, εκτός από κάποια μεμονωμένα έργα. Οι αδειοδοτήσεις για τις κατοικίες έχουν κολλήσει καθώς τα 16 κτίρια είναι διατηρητέα. Το πλάνο δεν έχει καταφέρει να ενταχθεί στο Jessica. Η εθνική Τράπεζα δεν έχει δώσει την έγκρισή της καθώς οι συνθήκες της επένδυσης κρίνονται ακόμα επισφαλείς. Αυτό αφορά κυρίως το εμπόδιο των οίκων ανοχής, που όχι μόνο δεν απομακρύνονται, αλλά αυξάνονται. Οι συνθήκες διαβίωσης της περιοχής θεωρούνται επικίνδυνες και μη επαρκώς αστυνομευόμενες και η οικονομική κρίση καθιστά την ενοικίαση και προώθηση των κατοικιών ανέφικτη προς το παρόν²³.

β_ ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά

²² www.upto35.com

²³ Lifo 206 λεπτα με τον τσακωνα

Το 2006 η oliaros ιδρύει την km properties μαζί με διάφορους «μετόχους» του Μεταξουργείου. Σκοπός τους ήταν να λειτουργήσουν σαν σημείο αναφοράς, να δώσουν ώθηση στη συνεργασία ιδιωτικών και κρατικών φορέων για να «βελτιώσουν το κέντρο της Αθήνας». Ξεκινώντας χρηματοδότησαν την έρευνα για την περιοχή, κάνοντας παράλληλα χαρτογραφήσεις του οικιστικού αποθέματος και του δημόσιου χώρου. Ιδιαίτερη έμφαση κατά τα λεγόμενά τους δόθηκε στην ιστορική πλευρά της γειτονιάς. Για την ακαδημαϊκή έρευνα, μάλιστα, επιστρατεύτηκαν και «επιφανή ιδρύματα του εξωτερικού» όπως τα École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) και Berlage Institute.

Για να δώσουν ένα πιο νομιμοποιημένο και ανοιχτό χαρακτήρα στις κινήσεις τους, καθώς και να εμπλέξουν και άλλους φορείς ή μεμονωμένους κατοίκους, το 2008 ίδρυσαν την ΚΜ Πρότυπη γειτονιά, με τη μορφή μη κερδοσκοπικής εταιρίας. Η ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά θα λειτουργούσε ως πλατφόρμα συνεργασίας ακτιβιστών, διαφόρων κρατικών και ιδιωτικών φορέων, ΜΜΕ, συλλόγων και άλλων. Η Oliaros, μάλιστα, τη χαρακτηρίζει ως «κίνημα πολιτών που καταπιάνονται με τον εποικοδομητικό ακτιβισμό»²⁴.

Στην πραγματικότητα, μόνο για κίνημα πολιτών από τα κάτω δεν πρόκειται. Είναι η φυσική συνέχεια μιας καλά σχεδιασμένης στρατηγικής με «άνοιγμα στο ευρύ κοινό». Ως κτηματομεσιτική εταιρία ή ως ομάδα μετόχων στην περιοχή, οι άμεσα ενδιαφερόμενοι να αποκομίσουν κέρδος, δεν μπορούν να έχουν την ίδια επιρροή, ούτε στην προσέλκυση άλλων ατόμων που δεν έχουν ταυτόσημα συμφέροντα, αλλά κυρίαρχα δεν μπορούν με την ίδια ευκολία να υποβάλουν προτάσεις προς υιοθέτηση στο δήμο και στις αρχές. Αντίθετα με ένα περίβλημα ακαδημαϊκότητας (πανεπιστήμια και αρχιτεκτονικά γραφεία) και ακτιβισμού (αμερόληπτοι κάτοικοι γειτονιάς), έχουν το άλλοθι όχι μόνο να προτείνουν, αλλά και να προχωρήσουν οι ίδιοι σε «συμβολικές» ενέργειες. Ενέργειες που καθιερώνονται και λειτουργούν ως «παράδειγμα προς μίμηση» σε άλλα σημεία και περιοχές.

Το «όραμα» της ΚΜ Πρότυπης Γειτονιάς συνοψίζεται στο εξής²⁵: "Η δημιουργία μίας σύγχρονης, πρότυπης, οικολογικής γειτονιάς στο κέντρο της Αθήνας που θα ενσωματώνει παραδοσιακά και σύγχρονα στοιχεία της αρχιτεκτονικής, του πολιτισμού και της κοινωνίας, σε ένα πλαίσιο σχεδιασμού και υλοποίησης που βασίζεται στην ποιότητα, την καινοτομία, στην παραγωγικότητα, στην βιωσιμότητα, στην διαφορετικότητα, στην συνεργασία και την γνώση."

Αν κοιτάξει κανείς περαιτέρω τους στόχους τους, όπως καθορίζονται από μια ανάλυση που προσιδιάζει σε SWOT, της οποίας παρουσιάζονται με στοιχεία μόνο οι ευκαιρίες και οι απειλές (Opportunities, Threats)²⁶, θα διαπιστώσει τα παρακάτω. Όσον αφορά τα δυνατά σημεία της περιοχής θεωρούν ότι είναι μια ανερχόμενη γειτονιά με έντονο ιστορικό χαρακτήρα, ανερχόμενη καλλιτεχνική, ό,τι πρέπει για ένα νέο μοντέλο κατοίκου του κέντρου. Βρίσκεται παρόλα αυτά σε παρακμή με εμφανή στοιχεία εγκατάλειψης, μια περιοχή κενή(!). Ακριβώς αυτό είναι όμως που την καθιστά άξια αλλαγής, καθώς υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για καπιταλιστική εκμετάλλευση και εφόσον είναι «κενή» δε θα υπάρχουν και αντιστάσεις. Φυσικά για να γίνουν όλα αυτά θα πρέπει να «παταχθεί η ανομία», δηλαδή να εξαφανιστούν το παρεμπόριο, οι παρίες,

²⁴ oliaros.com

²⁵ <http://kmprotypigeitonia.org/?p=orama>

²⁶ Οι ευκαιρίες και οι απειλές παρουσιάζονταν στο παλαιό site της ΚΜ Πρότυπης γειτονιάς το link της οποίας δεν είναι πλέον διαθέσιμο. Τα στοιχεία αυτά θα μπορεί κανείς να τα δει στο παράρτημα.

τα ναρκωτικά, οτιδήποτε δηλαδή υποδεικνύει μια εικόνα περιοχής φτωχής οικονομικά, που θα μπορούσε να αποτρέψει νέους κατοίκους να εγκατασταθούν σε αυτήν.

ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά Όραμα

Η ιστορία αλλά και η προοπτική για το αύριο της περιοχής Κεραμικός – Μεταξουργείο (ΚΜ) αποτελούν για πολλούς κίνητρο να διαβουλευθούν, εργάζονται, και να διεκδικούν την ικανοποίηση όλων των αναγκών και ικανών συνθηκών που θα οδηγήσουν τελικά στην διαμόρφωση μίας πρότυπης γειτονιάς στο κέντρο της να διεκδικούν την ικανοποίηση όλων των αναγκών και ικανών συνθηκών που θα οδηγήσουν τελικά στην διαμόρφωση μίας πρότυπης γειτονιάς στο κέντρο της Αθήνας. Μία ανθρώπινη, δημιουργική, πράσινη γειτονιά που να ελκύει καλλιτέχνες & ανθρώπους των γραμμάτων, νέους, οικογένειες που επιθυμούν να μείνουν στο κέντρο της πόλης, που να φιλοξενεί καινοτόμες δραστηριότητες και προτάσεις για την πρόοδο του πνεύματος, της κοινωνίας και της οικονομίας, είναι το όραμα που μοιράζονται πολλοί για το αύριο του ΚΜ.

Η περιοχή παρουσιάζει φθίνουσα πορεία τα τελευταία χρόνια σε πολλαπλά επίπεδα: πληθυσμιακής πυκνότητας, ποιότητας κτιριακού αποθέματος, αστικού εξοπλισμού κοινόχρηστων χώρων, συνδυασμού χρήσεων γης, για να καταλήξει σήμερα σε ποσοστό 46% επί των συνολικών ιδιοκτησιών της, να φιλοξενεί κτίρια ερείπια και σε κακή κατάσταση τα περισσότερα εκ των οποίων εγκαταλειμμένα, και αδόμητα οικόπεδα. Σήμερα δηλαδή το ΚΜ είναι μία, κατά μεγάλο μέρος, κενή περιοχή, γεγονός από το οποίο απορρέουν ευκαιρίες αλλά και απειλές.

Ευκαιρία είναι η δυνατότητα σύγχρονης αρχιτεκτονικής παρέμβασης στην περιοχή λόγω των πολλών κενών ιδιοκτησιών και της έντονης διαφοροποίησης του κτιριακού αποθέματος προκειμένου να διαμορφωθούν ιδιωτικοί και δημόσιοι χώροι που να εξυπηρετούν της σύγχρονες ανάγκες διαβίωσης, ευκαιρία είναι η δυνατότητα προσέλκυσης κατοίκων και επαγγελματιών που αναζητούν κάτι διαφορετικό από αυτά που προσφέρει η Αθήνα σήμερα μιας και η περιοχή δεν έχει κάποια συγκεκριμένη ταυτότητα, ευκαιρία είναι η δυνατότητα εφαρμογής πιλοτικών προγραμμάτων σε διάφορους τομείς δεδομένης της υπάρχουσας αστικής ποικιλομορφίας, ευκαιρία είναι και η δυνατότητα παρέμβασης της πολιτείας με καινοτόμους τρόπους και χαμηλή οικονομική επιβάρυνση, στον δημόσιο χώρο.

Από την άλλη πλευρά απειλείται η ασφάλεια των κατοίκων της περιοχής, απειλείται η ανθρώπινη ακεραιότητα λόγω της αυξημένης παραβατικότητας που παρατηρείται σε αυτή. Απειλή είναι το διαρκώς διευρυνόμενο χονδρεμπόριο κινέζικων ειδών ένδυσης καθώς πολλαπλασιάζει τις παράνομες αποθήκες που παρατηρείται σε αυτή. Απειλή είναι το διαρκώς διευρυνόμενο χονδρεμπόριο κινέζικων ειδών ένδυσης καθώς πολλαπλασιάζει τις παράνομες αποθήκες που λειτουργούν στην περιοχή αλλοιώνοντας τον χαρακτήρα της κατοικίας, απειλή είναι το αυξανόμενο πλήθος των παράνομων στην πλειοψηφία τους οίκων ανοχής – 3% του συνόλου των κτιρίων στην περιοχή – απειλή είναι οι φωτιές που συχνά καίνε κτίρια και που οφείλονται σε εφήμερες καταλήψεις εγκαταλειμμένων κτιρίων από τοξικομανείς.

Οι πρωτοβουλίες και δράσεις της ΚΜ Πρότυπης Γειτονιάς είναι εκτεταμένες και απλώνονται σε ένα εύρος τομέων. Κάποιες από αυτές είναι διαμόρφωση προσωρινών κήπων, σε άδεια οικόπεδα της περιοχής, ανάδειξη του Δημόσιου Σήματος με δράσεις καθαριότητας, δημιουργία προσωρινής παιδικής χαράς αξιοποιώντας οικόπεδο του ΟΣΚ, καλλιτεχνικός φωτισμός της οδού Ιάσωνος (δρόμος με πολλούς οίκους ανοχής). Επίσης έχουν προχωρήσει και σε διεξαγωγή αρχιτεκτονικών εργαστηρίων για το δημόσιο χώρο, αλλά και σε ολοκληρωμένες πολεοδομικές προτάσεις που χρησιμοποιήθηκαν ταχύτατα από την τοπική αυτοδιοίκηση όπως οι «13 κινήσεις σε 12 μήνες». Οι 13 κινήσεις είναι οι εξής²⁷:

1. Εισαγωγή διαδικασίας από πλευράς του Δήμου Αθηναίων και της ΕΑΧΑ για την προσέλκυση και αξιολόγηση αρχιτεκτονικών και άλλων προτάσεων σχετικά με τη βελτίωση του δημόσιου χώρου.
2. Εισαγωγή συγκεκριμένου προγράμματος για την αξιοποίηση και διαχείριση των διατηρητέων κτιρίων του κέντρου.

²⁷ (<http://www.oliaros.com/?lang=en&p=272&title=Kerameikos-Metaxourgeio-13-actions-in-12-months>)

3. Ανασχεδιασμός της οδού Κεραμεικού και ήπιος ανασχεδιασμός της οδού Σαλαμίνας, σε σύνδεση με την προώθηση του Δημόσιου Σήματος και άλλων αρχαιολογικών ευρημάτων στην περιοχή ΚΜ, καθώς και σύνδεσή του αρχαίου κοιμητηρίου του Κεραμεικού που βρίσκεται νοτιοανατολικά της ΚΜ με την Ακαδημία Πλάτωνα που βρίσκεται βορειοδυτικά της ΚΜ.

4. Διαγωνισμός για την επανάχρηση του εγκαταλελειμμένου ΙΚΑ που βρίσκεται στη διασταύρωση των Πειραιώς και Μυλλέρου, με στόχο να επανενεργοποιηθεί το επίκεντρο της ΚΜ.

5. Θέσπιση φορολογικών ελαφρύνσεων και άλλων κινήτρων για την προώθηση της κατοικίας και της καινοτομίας στην ΚΜ.

6. Αξιοποίηση των ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών για την αστική ανάπτυξη, όπως το πρόγραμμα JESSICA στην ΚΜ.

7. Βελτίωση των συνθηκών ασφάλειας στη γειτονιά.

8. Αυστηρή εφαρμογή των χρήσεων γης στην περιοχή, με επικαιροποίηση, αν κρίνεται απαραίτητο, των ΖΟΕ.

9. Συμπερίληψη της περιοχής ΚΜ στο πρόγραμμα Αθήνα Αττική 2014 και στο Αθήνα 2020.

10. Ανασχεδιασμός και τελική μορφοποίηση της πλατείας Αυδή με επανεγκατάσταση του μοναδικού μόνιμου παιδότοπου της περιοχής.

11. Άμεση κατασκευή του ήδη σχεδιασμένου παιδικού σταθμού και δημοτικού βρεφονηπιακού σταθμού.

12. Εκτροπή των υπερτοπικών λεωφορειακών γραμμών από την περιοχή.

13. Εφαρμογή των μέτρων για την ελεγχόμενη στάθμευση.

Ό,τι δηλαδή προτείνεται έχει εν μέρει ήδη εφαρμοστεί ή σχεδιαστεί από τις πρωτοβουλίες της Πρότυπης γειτονιάς, οπότε νομιμοποιούνται οι ήδη τετελεσμένες ενέργειες, κατά κάποιο τρόπο. Όλοι οι διαγωνισμοί και τα εργαστήρια που πραγματοποιήθηκαν είχαν εξαρχής ως δεδομένους τους στόχους του κεφαλαίου στην περιοχή επιδεικνύοντας τις προβληματικές και την αίσθηση ανασφάλειας της περιοχής, για την οποία εν μέρει στοχοποιούνται οι κάτοικοι που δεν εμπίπτουν στη νόρμα του προτύπου, ενώ παράλληλα αξιοποιείται μια ρητορική που θα πρέπει να έχει ο κάτοικος μιας πόλης που ανταποκρίνεται στις νεοφιλελεύθερες ανάγκες του 21^{ου} αι.

Όπως εξηγεί ο Θ. Δοξιάδης, ένας εκ των αρχιτεκτόνων που ανέλαβαν την «αναδιαμόρφωση» της οδού Σαλαμίνας για λογαριασμό της ΚΜ Πρότυπης Γειτονιάς, «Η υπάρχουσα διαμόρφωση της οδού προκαλεί αίσθηση ανασφάλειας και τυχαιότητας στην οργάνωση του χώρου. Λόγω της πυκνής φύτευσης και του χαμηλού φωτισμού, παρατηρείται δυσκολία στην αντίληψη του χώρου, που σε συνδυασμό με τον μεγάλο αριθμό εγκαταλελειμμένων κτιρίων κατά μήκος της οδού, έχουν αυξήσει την εγκληματικότητα και την ανασφάλεια των κατοίκων και των επισκεπτών.» Ενώ από την άλλη, «Η προσέγγιση των αρχιτεκτόνων γίνεται στο πλαίσιο μιας ευρύτερης προβληματικής για τον επανασχεδιασμό του δικτύου δρόμων στο ΚΜ και βασίζεται στο τρίπτυχο reduce – reuse – recycle (μειώνω, επαναχρησιμοποιώ, ανακυκλώνω), προτείνοντας την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη οικονομία, επανάχρηση και ανακύκλωση των πόρων»²⁸.

²⁸ καθημερινή 08.08.2010 Δύο γειτονιές διεκδικούν το μέλλον

4.3 πολιτιστικές βιομηχανίες και εναλλακτική κουλτούρα

Η εικόνα και το στυλ της γειτονιάς είναι ένα από τα πιο ισχυρά διαπραγματευτικά χαρτιά στην ιστορία προώθησης και «ανάπτυξης» του Μεταξουργείου. Δεν είναι τυχαίο, ότι αν κανείς κάνει μια πρόχειρη αναζήτηση στις ιστοσελίδες των ΜΜΕ με τις λέξεις «Μεταξουργείο» ή «Κεραμεικός», αυτομάτως θα εμφανιστεί μια τεράστια λίστα με τοποθεσίες και events για διασκέδαση, έξοδο, εστίαση, πολιτισμό και πάει λέγοντας. Αυτό συμβαίνει γιατί, εδώ και πάνω από μια δεκαετία, έχουν συγκεντρωθεί πληθώρα μαγαζιών, μπαρ και καλλιτεχνικών χώρων στην περιοχή. Η αρχική τους συγκέντρωση όμως, αλλά και η διατήρηση και ο πολλαπλασιασμός τους στη γειτονιά, απαιτεί και τις κατάλληλες ιδεολογικές συνθήκες αναπαραγωγής του ύφους, που θα συνεχίσουν την κερδοφορία τους.

Πέντε χρόνια πριν, μια νεαρή δημοσιογράφος που συνεργαζόταν με τους «New York Times» είχε έρθει στην Αθήνα. Κάλυπτε το πολιτιστικό ρεπορτάζ, για την ακρίβεια έγραφε για ζητήματα πόλης και κουλτούρας. Περπάτησε στους δρόμους του ιστορικού Κέντρου, ήπια τα ποτά της στα μπαρ που είχαν αρχίσει να ξεφυτρώνουν στις κάθετες οδούς της πλατείας Συντάγματος, έμαθε για ορισμένες επενδύσεις που γίνονταν στον Κεραμεικό (έχουν ήδη παγώσει), έγραψε τις διευθύνσεις ορισμένων γκαλερί, κάπνισε μέσα σε μπαρ και, ενθουσιασμένη από τη διάχυτη ελευθεριακή ατμόσφαιρα, φεύγοντας, έγραψε ένα κομμάτι. «Η Αθήνα είναι το νέο Βερολίνο» ήταν ο τίτλος στη μεγαλύτερη εφημερίδα του κόσμου, καταλήγοντας πως όσο τα ενοίκια είναι φθηνά και η καλλιτεχνική πείνα ακόρεστη, η πόλη μπορεί σταδιακά να κλέψει τα ηνία της πολιτιστικής πρωτοπορίας από το Βερολίνο²⁹.

Η πόλη αποτελεί κατά βάση το πεδίο διεξαγωγής της πολιτισμικής δραστηριότητας, όχι μόνο μέσω πολιτιστικών δραστηριοτήτων εν γένει, αλλά και μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας στα πλαίσια του πολιτισμού. Μπορούμε να δούμε με τον τρόπο αυτόν την εμφάνιση δράσεων από νέες δημιουργικές κοινότητες, οι οποίες ήταν κατά μια έννοια κρυμμένες μέχρι σήμερα. Η πόλη, επομένως, και ιδιαιτέρως οι φτωχές συνοικίες ή περιοχές που μέχρι πρόσφατα ήταν στο περιθώριο, αποτελούν, υπό συνθήκες, ένα πρόσφορο έδαφος για να αναπτυχθούν ιδέες, καλλιτεχνικές και πολιτισμικές δραστηριότητες και καινούργιες αγορές. Αυτές ακριβώς, είναι οι αγορές που θα υποστηρίξουν –σε μια συνεχή αλληλεπίδραση– την ανάπτυξη του πολιτιστικού έργου, καθώς, χάρη στη συλλογική και δημιουργική πρωτοβουλία, αναπτύσσεται όλη η περιοχή. (Πούλιος και Τουλούπα)Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα για την περίπτωση της Αθήνας είναι το Γκάζι, το Μεταξουργείο και ο Κεραμεικός.

a_ οι εναλλακτικοί-δημιουργικοί χώροι

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 ορισμένες θεατρικές σκηνές αρχίζουν να εμφανίζονται δειλά στο Μεταξουργείο: το θέατρο Άτις, το θέατρο της Βασιλάκου, το θέατρο της Βαγενά, και ο Κρατήρας αναφέρονται σε πολλές συνεντεύξεις παλιών κατοίκων ότι ήταν οι πρώτες ενδείξεις στις αλλαγές χρήσεων γης. Σε περίπου παράλληλο χρόνο, αρχές δεκαετίας του 2000, εμφανίζονται νέου τύπου καφενεία όπως το Αστάρι ή ο Αιγύπτιος, στα οποία διαμορφώνεται η αντίστοιχη κουλτούρα του καφενείου-μεζεδοπωλείου. Η διασκέδαση, το προϊόν, δηλαδή, που προσφέρουν

²⁹ το βημα Το νέο Βερολίνο-Γιατί η Αθήνα μπορεί, αλλά δεν θα γίνει ποτέ η νέα παγκόσμια μόδα(12/01/2016)

εξαπλώνεται γρήγορα: αρκετοί θαμώνες/ καταναλωτές επηρεάζονται από το νέο προϊόν και ανοίγουν αντίστοιχους χώρους στη γειτονιά. Έτσι, μέχρι το τέλος της δεκαετίας, προκύπτουν πολλά νέα αντίστοιχου ύφους και φυσιογνωμίας (Αλεξανδρή 2013).

Τα καφενεία που ανοίγουν, απευθύνονται κυρίως στους μη μόνιμους κατοίκους της περιοχής, προσπαθούν να προσελκύσουν και ανθρώπους με πιο underground αναζητήσεις, προσφέροντάς τους ένα αυθεντικό στέκι, μακριά από τους εμπορευματοποιημένους χώρους μαζικής κουλτούρας. Η νέα αυτή πλευρά που εξαπλώνεται βρίσκει αποδοχή από μερίδα των υπάρχοντων κατοίκων, καθώς προσφέρει μια αίσθηση «ασφάλειας», ειδικά κατά τις νυκτερινές ώρες, με περισσότερη κυκλοφορία και φωτισμό. Σταδιακά βέβαια, ο κόσμος που προσελκύουν τα νέα καφενεία εκτοπίζουν τα παλιά στέκια και τον ντόπιο κόσμο καθώς η μόδα φέρνει και επισκέπτες από ανώτερα οικονομικά στρώματα.

Έτσι, στα ενδότερα του Μεταξουργείου κάνουν την εμφάνισή τους, κυρίως μετά το 2007, τα πρώτα εστιατόρια πολυτελείας. Φυσικά το κοινό στο οποίο απευθύνονται αυτά δεν έχει καμία σχέση με όλα τα προηγούμενα. Άλλωστε δεν είναι επιθυμία του καθενός να δοκιμάσει μοριακή γαστρονομία... Παρόλα αυτά το Funky Gourmet που το 2013 χαρακτηρίστηκε ως ένα από τα δέκα καλύτερα εστιατόρια του κόσμου³⁰, βρήκε στέγη στο Μεταξουργείο. Οι τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών μπορούν να είναι και απαγορευτικές για ένα «μέσο» καταναλωτή. Σε κάποια τηρείται και λίστα αναμονής! Μέσα σε όλα αυτά βρίσκει έδαφος και η ethnic κουζίνα με Ταϊλανδέζικα (Tamarind) και Φιλανδικά (Sofka) εστιατόρια.

Η δυναμική της περιοχής συνδέεται με συγκεκριμένη πελατεία, που καταναλώνει πιο επιλεκτικά σε σχέση με την πιο εμπορευματοποιημένη που αναπτύσσεται στο Γκάζι. Η πελατεία που έλκεται στο Μεταξουργείο, που πλέον διαφημίζεται ως η εναλλακτική συνοικία της πόλης, επιλέγει τα συγκεκριμένα μαγαζιά με βάση τις ιδιαίτερες επιλεκτικές και αισθητικές προτιμήσεις της (Αλεξανδρή 2013). Αυτή τη δυναμική διαβλέπουν οι νεότεροι επιχειρηματίες και επιλέγουν να τοποθετήσουν τις επιχειρήσεις τους στην περιοχή αυτή. Την εν δυνάμει εξευγενιστική δυναμική, που στο στόχαστρο θέτει τις καταναλωτικές συνήθειες ανώτερων οικονομικά στρωμάτων, συνθήκη που μπορεί να τους προσφέρει ένα κομμάτι από την πίτα της κερδοσκοπίας σε βάρος των μόνιμων και οικονομικά και κοινωνικά πιο ευαίσθητων μερίδων.

