

Το παζάρι του Πειραιά: κατανάλωση, εργασία και οικογένεια την εποχή της κρίσης



ΠΜΣ Κοινωνικής & Πολιτισμικής Ανθρωπολογίας Πάντειο Πανεπιστήμιο

Υποψήφιος Φοιτητής: Σταμάτης Αμαριανάκης Α.Μ. : 5212M001

Τριμελής Επιτροπή:

Αν. Καθηγητής Λεωνίδας Οικονόμου,

Επικ. Καθηγήτρια Αλίκη Αγγελίδου,

Επικ. Καθηγήτρια Νίκη Μαρωνίτη

Αθήνα, Ιούνιος 2014

Εισαγωγή	...2
1. Ανθρωπολογία και υπαίθριες αγορές	
1.1 Ανθρωπολογικές προσεγγίσεις των αγορών	...6
1.2 Υπαίθριες αγορές και ανεπίσημη οικονομία	...10
1.3 Το παζάρι του Πειραιά	...15
2. Το παζάρι του Πειραιά μέσα στον χώρο και τον χρόνο	
2.1 Ιστορικά στοιχεία του παζαριού και του Πειραιά	...18
2.2 Το παζάρι σήμερα	...26
2.3 Μια Κυριακή στο Παζάρι	...29
3. Εργασία, Κατανάλωση και Οικογένεια	
3.1 Αυτοαπασχόληση	...35
3.2 Αμειβόμενη εργασία	...42
3.3 Οικογενειακή Εργασία	...46
3.4 Καταναλώνοντας στο παζάρι	...49
3.5 Παζάρεμα και Στρατηγικές των Επιχειρηματιών και των Καταναλωτών	...53
4. Διασυνδέσεις της Επίσημης με την Ανεπίσημη Οικονομία	
4.1 Η Ανεπίσημη Οικονομία στο χώρο του παζαριού	...64
4.2 Διασυνδέσεις της Επίσημης με την Ανεπίσημη Οικονομία	...70
Αντί Επιλόγου	...73
Βιβλιογραφία	...76

Εισαγωγή

Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να προσεγγίσω ανθρωπολογικά διάφορες όψεις της οικονομίας του παζαριού την εποχή της κρίσης μέσα από την εθνογραφική μελέτη του κυριακάτικου παζαριού στον Πειραιά. Το συγκεκριμένο παζάρι αποτελεί ένα κοινωνικο-οικονομικό χώρο όπου χιλιάδες άνθρωποι, Πειραιώτες, κάτοικοι από όλη την Αθήνα, καθώς και μετανάστες κατακλύζουν την περιοχή κάθε εβδομάδα. Το παζάρι του Πειραιά ξεκίνησε την λειτουργία του στις αρχές του 20ου αιώνα. Από την αρχή οργανώθηκε σαν ένα τακτικό ημερήσιο παζάρι όπου πωλούνταν τρόφιμα, μεταχειρισμένα αντικείμενα και υπηρεσίες από πλανόδιους έμπορους και τεχνίτες οι οποίοι είχαν εγκαταστήσει τις επιχειρήσεις τους εντός αυτοσχέδιων παραπηγμάτων. Μέχρι το 1938 το παζάρι λειτουργούσε ανεπίσημα καθώς δεν υπήρχε κάποιος νόμος που να το ρυθμίζει. Μετά το 1938 το παζάρι μεταφέρθηκε στην σημερινή του τοποθεσία, στην Πλατεία Ιπποδαμείας και επί της οδού Αλιπέδου, και καθιερώθηκε η Κυριακή ως η επίσημη μέρα διεξαγωγής του. Ωστόσο ο χώρος της αγοράς χρησιμοποιείται ως μια ανεπίσημη υπαίθρια αγορά όλες τις μέρες τις εβδομάδας, με σαφώς λιγότερη κίνηση από ότι τις Κυριακές. Στα τέλη της δεκαετία του 1980, το παζάρι αλλάζει μορφή καθώς απαγορεύτηκε η πώληση τροφίμων, ζώων και ωδικών πτηνών. Η εργατική τάξη, οι μετανάστες και οι χαμηλοσυνταξιούχοι αποτελούσαν και αποτελούν την κύρια πελατεία του παζαριού το οποίο ανέκαθεν λειτουργούσε ως ένα παζάρι για την φτωχολογιά.

Αυτό που με ενδιαφέρει περισσότερο είναι να διερευνήσω την σχέση ανάμεσα στις οικονομικές δραστηριότητες και τις κοινωνικές και πολιτισμικές πρακτικές και αναπαραστάσεις που αναπτύσσονται παράλληλα και τους διάφορους τρόπους με τους οποίους η οικονομία ενσωματώνει αλλά και ενσωματώνεται στις κοινωνικές και πολιτισμικές σχέσεις που είτε ήδη υπάρχουν είτε δομούνται μέσω της εργασίας και της κατανάλωσης. Επίσης το ενδιαφέρον μου θα στραφεί γύρω από τις έννοιες της επίσημης και ανεπίσημης οικονομίας και τους διάφορους τρόπους με τους οποίους συνδέονται και επικαλύπτονται αναδεικνύοντας την συνύπαρξή τους. Για παράδειγμα, από το ύψος της πλατείας Ιπποδαμείας φαίνεται να κυριαρχεί το επίσημο κομμάτι με τους πάγκους και τους αδειοδοτημένους πωλητές, ενώ στην αρχή της Αλιπέδου, δίπλα από τον σταθμό του ηλεκτρικού κυριαρχεί το ανεπίσημο στοιχείο, όπου κυρίως διακινούνται εμπορεύματα από μη αδειοδοτημένους πωλητές και κλοπιμαία. Το επίσημο και ανεπίσημο εμπόριο ωστόσο συνυπάρχει με ποικίλους τρόπους σε όλη την έκταση του παζαριού. Σύμφωνα με τον Βρετανό ανθρωπολόγο Keith Hart (2006) η οικονομία μπορεί να διαχωρισθεί σε «επίσημη» και «ανεπίσημη». Στην «επίσημη» οικονομία εντάσσονται οι οικονομικές δραστηριότητες που ελέγχονται από το κράτος μέσω της γραφειοκρατίας, ενώ στην «ανεπίσημη» οικονομία εντάσσονται οι δραστηριότητες που διαφεύγουν αυτού του ελέγχου όπως η φοροδιαφυγή, το λαθρεμπόριο και η αδήλωτη εργασία. Αναλύω τον τρόπο που βιώνεται από τους πληροφορητές μου το επίσημο και ανεπίσημο στοιχείο και τις πρακτικές που υποδηλώνουν και συνηγορούν σε

αυτήν την αλληλοεπικάλυψη.

Ένα άλλο ζήτημα το οποίο θα μελετήσω είναι οι στρατηγικές που αναπτύσσονται από τους εμπόρους και τους καταναλωτές ώστε να αναδείξω τις κοινωνικές και πολιτισμικές προεκτάσεις των οικονομικών πρακτικών και την συσχέτισή τους με την οικονομική κρίση. Σύμφωνα με τα δεδομένα μου η κρίση είναι μια δυναμική έννοια η οποία έχει την τάση να μετασχηματίζει τις οικονομικές και κατά συνέπεια τις κοινωνικές σχέσεις. Ένα πολύ ενδιαφέρον στοιχείο είναι το γεγονός ότι έμποροι που διατηρούν καταστήματα στρέφονται πλέον στο παζάρι καθώς όπως είτε ένας από τους πληροφορητές μου «Είναι δύσκολο να κρατήσεις μαγαζί αυτές τις μέρες». Σκοπεύω έτσι να μελετήσω τον τρόπο που βιώνεται η ενδεχόμενη προλεταριοποίηση των αυτοαπασχολούμενων επιχειρηματιών και το πώς αυτοί αντιδρούν στις αλλαγές που προωθούνται από το κυρίαρχο πολιτισμικό και οικονομικό πλαίσιο.

Το παζάρι είναι ένα ζωντανός οικονομικός θεσμός, που από πολλές απόψεις βρίσκεται σε αντίθεση με τους απρόσωπους οικονομικούς θεσμούς της ελεύθερης αγοράς. Μια φορμαλιστική ανάλυση της οικονομίας του παζαριού είναι δόκιμη με στόχο να παρουσιάσω το πώς αυτός ο θεσμός προσαρμόζεται στο ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο του καπιταλισμού και να αναδείξω πτυχές της γενεαλογικής συσχέτισης αλλά και διαφοροποίησης του με τη νεοφιλελεύθερη μορφή της αγοράς. Όπως υποστηρίζει ο Gudeman (1990, 2001, 2008), όλοι οι πολιτισμοί δεν είναι ίδιοι και δε διέπονται από τις ίδιες αξίες. Το ίδιο ισχύει και για τις αγορές. Μέσω της υποστασικής θεώρησης του παζαριού από την άλλη θα αναδείξω αυτές τις διαφορετικές αξίες που διέπουν το παζάρι και θα τις εντάξω στον πολιτισμό. Απόληξη της έρευνάς μου είναι η πυκνή περιγραφή (Γκέφου – Μαδιανού 1999, Geertz 2003) για μια κριτική απέναντι στην ιδέα της ορθολογικότητας της οικονομίας, της «ορθολογικής» οικονομικής πράξης και του ορθολογισμού γενικότερα δίνοντας έμφαση στο πολιτισμικό και πολιτικό στοιχείο της οικονομίας του παζαριού.

Το παζάρι του Πειραιά προσφέρει ένα έξοχο εθνογραφικό πεδίο καθώς συνδυάζει τόσο τα χαρακτηριστικά της ενσωμάτωσης που προτείνει ο Polanyi (1957) όσο και του φορμαλισμού δεδομένου ότι λειτουργεί εντός του καπιταλισμού και ενσωματώνει τη λογική του. Επιπλέον, η επίσημη και η ανεπίσημη οικονομία συνυπάρχουν τόσο εντός όσο και στην περιφέρεια του επίσημου χώρου της αγοράς. Το γεγονός αυτό επιτρέπει να μελετήσω και να προσεγγίσω σφαιρικά τις σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στην επίσημη και ανεπίσημη οικονομία γενικότερα. Για να προσεγγίσω τα παραπάνω ζητήματα χρησιμοποιώ την έννοια της ενσωμάτωσης (Polanyi 1957; Gudeman 1990, 2001, 2008) του φετιχισμού των εμπορευμάτων (Taussig 1980), την έννοια των «μικροκαπιταλιστών» (petty capitalists) των Smart & Smart (2005) και τις διάφορες πτυχές της ανεπίσημης οικονομίας (Hart 1973, 1992, 2006; Chen 2006; Portes & Castels; Portes & Haller 2005; Narotzky 2008, 2010, 2011). Οι οικονομικές σχέσεις στο παζάρι είναι στενά συνδεδεμένες με την κοινωνικότητα που προσφέρει ο χώρος και κατά συνέπεια δε διέπονται αποκλειστικά από

την φορμαλιστική λογική του καπιταλισμού και του κέρδους. Ο κύριος λόγος που οι άνθρωποι προτιμούν το παζάρι του Πειραιά για τις αγορές τους είναι ο συνδυασμός της κοινωνικότητας με τις χαμηλές τιμές που προσφέρει.

Οι πρακτικές και οι νοηματοδοτήσεις των συμμετεχόντων επιτάσσουν μια ανάλυση τόσο σε κοινωνικοπολιτισμικό επίπεδο όσο και σε οικονομικό. Σύμφωνα με τον Polanyi (1957) ο όρος «οικονομικά» έχει δύο σημασίες. Πρώτον αυτή του φορμαλισμού, όπου κυριαρχούν οι επίσημες οικονομικές θεωρίες της ορθολογικής επιλογής, της αύξησης τους κέρδους και η παραδοχή ότι οι άνθρωποι έχουν απεριόριστες ανάγκες αλλά περιορισμένα μέσα για να τις ικανοποιήσουν. Δεύτερον, η υποστασιακή θεώρηση των οικονομικών μελετά το πώς οι άνθρωποι βγάζουν τα προς το ζην μέσα στο φυσικό και στο κοινωνικό τους περιβάλλον. Σε αυτήν την περίπτωση δεν απαιτείται η έννοια της ορθολογικής επιλογής ούτε οι συνθήκες έλλειψης και είναι ο καταλληλότερος τρόπος ανάλυσης των προ-καπιταλιστικών, μη βιομηχανοποιημένων κοινωνιών. Στις καπιταλιστικές κοινωνίες ο φορμαλισμός και ο υποστασιασμός συμπίπτουν εφόσον οι άνθρωποι οργανώνουν τη ζωή τους με βάση την αρχή της ορθολογικής επιλογής (Gudeman 2008) ενώ το κοινωνικό και πολιτισμικό τους περιβάλλον διέπεται (αν και όχι εξ' ολοκλήρου) από την καπιταλιστική λογική της αγοράς .

Ο Geertz (1979) στο πυκνό έργο του για τα παζάρια πηγαίνει παραπέρα από αυτό το δίπολο, με το να προτείνει μια συνεργασία αυτών των δύο οικονομικών θεωρήσεων για την ανάλυση του παζαριού σε μη βιομηχανικές κοινωνίες, όπως το Μαρόκο του 1950, επισημαίνοντας ότι ανεξάρτητα από τον τόπο και το χρόνο οι άνθρωποι που συμμετέχουν στην οικονομική δραστηριότητα του παζαριού θέλουν, οι μεν πωλητές να πωλούν ακριβά, οι δε καταναλωτές να επιτυγχάνουν την μέγιστη αξία χρήσης. Η φράση αυτή του Geertz αποκαλύπτει ότι ο μαθηματικός υπολογισμός, ο ορθολογισμός προϋπήρχε του καπιταλισμού. Ωστόσο, το παζάρι του Πειραιά λειτουργεί στο κέντρο του Πειραιά και έχει ανεπτυγμένο δίκτυο πρόσβασης στον χώρο. Συνεπώς, δεν μπορεί παρά να παρουσιάζει σημαντικές διαφοροποιήσεις από της εθνογραφικές παρατηρήσεις του Geertz. Παραδείγματος χάριν, δεν ρυθμίζεται από την θρησκεία και την συγγένεια, είναι στο κέντρο και όχι στην περιφέρεια, οι άνθρωποι που απασχολούνται στο παζάρι κάνουν και άλλες δουλείες παράλληλα. Επίσης, τα διαθέσιμα προϊόντα του παζαριού είναι εισαγόμενα γεγονός που υποδηλώνει την σχέση του παζαριού με την παγκόσμια οικονομία η οποία διαμορφώνει το παζάρι ως μια τοπική αγορά με παγκόσμια χαρακτηριστικά.

Στην εργασία που ακολουθεί θεωρώ το παζάρι ως έναν πολυλειτουργικό κοινωνικο-οικονομικό χώρο για να προσεγγίσω τις διάφορες όψεις της οικονομίας του (Dalton & Bohannan 1965). Αρχικά, στο Κεφάλαιο 1 διερευνώ τους τρόπους που οι ανθρωπολόγοι έχουν προσεγγίσει τις αγορές και ανιχνεύω ομοιότητες και διαφορές με το παζάρι του Πειραιά και την δική μου προσέγγιση. Στην συνέχεια, στο Κεφάλαιο 2, ιστορικοποιώ τον θεσμό του παζαριού του Πειραιά με

βάση τις μαρτυρίες ανθρώπων του παζαριού, στίχους ρεμπέτικων τραγουδιών και βιβλιογραφικές αναφορές ώστε να συνθέσω την ιστορία του παζαριού και να αναλύσω τους διάφορους ιστορικούς, πολιτικούς και πολιτισμικούς παράγοντες που το διαμόρφωσαν ως θεσμό. Στο Κεφάλαιο 3, αναλύω την εργασία και την κατανάλωση και εξετάζω τον ρόλο της οικογένειας. Η εργασία στο παζάρι μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ως αυτοαπασχόληση στην οποία ανήκουν οι κάτοχοι άδειας μικροπωλητή, ως αμειβόμενη εργασία στην οποία ανήκουν οι απασχολούμενοι στους πάγκους και τα καταστήματα, και ως οικογενειακή εργασία η οποία είναι αμειβόμενη και μη αμειβόμενη κατά περίπτωση στην οποία ανήκουν οι συγγενείς των επιχειρηματιών του παζαριού οι οποίοι εργάζονται ανταποδοτικά υποστηρίζοντας έτσι την οικογένειά τους, αλλά και αντίθετα η οικογενειακή επιχείρηση στηρίζει τα μέλη της οικογένειας με το να τους παρέχει αμειβόμενη εργασία. Όπως συμβαίνει σε πολλές περιπτώσεις τακτικών παζαριών, το κυριακάτικο παζάρι στον Πειραιά διαχωρίζεται σε σταθερά καταστήματα και σε πάγκους από αδειοδοτημένους μικροεμπόρους. Τα σταθερά καταστήματα της περιοχής είναι ως επί το πλείστον παλαιοπωλεία τα οποία τις Κυριακές, έχοντας εκδώσει την απαραίτητη άδεια, λειτουργούν πάγκους στο παζάρι, στους οποίους εμπορεύονται εσώρουχα, κάλτσες, καινούρια και μεταχειρισμένα ρούχα, υδραυλικά εξαρτήματα και διάφορα εργαλεία. Αναλύω τις στρατηγικές που αναπτύσσουν οι πωλητές και ανιχνεύω τα καταναλωτικά πρότυπα που είναι ενσωματωμένα στην κουλτούρα της κατανάλωσης του παζαριού και συνδέω την εργασία και την κατανάλωση με την οικογένεια. Τέλος, στο Κεφάλαιο 4, ιδιαίτερο ενδιαφέρον εντοπίζω στις μορφές των ανεπίσημων οικονομικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο χώρο του Κυριακάτικου παζαριού και αναδεικνύω τα στοιχεία της επισημότητας και ανεπισημότητας τόσο στον επίσημο όσο και ανεπίσημο οικονομικό τομέα. Για αυτό τον λόγο, ανιχνεύω τις ανεπίσημες πρακτικές οι οποίες είναι ενσωματωμένες στον επίσημο οικονομικό τομέα και προτείνω μια κατηγοριοποίηση ανάλογα με τον βαθμό ενσωμάτωσής τους και με βάση το κοινωνικό, οικονομικό και πολιτισμικών υπόβαθρο των δρώντων σε συνδυασμό με το πολιτικό, οικονομικό και πολιτισμικό πλαίσιο του κράτους.

Σε ότι αφορά στη μεθοδολογία μου, συνέλεξα τα εθνογραφικά δεδομένα με την μέθοδο της συμμετοχικής παρατήρησης στο παζάρι του Πειραιά, με ατομικές και ομαδικές συνεντεύξεις και με πιο άτυπες συζητήσεις με καταναλωτές και μικροπωλητές και με αρχειακή ανάλυση, βασισμένος κυρίως στα αρχεία του δήμου Πειραιώς για το παζάρι. Η εθνογραφική μου έρευνα και συλλογή δεδομένων διήρκησε από Μάρτιο έως Μάιο 2013 και από Φεβρουάριο έως Ιούνιο 2014. Επισκέφθηκα το χώρο του παζαριού συνολικά δεκαπέντε Κυριακές και δέκα φορές τις υπόλοιπες μέρες της εβδομάδας.

1. Ανθρωπολογία και υπαίθριες αγορές

1.1 Ανθρωπολογικές προσεγγίσεις των αγορών και το παζάρι του Πειραιά

Οι υπαίθριες αγορές αποτέλεσαν για τους ανθρωπολόγους ένα εξέχον πεδίο εθνογραφικής έρευνας για να μελετήσουν του διάφορους τρόπους που πραγματώνεται η οικονομική συμπεριφορά των ανθρώπων. Σημαντική συμβολή στη μελέτη μη δυτικών αγορών είναι εκείνη του Αμερικανού ανθρωπολόγου Clifford Geertz. Στα έργα του «Peddlers and Princes» (1963) και «Meaning and order in Moroccan society» (1979), βασισμένος στην εθνογραφική μελέτη του παζαριού στην Ινδονησία και το Μαρόκο, προτείνει ένα συγκρητισμό της φορμαλιστικής οπτικής που θεωρεί το παζάρι ως την πρώτη μορφή ενός καθαρού μοντέλου ανταγωνισμού, πρόδρομου της σύγχρονης οικονομικής θεωρίας της ελεύθερης αγοράς, με την υποστασιακή αντίληψη της υπαίθριας αγοράς ως ένα θεσμό τόσο ενσωματωμένο στο πολιτισμικό και κοινωνικό περιβάλλον που δεν επιδέχεται ερμηνεία βάσει ενός οικονομικού μοντέλου. Ο Geertz (1979) θεωρεί το παζάρι όχι απλά ως ένα θεσμό που λειτουργεί σύμφωνα με τους κανόνες του ανταγωνισμού και της αγοράς. Εντάσσει επίσης τους κοινωνικοπολιτισμικούς παράγοντες σε μια διαλεκτική σχέση για να κατανοήσει το πώς λειτουργούν τα παζάρια, το οποίο βρίσκω δόκιμο για την εργασία μου. Η πλειοψηφία των κατοίκων των Ινδονησιακών πόλεων απασχολούνταν στην λεγόμενη οικονομία του δρόμου, την οποία ονομάζει «bazaar-type». Αντίθετα, με την οικονομία του παζαριού οι δυτικές επιχειρήσεις κατατάσσονται στο λεγόμενο «firm-type» οι οποίες χαίρουν της προστασίας του κράτους και των νόμων. Σύμφωνα με τον Geertz οι επιχειρήσεις αυτές είχαν μορφή (form) με την Βεμπεριανή έννοια της ορθολογικά οργανωμένης καπιταλιστικής επιχείρησης η οποία βασίζεται στον υπολογισμό, την μεγιστοποίηση και την αποφυγή οικονομικών κινδύνων γεγονός που επιτρέπει την συσσώρευση κεφαλαίων. Το παζάρι αντιθέτως, δεν επιτρέπει τη συσσώρευση κεφαλαίων αφού δεν λειτουργεί σύμφωνα με τους κανόνες των καπιταλιστικών επιχειρήσεων. Ωστόσο, ο Geertz κάνει λόγο για μια μουσουλμανική ομάδα επιχειρηματιών οι οποίοι είχαν τα χαρακτηριστικά της ορθολογικότητας και του υπολογιστικού λόγου αλλά αρνούνταν την θεσμική προστασία (Geertz 1963).