Από το χορό αυτό δε λείπουν και οι χώροι καλλιτεχνικής έκφρασης, όπως θέατρα και γκαλερί. Σύμφωνα με γνωστό blog για το Μεταξουργείο στο σύνολό τους σήμερα υπολογίζονται περίπου 30 τέτοιοι χώροι³¹. Τα κίνητρα των ιδιοκτητών αυτών των χώρων δε μπορούν να ταυτιστούν πλήρως με των προηγούμενων, σίγουρα όμως ποντάρουν στην «εναλλακτική» εικόνα και το ύφος της περιοχής. Για αυτό το λόγο οποιεσδήποτε εξευγενιστικές προθέσεις υπάρχουν, με έναν τρόπο τους βρίσκουν σύμφωνους και υποστηρικτικούς.

Σίγουρα, οι καλλιτεχνικές αναζητήσεις σε περιοχές που θεωρούνται υποβαθμισμένες, όπως το Μεταξουργείο, εκκινούν από την αναζήτηση χαμηλού ενοικίου σε συνδυασμό με ευρυχωρία σε τετραγωνικά. Ρόλο όμως παίζουν και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της γειτονιάς. Οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες θεωρούν ότι το Μεταξουργείο πληροί τα χαρακτηριστικά του ιδιαίτερου κλίματος που αναζητούν.

³⁰ <http://www.protothema.gr/stories/article/332810/funky-gourmet-to-6o-kalutero-estiatorio-tou-kosmou-einai-diko-mas/>

³¹ <https://metaxourgeio.wordpress.com/tag/%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B1/>

Η Ρεβέκκα Καμχή, μία από τις πρώτες ιδιοκτήτριες γκαλερί του Μεταξουργείου δηλώνει σε άρθρο της στην Καθημερινή: «Ο λόγος για τον οποίο επέλεξα τη γειτονιά του Μεταξουργείου είναι πρωτίστως οικονομικός. Κατάφερα να αγοράσω ένα υπέροχο ακίνητο, το οποίο μετατράπηκε σε γκαλερί αλλά και σε κατοικία μου. Στο Κολωνάκι όχι μόνο δεν υπάρχει εύκολα αντίστοιχο διαθέσιμο κτίριο, αλλά ακόμα και αν το έβρισκα δεν θα μπορούσα ποτέ να το αποκτήσω. Είμαι από τους ανθρώπους που πιστεύω ότι το οίκημα που φιλοξενεί την τέχνη έχει μεγαλύτερη σημασία απ' ό,τι το περιβάλλει. Αυτό δεν σημαίνει ότι για ένα καλαίσθητο οικοδόμημα θα πήγαινα ποτέ κάπου πολύ μακριά από το κέντρο.

Προτίμησα όμως να έρθω σε ένα περιβάλλον που είναι σχετικώς υποβαθμισμένο, αλλά υπάρχει έντονη η προοπτική να βελτιωθεί τα επόμενα χρόνια, καθώς σχεδιάζονται αναπλάσεις και πρωτοπόρες δράσεις. Υπάρχουν στη γειτονιά πολλοί συνειδητοποιημένοι πολίτες, που είναι διατεθειμένοι να κάνουν πράγματα, να αναλάβουν δράση και να μην αφήσουν την κατάσταση στη μοίρα της. Έτσι, είχα την αίσθηση ότι ερχόμενη, επένδυσα στο μέλλον».³²

Η βουλευτής, πλέον Άννα Βαγενά ήταν από τους πρώτους που επένδυσαν στη «θεατρική γειτονιά» του Μεταξουργείου, αφενός με τη δημιουργία του ομώνυμου θεάτρου, αλλά και με χώρο εστίασης. Η δραστηριότητά της δεν περιορίστηκε σε αυτά. «Μια σημαντική παράμετρος της καλλιτεχνικής δουλειάς της Άννας Βαγενά υπήρξε η παρέμβαση στη γειτονιά του Μεταξουργείου και η αναβάθμισή της με δράσεις εκτός των παραστάσεων του θεάτρου».³³

Η νέα μόδα των τελευταίων χρόνων θέλει τους χώρους δημιουργικής έκφρασης να μην περιορίζονται σε συγκεκριμένη χρήση. Η πολλαπλότητα της εποχής και η τάση για «καινοτομία» δημιούργησε την ανάγκη για «πολυχώρους» που θα στεγάσουν ομάδες ανθρώπων με διαφορετικά ενδιαφέροντα, που δε θα είναι μόνο χώροι καλλιτεχνικοί, αλλά και εκπαιδευτικοί, επιχειρηματικοί κ.ά. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το Εργαστήριο Δημιουργικής Ώσμωσης (Ε.Δ.Ω.) στην οδό Προφήτη Δανιήλ. Σύμφωνα με την άποψη ενός από τους εμπνευστές του «Όσο περισσότερες ιδιωτικές, καλαίσθητες και καλοπροαίρετες πρωτοβουλίες γίνουν, που θα μαζεύουν τον κόσμο και τους νέους είτε για διασκέδαση είτε για δημιουργία και συνεύρεση, τόσο θα βελτιώνεται η κατάσταση».

Ο χώρος, ένα παλιό συνεργείο αυτοκινήτων στον Κεραμικό, επενδυμένος τώρα μόνο με γυαλί, λειτουργεί σαν μια ανοιχτή δημιουργική κοινότητα, ένα με τον δρόμο και τη γειτονιά. Τα μεγάλα ανοίγματα, ο ισχυρός εμφανής σκελετός, η παντελής έλλειψη διακόσμησης και η ήσυχη αυλή προσφέρουν την απόλυτη μεταβιομηχανική εικονογραφία γι' αυτό που θέλει να γίνει το Ε.Δ.Ω. Εμπνευστές του ο βιομηχανικός σχεδιαστής Ευάγγελος Καϊμάκης και η αρχιτέκτων Βαλεντίνη Καϊμάκη, οι οποίοι, έχοντας συνειδητοποιήσει την απομόνωση που βιώνουν πολλοί νέοι Έλληνες δημιουργοί μετά την έξοδό τους από το ακαδημαϊκό περιβάλλον, επένδυσαν στη δημιουργία ενός ζωντανού, φιλόξενου δυναμικού χώρου, μιας ισχυρής πλατφόρμας συνεργασίας μεταξύ δημιουργών από όλο το φάσμα των τεχνών και, ταυτόχρονα, προσφέρει χώρο εργασίας, υποδομή και εγκαταστάσεις σε νέους καλλιτέχνες και ντιζάινερ.

«Πάντα θεωρούσαμε ότι αν είναι η γενιά μας να κάνει κάτι, θα το κάνει στο κέντρο της Αθήνας», λέει στην «Κ» ο κ. Ευάγγελος Καϊμάκης για την επιλογή της γειτονιάς. «Ο Κεραμικός είναι μια υποβαθμισμένη περιοχή που όμως διατηρεί την αίσθηση της γειτονιάς. Χωρίς να είναι έντονα οικοδομημένη έχουμε δίπλα μας τα πάντα, ενώ για εμάς πληροί τις προδιαγραφές για εύκολες συγκοινωνίες και πρόσβαση, ελεύθερους χώρους, υπηρεσίες και διασκέδαση».(καθημερινή, Ε.Δ.Ω. στον Κεραμικό, η Αθήνα δεν το βάζει κάτω, 05.11.2010)

³² 22.05.2010 ΑΠΟΨΗ : Στο Μεταξουργείο υπάρχει προοπτική, Της Ρεβέκκας Καμχη

³³ καθημερινή, 04.10.2014 Μεταξουργείο, εστία ζωής και ελπίδας, ετών 15 ΣΑΝΤΡΑ ΒΟΥΛΓΑΡΗ)

Πριν στεγαστεί εκεί το Ε.Δ.Ω., τη θέση του είχε άλλος ένας πολυχώρος-δημιουργική πλατφόρμα το Συνεργείο. Πλέον το Συνεργείο στεγάζεται σε νέο χώρο στη γωνία Λεωνίδου και Κολωνού. Παρόμοιες δράσεις έχουν και η Kunsthalle Athena καθώς και η Ατοπος.

Το «Συνεργείο» φιλοξενεί παραστάσεις, εκθέσεις και συναυλίες. Δεν πρόκειται για έναν ακόμη «πολυχώρο» σπεύδει να ξεκαθαρίσει η Γιολάντα Μαρκοπούλου. «Είμαστε μια ομάδα που δουλεύει από κοινού σε αυτό το κτίριο. Παράλληλα «συγκατοικούμε» με τους μετανάστες και τους υπόλοιπους κατοίκους και επισκέπτες της περιοχής και στηριζόμαστε στην έννοια της ομάδας και τη συνεργασία μεταξύ των τεχνών, «ανακυκλώνοντας» συνεχώς τα σκηνικά, τα props, ακόμη και τους ηθοποιούς». Η Γιολάντα Μαρκοπούλου γνωρίζει πολύ καλά ότι η πρώτη εντύπωση που δίνει η περιοχή δεν είναι και η καλύτερη. «Όποιοι θελήσει, όμως, να έρθει, θα νιώσει αμέσως αυτό που νιώσαμε κι εμείς, την αίσθηση της γειτονιάς, με κεντρικό σημείο το αιγυπτιακό καφενείο της απέναντι γωνίας, απ' όπου παίρνουμε καφέ, ζητάμε πληροφορίες, αφήνουμε τα κλειδιά. Συνεχίζουμε να αντλούμε υλικό από τη γειτονιά μας και ήδη έχουμε κάνει εκθέσεις με τη συμμετοχή προσφύγων, που ζουν στην περιοχή».

Η Kunsthalle Athena, πρωτοβουλία της επιμελήτριας και τεχνοκροτικού Μαρίνας Φωκλίδη, δεν είναι ούτε αίθουσα τέχνης ούτε φουάρ ούτε μουσείο. Βασικός στόχος της είναι να προσφέρει έναν εντελώς διαφορετικό τρόπο εμπειρίας σύγχρονης τέχνης διεθνούς επιπέδου. Το νεοκλασικό κτίριο στην οδό Κεραμεικού, με σαφή τα σημάδια του χρόνου, μεταμορφώθηκε σε «μια ζωντανή πλατφόρμα γνώσης και ψυχαγωγίας, σε μια ελεύθερη ζώνη ανταλλαγής απόψεων μακριά από πρωτόκολλα και ιεραρχήσεις».

Στις αρχές του μήνα άνοιξε στην οδό Σαλαμίνος η νέα έδρα της Ατοπος, του πολιτισμικού οργανισμού που ίδρυσαν ο ενδυματολόγος Βασίλης Ζηδιανάκης και ο αρχιτέκτονας Στάμος Φαφαλιός. Στο άριστα ανακαινισμένο παλιό αθηναϊκό σπίτι στεγάζονται πλέον η εξαιρετικά ενδιαφέρουσα συλλογή μόδας με ειδικευση στα ρούχα από χαρτί, η βιβλιοθήκη, οι ερευνητές και οι εθελοντές της Ατοπος. «Μόλις είχε ολοκληρωθεί η αποκατάσταση του κτιρίου και είπαμε «εδώ είμαστε». Δεν ψάχναμε επί τούτου στον Κεραμεικό, αλλά ποτέ δεν θα πηγαίναμε στο Κολωνάκι ή στη Βασιλίσσης Σοφίας», μας λέει ο κ. Στάμος Φαφαλιός, ο οποίος πιστεύει ότι σήμερα η κατάσταση είναι λίγο καλύτερη σε σχέση με τρία χρόνια πίσω, όταν άρχισε να ανακατασκευάζεται το κτίριο. (Καθημερινή, Η Αθήνα ελπίζει και δημιουργεί, 20.11.2010)

Άλλο παράδειγμα τέτοιου πολυχώρου αποτελεί το Βίος, το οποίο έχει αμιγώς πιο επιχειρηματική δραστηριότητα από τα άλλα, παρόλα αυτά σχετίζεται και αυτό με την καλλιτεχνική έκφραση, φιλοξενώντας καλλιτέχνες στους χώρους του.

Με έμφαση στον σύγχρονο πολιτισμό

Το 2001 ξεκίνησε ως φεστιβάλ νέων μέσων και αργότερα απέκτησε μορφή με την ονομασία Βίος, λέει ο κ. Β. Χαραλαμπίδης, καλλιτεχνικός διευθυντής του πολιτιστικού κέντρου που λειτουργεί από τότε στο διατηρητέο, ιστορικό, βιομηχανικό κτίριο της οδού Πειραιώς, το παλιό εργοστάσιο χρωμάτων συνολικής έκτασης 1.500 τ.μ. το οποίο μισθώθηκε για αυτόν τον σκοπό. Σήμερα έχει μετατραπεί σε ένα πολυμορφικό κτίριο που στεγάζει δύο πολυχρηστικούς χώρους όπου πραγματοποιούνται συναυλίες, εικαστικές εκθέσεις, ομιλίες, οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις και θεατρικά δρώμενα, δύο αίθουσες για ψηφιακές θεματικές προβολές, αφού διατηρείται και μια ταινιοθήκη από τον χώρο του θεάτρου και του χορού, αλλά και διαλέξεις και εργαστήρια και, τέλος, το φουαγέ που λειτουργεί ως καφέ-μπαρ. Παράλληλα στο κτίριο υπάρχουν και ξενώνες για τη φιλοξενία ατόμων που συνεργάζονται με το κέντρο (artists in residence).

Από την έναρξη της λειτουργίας του Βίος ως σήμερα η αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία αποτελείται από μια ομάδα ανθρώπων η οποία επιμελείται όλες τις δράσεις με έμφαση στη σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία και στον αστικό τρόπο ζωής, μετρώνας περισσότερες από 300 εκδηλώσεις με τη συνεργασία και φορέων όπως το Βρετανικό Συμβούλιο και το Ινστιτούτο Goethe, ο Δήμος Αθηναίων, η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, το υπουργείο Ανάπτυξης και η Βουλή των Ελλήνων. Από την άλλη, ο κ. Χαραλαμπίδης διαχωρίζει τη λειτουργία του από μια «αμιγώς επιχειρηματική ιδέα», μια και αυτή θα αποσκοπούσε στην κερδοφορία και όχι τόσο στην πολιτιστική δραστηριοποίηση, όπως συμβαίνει σε αυτή την περίπτωση. Η χρηματοδότηση, εξάλλου, που στο πέρασμα των χρόνων υπολογίζεται σε 2 εκατ. ευρώ, προέρχεται από «ίδιους πόρους» αφού η ομάδα που το αποτελεί διατηρεί γραφείο σχεδιασμού, ενώ υπάρχουν και μικρές χρηματοδοτήσεις, με εξαίρεση το κράτος, καθώς και τα έσοδα από το φουαγέ και τα εισιτήρια. (το βήμα, Επιχείρηση Πολυχώρος, 21/12/2008)

β_ REMAP και communitism

Ο λόγος για τον οποίο όλοι οι παραπάνω επιλέγουν το Μεταξουργείο ως έδρα για τις δραστηριότητές τους, έχει σχέση δίκτυα που αναπτύσσονται ανάμεσα στους καλλιτέχνες, αλλά παίζει ρόλο και το γεγονός ότι το φαινόμενο αυτό λειτουργεί σωρευτικά. Όσο περισσότερες καλλιτεχνικές δραστηριότητες διαδραματίζονται στην περιοχή, τόσο καθιερώνεται μια κουλτούρα που «δοκιμασμένα» λειτουργεί στην εκεί. Για αυτό το λόγο καταλυτική ήταν η επίδραση των οργανωμένων καλλιτεχνικών δράσεων στα πλαίσια των φεστιβάλ ReMap, που διοργανώθηκαν από την εταιρεία Oligos.

Η ReMapKM είναι παρακλάδι της ΚΜΠρότυπης Γειτονιάς που διοργανώνει την πλατφόρμα σύγχρονης τέχνης ReMap. Χρηματοδοτείται ιδιωτικά από την Oligos. Μέχρι στιγμής έχουν διοργανωθεί 4 εκθέσεις, το ReMap 1 (2007), το ReMap 2 (2009), το ReMap 3 (2011), το ReMap 4 (2013), με συμμετοχή πάνω από 900 καλλιτεχνών, ντόπιων και ξένων. Η πλατφόρμα έχει συνεργαστεί και με τους Athens Biennale, Kunsthalle Athena, Deste Foundation, NEON, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, ΕΜΣΤ, αλλά και άλλα μικρότερα ιδρύματα. Οι τρέχουσες οικονομικές και πολιτικές συνθήκες έχουν αποτρέψει τη διεξαγωγή του 5ου δρομολογημένου ReMap, σύμφωνα με τους διοργανωτές του.

Οι ίδιοι υποστηρίζουν ότι, το ReMap είναι μια διεθνής πλατφόρμα σύγχρονης τέχνης, ανοικτή για το κοινό, που πραγματοποιείται κάθε δύο χρόνια στην περιοχή του Κεραμεικού-Μεταξουργείου (ΚΜ), παράλληλα με την Μπιενάλε της Αθήνας. Στόχοι του είναι η ανάδειξη της περιοχής σε σημείο αναφοράς της σύγχρονης δημιουργίας και σε διεθνές κέντρο παραγωγής και προβολής σύγχρονου πολιτισμού, η δημιουργία ενός εναλλακτικού τρόπου επαφής του κοινού με την τέχνη και η δημιουργία μιας νέας, σύγχρονης ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας, μέσω ενός σύγχρονου εκθεσιακού προγράμματος³⁴.

Η σημασία της τέχνης ως μέσο πίεσης και μετασχηματισμού των ιδεολογικών προτύπων, φαίνεται από το γεγονός ότι η επένδυση στην ανάπτυξη των καλλιτεχνικών δράσεων ήταν η πρώτη κίνηση της εταιρίας, μέσα από την οποία έγινε γνωστή, αφού είχε συγκεντρώσει σαρανταπέντε ακίνητα στα περισσότερα από τα οποία πραγματοποιήθηκαν και οι εκθέσεις του ReMap. Η κίνηση αυτή, δέχτηκε αντιθετικές κριτικές. Από την μια την επιδοκίμασία από τα περιοδικά lifestyle, σελίδες στο διαδίκτυο και από μεγάλο μέρος του τύπου. Από την άλλη δέχτηκε σκληρή κριτική και αποδοκίμασία από όσους έβλεπαν, όχι απλά μια έκθεση τέχνης, αλλά την ενεργοποίηση διαδικασιών εξευγενισμού(Κατσαούνη 2014).

Ειδικά στο διάστημα που διαδραματίστηκαν τα δρώμενα, η θεματολογία αντλήθηκε σχεδόν αποκλειστικά από ζητήματα κοινωνικού περιεχομένου που γεννά η κρίση. Ακόμα και οι Times αφιερώνουν άρθρο στο οποίο περιγράφουν πώς η κρίση χρέους έγινε η μούσα των καλλιτεχνών στην Αθήνα, δίνοντας έμφαση στην αντίθεση της στασιμότητας και υποανάπτυξης στους άλλους τομείς μεν, στην άνθιση της τέχνης δε³⁵.

³⁴ <http://www.remapkm.org/main/index.php>

³⁵ 14 OCTOBER 2011, Rachel Donadio, NY Times: Greece's Big Debt Drama Is a Muse for Its Artists)

Εδώ ενυπάρχει και η ειρωνεία του ReMar. Από τη μια τα έργα υποτίθεται γενούν κοινωνική ευαισθησία με όχημα την τέχνη, από την άλλη παρασκευαστικά η διοργάνωση μόνο κοινωνικά ευαίσθητη δεν μπορεί να χαρακτηριστεί. Καθώς η πλειοψηφία των κτιρίων που διατίθενται ανήκουν στην Ολιγας, έχουν παρατηρηθεί φαινόμενα «σκούπας». Μπορεί στα κτίρια να διαμένουν οικογένειες ντόπιες ή μεταναστών με μεγάλες οικονομικές δυσκολίες, παρόλα αυτά να εκτοπίζονται βίαια εν μια νυκτί για τις ανάγκες των εκθέσεων³⁶. Πέρα από την επέμβαση της αστυνομίας, έχουν υπάρξει καταγγελίες ακόμα και για κόψιμο νερού και ρεύματος, ώστε να εξωθηθούν οι κάτοικοι³⁷. Η άλλη αθέατη πλευρά είναι το καθεστώς εργασίας εργαζομένων στις παρυφές των καλλιτεχνικών δρώμενων. Καθώς εν τέλει το κοινό που παρακολουθεί τα ReMar αποδεικνύεται ιδιαίτερα «απαιτητικό», οι εργαζόμενοι που δουλεύουν π.χ. σε ινδικό εστιατόριο που φιλοξενεί εγκαίρως της έκθεσης, βιώνουν ένα ιδιαίτερα ασφυκτικό πλαίσιο. Είναι σαν να υπάρχουν δυο επίπεδα διεξαγωγής που απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ανθρώπων. Το ένα είναι το επιφανειακό που αναφέρεται στην φιλότιμη καλή κοινωνία, και το άλλο αφορά αυτούς που αποτελούν τη βάση πάνω στην οποία στηρίζεται το «οικοδόμημα» του ReMar. Όπως παρατηρείται σε άρθρο του Βήματος ο συνδυασμός Ινδών μαγείρων, πεινασμένων φιλότεχνων και της γριάς Κοχύλως(έργο της έκθεσης) δεν είναι και πολύ επιτυχημένος, καθώς «το Remar, που αποσκοπεί να αναζωογονήσει μέσω της τέχνης τις περιθωριοποιημένες περιοχές της πόλης, κερδίζει τη μάχη του τρέντι αλλά χάνει την ουσία.»

Πεινασμένοι φιλότεχνοι

Κατεβαίνοντας τη σκάλα βλέπουμε τους ινδούς μάγειρες και το προσωπικό του εστιατορίου να ετοιμάζουν πυρετωδώς τα πιάτα μέσα στην κουζίνα. Αγχωμένοι από την ευθύνη των εγκαίνων, έκπληκτοι από όλον αυτόν τον κόσμο που ανακάλυψε ξαφνικά το μαγαζί τους, κάνουν το παν για να εξυπηρετήσουν τους πεινασμένους φιλότεχνους των Αθηνών. Στον πρώτο όροφο επικρατεί πανικός. Η μεγάλη παρέα στη γωνία έχει ήδη σερβιριστεί και απολαμβάνει κοτόπουλο κόρμα ή μασάλα, αρακά και αφράτο ψωμί ναν. Η λογική των μοδάτων κλαμπ μάς κυνηγά ακόμη κι εδώ, σκέφτομαι: οι «προνομιούχοι» κάθονται πρώτο τραπέζι πίστα και τρώνε πριν από τον «όχλο». Ο ιδιοκτήτης του καταστήματος χαμογελά υπερήφανος πίσω από το μπαρ, καθώς οι υπάλληλοί του τρέχουν πάνω κάτω να μας εξυπηρετήσουν. Η ομοιομορφία των επισκεπτών βγάζει μάτι. Οι χαρακτηριστικοί θαμώνες των εγκαίνων που συναντά κανείς καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου στις γκαλερί της πόλης ήρθαν να δώσουν το «παρών» στο πρώτο μεγάλο εικαστικό γεγονός του φθινοπώρου. Παρ' όλες τις διακηρύξεις της ότι ως διοργάνωση αποσκοπεί στο να αναζωογονήσει τις περιθωριοποιημένες περιοχές της Αθήνας και να προκαλέσει δημιουργικό διάλογο μεταξύ των κατοίκων, των μεταναστών και των ανθρώπων της τέχνης, η Remar απευθύνεται τελικά στους λίγους, στους «ειδήμονες», στους γνωστούς. Η μείξη είναι ψευδεπίγραφη. Οι μετανάστες που μαγειρεύουν σε απόσταση αναπνοής ή όσοι περνούν απ' έξω απορημένοι δεν εμπλέκονται σε κανέναν διάλογο, γίνονται απλοί μάρτυρες ενός αυτάρεσκου μονολόγου. Μοιραία συνέπεια, θα μπορούσε να πει κανείς, όταν η λογική που καθοδηγεί ολόκληρο τον χώρο σήμερα, από τους γκαλερίστες ως τους καλλιτέχνες, επικεντρώνεται στη μάχη του τρέντι και φυσικά στην προσέλκυση συλλεκτών. Αυτό είναι το μόνο που ενδιαφέρει πραγματικά και όλα τα άλλα λειτουργούν απλώς ως ορεκτικό με γεύση κάρι. (το βήμα, Θάνατος στο Μεταξουργείο, 18/09/2011)

Όπως αποτυπώνεται και από το παραπάνω απόσπασμα, εν τέλει τίθεται και το ερώτημα σε ποιους απευθύνεται το ReMar; Μπορεί η τέχνη της συγκεκριμένης διοργάνωσης να έχει χαρακτήρα ριζοσπαστικό ή απελευθερωτικό, και αν ναι τότε προς ποια κατεύθυνση; Όταν οι χορηγοί και διοργανωτές είναι αυτοί οι οποίοι επιδιώκουν την «εκκαθάριση» της περιοχής και αντίστοιχα οι δέκτες είναι οι μεσοαστοί «υποψήφιοι

³⁶ (ελευθεροτυπία, ΜΑΡΙΑ ΜΑΡΑΓΚΟΥ ,19 Ιουνίου 2009, Η «σκούπα» της σύγχρονης τέχνης)

³⁷ το βήμα ReMar4: Φαντασιώσεις στο Μεταξουργείο, Αστροπέλλου Μαριλένα, 24/09/2013)

πελάτες», σίγουρα κανείς από τους δυο δε θα ενδιαφερθεί για τα πραγματικά κοινωνικά προβλήματα που κρύβονται κάτω από το χαλί. Μιλούν για συνέπειες της κρίσης, όταν κόβουν ρεύμα και νερό. Μιλούν για άστεγους, όταν εκκενώνουν κατειλημμένα κτίρια. Ευαγγελίζονται πολυπολιτισμικότητα, όταν παράλληλα δείχνουν με το δάχτυλο μετανάστες...

Τα τελευταία χρόνια, που δεν πραγματοποιείται το REMAP, έχει ξεκινήσει τη δραστηριότητά της μια νέα ομάδα/ΑΜΚΕ, κοντινού περιεχομένου, διαφορετικής κλίμακας όμως, το Communitism. Το όλο εγχείρημα ξεκίνησε από μια δημιουργική ομάδα, η οποία αποφάσισε να εδραιώσει τις δράσεις της σε ένα εγκαταλελειμμένο νεοκλασικό διατηρητέο κτίριο στη συμβολή των οδών Παραμυθιάς και Σαλαμίνας. Η ομάδα του Communitism, που ο σκληρός πυρήνας της απαρτίζεται από 14 άτομα, ήρθε σε συμφωνία με τον ιδιοκτήτη για αποκατάσταση και χρήση του κτιρίου. Ο ιδιοκτήτης προέβη σε μερικές επισκευές, κυρίως στη στέγη, και η ομάδα ανέλαβε με μικροεργασίες να ξανακάνει το κτίριο βιώσιμο, χωρίς να επέμβουν στην υπάρχουσα αισθητική του κτιρίου ή της γειτονιάς εν γένει. Με αυτόν τον τρόπο οι συντελεστές θεωρούν ότι επικουρούν στο έργο συντήρησης των κτισμάτων, με μη επιθετικό τρόπο.

«Η ομάδα του Communitism, με εργαλείο την τέχνη, επιχειρεί να βρει λύσεις εκεί που η πολιτεία αδυνατεί, με την αλληλεπίδραση της τοπικής κοινωνίας με Έλληνες και διεθνείς καλλιτέχνες εντός του κτιρίου, με αισθητό αντίκτυπο σε αυτό αλλά και τη γειτονιά...Η τέχνη είναι η κόλλα μας»³⁸. Με τέτοιου τύπου πρακτικές πιστεύουν ότι βάζουν ένα ανάχωμα στις τάσεις εξευγενισμού που υφίστανται στο Μεταξουργείο, σε μια διαφορετική κατεύθυνση από την κυρίαρχη, με τρόπο που οι κάτοικοι μπορούν ελέγξουν έναντι των μεγάλων συμφερόντων. Η πρώτη εκδήλωση του Communitism πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2016 με ποικίλες δραστηριότητες: εργαστήρια, ανοιχτή συζήτηση, έκθεση και πάρτι. Στην ανοιχτή συζήτηση παρουσιάστηκε το πρότζεκτ και συζητήθηκαν ζητήματα συντήρησης των κτιρίων πολιτιστικής κληρονομιάς, και μέθοδοι συλλογικής συμβολής σε αυτόν το σκοπό, μεταξύ ιδιοκτητών, κοινοτήτων και πολιτείας. Σύμφωνα με τα λεγόμενα της ομάδας «το πάρτι και η παρουσίαση των έργων που θα έχουν δημιουργηθεί, θα έχουν στόχο την συγκέντρωση πόρων, ώστε να μπορεί η ομάδα να συνεχίσει στα επόμενα βήματα, με απώτερο σκοπό την πλήρη αποκατάσταση του κτιρίου και τη δημιουργία του Διαπολιτισμικού Κέντρου» που οραματίζονται.

Όπως καταγράφουν οι ίδιοι στη σελίδα τους³⁹

Ο στόχος: Αφού θα έχουμε καταφέρει να ενεργοποιήσουμε τη διαδικασία διάσωσης του κτιρίου μέσω συλλογικών δράσεων, ο μακροπρόθεσμος στόχος μας είναι να δημιουργήσουμε ένα Διαπολιτισμικό Κέντρο: Έναν κοινό χώρο, όπου η τοπική κοινωνία, οι Έλληνες και οι ξένοι καλλιτέχνες θα μπορούν να συνυπάρχουν ισότιμα, να συνδημιουργούν και να εκθέτουν τη δουλειά τους. Αυτό σημαίνει πως η τέχνη θα έχει ρόλο ενωτικό για όλες αυτές τις διαφορετικές κοινωνικές ομάδες, που ζουν, εργάζονται και επισκέπτονται το Μεταξουργείο καθημερινά. Αυτό το μοντέλο οραματιζόμαστε να καταγράψουμε και να μοιραστούμε με δημιουργικές ομάδες που ενδιαφέρονται να το υιοθετήσουν.

Τα οφέλη είναι πολλαπλά: Ενισχύουμε τη διατήρηση της παράδοσης μέσω των αφηγήσεων της τοπικής κοινωνίας, δημιουργικοί άνθρωποι βρίσκουν απασχόληση με τους δικούς τους όρους και το αποτέλεσμα των συλλογικών δράσεων επιστρέφει στην τοπική κοινωνία που τις γεννά.

Αυτή η προσπάθεια σίγουρα δεν είναι τόσο μεγάλης εμβέλειας, ούτε έχει τους μεγάλους χορηγούς που έχει το REMAP, και σίγουρα οι προθέσεις της δεν κινούνται στην ίδια κατεύθυνση. Μπορεί μεν και αυτοί να χρησιμοποιούν ως κεντρικό στοιχείο την

³⁸ propaganda, Ο «πύργος» του Μεταξουργείου θα ζήσει μια δεύτερη ζωή, Φιλίππα Δημητριάδη, 02.04.2016)

³⁹ (<https://communitism4art.wordpress.com/about-2/>)

τέχνη, αναγνωρίζουν όμως τους κινδύνους του εξευγενισμού και ποντάρουν στο διαπολιτισμικό στοιχείο, προσπαθώντας να το ενισχύσουν. Τα πρώτα εργαστήρια έγιναν δωρεάν.

Αυτό το διάστημα, τον Απρίλιο του 2017, πραγματοποιείται το δεύτερο Communitism, με τη θεματική : Identity Issues- Does the land own you or do you own the land?

Το πλαίσιο διεξαγωγής του φετινού φεστιβάλ ασχολείται με ζητήματα ταυτότητας, πολιτισμικά και ιδεολογικά πρότυπα και το κάλεσμα είναι το εξής

Ζούμε στην Ελλάδα, στην Αθήνα. Μεγαλώσαμε σε ένα περιβάλλον απόρριψης της ανατολικής, Βαλκανικής ή νότιας ταυτότητάς μας και πλήρους αποδοχής της «δυτικής κουλτούρας». Ως εκ τούτου, μελετήσαμε εντατικά ευρωπαϊκές γλώσσες και φανταχτερά επαγγέλματα, με ένα συγκεκριμένο στόχο: να ταιριάξουμε στα δυτικά πρότυπα. Ταξιδεύουμε, προσπαθώντας να ταυτιστούμε με κάτι από τις ευρωπαϊκές χώρες. Και όμως, δεν ταυτιζόμαστε πλήρως με τίποτα.

Φαίνεται σαν να είμαστε ένα είδος από μόνοι μας.

Είμαστε ακόμα εδώ, πάντα επιστρέφουμε στην Αθήνα. Είναι δυνατόν να είμαστε υπερήφανοι για 'αυτήν; Μέσα σε έναν αιώνα, η Αθήνα έχει αυξηθεί 100 φορές: Από μια πόλη 40.000 μεγάλωσε σε μια πόλη 4.000.000 κατοίκων. Κάπου ανάμεσα στις δυσλειτουργίες, τη γραφειοκρατία, τον επαρχιωτισμό, τη διαφθορά, τους πολέμους και τα καθεστώτα, κάτι πρέπει να έχει πάει καλά.

Έτσι, αποφασίσαμε να πάμε προς τα πίσω και αυτή τη φορά να μην αναζητήσουμε τις επίσημες μαρτυρίες. Να ψάξουμε σε θραυσματικές, ξεχασμένες και ανεπίσημες ιστορίες, για να αναζητήσουμε τι είναι αυτό που μας διαμόρφωσε. Τι πήγε στραβά, το ξέρουμε ήδη. Ψάχνουμε πίσω στις ρίζες μας, για να βρούμε την έμπνευση που χρειαζόμαστε, αν θέλουμε να προχωρήσουμε ενωμένοι.

Έτσι, εστιάζουμε στους άξονες που διέπουν την τοπική καθημερινή ζωή, για να καταλάβουμε πώς αυτή εξελίχθηκε:

Ο Θεσμός της οικογένειας, η παράδοση και η θρησκεία.

Ο τρόπος που τρώμε, πίνουμε και κοινωνικοποιούμαστε.

Κατάφερε πάντα η γλώσσα μας να μας συνδέει;

Πώς σχετιζόμαστε με τις αρχαίες ρίζες μας;

Τι κάνουμε με τους ήρωες και ηρώιδες μας;

Ποια ήταν τα σύμβολα αυτών των εποχών;

Οι γειτονίες μας και η αίσθηση αστικότητας.

Ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε την εκπαίδευση.

Και τι γίνεται με τη σεξουαλικότητα και το φύλο;

Όπως φαίνεται από το παραπάνω κάλεσμα, τα ζητήματα που απασχολούν την ομάδα και οι θεματικές που μελετώνται, είναι αντίστοιχα με αυτά που τίθενται το τελευταίο διάστημα σε σχέση με την κρίση και το μέλλον του κέντρου. Η πλήρης κατεύθυνση και το ύφος του Communitism, καθώς και ο αντίκτυπος που αυτό θα έχει είναι κάτι που θα κριθεί το επόμενο διάστημα. Οι δράσεις αυτής της ομάδας, πάντως δεν προπαγανδίζονται από τα επίσημα αστικά ΜΜΕ, ούτε από τις μαζικότερες ναιολαιίστικες μορφές free press, αλλά από μικρότερης εμβέλειας sites, εναλλακτικού χαρακτήρα.

γ_ Φεστιβάλ χρωμάτων, καρναβάλι, graffiti

Τα επετειακά ραντεβού που καθιερώνουν έναν χαρακτήρα στην περιοχή, όσον αφορά τα πολιτιστικά δρώμενα δε σταματούν εκεί. Ένα γεγονός που γίνεται όλο και πιο δημοφιλές και τραβά επισκέπτες από όλη την Αθήνα είναι το αποκριατικό καρναβάλι του Μεταξουργείου. Οργανώνεται από ομάδες κατοίκων και ιδιοκτήτες χώρων εστίασης της περιοχής, φίλα προσκείμενους στην εναλλακτική κουλτούρα, κυρίως γύρω από αυτούς που διαχειρίζονται και το blogspot του Μεταξουργείου(metaxourgeio.wordpress.com). Το event γίνεται χωρίς χορηγούς, με

προσωπικά έξοδα των συμμετεχόντων, άλλη μια πρωτοβουλία από τα κάτω. Οι διοργανωτές προσπαθούν να εμφυσήσουν ένα πνεύμα συνεργατικό, που θα καλεί όλους τους κατοίκους και μη να συμμετέχουν, ανεξαρτήτως εθνικότητας. Στην κίνησή τους αυτή, μάλιστα, δίνουν έμφαση με το να καταγράφουν στις προπαγανδιστικές αφίσες τα καλέσματα και σε άλλες γλώσσες, σε μια απόπειρα να συμπεριληφθεί και η μεταναστευτική κοινότητα της περιοχής.

Η πρώτη εμφάνιση του καρναβαλιού του Μεταξουργείου έγινε το 2010 και μέχρι σήμερα(2017) συνεχίζει με αυξανόμενη επιτυχία. Τα ΜΜΕ «αγκαλιάζουν» και διαφημίζουν την κίνηση, προσδίδοντας της αυθεντικότητα, ενάντια στα «ξενόφερτα και εμπορευματικά» έθιμα που χαρακτηρίζουν τη διεξαγωγή κλασικών καρναβαλιών όπως της Πάτρας ή του Μοσχάτου. Το πόσο ενσωματώνεται από τα κυρίαρχα ΜΜΕ φαίνεται και από το γεγονός ότι δεν ασχολούνται μαζί του μόνο νεολογιστικά έντυπα, αλλά και εφημερίδες που απευθύνονται σε πιο «σοβαρό και μεγαλύτερης ηλικίας κοινό», όπως η Καθημερινή. «Περπατώντας στην περιοχή, συναντούσες σποραδικά μικρές εστίες γλεντιού. Όχι προγραμματισμένες εκδηλώσεις αλλά αυθόρμητες συνυπάρξεις. Μπορεί η κρίση να φωτίζει αλλιώς παρόμοιες συναντήσεις, να δίνει διαφορετικό περιεχόμενο και αξία σε οικεία, αυτήν την περίοδο του χρόνου, διαλείμματα. Η ατμόσφαιρα δεν ήταν συνηθισμένη. Είχε κάτι συγκινητικό και αισιόδοξο. Δεν συνεπαγόταν καμιά τελετουργία ή τυπικό, δεν ήταν στείρα, μοναχική και εξατομικευμένη, όπως συμβαίνει συχνά σε κοινωνικά ή πολιτιστικά γεγονότα. Δεν μεσολαβούσαν εισιτήρια ή προσκλήσεις, οικονομική δαπάνη, επιβεβλημένοι κώδικες συμπεριφοράς»⁴⁰.

Στα αφιερώματα αποθεώνεται το αυθόρμητο και η ικανότητα του συγκεκριμένου γεγονότος να αναμείξει επιτυχώς πολλές κοινωνικές κατηγορίες, μόδες, παρίες και μη.

Μεγαλώνοντας στην Πάτρα, απέκτησα μια απέχθεια για το καρναβάλι, όχι για το παγκόσμιο έθιμο καθαυτό αλλά για την (νέο) ελληνική εκδοχή του, με το σεφερλικό χιούμορ, την απουσία ουσιαστικού διονυσιασμού (sorry guys, οι μαυροδάφνες δεν πιάνονται) και πραγματικής καρναβαλικής μουσικής, που μάλλον δεν είναι το «Μαρακαϊμπο» και το «Λάμπω» της Άννας Βίση. Πάντα νόμιζα ότι το πραγματικό καρναβάλι γινόταν στη Νέα Ορλεάνη, σε καμία περίπτωση στο Ρίο ή στη Βενετία, με τις καλοσχεδιασμένες μεν, βαρετές δε στολές. Πολλές πόλεις της Ελλάδας αλλά και γειτονίες της Αθήνας (βλ. Μοσχάτο και Ρέντη) προσπάθησαν να αντιγράψουν τον κωδικό του πατρινού καρναβαλιού με τραγικά αποτελέσματα, ακόμα περισσότερο συσσωρευμένο trash, ακόμα περισσότερους γυμνούς κώλους, ακόμα περισσότερα σκυλάδικα, ακόμα χαμηλότερη αισθητική. Και ξαφνικά έρχεται το Μεταξουργείο, αυτή η τόσο ιδιαίτερη και ιστορική γειτονιά που έχει βάλει στο ίδιο καζάνι την παλιά Αθήνα, τα νέα μπουρδέλα, τις γκαλερί και τους μετανάστες χωρίς να έχει αλλοιωθεί κατ' ουσίαν, για να διοργανώσει το πιο αυθεντικό καρναβάλι της Ελλάδας, χωρίς να πατάει σε καμία παράδοση (βλ. Τύρναβος) και χωρίς να ενδιαφέρεται για την οποιαδήποτε εμπορικότητα και προβολή. Μια παρέα τρελαμένων τύπων με υποκινητή των ιδιοκτητή του μπαρ Άνθρωπος (το πιο sui generis μπαρ της πόλης) έστησε πριν από τρία χρόνια αυτό το καταπληκτικό καρναβάλι που έγινε την περασμένη Κυριακή στους δρόμους του Μεταξουργείου. Ένα άρμα φτιαγμένο από κάδο σκουπιδιών, ένας δράκος αλά κινέζικη Πρωτοχρονιά, η ομάδα κρουστών Βατάλα, μια φοβερή κομπανία τσιγγάνων με χάλκινα, στολές και μασκαρέματα εμπνευσμένα από τις ντουλάπες του σπιτιού (και όχι από βεσιάρια), μπίρες στο χέρι, ένα event που στήθηκε συλλογικά και μέσω του μπλογκ metaxourgeio.wordpress.com, χωρίς λεφτά από τον Δήμο ή σπόνσορες. Η παρέλαση πέρασε απ' όλους τους δρόμους γύρω από την πλατεία Αυδή, μετανάστες έβγαιναν στα μπαλκόνια τους, που ασφυκτιούσαν από τις κυριακάτικες μπουγάδες, και μοίραζαν χαμόγελα, οι πόρνες από τους οίκους ανοχής έβγαιναν στον δρόμο με τα μπουρνούζια και τραβούσαν φωτογραφίες με τα κινητά, οι Κινέζοι άφηναν τα chopsticks στο τραπέζι κι έβγαιναν, εισχωρώντας για λίγο στο αλαλάζον πλήθος, κάπου εμφανίστηκε και ο Didi με τη φλογέρα του, ο «Άλλος Άνθρωπος» (ένας τύπος που πηγαίνει στις πλατείες της Αθήνας και μαγειρεύει φαγητό επιτόπου με δικά του έξοδα για να το μοιράσει σε όποιον έχει ανάγκη) είχε βάλει ένα τεράστιο τσιγάλο

⁴⁰ (Μαρίας Κατσουνακη ,Αναγνώσεις,06.03.2011, Καθημερινή)

κι έφτιαχνε χορτόσουπα και όλο το πράγμα κατέληξε σε ένα διονυσιακό κάψιμο του Καρνάβαλου, δίπλα από ένα γαϊτανάκι γύρω από το οποίο στριφογύριζαν σαν δερβίσηδες οι καρναβαλιστές του Μεταξουργείου, μια σκηνή που μου θύμισε το «Tremé» (να τη, πάλι, η Νέα Ορλεάνη). (Lifo, Το αληθινό καρναβάλι του Μεταξουργείου Χωρίς λεφτά κα σπόνσορες, πόρνες, Κινέζοι, χίπστερς αγκαλιά 13.3.2013)

Παράλληλα, καλοδεχούμενη κρίνεται και η δωρεάν παροχή μεζέδων και ποτών από τους ντόπιους καταστηματαρχες. Μπορεί να μην πρόκειται για ένα παραδοσιακό καρναβάλι, παρόλα αυτά αναβιώνουν παραδοσιακά έθιμα όπως το «γαϊτανάκι»⁴¹. Δεν είναι τυχαία η επιλογή αναβίωσης του συγκεκριμένου εθίμου. Ο χαρακτήρας της συναδελφικότητας και της αλληλεγγύης που προσπαθεί να προσδοθεί στη διοργάνωση, ταιριάζει απόλυτα με το συμβολισμό του εθίμου.

Σίγουρα αυτή η προσπάθεια δεν μπορεί να μπει στην ίδια κατηγορία με τον καθαρά εμπορευματικό και διαφημιστικό χαρακτήρα καρναβαλικών διοργανώσεων τύπου Μοσχάτου. Παρόλα αυτά, δεν μπορεί κανείς να πει με σιγουριά 'τοι δεν υπάρχει κ σε αυτό καμία έκφανση εμπορευματικότητας. Το κέρδος και η διαφήμιση για τους καταστηματαρχες της περιοχής, ακόμα και με τα δωρεάν ποτά, είναι υπαρκτό. Επίσης καθιερώνεται η εικόνα του εναλλακτικού πολιτιστικού τόπου, όπου θα συρρέουν οι μάζες για να βρουν «αυθεντικές εμπειρίες», όπως περιγράφεται από διαδικτυακούς τόπους και free press, τύπου Lifo και Athen's Voice.

Στην ίδια κατεύθυνση με ίδιο τρόπο, διοργανώνεται πλέον κάθε χρόνο και το φεστιβάλ χρωμάτων στο Μεταξουργείο. Η παρθενική του εμφάνιση ήταν το Μάη του 2013. Πρόκειται για άλλο ένα αυτοοργανωμένο εγχείρημα(σύμφωνα με δική τους περιγραφή), οι διοργανωτές του οποίου διαχωρίζονται πλήρως από το αντίστοιχο γεγονός που γίνεται στο ΟΑΚΑ κάθε καλοκαίρι, δηλαδή το Color Day Festival.

Όπως υποστηρίζουν τα ΜΜΕ, το φεστιβάλ υποστηρίζεται πλήρως από τους κατοίκους της γειτονιάς, οι οποίοι έχουν αναλάβει εξ ολοκλήρου τη διοργάνωση και κάθε χρόνο το εμπλουτίζουν και το βελτιώνουν. Εμπνευσμένο από Holi Festival της Ινδίας, τείνει να γίνει κάτι σαν θεσμός σε αυτή την ιστορική περιοχή του κέντρου⁴².

Οι διοργανωτές το περιγράφουν ως εξής⁴³:

ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΧΡΩΜΑΤΩΝ ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟΥ -ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΥ
ΧΡΩΜΑΤΑ ΥΠΑΡΧΟΥΝ

Το Φεστιβάλ Χρωμάτων είναι μια πανηγυρη Χρώματος και Μουσικής - - - με δημιουργικές δράσεις, που αξιοποιεί τις δυνατότητες έκφρασης στον Δημόσιο Χώρο και συγκεκριμένα στο ανθρώπινο αστικό κολλάζ της περιοχής του Μεταξουργείου-Κεραμεικού.

⁴¹ Το έθιμο πέρασε στην Ελλάδα από πρόσφυγες του Πόντου και της Μικράς Ασίας και έδεσε απόλυτα με τα άλλα τοπικά έθιμα, αφού η δεξιοτεχνία των χορευτών αλλά και ο ιδιαίτερος χαρακτήρας του δεν αφήνουν κανέναν αδιάφορο. Ο αριθμός των δώδεκα χορευτών λέγεται ότι δηλώνει τους μήνες του χρόνου που εναλλάσσονται ή τις Ώρες, τις μυθικές θεότητες του χρόνου. Σε πολλές κοινωνίες, κυρίως αγροτικές, το γαϊτανάκι συμβολίζει την ομόνοια και τη συναδελφικότητα. Ο κυκλικός χορός συμβολίζει τον κύκλο της ζωής, από τη ζωή στον θάνατο, από τη λύπη στη χαρά, από τον χειμώνα στην άνοιξη και το αντίθετο. (το βήμα, Γαϊτανάκι: Το παραδοσιακό έθιμο της Αποκριάς και οι ρίζες του, Μαντέλη Άννα, 04/03/2016)

⁴² (Athens voice, Φεστιβάλ Χρωμάτων στο Μεταξουργείο, PATRICIA GALIANA, 20.10.2014)

⁴³ <https://www.facebook.com/colorsfestivalmetaxourgeio/posts/750088695104527>

Με σεβασμό στην πολυχρωμία της γειτονιάς, με επίγνωση και με στόχο πάντα να περάσουμε χρωματιστά, να παρασύρουμε σκορπώντας κέφι, χαμόγελα και αγάπη :-), οργανώνουμε μια ΣΥΜΠΑΡΑΓΩΓΗ ΧΡΩΜΑΤΟΣ, ΜΟΥΣΙΚΗΣ και ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ :-) !

Το χρώμα είναι για εμάς ελευθερία στην σκέψη, στις δράσεις, ελευθερία στην πόλη, δημιουργικότητα, μουσική, ανάγκη για προσωπική έκφραση και αντίσταση σε οτιδήποτε γκριζο!

Το όλο εγχείρημα είναι μία αυτό-οργανωμένη προσπάθεια που στηρίζεται σε προσωπική και ομαδική ενέργεια ανθρώπων. Μουσικοί, μπάντες, καλλιτέχνες, street performers, ακροβάτες, street artists & graffiti artists, χορευτές, χειροτέχνες, yogis, μάγειρες, μάστορες, άνθρωποι από όλη την Αθήνα και όλο το Κόσμο, με πολύχρωμες ιδέες που απλά θέλουν να βοηθήσουν, αποτελούν την ανοιχτή ομάδα του Φεστιβάλ Χρωμάτων Μεταξουργείου -Κεραμεικού!