Κατά τον Geertz, στο παζάρι οι στρατηγικές που αναπτύσσονται είναι η εδραίωση μιας σταθερής πελατείας, η δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων και το παζάρεμα. Το παζάρι παρουσιάζει την ιδιομορφία ότι δεν εφαρμόζονται ακριβώς τα αξιώματα του φορμαλισμού, δηλαδή ότι οι πωλητές αναζητούν το κέρδος, οι καταναλωτές την μέγιστη χρηστική αξία και το ότι οι τιμή εξαρτάται από την προσφορά και τη ζήτηση. Στο παζάρι σημαντικό ρόλο παίζει η κυκλοφορία της

πληροφορίας, δεν υπάρχουν τυποποιημένα προϊόντα ούτε διαφήμιση για να μπορεί ο καταναλωτής να γνωρίζει την ποιότητα και την τιμή. Το παζάρεμα έχει αυτό το ρόλο, να αποσπά πληροφορίες για την τιμή και την ποιότητα για τους καταναλωτές. Για τους πωλητές, είναι ένας τρόπος να δημιουργήσουν σταθερή πελατεία καθώς η μετακίνηση στο χώρο και η αναζήτηση πληροφοριών είναι εξαιρετικά χρονοβόρα διαδικασία. Οι καταναλωτές ψάχνουν να βρουν έναν προμηθευτή που να τον εμπιστεύονται γλιτώνοντας χρόνο και χρήμα. Μέσα από το έργο του Geertz αποκαλύπτονται οι διάφορες ορθολογικότητες που διέπουν τις μη καπιταλιστικές αγορές και οι διάφορες πολιτισμικές διαστάσεις που ρυθμίζουν τις οικονομικές επιλογές των συμμετεχόντων του παζαριού.

Μία άλλη κομβικής σημασίας ανθρωπολογική προσέγγιση των υπαίθριων αγορών είναι αυτήν των Dalton & Bohannan (1965). Στην έρευνά τους για τις αγορές στην Αφρική, διαχωρίζουν τις κοινωνίες με βάση τον ρόλο που λαμβάνει η αγορά στην κοινωνική τους οργάνωση. Διακρίνουν τον διαφορετικό βαθμό που η οικονομία είναι ενσωματωμένη στο πολιτισμικό σύστημα ενώ αναδεικνύουν την σημασία της δυτικής επιρροής. Στην ανάλυσή τους διακρίνουν τρεις τύπους κοινωνιών: 1) τις κοινωνίες χωρίς αγορές 2) τις κοινωνίες που η αγορά έχει περιφερειακό ρόλο και δε ρυθμίζει τις κοινωνικές σχέσεις και 3) τις κοινωνίες όπου κυριαρχεί η λογική της αγοράς. Σημαντικό σημείο στην ανάλυσή τους αυτή είναι ο βαθμός που τα μέσα για επιβίωση αποκτούνται μέσω της αγοράς, όπου κάποιος πουλάει την εργατική του δύναμη για να αγοράσει υπηρεσίες ή αγαθά που του είναι απαραίτητα.

Στις κοινωνίες όπου ρυθμίζονται από την λογική της αγοράς, η οικονομία διαδραματίζει και διάφορους άλλους κοινωνικούς και πολιτικούς ρόλους. Οι Dalton & Bohannan κάνουν λόγο για την πολυλειτουργικότητα του χώρου της αγοράς και αναλύουν τις μη οικονομικές όψεις αυτών των αγορών. Καταρχάς, προσεγγίζουν την πολυλειτουργικότητα του χώρου της αγοράς με την εξής απλή παρατήρηση: «ο χώρος της αγοράς συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό ανθρώπων ... Ο χώρος της αγοράς μπορεί να χρησιμοποιηθεί για οποιοδήποτε αντιληπτό σκοπό που απαιτεί την συγκέντρωση ενός μεγάλου αριθμού ανθρώπων υπό ελεγχόμενες συνθήκες (ο.π.: 15)». Ο χώρος της αγοράς μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολιτικούς, θρησκευτικούς, κοινωνικούς και ατομικούς σκοπούς. Περαιτέρω, αναλύουν τους τρόπους που τα πολιτισμικά συστήματα της Αφρικής μετασχηματίζονται μέσω της οικονομικής οργάνωσης με τα καπιταλιστικά πρότυπα οργάνωσης και τους τρόπους που συντελέστηκε αυτή η μετάβαση στα νέα Αφρικανικά κράτη. Η Guyer (2001) επανεξετάζοντας το ζήτημα αυτό, παρατηρεί ότι πλέον δεν υφίσταται αυτή η διάκριση των κοινωνιών που προτείνουν οι Dalton & Bohannan καθώς την δεκαετία του 1990, ακόμα και οι πιο απομακρυσμένες φυλές εξαρτώνται από την επιτυχή διάθεση των εμπορευμάτων τους στις κεντρικές αγορές. Επομένως, δεν υπάρχουν πλέον ούτε περιφερειακές αγορές ούτε κοινωνίες χωρίς αγορές.

Η διδακτορική διατριβή του Βρετανού ανθρωπολόγου Keith Hart (1973) αποτελεί επίσης

μια έξοχη εθνογραφική προσέγγιση των υπαίθριων αγορών και των εκσυγχρονιστικών μοντέλων στην Αφρική. Ο Keith Hart δίνει έμφαση στον λεγόμενο ανεπίσημο οικονομικό τομέα και την κοινωνική λειτουργία του. Οι υπαίθριες αγορές της Γκάνας, οι οποίες λειτουργούν υπό καθεστώς ανεπισημότητας προσφέρουν διάφορες ευκαιρίες απασχόλησης και χαμηλές τιμές στους φτωχούς, εσωτερικούς μετανάστες που συγκεντρώθηκαν στα περίχωρα της πρωτεύουσας Άκκρα. Η ενασχόληση με το υπαίθριο εμπόριο ήταν μια διέξοδος των οικονομικά αποκλεισμένων ατόμων για να επιβιώσουν. Η διδακτορική διατριβή του Hart είχε τεράστιο αντίκτυπο στους κλάδους της οικονομικής ανθρωπολογίας, των οικονομικών και του αστικού σχεδιασμού λόγω της έννοιας της ανεπίσημης οικονομίας την οποία εισήγαγε. Στην ανάλυσή του λαμβάνει υπόψη διάφορα στοιχεία που υποδεικνύουν τις δομικές αλλαγές της μεταποικιακής περιόδου με κύριο άξονα τις πολιτικές και ιστορικές μεταβολές τόσο στο παγκόσμιο όσο και στο τοπικό επίπεδο.

Στις πιο σύγχρονες εθνογραφικές προσεγγίσεις ανήκουν οι θαυμάσιες εθνογραφίες του Stephen Gudeman (1990, 2008) ο οποίος επιχειρεί μια μαρξιστική προσέγγιση της οικονομίας και του εμπορίου στην Κολομβία και τον Παναμά. Ακολουθώντας τόσο την λογική του φορμαλισμού και του υποστατισμού ανιχνεύει το υπολογιστικό συμφέρον στις υποστασιακές πρακτικές όσο και τον ρόλο της κοινότητας και των κοινωνικών σχέσεων στις ορθολογιστικές πρακτικές του φορμαλισμού. Σύμφωνα με τον Gudeman, η οικονομία έχει δύο όψεις: την Κοινότητα και την Αγορά. Μελετά την διαλεκτική σχέση αυτών των δύο όψεων της οικονομίας, το πώς είναι συχνά αντιτιθέμενες, αλληλοεξαρτώμενες και διαχωρισμένες. Θεωρεί ότι η κινητήριος δύναμη του καπιταλισμού είναι η δημιουργία υπεραξίας χωρίς όμως να παραβλέπει το γεγονός ότι ακόμα και οι μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις ενσωματώνουν και τις δύο αυτές όψεις της οικονομίας, ενώ η επιτυχία τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την παρουσία κοινωνικών σχέσεων και πόρων (1990). Αναλύει επίσης την ανάδυση και την κυριαρχία του υπολογιστικού λόγου στις καθημερινές πρακτικές και τις ιδεολογικές προεκτάσεις που ενέχει ένας τέτοιος τρόπος σκέψης και πράξης. Αναδεικνύει το ρόλο του εμπορίου στην επικράτηση μια τέτοιας μεθόδου υπολογισμού σύμφωνα με την οποία τόσο οι εργαζόμενοι όσο και οι καταναλωτές αντικειμενοποιούνται (2008). Ακόμα και η ορθολογική ως προς τον σκοπό πράξη είναι πολιτισμικά καθορισμένη, αφού το κέρδος έχει συμβολική σημασία και παρουσιάζει διάφορες παραλλαγές. Όπως μας δείχνει ο Sahlin (2003) το πρακτικό συμφέρον συγκροτείται πολιτισμικά. Άραγε μπορούμε να θεωρήσουμε την άρνηση των Ιαβανέζων εμπόρων να πουλήσουν τα προϊόντα τους σε ξένους εάν είναι πολύ νωρίς και δεν έχουν πάει ακόμα οι σταθεροί πελάτες τους, που αρκετές φορές είναι φίλοι και συγγενείς τους, ως μια ανορθολογική πρακτική (Geertz 1963); Προσωπικά πιστεύω ότι η έννοια της ορθολογικότητας είναι τελείως περιοριστική και περιορισμένη στα μυαλά των νεοφιλελεύθερων ορθολογιστών για αυτό υιοθετώ την θέση του Gudeman (ο.π.).

Αξιοσημείωτες ανθρωπολογικές προσεγγίσεις των αγορών είναι επίσης η εθνογραφία των

Alexander & Alexander (1991) οι οποίοι ακολουθώντας τα χνάρια του Geertz (1963) μελετούν το τρόπο που καθορίζονται οι τιμές των εμπορευμάτων στις υπαίθριες αγορές τροφίμων της Ινδονησίας. Επιπλέον, η εθνογραφική έρευνα της De la Pradelle (2006) για την υπαίθρια αγορά της Προβηγκίας, δίνει έμφαση στον ρόλο του παζαρέματος και τις διάφορες στρατηγικές που προβαίνουν οι πωλητές για να δημιουργήσουν μια βάση από σταθερούς πελάτες. Σημαντική επίσης συμβολή είναι η εθνογραφική προσέγγιση των οικονομικών δραστηριοτήτων της μεγαλύτερης υπαίθριας αγοράς της Κωνσταντινούπολης, το γνωστό Laleli από την Deniz Yukseker (2004), όπου αναδεικνύεται η πολιτισμική ενσωμάτωση των ανεπίσημων οικονομικών πρακτικών στις υπαίθριες αγορές.

Για πολλά χρόνια οικονομική επιστήμη και ανθρωπολογία αντιμετώπισαν τις οικονομικές πρακτικές ανάμεσα σε «δυτικές» και «μη-δυτικές» κοινωνίες μέσα από μια σειρά δίπολα και διχοτομήσεις όπως «αγορά» vs «ανταλλαγές», «ιδιοτέλεια» vs «γενναιοδωρία», «εμπόρευμα» vs «δώρο», «κέρδος» vs «κοινωνικό γόητρο». Πρώτοι οι Dalton & Bohannan (1965) επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στην πολυλειτουργικότητα των αγορών της Αφρικής και αναλύουν τους τρόπους που αλληλεπιδρούν τα προ-καπιταλιστικά πολιτισμικά συστήματα με τον καπιταλισμό. Στο ίδιο μήκος κύματος, οι μεταγενέστερες έρευνες των Hart και Gudeman διερευνούν τις επιπτώσεις του νεοφιλελευθερισμού σε κοινωνίες που δεν κυριαρχούνται από την λογική της καπιταλιστικής αγοράς. Πολλοί συγγραφείς, όπως οι Geertz 1979, 1963, Dalton & Bohannan 1965, Hart 1973, Taussig 1980, Gudeman 1990, Alexander & Alexander 1991 και de la Pradelle 2006, επισημαίνουν ότι η συνάντηση του καπιταλισμού με την εκάστοτε παράδοση δημιουργεί ένα υβριδικό σύμπλεγμα ανάμεσα στο οικονομικό, πολιτικό και το πολιτισμικό πλαίσιο και παράγει τοπικούς καπιταλισμούς. Το καπιταλιστικό σύστημα είναι σαν ένας χαμαιλέοντας που για να επιβιώσει προσαρμόζεται στο πολιτισμικό περιβάλλον του.

1.2 Η Ανεπίσημη Οικονομία στις Υπαίθριες Αγορές

Σημαντική θεωρητική προσέγγιση στην ανάλυσή μου για το παζάρι του Πειραιά είναι το ζήτημα της ανεπίσημης οικονομίας, η οποία προέκυψε σαν αναλυτική ανθρωπολογική έννοια από την μελέτη των υπαίθριων αγορών. Ο όρος «ανεπίσημη οικονομία» απαντάται για πρώτη φορά στο οικονομικό αναπτυξιακό μοντέλο του οικονομολόγου Arthur Lewis (1954), το οποίο χρησιμοποιούνταν για να περιγράψει την απασχόληση και την επιβίωση στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ωστόσο, ο όρος έγινε γνωστός και απέκτησε μεγάλη δημοσιότητα μέσα από την ανθρωπολογική έρευνα του Keith Hart για την Γκάνα η οποία δημοσιεύεται το 1973. Έκτοτε, η ανεπίσημη οικονομία αποτέλεσε δημοφιλές αντικείμενο έρευνας στους κύκλους όχι μόνο των οικονομικών επιστημών αλλά και της ανθρωπολογίας, της κοινωνιολογίας και του αστικού σχεδιασμού. Στα αγγλικά ο όρος έχει διάφορες σημασίες, ωστόσο διαβάζοντας κανείς το πλαίσιο στον οποίο επινοήθηκε ώστε να περιγράψει τις οικονομικές δραστηριότητες που διαφεύγουν του κρατικού ελέγχου, καταλαβαίνει ότι προέρχεται από την λέξη “form” που σημαίνει μορφή (Hart 1992). Άρα οι ορισμοί formal/informal είναι άμεσα συνδεδεμένοι με το διάσημο debate ανάμεσα στους φορμαλιστές και τους υποστασιστές (Polanyi 1957).

Το 1973, ο Βρετανός ανθρωπολόγος, Keith Hart, μετά από την επιτόπια έρευνά του στην Άκκρα, πρωτεύουσα της Γκάνας, χρησιμοποιεί τον όρο informal economy για να αποδώσει τον τρόπο που οι κάτοικοι στις φτωχογειτονίες της Άκκρα κατάφερναν να επιβιώνουν στο περιθώριο της ανάπτυξης και του εκσυγχρονισμού. Η αποαποικιοποίηση της Αφρικής και η σύσταση των νέων Αφρικανικών κρατών τα οποία ακολούθησαν το καπιταλιστικό μοντέλο «ανάπτυξης» είχε σαν αποτέλεσμα την συγκέντρωση των ανθρώπων στις πόλεις. Οι χιλιάδες των εσωτερικών μεταναστών που μετακινήθηκαν από τις αγροτικές περιοχές της Γκάνας στην αστική περιοχή της Άκκρα, αναγκάστηκαν να αυτοαπασχοληθούν στον ανεπίσημο οικονομικό τομέα, την λεγόμενη οικονομία του δρόμου. Στις φτωχογειτονίες της Άκκρα, η οποία δεν είχε τις απαραίτητες υποδομές για να υποδεχθεί τον αυξανόμενο πληθυσμό της πόλης οι άνθρωποι εμπορεύονταν διάφορα μικροαντικείμενα, τρόφιμα, αλκοολούχα ποτά, «γκάντζα» μέχρι ψυγεία και τηλεοράσεις. Η αρχική εννοιολόγηση του Hart για την ανεπίσημη οικονομία ήταν ένα δυϊστικό μοντέλο για τον τρόπο που οι άνθρωποι αποκτούσαν το εισόδημά τους. Από την μία ήταν η μισθωτή εργασία και από την άλλη η αυτοαπασχόληση. Στις επίσημες οικονομικές δραστηριότητες εντάσσονται η μισθωτή εργασία και οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα καταγράφεται μέσω του γραφειοκρατικού ελέγχου, ενώ οι ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες παρουσιάζουν στοιχεία της αυτοαπασχόλησης, της έλλειψης γραφειοκρατικού ελέγχου και κατά συνέπεια της νομικής προστασίας.

Ο Hart αναδεικνύει τον χαρακτήρα της ενασχόλησης με τον ανεπίσημο οικονομικό τομέα ως κατεξοχήν στρατηγική επιβίωσης των φτωχών όμοια με τις τεχνικές επιβίωσης των φτωχών στις

πόλεις της Ελλάδας την περίοδο του μεσοπολέμου στην Ελλάδα που περιγράφει θαυμάσια ο Πιζάνιας (1993). Ο Διεθνής Οργανισμός για την Εργασία (ILO), επηρεασμένος από τις εθνογραφικές παρατηρήσεις του Hart, ορίζει την ανεπίσημη οικονομία ως τον αποκλεισμένο οικονομικό τομέα στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, τον τομέα αυτό της οικονομίας ο οποίος δεν ελέγχεται από το κράτος και συνεπώς δεν δύναται να καταγραφεί. Άρα είναι αποκλεισμένος από τον ετήσιο υπολογισμό του ΑΕΠ. Σύμφωνα με τον ILO, η απασχόληση στον ανεπίσημο τομέα δεν απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις και ικανότητες, έχει χαμηλές απαιτήσεις κεφαλαίου και οργάνωσης, πολλές από τις επιχειρήσεις έχουν οικογενειακή βάση, έχει μικρής κλίμακας λειτουργία, η παραγωγή γίνεται με πεπερασμένα τεχνολογικά μέσα και απαιτεί επίπονη εργασία ενώ οι ανεπίσημες αγορές δεν είναι ρυθμισμένες και εμφανίζουν έντονο ανταγωνισμό (Portes & Haller 2005). Βλέπουμε ότι η ανεπίσημη οικονομία, η οποία αρχικά θεωρήθηκε ότι είναι χαρακτηριστικό των μη ανεπτυγμένων κρατών, ταυτίζεται με την αυτοαπασχόληση, ενώ αναμένονταν η εξάλειψή της καθώς τα νέα κράτη της Αφρικής θα εκσυγχρονίζονταν και θα ανέπτυσαν βιομηχανίες που θα απορροφούσαν τους ανεπίσημα απασχολούμενους εργαζόμενους. Ο Hart (1992) στην ανάλυσή του λαμβάνει υπόψη διάφορα στοιχεία που υποδεικνύουν τις δομικές αλλαγές της μεταποικιακής περιόδου με κύριο άξονα τις πολιτικές και ιστορικές μεταβολές τόσο στο παγκόσμιο όσο και στο τοπικό επίπεδο. Τον όρο αυτό χρησιμοποιούσαν αρχικά οι οικονομολόγοι (Lewis 1954) του φιλελευθερισμού για να περιγράψουν τις οικονομικές δραστηριότητες στις μη ανεπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες, με την παραπάνω εννοιολόγηση να αντιπροσωπεύει έξοχα την τότε κυρίαρχη φορμαλιστική θεώρηση της οικονομίας. Κατά συνέπεια, «informal» σήμαινε κάτι το οποίο δεν έχει μορφή «form» και σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να αποδοθεί ως άτυπο. Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη τις εκτενείς ανθρωπολογικές καταγραφές της οικονομικής δραστηριότητας, στις ανταλλαγές που περιγράφει ο Mauss (1978), στα παζάρια του Μαρόκου και της Ινδονησίας (Geertz 1963, 1979), στα νεοσύστατα κράτη της Νότιας Αμερικής (Taussig 1980, Gudeman 1990) και της Αφρικής (Guyer 2001; Hart 1992, 1973) αποτυπώνεται ότι με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο το λεγόμενο άτυπο ή ανεπίσημο είναι στην ουσία το επίσημο. Είναι ο γενικός κανόνας και όχι κάτι το αντικανονικό.

Στο παζάρι του Μαρόκου για παράδειγμα ο Geertz περιγράφει ένα πολύπλοκο σύστημα παραγωγής, διανομής, κατανάλωσης και εργασίας, ενσωματωμένο εντός του ευρύτερου πολιτισμικού συστήματος το οποίο ωστόσο, παρουσίαζε λίγο έως καθόλου γραφειοκρατικό έλεγχο, πιστοποίηση και τυποποίηση. Άρα, μπορούμε να χαρακτηρίσουμε την οικονομία του παζαριού ως άτυπη ή ανεπίσημη την στιγμή που για τους Μαροκινούς το παζάρι ρυθμίζεται από πολιτισμικούς-παραδοσιακούς τύπους όπως η συγγένεια; Πώς γίνεται να θεωρηθεί κάτι το οποίο είναι καθημερινό φαινόμενο ως κάτι «άτυπο» ή «ανεπίσημο» όπως έχουν δείξει οι ανθρωπολόγοι για την Αφρική και την Νότια Αμερική (ο.π.); Συνεπώς, η ιδέα της ανεπίσημης οικονομίας είναι προϊόν μιας

δυτικοκεντρικής προσέγγισης της οικονομικής οργάνωσης.