Τα δρώμενα, τα υλικά, τα ΧρωΜαΤα, το συνολικό στήσιμο του Φεστιβάλ, χρηματοδοτείται από όλους όσους συμμετέχουν και από όλους όσους θέλουν να συμβάλλουν. Το Φεστιβάλ είναι εντελώς μη κερδοσκοπικό και δεν υποστηρίζει εμπορικές ή άλλες χρηματικές συναλλαγές (π.χ. κανένας από τους συμμετέχοντες δεν πληρώνεται) ούτε και την προώθηση χορηγιών κατά την διάρκεια του. Λειτουργεί συνελευσιακά και αποτελεί μια πράξη διεκδίκησης του Δημόσιου Αστικού Χώρου με τους όρους και τις ιδέες της ίδιας της συνέλευσης.

Όσοι συμμετέχουμε στα φεστιβάλ φέρνουμε ότι χρειαζόμαστε για το φεστιβαλικό μας έργο:-)..... είτε είμαστε καλλιτέχνες με δημιουργική δράση και φέρνουμε και μοιραζόμαστε τα χρώματά μας, τα υλικά μας, τη γνώση και την εμπειρία μας, το μεράκι μας, μάγειρες που προσφέρουμε τα καζάνια μας, άλλοι που κερνάμε το τσιπουράκι μας, μπάντες που ερχόμαστε με τα όργανα μας, στήνουμε και ξεστήνουμε οι ίδιοι το stage, περφόρμερς που αφιερώνουμε δρώμενα, σκετσάκια και παιχνίδια όλοι έρχομαστε στις συναντήσεις, μοιραζόμαστε ιδέες, φανταζόμαστε και βρίσκουμε την μορφή του Φεστιβάλ κάθε φορά.... όλοι μαζί!

Όλοι μαζί κάνουμε το Φεστιβάλ Χρωμάτων.

Κάθε βοήθεια πριν και κατά την διάρκεια του Φεστιβάλ είναι πάντοτε παραπάνω από ευπρόσδεκτη :-)!

Όσοι θέλετε να το κάνουμε μαζί, έρχεστε να το οραματιστούμε και να το υλοποιήσουμε! Οι συναντήσεις-συνελεύσεις κοινοποιούνται στην σελίδα του Φεστιβάλ Χρωμάτων.

*Το Φεστιβάλ Χρωμάτων Μεταξουργείου-Κεραμεικού δεν δίνει συνεντεύξεις, μιλάει από μόνο του :-)

Μπορεί τέτοιου τύπου εγχειρήματα να μην έχουν εμπορευματική χροιά, και σίγουρα δίνουν μια διαφορετική πινελιά στο ζωντάνεμα της ζωής της περιοχής, δεν παύουν όμως να διαμορφώνουν ένα ιδεολογικό πλαίσιο σύμφωνο με τα πρότυπα μιας εναλλακτικής γειτονιάς. Δεν είναι αρνητικό να συμβαίνουν τέτοια δρώμενα εν γένει, που εμπλουτίζουν πολιτισμικά την καθημερινότητα και μπορεί να λειτουργούν ως μέσο σύνδεσης και συναναστροφής διαφορετικών ανθρώπων, τίθεται όμως ένα ερώτημα. Γιατί επιλέγεται η συγκεκριμένη γειτονιά για τη διεξαγωγή τους και όχι κάποια άλλη που μπορεί να συγκεντρώνει εξίσου κόσμο από διαφορετικές πολιτισμικές κουλτούρες; Είναι δηλαδή ενδιαφέρον προς διερεύνηση υπό ποια κριτήρια γίνεται αυτή η επιλογή.

Από την εικόνα του Μεταξουργείου δε θα μπορούσε να λείπει μια αναφορά στη χρήση των graffiti που υπάρχουν και πολλαπλασιάζονται στην περιοχή, βάζοντας το Μεταξουργείο στο χάρτη της «Μέκκας του graffiti», που έχει αναδειχθεί σύμφωνα με ξένα και ελληνικά ΜΜΕ το κέντρο της Αθήνας⁴⁴. Όντως οι δρόμοι και οι γωνιές του Μεταξουργείου είναι γεμάτοι με μικρά ή μεγάλα έργα τέχνης αποτυπωμένα σε τοίχους. Και δε μιλάμε μόνο για ζωγραφικού τύπου, αλλά και για ευρεία συνθηματολογία, πολιτικού ή κοινωνικού χαρακτήρα, ή ακόμα απλώς και με τη μορφή tags. Τη δυναμική αυτή της μορφής street art έχουν αναγνώσει διάφοροι ιδιώτες και φορείς, προσπαθώντας να τη συνδυάσουν με την «αυθεντική αίσθηση της καλλιτεχνικής γειτονιάς», αλλά και τον εναλλακτικό τουρισμό. Και πάλι η εταιρία oliaros προσπαθεί να δρέψει καρπούς από αυτήν την ιστορία ήδη από το 2010. Στα πλαίσια του ReMap ιδρύει με τη συνδρομή του επιφανούς καλλιτέχνη του Modern Institute, Michael Wilkinsion, την

⁴⁴ (<https://www.theguardian.com/world/gallery/2014/nov/11/contemporary-graffiti-art-on-the-walls-of-athens-in-pictures>).

πρωτοβουλία KM Public Murals. Ο σκοπός της είναι «η μετατροπή των άδειων επιφανειών 10 πολυκατοικιών των δεκαετιών '60,'70 , σε μια πραγματική δημόσια γκαλερί murals στην περιοχή του Κεραμεικού Μεταξουργείου»⁴⁵. Σίγουρα η αναδυόμενη αυτή μορφή τέχνης αποτελεί μεγάλη προσθήκη στο πολιτισμικό κεφάλαιο της περιοχής. Το κεφάλαιο αυτό αυξήθηκε απότομα ειδικά μετά την προσθήκη στη συλλογή των graffiti ενός έργου που έκανε όλα τα τοπικά και ξένα μέσα να μιλούν για το Μεταξουργείο. Πρόκειται για την περίφημη «κουκουβάγια» του διάσημου street artist WD, στη διασταύρωση των οδών Κωνσταντίνου Παλαιολόγου και Σάμου, σε ένα εγκαταλελειμμένο σπίτι. Έμπνευσή του ήταν μια ρήση του Τζιμ Χέντριξ «knowledge speaks but wisdom listens» (Η γνώση μιλάει, αλλά η σοφία ακούει). Όπως ο ίδιος δήλωσε, «Η κουκουβάγια συμβολίζει την σοφία και την ίδια στιγμή είναι το σύμβολο της θεάς Αθηνάς, αυτής που έδωσε το όνομα της στην πόλη της Αθήνας. Από την άλλη η κουκουβάγια ως πουλί είναι διάσημη για την εξαιρετικά καλή όραση της σε μακρινές αποστάσεις ιδιαίτερα σε χαμηλό φωτισμό. Σήμερα η Ελλάδα, και όχι μόνο, βιώνει μία πολύ σκοτεινή φάση και νομίζω ότι είναι ώρα για εμάς να θυμηθούμε την σοφία αυτού του πλάσματος». Το συγκεκριμένο έργο δημιουργήθηκε στα πλαίσια του φεστιβάλ "Το μικρό Παρίσι των Αθηνών" με τους διοργανωτές να είναι οι: Αθηναϊκό Καλλιτεχνικό Δίκτυο, ο Οργανισμός Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας του Δήμου Αθηναίων και η Περιφέρεια Αττικής με την υποστήριξη της Γαλλικής Πρεσβείας στην Ελλάδα⁴⁶.

Η εκμετάλλευση αυτού του κεφαλαίου όμως, όπως σημειώθηκε και νωρίτερα, περνάει μέσα από τον τουρισμό και τη διαχείρισή του. Καθώς οι επιλογές του τουρίστα κατευθύνονται προς περισσότερο ατομικές, εναλλακτικές «εμπειρίες», το ελληνικό μοντέλο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης που στηρίζεται στη βάση του «κλασικού ιδεώδους» –ένα μοντέλο που είναι προσκολλημένο σε ένα πολύ γνώριμο παρελθόν ως κυρίαρχη τάση («mainstream»), ενώ ταυτόχρονα παραμένει στατικό και «παγωμένο» στον χρόνο–, αποδεικνύεται ολοένα και πιο περιορισμένο και μονότονο, κυρίως για τους τουρίστες εκείνους, οι οποίοι παρουσιάζουν μειωμένο ενδιαφέρον για το κλασικό παρελθόν, καθώς και για εκείνους που έχουν πιο ιδιαίτερα και εκλεπτυσμένα ενδιαφέροντα (Ρουλιός,Τουλούρα 2015). Έτσι είτε από εταιρίες, είτε από μεμονωμένα άτομα που συνεργάζονται με ταξιδιωτικούς οδηγούς, διαμορφώνονται διάφορα τουριστικά πακέτα, συνήθως μονοήμερα, που αφορούν μικρά γκρουπ τουριστών, που θέλουν να δουν την «άλλη» πλευρά της Αθήνας.

Παραδείγματα τέτοιων τουριστικών πακέτων είναι οι ξεναγήσεις με βάση το φαγητό (food tours), τη μαγειρική (cooking tours), τις αγορές (shopping tours), την αρχιτεκτονική (architecture tours), τα έργα «γκραφίτι» (graffiti tours), τα ενδιαφέροντα των ομοφυλόφιλων (gay-lesbian tours), οι επισκέψεις σε οικογένειες ντόπιων καθώς και οι ανασκαφικές ξεναγήσεις (excavation tours).

Αν κάνει κανείς μια μίνι αναζήτηση σε εναλλακτικά ταξιδιωτικά sites, (π.χ. doptios.com, viator.com) θα διαπιστώσει μια κοινή συνισταμένη όσον αφορά τη στόχευση των graffiti tours. Ένα μέρος προαιρετικά αφιερώνεται στην εμφάνιση και εξέλιξη του κινήματος των καλλιτεχνών «γκράφτι» στην Ελλάδα. Το βασικό μέρος αφορά τα ίδια τα έργα, δηλαδή στο περιεχόμενο και στους πολιτικούς και κοινωνικούς συμβολισμούς τους, π.χ. σε σχέση με την τρέχουσα πολιτική πραγματικότητα και την οικονομική κρίση, με παράλληλη αυτοψία⁴⁷. Σύμφωνα με τους οι ATA (Alternative Tours Athens), που

⁴⁵ (<http://www.oliaros.com/?lang=en&p=100&title=KM-Public-Murals>)

⁴⁶ (<http://tvxs.gr/news/ellada/ena-elliniko-gkrafiti-poy-prokalese-pagkosmio-thaymasmo>)

⁴⁷ <https://www.vice.com/gr/article/xenagos-graffiti>

δραστηριοποιούνται και αυτοί στον εναλλακτικό τουρισμό σε γειτονίες του κέντρου, το Μεταξουργείο, κατατάσσεται στις 'urban creatives' γειτονίες, ή διαφορετικά η συνοικία με τους κατά Florida 'δημιουργικούς' της πόλης (Αλεξανδρή 2013).

4.4 χτίσιμο εικόνας παρακμής και φόβου

Για να μπορέσει να ευσταθεί η παραπάνω «θετική» εικόνα που γίνεται προσπάθεια να εγκαθιδρυθεί για το Μεταξουργείο, πρέπει να απαλειφθούν κάποια στοιχεία που βάζουν εμπόδια στην αφήγηση της κυρίαρχης ιδεολογίας. Η υπερπήδηση αυτών των εμποδίων περνά μέσα από το μεθοδικό χτίσιμο μιας «αρνητικής» εικόνας υποβάθμισης που υφίσταται εξαιτίας τους. Όπως δηλώνει η κ. Αλεξία Μυλωνά, από την ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά «Ολόκληρη η περιοχή αναδίδει μίαν αίσθηση παρακμής, σαν κάτι φοβερό να έχει συμβεί και να ζούμε την «επόμενη ημέρα»...»⁴⁸. Η εικόνα αυτή συμπληρώνεται με το αίσθημα της «ανασφάλειας» που δημιουργείται για τον κάτοικο, κατάσταση που τον αποτρέπει από το να ζήσει έτσι όπως ακριβώς επιθυμεί στη γειτονιά του. Τα «προβλήματα» αυτά, πράγματι δεν είναι αποκυήματα φαντασίας. Θα ήταν λάθος όμως να τα αντιμετωπίσει κανείς όπως τα αντιμετωπίζει η κυρίαρχη αφήγηση. Στην πραγματικότητα πρόκειται για πραγματικά κοινωνικά ζητήματα που αναδύονται από προβληματικές με πολύ βαθιές ρίζες, που χρίζουν όντως ιδιαίτερης αντιμετώπισης, σίγουρα όμως όχι αυτής που προτείνεται από αυτούς που θέλουν να επωφεληθούν από τη δημιουργία των αρνητικών εικόνων. Τα θέματα της μετανάστευσης, της φτώχειας, του παραεμπορίου, των ναρκωτικών, του αγοραίου έρωτα δεν είναι ζητήματα που πρέπει να τα αντιμετωπίζει κανείς σαν να μην υπάρχουν. Ούτε όμως να κάνει γίνεται φυγή προς τα εμπρός χωρίς να αναζητούνται οι πραγματικές αιτίες που τα βγάζουν στην επιφάνεια, ώστε να αντιμετωπιστούν με έναν τρόπο που δε θα είναι βλαβερός και επιζήμιος για όλους αυτούς που βρίσκονται δέσμιοί τους. Με λίγα λόγια η εύκολη λύση του να αποπεμφθούν βίαια όλα τα κοινωνικά υποκείμενα που είναι φορείς των παραπάνω προβλημάτων, το μόνο που κάνει είναι να διαιωνίζει την κατάσταση και να την εντείνει. Ενδεχομένως σε άλλο μέρος, μακριά από τα μάτια των «επιθυμητών» κατοίκων, που μπορούν πλέον να ζουν ήσυχα τις ζωές τους, υποκρινόμενοι ότι όλα βαίνουν πλέον καλώς...

α_ ο «άλλος» κάτοικος

Όπως έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, το Μεταξουργείο ήταν μια από τις γειτονίες του κέντρου που αποτέλεσε συλλέκτη μεταναστευτικών ρευμάτων, διαφορετικών εθνικοτήτων σε διάφορες φάσεις. Σε καταγραφή της προηγούμενης δεκαετίας, φάνηκε ότι στο Μεταξουργείο 16,5 % των διαμερισμάτων κατοικείται από μετανάστες, με τους κατοίκους να διαχέονται σχετικά ομοιόμορφα στο σύνολο της περιοχής, με εξαίρεση την ελαφρώς αυξημένη συγκέντρωσή τους στα βορειο-ανατολικά, κοντά στην πλατεία Ομόνοιας (Βαΐου, 2007). Σε πιο πρόσφατα στοιχεία όσον

⁴⁸ καθημερινή, 02.10.2010 Μεταξουργείο, μια περιοχή που αναδίδει αίσθηση παρακμής, Του Γιωργου Λιαλιου)

αφορά την επιχειρηματική δραστηριότητα των μεταναστών στον τομέα του εμπορίου, οι μετανάστες καλύπτουν το 44% του συνόλου της εμπορικής δραστηριότητας. Καταγράφονται, μάλιστα, 260 ανοιχτά και 28 κλειστά καταστήματα μεταναστών, τα οποία κατανέμονται κυρίως στο ανατολικό τμήμα της περιοχής, στο ύψος της πλατείας Κουμουνδούρου και στο βόρειο τμήμα της περιοχής, σε γειτνίαση με την πλατεία Ομόνοιας. Στη γειτονιά αυτή, υπερτερεί το χονδρικό εμπόριο έτοιμου ενδύματος και ακολουθούν τα καταστήματα γενικού εμπορίου, ειδών διατροφής και εστίασης. Οι περιοχές προέλευσης των μεταναστών καταστηματαρχών είναι, και στην περιοχή του Μεταξουργείου, άμεσα συνδεδεμένες με τους τύπους εμπορικής δραστηριότητας: υπερτερούν οι Κινέζοι μετανάστες και ακολουθούν οι υπήκοοι χωρών του πρώην Σοβιετικού Μπλοκ και της Ασίας Τέλος, 67% των καταστημάτων απευθύνονται σε μεικτή και 32 % σε μεταναστευτική πελατεία(ΕΣΕΕ-INEMY,2012)⁴⁹.

Ένα από τα κυρίαρχα ζητήματα που απαρτίζουν τα «αρνητικά» του Μεταξουργείου είναι η πληθώρα της παρουσίας μεταναστών. Σε αυτό το ζήτημα, όμως υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση ανά τις «κατηγορίες» μεταναστών. Δεν κατατάσσονται όλοι ομοιόμορφα στις ομάδες που αποτελούν πρόβλημα. Σημειωτέο, ότι το branding του Μεταξουργείου ενθαρρύνει την πολυπολιτισμικότητα. Στις προβληματικές ομάδες μπαίνουν συνήθως όσοι δε θεωρούνται «νόμιμοι», όσοι δηλαδή δεν έχουν χαρτιά, ή όσοι δεν αφομοιώνουν πλήρως τον «ελληνικό» τρόπο ζωής με τα ήθη και έθιμά του (νέα και παλιά), όσοι δεν εντάσσονται σε μια ομαλή καθημερινότητα ενός «τυπικού» κατοίκου του Μεταξουργείου. Όσοι, λοιπόν, δε συμβιβάζονται με αυτές τις νόρμες, αυτόματα μπαίνουν στις ομάδες των ανεπιθύμητων, των «φορέων της ανομίας», του «άλλου».

Ο φόβος του «Άλλου» αποτελεί τη βάση πάνω στην οποία αναπτύσσεται η διεκδίκηση του χώρου από τις νεοεισερχόμενες ομάδες. Οι διάφοροι χρήστες του δημοσίου χώρου απειλούν το μέλλον της επένδυσης για τους νεοκατοίκους, καθώς διακυβεύεται η επιλογή μετεγκατάστασής τους στο Μεταξουργείο. Όπως υπογραμμίζει ο Αράπογλου (2013), η παράθεση ετερογενών ομάδων υπό την ετικέτα του περιθωρίου και της παραβατικότητας ή της διαφορετικότητας του «Άλλου», συμβάλλει στην απαξίωσή του και, ταυτόχρονα, συνεπάγεται τη σύσφιξη των αστυνομικών παρεμβάσεων και της καταστολής.

Οι πρακτικές αυτές δίνουν έντονα την αίσθηση της εκδικητικής αμυντικής δράσης απέναντι στους αστικούς φόβους. Όπως επισημαίνει ο Davis (2008), η αμυντική διάθεση και η επιδίωξη της «ασφάλειας» έχει να κάνει περισσότερο με τη διαμόρφωση απομονωμένων χώρων κατοικίας, εργασίας και αναψυχής, και την απομάκρυνση του «Άλλου» που μολύνει, παρά με την προσωπική ασφάλεια. Οι διαφορετικές πρωτοβουλίες που αναπτύσσονται μέσα από ιδιωτικές πρακτικές επιτήρησης, ή από κεντρικές πολιτικές, και μέσα από την ωραιοποίηση του δημοσίου χώρου, προτάσσοντας την αισθητική των μεσαίων τάξεων και τον κοινωνικό έλεγχο των «ανεπιθύμητων», σχετίζονται με την κατάκτηση του κέντρου της πόλης από τις μεσαίες τάξεις(Αλεξανδρή 2015).

Εν όλω, η Αθήνα έχει γίνει μια δυσάρεστη, επικίνδυνη και κακιά πόλη. Σε ορισμένες περιοχές η κατάσταση, σύμφωνα με τις μαρτυρίες των κατοίκων, έχει γίνει ανυπόφορη. Σε τέτοιο βαθμό μάλιστα που, μόλις κλείσουν τα μαγαζιά, οι κάτοικοι φοβούνται να περπατήσουν στη γειτονιά τους. Έτσι λένε. Αν νομίζετε

⁴⁹ Απογραφή του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφή των λουκέτων στα πλαίσια της ΓΕΩΒΑΣΗΣ.

πως λένε υπερβολές, πηγαίνετε μια βόλτα το βραδάκι σε διάφορες γειτονιές των Πατησίων, της πλατείας Βικτωρίας, του Μεταξουργείου, και θα νιώσετε οι ίδιοι τον φόβο που τους διακατέχει.

Οι κάτοικοι αυτών των περιοχών δεν διστάζουν να υποδείξουν και την αιτία αυτής της κατάστασης, δηλαδή τους παράνομους μετανάστες. Ανεξάρτητα από την ενοχή κάθε συγκεκριμένου νόμιμου ή παράνομου μετανάστη, η παρουσία δεκάδων χιλιάδων παρανόμων στην Αθήνα δημιουργεί κλίμα και συνθήκες στις οποίες το έγκλημα ανθεί.

Έχω διατυπώσει τη γνώμη, σε άλλο κείμενο, ότι η πολιτική της Πολιτείας σε αυτό το ζήτημα πρέπει να είναι μία και απλή, δηλαδή η απομάκρυνση από τη χώρα όλων των παρανόμων, με κάθε τρόπο. Αν θέλουμε μετανάστες στη χώρα μας, αυτοί πρέπει να είναι επιλεγμένοι, μετρημένοι και νόμιμοι, με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που τους δίνει ο νόμος.

Ο κ. Θεόδωρος Π. Λιανός είναι καθηγητής Πολιτικής Οικονομίας στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. (Το βήμα, Παράνομοι μετανάστες στην Αθήνα, 09/01/2011)

Φυσικά, αυτή ακριβώς είναι η ρητορική, που ειδικά σε συνθήκες κρίσης και ανεργίας οξύνεται, δίνοντας έδαφος στην ξενοφοβία και τη φασιστική ιδεολογία καθώς και τις πρακτικές που τη συνοδεύουν. Μπορεί αυτές οι λογικές να υπάρχουν και σε περιόδους νηνεμίας, η πίεση και ο ανταγωνισμός όμως αποτελούν ένα πεδίο πρόσφορο για την ανάπτυξή τους. Όταν η πρόσβαση σε ανέσεις και αγαθά είναι πιο δύσκολη για τις μάζες, η στοχοποίηση του «άλλου» μπορεί να αποβεί πιο εύκολη λύση, αντί της πραγματικής συλλογικής διεκδίκησης.

Είναι γεγονός ότι ο φτωχός, ο καταπιεσμένος, ο κατατρεγμένος, αυτός που δεν έχει ίσες ευκαιρίες και δυνατότητες σε ένα κοινωνικό κράτος και σε εργασία, έχει περισσότερες πιθανότητες να εμπλακεί σε πρακτικές που δε συμβαδίζουν με τους νόμους και το δίκαιο. Αυτό δε σημαίνει όμως ότι η μόνη λύση βρίσκεται στην περαιτέρω εκδίωξή τους. Ο βασικότερος εκπρόσωπος του ναζισμού στην Ελλάδα, η «Χρυσή Αυγή», πέτυχε σημαντικές εκλογικές επιδόσεις στις αυτοδιοικητικές εκλογές του 2014 σε περιοχές όπως τα Πατήσια και η Κυψέλη, που είναι περιοχές με υψηλό ποσοστό συγκέντρωσης μεταναστών. Στο έκτο διαμέρισμα, συγκεκριμένα βγήκε δεύτερη παράταξη με 18,8%. Στο τέταρτο μάλιστα διαμέρισμα του Δήμου, που περιλαμβάνει την Ακαδημία Πλάτωνος, τον Κολωνό και τα Σεπόλια, η Χρυσή Αυγή είναι πρώτη παράταξη με ποσοστό 20,7%⁵⁰! Στις κεντρικές προεκλογικές της συγκεντρώσεις υπόσχηση της «Χρυσής Αυγής» ήταν η απελευθέρωση της Αθήνας και της Ελλάδας από τον «ξένο ζυγό», μιλώντας για έναν «κεντρικό νου» που κατευθύνει τα कारαβάνια των μεταναστών από την Ανατολή στην Ελλάδα. «Η πόλη μας είναι υπό κατάκτηση ισλαμική και θέλουμε να ξανακάνουμε την Αθήνα ελληνική», ήταν ένα από τα κεντρικά της συνθήματα. «Όλοι αυτοί οι κουραμπιέδες, όλοι αυτοί οι χλεχλέδες μιλάνε για μεταναστευτική πολιτική και μιλάνε για ένα κάρο βλακείες. Η Ελλάδα δεν ήθελε ποτέ μετανάστες. Ήρθανε νύχτα. Νύχτα θα τους διώξουμε!» έλεγε υποψήφιος της οργάνωσης προεκλογικά⁵¹. Τα υψηλά αυτά ποσοστά υποχώρησαν στις βουλευτικές εκλογές του 2015 και ύστερα, καθώς υπήρξαν και άλλοι παράγοντες εξομάλυνσης, παρόλα αυτά δεν παύει η Χ.Α. να παραμένει μια υπολογίσιμη δύναμη στο κεντρικό πολιτικό σκηνικό.

Σε αυτά τα πλαίσια και υπό τις πιέσεις μεμονωμένων προσώπων, αλλά και κινήσεων της γειτονιάς εντείνεται η αστυνόμευση στην περιοχή, με επαναλαμβανόμενες επιχειρήσεις σκούπα. Ως επιστέγασμα των προσπαθειών αυτών, τον Αύγουστο του

⁵⁰ (tanea.gr Πρώτο κόμμα η Χρυσή Αυγή σε Κολωνό και Σεπόλια - στο 13,7% το ποσοστό στο Κολωνάκι 19/05/2014)

⁵¹ (το βήμα, «Χρυσή Αυγή» «Ήρθαν νύχτα οι μετανάστες, νύχτα θα φύγουν...», Χεκίμογλου Αχιλλέας, 14/11/2010)

2012 ξεκινά γιγαντιαία επιχείρηση στο κέντρο της Αθήνας με την κωδική ονομασία «Ξένιος Ζευς», για τον εντοπισμό «παράνομων» μεταναστών και τη μεταφορά τους σε χώρους κράτησης.

Στις 2 Αυγούστου, στον Έβρο και την Παρασκευή το βράδυ, 3 Αυγούστου, στο κέντρο της Αθήνας μπήκε σε εφαρμογή το σχέδιο για την απώθηση από την μεθοριακή γραμμή και την απομάκρυνση από το κέντρο της Αθήνας, αντίστοιχα των παράνομων μεταναστών. Η επιχείρηση στο κέντρο της Αθήνας σε πρώτη εξελίσσεται στην περιοχή που περικλείεται από τις πλατείες Ομονοίας, Μεταξουργείου και Βάθης ενώ έλεγχοι γίνονται και σταθμό Λαρίσης. Μέχρι στιγμής έχουν γίνει 1.500 προσαγωγές και έχουν συλληφθεί 500 αλλοδαποί που είχαν εισέλθει και διέμεναν παράνομα στη χώρα μας.

Αν και ο κωδικός «Ξένιος Ζευς» παραπέμπει σε φιλοξενία η επιχείρηση έχει σκοπό να αποτρέψει την τυχόν είσοδο μεταναστών από την Συρία και από άλλες χώρες αλλά και να «καθαρίσει», για μία ακόμη φορά, την πρωτεύουσα.

Να υπενθυμίσουμε ότι στις 30 Ιουλίου ο υπουργός Δημόσιας Τάξης και Προστασίας του Πολίτη κ. Νίκος Δένδιας, κατά τη διάρκεια συνέντευξης Τύπου, ερωτηθείς από δημοσιογράφους για ενδεχόμενο κύμα μετανάστευσης λόγω των γεγονότων στη Συρία απάντησε πως υπάρχει τεράστια ανησυχία και ότι «με την έγκριση του Πρωθυπουργού, 1.800 συνοριοφύλακες μετακινούνται ήδη προς τον ποταμό Έβρο, μαζί με πλωτά σε πρώτη φάση. Ήδη σήμερα μετακινούνται έξι πλωτά και μέχρι το τέλος του μήνα θα φτάσουμε στα 26 νέα πλωτά στον Έβρο, ώστε επιτέλους, να επιχειρήσουμε τη "σφράγιση" του Έβρου. Αυτό το οποίο επιδιώκουμε είναι να σταματήσει η Ελλάδα να είναι ξέφραγο αμπέλι».

Σύμφωνα με τον εκπρόσωπο Τύπου της ΕΛΑΣ κ. Χρήστο Μανούρα στην επιχείρηση παίρνουν μέρος 2.500 αστυνομικοί στον Έβρο και 2.000 στην Αθήνα. Όπως δήλωσε τρεις είναι οι στόχοι:

- Η απώθηση των παράνομων μεταναστών από τον Έβρο και η σφράγιση των συνόρων Η επιστροφή των παράνομων μεταναστών στις χώρες προέλευσής τους.
- Η αρχή γίνεται από το κέντρο της Αθήνας και επεκτεινόμαστε στην περιφέρεια.
- Η Αθήνα να ξαναγίνει μητρόπολη με ευνομία και ποιότητα ζωής τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες της.

Επίσης, πρόσθεσε, ξεκίνησε επιχείρηση για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του παρεμπορίου και προχωρά η ΕΛΑΣ με την παρουσία εισαγγελέα στον εντοπισμό των διαμερισμάτων στα οποία διαμένουν δεκάδες λαθρομετανάστες «κάτω από απαράδεκτες συνθήκες τόσο υγιεινής όσο και ασφάλειας». (Το βήμα, Ξεκίνησε η επιχείρηση «Ξένιος Ζευς»-«Ϊκούπα» κατά παράνομων μεταναστών στον Έβρο και στο κέντρο της Αθήνας, 04/08/2012)

β_ εγκληματικότητα, ναρκωτικά

Η κατάδειξη, όμως, του παρία δεν αρκεί. Για να ισχυροποιηθεί η θέση περί φόβου χρειάζεται να υπάρχουν ισχυρές αποδείξεις για παραβατική συμπεριφορά και εγκληματικές ενέργειες. Μόνο έτσι θα υφίσταται το επιχείρημα για την ανάγκη έξτρα αστυνόμευσης, ακόμα και αν αυτή δεν παρέχεται από τους μηχανισμούς του κράτους, αλλά από ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Για παράδειγμα, μια από τις δράσεις της ΚΜΠρότυπη Γειτονιά ήταν η σύγκλιση το Σεπτέμβρη του 2010, συνάντησης «ανάμεσα στους κατοίκους και εργαζομένους στην περιοχή Κεραμεικού – Μεταξουργείου και του Γενικού Διευθυντή της Γενικής Αστυνομικής Διεύθυνσης Αττικής με σκοπό τον διάλογο για τα προβλήματα της περιοχής ΚΜ και την επίλυσή τους», στην αίθουσα New York του Classical Imperial Hotel⁵².

Μάλιστα, η απραξία από πλευράς του κράτους, σχετικά με την έλλειψη επαρκούς αστυνόμευσης, χρησιμοποιείται ως επιχείρημα για την άνοδο της ακροδεξιάς. Το σχήμα πηγαίνει ως εξής: όταν δεν αναλαμβάνει το κράτος να κάνει τη δουλειά του, θα το κάνουν οι rangers... Όπως ειπώθηκε δια στόματος καλλιτεχνών και λοιπών παρευρισκόμενων στην παραπάνω συνάντηση «Φοβόμαστε να βγούμε από τα σπίτια

⁵² (<https://kompreser.espvblogs.net/2014/06/06/remaprethink-athens>)

μας. Μπορεί να γίνει κάτι να μη φοβόμαστε;» είπαν απευθυνόμενοι στους αρμόδιους. Ο σκηνοθέτης Θόδωρος Τερζόπουλος συνόψισε και μια άλλη γνώριμη συνθήκη: «Όσο οι κυβερνήσεις δεν ασχολούνται συστηματικά και σοβαρά με τα προβλήματα του κέντρου της Αθήνας, ετοιμάζεται η άνοδος της Ακροδεξιάς»⁵³.

Η πιάτσες των ναρκωτικών επικουρούν στη δημιουργία του κλίματος φόβου και ανασφάλειας. Στα δημοσιεύματα των εφημερίδων το Μεταξουργείο περιλαμβάνεται μονίμως στις περιοχές του κέντρου με έξαρση του προβλήματος.

Από όλα τα παράταιρα, τα θλιβερά, τα επικίνδυνα που συμβαίνουν στο αθηναϊκό κέντρο, το πιο εξόφθαλμο, αυτό που ορίζει τον βαθμό μηδέν της βιώσιμης ζωής στις γειτονίες, είναι η ανεξέλεγκτη χρήση και διακίνηση ναρκωτικών. Γι' αυτήν κυρίως κατεβαίνουν στον δρόμο οι εναπομείναντες κάτοικοι και μαγαζάτορες της αστικής και εμπορικής «καρδιάς», που αδειάζει από κανονικότητα και αφυδατώνεται από υγιείς παρουσίες. Περισσότερο από όλα, από τις κλοπές, τις απάτες, την πορνεία, είναι τα σωριασμένα ανθρώπινα «απορρίμματα», τα ημιθανή ράκη που ουρούν, αφοδεύουν, τρυπιούνται δημοσία, το παζάρι φονικών ουσιών που μετατρέπουν τους δρόμους σε σκηνή αποσύνθεσης. Πιο πολύ από τα κορίτσια που πουλούν το κορμί τους, χωρίς προφυλακτικό, για 20 ευρώ ακόμη κι αυτά έφυγαν από τα κολασμένα τετράγωνα των «σπιτιών», από Αγησιλάου, Δεληγιώργη, Αχιλλέως, Θερμοπυλών, Κουμουνδούρου, καθώς δεν βρίσκουν πια πελατεία, προς τα Άνω Πατήσια. Πιο πολύ από τις κραυγές των γυναικών που τους αρπάζουν την τσάντα ή τον σταυρό στο λαιμό, από την απελπισία των καταστηματαρχών που πάλι τους λήστεψαν, από την οσμή της παρανομίας και της εκμετάλλευσης σε Μενάδρου, Ευριπίδου, Σωκράτους (από τα υπόγειά τους, ελληνικής ιδιοκτησίας, βγαίνουν οι Αφρικανοί με τους μπόγους). Μόνο οι ματοβαμμένες συρράξεις μεταξύ αλλοδαπών και οι ξυλοδαρμοί μεταναστών από τους αυτόκλητους «φύλακες» μας προκαλούν πιο καταϊγιστικά συναισθήματα, κόβουν την αναπνοή, παγώνουν το αίμα. Οι πιάτσες των ουσιών έχουν εξαπλωθεί σχεδόν σε όλο το κέντρο: 3ης Σεπτεμβρίου, Ομόνοια, Κάνιγγος, Τσοίτσα, Μάρνη, Πατησίων, Αγ. Κωνσταντίνου, Γερανίου, Βερανζέρου, Μεταξουργείο... Οι «σκοούπες» της αστυνομίας και οι «πολιτοφυλακές» απλώς μετακινούν τα «στέκια» στον ιστό, αναμειγνύοντας το έγκλημα σε ένα αφόρητο κράμα. (Η καθημερινή, «Απραγοί μπροστά στην καλπάζουσα σήψη», 22.06.2012)

Βέβαια δε λείπουν και αυτοί που αξιοποιούν τα ΜΜΕ για να καταδείξουν το ρόλο των μεγαλοεπενδυτικών εταιριών και πώς χρησιμοποιούν προς όφελός τους την «εγκληματικότητα» μιας περιοχής για να αντλήσουν υπεραξία. Αγοράζουν φτηνά εκμεταλλεζόμενοι την κατάσταση, και μετά κάνουν τα αδύνατα δυνατά για να την αλλάξουν με κάθε τρόπο, προτείνοντας λύσεις που παραγνωρίζουν το βάθος του κοινωνικού ζητήματος, ώστε να πουλήσουν ακριβά.

Κρύβουν τους «αθλίους» κάτω από τα (μελλοντικά) «φιλέτα»

Τα ανθρώπινα ράκη της πόλης έχουν την τιμή τους σε ένα περίεργο real estate που «κουκουλώνεται» από τα μεγαλεπήβολα σχέδια «αναβάθμισης» σε γειτονίες της Αθήνας. Στο χρηματιστήριο της γης, και μάλιστα της πρωτεύουσας γης, οι αναπλάσεις και η δημιουργία «χά» περιοχών υπόσχονται πάντα σαν ατού την «εξαφάνιση» της ανθρώπινης δυστυχίας τοξικομανείς στη γύρα, άστεγοι στην κούτα, ανάπηροι στη «ζήτα». Άλλο κι αν αυτό σημαίνει «μετατόπιση» πιο δίπλα, πιο μακριά από τα τετραγωνικά που αναλογούν σε νεόδμητες μεζονέτες του Μεταξουργείου, σε ακίνητα γύρω από το νυχτερινό «down town» στου Ψυρρή ή σε «lofts» και εν ευθέτω χρόνω πέριξ του... επελαύνοντος Βοτανικού. Πιο πριν η υποβάθμιση είχε φτιάξει τη «μαγιά» για να φυλλορροήσουν μόνιμοι κάτοικοι, να αλλάξουν οι λειτουργίες της περιοχής, να έρθουν χαμηλά εισοδήματα, να μειωθούν οι τιμές των ακινήτων για να αυξηθούν όταν αγοραστούν αντί πινακίου φακής από τους έχοντες και κατέχοντες ή από σχεδιάζοντες και καλά πληροφορημένους. Την ίδια ώρα στα όρια της Αθήνας ψάχνουν ή φτιάχνουν στέκια απόκληροι κάθε είδους. Οι υπηρεσίες του Δήμου Αθηναίων υπολογίζουν σε 1.5001.700 τους χρήστες εξαρτησιογόνων ουσιών, τους φτωχούς ανθρώπους και τους ψυχικά ασθενείς που ζουν στον δρόμο. Καθημερινά στο Ίδρυμα Αστέρων του Δήμου Αθηναίων, στη συμβολή των οδών Πειραιώς και Σοφοκλέους, σπίζονται 580 χρήστες, ενώ συνολικά, μεσημέρι και βράδυ, περισσότερα από 1.200 άτομα. Συγχρόνως από τη μια δημιουργούνται περιοχές-καταφύγια ανθρώπων με χαμηλά εισοδήματα αλλά και περιοχές-περάσματα για νέους μετανάστες και από την άλλη μελλοντικά «φιλέτα». Απλώς αλλάζει η γεωγραφία της δυστυχίας, που τη θέλουν αόρατη στο

⁵³ καθημερινή, Μαρίας Κατσουνακη, Ο φόβος δεν φυλάει τα έρμα, 03.10.2010)

όνομα του εξευγενισμού των επιλεγμένων από τα επενδυτικά κεφάλαια. (Το βήμα, Οι γειτονιές της ηρωϊνης- Εικόνες από τον χειρότερο εφιάλτη στα περίξ της πλατείας Ομονοίας, 18/05/2008)

Οι γειτονιές που φέρουν αυτά τα χαρακτηριστικά έχουν την τάση να ταυτίζονται με τους μετανάστες. Στα μάτια του κόσμου οι μετανάστες συγχέονται με την εγκληματικότητα και τις πιάτσες ναρκωτικών. Γι' αυτό οι επίδοξοι εξευγενιστές κάτοικοι επιδιώκουν να εξωθούν όποιον δε νιώθουν οικείο, και να τον αντικαθιστούν με άλλους κατοίκους κατά προτίμηση, όχι μετανάστες, που θα ακολουθεί παρόμοιο τρόπο ζωής. Προσπαθούν να διεκδικήσουν και να προστατέψουν το χώρο τους, ειδικά τον κοινόχρηστο και να επιβάλουν το δικό τους πρότυπο. Από αυτό προκύπτουν και οι όποιες κινήσεις γειτονιάς για φωτισμό, καλλωπισμό, αστυνόμευση, ενέργειες που θα ανακτούν το αίσθημα της ασφάλειας.

γ_ οίκoi ανοχής

Η ύπαρξη των οίκων ανοχής έχει αναδειχθεί σε μεγάλο αγκάθι για τα επιχειρηματικά πλάνα «ανάκαμψης» της περιοχής του Μεταξουργείου. Η μεγαλύτερή τους συγκέντρωση βρίσκεται στην οδό Ιάσονος, ένα πεζόδρομο γεμάτο με νεοκλασικά κτίρια, 30 εκ των οποίων έχουν χαρακτηριστεί ήδη από τη δεκαετία του '90 διατηρητέα από το ΥΠΕΧΩΔΕ. Μέχρι τότε είχαν καταγραφεί μόλις 2 οίκοι ανοχής σε αυτό το σημείο. Μετά την πεζοδρόμηση της οδού, οι οίκοι πολλαπλασιάστηκαν. Σύμφωνα με το νόμο 2734, άρθρο 3, ΦΕΚ 161, τ. Α, 5- 8- 1999, απαγορεύεται η εγκατάσταση οίκων ανοχής σε χαρακτηρισμένα διατηρητέα. Παρόλα αυτά η εγκατάσταση συνεχίστηκε, ίσως αυτό να έχει σχέση και με την έξαρση του trafficking, καθιερώνοντας την οδό ως «οδό των οίκων ανοχής»⁵⁴.

“Η Ιάσωνος έχει φτηνό σεξ, είναι η πιο πυκνοκατοικημένη γειτονιά σε μπουρδέλα. Τα αγόρια πηδάνε και μετά κατουράνε, χαρίζοντας στον δρόμο μια υπέροχη εσάνς παρακμής συνεπικουρούμενης από τον ντεμί φωτισμό. Ξεχνώντας την μπίχλα της ντεκαντάνς, σηκώνουμε κεφάλι, και παρατηρούμε ένα αριστουργηματικό συνεχές διμέτωπο νεοκλασικής αρχιτεκτονικής. [...] Είναι μεγάλο άδικο το παρόν της...Κι η Ιάσωνος πρέπει να σωθεί!”⁵⁵.

Οι οίκοι ανοχής, όχι μόνο δε συμβαδίζουν με το πρότυπο μιας «υγειούς» γειτονιάς, ασφαλούς και ευχάριστης, αλλά αποτελούν και ανασφαλή επένδυση για τους τραπεζικούς ομίλους. Όσο υπάρχουν και πολλαπλασιάζονται οι οίκοι ανοχής στο Μεταξουργείο η χρηματοδότηση του προγράμματος JESSICA παραμένει παγωμένη. Για αυτό το λόγο η ολίαρος και η ΚΜ Πρότυπη γειτονιά επεμβαίνουν και σε αυτόν τον τομέα.

Έτσι το 2014 οι παραπάνω φορείς προχώρησαν σε μια νέα πρωτοβουλία, τη σήμανση της οδού Ιάσονος. Η δράση αυτή έγινε με μέγα χορηγό τον όμιλο Παπαστράτος, σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρία για την προστασία του Περιβάλλοντος και Πολιτιστικής Κληρονομιάς, τη στήριξη του Κινήματος Πολιτών για το Κέντρο της Αθήνας (ΚΙ.ΠΟ.Κ.Α), καθώς και του Δήμου Αθηναίων. Όπως αναφέρει η διακήρυξη της πρωτοβουλίας⁵⁶

«Σε συνέχεια των προσπαθειών για προώθηση και προστασία της γειτονιάς από το 2009 μέχρι σήμερα, η ΚΜ Πρότυπη Γειτονιά σε συνεργασία και συντονισμό με σχετικούς φορείς του Δήμου Αθηναίων, ξεκινά εργασίες για την αναβάθμιση της οδού Ιάσονος και τονίζει την αρχιτεκτονική των κτιρίων της. Συγκεκριμένα:

⁵⁴ <https://kompreser.espivblogs.net/2011/04/02/enantiastilithi-metaksourgeio/>

⁵⁵ http://athensville.blogspot.com/2009/09/blog-post_03.html

⁵⁶ (<http://www.oliaros.com/?lang=en&p=406&title=Active-citizens-illuminate-and-designate-Iasonos-street-in-Metaxourgeio>)

- Αντικατάσταση του φωτισμού της οδού με λαμπτήρες τεχνολογίας LED για εξοικονόμηση ενέργειας μέχρι και 50%(σε σχέση με την υπάρχουσα) και βελτίωση της ποιότητας και ποσότητας του φωτισμού.

- Αποκατάσταση 25 παρτεριών
- Αποκατάσταση των φθορών στην πεζοδρόμηση

Επιπρόσθετα, το Συμβούλιο Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς της Ελληνικής Εταιρίας θα επιλέξει ένα δείγμα και θα περιγράψει τον αρχιτεκτονικό πλούτο της οδού, με δημόσια σήμανση και πληροφόρηση.»

Φυσικά από τις δράσεις αυτές δε θα μπορούσε να λείπει ο φεστιβαλικός χαρακτήρας οπότε, η πρωτοβουλία συνοδεύτηκε με φαγητό από το κοντινά εστιατόρια Safka και Aleria, καθώς και ζωντανή περφόμανς από τους Swing Shoes and Sugahspank.

Το μόνο σίγουρο για την οδίατος είναι ότι με κάποιο τρόπο οι χρήσεις του δρόμου θα πρέπει να εντάσσονται σε κάποια αποδεκτά πλαίσια, ανεξάρτητα από το τι συμβαίνει στο εσωτερικό τους. Δεν πειράζει να υπάρχει η χρήση της πορνείας, αρκεί να μπορεί να αξιοποιηθεί εμπορικά και να συμβάλει στην καλή εικόνα της γειτονιάς, όπως αναφέρει ο διευθύνων σύμβουλος στο παρακάτω απόσπασμα.

Τι συμβαίνει με τα ναρκωτικά, τους οίκους ανοχής και τα άδεια κτίρια; Οι οίκοι ανοχής πολλαπλασιάζονται. Τα ναρκωτικά πηγαиноέρχονται, όπως και σε άλλες περιοχές στην Αθήνα, τα άδεια κτίρια ιδίως γύρω από τους οίκους ανοχής παραμένουν και πολλαπλασιάζονται, εκτός εάν γίνουν οίκοι ανοχής. Εκ των πραγμάτων δεν υπάρχει άλλη επιλογή. Ποια είναι η θέση μας; Είτε να γίνει η περιοχή Red Light District επίσημα και με κανονισμούς, είτε να κλείσουν. Το ενδιάμεσο, το παράνομο, δεν είναι λύση και λογικά συντηρείται από όσους είτε κερδίζουν από αυτό, είτε αγνοούν τι είναι αυτό που συντηρούν. (Athens voice, Μεταξουργείο – Κεραμεικός, Θα επενδύσεις; 07.05.2014)

Η ΚΙΠΟΚΑ που ήταν ένας από τους διοργανωτές έχει επιδείξει μεγάλο ενδιαφέρον στο ζήτημα της πορνείας και των οίκων ανοχής στο αθηναϊκό κέντρο, για αυτό και συμμετείχε ενεργά στο παραπάνω event. Ειδικά για το συγκεκριμένο δρόμο είναι σαφής υπέρμαχος της ανάδειξης του ιστορικού χαρακτήρα, βάσει της αρχιτεκτονικής των κτιρίων του.

Η περιοχή Κεραμεικού - Μεταξουργείου «φιλοξενεί» το 20-25% (περίπου 70) του συνόλου των οίκων ανοχής και στούντιο που λειτουργούν στο Λεκανοπέδιο. Επίσης, 57 οίκοι ανοχής είναι συγκεντρωμένοι γύρω από τις οδούς Ιάσονος και Κολωνού και τα 13 στούντιο κυρίως στην Ιερά Οδό και στην Κωνσταντινουπόλεως.

Οι κάτοικοι, που κινούνται στα όρια της ανοχής, ζητούν το οριστικό κλείσιμο των πορνείων, ενώ ο συντονιστής της ΚΙΠΟΚΑ Δημήτρης Νικολακόπουλος αναφέρει ότι τα πορνεία «στιγματίζουν τις γειτονιές και εγκλωβίζουν πάνω από 8.000 ιδιοκτησίες, συνολικής αξίας άνω των 800 εκατομμυρίων ευρώ, που βρίσκονται σε μια ακτίνα όπως ορίζεται από την Ιερά Οδό, την Κωνσταντινουπόλεως, την Αχιλλέως, την Ομόνοια και την Πειραιώς».

Ειδικά για την οδό Ιάσονος, η ΚΙΠΟΚΑ υπογραμμίζει ότι αποτελεί τμήμα της πόλης που έχει χαρακτηριστεί παραδοσιακό, με 30 από τα 57 κτίρια χαρακτηρισμένα διατηρητέα. Ωστόσο, η συγκεκριμένη οδός αποτελεί κεντρικό άξονα δραστηριοποίησης των οίκων ανοχής, με 20 από αυτούς να λειτουργούν εντός 12 διατηρητέων, κάτι που απαγορεύεται από τη νομοθεσία. (ΕΘΝΟΣ,Ο χάρτης της πορνείας στην Αθήνα, 4/5/2012)

Όπως και να έχει, πέρα από την προαναφερθείσα οδό, είναι γεγονός ότι το Μεταξουργείο αποτελεί μια από τις γειτονιές του κέντρου που πληθαίνουν οι οίκοι ανοχής. Συντίθεται έτσι ένα κράμα «παρακμής» από τη μια και «προόδου» από την άλλη, που ακόμα είναι δύσκολο να αντιμετωπιστεί ως μια εικόνα που μπορεί ως έχει να προωθηθεί, για αυτό και χρίζει αλλαγής.