Στις επόμενες δεκαετίες, η ανεπίσημη οικονομία απέκτησε μεγάλο επιστημονικό ενδιαφέρον και διάφορες έρευνες έριξαν φως σε διάφορες πτυχές του φαινομένου αυτού, καταρρίπτοντας τις αφελείς, μονομερείς δυτικοκεντρικές προσεγγίσεις του θέματος και ανέδειξαν τις διάφορες δυναμικές αναλυτικές προεκτάσεις του όρου και στις ανεπτυγμένες οικονομικά χώρες. Η έννοια της ανεπίσημης οικονομίας μετατράπηκε σε ένα εγγενές χαρακτηριστικό της παγκόσμιας οικονομίας και αναδείχθηκε το μέγεθος των ανεπίσημων οικονομικών πρακτικών ανά τον κόσμο. (Hart 1992, 2006; Portes & Haller 2005; Guba-Khasnabis et al 2006; Smith & Narotzky 2005, 2006; Narotzky 2008, 2009, 2010). Ο Hart (1992, 2006) ασκεί έντονη κριτική όταν αναστοχάζεται την έννοια του informal στους οικονομολόγους, υπέρμαχους του νεοφιλελευθερισμού. Ο λόγος είναι γιατί έχουν μονοδιάστατα υιοθετήσει την έννοια του ανεπίσημου οικονομικού τομέα και έχουν απεμπολήσει τον κοινωνικό και πολιτισμικό του χαρακτήρα. Στην ανάγνωση και ανάλυση της ανεπίσημης οικονομίας, οι οικονομολόγοι - ευαγγελιστές του νεοφιλελευθερισμού δεν ασχολούνται με τους πολιτισμικούς, ιστορικούς και πολιτικούς παράγοντες ενώ αγνοούν παντελώς το τι συμβαίνει στο πεδίο. Στα σύγχρονα νεο-αποικιακά κράτη του λεγόμενου Τρίτου Κόσμου, όπως η Γκάνα, η κρατική εξουσία έχει πλέον μετατραπεί σε μια παρασιτική γραφειοκρατία που απομυζεί τους υπηκόους της, κάτι το οποίο οι οικονομολόγοι δεν έβλεπαν ή δεν ήθελαν να δουν (Hart 1992).

Οι σύγχρονες προσεγγίσεις του θέματος αποδίδουν στην ανεπίσημη οικονομία τις πρακτικές των οικονομικών δρώντων οι οποίες δεν εναρμονίζονται με τους θεσμικούς κανόνες ή αρνούνται την προστασία τους. Με άλλα λόγια, αναφέρεται σε όλες τις οικονομικές δραστηριότητες που δημιουργούν κάποιο εισόδημα οι οποίες δεν ελέγχονται από το κράτος όπου κανονικά θα έπρεπε να ελέγχονται (Castells & Portes 1989). Οι Castells & Portes, διαχωρίζουν αυτές τις οικονομικές δραστηριότητες σε : επίσημες, ανεπίσημες και εγκληματικές. Συνεπώς, οι ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες δεν αποτελούν μόνο μια τεχνική επιβίωσης αλλά επίσης και ένα τρόπο για την απόκτηση επιπλέον εισοδήματος. Επιπλέον, οι ανεπίσημες επιχειρήσεις σε πολλές περιπτώσεις απασχολούν και μισθωτούς εργαζομένους. Η κλίμακα των δραστηριοτήτων τους λαμβάνει παγκόσμιες διαστάσεις, όπως το παράνομο εμπόριο όπλων, ναρκωτικών και ανθρώπων. Επίσης, ανεπίσημα στοιχεία μπορούν να ανιχνευτούν και στους επίσημους οικονομικούς θεσμούς (Hart 1992, 2006, 2012; Guyer 2001; Portes & Haller 2005). Πλέον η μελέτη του φαινομένου της ανεπίσημης οικονομίας μελετάται και στις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου και γίνεται μια προσπάθεια να καταγραφεί. Η έρευνα των Portes & Haller (2005) δίνει έμφαση την ύπαρξη της ανεπίσημης οικονομίας σε όλες τις χώρες αντλώντας παραδείγματα από την Νέα Υόρκη, την Μαδρίτη, περιοχές της Κολομβίας και της Ουρουγουάης.

Ταυτόχρονα οι σύγχρονες τάσεις διαφοροποιούνται και επικεντρώνονται όχι τόσο στην

διάκριση αλλά στην σχέση ανάμεσα στην επίσημη και ανεπίσημη οικονομία (Guha-Khasnobis et al 2006). Στο συλλογικό τόμο *Linking the Formal and Informal Economy. Policies and Concepts* (ο.π.) επιστήμονες από διάφορους ακαδημαϊκούς χώρους αναλύουν και αναζητούν την σχέση αυτή επαναπροσεγγίζοντας την έννοια της ανεπίσημης οικονομίας. Πλέον, η ανεπίσημη οικονομία αναπτύσσεται παράλληλα με την βιομηχανοποίηση και την «ανάπτυξη». Αποτελεί ένα μεγάλο τομέα απασχόλησης, παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών για τις ομάδες των χαμηλών εισοδημάτων και συνεισφέρει σημαντικά στο ΑΕΠ των κρατών. Είναι συνδεδεμένη και αλληλοεξαρτώμενη από την επίσημη οικονομία ενώ ταυτόχρονα ο λόγος που διογκώνεται είναι η ανεπισημοποίηση των προηγούμενων(παραδοσιακών) σχέσεων εργασίας. Η ανεπίσημη οικονομία αποτελείται από μια τεράστια ποικιλία επαγγελμάτων, τα οποία μετατράπηκαν σε ανεπίσημα λόγω της άρνησης ή/και της αδυναμίας της επίσημης οικονομίας να τα ενσωματώσει. Οι αγροτικές εργασίες αλλά και νέες, σύγχρονες μορφές απασχόλησης όπως η εργασία από το σπίτι και η ευέλικτη απασχόληση αποτελούν μερικά σύγχρονα παραδείγματα.

Ο ανεπίσημος τομέας της οικονομίας αποτελείται από ευκαιριακούς εργάτες και επιχειρηματίες οι οποίοι ωστόσο παράγουν νόμιμα αγαθά και υπηρεσίες. Οι περισσότεροι δε από αυτούς θα δέχονταν την σταθερότητα και την σιγουριά που προσφέρει ο τομέας της επίσημης οικονομίας και θα δεχόντουσαν να επισημιποιήσουν τις δραστηριότητές τους εφόσον μειωθεί η γραφειοκρατία και η υψηλή φορολογία. Οι ανεπίσημες επιχειρήσεις δεν αποτελούν μόνο μια τακτική επιβίωσης, είναι σταθερές επιχειρήσεις όπου δεν υπάρχει μόνο οι αυτοαπασχόληση αλλά και η μισθωτή εργασία. Κατά συνέπεια όλες σχεδόν οι μορφές της ανεπίσημης εργασίας επηρεάζονται από την οικονομική πολιτική που ασκείται (Sindzingre 2006 Chen 2006). Επίσης, η Guyer (2001) τονίζει ότι σε αρκετές περιπτώσεις η κρατική εξουσία-γραφειοκρατία των Αφρικανικών κρατών και των μη ανεπτυγμένων χωρών γενικότερα, εκτρέφει και υιοθετεί η ίδια τις κοινωνικές-πολιτισμικές πρακτικές της ανεπισημότητας, όπως η διαφθορά, η αναξιοκρατία, η προχειρότητα, η ανορθολογικότητα κ.ο.κ.

Άρα θα πρέπει να έχουμε διαρκώς κατά νου ότι ο όρος ανεπίσημη οικονομία δεν αποτελεί ένα θετικό ή αρνητικό απλά στοιχείο της οικονομικής δραστηριότητας αλλά ένα συστατικό κομμάτι της σύγχρονης οικονομίας. Για να μελετήσει κανείς την λεγόμενη ανεπίσημη οικονομία πρέπει πρώτα να την οριοθετήσει και να την προσαρμόσει ανάλογα, στο πολιτισμικό και ιστορικό πλαίσιο στο οποίο αναφέρεται και να δει τον τρόπο που συνδέεται με το λεγόμενο επίσημο οικονομικό τομέα. Επίσης, για να μελετήσουμε την ανεπίσημη οικονομία πρέπει να συμπεριλάβουμε και μια πολιτισμική προσέγγιση σύμφωνα με τις παραδοχές του Polanyi και του υποστατισμού (1957) χωρίς όμως να αγνοούμε και την φορμαλιστική οπτική όπως προτείνει ο Geertz (1979). Άλλωστε όταν μελετάμε τις οικονομικές δραστηριότητες των ανθρώπων, μελετάμε τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν. Όπου υπάρχει επικοινωνία, υπάρχει κοινωνία, όπως στις

κάθε είδους εμπορικές συνδιαλλαγές μεταξύ φυσικών προσώπων. Το εμπόριο είναι μια διαδικασία ανταλλαγής, όπου τα προϊόντα που ανταλλάσσονται, αντικειμενοποιούν το πολιτισμικό πλαίσιο στο οποίο παράγονται, διακινούνται και καταναλώνονται (Miller 1998 1987). Μελετώντας το εμπόριο και τις αγορές όπως το παζάρι του Πειραιά, μπορούμε να αναδείξουμε την σχέση που παρουσιάζουν τα οικονομικά με το ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται (Sahlins 2003). Η οικονομική πράξη είναι σε μεγάλο βαθμό μια πράξη που βασίζεται στις ήδη υπάρχουσες κοινωνικές και πολιτισμικές δομές και αποτελεί ένα μέσο κοινωνικοποίησης και ένταξης των ατόμων στο κοινωνικό γίγνεσθαι. Ο αποκλεισμός από την οικονομική δραστηριότητα ισοδυναμεί με τον κοινωνικό αποκλεισμό τον οποίο επιφέρει. Σε αυτήν την κατεύθυνση στρέφεται η έρευνά μου όταν μελετώ την ανεπίσημη οικονομία του παζαριού η οποία έχει όπως αναλύει ο Gudeman (1990, 2001, 2008) δύο βάσεις, την κοινότητα και την αγορά.

Πειραιά λειτουργεί εντός ενός φορμαλιστικού συστήματος οικονομίας στην πρωτεύουσα της Ελλάδας και όχι σε κάποια απομονωμένη περιοχή της Ινδονησίας (Geertz 1963, Alexander & Alexander 1991) ή κάποια μικρή πόλη του Μαρόκο (Geertz 1979). Η πρόσβαση είναι σχετικά εύκολη αφού βρίσκεται δίπλα στις γραμμές του ηλεκτρικού σιδηρόδρομου. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, η συγγένεια, η θρησκεία και η καταγωγή να μην αποτελούν δομικό στοιχείο του σύγχρονου παζαριού στον Πειραιά. Τρίτον, οι επιχειρήσεις του παζαριού παρουσιάζουν χαρακτηριστικά που αποδίδει στις «firm-type» επιχειρήσεις και όχι σε αυτές που ονομάζει «bazaar type». Τέλος, πολλά από τα προϊόντα που μπορεί να βρει κανείς στο παζάρι, έχουν υποστεί τυποποίηση και είναι αρκετές φορές ίδια με τα προϊόντα των καταστημάτων. Συνεπώς, η πληροφορία ρέει ανεξάρτητα από τη δομή του παζαριού ενώ για οι τιμές στα μεγάλα εμπορικά καταστήματα παρέχουν την βάση για τον καθορισμό των τιμών στα προϊόντα του παζαριού.

Το παζάρεμα ωστόσο αποτελεί πηγή άντλησης πληροφοριών και δημιουργίας κοινωνικών σχέσεων. Οι πωλητές γνωρίζοντας ότι λειτουργούν σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά δίνουν όσο το δυνατόν λιγότερες πληροφορίες για τα τεχνικά χαρακτηριστικά των προϊόντων τους ώστε να μην μπορεί ο καταναλωτή να κάνει εύκολα τη σύγκριση με τα αντίστοιχα προϊόντα των μεγάλων καταστημάτων. Επίσης σε περιπτώσεις που οι πωλητές γνωρίζουν τον πελάτη κάνουν καλύτερες τιμές, μια μέθοδο που αναλύει η De la Pradelle (2006) στην περίπτωση των λαϊκών της νότιας Γαλλίας. Οι τιμές καθορίζονται από την προσφορά και την ζήτηση. Ένα εμπόρευμα το οποίο είναι κοινό σε διάφορους πάγκους θα έχει αναγκαστικά χαμηλότερη τιμή υπακούοντας στους κανόνες και την λογική της αγοράς. Αυτός ήταν και ο λόγος ενός καυγά ανάμεσα σε δύο μικροπωλητές που είχαν τα ίδια προϊόντα καθώς ο ένας είχε ρίξει πολύ την τιμή.

Το παζάρι του Πειραιά, είναι επίσης ένας διακρατικός κόμβος εμπορίου. Οι μετανάστες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πρόσβαση αγαθών τα οποία εισάγουν από τις χώρες τους σε πολύ χαμηλές τιμές. Συνήθως δεν είναι οι ίδιοι έμποροι απλά λόγω της γλώσσας αναλαμβάνουν το ρόλο του διαμεσολαβητή. Στο παζάρι μπορεί να βρει κάποιος επώνυμα προϊόντα που είναι προορισμένα για τις αγορές των Αραβικών χωρών και έχουν την αραβική συσκευασία, όπως η μια επώνυμη οδοντόκρεμα η οποία έχει πολύ χαμηλή τιμή λιανικής στην αγορά της Συρίας για παράδειγμα. Ένας επιχειρηματίας του παζαριού από το Μπανγκλαντές εισάγει φθηνά αξεσουάρ και ανταλλακτικά κινητής τηλεφωνίας από την χώρα του. Αυτές είναι οι μικροκαπιταλιστικές τακτικές που αναλύουν οι Smart & Smart (2005) στην προσέγγισή τους για την αυταπασχόληση και τις μικρές επιχειρήσεις στον 21ο αιώνα. Παρόλα αυτά, η έννοια της πολυλειτουργικότητας της αγοράς των Dalton & Bohannan (1965) είναι παραπάνω από δόκιμη για την ανάλυση των διάφορων οικονομικών, πολιτικών και πολιτισμικών όψεων της αγοράς του παζαριού.

Σε ότι αφορά στις σχέση επίσημης και ανεπίσημης οικονομίας, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι παράλληλα με το επίσημο παζάρι της Κυριακής λειτουργεί και ένα ανεπίσημο παζάρι

το οποίο διαμορφώνεται και ρυθμίζεται από το πρώτο. Οι τοπικές αρχές έχουν προσπαθήσει να πατάξουν αυτό το φαινόμενο, ωστόσο, η ανεπίσημη αυτή αγορά είναι εδραιωμένη στο χώρο της Αλιπέδου από τις αρχές του 20 αιώνα, από τότε που το παζάρι είχε ανεπίσημη μορφή. Κατά την διάρκεια της εβδομάδας δεκάδες ρακοσυλλέκτες απλώνουν τα σεντόνια τους στο χώρο που γίνεται το επίσημο παζάρι και πωλούν τηνπραμάτεια τους. Την Κυριακή αυτή η ανεπίσημη αγορά μεταφέρεται στον πρώην χώρο του επίσημου παζαριού και τους τριγύρω δρόμους (δίπλα στο σταθμό του ΗΣΑΠ και στο πεζοδρόμιο της Ομηρίδου Σκυλίτση) ενώ δεν λείπουν και οι ανεπίσημοι πωλητές εντός του παζαριού. Σε ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες εμπλέκονται και οι αδειοδοτημένοι μικροπωλητές με ποικίλους τρόπους. Τα περισσότερα αγαθά στο παζάρι πωλούνται χωρίς απόδειξη, αρκετοί εργαζόμενοι στους πάγκους δεν έχουν τα επίσημα έγγραφα είτε γιατί είναι μετανάστες ή γιατί η εργασία τους είναι περιστασιακή ή πολύ περιορισμένης κλίμακας. Οι συναλλαγές ανάμεσα σε χονδρέμπορους και μικροπωλητές σε αρκετές περιπτώσεις δεν έχουν νομική υπόσταση και η σχέση τους ρυθμίζεται από την αμοιβαία εμπιστοσύνη και όχι από νομική υποχρέωση, ενώ αρκετές επιχειρήσεις του παζαριού υποβοηθούνται από μέλη της οικογένειας. Τα παραπάνω αποτελούν στοιχεία του ανεπίσημου χαρακτήρα που λαμβάνουν οι οικονομικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται εντός του επίσημου χώρου (Narotzky 2009).

2. Το παζάρι του Πειραιά μέσα στον χώρο και τον χρόνο

2.1 Ιστορικά στοιχεία του παζαριού και του Πειραιά

Στις αρχές του 20ου αιώνα ο Πειραιάς ήταν ήδη μια πόλη που συγκέντρωνε σημαντική βιομηχανική και εμπορική δραστηριότητα (Μιχελή 1989, Τσοκόπουλος 1984) με ολοένα και αυξανόμενο πληθυσμό λόγω του λιμανιού και της αστικής ανάπτυξης των Αθηνών. Επόμενο ήταν λοιπόν να λειτουργεί μια υπαίθρια αγορά στο μεγαλύτερο λιμάνι της Ανατολικής Μεσογείου καθώς τόσο οι άνθρωποι όσο και τα διάφορα εμπορεύματα έκαναν στάση στον Πειραιά. Στην πρώτη αυτή περίοδο το παζάρι λειτούργησε σε ένα πολύ κεντρικό σημείο της πόλης, στην Πλατεία Θεάτρου, την κεντρική πλατεία του Πειραιά(εικόνα 2). Ο Πειραιάς, είχε διαμορφωθεί σε μια εργατική πόλη καθώς ο πληθυσμός του αποτελούνταν κυρίως από εργάτες που εργάζονταν στις βιοτεχνίες, στις βιομηχανίες, στα ναυπηγεία, στο λιμάνι και στα ορυχεία της περιοχής (Μιχελή 1989).

Το 1922, μετά την ήττα του Ελληνικού στρατού στην Μικρά Ασία, χιλιάδες πρόσφυγες βρήκαν ένα προσωρινό κατάλυμα στους υπαίθριους χώρους της Αθήνας και του Πειραιά. Η πλατεία Θεάτρου μετατράπηκε σε χώρος «φιλοξενίας» των προσφύγων οι οποίοι βρήκαν ευκαιρίες



Πρόσφυγες από την Μικρά Ασία στην πλατεία Θεάτρου. Πειραιάς 1922

δημιουργίας εισοδήματος με την απασχόλησή τους στο παζάρι και στον λεγόμενο ανεπίσημο τομέα

της οικονομίας (Λεοντίδου 1989, Hirschon 2005)¹. Το παζάρι μεταφέρεται στην Πλατεία Καραϊσκάκη(εικόνα 3), δίπλα στο λιμάνι στην πλατφόρμα που αγκυροβολούσαν τα καράβια από τα νησιά μεταφέροντας οπωρικά, τα λεγόμενα «λεμονάδικα». Αρχικά το παζάρι λειτουργούσε σε δύο στοές, στην πρώτη πωλούνταν λαχανικά και φρούτα ενώ στην δεύτερη παλιοσίδερα και μεταχειρισμένα ρούχα.



Πλατεία Καραϊσκάκη, Πειραιάς 1912

Στο προπολεμικό αυτό παζάρι άνθισε επίσης και το ρεμπέτικο τραγούδι καθώς πολλά τραγούδια αναφέρονται σε αυτό όπως το «Εγώ μάγκας φαινόμευνα» του Μιχάλη Γενίτσαρη, «Κάτω στα λεμονάδικα» του Βαγγέλη Παπάζογλου τα οποία ηχογραφούνται για πρώτη φορά το 1934. Επίσης στο χώρο του παζαριού ο γνωστός ρεμπέτης του Πειραιά, Γιώργος Μπάτης (Αμπάτης) από το 1930 έως 1937 διατηρούσε ένα καφενείο-τεκέ το γνωστό «Ζωρζ – Μπατέ» όπου σύχναζαν οι ρεμπέτες (όπως ο Βαμβακάρης, ο Μάθεσης, ο Δελιάς, Μπαγιάντερας, Γενίτσαρης, Παγιουμτζής, Περπινιάδης Ρούκουνας) με τα τραγούδια τους να δηλώνουν τις παράνομες δραστηριότητες που συνέβαιναν εκεί, τους πόνους, τους πόθους, τα βάσανα και τους καημούς τους (βλ. Πετρόπουλος

¹ Με την είσοδο χιλιάδων Μικρασιατών και Ποντίων ο Πειραιάς απέκτησε μια πρωτοφανή για τα τότε δεδομένα εργατική δύναμη που πυροδότησε την περαιτέρω βιομηχανική του ανάπτυξη. Στην απογραφή του 1928 καταγράφονται 254.584 «ψυχές» από 133.482 το 1920. Οι 101.185 είναι πρόσφυγες από τους οποίους οι 79.923 ήταν από την Μικρά Ασία και οι υπόλοιποι από τον Πόντο και άλλες περιοχές της Τουρκίας. Ο Πειραιάς απέκτησε έτσι ένα τεράστιο εργατικό δυναμικό για τις βιομηχανίες, τα ναυπηγεία και τα ορυχεία της περιοχής. Όπως γράφει ο Μέγας Οδηγός Πειραιά του 1929 «Οι κήποι των πλατειών Καραϊσκάκη και Θεμιστοκλέους καταργήθηκαν λόγω της εγκαταστάσεως εις την μεν πρώτην προσφυγικών παραπηγμάτων εις δέ τη δευτέραν Δημοτικής αγοράς προς στέγασιν 500 περίπου προσφύγων επαγγελματιών» (Μιχελή 1989: 231).

1979). Συνεπώς, το παζάρι του Πειραιά είχε και πολλά άλλα στοιχεία πέραν του οικονομικού, γεγονός που υποδηλώνει την πολυλειτουργικότητά του (Dalton & Bohanan 1965). Από πολύ νωρίς στο παζάρι του Πειραιά είχε διαμορφωθεί μια κοινότητα της παρανομίας και του ρεμπέτικου, η οποία παρείχε τις βάσεις της οικονομίας του (Gudeman 1990).

Η πλατεία Καραϊσκάκη κάηκε δύο φορές το 1929 και το 1937 . Την 4η Ιανουαρίου του 1929 μια μεγάλη πυρκαγιά κατέστρεψε ολοσχερώς τις παράγκες του παζαριού και τα διάφορα εμπορικά καταστήματα και καφενεία που λειτουργούσαν στην περιοχή. Σύντομα όμως οι κάτοικοι και οι καταστηματαρχές της περιοχής ανοικοδομούν τις παράγκες και τα καταστήματα που λειτουργούσαν εκεί και συνεχίζουν τις νόμιμες και παράνομες δραστηριότητές τους. Το 1932 η χρεωκοπία του Ελληνικού Κράτους και η κρίση γίνονται αντικείμενο των ρεμπέτικων τραγουδιών του Πειραιά ενώ φαίνεται η άνθιση του λαθρεμπορίου και της παραβατικότητας στην περιοχή μέσα από τους στίχους των ρεμπέτικων τραγουδιών.