Αρκετά πιο πίσω, στο ύψος του Μεταξουργείου, ανάμεσα σε μεταμοντέρνες γκαλερί, μπαράκια και συναυλιακούς χώρους, βρίσκεται παραδοσιακά εξαπλωμένη άλλη μια ζώνη του σεξ, η οποία μάλιστα εσχάτως έχει δει τις δουλειές της να πέφτουν. «Ασπίδα» προστασίας σε αυτή την κάμψη είναι ωστόσο οι μετανάστες, οι περισσότεροι εκ των οποίων βρίσκονται μόνοι τους στη χώρα μας, με ό,τι αυτό σημαίνει. Το Σαββατοκύριακο, όταν η πόλη χαλαρώνει, μελαψοί Ασιάτες πηγαινοέρχονται με παντόφλες και ελαφρό ντύσιμο για να τσεκάρουν τα «σπίτια», να δουν τις τιμές, αλλά και τα κορίτσια. (Το βήμα, Το αθηναϊκό τρίγωνο της αμαρτίας-Από την Πειραιώς στο Μεταξουργείο και από την Ομόνοια στην Κολιάτσου, 13/12/2009)

Το γεγονός ότι τους οίκους συντηρούν οι μετανάστες έρχεται να προσθέσει άλλο ένα επιχείρημα στο πώς αυτοί, οι «άλλοι» κάτοικοι, είναι οι φορείς της ανομίας που δεν μπορούν να συνυπάρξουν με τη «νέα, ωραία, υγιή και ασφαλή» γειτονιά του Μεταξουργείου.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το κατατεθειμένο θεωρητικό πλαίσιο αποτελεί μια διόπτρα, μέσα από την οποία θα επιχειρηθεί η άντληση συμπερασμάτων όσον αφορά τα ερωτήματα που μπήκαν στην αρχή της εργασίας. Η περιοχή του Μεταξουργείου και η έρευνα που έγινε ειδικά για αυτό θα είναι ο καταλύτης. Φυσικά δεν μπορεί κανείς βάσει των ειδικών συνθηκών που διαμορφώνονται σε μια περιοχή να εκφράσει με απόλυτο τρόπο ευρύτερα συμπεράσματα για όλο το κέντρο της Αθήνας, μπορεί όμως να αναγνωρίσει τις γενικές κατευθυντήριες για ανάλογες περιοχές του κέντρου.

Συνοψίζοντας λοιπόν το θεωρητικό πλαίσιο, βλέπουμε ότι η ιδεολογία αναδεικνύεται κομβική στην ταξική πάλη, ειδικά στο επίπεδο των σημασιών, και στην προσπάθεια για διατήρηση της ηγεμονίας. Η διατήρηση της ηγεμονίας είναι μια διαρκής διαδικασία που εκφράζει σχέσεις μεταξύ αντικρουόμενων πρακτικών. Στη σύγχρονη κοινωνία οι ΙΜΚ παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία κοινωνικού ελέγχου, ενώ οι καταπιεστικοί μηχανισμοί του κράτους αποκτούν πιο αφανή ρόλο. Ένας από τους βασικούς τρόπους διατήρησης της ηγεμονίας είναι η παραγωγή και διάδοση του κυρίαρχου λόγου μέσα από ένα πλέγμα σχέσεων εξουσίας που διαπερνούν το κοινωνικό σώμα.

Μια σύγχρονη ματιά γύρω από τις εικόνες τόπων, τα σύμβολα και το λόγο για την πόλη, εστιάζει στο ρόλο των ΜΜΕ, του κράτους, και των κατασκευαστών στην παραγωγή και στη χειραγώγηση. Η επαναλαμβανόμενη έκφραση και διακίνηση χαρακτηρισμών ενός τόπου σχηματίζουν ηγεμονικές εικόνες, που προκύπτουν από κοινές αναφορές που διαπνέουν τις πηγές. Παρά το γεγονός ότι η νοητική επεξεργασία είναι ατομική διαδικασία, η διαδικασία αυτή επηρεάζεται ουσιαστικά από πληθώρα ιδεολογικών φίλτρων. Οι επικρατούσες εικόνες, ρητορική, και πολιτισμικά σύμβολα επιδιώκουν να ορίσουν τα πλαίσια μιας κοινά διαδεδομένης λογικής. Τα πλαίσια αυτά δεν είναι μόνιμα, ούτε αδιαμφισβήτητα, αλλά έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν το κοινωνικό βαρόμετρο υπέρ προδιαγεγραμμένων πρακτικών και πολιτικών που προσπαθούν να βελτιώσουν ή να αμελήσουν (με ό,τι βάρος μπορεί να έχει αυτό) τη συνολική υπάρχουσα κατάσταση και κοινωνικά προβλήματα μιας περιοχής και να περιγράψουν μελλοντικές κατευθύνσεις.

Η αναπαράσταση είναι μια από τις βασικές πρακτικές που παράγουν πολιτισμό, οποίος αφορά «κοινά νοήματα». Οι πολιτιστικές πολιτικές αποδείχθηκαν ένα πολύτιμο εργαλείο στη διαμόρφωση της τοπικής οικονομικής βάσης, στην προσπάθεια επίτευξης της «επιθυμητής» κοινωνικής συνοχής, καθώς και στη δημιουργία μιας συγκεκριμένης «θετικής» εικόνας. Μεγάλο κομμάτι της οικονομικής βάσης καταλαμβάνουν τομείς όπως ο ελεύθερος χρόνος, ο τουρισμός, τα ΜΜΕ και άλλες πολιτιστικές βιομηχανίες, συμπεριλαμβανομένων και της μόδας και του design. Σε αυτούς τους τομείς βασίστηκαν και οι στρατηγικές αστικού marketing, οι οποίες διέβλεψαν τη σημασία μιας ζωντανής, κοσμοπολίτικης πολιτιστικής ζωής, στοχευμένη στο να προσελκύει κεφάλαια. Μια πόλη σύμφωνα με τις παραπάνω στρατηγικές εμφανίζεται να απολαμβάνει την ποιότητα της ζωής του κέντρου, μια ατμόσφαιρα υψηλού επιπέδου και αισθητικής, δημιουργικότητας, εκλεπτυσμού και καινοτομίας. Για την κυρίαρχη αφήγηση, τα παραπάνω χαρακτηριστικά για την πόλη επιτυγχάνονται και με πρακτικές που περιλαμβάνει ο εξευγενισμός. Το κράτος επιδιώκει μέσω των πολιτικών του μια ανανεωμένη εικόνα, ενστερνιζόμενο τη συνδρομή της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Ταυτόχρονα υποστηρίζεται η λογική ότι η σταδιακή διάχυση των μεσαίων στρωμάτων θα σπάσει τον κύκλο της «υποβάθμισης» και θα επιφέρει γενικότερη αναζωογόνηση.

Ειδικά σε σχέση με την περιοχή του Μεταξουργείου, η κυρίαρχη αφήγηση, έτσι όπως παρουσιάζεται από έναν από τους βασικούς ΙΜΚ, τα ΜΜΕ, μέσα από την εκφορά του λόγου τους, παρουσιάζει μια ανάλογη με τα παραπάνω εικόνα. Είναι χαρακτηριστική η ρητορική που αναπαράγουν διάφορες υψηλού κύρους εφημερίδες, καθώς και δημοφιλή free press έντυπα. Η πλούσια αρθρογραφία για την περιοχή, πριν ακόμα από το ξέσπασμα της κρίσης, εστιάζει σε ζητήματα που διαρθρώνονται γύρω από μια εικόνα που περιγράφεται μέσα από ένα συγκεκριμένο ιδεολογικό πλαίσιο. Το πλαίσιο αυτό θα μπορούσε να εγγραφεί γύρω από το τρίπτυχο ιστορία-δημιουργικότητα/εναλλακτισμός -φόβος. Το τρίπτυχο αυτό αξιοποιεί κάθε μια έννοια προς μια κατεύθυνση που εξυπηρετεί με τη σειρά της διαφορετικούς σκοπούς. Το ποσοστό των άρθρων που υποστηρίζουν και προβάλλουν την κυρίαρχη αφήγηση για την εικόνα που θα «έπρεπε» να έχει η γειτονιά, έναντι αυτών που την αντιμάχονται και υποστηρίζουν την γειτονιά ως έχει, αποδίδοντας της αφενός μια ποιότητα αναγνωρίζοντας αφετέρου τις υφιστάμενες προβληματικές της, είναι συντριπτικό.

Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην προσπάθεια ανάδειξης του πολιτισμικού κεφαλαίου της περιοχής, πρωτίστως μέσω της τέχνης, της δημιουργικότητας και των εναλλακτικών δραστηριοτήτων. Αυτοί είναι άλλωστε και οι τομείς που αναφέρονται στο μοντέλο του νεοκατοίκου που θεωρείται προτιμητέος για αυτήν την περιοχή. Με τη σειρά του η λογική του «φόβου» χρησιμοποιείται για να στοχοποιήσει ό,τι «κατάλοιπο» της παλιάς γειτονιάς έχει απομείνει, που δεν μπορεί με κάποιο τρόπο να ενσωματωθεί στη νέα εικόνα του προτύπου γειτονιάς που πάει να δημιουργηθεί. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος κάλυψης του κομματιού των ιδιωτικών πρωτοβουλιών, είτε αυτό έχει να κάνει με υλικό χαρακτήρα, είτε με άυλο. Οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες που απευθύνθηκαν στο Μεταξουργείο αντιμετωπίστηκαν ως «λυτρωτικές», και χαίρουν άκρας αποδοχής, σε σημείο που θεωρείται ότι μόνο μέσω αυτών θα μπορούσε να υπάρξει μια θετική προοπτική για την περιοχή. Από πλευράς του το κράτος έσπευσε να συνδράμει υποβοηθώντας αυτές τις πρωτοβουλίες προωθώντας πολιτικές που τις διευκολύνουν.

Ωστόσο, παρόλες τις προσπάθειες που έχουν γίνει για την εδραίωση αυτής της κυρίαρχης αφήγησης, δεν μπορεί κανείς να πει ότι η εικόνα που οι φορείς της οραματίζονται έχει επιτευχθεί. Ο χώρος δεν έχει αλλάξει δραματικά, ούτε οι λειτουργίες της γύρω περιοχής. Το συντριπτικό ποσοστό των μόνιμων κατοίκων και εργαζόμενων αποτελείται από χαμηλά στρώματα, με δυναμική μερίδα μεταναστών, εξακολουθεί να υπάρχει παραβατικότητα και η περιοχή γενικά δεν καλύπτει τον χαρακτηριστικό τόπο διαβίωσης για ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Υπάρχει έντονο το στοιχείο της αντίθεσης στην περιοχή του Μεταξουργείου. Τα δίπολα που αναπτύσσονται από την απεικόνιση της περιοχής είναι πολλά, και σίγουρα εντρυφώντας στην ανάλυσή της θα προκύπτουν συνεχώς περισσότερα και ενδεχομένως πιο εξειδικευμένα. Αυτές οι αντιθέσεις προσδίδουν πολλαπλές δυναμικές στην περιοχή.

Οι λόγοι για τους οποίους δε συντελείται ολοκληρωτικά αυτή η μεταβολή ποικίλουν και έχουν να κάνουν αφενός με τις αντιφάσεις στα πλαίσια της αστικής στρατηγικής και αφετέρου με τις αντιστάσεις που διαρθρώνονται από τα ηγεμονευόμενα κοινωνικά στρώματα. Σε πρώτη φάση, όπως αναφέρθηκε παραπάνω το αποτύπωμα στο χώρο και στο χρόνο προκύπτει από κοινωνικούς και πολιτικούς συσχετισμούς μέσα από διαπάλη. Αυτοί οι συσχετισμοί, τουλάχιστον προς το παρόν δεν είναι απόλυτα ξεκάθαροι. Δεν μπορεί κανείς να μιλήσει για ολική κυριαρχία της μιας πλευράς πάνω στην άλλη ώστε να επιβληθεί και το αντίστοιχο πρότυπο. Πρώτον η χρονική συγκυρία της κρίσης έχει παγώσει τα εργαλεία για να επιτευχθεί μια ολοκληρωμένη χωρική και

πολιτισμική αλλαγή, παρόλο που γενικά θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως ευκαιρία. Ακόμα και έτσι όμως σε αυτήν την περίπτωση το επενδυτικό κεφάλαιο χρειάζεται χρηματοδοτικά εργαλεία που παρέχονται από το κράτος και αυτή τη στιγμή οι προτεραιότητες επαναπροθετήθηκαν και προωθήθηκαν διαφορετικού τύπου αλλαγές στον ελληνικό κοινωνικό σχηματισμό. Ακόμα και να υπήρχαν οι προϋποθέσεις αυτές, όμως, τα κυρίαρχα στρώματα δεν μπορούν να ποντάρουν σε μια εξάλειψη των πλειοψηφικών χαμηλότερων οικονομικά κοινωνικών στρωμάτων, ακριβώς γιατί πρέπει να παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες για την αναπαραγωγή και εκμετάλλευσή τους. Τρίτον, ειδικά σε συνθήκες κρίσης, που η συμπίεση των χαμηλών στρωμάτων αυξάνεται σε βαθμό βίαιης φτωχοποίησης και εξαθλίωσής τους, αυξάνεται το ένστικτο της αυτοσυντήρησης και αντίδρασής τους, πράγμα που σημαίνει ότι εν δυνάμει διαμορφώνονται συνθήκες διεκδίκησης δικαιωμάτων και χώρου. Βέβαια, οι λόγοι αυτοί δε σημαίνει ότι θα εξακολουθήσουν να έχουν την ίδια ισχύ για πάντα. Με τους παραμικρούς χειρισμούς η κατάσταση αυτή μπορεί να αντιστραφεί και τότε όντως να προχωρήσουν σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό οι διεργασίες μετασχηματισμών στο Μεταξουργείο.

Άρα συμπερασματικά προκύπτει ότι η κυρίαρχη αφήγηση στη συγκεκριμένη περιοχή έχει στρώσει ένα πολύ πρόσφορο έδαφος για την εφαρμογή της αστικής στρατηγικής, που χαίρει αποδοχής από αρκετά μεγάλο κομμάτι κόσμου. Το ερώτημα παραμένει στο κατά πόσο στο εγγύς μέλλον οι υπάρχουσες πληττόμενες κοινωνικές μερίδες της περιοχής θα καταφέρουν να βάλουν αναχώματα σε μια διαδικασία ριζικής μεταλλαγής του Μεταξουργείου, διεκδικώντας το δικαίωμα στην πόλη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Αγγελίδης, Β.** 1992, Μεταξουργείο- Κολωνός : νοσταλγία και πραγματικότητα, Αθήνα: Φιλιππούτη
- Αγριαντώνη, Χ. (1995), Συνοικία Μεταξουργείο, στο Αγριαντώνη Χ. και Χατζηιωάννου, Μ. (επιμ.), Το Μεταξουργείο της Αθήνας, Αθήνα: Κέντρο Νεοελληνικών Ερευνών- Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, σελ 157-171
- Αλεξανδρή, Γ.** 2013, Χωρικές και Κοινωνικές Μεταβολές στο κέντρο της Αθήνας: η περίπτωση του Μεταξουργείου, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, διδακτορική διατριβή
- Αλεξανδρή, Γ.** 2015, Διεκδικούμενος χώρος στο κέντρο της πόλης: το Μεταξουργείο ανάμεσα στο φόβο και το hype, Urban Conflicts, Εργαστήριο συναντήσεις και συγκρούσεις στην πόλη, Θεσσαλονίκη
- Αραβαντινός, Α.** 1997, Πολεοδομικός Σχεδιασμός για μια Βιώσιμη Ανάπτυξη του αστικού Χώρου, Αθήνα: Συμμετρία
- Βαϊού, Ντ., Καλαντίδης, Α., Καράλη, Α., Κεφαλέα, Ρ., Λαφαζάνη, Ο., Λυκογιάννη, Ρ., Μαρνελάκης, Γ., Μονεμβασίτου, Α., Μπαχαροπούλου, Α., Παπασημάκη, Κ., Τούντα, Φ., Φωτίου Θ. και Χατζηβασιλείου, Σ.** 2007, Διαπλεκόμενες καθημερινότητες και χωροκοινωνικές μεταβολές στην πόλη: μετανάστριες και ντόπιες στις γειτονίες της Αθήνας, Αθήνα: L-Press και ΕΜΠ
- Βαϊού, Ν.** 2009, Όψεις της μετανάστευσης, Συνέδριο «Πληθυσμιακές τάσεις και προοπτικές_Ελλάδα και Ευρωπαϊκή Ένωση», Κέντρο Ερεύνης της Ελληνικής Κοινωνίας, Ελληνική Εταιρεία Δημογραφικών Μελετών, Αθήνα
- Βαταβάλη, Φ.** 2004, η οδός Κεραμεικού στο Μεταξουργείο, Τομέας Πολεοδομίας και Χωροταξίας, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ, εργασία ΔΠΜΣ
- Εμμανουήλ, Δ. Ζακοπούλου, Ε., Μαλούτας, Θ., Καυταντζόγλου, Ρ., Χατζηγιάννη, Μ.** ,2008, Κοινωνικοί και Χωρικοί Μετασχηματισμοί στην Αθήνα του 21ου αιώνα, Αθήνα: ΕΚΚΕ
- Ζερβού, Α.** 2011, Αναδιαμορφώνοντας την ταυτότητα της Αθήνας: τηλεοπτικές σειρές και εφημερίδες free press, 1^ο συνέδριο «Δημόσιος χώρος ...αναζητείται», ΤΕΕ / ΤΚΜ
- Ηλιοπούλου, Ε.** 2004, Διαδικασίες στρατηγικού σχεδιασμού της Αθήνας και ένταξη σε αυτών δράσεων σχετικών με τους Ολυμπιακούς Αγώνες, Γεωγραφίες, Νο 7, σελ 118-126
- Κατσαούνη, Σ.** 2014, REMAP: Όταν η πλατφόρμα σύγχρονης τέχνης, γίνεται πλατφόρμα εκτοπισμού και «εξευγενισμού»_ μια διερεύνηση διαδικασιών gentrification, μέσα από το παράδειγμα του Μεταξουργείου, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Πολυτεχνείο Κρήτης, ερευνητική εργασία
- Κατσαούνη, Σ.** 2016, Κοινωνική συνοχή και κοινωνικές ανισότητες την εποχή της κρίσης_ προσεγγίζοντας το ρόλο των αναπτυξιακών πολιτικών στις διαδικασίες μετασχηματισμού της περιοχής του Μεταξουργείου, Τομέας Πολεοδομίας και Χωροταξίας, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ, διπλωματική εργασία ΔΠΜΣ
- Καρατζάς, Γ.** 2008, Αναπαράσταση χαρακτηριστικών νεοελληνικής ταυτότητας στον αστικό χώρο_ η περίπτωση του Μεταξουργείου, Τομέας Πολεοδομίας και Χωροταξίας, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ, εργασία ΔΠΜΣ
- Λάββας, Γ.** 1984, Προστασία μνημείων και συνόλων, βασικές έννοιες ιδεολογία και μεθοδολογία, τεύχος 1, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

- Λεοντίδου, Λ.** 1989, Πόλεις της σιωπής : εργατικός εποικισμός της Αθήνας και του Πειραιά, 1909-1940, Αθήνα: Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα Ε.Τ.Β.Α.
- Μαλούτας Θ., Κανδύλης Γ., Πέτρου Μ. και Σουλιώτης Ν.,** 2013, Το κέντρο της Αθήνας ως πολιτικό διακύβευμα, Αθήνα: ΕΚΚΕ-Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
- Μαντουβάλου Μ., Μπαλλά Ε.,** 2004, Μεταλλαγές στο σύστημα γης και οικοδομής και διακυβεύματα του σχεδιασμού στην Ελλάδα σήμερα, «Η Ελληνική πόλη προς τον 21ο αιώνα», τιμητικός τόμος για τον Καθηγητή Πολεοδομίας Α. Αραβαντινό, Αθήνα, σελ. 316-330
- Μουκούλης, Π.** 2007, Φαινόμενα Gentrification: Θεωρητικές προσεγγίσεις για τη Δημιουργία, την Εξέλιξη και τις Επιπτώσεις στον Αστικό χώρο, Τομέας Πολεοδομίας και Χωροταξίας, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ, εργασία ΔΠΜΣ
- Παναγιωτάτου, Ε.** 1988, Συμβολή σε μια ενιαία θεώρηση του χώρου και σε μια άλλη σχεδιαστική πρακτική, Αθήνα
- Πατατούκα, Ε. και Πολύζου, Ι.** 2011, «Δημόσιος χώρος σε μετασχηματισμό: επενδύσεις και κινέζικη μετανάστευση στο Μεταξουργείο», Public Space, Τευχ.401 (1), Γ3, Θεσσαλονίκη: ΤΕΕ- ΤΚΜ.
- Πούλιος Ι., Τουλούπα Σ.,** 2015, Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη, στο Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα. www.kallipros.gr
- Πρέπη, Α.** 2014, Το φαινόμενο gentrification: ερμηνεία και ανάλυση, Τομέας Πολεοδομίας και Χωροταξίας, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών ΕΜΠ, εργασία ΔΠΜΣ
- Σαρηγιάννης, Γ.** 2000, Αθήνα 1830 – 2000. Εξέλιξη – Πολεοδομία – Μεταφορές, Αθήνα: Συμμετρία
- Ταξιάρχη, Π.** 2010 Το Μεταξουργείο Ιστορική & Πολεοδομική Εξέλιξη από την Αρχαιότητα έως σήμερα , <http://www.oliaros.com/?p=143>
- Χαστάογλου, Β.** 1982, Κοινωνικές Θεωρίες για τον Αστικό Χώρο-Κριτική Ανάλυση, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής
- Althousser, L.** 1999, Θέσεις, Αθήνα: Θεμέλιο
- Davis, M.** 2008, Πέρα από το Blade Runner: αστικός έλεγχος και οικολογία του φόβου, (μφτ). Ηλιάδης, Ν., Αθήνα: Futura.
- Debord, G.** 1988, Σχόλια πάνω στην κοινωνία του θεάματος, Αθήνα: Ελεύθερος τύπος
- Eagleton, T.** 1994, Οι έννοιες της ιδεολογίας και της ηγεμονίας στον Γκράμσι, Ουτοπία τεύχος: 11, σελ 53-65
- Gramsci, A.** 1973, Ιστορικός υλισμός τετράδια της φυλακής¹, Αθήνα: Οδυσσεύς
- Harvey, D.** 2013, Εξεγερμένες πόλεις_ Από το δικαίωμα στην πόλη στην επανάσταση της πόλης, Αθήνα: ΚΨΜ
- Lenin, I.V.** 2012, Κράτος και επανάσταση_ η διδασκαλία του μαρξισμού για το κράτος και τα καθήκοντα του προλεταριάτου στην επανάσταση, Αθήνα: Σύγχρονη Εποχή
- Savage M., Ward A.,** 2005, Αστική κοινωνιολογία, καπιταλισμός και νεωτερικότητα, Αθήνα: Παπαζήση
- Hall, T.** 2005, Αστική γεωγραφία, Αθήνα: κριτική
- ΕΣΕΕ-INEMY,** 2012, Απογραφή του εμπορικού κέντρου της Αθήνας και καταγραφή των λουκέτων στα πλαίσια της ΓΕΩΒΑΣΗΣ
- ΥΠΕΚΑ,** 2010, Πρόγραμμα Αθήνα-Αττική 2014: Σχέδιο Δράσης για το Κέντρο της Αθήνας
- Δήμος Αθηναίων,** 1991, Μεταξουργείο, Μελέτη Αναβάθμισης, "Εκθεση Μελέτης Α' φάση, Ανάδοχος Γραφείο Δημητριάδης, Ι. και συνεργάτες.
- Δήμος Αθηναίων,** 1992, Μεταξουργείο, Μελέτη Αναβάθμισης, "Εκθεση Μελέτης Β' φάση, Ανάδοχος Γραφείο Δημητριάδης, Ι. και συνεργάτες.

Δήμος Αθηναίων, 1993, Μεταξουργείο, Μελέτη Αναβάθμισης, "Εκθεση Μελέτης Γ' φάση, Ανάδοχος Γραφείο Δημητριάδης, Ι. και συνεργάτες.

Δήμος Αθηναίων, ΕΑΤΑ Α.Α.Ε., 2013, Re-launching Athens. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Αθηναίων

Καρύδη, Α. 2001, Αναγνώριση και Προτάσεις Παρεμβάσεων για την περιοχή Μεταξουργείου, ανάδοχος Γραφείο Α. Καρύδη με ειδικούς συνεργάτες, Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων (ΕΑΧΑ), Αθήνα

Ξένη

Abercrombie, N., Hill S., Turner B. 1982, The Dominant Ideology Thesis, *Social Forces* vol 60:4, London: Allen & Unwin, p. 1208-1210

Ashworth, G.J. 2003, Heritage, identity and places: For tourists and host communities, *Tourism in Destination Communities*, 79.