Ρεμπέτικη Κομπανία στο καφενείο του Μπάτη στη πλατεία Καραϊσκάκη. Διακρίνονται στη μέση ο Γιώργος Μπάτης με την κιθάρα και αριστερά με το μπουζούκι ο Μάρκος Βαμβακάρης. Πειραιάς 1933



Η Πλατεία Καραϊσκάκη μετά την πυρκαγιά του 1937

Στα 1937, την περίοδο της δικτατορίας του Μεταξά, ο οποίος καταδίωξε ανελέητα τους ρεμπέτες και επέβαλε την λογοκρισία στα τραγούδια τους, μια δεύτερη μεγάλη πυρκαγιά θα καταστρέψει ξανά τις υποτυπώδεις εγκαταστάσεις του παζαριού. Όπως έχει συγκρατήσει η προφορική ιστορία, η φωτιά αυτή μπήκε σκόπιμα από την αστυνομία, η οποία μη μπορώντας να ελέγξει τις παράνομες δραστηριότητες επέβαλε με αυτό τον τρόπο την τάξη. Χαρακτηριστικό είναι το τραγούδι του Γιώργου Φέρρη το οποίο γράφτηκε μεταγενέστερα «Κάψανε μια συνοικία». Το 1938 μάλιστα, θεσπίζεται και ο πρώτος νόμος που ρυθμίζει την λειτουργία των υπαίθριων αγορών στην Ελλάδα (ν. 1470/1938). Τον ίδιο χρόνο, το παζάρι μεταφέρεται στην σημερινή του τοποθεσία, στην πλατεία Ιπποδαμείας και επί της οδού Αλιπέδου, δίπλα από τις γραμμές του ηλεκτρικού σιδηρόδρομου. Η οδός Αλιπέδου γέμισε με ξύλινα παραπήγματα, εμπορεύματα και παλιατζίδικα. Κατά την διάρκεια του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου η οδός Αλιπέδου, ο χώρος του παζαριού ήταν το στέκι των μαυραγοριτών που πουλούσαν ψωμί, λάδι και άλλα προϊόντα πρώτης ανάγκης, σύμφωνα με την αφήγηση ενός παλαιοπώλη της περιοχής, ενώ στα ρεμπέτικα τραγούδια της εποχής του πολέμου οι αναφορές για τους μαυραγορίτες κυριαρχούν.



Μεταπολεμική Περίοδος. Ένα κοριτσάκι μπροστά στον βομβαρδισμένο ναό της Αγίας Τριάδας πουλά διάφορα μικροαντικείμενα. Πειραιάς 1946

Λίγο μετά το πόλεμο υπήρχαν ακόμη κάποιοι οίκοι ανοχής όπως το περίφημο στους τότε Πειραιώτες «σπίτι της Κατίγκως», «της Αρχόντως» (Πετρόπουλος 2010) γεγονός που υποδηλώνει μία ακόμα λειτουργία του χώρου της αγοράς (Dalton & Bohannan 1965). Το 1968, επί χούντας, ο διορισμένος δήμαρχος Αριστείδης Σκυλίτσης σε μια συντονισμένη επιχείρηση κατεδαφίζει τα ξύλινα παραπήγματα της Αλιπέδου και τους οίκους ανοχής στην γύρω περιοχή (όπως και την Δημοτική Αγορά μαζί με το Ρολόι του Πειραιά) και το παζάρι παύει να λειτουργεί επισήμως. Μόνο κάποια υπόγεια και παλιατζίδικα επιβίωσαν γύρω από τα οποία αναβίωσε σιγά-σιγά το παζάρι στην σημερινή του μορφή μετά την πτώση του στρατιωτικού καθεστώτος. Ωστόσο μια ανεπίσημη αγορά συνέχιζε να λειτουργεί στην Αλιπέδου παρά την απαγόρευση που είχε επιβάλει η χούντα σύμφωνα με την αφήγηση ενός πληροφορητή μου ο οποίος ασχολείται με το παζάρι από την τρυφερή ηλικία των πέντε ετών. Οι «μπουλντόζες» είναι μια κοινή έκφραση που επικρατεί στον λόγο τόσο των παλαιών όσο και των νέων πληροφορητών μου όταν αναφέρονται στα γεγονότα του

1968.

Στις επόμενες δεκαετίες το παζάρι αναπτύχθηκε και απέκτησε μια «αίγλη», καθώς ανάμεσα στα διάφορα εμπορεύματα υπήρχαν και κάποιες σπάνιες αντικές που προσέλκυαν το ενδιαφέρον αρκετών συλλεκτών. Σύμφωνα με την αφήγηση του κυρίου Πέτρου, ενός παλαιοπώλη της περιοχής, γύρω από τα παλιατζίδικα αναβίωσε το παζάρι εξαιτίας ενός αστυνομικού διευθυντή του Πειραιά ο οποίος έδωσε άδειες. Η αδειοδότηση τα χρόνια της μεταπολίτευσης ήταν αρμοδιότητα της αστυνομίας μέχρι το 1980. Επί δημαρχίας Παπασπύρου (1983-6) το παζάρι επεκτάθηκε στις οδούς Κολοκοτρώνη και Ομηρίδου Σκυλίτση και απέκτησε μια μεγάλη φήμη καθώς πολύς κόσμος τόσο από όλη την Ελλάδα και τα νησιά αλλά και από το εξωτερικό το επισκέπτονταν. Πολλοί νησιώτες έρχονταν μόνο και μόνο για να αγοράσουν και να πουλήσουν διάφορα αντικείμενα λίγο πριν πάρουν το καράβι της επιστροφής. Τότε το παζάρι είχε εννιακόσιες θέσεις. Ο κύριος Πέτρος, πρόεδρος επί εικοσιπέντε χρόνια του συλλόγου παλαιοπωλών ήξερε του πάντες στο παζάρι του Πειραιά. Το παλαιοπωλείο του ήταν ένα από αυτά που επέζησαν τις μπουλντόζες της χούντας και όπως μου είπε χαρακτηριστικά για το παζάρι: «Από εδώ, για να σου δώσω να καταλάβεις έχουν περάσει από πρωθυπουργοί μέχρι και ο τελευταίος προζάκας».



Ο κύριος Πέτρος στο παλαιοπωλείο του

Την περίοδο 1990-2000 το παζάρι γνώρισε μια περαιτέρω οικονομική ακμή. Σύμφωνα με τις αφηγήσεις των πληροφορητών μου, αναπολώντας της παλαιές «καλές εποχές», μου είπαν υπήρχαν πάγκοι οι οποίοι έκαναν τζίρο πάνω από ένα εκατομμύριο δραχμές. Αυτό οφείλονταν στην ευρύτερη οικονομική άνθιση που γνώρισε η Ελλάδα και την εισροή χιλιάδων μεταναστών από την

Αλβανία και της χώρες της Ανατολικής Ευρώπης οι οποίοι βρήκαν στο παζάρι ένα προνομιακό πεδίο κατανάλωσης λόγω των φθηνών προϊόντων του, τα οποία αγόραζαν είτε για προσωπική τους χρήση ή για να τα στείλουν στην χώρα τους. Επίσης, το παζάρι προσέλκυσε και έναν σημαντικό αριθμό εύπορων κοινωνικών στρωμάτων των Αθηνών οι οποίοι επισκέπτονταν το παζάρι για να πάρουν μια γεύση από την «εξωτική» του διάσταση και να αγοράσουν συλλεκτικά αντικείμενα.

Την ίδια περίοδο επιδεινώνεται η αποβιομηχάνιση στην Ελλάδα η οποία είχε ξεκινήσει από τις αρχές του 1980. Πολλοί βιοτέχνες οι οποίοι δεν μπορούσαν να εξασφαλίσουν την βιωσιμότητα των επιχειρήσεών τους στράφηκαν στο παζάρι του Πειραιά και ασχολήθηκαν με το εμπόριο. Το 1998, έτος που έκλεισαν πολλές βιοτεχνίες λόγω της εισόδου των Κινέζικων προϊόντων στην Ελληνική αλλά και στις Ευρωπαϊκές αγορές (Narotzky 2011), η τότε δημοτική αρχή έδωσε μαζικά άδειες στους πρώην βιοτέχνες στο παζάρι του Πειραιά ο οποίος αυτοαπασχολήθηκαν στο εμπόριο και δραστηριοποιούνται στο παζάρι μέχρι και σήμερα. Από το 1998 έως το 2010 τα παζάρι, επίσημα, αριθμούσε περίπου 350 πάγκους και 80 καταστήματα όπως με πληροφόρησε ο πρόεδρος του σωματείου των μικροπωλητών. Το 2006 σταμάτησε να διεξάγεται στην Ομηρίδου Σκυλίτση καθώς ο δρόμος μετατράπηκε σε κύρια οδική αρτηρία που συνδέει την Αθήνα με τον Πειραιά. Μετά επί δημαρχίας Φασούλα (2007-10) σταμάτησε να γίνεται στη Κολοκοτρώνη και περιορίστηκε σε όλο το μήκος της οδού Αλιπέδου.

Μέσα από την ιστορία του παζαριού αναδύονται οι διάφοροι κοινωνικοί, πολιτικοί και πολιτισμικοί παράγοντες που συντέλεσαν στην καθιέρωσή του ως θεσμό, ενώ αναδεικνύεται ως αναπόσπαστο κομμάτι της ιστορίας του Πειραιά. Ο χώρος της αγοράς του έχει σαφώς μια οικονομική βάση από όπου απορρέουν οι διάφορες κοινωνικές και πολιτισμικές λειτουργίες οι οποίες διαμορφώνουν τον χαρακτήρα του παζαριού και το διαφοροποιούν από τις αμιγώς καπιταλιστικές λογικές της κυριαρχίας της οικονομίας. Το συγκεκριμένο παζάρι δημιουργήθηκε εξαιτίας της νεωτερικής ανάπτυξης της χώρας, ωστόσο λειτούργησε τόσο σε συνεργασία με το καπιταλιστικό πλαίσιο όσο και στον αντίποδα της καπιταλιστικής ανάπτυξης. Συνεπώς είναι ένα υβριδικό σύστημα όπου τα φορμαλιστικά όσο και τα προ-καπιταλιστικά στοιχεία των αγορών συνυπάρχουν και συνδιαμορφώνουν την υπόσταση και την μορφή της οικονομίας και των κοινωνικών σχέσεων.

Επιπλέον, το παζάρι διαχρονικά υπήρξε ένας χώρος όπου αναπτύσσονταν διάφορες ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες οι οποίες διαφεύγουν του επίσημου γραφειοκρατικού ελέγχου². Σύμφωνα με τον Keith Hart (1973) οι ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες είναι μια τεχνική επιβίωσης για τους οικονομικά ασθενέστερους οι οποίες προσφέρουν μια διέξοδο τις περιόδους κρίσεως και μικρών ή μεγάλων μετασχηματισμών. Με βάση αυτόν τον ορισμό το παζάρι

² Ένας γενικός, περιγραφικός ορισμός της ανεπίσημης οικονομίας είναι η έλλειψη του γραφειοκρατικού ελέγχου των οικονομικών δραστηριοτήτων. Σε αυτό το ζήτημα επανέρχομαι στο τελευταίο κεφάλαιο καθώς παρουσιάζει ιδιαίτερο αναλυτικό ενδιαφέρον καθώς και οι τρόποι που η επισημότητα και η ανεπισημότητα διασυνδέονται και διαπλέκονται στο χώρο του παζαριού.

του Πειραιά ξεκίνησε την λειτουργία του ανεπίσημα αφού δεν υπήρχε κάποια νομοθετική πράξη που να το ρυθμίζει. Ο ανεπίσημος οικονομικός τομέας προσέφερε τόσο ευκαιρίες για απασχόληση και δημιουργία εισοδήματος όσο και χαμηλότερες τιμές στα αφορολόγητα προϊόντα. Οι μελετητές του φαινομένου αυτού είχαν την πεποίθηση ότι θα εξαλειφθεί με την εκβιομηχάνιση και τον εκσυγχρονισμό. Αντί αυτού, ο ανεπίσημος οικονομικός τομέας διογκώθηκε και εξελίχθηκε με τα ίδια τα μέσα του καπιταλισμού. Από αυτήν την άποψη, το παζάρι του Πειραιά αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα όπως θα προσπαθήσω να δείξω και στη συνέχεια της εργασίας μου, ενώ η ανεπίσημη οικονομία του επιτάσσει τόσο μια φορμαλιστική όσο και μια υποστασική ανάλυση.

Διαχρονικά το παζάρι του Πειραιά αποτελεί μήλον της έριδος για τους διάφορους φορείς της πόλης. Διάφορα σχόλια που βρίσκονται αναρτημένα στο διαδίκτυο εκφράζουν την επιθυμία να σταματήσει το παζάρι αφού, όπως λένε, αποτελεί εστία μόλυνσης, χαλάει την αισθητική του χώρου και η τριτοκοσμική του εικόνα αμαυρώνει την εικόνα της οικονομίας του Πειραιά³). Άλλα θαυμάζουν και εξυμνούν την «εξωτική» του διάσταση⁴.

Στις πρόσφατες δημοτικές εκλογές του 2014, όλοι οι επιχειρηματίες του παζαριού καταψήφισαν την απερχόμενη δημοτική αρχή, ενώ ο πρόεδρος του σωματίου των μικροπωλητών ήταν υποψήφιος με το συνδυασμό που κέρδισε τις δημοτικές εκλογές. Επίσης κατά την διάρκεια της προεκλογικής περιόδου όλοι οι υποψήφιοι δήμαρχοι αρκετοί από τους υποψήφιους δημοτικούς συμβούλους πέρασαν από τον χώρο του παζαριού. Βλέπουμε ότι η ανάλυση περί πολυλειτουργικότητας των Dalton & Bohannan (1965) είναι δόκιμη για το χώρο του συγκεκριμένου παζαριού.

3 <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150260493074996.69093.142474499995&type=1>

4 <http://pazaripireia.blogspot.gr>, <http://www.in2life.gr/features/notes/articles/181305/article.aspx>

2.2 Το παζάρι σήμερα



Το παζάρι του Πειραιά - Μάιος 2013

Το 2011 το παζάρι περιορίστηκε σημαντικά από τις αρμόδιες αρχές, εξαιτίας διάφορων πολιτικών πιέσεων από τον εμπορικό σύλλογο του Πειραιά, και επίσημα διεξάγεται κάθε Κυριακή στην οδό Αλιπέδου από το ύψος της πλατείας Ιπποδαμείας ως την διασταύρωση με την Πειραιώς. Σύμφωνα με τα αρχεία του δήμου Πειραιώς, το 2014 στο παζάρι δραστηριοποιούνται 249 επιχειρήσεις που ασχολούνται με το λιανεμπόριο ρούχων, υποδημάτων, εργαλείων, ειδών ιματισμού, μικρών ηλεκτρικών συσκευών και διάφορων άλλων ειδών. Ο αριθμός των απασχολούμενων στο παζάρι είναι άγνωστος καθώς πολλοί από αυτούς δεν είναι καταγεγραμμένοι επισήμως, είτε γιατί δεν θέλουν οι ίδιοι είτε γιατί πρόκειται για συγγενείς που βοηθούν στους πάγκους και τα καταστήματα. Όπως μου είπαν οι επιχειρηματίες του παζαριού η κρίση άργησε να κάνει την εμφάνισή της στο παζάρι λόγω του ότι οι πελάτες και οι επιχειρηματίες του παζαριού προέρχονται από τα χαμηλά εισοδήματα που επηρεάστηκαν περισσότερο από το 2011 και μετά. Μάλιστα η κρίση που ξέσπασε το 2009 στην Ελλάδα οδήγησε κάποιους οι οποίοι δεν επισκέπτονταν στο παζάρι να στραφούν προς την αγορά του για να καλύψουν τις ανάγκες τους σε ένδυση και υπόδηση και να εκμεταλλευτούν τις χαμηλές τιμές που προσφέρει.

Από το 2011 και μετά, παρά την αύξηση στην προσέλευση του κόσμου, ο τζίρος των μικροπωλητών έχει μειωθεί σημαντικά σαν άμεσο αποτέλεσμα της συρρίκνωσης της καταναλωτικής δύναμης των χαμηλότερων εισοδημάτων. Το 2013 ήταν η πρώτη φορά που κάποιες θέσεις στο παζάρι έμειναν ανεκμετάλλευτες σύμφωνα με τα στοιχεία του συλλόγου των

μικροπωλητών. Σταδιακά άρχισαν να γίνονται ολοένα και πιο εμφανή στον κοινωνικό ιστό τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης και οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές των αλληπάλληλων κυβερνήσεων επηρέασαν δραματικά τα χαμηλότερα εισοδήματα. Σαν αποτέλεσμα, από το 2011 και έπειτα έκαναν δυναμική εμφάνιση τα Κινέζικα προϊόντα του ενός ευρώ τα οποία κάνουν θραύση καθώς τα νοικοκυριά έχουν περιορίσει σημαντικά τις δαπάνες τους. Επίσης τα μεταχειρισμένα ρούχα που προέρχονται από ευρωπαϊκές χώρες έχουν δυναμική παρουσία στο παζάρι καθώς αποτελούν ένα ανταγωνιστικό προϊόν των φθηνών κινέζικων προϊόντων.

Η παρουσία της αστυνομίας και οι έλεγχοι στο παζάρι είναι τακτική, αυτό όμως δεν φαίνεται να πτοεί τους μικροπωλητές να προβαίνουν σε διάφορες ασήμαντες παραβάσεις. Σε μια από τις επισκέψεις μου όπου η αστυνομία έκανε έλεγχο διαπίστωσε ότι στην θέση αδειοδοτημένων πωλητών λειτουργούσαν διαφορετικά άτομα τα οποία υπενοικιάζαν την θέση, κάτι το οποίο είναι παράνομο και επισύρει πρόστιμο και για τα δύο εμπλεκόμενα μέρη. Όπως μου είπαν οι επιχειρηματίες του παζαριού, αυτό είναι μια άτυπη συμφωνία ανάμεσα στον αδειούχο ο οποίος δεν θέλει να συμμετάσχει στο παζάρι κάποια Κυριακή και υπενοικιάζει την θέση του σε κάποιον άλλο έμπορο που δεν έχει άδεια και έρχεται περιστασιακά στο παζάρι. Συχνά, οι τοπικές αρχές με αφορμή τις διάφορες παρανομίες που είναι ενσωματωμένες στην λειτουργία του παζαριού προσπαθούν να ελέγξουν και να αποκομίσουν οικονομικά οφέλη. Το παζάρι του Πειραιά είναι ένα έξοχο παράδειγμα όπου γίνεται εμφανής η συνύπαρξη ανεπίσημων και επίσημων πρακτικών. Οι ανεπίσημες πρακτικές των αδειούχων είναι μεν παράνομες ωστόσο είναι αποδεκτές και συλλογικά νομιμοποιημένες στον χώρο του παζαριού μέσα στο οποίο οι επιχειρηματίες του παζαριού έχουν δημιουργήσει μια αυτοδιαχειριζόμενη κοινότητα στην οποία γίνονται αποδεκτοί ακόμα και οι ανεπίσημοι πωλητές εφόσον το αντικείμενό τους δεν είναι ανταγωνιστικό με τους επίσημους πάγκους. Στο παζάρι κυριαρχεί ένα αίσθημα αλληλεγγύης καθώς τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικροπωλητές είναι κοινά και απαιτούν συλλογική προσπάθεια. Όλοι τάσσονται υπέρ της μεταφοράς του παζαριού και αλληλοκαλύπτονται στους σποραδικούς ελέγχους της αστυνομίας. Επίσης κατανοούν το φαινόμενο της ανεπίσημης εργασίας ως μια έσχατη μορφή απασχόλησης και θεωρούν αυτονόητη. Δεν λείπουν βέβαια οι έριδες και οι μικροκαβγάδες. Οι όποιες διαφορές λύνονται εντός της κοινότητας του παζαριού και η παρουσία της αστυνομίας δεν είναι επιθυμητή. Χαρακτηριστικά ο πρόεδρος των μικροπωλητών μου είπε ότι αν δεν ενδιαφερθούν οι ίδιοι για τον χώρο εργασίας τους δεν πρόκειται να ενδιαφερθεί κανένας άλλος και ότι δεν μπορούν να περιμένουν από το Δήμο και την αστυνομία για να πράξουν τα αυτονόητα.

Αφθονούν τα παραδείγματα νομικών διατάξεων που ρυθμίζουν την λειτουργία του παζαριού και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτό οι οποίες ωθούν τους επιχειρηματίες στην παρανομία. Για παράδειγμα, ο νόμος προβλέπει την λειτουργία πάγκων με διαστάσεις δύο επί ένα, κάτι το οποίο είναι αδύνατον να εφαρμοστεί. Πρώτον γιατί ένας τόσο

μικρός πάγκος δεν δύναται να αποφέρει κέρδος και δεύτερον γιατί κανείς δεν πρόκειται να συμμορφωθεί με μία τέτοια διάταξη που είναι καταστροφική για την επιχείρησή του. Επίσης, η άδεια στο παζάρι μέχρι το 2013 κόστιζε 2.380 ευρώ ενώ οι περισσότεροι μικροπωλητές του παζαριού είναι εγγεγραμμένοι στον ΟΑΕΕ και κάποιοι από αυτούς ασχολούνται μόνο με το παζάρι⁵. Ετησίως πρέπει να πληρώσουν το λιγότερο 3.000 ευρώ (250 ευρώ το μήνα στην χαμηλότερη βαθμίδα). Όπως μου εξήγησαν οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στο παζάρι, τα πράγματα έχουν δυσκολέψει πάρα πολύ και το μεροκάματο βγαίνει δύσκολα. Για να μπορέσουν να έχουν κέρδος και να συντηρήσουν την επιχείρησή τους και να εκδίδουν τα απαραίτητα έγγραφα για την άδειά να μην αποδίδουν ΦΠΑ. Τα περισσότερα αγαθά στο παζάρι πωλούνται χωρίς αποδείξεις, μια πολιτισμική θα έλεγα πρακτική στην οποία εμπλέκονται τόσο οι πωλητές όσο και οι αγοραστές οι οποίοι πετυχαίνουν με αυτόν τον τρόπο χαμηλότερες τιμές και προσελκύουν πελατεία. Το ελληνικό κράτος, διαχρονικά δεν έχαιρε της εμπιστοσύνης των πολιτών του. Αυτή η στάση έχει σαφώς αυξηθεί την περίοδο της οικονομικής κρίσης όπου οι πολιτικές αποφάσεις των κυβερνούντων καθιστούν την επιβίωση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων ανέφικτη και ωθούν τους μικροεπαγγελματίες στην παρανομία. Ταυτόχρονα, προσφέρουν διάφορα οικονομικά κίνητρα σε μεγάλες εταιρίες με το να τους παρέχουν φοροαπαλλαγές, πρόσβαση στον δανεισμό και φθηνό εργατικό δυναμικό με ελάχιστα εργασιακά δικαιώματα. Όλα αυτά συντελούν στην απαξίωση των θεσμών και του πολιτικού συστήματος.

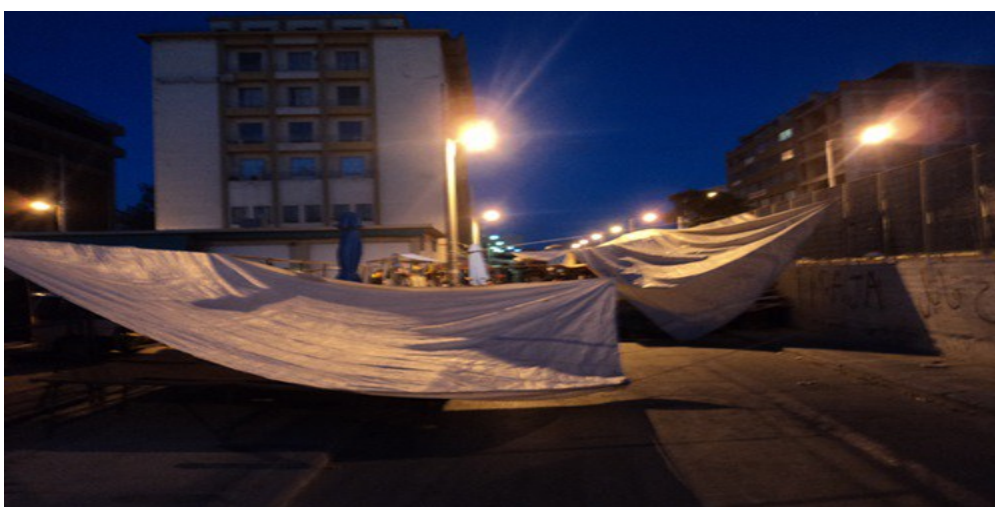
⁵ Το Νοέμβριο του 2013 το δημοτικό συμβούλιο του Πειραιά αποφάσισε να μειώσει το κόστος της άδειας στα 1.790 ευρώ.

2.3 Μια Κυριακή στο Παζάρι

Πειραιάς, ώρα 5:15 π.μ.. Ήδη ο χώρος της αγοράς παρουσιάζει έντονη κινητικότητα ενώ κάποιοι πάγκοι έχουν ήδη στηθεί με τα εμπορεύματα τοποθετημένα επάνω. Οι περισσότεροι στήνονται εκείνη την στιγμή, τοποθετούνται οι ομπρέλες και οι τέντες για τον ήλιο και μετά ακολουθεί το ξεφόρτωμα και η τοποθέτηση των εμπορευμάτων. Αρκετοί μετανάστες βρίσκουν την ευκαιρία να κερδίσουν λίγα χρήματα βοηθώντας κάποιους μικροπωλητές στο στήσιμο του πάγκου και στο ξεφόρτωμα των εμπορευμάτων από τα φορτηγάκια.



Το στήσιμο του παζαριού



Αυτοσχέδιες τέντες για προστασία από ήλιο/βροχή

Μια ώρα αργότερα, οι περισσότεροι πάγκοι είναι ήδη έτοιμοι ενώ οι μικροπωλητές και οι εργάτες του παζαριού ξαποσταίνουν πίνοντας τον καφέ τους πριν αρχίσει η προσέλευση του κόσμου. Το

πρώτο τραίνο φθάνει στον σταθμό του Πειραιά και φέρνει μαζί του και τους πρώτους επισκέπτες οι οποίοι είναι προφανώς αποφασισμένοι να προβούν σε κάποια αγορά.

Δεν λείπει μάλιστα και ένας διαπληκτισμός ανάμεσα σε δύο επιχειρηματίες του παζαριού. Ο λόγος, τα καινούρια εμπορεύματα που έφερε ο ένας μικροπωλητής που ήταν ίδια με αυτά του γειτονικού πάγκου. Σε αυτόν το διαπληκτισμό υπάρχουν στοιχεία που υποδηλώνουν την ύπαρξη μιας αυτοδιαχειριζόμενης κοινότητας. Ο ένας τονίζει στον άλλον ότι είναι γείτονες στο παζάρι για είκοσι χρόνια και ότι ποτέ δεν το ενδιέφερε μόνο το ατομικό του συμφέρον αλλά και των συναδέλφων του. Ο άλλος του απαντά ότι δεν απαγορεύεται να έχει στο πάγκο του ανδρικά παντελόνια και μπλούζες. Η παρεξήγηση λύνεται αφού ο ένας υποχώρησε και πούλησε στον άλλον τα επίμαχα ρούχα. Η ώρα είναι γύρω στις 7:00 και αρχίζουν να διακρίνονται οι πρώτες ηλιαχτίδες ανάμεσα από τις ομπρέλες και τις τέντες του παζαριού. Η κίνηση καθώς περνά η ώρα αυξάνονταν ενώ σε κάποιους πάγκους κάποιοι αργοπορημένοι μικροπωλητές στήνουν τηνπραμάτεια τους.

Από το 2010 η οδός Αλιπέδου στο ύψος του σταθμού φιλοξενεί ένα ανεπίσημο παζάρι όπου διάφοροι μη αδειοδοτημένοι πωλητές κυρίως ρακοσυλλέκτες απλώνουν σεντόνια και τοποθετούν τα προϊόντα τους τα οποία με κόπο συλλέγουν από τον δρόμο, από εγκαταλελειμμένα σπίτια, και από κάδους σκουπιδιών και ανακύκλωσης. Σε αυτό το ύψος, υπάρχουν διάφοροι πλανόδιοι μικροπωλητές κυρίως μετανάστες οι οποίοι επιδίδονται συνήθως στο παράνομο εμπόριο τσιγάρων, πειρατικών cd μουσικής, dvd από ταινίες πορνό μέχρι και τις τελευταίες εμπορικές επιτυχίες του Hollywood, κλεμμένα κινητά τηλέφωνα, φωτογραφικές μηχανές και iphone. Αρκετές ηλικιωμένες κυρίες που από ότι κατάλαβα μιλούσαν Ρώσικα, ντυμένες με την παραδοσιακή τους ενδυμασία πωλούν πλεκτές κάλτσες για μωρά που φτιάχνουν οι ίδιες. Κάποιοι άλλοι πωλούν τα



Ανεπίσημο εμπόριο στην οδό Αλιπέδου κοντά στο σταθμό του ΗΣΑΠ

προσωπικά τους αντικείμενα τα οποία έχουν απλώσει πρόχειρα στο πεζοδρόμιο. Μέχρι και μικρά κοτοπουλάκια, στοιβαγμένα σε μια θήκη παπουτσιών πωλούνται προς ένα ευρώ το ένα. Το σημείο

αυτό της Αλιπέδου κυριαρχείται από ανεπίσημους πωλητές οι οποίοι έχουν σταθερή παρουσία στο χώρο. Στα δύο χρόνια που επισκεπτόμουν το παζάρι διαπίστωσα ότι κάποιιοι έχουν μάλιστα και σταθερό σημείο το οποίο κατοχυρώνουν μέσω της σταθερής τους παρουσίας. Το ίδιο συμβαίνει και στους γύρω δρόμους που γινότανε παλαιότερα το παζάρι όπως στην Ομηρίδου Σκυλίτση. Κάποιοι εξασκούν αυτό το επάγγελμα για μεγάλο χρονικό διάστημα άλλοτε νόμιμα και άλλοτε παράνομα και κάποιοι άλλοι είναι καινούριοι στο επάγγελμα καθώς η κρίση και η ανεργία τους ανάγκασε.

Υπάρχουν και κάποια σταθερά καταστήματα εντός των κτιρίων, κυρίως με ρούχα και παπούτσια καθώς και ένας λούμπεν καφενές από όπου ακούγονται συχνά ήχοι από μπουζούκι και άσματα του Καζαντζίδη. Τα μαγαζιά της περιοχής νοικιάζουν το πεζοδρόμιο και λειτουργούν πάγκους έξω από τα καταστήματά τους εκμεταλλευόμενα την τεράστια κίνηση από τον σταθμό του ΗΣΑΠ που δημιουργεί το παζάρι. Ένας καταστηματάρχης της περιοχής επιδίδονταν στον ρόλο του κράχτη κρατώντας στα χέρια του ένα ασύρματο μικρόφωνο, σαν να βρίσκονταν σε πίστα. Χρησιμοποιούσε διάφορα λεκτικά τεχνάσματα δίνοντας μια ολόκληρη παράσταση για να προσελκύσει κόσμο στο μαγαζί του: «Ελάτε στην γωνία που έχει πάντα ευκαιρία», «Τσάμπα τα χω που τα σπάω» και έσπασε ένα πιάτο που πουλούσε και συνέχισε να μιλάει από το μικρόφωνο: «Κρίση με πιάνει κρίση με τέτοιες τιμές ... Πω πω πω καλέ κυρία τελείωσαν, ελάτε κυρίες μου ελάτε να πάρετε, σε λίγο θα έχω κι άλλα πω πω πω κοιτάξτε τι γίνεται κυρίες». Τα μαγαζιά της περιοχής επιβιώνουν χάρη στο κυριακάτικο παζάρι και το σταθμό του τραίνου που βρίσκεται δίπλα. Είναι πολύ δύσκολη η επιβίωση όπως μου είπαν, αφού την υπόλοιπη εβδομάδα ο δρόμος δεν έχει καθόλου κίνηση. Η Κυριακή, λόγω του παζαριού, είναι ζωτικής σημασίας για τα καταστήματα που λειτουργούν στην περιοχή.

Η ώρα πλησιάζει τις 11:00 και ορδές από κόσμο καταφτάνουν από όλη την Αττική στο παζάρι. Ανηφορίζοντας προς τα πάνω, παράλληλα με τις γραμμές του τραίνου, η οδός Αλιπέδου κόβεται από μία μεγάλη διασταύρωση και συνεχίζει απέναντι. Το παζάρι είναι πιο ζωντανό μετά τη



Η Πλατεία Ιπποδαμείας - από όπου ξεκινά το επίσημο παζάρι

διασταύρωση. Εντύπωση μου κάνει ένα μικρό κιόσκι στην πλατεία Ιπποδάμειας, όπου βρίσκονται δυο μελαψοί άνδρες (αντί για τις συνηθισμένες εμφανίσιμες κοπέλες) που προωθούν πακέτα χρόνου ομιλίας για το εξωτερικό. Το παζάρι επίσημα ξεκινάει από αυτό το ύψος της Αλιπέδου, στην πλατεία Ιπποδάμειας. Υπάρχει μια υποτυπώδη χωροθέτηση των εμπορευμάτων χωρίς όμως να είναι κανόνας. Στην αρχή υπάρχουν πάγκοι κυρίως με ρούχα και παπούτσια με τιμές που ξεκινάνε από πενήντα λεπτά για ένα μεταχειρισμένο ρούχο. Γύρω από τους πάγκους συνωστίζονται οι υποψήφιοι αγοραστές και είναι δύσκολο για τον πωλητή να ασχοληθεί με όλους. Παράλληλα, μέσα σε αυτή την κοσμοπλημμύρα ακούς: «Όλα ένα ευρώ (συνεχόμενα)», «Πάρε, πάρε, πάρε», «Εδώ τα καλά παπούτσια», «Περάστε να δείτε, για τον άνδρα, την γυναίκα, το παιδί εδώ τα καλά», «Εδώ τα Ελληνικά, μπουφάν από δεκαπέντε ευρώ μόνο τρία τάλιρα», «Παντελόνι με πέντε ευρώ και για όσους είναι Χρυσή Αυγή τα δύο δέκα ευρώ».

Ο κόσμος είναι γενικά καλοντυμένος, ιδιαίτερα οι μεγαλύτεροι σε ηλικία. Στο παζάρι συναντά κανείς μια μίξη από στυλ ντυσίματος εθνοτικής και θρησκευτικής προέλευσης όπως οι κυρίες με την παραδοσιακή μουσουλμανική μαντίλα, και ιστορικών περιόδων ειδικά αν προσέξει το ντύσιμο κάποιων ηλικιωμένων γυναικών, με τα καπέλα τους και τα πολύχρωμα, γιορτινά ρούχα της Κυριακής. Η ώρα που η επισκεψιμότητα του παζαριού βρίσκεται στο αποκορύφωμα είναι μεταξύ 11:00 π.μ. και 2:00 μ.μ. Το παζάρι αυτή την ώρα είναι ασφυκτικά συνωστισμένο, γεμάτο από κόσμο, φωνές και πειράγματα. Οι πωλητές διαλαλούν τηνπραμάτεια τους και οι καταναλωτές περιπλανιούνται περπατώντας σκυφτοί ενώ το βλέμμα τους εναλλάσσεται δεξιά και αριστερά στο επίπεδο των πάγκων, κανείς δεν σε κοιτάει στα μάτια και είναι πολύ δύσκολο να συζητήσεις με κάποιον. Είναι πολύ δύσκολο να περπατήσεις εκείνη την ώρα στο παζάρι, μόνιμο παράπονο των μικροπωλητών του παζαριού, οι οποίοι έχουν εκφράσει αρκετές φορές τη δυσανεξία τους για την ακαταλληλότητα του χώρου στις αρμόδιες αρχές. Αυτός ο συνωστισμός μάλιστα δημιουργεί ευνοϊκές συνθήκες για πορτοφολάδες και εφαισίες. Παρόλα αυτά ο κόσμος συνωστίζεται ανάμεσα στους πάγκους και τα εμπορεύματα απτότητα. Σε ένα πάγκο στην αρχή του παζαριού δύο επί δύο μέτρα γύρω στις δέκα γυναίκες βρίσκονται τριγύρω του και ψάχνουν μέσα στον σωρό μανιωδώς ανταγωνιζόμενες η μία την άλλη για το ποια θα βρει το καλύτερο μέσα στον χαμό.

Τα περισσότερα προϊόντα προέρχονται από χώρες της κεντρικής και ανατολικής Ασίας αλλά και από τοπικές βιοτεχνίες σε πολύ χαμηλές τιμές, έχοντας πάνω τυπωμένα λογότυπα που μοιάζουν αρκετά με αυτά των γνωστών «επώνυμων» προϊόντων όπως «BOOS», «LINEX», «SQNY» ενώ κάποια άλλα είναι πιστές απομιμήσεις. Μεγάλο μέρος της αγοράς καταλαμβάνουν και τα Ιταλικά προϊόντα τα οποία αξιολογούνται ως ανώτερης ποιότητας και στυλ. Στην Ιταλία, όπως απεκάλυψε ο Saviano (2008) η παραγωγή των προϊόντων αυτών γίνεται από τους σύγχρονους σκλάβους της Ιταλικής μαφίας τα οποία πωλούνταν από μεγάλα καταστήματα ως αυθεντικά. Από την άλλη είναι τα ελληνικά προϊόντα, ή τουλάχιστον όσα διαφημίζονται ως ελληνικά, μια τάση που έχει αυξηθεί

τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης και την διαμόρφωση μια καταναλωτικής κουλτούρας στήριξης της ελληνικής παραγωγής.



Απομίμηση γνωστής μάρκας ανδρικής κολόνιας

Στη μέση της διαδρομής συναντώ έναν παγωτατζή ο οποίος παινεύει το παγωτό του. Λίγο παρακάτω, ένας μετανάστης εκμεταλλευόμενος την ζέστη που επικρατεί πουλάει παγωμένα μπουκάλια νερού και κάποιος άλλος σκελίδες από σκόρδα. Από εδώ δεν λείπουν οι πωλητές λαθραίων τσιγάρων οι οποίοι είναι στημένοι σε διάφορα σταθερά σημεία και ψαρεύουν πελατεία για τα λαθραία τσιγάρα, από τη Βουλγαρία όπως ενημερώθηκα. Εντύπωση μου έκανε ότι σε κάποια από τις κυριακάτικες επισκέψεις μου ότι οι πωλητές των λαθραίων τσιγάρων απουσίαζαν από τα συνηθισμένα σημεία τους. Εκείνη την μέρα έγινε έλεγχος από την αστυνομία.

Σιγά-σιγά το σκηνικό από ρούχα και παπούτσια αλλάζει προχωρώντας προς την Πειραιώς και κυριαρχείται διαδοχικά από προϊόντα τεχνολογίας, κάλτσες και εσώρουχα, καλλυντικά, επώνυμες οδοντόκρεμες και απορρυπαντικά ενώ δεν λείπουν τα μπαχαρικά, εργαλεία, μαχαιροπίρουνα, ζώνες, ριχτάρια και καλύμματα, καλάμια ψαρέματος, βάζα, θρησκευτικές εικόνες, φίλτρα και χαρτάκια για αυτοσχέδια τσιγάρα, κατσαρόλες, ρολόγια χειρός, όλα σε ένα καλά ταξινομημένο χάος.

Γενικά στο παζάρι υπάρχει ένα πολύχρωμο, διαπολιτισμικό και θορυβώδες περιβάλλον. Οι περισσότεροι πελάτες, είναι η φτωχολογιά του Πειραιά και των Αθηνών. Οι μετανάστες, αποτελούν και αυτοί ένα μεγάλο μέρος της πελατείας. Επιπλέον, αρκετοί μετανάστες διατηρούν τους δικούς τους πάγκους έχοντας αποκτήσει άδεια από το δήμο, ή εργάζονται για λογαριασμό κάποιου άλλου

αδειούχου ή ασχολούνται με το λαθρεμπόριο. Το κλίμα είναι πολύ εύθυμο και λαμβάνει γιορτινά χαρακτηριστικά. Αρκετοί από τους πωλητές και του καταναλωτές συνδυάζουν την βόλτα τους με την μπυροποσία και τους μεζέδες που σερβίρονται σε ένα οβελιστήριο της περιοχής το οποίο βλέπει την κίνησή του να αυξάνεται κατακόρυφα τις Κυριακές. Γενικά, οι συμμετέχοντες στο παζάρι το απολαμβάνουν παρ' όλες τις δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζουν αν και δεν λείπουν οι γκρίνιες που μπορούν να επιφέρουν οι μειωμένες πωλήσεις.

Όταν η ώρα πλησιάζει 4:00, κάποιοι έμποροι αρχίζουν σιγά-σιγά να μαζεύουν την απούλητη πραμάτεια τους και από την διάθεσή τους καταλαβαίνεις εάν είναι ικανοποιημένοι από τις πωλήσεις τους. Η κίνηση έχει μειωθεί αισθητά αλλά όχι εντελώς. Σταδιακά, αλλά εντελώς ανοργάνωτα οι πλανόδιοι έμποροι του παζαριού μαζεύουν και φορτώνουν την πραμάτεια και τις εγκαταστάσεις τους στα φορτηγάκια τα οποία με δυσκολία κινούνται στο στενό δρόμο. Κατά τις 5:00 δεν υπάρχει κανένας στημένος πάγκος και ο δρόμος έχει αδειάσει εντελώς. Τίποτα δεν θυμίζει την πολυκοσμία των προηγούμενων ωρών. Είναι οι ώρα που κάποιοι ρακοσυλλέκτες συγκεντρώνονται και ψάχνουν ανάμεσα στα σκουπίδια που βρίσκονται πεταμένα σε όλο το μήκος του δρόμου.

3. Εργασία, Κατανάλωση και Οικογένεια

3.1 Αυτοαπασχόληση

Το κυρίαρχο μοντέλο εργασίας στο παζάρι είναι η αυτοαπασχόληση στο λιανεμπόριο. Στο παζάρι δραστηριοποιούνται επίσημα 249 επιχειρηματίες από τους οποίους οι 70 είναι μετανάστες⁶. Για αρκετούς από τους επιχειρηματίες που απασχολούνται στο παζάρι, το υπαίθριο εμπόριο είναι η κύρια πηγή εισοδήματος. Για κάποιους άλλους είναι δευτερεύουσα πηγή αφού τις υπόλοιπες μέρες τις εβδομάδας διατηρούν κάποιο εμπορικό κατάστημα το οποίο από όσο διαπίστωσα από τα αρχεία του δήμου έχει συνήθως συνάφεια με το αντικείμενο που εμπορεύονται στο παζάρι, όχι όμως απαραίτητα. Επίσης, σημαντικό είναι το γεγονός ότι αρκετοί επιχειρηματίες του παζαριού ασχολήθηκαν με το υπαίθριο εμπόριο από ανάγκη. Το 1999 ο τότε δήμαρχος του Πειραιά, Αγραπίδης, για να ανακουφίσει τους βιοτέχνες οι οποίοι δεν άντεξαν τον ανταγωνισμό της ελεύθερης αγοράς και αναγκάστηκαν να κλείσουν τις βιοτεχνίες τους, έδωσε μαζικά άδειες για το παζάρι. Κάτι ανάλογο συνέβη και το 2011 για ελεύθερους επαγγελματίες που λόγω της οικονομικής κρίσης έκλεισαν τα καταστήματά τους χωρίς όμως να έχει την ανάλογη επιτυχία.