Bailey, J.T. 1989, *Marketing Cities in the 1980s and Beyond: New Patterns, New Pressures, New Promises* Cleveland, OH: American Economic Development Council

Barthes, R. 2000, *A Roland Barthes reader*, Vintage, London

Beauregard, R. 1986, The chaos and the complexity of gentrification, in Smith, N. and Williams, P. (eds), *Gentrification of the city*, London, Sydney: Allen and Unwin, p. 35-55

Benjamin, W. 1978, *One Way Street and Other Writings*, London: Verso

Bianchini, F. 1993, Remaking European cities, in Bianchini, F. and Parkinson, M. (eds.) *Cultural policy and urban regeneration: the west European experience*, Manchester: Manchester University Press

Boddy, T. 1992, Underground and overhead: building the analogous city, in Sorkin, M. (eds.) *Variations on a Theme Park: The new American city and the End of Public Space*, New York: Hill and Wang

Bourdieu, P. 1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge University Press

Bourdieu, P. 1986, The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood

Bourdieu, P. 1991, *Language and Symbolic Power*, UK: Polity Press

Bridge, G. 1995, The space for class? On class analysis in the study of gentrification, *Transactions of the Institute of British Geographers* 20

Bridge, G. 2001, Bourdieu, rational action and the time-space strategy of gentrification, *Transactions of the Institute of British Geographers* 26, p. 205-216

Butler, T. 1997, *Gentrification and the Middle Classes*, UK: Ashgate

Butler, T. and Robson, G. 2001, Social capital, gentrification and neighbourhood change in London: a comparison of three South London neighbourhoods, *Urban Studies*, 38, p. 2145-2162

Butler, T., Robson, G. 2002, Negotiating their way in: the middle classes, gentrification and the deployment of capital in a globalising metropolis, *Urban Studies*, 40, p. 1791-1809

Caulfield, J. 1989, 'Gentrification' and desires, *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 26, p. 617-632

Crilly, D. 1993, Architecture as advertising: constructing the image of redevelopment, in Kearns, G. and Philo, C. (eds) *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*, Oxford: Pergamon.

Florida, R. 2002, *The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York: Basic Books

Florida, R. 2005, *Cities and the creative class*, London and New York: Routledge

- Garnham N., Collins R., Locksley G.** 1988, *The Economics of Television : the UK case*, California: Sage
- Giddens, A.** 1989, *Sociology*, Cambridge: Polity Press
- Gospodini, A.** 2004, *Urban morphology and place identity in European cities: built heritage and innovative design*, *Journal of Urban Design*, vol.9, no.2, Carfax Publishing, p.225-248
- Graham, B.** 1998, *The past in Europe's present: diversity, identity and the construction of place*, in **Graham, B.** , *Modern Europe. Place, Culture, Identity*, London: Arnold.
- Habermas, J.** 1991, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge: The MIT Press
- Habermas, J.** 1996, *Between Facts and Norms Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*, Cambridge: The MIT Press
- Hall, S.** 1986, *The Problem of Ideology-Marxism without Guarantees*, *Sage Journals*, Vol 10, Issue 2, p.28-44
- Hall, S.** 1997, *Representation*, London: Sage Publications
- Hall, T., Hubbard, P.** 1998, *The entrepreneurial city : geographies of politics, regime and representation.* In Wiley. Chichester, West Sussex.
- Hamnett C., Whitelegg D.** 2007, *Loft conversion and gentrification in London: from industrial to post-industrial land use*, *Environment and Planning A*, 39, p. 106-124
- Harvey, D.** 1982, *The Limits to Capital*, Oxford: Basil Blackwell
- Haynes, R.** 1980, *Geographical images and mental maps*, London: MacMillan
- Hesmondhalgh, D.** 2012, *The Cultural Industries*, London: Sage Publications
- Holcomb, B.** 1999, *Marketing cities for tourism*, in Fainstein, S. and Judd, D. (eds.) *The tourist city*. London: Yale University Press
- Jager, M.** 1986, *Class definition and the aesthetics of gentrification: Victoriana in Melbourne*, in N. Smith and P. Williams (eds.) *Gentrification of the City* , London: Unwin Hyman
- Kavaratzis, M.** 2004, *From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands* , *Place Branding Vol. 1* , p. 58–73, Henry Stewart Publications
- Kearns, G. and Philo, C.** 1993, *Selling Places : The City a s Cultural Capital, Past and Present*, Oxford: Pergamon Press
- Kotler, P., Asplund, C., Rein, I., Haider, D.** 1999, *Marketing places Europe: attracting investments, industries, residents and visitors to European cities, communities, regions and nations*, Essex: Pearson
- Lee, D.** 2013, *Creative labour in the cultural industries*, Sociopedia.isa
- Lees, L., Slater, T. and Wyly, E.** 2008, *Gentrification*, New York, London, Routledge, Taylor and Francis.
- Lees, L.** 1994, *Rethinking Gentrification, beyond the Positions of Economics and Culture*, *Progress in Human Geography*, 18, p. 137-150
- Lefebvre, H.** 1991, *The Production of Space*, Oxford: Basil Blackwell
- Ley, D.** 1996, *The new middle class and the remaking of the central city*, Oxford, New York: Oxford University Press
- Ley, D.** 2003, *Artists, aesthetisation and the field of gentrification*, *Urban Studies*, 40, p. 2527- 2544
- Lynch, K.** 1960, *The image of the city*, London: M.I.T. Press
- MacCannell, D.** 1992, *Empty Meeting Grounds: the Tourist Papers*, London: Routledge

- Mata-Andrades, F.** 2008, A Development of a Phenomenological Approach to the Image of the City and City Marketing, Department of Philosophy, London School of Economics and Political Science, Doctor thesis
- Mele, C.** 2000, The materiality of urban discourse: Rational Planning in the Restructuring of the Early Twentieth-Century ghetto, *Urban Affairs Review*, Vol. 35, No. 5, Sage, p. 628-648
- Mills, C.** 1988, Life on the upslope: The postmodern landscape of gentrification, *Environment and Planning D: Society and Space*, 6
- Montgomery, J.** 1998, Making a city: urbanity, vitality and urban design, *Journal of Urban Design*, vol 3, p. 93-113
- Mumford, L.** 1961, *The City in History: Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects*, New York: Harcourt, Brace & World
- O' Connor J., Wynne D.,** 1998, Consumption and the Postmodern City, *SAGE Journals, urban studies* vol.35 p. 841-864
- Peck, J.** 2005, Struggling with the creative class, *International Journal of Urban and Regional Research*, 19, p. 740-770
- Pocock D. ,Hudson R.** 1978, *Images of the urban environment*, London: MacMillan
- Porter, M.E.** 2008, *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Harvard Business Review
- Rose, D.** 1984, Rethinking gentrification: beyond the uneven development of marxist urban theory, *Environment and Planning D: Society and Space*, 1, p. 47-74
- Rose, N. 1996, *Inventing Our Selves*, Cambridge: Cambridge University Press
- Simmie, J. M** 1974, *Citizens in conflict : the sociology of town planning*, London: Hutchinson
- Smith, N.** 1979, Toward a theory of gentrification: a back to the city movement by capital not people, *Journal of the American Planners Association*, vol. 45, p. 538-548
- Smith N. , Williams P.** 1986, *Gentrification of the city*, London, Sydney: Allen and Unwin
- Smith, N.** 1996, *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city*, London: Routledge
- Soja, E.W. 1980, The socio-spatial dialectic, *Annals of the Association of American Geographers*, Volume 70, Issue 2, p. 207-225
- Souliotis, N., Sayas, J., Maloutas, T.** 2013, Mega-projects, neoliberalization and state capacities: assessing the medium-term impact of the 2004 Olympic Games on Athenian urban policies, *Environment and Planning C*.
- Suttles, G.** 1984, The Cumulative Texture of Local Urban Culture, *American Journal of Sociology*, 90
- Zukin, S. 1989, *Loft Living culture and capital in urban change*, New Brunswick and New Jersey: Rutgers University Press
- Zukin, S.** 1990, Socio-spatial prototypes of a new organisation of consumption: the role of real cultural capital, *Sociology*, 24, p. 37-56
- Zukin, S.** 2010, *Naked city: the death and life of authentic urban places*, Oxford, New York: Oxford University Press

Ιστοτόποι

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/sep/13/hipsters-artists-gentrifying-capitalism>, Stephen Pritchard, Hipsters and artists are the gentrifying foot soldiers of capitalism

www.lifo.gr
www.astynet.gr
www.ypeka.gr
news247.gr/eidiseis/article88080.ece
www.newsbomb.gr/media-agb/typos/story/678434/katarreei-i-kykloforia-ton-kyriakatikon-efimeridon
www.efsyn.gr/arthro/o-idioktisiakos-hartis-ton-fm-tis-attikis
el.wikipedia.org
www.dol.gr/taytothta.aspx
www.athensvoice.gr
www.thetoc.gr/politismos/article/swti-triantafullou-dikazetai-gia-upokinisi-islamofobikis-bias
www.blaumachen.gr/2013/06/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%8E%CE%BD/
www.groopio.com/el/projects/display/28
www.andro.gr/business/o-iason-tsakonas-thelei-na-gelasei-teleutaios
www.upto35.com
www.oliaros.com
kmprotypigeitonia.org/?p=orama
www.protothema.gr/stories/article/332810/funky-gourmet-to-6o-kalutero-estiatorio-tou-kosmou-einai-diko-mas/
metaxourgeio.wordpress.com/tag/%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B1/
www.remapkm.org/main/index.php
communitism4art.wordpress.com/about-2/
www.facebook.com/colorsfestivalmetaxourgeio/posts/750088695104527
www.theguardian.com/world/gallery/2014/nov/11/contemporary-graffiti-art-on-the-walls-of-athens-in-pictures
tvxs.gr/news/ellada/ena-elliniko-gkrafiti-poy-prokalese-pagkosmio-thaymasmo
www.vice.com/gr/article/xenagos-graffiti
www.tanea.gr
kompreser.espivblogs.net
athensville.blogspot.com/2009/09/blog-post_03.html
www.kathimerini.gr
www.tovima.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΤΟ ΒΗΜΑ

REMAP	ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
31/07/2009	Λυμπεροπούλου Κατερίνα	Πολιτισμός	Εικαστική «επέμβαση» στο Μεταξουργείο	Είκοσι τρεις καλλιτέχνες από κάθε γωνιά του πλανήτη δημιούργησαν ένα πολυσυλλεκτικό project σε κτίρια της αθηναϊκής συνοικίας	
12/9/2011	Αρκουμανέα Λουίζα	Πολιτισμός	Η σύγχρονη τέχνη πάει Κεραμεικό και Μεταξουργείο	Η ReMap συγκεντρώνει περισσότερους από 250 καλλιτέχνες	
18/09/2011		Πολιτισμός	Θάνατος στο Μεταξουργείο	ΕΝΣΤΑΣΕΙΣ_Ινδοί μάγισσες, πεντασμίνοι φιλότεχνοι και η «Γριά Κοχύλιω». Πώς η διοργάνωση ReMap, που αποσκοπεί να αναζωογονήσει μέσω της τέχνης τις περιθωριοποιημένες περιοχές της πόλης, κερδίζει τη μάχη του τρέντι αλλά χάνει την ουσία	
17/09/2013	Αστρατέλλου Μαριλένα	Μ'αρέσει Δεν μ'αρέσει	Στους δρόμους της τέχνης	Ο εξοπλισμός του ReMap, η τέχνη και το πυροτέχνημα του Κόδρα	
24/09/2013	Αστρατέλλου Μαριλένα	Βλέμματα	ReMap4: Φανατασιώσεις στο Μεταξουργείο	Υπάρχει ελίτιδα για τον Κεραμεικό και το Μεταξουργείο μετά το ReMap; Το BHMazgizino αναζητεί απαντήσεις.	
Ιεκη-εναλλακτικές δραστηριότητες					
9/9/2007	Δαφέρμου Κατερίνα	κατηγορία Πολιτισμός	τίτλος άρθρου DESTROY ATHENS	υπότιτλος άρθρου Εγκαινιάζεται απόψε η μεγάλη εικαστική διοργάνωση με τη συμμετοχή ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών, η οποία φιλοδοξεί να τοποθετήσει την πρωτεύουσα στον παγκόσμιο καλλιτεχνικό χάρτη	
14/06/2008	Δαφέρμου Κατερίνα	Πολιτισμός	Το θαύμα της οδοί Πειραιώς	Ο Βιομηχανικός άξονας του χθες αλλάζει διαρκώς, με νέα στέκια και δυναμικές προτάσεις για ψυχαγωγία και Τέχνη	
6/8/2008	Χεκίμογλου Αχίλλεας	Παλιό ΒΗΜΑ	Ο... ακτιβιστές των Αθηνών	ΚΙΝΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ_ Πρωτοβουλίες πολιτών, δημοτικά σχήματα και μέμονοι ενεργοί πολίτες	
21/12/2008	Πουτέστα Χριστίνα	Επιχειρήσεις	Επιχείρηση Πολυώροφος	δραστηριοποιούνται για τη διάσωση του φυσικού, ρυθμιστικού και αρχιτεκτονικού περιβάλλοντος της πρωτεύουσας	
8/6/2010	Νικολόπουλος Γιάννης	Κοινωνία	Πικνίκ στο αστικό τοπίο για τον καθένα!	Συνδυάζοντας δραστηριότητες που αφορούν τον πολιτισμό, την τέχνη και την ψυχαγωγία, οι πολυώροφοι γίνονται πόλος έλξης αναπτυσσόμενων περιοχών ενώ αποστελούν μεταξύ άλλων και μια επιχειρηματική δραστηριότητα	
9/10/2010	Ισισηλίδου Ελλη	Κοινωνία	Φτιάχνουν κήπους με τα... χερσάκια τους	Ο ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ LUNCH STREET_ Πάρτι σε αφηναϊκούς δημόσιους χώρους με στόχο την αξιοποίηση τους	
10/12/2010	Ισισηλίδου Ελλη	Κοινωνία	Φτιάχνουν πρότυπους παιδότοπους με...τα χερσάκια τους	Στο Μεταξουργείο και στον Κεραμεικό οι κάτοικοι κάνουν τις αλάνες μπαξέδες	
15/03/2011		Pop!	Στο κέντρο της Αθήνας δεν βρίσκεις μονάχα γκέτο	Όχι σαν τη Μονιμάτη του Παρισίου αλλά όχι και πολύ διαφορετικό από το Ρεβάλ της Βαρκελώνης, το ιστορικό τρίγωνο της Αθήνας, έχει εξελιχθεί υπογειώσας στο μέτρο όπου «συμβαίνουν» τα πράγματα στην τέχνη, την μουσική και τη σκέψη.	
2/3/2012	Κλωντζα Ολγα	Κοινωνία	ID: Κεραμεικός – Ταυτότητα με άποψη	Δημέριο διαδραστικών εκδηλώσεων στις 3-4 Μαρτίου	
7/1/2014	Μένεργος Παναγιώτης	Συνεντεύξεις	Αιφρόντο Μπράλεμπουργκ: Μπορεί αυτός ο αρχιτέκτονας να σώσει την Αθήνα;	Το 2014 ο βενεζουελανός αρχιτέκτονας θα βρίσκεται στην Αθήνα μέσω του Reactive Athens. Το BHMazgizino συζητάει μαζί του για τη σχέση της πολιτικής με την αρχιτεκτονική	
20/01/2014	Θεοδωρόπουλος Δημήτρης	Γνώμες	Η εικονική κανονικότητα της Αθήνας	Παρακμή ή πολιτισμός; Μια πόλη σε αναγέννηση ή ένα προβληματικό μέρος;Τι ακριβώς συμβαίνει σε αυτή την πόλη;	
31/01/2014	Κωνσταντάτου Ελένη	Κοινωνία	Ενεργοί πολίτες «χάρισαν φως» στον πεζόδρομο της Ιάσονος	Ανέτρεψαν την άσχημη κατάσταση που επικρατεί με τοξικομανείς οίκους ανοχής	
10/7/2014	Κωνσταντάτου Ελένη	Κοινωνία	Ενα καλοκαιρινό πάρτι από τα παλιά στον Κεραμεικό	Πρόταση για όσους μένουν στην Αθήνα από τη νεοσύστατη ομάδα «κίτις ντίζαϊν»	
21/09/2014	Αστρατέλλου Μαριλένα	Πολιτισμός	Η δεύτερη ζωή των γκαφίτα της Αθήνας	Μια ομάδα συντηρητών δίνει ξανά λάμψη στα περιθώρια έργα που κοσμούν τους τοίχους της πρωτεύουσας	
19/10/2015	Αστρατέλλου Μαριλένα	Βλέμματα	Είναι η Αθήνα το νέο Βερολίνο; Μπορεί να ελπίσει καλλιτέχνες απ' όλην τον κόσμο;	Πέντε δημιουργικοί άνθρωποι από την Ελλάδα και το εξωτερικό δίνουν τη δική τους ερμηνεία	

12/1/2016	Θεοδωρόπουλος Δημήτρης	Γνώμες Κοινωνία	Το νέο Βερολίνο	Γαϊτανάκι: Το παραδοσιακό έθιμο της Αποκριάς και οι ρίζες του	Γιατί η Αθήνα μπορεί, αλλά δεν θα γίνει ποτέ η νέα παγκόσμια πόδα
04/03/2016,	Μαντέλη Άννα				Πλέκοντας κέφι και χρώματα
18/03/2016		Γνώμες αναγνωστών	«Η μάχη της ακακίας»		
11/10/2016		Πολιτισμός	Το Caravan Project κάνει στάση στο Μεταξουργείο		Ανθρώπινες ιστορίες, που εμπνέουν
κράτος-παραμεμβάσεις					
ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	Δημιουργία ζώνης υψηλών πολεοδομικών προδιαγραφών	υπότιτλος άρθρου
5/6/2009	Χερίμογλου Αχλλέας	Κοινωνία	Φιλοδοξίες για την Αθήνα_Η μεγάλη ανάπτυξη που έμεινε στα χαρτιά		Ανάπτυξη της εξάπλωσης της αναψυχής και διατήρηση μη οχλούσας βιοτεχνίας για Ψυρρή και Μοναστηράκι
5/6/2009		Κοινωνία	Μέχρι το τέλος του έτους η πρόταση για το νέο Ρυθμιστικό Σχέδιο της Αθήνας		Τι προέβλεπε το Master Plan του 1999 που πήγωσε μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες
9/11/2010	Τράτσα Μάχη	Κοινωνία	Κηφισιά Βουλαιαμένη με ορθοπεταλιές		Ούτε λέξη για το πάρκο Ελληνικού στην έκθεση προόδου του προγράμματος «ΑθήναΑττική 2014»
29/03/2011	Ασημακοπούλου Κατερίνα	Τάσεις	Αθήνα x4 «Σταυρό στο πράσινο»		Πέντε βραβευμένα αρχιτεκτονικά σχέδια πλάτου μεγαλώνουν τα οικοδομικά τετράγωνα της Αθήνας (α λα Βαρκελώνη).
16/04/2013		Κοινωνία	Με κονδύλια από το ΕΣΠΑ έργα ανάπτυξης στο Μεταξουργείο		Συνάντηση του υφυπουργού Ανάπτυξης με τον Δήμαρχο Αθηναίων
17/06/2013	Κωνσταντίνους Γιάννης	Βλέμματα	Πώς θα είναι η Αθήνα το 2015;		Μέσα στην επόμενη τετραετία η πρωτεύουσα θα δει να ολοκληρώνονται μια σειρά από σημαντικά έργα που πρόκειται να αλλάξουν τη φυσιογνωμία της
9/3/2014	Τράτσα Μάχη	Κοινωνία	Τριάντα χρόνια «Λιφτινγκ με... μακέτες» στην Αθήνα		Προχωρεί η ανάπτυξη της πλατείας Συντάγματος με πρωτοβουλία ιδιώτη
7/6/2015	Τσιρώνης Γιάννης	Γνώμες	Βιώσιμο χωροταξικό πλαίσιο		
13/05/2016		Κοινωνία	Πέντε αναπλάσεις κατά της υποβάθμισης του Λεκανοπεδίου		Τι προβλέπει μελέτη του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου
real estate-ιδιωτικές πρωτοβουλίες-οικονομία					
ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	«Ξεπάνε» οι υψηλές τιμές των κατοικιών	υπότιτλος άρθρου
11/5/2008	Σιωμόπουλος Ντίνος	Οικονομία			Έρευνα του Τμήματος Στατιστικής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σχετικά με τις προσφερόμενες διήμερες τιμές τον Απρίλιο
5/12/2008	Σιωμόπουλος Ντίνος	Επικαιρότητα	Στροφή στην ενοίκιαση και όχι στην αγορά ακινήτων		Πώς διαμορφώνονται οι τιμές των μισθωμάτων. Υψηλή η ζήτηση σε περιοχές του κέντρου της Αθήνας και του Πειραιά
28/01/2010		Πολιτισμός	Μεταξουργείο- Η αυλή των θαιμμάτων		
10/11/2010	Τσακίρη Τόνια	Κοινωνία	Κυριακή εταιρεία-Επένδυσαν στον... παλιό Κεραμεικό		Κυριακή εταιρεία αγόρασε ακίνητα 400 στρεμμάτων και ρίχνει 100 εκατ. ευρώ για τη δημιουργία κατοικιών, γραφείων και αποθηκών
7/12/2010	Ηλίας Νικολαΐδης	Άνδρες	In the Ghetto		
24/12/2010	Λυμπεροπούλου Κατερίνα	Πολιτισμός	ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΑ-Υπέρ (ερού) σκοπού		
2/3/2011		Δημιουργός	Ένα βραβείο στο Μεταξουργείο		Αποκατάσταση και επέκταση νεοκλασικού από τον Αρστέιδη Αντωνά.
16/03/2011	Παυλιόπουλος Γιώργος	Κοινωνία	Ο Κεραμεικός μπορεί να αλλάξει σε ένα χρόνο		Οι κάτοικοι της περιοχής «αναλαμβάνουν δράση»
17/05/2011	Τράτσα Μάχη	Κοινωνία	Όλο το σχέδιο για την επιστροφή των κατοικιών στο Κέντρο		Μείωση 50% στις αντικειμενικές αξίες του κέντρου της Αθήνας
18/05/2011	Σοφianos Στέλιος	Γνώμες	Το νέο Κέντρο (του χριστιανισμού)		
4/10/2011	Τράτσα Μάχη	Κοινωνία	Φοροελαφύνσεις για επιστροφή στο Κέντρο		Το 80% της συνολικής δαπάνης θα εκπίπτει από τον φόρο
20/10/2011		Οικονομία	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο: να αναβαθμιστεί το ιστορικό κέντρο της Αθήνας		Παρέμβαση στο ΥΠΕΚΑ για επέκταση των έργων ανάπτυξης πέρα από το Μεταξουργείο και το Γεράνι
15/01/2012	Τράτσα Μάχη	Κοινωνία	«Φαντάσματα» στο κέντρο της Αθήνας		Περισσότεροι από 133.000 άνθρωποι μετακόμισαν από την πόλη μέσα σε μία δεκαετία
26/02/2012	Τράτσα Μάχη	Κοινωνία	Η Chinatown της Αθήνας... Ετοιμάζει βαλίτσες		Τρεις στους δέκα κινέζους μετανάστες εγκατέλειψαν τη χώρα μας, ενώ και οι υπόλοιποι της κοινότητας δύσκολα τα βγάζουν πέρα
31/08/2012		Πολιτισμός	Το έργο KM PROPERTIES στη 13η Μπενελάε Αρχιτεκτονικής στη Βενετία		Με τίτλο Common Ground αποτελεί την ελληνική συμμετοχή