Το καθεστώς της αυτοαπασχόλησης αποτελεί ένα ιδιαίτερο μοντέλο εργασίας. Ο αυτοαπασχολούμενος, όπως επισημαίνουν οι Smart & Smart (2005) βρίσκεται ανάμεσα στην θέση του εργαζόμενου και του εργοδότη. Σε διεθνές επίπεδο, η αυτοαπασχόληση στις χώρες του ΟΟΣΑ αγγίζει το 10% (Haber, Lamas & Lichtenstein 1987) ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό αυτό ξεπερνά το 30%. Ο Καναδάς και οι ΗΠΑ έχουν επίσης υψηλά ποσοστά με αυξητικές τάσεις (Smart & Smart 2005). Στις ΗΠΑ, τα δύο τρίτα του πληθυσμού έχει κάποια είδους σχέση με την αυτοαπασχόληση είτε άμεση είτε μέσω κάποιου μέλους της οικογένειάς (Parker 2004). Η προώθηση της αυτοαπασχόλησης και της επιχειρηματικότητας είναι μια πολιτική μείωσης της ανεργίας (Pratt 1999), ενώ η μικρής κλίμακας επιχειρηματικότητα αποτελεί μια διέξοδο από την ανεργία των μειονοτήτων στις ΗΠΑ (Parker 2004).

Γενικότερα, η αυτοαπασχόληση θεωρείται καλύτερη σε σχέση με την μισθωτή εργασία από τους επιχειρηματίες του παζαριού, οι οποίοι δήλωσαν ρητά ότι δεν θέλουν να είναι υπάλληλοι. Όταν τους εξέθεσα στην άποψη περί ενδεχόμενης προλεταριοποίησης των ελεύθερων επαγγελματιών στην Ελλάδα, μου απάντησαν ότι αυτό δεν πρόκειται ποτέ να συμβεί παρά την αυξανόμενη φορολογία και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο κλάδος τους. Μου είπαν χαρακτηριστικά *«Εμείς είμαστε οι άνθρωποι του πεζοδρομίου και πάντα θα βρίσκουμε τρόπους να γυρίζουμε ανάποδα την όποια πολιτική. Να τώρα με την φορολογία του 26% από το πρώτο ευρώ που μας επιβάλουν, δεν δηλώνουμε και εμείς τα εισοδήματά μας. Οι τιμές μας δεν περιλαμβάνουν ΦΠΑ,*

⁶ Το 90% των αδειούχων μεταναστών προέρχεται από την Αλβανία οι οποίοι ασχολούνται με το εμπόριο ειδών ένδυσης και υπόδησης.

αλλιώς δεν θα ήταν τόσο φθηνά για τον καταναλωτή». Διάφορες μελέτες για την αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα, τοποθετούν αυτή την μορφή απασχόλησης ως την τροχοπέδη του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής και καταμερισμού της εργασίας ο οποίος βασίζεται στην μισθωτή απασχόληση. Ο Τσουκαλός (1984) παρατηρεί και αναλύει το φαινόμενο της αυτοαπασχόλησης στην Ελλάδα με αρκετά διεξοδικό τρόπο. Ωστόσο, η αντίληψη ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες δεν πωλούν την εργατική τους δύναμη παρά στον εαυτό τους, μου φαίνεται προβληματική για τα σύγχρονα νεοφιλελεύθερα δεδομένα. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες πωλούν την εργατική τους δύναμη απευθείας στον πελάτη τους ο οποίος την αγοράζει. Δεν τίθεται λοιπόν θέμα πώλησης της εργατικής τους δύναμης, αλλά ζήτημα διαμεσολάβησης και ελέγχου. Χαρακτηριστικά είναι το γεγονός ότι οι αυτοαπασχολούμενοι αναφέρονται στις εισπράξεις τους ως «το μεροκάματο». Ορθώς ο Τσουκαλός υποστηρίζει ότι οι αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα παρουσιάζει αναρχικά στοιχεία, στοιχεία αντίστασης στον εκσυγχρονισμό, τα οποία είναι ενσωματωμένα στην μικροαστική ιδεολογία που καλλιεργήθηκε στην Ελλάδα. Ο Τσουκαλός όταν έγραφε σχετικά με την αυτοαπασχόληση είχε κατά νου το φιλελεύθερο μοντέλο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των ανεπτυγμένων οικονομιών της βόρειας Ευρώπης όπου ένα πολύ μικρό ποσοστό είναι αυτοαπασχολούμενοι (Τσουκαλός 1984, Ohlsson 2004). Στο νεοφιλελεύθερο καπιταλισμό ωστόσο η αυτοαπασχόληση συνεργάζεται με την ελεύθερη αγορά και λειτουργεί σύμφωνα με τους κανόνες της παγκόσμιας οικονομίας (Smart & Smart 2005).

Τα τελευταία χρόνια της οικονομικής κρίσης αρκετοί ελεύθεροι επαγγελματίες βλέποντας τον τζίρο τους να μειώνεται δραματικά και η φορολογία να αυξάνει έχουν αναθεωρήσει τη θετική τους στάση ως προς την αυτοαπασχόληση. Οι κατ' επιλογή μικροπωλητές του παζαριού ωστόσο δεν θα άλλαζαν το επάγγελμά τους παρά τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο κλάδος τους και τις οικονομικές απώλειες. Σε αυτήν την περίπτωση το οικονομικό όφελος έρχεται σε δεύτερη μοίρα. Η ελευθερία είναι το βασικό συστατικό που διαμορφώνει την αξία της αυτοαπασχόλησης σε όσους έχουν επιλέξει αυτόν τον τρόπο εργασίας (Dawson, Henley & Latreille 2009) . Για αυτούς η αυτοαπασχόληση είναι στάση ζωής και το υπαίθριο εμπόριο, το «πεζοδρόμιο» όπως αποκαλούν τον χώρο εργασίας τους είναι τρόπος ζωής. Εδώ παρατηρούμε το ότι το ορθολογικό συμφέρον δεν είναι κυρίαρχο. Η δυσαρέσκιά τους ως προς την αυτοαπασχόληση εκφράζεται στο γεγονός ότι δεν ενθαρρύνουν τα παιδιά και τους νεότερους να ασχοληθούν με αυτό που κάνουν οι ίδιοι. Σε αντίθεση με τους κατ' επιλογήν αυτοαπασχολούμενους υπάρχουν και αυτοί οι οποίοι έπρεπε να διαλέξουν ανάμεσα στην αυτοαπασχόληση και την ανεργία. Η στάση των τελευταίων ως προς την αυτοαπασχόληση έχει μεταλλαχθεί, και όπως μου είπαν θα προτιμούσαν να είναι μισθωτοί, να έχουν δηλαδή ένα σταθερό εισόδημα και να μην αγχώνονται για την επιβίωσή τους παρά τους περιορισμούς που ενέχει ένα τέτοιο μοντέλο απασχόλησης.

Υπάρχει επίσης και μια υποκατηγορία των αυτοαπασχολούμενων στο παζάρι. Σε αυτήν την

κατηγορία ανήκουν οι έμποροι οι οποίοι στρέφονται στο υπαίθριο εμπόριο για να συμπληρώσουν το εισόδημά τους. Το υπαίθριο εμπόριο προσφέρει μία διέξοδο για τις μικρές επιχειρήσεις καθώς εισέρχονται σε μια πολυσύχναστη αγορά όπου μπορούν να διοχετεύσουν τα προϊόντα τους. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι κάποιοι επιχειρηματίες πωλούν διαφορετικά είδη στο παζάρι από ότι κανονικά. Μια τέτοια περίπτωση είναι τα παλαιοπωλεία που λειτουργούν στο χώρο του παζαριού.

Ένα εξίσου κυρίαρχο χαρακτηριστικό της αυτοαπασχόλησης στο παζάρι του Πειραιά είναι το γεγονός ότι πολλοί αυτοαπασχολούμενοι δεν έχουν άλλη εναλλακτική εργασιακή προοπτική. Αυτό συμβαίνει τακτικά ειδικά σε περιόδους κρίσεων. Ο Νικόλας, έχει πάγκο με ρούχα στο παζάρι του Πειραιά εδώ και εικοσιοκτώ χρόνια, από τότε που έκλεισε την βιοτεχνία που είχε στο Βόλο η οποία ειδικευόταν στην παρασκευή ναφθαλίνης. Λόγω του δανεισμού και της ανόδου της ισοτιμίας του δολαρίου η βιοτεχνία χρεοκόπησε και ο ίδιος στράφηκε στο παζάρι του Πειραιά και στο υπαίθριο εμπόριο. «Μυήθηκε» στα μυστικά της δουλειάς από έναν τσιγγάνο ο οποίος του έμαθε τις βασικές αρχές και τεχνικές του υπαίθριου εμπορίου. Ανάλογη είναι η περίπτωση της Μαρίας η οποία εργάζεται στο παζάρι τα τελευταία εικοσιπέντε χρόνια ενώ το 1999 απέκτησε άδεια μικροπωλητή στο παζάρι όταν έκλεισε η οικογενειακή τους βιοτεχνία. Πουλάει ανδρικές μπλούζες οι οποίες είναι πιστές απομιμήσεις γνωστών εταιριών, κάτι που όπως μου είπε είναι παράνομο αλλά αναγκαίο. Στον πάγκο της βοηθούσε ο σύζυγός και τον τελευταίο καιρό ο εγγονός της. Ο Γιώργος, ο οποίος είχε βιοτεχνία με τσάντες η οποία χρεοκόπησε το 2002 λόγω του κινέζικου ανταγωνισμού στράφηκε επίσης στο παζάρι του Πειραιά και στο υπαίθριο εμπόριο για να επιβιώσει όπου εμπορεύεται φθηνές γυναικείες τσάντες που παράγονται στην Κίνα.

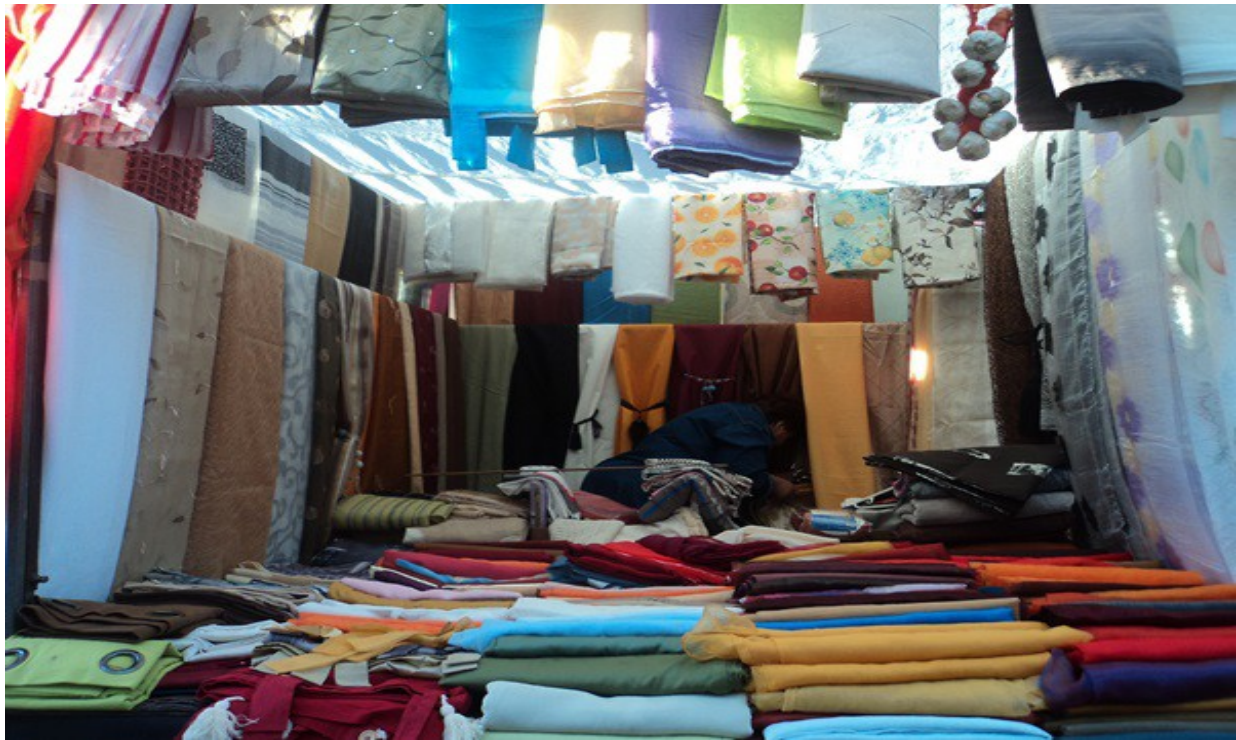
Από την άλλη μεριά, στην κατηγορία της κατ' επιλογής αυτοαπασχόλησης ανήκει ο Αντώνης ο οποίος ασχολήθηκε με το υπαίθριο εμπόριο μόλις απολύθηκε από το στρατό. Ξεκίνησε από το παζάρι του Σχιστού και κέρδισε τα πρώτα του χρήματα από αυτή την δραστηριότητα και έκτοτε ασχολείται αποκλειστικά με το υπαίθριο εμπόριο. Ο Αντώνης, είχε την εναλλακτική να ακολουθήσει το επάγγελμα του λογιστή και έχει δουλέψει ως ωρομίσθιος καθηγητής σε ένα Λύκειο. Από όσο μου είπε «δεν θέλω να είμαι υπάλληλος, δεν γουστάρω να είμαι λογιστής, την βρίσκω με τον παζάρι. Όλες τις Κυριακές του χρόνου είμαι στο παζάρι. Μόνο την Κυριακή του Πάσχα που δεν έχει παζάρι δεν πηγαίνω και αρρωσταίνω. Έχω εθιστεί σε αυτή την δουλειά, το παζάρι για να σου δώσω να καταλάβεις είναι αλκοολίκι και να θες δεν μπορείς να σταματήσεις». Μια άλλη περίπτωση είναι ο Αιμίλιος, ο οποίος μαζί με την γυναίκα του και τα παιδιά του λειτουργεί τρία καταστήματα με υποδήματα στον χώρο του παζαριού. Πριν να ανοίξει τα καταστήματα ήταν βιοτέχνης ο οποίος διοχέτευε την παραγωγή του σε υπαίθριες αγορές. Σε κάποια από τις λαϊκές αγορές γνώρισε και την γυναίκα του την Μαίρη από την Ταϊλάνδη. Από βιοτέχνης μετατράπηκε σε έμπορος υποδημάτων ενώ κάθε Κυριακή μετά το παζάρι βγάζει στατιστικές για τις πωλήσεις των

υποδημάτων του και σχεδιάζει τις επόμενες παραγγελίες με βάση τις πωλήσεις.

Όπως και ο Αιμίλιος, οι περισσότεροι έμποροι του παζαριού προμηθεύονται τα εμπορεύματά τους από τους Κινέζους χονδρέμπορους. Κατά γενική ομολογία των μικροπωλητών οι Κινέζοι τους έμαθαν του κανόνες για το πώς γίνεται το σύγχρονο εμπόριο. Οι Έλληνες μεταπωλητές εντυπωσιάστηκαν από το επίπεδο οργάνωσης και αποτελεσματικότητας των Κινέζων και προσαρμόστηκαν έτσι στα νέα δεδομένα του παγκοσμιοποιημένου εμπορίου. Δεν υπήρχε περιθώριο παρεξηγήσεων και λαθών στις παραγγελίες και στους τρόπους πληρωμής ενώ λόγω της μηχανοργάνωσης η όλη διαδικασία γινόταν πολύ πιο γρήγορα από τις μέχρι τότε συνηθισμένες μεθόδους. Οι κινεζικές εταιρίες έφεραν μαζί με τα προϊόντα τους και τη νέα τάξη πραγμάτων στις εμπορικές συνδιαλλαγές. Ωστόσο, η κινεζική παραγωγή είχε αρκετά προβλήματα όσον αφορά τα μεγέθη των ενδυμάτων. Η κινεζική παραγωγή από την άλλη, προσαρμόστηκε στα ευρωπαϊκά δεδομένα και κατέκτησε την Ελληνική αγορά μετά από τις υποδείξεις των λιανεμπόρων. Το γεγονός αυτό συνηγορεί υπέρ της επικοινωνιακής διάστασης του εμπορίου σε όλα του τα στάδια. Το εμπόριο είναι μια διαδικασία ανταλλαγής όχι μόνο εμπορευμάτων αλλά και πολιτισμικών χαρακτηριστικών.

Ανάμεσα στην επιλογή και την ανάγκη, βρίσκονται οι αυτοαπασχολούμενοι μικροπωλητές του παζαριού οι οποίοι ασχολούνται με το παζάρι και το υπαίθριο εμπόριο γενικότερα, από μικρά παιδιά. Εθνοτικές ομάδες όπως οι Ρομά, είναι το χαρακτηριστικό παράδειγμα για αυτή την κατηγορία. Ο Αιμίλιος, ο οποίος εμπορεύεται οικιακά είδη έμαθε την δουλειά αυτήν από τον πατέρα του. Τώρα η γυναίκα του και τα δύο του παιδιά βρίσκονται στον πάγκο του και τον βοηθούν. Ο Αιμίλιος δεν έχει σταθερό σημείο στο παζάρι αφού υπενοικιάζει όποια θέση είναι διαθέσιμη.

Μια άλλη περίπτωση είναι ο Δημήτρης ο οποίος μεγάλωσε στο παζάρι όταν από την ηλικία των πέντε πουλούσε τσατσάρες, βούρτσες και διάφορα άλλα μικροπράγματα. Στο παζάρι κάποιοι το φωνάζουν «πατέρα» ή «παππού» και είναι ο άνθρωπος που τρέχουν όλοι για να κάνουν τα παράπονά τους. Μου επιβεβαίωσε την ιδιαίτερη σχέση που έχει το παζάρι με την βιοτεχνία και μου εξήγησε τον τρόπο που πολιτικές επιλογές από την ΕΟΚ αλλά και οι συνθήκες στην Τουρκία «έθαψαν» την βιοτεχνία και συγκεκριμένα την κλωστοϋφαντουργία με την οποία ασχολούνταν. Σύμφωνα με τον Δημήτρη, το 1992 υπήρχε ένας νόμος στην Τουρκία σύμφωνα με τον οποίοι επιδοτούνταν μέχρι και 90% η αγορά μεταχειρισμένων κλωστοϋφαντουργικών μηχανών. Με αυτόν τον τρόπο αρκετοί κλωστοϋφαντουργοί της Ελλάδας πούλησαν τις μηχανές τους σε Τούρκους επιχειρηματίες ενώ κάποιοι άλλοι μετέφεραν τις δραστηριότητές τους σε άλλες χώρες των Βαλκανίων όπως η Βουλγαρία. Μου είπε επίσης ότι κατά κανόνα οι Πόντιοι ασχολούνται με το εμπόριο ειδών ιματισμού ενώ οι Αλβανοί με είδη ένδυσης και υπόδησης γεγονός που επιβεβαιώνεται από τα αρχεία του Δήμου του Πειραιά.



Η κυρία Μαρία στον πολύχρωμο πάγκο της με κουρτίνες και σεντόνια. Ο πατέρας της ήταν από την Κερασούντα

Βλέπουμε ότι υπάρχουν διάφορες περιπτώσεις και συγκυρίες που διαμορφώνουν την αυτοαπασχόληση στο παζάρι ως αναλυτική κατηγορία. Οι αυτοαπασχολούμενοι μπορούν να διαχωριστούν σε δύο μεγάλες αναλυτικές κατηγορίες. Σε αυτούς που εθελοντικά επέλεξαν την αυτοαπασχόληση για λόγους ανεξαρτησίας, ευχαρίστησης και/ή υψηλότερα εισοδήματα και σε αυτούς που δεν είχαν άλλη εναλλακτική προοπτική απασχόλησης (Dawson, Henley & Ratreille 2009). Σημαντικός επίσης παράγοντας στην αυτοαπασχόληση είναι ο ρόλος του κράτους και η φορολογία που επιβάλλει στους ελεύθερους επαγγελματίες. Ωστόσο, οι ελεύθεροι επαγγελματίες μπορούν πολύ εύκολα να καταφύγουν σε τεχνάσματα ώστε να κρύψουν εισοδήματα και να διαφύγουν της φορολογίας σε σύγκριση με έναν μισθωτό εργαζόμενο.

Η σημερινή κατάσταση στην Ελλάδα, με τα μέτρα λιτότητας και την υψηλή φορολογία που επιβάλει το κράτος στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν νομιμοποιήσει ηθικά την φοροδιαφυγή καθώς είναι αδύνατον να διατηρεί κάποιος μαγαζί χωρίς να προβαίνει σε παρανομίες. Οι μικροπωλητές του παζαριού έρχονται αντιμέτωποι συνεχώς με το ανορθολογικό και άδικο φορολογικό σύστημα. Για παράδειγμα, ο Γιώργος μου είπε ότι καλείται να πληρώσει στην εφορία 2.700 ευρώ επειδή δήλωσε 5.000 χιλιάδες ευρώ εισόδημα από το υπαίθριο εμπόριο. Και δεν είναι ο μόνος.

Ο κανονισμός λειτουργίας του παζαριού προβλέπει ότι οι διαστάσεις των πάγκων πρέπει να είναι δύο επί ένα, κάτι το οποίο είναι πρακτικά αδύνατον και κανείς δεν το τηρεί. Μάλιστα η αστυνομία έχει επιβάλει κατά καιρούς πρόστιμα για αυτό τον λόγο. Γνωρίζοντας τα υψηλά επίπεδα

διαφθοράς των κρατικών λειτουργιών, ο λόγος που υπάρχει αυτή η ρύθμιση δεν είναι για να τηρείται αλλά για να παραβιάζεται. Με αυτό τον τρόπο οι μικροπωλητές του παζαριού βρίσκονται υπό τον κρατικό εκφοβισμό τον οποίο τιθασεύουν δωροδοκώντας τα κατάλληλα άτομα.

Επίσης, μέχρι το 2006 δεν μπορούσε κάποιος να αποκτήσει άδεια στην περίπτωση που ο ίδιος ή κάποιο άλλο μέλος της οικογένειάς του απασχολούνταν σε άλλες υπαίθριες αγορές όπως οι καθημερινές λαϊκές αγορές που γίνονται κατά τόπους. Ο Γιώργος μου εξήγησε ότι εκείνη την περίοδο όλο το παζάρι βρισκόταν σε διάσταση καθώς ο ένας σύζυγος έπρεπε να βγάλει άδεια για το παζάρι και ο άλλος για τις λαϊκές αγορές. Ο Νικόλας μου είπε ότι την δεκαετία του 1990 ίσχυε ένας νόμος για τους μικροπωλητές που προέβλεπε ότι σε περίπτωση που τα μικτά εισοδήματα κάποιου ξεπερνούσαν τα δέκα εκατομμύρια δραχμές του αφαιρούνταν αυτόματα η άδεια. Συνεπώς, κανείς δεν έκανε πραγματικές δηλώσεις στην εφορία.

Η αυτοαπασχόληση επίσης είναι στενά συνδεδεμένη με την ανεπίσημη οικονομία και εμφανίζει σε μεγάλο βαθμό κοινές πρακτικές, ιδίως όταν γίνεται λόγος για μη ανεπτυγμένες οικονομίες. Άλλωστε η αυτοαπασχόληση είναι η πρώτη μορφή πώλησης της εργατικής δύναμης του ανθρώπου όπως επισημαίνει ο Parker (2004). Στην αυτοαπασχόληση θα μπορούσαν να ταξινομηθούν επίσης οι διάφοροι μη αδειοδοτημένοι πωλητές και οι ρακοσυλλέκτες. Ωστόσο, με αυτήν την κατηγορία πωλητών του παζαριού που εμπίπτουν στην κατηγορία της ανεπίσημης εργασίας, ασχολούμαι διεξοδικά στο τελευταίο κεφάλαιο.

Σε διάφορες μελέτες οικονομικές μελέτες ανά τον κόσμο η αυτοαπασχόληση παρουσιάζεται ως η λύση στην ανεργία ειδικά σε περιόδους κρίσεων. Αξιοπερίεργο είναι ωστόσο το γεγονός ότι ενώ από την μία ο πολιτικός λόγος στην Ελλάδα χρησιμοποιεί τα επιχειρήματα αυτών των ερευνών και δίνει έμφαση στην επιχειρηματικότητα, οι πολιτικές πρακτικές είναι εκ διαμέτρου αντίθετες. Αντί να διευκολύνουν και να δώσουν κίνητρα για τους μικρομεσαίους να εξελιχθούν επιχειρηματικά, υπερφορολογούν τους ελεύθερους επαγγελματίες τους οποίους αναγκάζουν να παρανομούν. Οι πολιτικές που εφαρμόζονται με σκοπό την αύξηση των κρατικών εσόδων έχουν τα αντίθετα αποτελέσματα.

Οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές που επιβάλλονται από την τρόικα και εφαρμόζονται από τις ελληνικές κυβερνήσεις παράγουν αποτελέσματα τα οποία δυσχεραίνουν την κατάσταση αντί να την βελτιώνουν. Τα μέτρα λιτότητας και η υπερφορολόγηση έχουν οδηγήσει μέχρι στιγμής ένα μεγάλο αριθμό μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στο κλείσιμο. Η νεοφιλελευθεροποίηση του ελληνικού οικονομικού συστήματος προχωρά με την είσοδο μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων οι οποίες αποικιοποιούν τα οικονομικά πεδία τα οποία κυριαρχούνται από αυτοαπασχολούμενους, όπως το εμπόριο και η λιανική πώληση. Ο Bourdieu (2005) τονίζει ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να ελέγχουν τις κρατικές δομές και να τις αξιοποιούν προς το όφελός τους για να ελέγξουν το οικονομικό πεδίο τους προωθώντας την εξόντωση των ανταγωνιστών τους με διάφορα

μέσα.

Ενδεικτικά το ποσοστό αυτοαπασχόλησης στην Ελλάδα το 2012 σύμφωνα με τη Eurostat ανέρχεται στο 32% με αυξητικές τάσεις. Ωστόσο, ο δείκτης αυτός είναι παραπλανητικός καθώς αποτυπώνει το ποσοστό σε σχέση με το σύνολο της απασχόλησης και δεν αποτυπώνει τα χιλιάδες λουκέτα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Για να κάνω κατανοητή την σκέψη μου, ας υποθέσουμε ότι χίλιες μικρές επιχειρήσεις κλείνουν. Η κάθε μία από αυτές απασχολεί εκτός από τον ιδιοκτήτη της από 0 έως 15 άτομα. Έστω ότι στις χίλιες αυτές επιχειρήσεις εργάζονται συνολικά πέντε χιλιάδες μισθωτοί. Με το κλείσιμο των χιλίων επιχειρήσεων αυτόματα εισέρχονται στην ανεργία πέντε χιλιάδες εργαζόμενοι και χίλιοι αυτοαπασχολούμενοι. Αν κάνουμε τους υπολογισμούς, παρά το κλείσιμο χιλίων μικρών επιχειρήσεων, τα ποσοστά της αυτοαπασχόλησης με την αναγωγή στο σύνολο της απασχόλησης θα παρουσιάσουν αύξηση. Ο δείκτης αυτός δεν αποτυπώνει το τι συμβαίνει στην πραγματικότητα και δείχνει μόνο ότι ένας στους τρεις εργαζομένους στην Ελλάδα είναι αυτοαπασχολούμενος.

Όπως δείχνουν και οι Smart & Smart (2005) και επισημαίνει ο Parker (2004) η αυτοασχόληση είναι η πιο αρχαία μέθοδος πώλησης της εργατικής δύναμης και αρκετές φορές ένας αυτοαπασχολούμενος μπορεί να παρουσιάζει όμοια χαρακτηριστικά με έναν μισθωτό εργαζόμενο. Μάλιστα σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να βρίσκεται σε πολύ χειρότερη μοίρα ειδικά σε περιόδους κρίσεως. Συνεπώς, εάν θέλουμε να δούμε μέσα από ποσοτικά δεδομένα την αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα θα πρέπει να κάνουν σύγκριση των απόλυτων αριθμών όχι των ποσοστών καθώς και σε επιμέρους κλάδους της αυτοαπασχόλησης καθώς και τα οικονομικά στοιχεία των αυτοαπασχολούμενων. Το ότι είναι κάποιος αυτοαπασχολούμενος δεν ισοδυναμεί ότι έχει οικονομικά οφέλη από την εργασία του. Είναι αρκετοί οι αυτοαπασχολούμενοι στο υπαίθριο εμπόριο που αντί για κέρδη παρουσιάζουν ζημιές και παρόλα αυτά κρατάνε ανοικτές τις επιχειρήσεις τους και συνεχίζουν τον αγώνα για επιβίωση μη έχοντας εναλλακτική προοπτική. Άρα η αυτοαπασχόληση είναι στα όρια ανάμεσα στην επίσημη και ανεπίσημη οικονομία και παρουσιάζει αρκετά στοιχεία ανεπισημότητας.

Στον λόγο των πληροφορητών μου, το δυσκολότερο χαρακτηριστικό του επαγγέλματός τους διαφαίνεται να ήταν οι αντίξοες καιρικές συνθήκες υπό τις οποίες ασκούν το ιδιαίτερο αυτό επάγγελμά τους. Ωστόσο, όταν αναστοχάζονται τις δυσκολίες των καιρικών συνθηκών και την οικονομική κρίση ο λόγος τους μεταστρέφεται, βάζοντας τις σε δεύτερη μοίρα. Το δυσκολότερο χαρακτηριστικό που διέπει το επάγγελμά τους είναι η επιβίωση και το άγχος που αυτή η κατάσταση αβεβαιότητας τους δημιουργεί. Όσον αφορά τους βιοτέχνες η οποιοί μεταπήδησαν στο κλάδο του εμπορίου υπάρχει μια γενικευμένη απαξίωση του κράτους και των θεσμών του, τους οποίους θεωρούν υπαίτιους για την οικονομική καταστροφή τους και την διάλυση του παραγωγικού ιστού της χώρας η οποία οδήγησε στην σύγχρονη οικονομική κρίση που ξέσπασε στην Ελλάδα.

3.2 Αμειβόμενη Εργασία

Στο παζάρι απασχολείται ένας μεγάλος αριθμός ατόμων πέραν των αυτοαπασχολούμενων. Είναι οι λεγόμενοι μεροκαματιάρηδες οι οποίοι εργάζονται στους πάγκους και τα καταστήματα για λογαριασμό του αφεντικού τους. Οι περισσότεροι από αυτούς τους εργαζομένους δεν έχουν νομική κατοχύρωση καθώς η φύση της δουλειάς τους είναι περιστασιακή ή βοηθούν στην οικογενειακή επιχείρηση. Στον κάθε πάγκο απασχολούνται δύο ή και περισσότερα άτομα κατά κύριο λόγο μετανάστες και συγκεκριμένα από το Πακιστάν. Επειδή το παζάρι προσφέρει μόνο μία μέρα εργασίας οι περισσότεροι από αυτούς ασχολούνται και με άλλες δραστηριότητες για να κερδίζουν το μεροκάματο. Και στους εργαζόμενους του παζαριού υπάρχουν κάποιοι που απασχολούνται περιστασιακά στο παζάρι και έχουν κάποια άλλη κύρια δραστηριότητα. Αυτοί συνήθως δουλεύουν ανασφάλιστοι. Επίσης, υπάρχουν και εργαζόμενοι που το αντικείμενο της εργασίας του είναι το υπαίθριο εμπόριο. Συνήθως εάν είναι Έλληνες, χωρίς κάποια συγγενική σχέση με το αφεντικό τους ή νόμιμοι μετανάστες οι οποίοι απασχολούνται στο υπαίθριο εμπόριο είναι δηλωμένοι εργαζόμενοι.

Ο Χαμπίμπ, μετανάστης από το Πακιστάν, ήρθε παράνομα στην Ελλάδα μέσω Ιράν και Τουρκίας αφήνοντας την γυναίκα του και τα δύο του παιδιά υπό την προστασία του αδερφού του. Όπως μου είπε είναι έξι χρόνια στην Ελλάδα. Στο Πακιστάν ήταν επιπλοποιός και πήγαινε συχνά σε υπαίθριες αγορές με τον πατέρα του. Ήρθε στην Ελλάδα λίγο μετά την γέννηση του δεύτερου παιδιού του για να βελτιώσει την οικονομική του κατάσταση. Δεν έχει ασφάλιση και τα χρήματα που κερδίζει τα στέλνει στην οικογένειά του. Τις Κυριακές το μεροκάματο είναι τριάντα ευρώ, ενώ τις υπόλοιπες μέρες που πηγαίνει σε λαϊκές αγορές με άλλο αφεντικό πληρώνεται σαράντα με πενήντα ευρώ αναλόγως. Μένει μαζί με άλλους τρεις Πακιστανούς σε ένα διαμέρισμα στο Κερατσίνι. Είναι πολύ καλός στην πώληση και έχει μάθει να μιλάει καλά Ελληνικά. Από όσο τον παρατήρησα, κάθε φορά που γέμιζε κόσμος ο πάγκος και έψαχναν οι πελάτες τηνπραμάτεια του αυτός έδινε με τον λόγο του τον ρυθμό, σαν ένας σαμάνος της κατανάλωσης.

Σε ένας άλλο πάγκο δουλεύει ο Σωτήρης, και αυτός από το Πακιστάν. Είναι στην Ελλάδα είκοσι δύο χρόνια, παντρεμένος με Ελληνίδα και έχει δύο παιδιά. Στο παζάρι δουλεύει τα τελευταία πέντε χρόνια στον πάγκο ενός φίλου του επίσης μετανάστη από το Πακιστάν ενώ έχει κανονικά ένσημα και ασφάλιση αφού πηγαίνουν τακτικά και σε άλλες υπαίθριες αγορές. Συνεργάζεται με τον φίλο του από τότε που έκλεισε το παντοπωλείο που είχε μαζί με την γυναίκα του στο Περιστέρι. Όταν τον ρώτησα γιατί έκλεισε μου είπε ότι άνοιξε ένα LIDL δύο στενά πιο κάτω. Τόσο ο Χαμπίμπ όσο και ο Σωτήρης εκτός από την πώληση έχουν και γενικότερα καθήκοντα στησίματος του πάγκου και διαφύλαξης των εμπορευμάτων και την διαπραγμάτευση των τιμών πάντα με την βοήθεια του εργοδότη τους.

Ο Σαλίχ και ο Μαλίκ, επίσης από το Πακιστάν κάθε Κυριακή πηγαίνουν από τα ξημερώματα στο χώρο του παζαριού και αναζητούν κάποια ευκαιριακή εργασία. Πληρώνονται ανάλογα με το έργο. Πέντε ευρώ για ξεφόρτωμα και επιπλέον πέντε ευρώ για το στήσιμο του πάγκου. Έχουν από όσο μου είπαν σταθερούς εργοδότες αλλά κάποιες Κυριακές προκύπτουν και επιπλέον δουλιές από άλλους επιχειρηματίες του παζαριού. Την υπόλοιπη εβδομάδα είτε ψάχνουν για αντικείμενα αξίας στα σκουπίδια ή για κανένα μεροκάματο σε κάποια ευκαιριακή απασχόληση.



Στήσιμο αυτοσχέδιου πάγκου



Διαλογή μεταχειρισμένων ρούχων - Ετοιμάζοντας το εμπόρευμα για την επόμενη Κυριακή

Σε ένα παλαιοπωλείο της περιοχής, το οποίο έχει εντάξει στις δραστηριότητές του το εμπόριο μεταχειρισμένων ρούχων, δουλεύει καθημερινά ο Λευτέρης. Το πρωί πηγαίνει στο Θησείο και αγοράζει μπρούτζινα αντικείμενα και το μεσημέρι προετοιμάζει τηνπραμάτεια ξεδιαλέγοντας τα μεταχειρισμένα ρούχα που το φέρνει κάθε τόσο το αφεντικό για την Κυριακή και κρατάει το μαγαζί ανοικτό. Ο Λευτέρης είναι οκτώ χρόνια στην Ελλάδα καθώς δεν του άρεσε η κατάσταση στην Συρία και ο τρόπος που τον αντιμετώπιζε το κράτος και ο κοινωνικός του περίγυρος. Από όσο κατάλαβα η οικογένειά του ήταν σχετικά ευκατάστατη και δούλευε ως χρυσοχόος στην οικογενειακή του επιχείρηση. Δουλεύει ανασφάλιστος και έχει κόκκινη κάρτα προσωρινής παραμονής στην Ελλάδα. Η Κυριακή είναι για αυτόν η μέρα διασκέδασης καθώς έχει πολύ κόσμο και του αρέσει η εργασία του στο παζάρι.

Εκτός από αυτούς που εργάζονται στις υπαίθριες αγορές, υπάρχουν και οι εργάτες οι οποίοι απασχολούνται περιστασιακά στο παζάρι του Πειραιά ενώ το κύριο επάγγελμά τους είναι διαφορετικό. Τέτοιες περιπτώσεις είναι του Νίκου, του Άλεξ και του Γιάννη. Ο Άλεξ, μετανάστης από την βόρεια Αλβανία, εργάζεται κάθε Κυριακή στο κατάστημα υποδημάτων του Γιάννη ενώ το κύριο επάγγελμά του είναι υδραυλικός. Ο Νίκος που είναι ξυλουργός εργάζεται στα ναυπηγεία του

Πειραιά και τις Κυριακές βοηθάει τον φίλο του, όταν τον ρώτησα αν το κάνει αυτό για να βγάζει ένα επιπλέον εισόδημα μου είπε «Σιγά μην ερχόμουνα εδώ, επειδή είναι ο Ανέστης έρχομαι, τον βοηθάω και κάνουμε παρέα». Βέβαια, σε άλλες συζητήσεις μας είχε αναφερθεί στον γιο του ο οποίος θέλει να σπουδάσει στο Πολυτεχνείο και μαζεύει χρήματα για αυτόν τον σκοπό. Ο Αιμίλιος, του οποίου ο πατέρας έχει παλαιοπωλείο στο παζάρι, μόλις τελείωσε την νοσηλευτική και είναι άνεργος. Τις Κυριακές βοηθάει έναν οικογενειακό φίλο ο οποίος έχει επίσης παλαιοπωλείο στην περιοχή και τις Κυριακές λειτουργεί πάγκο με διάφορα εργαλεία και υδραυλικά εξαρτήματα. Όσο μιλούσα με τον Γιάννη το «αφεντικό» του πάγκου του έκανε παράπονα: «άντε ρε Γιάννη ακόμα μιλάς» και του απάντησε «Είδες κανένα πελάτη να έρθει;». Του ζήτησα συγνώμη που τον απασχολώ και μου είπε: «Μην ανησυχείς αυτός εδώ με ξέρει από τα γεννοφάσκια μου». Αμειβόμενοι εργάτες είναι επίσης και οι Πακιστανοί που διακινούν λαθραία τσιγάρα εντός του χώρου του παζαριού όλη την εβδομάδα και έχουν το δικό τους σταθερό σημείο.

3.3 Οικογενειακή Εργασία

Η οικογένεια είναι ένα κυρίαρχο χαρακτηριστικό των επιχειρήσεων του παζαριού και διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στις δραστηριότητές τους. Χαρακτηριστικό γνώρισμα των οικογενειακών επιχειρήσεων είναι η απασχόληση των οικογενειακών μελών. Όπως παρατηρεί ο Τσουκαλός (1984) η μορφή αυτή απασχόλησης έχει τα χαρακτηριστικά υποβοήθησης και συνεισφοράς στο οικογενειακό εισόδημα.

Συνήθως, η προσφορά της εργατικής δύναμης των συγγενών γίνεται σε εθελοντική βάση. Στο παζάρι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εργαζομένων οι οποίοι δεν πουλάνε την εργατική τους δύναμη, καθώς έτσι συνεισφέρουν στην οικογενειακή επιχείρηση, το οποίο είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα της ανεπίσημης οικονομίας (Narotzky 2011). Ο Βασίλης, ο οποίος είναι συνταξιούχος βοηθάει στον πάγκο της γυναίκας του, καθώς και ο εγγονός τους ο οποίος βγάζει έτσι ένα μικρό χαρτζιλίκι το οποίο έτσι και αλλιώς θα το έπαιρνε. Η Γεωργία κάθε Κυριακή βοηθά στο κατάστημα με μεταχειρισμένα ρούχα που διατηρεί ο αδερφός της. Στον πάγκο του Οδυσσέα, ο οποίος πουλά διακοσμητικά από πηλό βοηθά η αδερφή του Ιωάννα. Η Ιωάννα εργάζεται χωρίς αμοιβή, στηρίζοντας έτσι τον αδερφό της ο οποίος προσπαθεί να ορθοποδήσει μετά από ένα σοβαρό ατύχημα το οποίο είχε δραματικές επιπτώσεις στην οικονομική του κατάσταση.

Οι επιχειρηματίες του παζαριού στρέφονται στα οικογενειακά τους μέλη για βοήθεια καθώς δεν μπορούν να καλύψουν το κόστος του ημερομίσθιου που απαιτείται για την πρόσληψη ενός εργαζομένου. Η Γεωργία βοηθά στην λειτουργία του καταστήματος τις Κυριακές που γίνεται το παζάρι και έχει μια σχέση αλληλεγγύης και ανταποδοτικότητας με τον αδερφό της. Η Γεωργία είναι δημόσιος υπάλληλος στον δήμο του Πειραιά και δεν έχει άμεση ανάγκη από χρήματα όπως μου είπε. Η Ιωάννα, βοηθά τον Οδυσσέα αρκετά χρόνια και πηγαίνουν και σε άλλες υπαίθριες αγορές μαζί. Την περίοδο πριν την κρίση η Ιωάννα πληρώνονταν κανονικά ενώ τα καθήκοντά της περιορίζονταν μόνο στην πώληση. Μετά το ατύχημα του Οδυσσέα, ανέλαβε ενεργό ρόλο και στην «διοίκηση» της επιχείρησης του αδερφού της. Είναι ιδιωτική υπάλληλος και συγκατοικεί από το 2010 στο ίδιο σπίτι με τον Οδυσσέα καθώς είναι και οι δύο διαζευγμένοι. Επίσης, στο παζάρι πολλές γυναίκες βοηθούν στον πάγκο του συζύγου τους τις Κυριακές, ενώ τις υπόλοιπες μέρες ασχολούνται με τα οικιακά και την ανατροφή των παιδιών τα οποία τις Κυριακές είτε έρχονται και αυτά στο παζάρι ή μένουν με τους παππούδες τους. Αυτό το φαινόμενο είναι διαχρονικό και έχει σε αρκετές περιπτώσεις άμεση σχέση με την μικροαστική ιδεολογία του έμφυλου καταμερισμού των εργασιών της οικογένειας.

Από την άλλη μεριά η οικογένεια έχει και έναν άλλο ρόλο. Οι μικροπωλητές του παζαριού χρησιμοποιούν τα στοιχεία των οικογενειακών τους μελών για να εκδώσουν επιπλέον άδειες και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους στο παζάρι, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο

συνταξιοδοτικά δικαιώματα για την σύζυγο και μια στρωμένη δουλειά για τα παιδιά τους. Τέτοια είναι η περίπτωση του Γιάννη, ο οποίος έχει τρία καταστήματα με υποδήματα τα οποία λειτουργούν τις Κυριακές. Το ένα το έχει η γυναίκα του και το άλλο ο υιός του, οι οποίοι εργάζονται σε αυτά. Ο γενικός βέβαια διευθυντής είναι ο Αιμίλιος ο οποίος συντονίζει και ελέγχει την ομαλή λειτουργία τους, ασχολείται με την παραγγελίες και πληρώνει τους υπαλλήλους.