24/01/2013	Πολύπουλος Γιώργος	Κοινωνία	«Πάρε Δύο» > δέες και χρήμα στον Κεραμικό «Κληρών» 100 εκατ. ευρώ για Κεραμικό Μεταουργείο	Το πρώτο Φεστιβάλ Εναλλακτικής Χρηματοδότησης στις 26-27 Ιανουαρίου Σχέδιο μετέλλει ενός χώρου παραβατικότητας σε κέντρο δημιουργικής και νεανικής επιχειρηματικότητας
23/03/2013	Χεκίμωλου Αχλλέας	Οικονομία	Την 1η Δεκεμβρίου ανοίγει το Wynchham Grand Athens	Η επένδυση ξεπερνά τα πέντε εκατ. ευρώ και αναμένεται να φιλοξενησει 200.000 επισκέπτες ετησίως
4/10/2016	Πουτέτσι Χριστίνα	Οικονομία		
φάσος-εγκληματικότητα				
ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
20/01/2008	Νικολόπουλος Γιάννης, Χεκίμωλου Αχλλέας	ΡΕΠΟΡΤΑΖ	Η Αθήνα καταρρέει...	Στασιμενά πεζοδρομία, ανυπαρκτοι κάδοι ανακύκλωσης, λόφοι σκουπιδιών, παμβρόμια αντριβάνια, εγκαταλεημένα πάρκα. Ούτε ο Δήμος Αθηναίων δεν προσπαθεί να τη σώσει
18/05/2008	Μπίτσικα Παναγιώτα, Νικολόπουλος Γιάννης	ΡΕΠΟΡΤΑΖ	Οι γειτονίες της ηρωϊνης	Οδοιπορικό στις περιοχές όπου οι μεν κάνουν χρήση ουσιών και οι δε τους προσπερνούν βιαστικά για να μην μπλέξουν. Εικόνες από τον χειρότερο εφιάλτη στα περίχ της πλατείας Ομονοίας
13/12/2009	Χεκίμωλου Αχλλέας	Κοινωνία	Το αθηναϊκό τρίγωνο της αμαρτίας	Ενα οδοιπορικό στους δρόμους της Αθήνας όπου ανθούν το λαθρεμπόριο, τα ναρκωτικά, η πορνεία και τα κυκλώματα του εγκλήματος. Από την Πειραιώς στο Μεταξουργείο και από την Ομόνοια στην Κολιάτσου
31/01/2010	Λαμπρόπουλος Βασίλης Γ.	Κοινωνία	Αθήνα, η μητρόπολη των παρανόμων	Εχουν ξεθύγει από κάθε έλεγχο οι ληστές, όπως αποκαλύπτει εσωτερική έκθεση της ΕΛ.ΑΣ. για το 2009. Ποιες περιοχές του Λεκανοπεδίου «πρωτιμού» οι κακοποιοί και ποια τα παρεπόμενα της ύφεσης
8/2/2010		WEBDESK	Κώδικας κινδύνου από τον Ν. Κακλαμάνη για την κατάσταση στο κέντρο της Αθήνας	«Κίνδυνος για τη δημόσια υγεία»
7/10/2010		Κοινωνία	Φωλιά με «μαϊμούδες» στο Μεταξουργείο!	Η μεγαλύτερη αποθήκη με απομιμήσεις επώνυμων προϊόντων βρέθηκε χθες σε κτίριο της οδού Κολωνού
24/10/2010	Ισσηλίδου Ελλη	Πολιτική	Μας σπρώχνουν σε εμφύλιο	Ανθρωποι της τέχνης και των γραμμάτων που από επιλογή μένουν ή δουλεύουν στο κέντρο της Αθήνας μιλούν για τη δύσκολη καθημερινότητά τους
9/11/2010	Χεκίμωλου Αχλλέας	Πολιτική	Η υποβάθμιση και η ανασφάλεια έθρεψαν τη Χρυσή Αυγή	Η ακροδεξιά πολιτική οργάνωση πέρασε από το περιθώριο στο Δημοτικό Συμβούλιο του μεγαλύτερου δήμου της χώρας
14/11/2010	Χεκίμωλου Αχλλέας	Πολιτική	«Χρυσή Αυγή»>Ηρθαν νύχτα οι μετανάστες, νύχτα θα φύγουν...»	Με δημοτικό σύμβουλο τον γενικό γραμματέα της, η «Χρυσή Αυγή» θέλει να «διώξει» τα κάθε λογής σκουπίδια»
9/1/2011	Λιανός Θεόδωρος Π.	Γνώμες	Παράνομοι μετανάστες στην Αθήνα	ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΡΙΓΩΝΟ ΤΗΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑΣ
21/01/2011	Χεκίμωλου Αχλλέας	Κοινωνία	Ναρκοτικά και εγκληματικότητα η ρίζα του «κακού»	
19/05/2011	Κέζα Λωρη	Γνώμες	Αστυνομία, αποφάσεις, φόυμαρα	Εισάγονταν χωρίς φίρμες και οι ειδικές ταμπέλες τοποθετούνταν εκεί
1/6/2011	Βυθούλας Διονύσης	Κοινωνία	Αποθήκες με προϊόντα μπίμους στο Μεταξουργείο	«Σκούπα» κατά παράνομων μεταναστών στον Εβρο και στο κέντρο της Αθήνας
4/8/2012	Βυθούλας Διονύσης	Κοινωνία	Ξεκίνησε η επιχείρηση «Ξένος Ζευς»	Αποκαλυπτικό έγγραφο στη Βουλή
19/09/2012		Κοινωνία	Με άδεια μόλις 4 από τους 350 οικους ανοχής στην Αθήνα	
1/10/2013	Χεκίμωλου Αχλλέας	Γνώμες	Ενα πτώμα μέρα μεσημέρι	Αστυνομική επιχείρηση στο κέντρο της Αθήνας
19/08/2013		Κοινωνία	Εντεκα προσπαγωγές και τρεις συλληψεις για παρεμπόριο	Πρώτο πανηγύρισαμε για την πόλη που «θα» έγομε, ας αναλογιστούμε τι κάνουμε με αυτή που ήδη έχουμε
17/12/2013	Βίδος Κορμάς	Γνώμες	Η πόλη που μας αξίζει	Αποκαλυπτικό βίντεο από τους Γιατρούς του Κόσμου
10/1/2014		Κοινωνία	Σοκάρε μαρτυρία Ιρανού που έπεσε θύμα ρατσιστικής επίθεσης	
6/5/2014		Πολιτική	Σπληνωτόπουλος:Ασφάλεια για να μη νιώθουν ξένοι οι δημότες στη γειτονιά	Στο τρίπτυχο «ασφάλεια, εξυστροφή, αισθητική» βασίζεται το πρόγραμμα του
ιστορία-τουρισμός-πολιτισμός				
ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
6/4/2008	Θερμίου Μαρία	ΡΕΠΟΡΤΑΖ	Ερείπιο η πλατεία, άφαντος ο Ηριδανός	ΜΟΝΑΣΤΗΡΑΚΙ Σκέτη καταστροφή είναι το αποτέλεσμα της ανάπτυξης που επιχειρεί η εταιρεία Εντοσίσης Αρχαιολογικών Χώρων
20/06/2008	Κόλλια Ελευθερία	Κοινωνία	Παρέμβαση πολιτών για τη διάσωση του ιστορικού κέντρου της Αθήνας	Με πρωτοβουλία της βουλευτού του Παζοκ κυρίας Άννας Διαμαντοπούλου

30/12/2008		Πολιτισμός	Νέος αρχαιολογικός χώρος διαμορφώνεται στον Κεραμεικό	ΕΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ
13/05/2010		Κακωνία	Πεζοδρομηση της Βασ. Ολγας	ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ Το μεγάλο εργοστάσιο του 19ου αιώνα σχεδιασμένο από τον Χάνσεν που έδωσε το όνομά του σε ολόκληρη συνοικία της Αθήνας
13/06/2010	Λυμπεροπούλου Κατερίνα	Πολιτισμός	Η μεταμόρφωση του «Μεταξουργείου»	παραδίδεται και πάλι στους Αθηναίους ως πινακοθήκη του δήμου
12/4/2011		Πολιτισμός	Για ένα πιο καθαρό Δημόσιο Σήμα	Πολίτες και Πολιτεία εναντίον σκουπίδοτοπου στο αρχαίο νεκροταφείο
15/04/2011	Κόλλια Ελευθερία	Κακωνία	Το Δημόσιο Σήμα ενώνει την Αθήνα	Συμβολική πρωτοβουλία που επιχειρεί να συνδέσει το αρχαίο παρελθόν με το παρόν της
17/04/2011		Κακωνία	Ξεμάγνηση στο Δημόσιο Σήμα	Το σχέδιο για να ξαναζωντανέψει η γειτονιά του Κεραμεικού
22/09/2011	Κόλλια Ελευθερία Θερμού Μαρία	Πολιτισμός	Ο Ηριδανός υπό «αναστήλωση»	Εργασίες στην κοίτη του ποταμού μέσα στον Κεραμεικό
26/07/2015	Πουτέπη Χριστίνα	Οικονομία	Μηχανή παραγωγής τλούτου η πολιτιστική κληρονομιά	Η αξιοποίηση των αρχαιολογικών χώρων θα φέρει εκατομμύρια ευρώ
23/11/2016		Πολιτισμός	«Ναι» από το ΚΑΣ στις προδιαγραφές ανάδειξης του Κεραμεικού	Εγκρίθηκαν οι προτάσεις

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

REMAP	ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
	14.06.2009	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Το κέντρο αναζητεί τη νέα του ταυτότητα	
	22.07.2010		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Τα εικαστικά του 2009 στο ReMap	
	13.09.2011	Νέλλη Αμπαρβανελ	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Μια γιορτή της τέχνης και της πόλης στην καρδιά της Αθήνας	
	25.09.2011	Νέλλη Αμπαρβανελ	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Τέχνη στις «σκοτεινές» γειτονιές	
	12.11.2011	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Ευαισθητοποιεί ή απωθεί η τέχνη στη ζοφερή πλευρά της πόλης;	
	24.08.2013	Δημήτρης Ρηγόπουλος	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	ReMap, πυρετός δημιουργίας	
	05.09.2013	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	ReMap4: εκκίνηση με 60 εκθέσεις και 1.500 έργα	
	07.09.2013	Γιάννη Παλιολόγου	ΕΛΛΑΔΑ	Μεταξουργείο, η περιοχή των αντιφάσεων	
	08.09.2013		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Ζωντάνεψε το Μεταξουργείο και ο Βοτανικός από την εφήμερη τέχνη του ReMap 4	
	τέχνη-εναλλακτικές δραστηριότητες				
	05.08.2007	Δημήτρης Ρηγοπούλου	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
	21.01.2007	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Κινούμενη άμμος οι γειτονιές της Αθήνας	
	28.11.2008	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΠΟΥΣΙΣ	Του ψυρή δεν έγινε το Σόχο της Αθήνας	
	17.01.2009	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Πράσινο αντάρτικο στις αθηναϊκές γειτονιές	
	11.07.2009	Εφης Χατζηλιωαννίδου	ΕΛΛΑΔΑ	Η νέα Αθήνα πέρα από το Μουσείο της Ακρόπολης	
	09.08.2009	Δημήτρης Ρηγόπουλος	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	«Η γειτονιά έχει μετατραπεί σε διακοσμητικό κτήρια που ανανεώνουν την εικόνα της πόλης	
	27.09.2009	Γιάννη Λαϊώτου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Επιθετική επέλαση των καταναλωτών σε Γκάζι-Μεταξουργείο	
	02.05.2010	Ηλία Μαγκλίνη	ΕΛΛΑΔΑ	Η Ελλάδα δεν γνωρίζει το ενεργητικό δυναμικό της	
	15.05.2010	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Εστία αισιοδοξίας από το Μεταξουργείο	
	22.05.2010	Ρεβέκκας Καμήλη	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	ΑΠΟΥΣΗ - Στο Μεταξουργείο υπάρχει προοπτική	
	13.10.2010	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Το ίδιο το κοινό μπορεί να βοηθήσει την Ομόνοια	
	23.10.2010	Ρίτας Μασουρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Η νυχτερινή αύρα του Μεταξουργείου	
	27.10.2010	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Εγκαινία στο Μεταξουργείο	
	03.11.2010	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Απορος, ένας νέος χώρος στην Αθήνα	
	05.11.2010	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Ε.Δ.Ο. στον Κεραμικό, η Αθήνα δεν το βάζει κάτω	
	20.11.2010	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Η Αθήνα ελτίζει και δημιουργεί	
	26.02.2011	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Το στοίχημα του Μεταξουργείου	
	06.03.2011	Μαρίας Κατσουνακή	ΑΠΟΥΣΙΣ	Αναγνώσεις	
	06.11.2011	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Αυτοψία	
	04.02.2012	Φανή Σπηλιωτοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		
	25.08.2012	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	ΑΠΟΥΣΗ - Επιτυχής αναβίωση με διαφόρων ειδών επιχειρήσεις	
	28.08.2012		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Αφηνήσεις «Made in Athens» στην Μπιενάλε της Βενετίας	
	02.09.2012	Μαργαρίτα Πουρνάρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Η Αθήνα στην Μπιενάλε με το κεφάλι ψηλά 	
	11.11.2012	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Σε πρώτο πλάνο τώρα οι ανάγκες των πολιτών	
	08.06.2013	Δημήτρης Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Πολιτισμός στις ξεγραμμένες γειτονιές	
	30.06.2013	Λίνας Στεργίου	ΑΠΟΥΣΙΣ	Ενεργό πολίτες και δήμος πιο κοντά	
	30.11.2013		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	ΕΞ ΑΦΟΡΜΗΣ	
	19.12.2013	Γιωτας Σύνκα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Όταν η πόλη χωρίζεται στα δύο	
	25.01.2014	ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ	ΠΟΛΗ	Προ-βολές	
	22.06.2014	ΝΙΚΟΣ ΦΩΤΑΚΗΣ	ΜΟΥΣΙΚΗ	Η οδός Ιάσονος μιάς περιμένει	
	05.07.2014	ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ ΛΑΚΑΣΑΣ	ΠΟΛΗ	Η Αθήνα στα βήματα της Ν. Υόρκης	
	02.11.2014	ΑΙΜΙΛΙΟΣ ΧΑΡΜΠΗΣ	ΠΟΛΗ	Από το βιομηχανικό Γκαζοφύρι στον Κεραμικό του πολιτισμού	
	27.06.2015	ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΑΘΗΝΑΚΗΣ	ΠΟΛΗ	Μεταξουργείο, η τελευταία γειτονιά	
				Η Αθήνα πέρα από τον moussaka και τον Zorba	

26.09.2016	ΑΘΩΣ ΔΗΜΟΥΛΑΣ	ΕΛΛΑΔΑ		Η Αθήνα πέθανε, ζήτω η νέα Αθήνα	
κράτος-παρεμβάσεις					
30.07.2013	συνάκτης	ΕΛΛΑΔΑ	κατηγορία	τίτλος άρθρου Νομοθετική πρόταση του δήμου Αθηνών για τη λειτουργία των θεατρικών χώρων	υπότιτλος άρθρου
31.07.2013		ΕΛΛΑΔΑ		Πρόταση νόμου για τα θέατρα από τον Δ.Αθηνών Άρθρο του TIME για τον Γ. Καμίνη	
16.07.2013		ΕΛΛΑΔΑ		Δίνοντας ζωή στα εγκαταλεημένα κτίρια	
16.07.2014	ΠΙΡΤΟΣ ΛΙΑΛΙΟΣ	ΠΟΛΗ		Επιστροφή στην Αθήνα της Ευρώπης, του κόσμου	
18.04.2015	ΝΙΚΟΣ ΒΑΤΟΠΟΥΛΟΣ	ΠΟΛΗ		Εγκαταλεημένα κτίρια θα στεγάσουν φοιτητές	
23.06.2016	ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ ΛΑΚΑΣΑΣ	ΕΛΛΑΔΑ			
real estate- ιδιωτικές παρωταθουλές-οικονομία					
13.01.2008	συνάκτης	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	κατηγορία	τίτλος άρθρου Όταν οι... μετανάστες αιάζουν και την αγορά εμπορικών ακινήτων	υπότιτλος άρθρου
05.04.2008	Νίκου Χ. Ρουσανογλου	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		«Loft» επιλογές και στο κέντρο της Αθήνας για αγορά κατοικίας	
28.09.2008	Σπυρου Καραλη	ΕΛΛΑΔΑ		Ο νόμος της νύχτας σε 3 ιστορικές γειτονιές	
01.11.2008	Ξένιας Κουναλακη	ΚΟΣΜΟΣ		Ανάπλαση, σωτηρή εθνοκάθαρση	
15.11.2008	Νίκου Χ. Ρουσανογλου	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		Επενδύσεις σε κατοικίες με «ταυτότητα» για ειδικό κοινό	
24.01.2009	Νίκου Χ. Ρουσανογλου	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		Δύο γειτονιές του κέντρου με διαφορετικές... αξίες	
14.03.2009		ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		«Ξεχασμένες» αγορές με κρυμμένα κέρδη	
08.05.2009	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΕΛΛΑΔΑ		Οι αναπλάσεις που θα αλλάξουν την πρωτεύουσα	
09.08.2009	Νίκου Βαττοπούλου	ΑΠΟΨΕΙΣ		Από τη Νέοπολη στο Μεταξουργείο	
16.09.2009		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Φοιτητική γειτονιά με ιδιαίτερο στυλ στο Μεταξουργείο	
05.10.2009		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Το κοινό ψηφίζει τη φοιτητική εστία που προτιμάει	
03.02.2010	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Στέγη για φοιτητές στο Μεταξουργείο	
24.02.2010	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΠΟΨΕΙΣ		Τα ερείπια της Αθήνας	
25.03.2010	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Εκθεση πρότυπης φοιτητικής οικίας	
28.03.2010	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Η αρχιτεκτονική σώζει το ιστορικό κέντρο;	
27.06.2010	Ελένας Καραναστή	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		Πώς τα «παχνίδια» της αγοράς ακινήτων μεταφέρονται από την Πλάκα και το Μεταξουργείο	
08.08.2010		ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Δύο γειτονιές αναβαθμίζονται	
08.08.2010	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Δύο γειτονιές διεκδικούν το μέλλον	
28.08.2010	Γιωργου Λιαλιου	ΕΛΛΑΔΑ		Διατηρήτέα δεκάδες σπίτια στο Μεταξουργείο	
10.11.2010	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Μεταξουργείο, Κεραμικός σε προσιτή νέα τροχιά	
13.11.2010	Νίκου Χ. Ρουσανογλου	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		Επενδύσεις 100 εκατ. στην αγορά κατοικίας	
20.02.2011	Νίκου Χ. Ρουσανογλου	ΕΛΛΑΔΑ		Φθηνότερα τα περιζήτητα Λοφτ με θέα την Ακρόπολη	
27.02.2011		ΕΛΛΑΔΑ		Μέτρα για επιστροφή του κόσμου	
04.12.2011	Γιωργου Λιαλιου	ΕΛΛΑΔΑ		Κτίρια - φαντάσματα στο κέντρο της Αθήνας	
11.03.2012	Μαργαρίτη Μαρωνομενου	ΕΛΛΑΔΑ		Η αθηναϊκή Τσάντατσου μαραζώνει	
06.04.2012		ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		Νέα φορκιντρά για τις επιχειρήσεις στο ιστορικό κέντρο	
27.04.2013	Δημήτρη Ρηγοπούλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Μια μικρή επανάσταση κάτω από την Ομόνοια	
28.04.2012	Νίκου Χ. Ρουσανογλου	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ		Μεγαλύτερη των εκτιμήσεων η πραγματική μείωση τιμών	
16.04.2013		ΕΛΛΑΔΑ			
20.07.2013	Παρι Τσαρτα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ		Σε καλό δρόμο η ανάπλαση του Κεραμικού στο Μεταξουργείο	
24.10.2013	Δημήτρα Μανφαβα	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		Η ανάδειξη της Αθήνας σε μητροπολιτικό κέντρο	
28.01.2014	ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ	ΠΟΛΗ		Υπό αμφισβήτηση τα φορολογικά κίνητρα για τις fast track επενδύσεις	
				Οδός Ιάσωνος, επένδυση στο «σήμερα»	

12.02.2014	ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ	ΠΟΛΗ	Κεραμικός-Μεταουργείο: Το άθλο μέλλον μιας ανάπτυξης	
18.12.2014	ΠΩΤΑ ΣΥΚΚΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Ας αφήσουμε ιδιώτες να επουλώσουν ορισμένες πληγές	
07.02.2016	ΝΙΚΟΣ ΡΟΥΖΑΝΟΓΛΟΥ	REAL ESTATE	Ανθεί ακόμα και η αγορά υπενεικίας διαμερισμάτων σε τουρίστες	
04.05.2016	ΝΙΚΟΣ ΡΟΥΖΑΝΟΓΛΟΥ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΣ	Σε έδραση η υπενεικία κατοικιών σε τουρίστες στο κέντρο της Αθήνας	
29.06.2016	ΝΙΚΟΣ ΡΟΥΖΑΝΟΓΛΟΥ	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	Σε ποιες περιοχές της Αθήνας αγοράζουν ακίνητα Έλληνες και ξένοι	
09.07.2016	ΝΙΚΟΣ ΡΟΥΖΑΝΟΓΛΟΥ	ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	Προσοδικές τόνωσης αγοραπωλησιών λόγω της νέας γραμμής 4 του μετρό	
06.08.2016	ΣΤΡΑΤΟΣ ΚΑΡΑΚΑΣΙΔΗΣ	ΕΛΛΑΔΑ	Κλείνουν τα μαγαζιά αλλοδαπών	
05.10.2016	ΣΤΑΘΗΣ ΚΟΥΣΟΥΝΗΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΣ	Την 1η Δεκεμβρίου ανοίγει το Wyndham Grand Athens	
10.12.2016	ΝΙΚΟΣ ΡΟΥΖΑΝΟΓΛΟΥ	REAL ESTATE	Από το όνειρο της ιδιοκατοίκησης στην κουλτούρα της ενοικίασης	
φόδος-εγκληματικότητα	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
02.05.2007		ΑΠΟΨΕΙΣ	Οι ωραίες, παλιές συνοικίες με τα πολλά προβλήματα που ζητούν επίλυση	
02.12.2008	Μαριαν Δεληθαναση	ΕΛΛΑΔΑ	Ξεφύλισαν από μετανάστες οι πλατείες του κέντρου	
22.05.2010	Μαργαρίτας Πουρναρα	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Η «γεωγραφία» των αθηναϊκών γκαλερί αλλάζει λόγω... Φόβου	
02.10.2010	Γιωργου Λιαλιου	ΕΛΛΑΔΑ	Μεταουργείο, μια περιοχή που αναδίδει αίσθηση παρακμής	
03.10.2010	Μαριαν Κατσουνακη	ΑΠΟΨΕΙΣ	Ο φόβος δεν φυλάει τα έρμα	
02.03.2011	Ελενα Καραναση	ΕΛΛΑΔΑ	Η ανασφάλεια ερημώνει το κέντρο	
24.03.2012	Δημήτρης Ρηγοπουλος	ΕΛΛΑΔΑ	Καρύτση - Κεραμικός βράδυ, με τα πόδια...	
22.06.2012	Τασουλας Καραϊσκακη	ΑΠΟΨΕΙΣ	Ατράγοι μπροστά στην καλπάζουσα σήψη	
13.04.2013	Νικου Βασιτουλου	ΑΠΟΨΕΙΣ	Το αθηναϊκό «σχίσμα»	
07.10.2015	ΝΙΚΟΣ ΒΑΤΟΠΟΥΛΟΣ	ΠΟΛΗ	Ο Κεραμικός της απάθειας	
07.11.2015	ΝΙΚΟΣ ΒΑΤΟΠΟΥΛΟΣ	ΠΟΛΗ	Η ατμόσφαιρα των γκέτο απλώνεται στην Αθήνα	
18.10.2016	ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ	ΑΠΟΨΕΙΣ	Η γοητεία της αποσύμβασης	
ιστορία-τουρισμός-πολιτισμός	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
27.11.2010	Γιωργου Λιαλιου	ΕΛΛΑΔΑ	Στα... Η/ΠΑΠ κόλλησε η ανάπτυξη	
13.04.2011	Δημήτρης Ρηγοπουλου	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	Πολίτες αναδεικνύουν το Δημόσιο Σήμα	
26.11.2011	Λίνας Μενδωνη	ΑΡΧΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	ΑΠΟΨΗ : Η περιοχή αλλάζει, η ιστορία αποκαθίσταται	
15.10.2014	ΠΩΤΑ ΣΥΚΚΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Η δυναμική του Κεραμικού	
14.02.2015	ΣΑΝΤΡΑ ΒΟΥΛΓΑΡΗ	ΠΟΛΗ	Κυριακή πρωί στη γαλήνη και στην ομορφιά του Κεραμικού	
23.11.2016		ΕΛΛΑΔΑ	Αναβαθμίζεται ο αρχαιολογικός χώρος του Κεραμικού	

16.5.2011	Μαρία Καλατζοπούλου, Πένυ Κουτρολίκου, Κατερίνα Πολυχρονιάδη	Αποθήκη II	Είναι ιδεολόγημα να μιλάμε για "Γκέτο της Αθήνας";	Σύμφωνα με την ανάλυση της ομάδας Encounter Athens, το γεγονός ότι πριν πέντε χρόνια η lifo αποκάλυψε "γκέτο" το κέντρο της Αθήνας, δημιούργησε μια ιδεολογική αλλοίωση. Πράγματι, θα ήταν καλλύτερα να το αποκαλούσαμε Λουλουδιασμένο Κάμπο της Διαφορετικότητας
26.7.2011	Αφροδίτης Καριμωλή	Αποθήκη II	Η πρωτεύουσα της παρνείας	Αυξάνεται και πληθύνεται η αγάπη για πολύγραμμα
10.8.2012		ΚΟΙΝΩΝΙΑ	Η επιχείρηση «Ξένος Ζευς» συνεχίζεται	Με συλλήψεις αλλοδαπών
ιστορία-τουρισμός-πολιτισμός				
ημερ/νία δημοσίευσης	συντάκτης	κατηγορία	τίτλος άρθρου	υπότιτλος άρθρου
13.4.2011		URBAN LAB	Το Δημόσιο Σήμα ενώνει	
18.9.2014	Λευνίδα Μπουρνιά	ΘΕΜΑ	Με αφορμή κάποια graffiti στον Κεραμεικό, αρχαία και μη!	Σήμερα το εργαλείο είναι το σπρέι, τότε ήταν η ακίδα, τα μηνύματα όμως στους τοίχους της αρχαίας Αθήνας δεν απείχαν πολύ από τα σημερινά!
12.12.2014	ΑΡΤΥΡΩ ΜΠΟΖΟΝΗ	Βιβλίο	Βλέποντας έτσι για πρώτη φορά τα απαράμιλλα ευρήματα του Κεραμεικού	Η φετινή έκδοση της σειράς «Ο Κύκλος των Μουσείων» είναι μια εκπληκτική μελέτη για το σημαντικότερο ελληνικό νεκροταφείο