Μια ανάλογη περίπτωση είναι το Ισίδωρου, ο οποίος παλαιότερα είχε όπως μου είπε τρεις άδειες στο παζάρι. Το ρώτησα πώς είναι αυτό δυνατόν και μου εξήγησε ότι οι δύο άδειες είχαν βγει στο όνομα της γυναίκας του και του υιού του, ο οποίος ασχολούνταν περιστασιακά με το παζάρι και βοηθούσε στην επιχείρηση που επισήμως ήταν καταχωρημένη στο όνομά του. Αυτή ήταν μια χαρακτηριστική πρακτική την περίοδο πριν την οικονομική κρίση, όπου στο παζάρι εμπλέκονταν συνήθως τα ενήλικα μέλη του νοικοκυριού τα οποία ήταν άνεργοι. Η οικονομική κρίση και ο χαμηλός τζίρος των μικροπωλητών τις Κυριακές δεν καθιστά συμφέρουσα μια τέτοια πρακτική καθώς οι πωλήσεις με δυσκολία καλύπτουν τα πάγια έξοδα μιας επιπλέον επιχείρησης. Οι νέοι δεν θέλουν να συνεχίσουν την οικογενειακή επιχείρηση των γονιών τους και έχουν απογοητευτεί με την οικονομική κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα. Η αυτοαπασχόληση έχει απαξιωθεί στην συνείδηση των νέων ο οποίοι αναζητούν την επαγγελματική τους αποκατάσταση σε άλλους τομείς και στο εξωτερικό.

Κάτι ανάλογο συμβαίνει και στην περίπτωση του παλαιοπωλείου του κυρίου Πέτρου, ο οποίος έχει βγει στην σύνταξη και έχει μεταβιβάσει το παλαιοπωλείο στο όνομα του υιού του. Τον Μάιο 2013, ο υιός του Πέτρου ήταν εκεί σχεδόν κάθε Κυριακή και βοηθούσε μαθαίνοντας τα μυστικά της δουλειάς από τον πατέρα του. Ήταν άνεργος τότε. Τον επόμενο χρόνο, όταν επισκέφθηκα ξανά τον κύριο Πέτρο, μου είπε ότι ο υιός έχει βρει δουλειά σε ένα διαφημιστικό γραφείο και δεν ασχολείται πλέον με το μαγαζί.

Υπάρχουν βέβαια και περιπτώσεις που η οικογενειακή επιχείρηση προσφέρει εργασία στα μέλη της οικογένειας τα οποία δεν έχουν άλλη εναλλακτική προοπτική απασχόλησης. Η Κατερίνα για παράδειγμα μόλις έχει τελειώσει τις σπουδές της στα Οικονομικά και απασχολείται καθημερινά στο παλαιοπωλείο του πατέρα της. Σύμφωνα με την αφήγησή της θα προτιμούσε να ασχοληθεί με κάτι σχετικό με τις σπουδές της και θεωρεί τον ρόλο της στο παλαιοπωλείο προσωρινό και βοηθητικό παρόλο που αμείβεται άτυπα. Κατοικεί στο ίδιο σπίτι με τους γονείς της και τα χρήματα που κερδίζει τα ξοδεύει για προσωπικούς σκοπούς. Σε αυτήν την περίπτωση βλέπουμε ότι η οικογένεια και η οικογενειακή επιχείρηση στηρίζει τα μέλη της τα οποία δεν μπορούν να ανεξαρτητοποιηθούν οικονομικά.

Μια άλλη περίπτωση αποτελεί ο αδερφός ενός από τους πληροφορητές μου ο οποίος έμεινε άνεργος το 2011, όταν έκλεισε η εταιρία στην οποία δούλευε ως αποθηκάριος. Η επιχείρηση του αδερφού του ήταν για αυτόν σωτήρια καθώς στην ηλικία των πενήντα είναι πολύ δύσκολο να βρει

μια άλλη δουλειά.

Η οικονομική κρίση διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην στάση των νέων αλλά και αρκετών μεγαλύτερης ηλικίας οι οποίοι δεν ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να ασχοληθούν με την οικογενειακή επιχείρηση. Βλέπουμε ότι διαμορφώνεται μια εντελώς διαφορετική στάση ως προς την αυτοαπασχόληση σε σχέση με αυτήν των προηγούμενων δεκαετιών που αναλύει ο Τσουκαλάς (1984) η οποία έχει άμεση συσχέτιση με την ευρύτερη οικονομική κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα.

Οι παραπάνω πρακτικές της οικογενειακής εργασίας πυροδοτούνται από την οικονομική κρίση των τελευταίων ετών. Αυτό συμβαίνει λόγω των υψηλών ποσοστών ανεργίας των νέων μελών της οικογένειας και την μείωση των λειτουργικών εξόδων που αναγκαστικά προβαίνουν οι επιχειρήσεις. Επίσης, είναι ένας τρόπος που εκφράζεται η οικογενειακή αλληλεγγύη ειδικά στους επιχειρηματίες που δοκιμάζονται από την οικονομική κρίση.

3.4 Καταναλώνοντας στο Παζάρι

Το παζάρι του Πειραιά αποτελεί χώρο κατανάλωσης για χιλιάδες κόσμου οι οποίοι καταφθάνουν στο χώρο του παζαριού με διάφορα μέσα από κάθε σημείο της Αττικής. Οι περισσότεροι καταναλωτές του παζαριού είναι εξοικειωμένοι με τον χώρο του και τις ιδιαιτερότητές του. Αρκετοί από τους καταναλωτές με τους οποίους συνομίλησα επισκέπτονται το παζάρι τακτικά, για να κάνουν την κυριακάτικη βόλτα τους και να κάνουν τα ψώνια τους εκμεταλλευόμενοι την πληθώρα των εμπορευμάτων και τις χαμηλές τιμές. Κάποιοι είναι πιστοί πελάτες του παζαριού εδώ και δεκαετίες. Δύο είναι οι κύριες κατηγορίες καταναλωτών του παζαριού, οι οποίες συχνά αλληλοεπικαλύπτονται. Αυτοί που πάνε στο παζάρι για να κάνουν την βόλτα τους και αυτοί που ψάχνουν φθηνά προϊόντα για να καλύψουν τις ανάγκες τους.

Κατά κύριο λόγο οι επισκέπτες του παζαριού δεν ψάχνουν κάτι συγκεκριμένο, γεγονός που υποδηλώνει την κοινωνική διάσταση που λαμβάνει η αγορά. Τους αρέσει η περιπλάνηση και απολαμβάνουν την βόλτα τους αναζητώντας κάτι το οποίο τους κεντρίζει το ενδιαφέρον. Από έφηβους έως ηλικιωμένους το καταναλωτικό κοινό του παζαριού δίνει ραντεβού κάθε Κυριακή στον καθιερωμένο χώρο παζαριού ο οποίος σφύζει από ζωή.

Συνομίλησα με αρκετούς καταναλωτές, Έλληνες και μετανάστες όλων των ηλικιών και τους ρώτησα για ποιον λόγο επισκέπτονται το παζάρι. Η πλειοψηφία μου απάντησε ότι το επισκέπτονται για βόλτα και δευτερευόντως γιατί μπορεί να βρουν κάποια ευκαιρία ή κάτι που να τους αρέσει. Σε πολύ μικρή κλίμακα οι πληροφορητές μου είπαν ότι ψάχνουν κάτι συγκεκριμένο να αγοράσουν. Από όσο μου ανέφεραν, η αγορά του παζαριού θέλει εξειδικευμένες αγοραστικές ικανότητες. Το αγοραστικό κοινό στο παζάρι είναι αρκετά υποψιασμένο και ξέρει να αναγνωρίζει την ποιότητα και να συγκρίνει τις τιμές των προϊόντων. Μάλιστα σύμφωνα τόσο με τους καταναλωτές όσο και με τους πωλητές, οι καταναλωτές του παζαριού απαιτούν οι τιμές στους πάγκους της Κυριακής να είναι χαμηλότερες από τα αντίστοιχης ποιότητας προϊόντα των καταστημάτων.

Συχνό είναι επίσης το φαινόμενο των ζευγαριών, συνήθως μεγαλύτερης ηλικίας, που επισκέπτονται το παζάρι. Για τους μεγαλύτερους σε ηλικία ανθρώπους αλλά και για πολλούς μετανάστες οι υπαίθριες αγορές έχουν διαμορφώσει την καταναλωτική τους κουλτούρα και έχουν γίνει έξη, λόγω των παιδικών τους αναμνήσεων και των κυριάρχων αναπαραστάσεων της αγοράς στα βιώματά τους. Το παζάρι δεν παύει να είναι ένας ξεχωριστός τόπος στην συνείδηση αυτών των καταναλωτών. Είναι κομμάτι της συλλογικής μνήμης των μεγαλύτερων και αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης ιστορίας του Πειραιά. Μια ηλικιωμένη γυναίκα για παράδειγμα είχε βγει βόλτα με την εγγονή της για να της μάθει όπως μου είπε να ψωνίζει και να της μεταδώσει την καταναλωτική κουλτούρα του παζαριού. Το παζάρι είναι ένας ιδανικός χώρος για να εκπαιδευτεί κάποιος και να μάθει αξιολογεί την ποιότητα και την τιμή των εμπορευμάτων γενικότερα, να συνεννοείται και να

πραγματοποιεί μια αγοραπωλησία.

Η κυρία Αργυρώ, η οποία πηγαίνει πάνω από τριάντα χρόνια στο παζάρι επίσης δεν είχε κάποιον φίλο η γνωστό που να εργάζεται εκεί. Μένει στο Κερατσίνι και πηγαίνει τακτικά στο παζάρι για να χαζέψει και να κάνει τις αγορές της. Της αρέσουν περισσότερο τα παλιά αντικείμενα και πηγαίνει και σε άλλες υπαίθριες αγορές και παζάρια όπως στο Θησείο και το Μοναστηράκι για να κάνει την βόλτα της. Ο κύριος Αλέξης, όχι και τόσο τακτικός επισκέπτης του παζαριού έχει και αυτός την ίδια στάση με την Αργυρώ, του αρέσουν τα παζάρια με παλαιά αντικείμενα και πηγαίνει συνήθως στο παζάρι των ρακοσυλλεκτών στη Θηβών. Όταν τον συνάντησα έψαχνε μια κόλλα για παπούτσια, την οποία όπως μου είπε θα μπορούσε να την αγοράσει από αλλού και όχι από το παζάρι, αλλά επειδή ήταν Κυριακή και τα καταστήματα ήταν κλειστά ήρθε στο παζάρι να κάνει και την βόλτα του.

Μίλησα επίσης, με ένα ζευγάρι τον Νίκο και την Ελπίδα που μένουν στον Κορυδαλλό. Ο Νίκος είναι οδηγός λεωφορείου με μισθό κοντά στα χίλια ευρώ και η Ελπίδα ασχολείται με τα οικιακά. Έχουν δύο παιδιά δεκατεσσάρων και είκοσι ετών. Μου είπαν ότι σε αυτήν την επίσκεψή τους δεν βρήκαν κάτι ιδιαίτερο παρά μόνο ένα βάζο που άρεσε στη γυναίκα και είχε μόνο δεκαεφτά ευρώ. Συνήθως ψωνίζουν είδη για το νοικοκυριό τους, και σπανιότερα ρούχα και παπούτσια έχοντας πάντα στο νου τους τις ανάγκες των παιδιών τους. Ψωνίζουν στο παζάρι τακτικά εδώ και δεκαεπτά χρόνια. Επίσης, μου επισήμαναν ότι δεν έχουν προσωπικές σχέσεις με κάποιον πωλητή ούτε ψωνίζουν από κάποιον συγκεκριμένο πωλητή σε σταθερή βάση. Πριν τρία χρόνια, ο κάθε πάγκος υποχρεωτικά έπρεπε να αναγράφει το όνομα και τον αριθμό αδείας του πωλητή, το οποίο ήταν πολύ θετικό για αυτούς καθώς με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται μια αίσθηση ασφάλειας και εμπιστοσύνης όπως μου εξήγησαν. Το ότι δεν γνωρίζουν κάποιον με το μικρό του όνομα και δεν έχουν αναπτύξει περαιτέρω κοινωνικές σχέσεις με κάποιον πωλητή είναι συχνό φαινόμενο του πλήθους των καταναλωτών. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχει κοινωνικότητα στην αγοραπωλησία αλλά ότι η κοινωνικότητα δεν ξεφεύγει από την οικονομική της βάση.

Ακολουθώντας διακριτικά δύο άνδρες μεγάλης ηλικίας, πολύ καλά ντυμένους που έκαναν την βόλτα και τα ψώνια τους, διαπίστωσα ότι και η οικογένεια έχει καθοριστικό ρόλο στα καταναλωτικά ενδιαφέροντα. Είδα ότι σταματούσαν σχεδόν σε κάθε πάγκο και επεξεργάζονταν τα εμπορεύματα. Αρχικά ο ένας αγόρασε μια μυγοσκοτώστρα με ηλεκτροσόκ, μετά σταμάτησαν σε ένα πάγκο με εργαλεία και κοιτούσαν, ακουμπούσαν και επεξεργάζονταν τα αντικείμενα. Ένας άλλος πάγκος με προϊόντα για τσιγάρα, ταμπακιέρες, χαρτάκια για αυτοσχέδια τσιγάρα, ναργιλέδες και θήκες για καπνό προσέλκυσε το ενδιαφέρον τους. Στη συνέχεια στάθηκαν σε ένα πάγκο με γυναικεία υποδήματα και σε ένα άλλο με παιδικά. Η οικογένεια και το νοικοκυριό τους ήταν διαρκώς στην σκέψη τους καθώς κοιτούσαν τους πάγκους. Είχανε ήδη αγοράσει κάποια παιδικά ρούχα για τα εγγόνια τα οποία βρήκαν περιπλανώμενοι χωρίς να είχαν την προδιάθεση να τα

αγοράσουν όπως μου είπαν. Πηγαίνουν στο παζάρι από μικρά παιδιά καθώς είναι κάτοικοι της γύρω περιοχής.

Στον πάγκο του Ανέστη συνομίλησα με την Μαρία η οποία έρχεται από την Αθήνα για να αγοράσει συγκεκριμένα το άρωμά της από τον Ανέστη. Φαινόταν ότι είχε μάθει να ψωνίζει ακριβά αρώματα και το ντύσιμό της υποδήλωνε ότι δεν άνηκε στα χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα. Στο παζάρι πηγαίνει αραιά τα τελευταία δύο χρόνια καθώς βρίσκει φθηνότερα και ποιοτικά προϊόντα που συμβαδίζουν με τα καταναλωτικά πρότυπα στα οποία είχε συνηθίσει την προ κρίσης εποχή. Ήταν βιαστική καθώς τα δύο της παιδιά τα είχε αφήσει στο αυτοκίνητο. Μου είπε ότι μόνο τα αρώματα του Ανέστη εμπιστεύεται. Έρχεται στο παζάρι γιατί βρίσκει αυτό που θέλει ενώ ήταν κατηγορηματική για τα καλλυντικά του παζαριού τα οποία είναι αναξιόπιστα και επικίνδυνα. Το άρωμα είναι ένα πιο προσωπικό αντικείμενο όπως και τα εσώρουχα για τις γυναίκες καταναλωτές οι οποίες προτιμούν να έχουν ένα σταθερό προμηθευτή το οποίο γνωρίζουν. Ο Γιώργος, ο οποίος λειτουργεί πάγκο με γυναικεία εσώρουχα μου επιβεβαίωσε την άποψη περί σταθερή πελατείας των προϊόντων του. Ο Νικόλας αντιθέτως, ο οποίος εμπορεύεται μπλούζες δεν έχει σταθερή πελατεία και μου ανέφερε ότι δεν έχει σταθερούς πελάτες. Σε αυτήν την περίπτωση, οι πελάτες σκέφτονται με βάση το γούστο, τις προτιμήσεις τους και τη σχέση (ratio) ποιότητας/τιμής.

Ένα εξίσου σημαντικό στοιχείο για την κατανάλωση στο παζάρι είναι το γεγονός ότι είναι ένα πεδίο κατανάλωσης για τους οικονομικά ασθενέστερους, στους οποίους εντάσσονται αρκετοί μετανάστες από διάφορες χώρες. Σε αυτούς βασίζεται κυρίως η αγορά ρούχων και παπουτσιών κατά κοινή παραδοχή όλων των εμπόρων ένδυσης και υπόδησης που συνομίλησα. Το παζάρι παρέχει μια οικονομική λύση για την κάλυψη των αναγκών της οικογένειάς τους. Οι Έλληνες αντιθέτως είναι πιο επιφυλακτικοί με την αγορά ρούχων και παπουτσιών. Μόνο τα τελευταία χρόνια της κρίσης έχει κάπως αυξηθεί η κατανάλωση ενδυμάτων και υποδημάτων από τους Έλληνες και πάλι όχι σε επίπεδο που να πλησιάζει αυτή των μεταναστών.

Ενώ είχα εξοικειωθεί με το πεδίο και οι επιχειρηματίες του παζαριού με είχαν συνηθίσει είχα την ευκαιρία να πάρω και τον ρόλο του πωλητή και να συνεχίσω έτσι την συμμετοχική μου παρατήρηση. Ενώ καθόμουν στον πάγκο του Γιώργου που είχε γυναικείες τσάντες, ο κόσμος νόμιζε ότι ήμουν εργαζόμενος στο πάγκο και με ρωτούσε σχετικά. Μια αξιοσημείωτη περίπτωση ήταν όταν μια γυναίκα είδε μια τσάντα στον πάγκο, η οποία δεν της άρεσε και την άφησε πίσω. Φεύγοντας μου απευθύνθηκε λέγοντάς μου ότι είναι πολύ μεγάλη η τσάντα αυτή. Την ρώτησα εάν την θέλει για την ίδια ώστε και μου είπε «για μένα κοιτάζω αλλά για αυτή τη τσάντα σκεφτόμουνα την αδερφή μου». Κάθε φορά που κάποια γυναίκα ερχότανε στον πάγκο ακόμα και αν δεν είχε σκοπό να αγοράσει θα μιλούσε σε μένα ή στον Χαμπίμπ.

Η κατανάλωση στο παζάρι κινητοποιεί περισσότερο το βλέμμα και την αφή. Ο

καταναλωτής έρχεται σε άμεση επαφή με τα εμπορεύματα, τα ακουμπάει, τα ελέγχει ξανά και ξανά, τα δοκιμάζει και τα ξαναδοκιμάζει. Οι πωλητές δίνουν τον ρυθμό στο πλήθος το οποίο συμμετέχει σε μια διαδικασία που λαμβάνει τελετουργικές διαστάσεις. Σε ένα άλλο πάγκο στην αρχή του παζαριού, δέκα γυναίκες είναι συνωστισμένες σε ένα μικρό πάγκο με τσάντες και ψάχνουν μανιωδώς ενώ ο πωλητής φωνάζει «έλα, πάρε, έλααα, πάρε» και όσο πιο πολύ φωνάζει τόσο με περισσότερη ένταση συνεχίζουν τα ψάξιμο. Η ατμόσφαιρα δημιουργείται στο χώρο του παζαριού έχει μια φαντασμαγορική διάσταση που κάνει τους ανθρώπους να καταναλώνουν. Πολλοί από τους πληροφορητές μου επιβεβαιώνουν αυτήν την φαντασμαγορική διάσταση του παζαριού καθώς δεν μπορούν να αντισταθούν σε κάτι το οποίο τους διεγείρει την καταναλωτική τους έξη και καταλήγουν να καταναλώνουν. Στο παζάρι υπάρχει ένα είδος «λαϊκής» φαντασμαγορίας. Σύμφωνα με έναν από τους ορισμό του Benjamin, η φαντασμαγορία είναι ένα είδος γοητείας που σαγηνεύει τα πλήθη και τα οδηγεί να καταναλώνουν χωρίς να συνειδητοποιούν το τι κάνουν (Cohen 1989).

Το παζάρι είναι μια αγορά που εφαρμόζονται οι αρχές της οικονομίας στις οποίες είναι ενσωματωμένες οι κοινωνικοπολιτισμικές αρχές, αλλά είναι και ένας χώρος που η κατανάλωση ενσωματώνει τα καταναλωτικά μοτίβα του καπιταλισμού τα οποία στερούνται ορθολογική τεκμηρίωση. Οι πολύ χαμηλές τιμές σε συνδυασμό με την πληθώρα των εμπορευμάτων ωθούν τους καταναλωτές να προβαίνουν σε αγορές αντικειμένων τα οποία δεν χρειάζονται. Άρα, ακόμα και κάποιες πρακτικές στον πυρήνα του καπιταλισμού, την κατανάλωση, δεν κυριαρχούνται από την ορθολογική επιλογή.

Στο παζάρι οι κοινωνικές σχέσεις μετατρέπονται σε σχέσεις μεταξύ αντικειμένων όσο και το αντίθετο, οι σχέσεις μεταξύ αντικειμένων παίρνουν την μορφή σχέσεων μεταξύ προσώπων. Σύμφωνα με τον Daniel Miller (1987) η ανταλλαγή χρημάτων με προϊόντα είναι το τελικό και μικρότερο στάδιο της ολόκληρης διαδικασίας της αγοραπωλησίας. Η διαδικασία αυτή είναι εντεταγμένη μέσα σε ένα πολυδιάστατο σύστημα ρόλων, αρχών και θέσεων. Η αγοραπωλησία οποιουδήποτε προϊόντος προϋποθέτει μια ολόκληρη δομή παραγωγής, διάθεσης και διαφήμισης. Επίσης, εξαρτάται από την τομή των κοινωνικών δικτύων με διαφορετικές υποχρεώσεις και στόχους που παράγουν διαφορετικές συμπεριφορές και στάσεις προς τα ίδια αγαθά. Τέλος, περιλαμβάνει μια διαδικασία «μετάφρασης» καθώς το προϊόν πηγαίνει σπίτι και φιλτράρεται μέσα από «κόσκινο» του κοινωνικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος το οποίο δίνει σε αυτά τα αντικείμενα τη κοινωνική τους σημασία (Miller 1998). Η διαδικασία αυτή που περιγράφει ο Miller εκτυλίσσεται ως ένα μεγάλο βαθμό στο παζάρι όπου καταφθάνουν οι έμποροι με τα εμπορεύματά τους και οι αγοραστές. Πρέπει να δούμε τους ανθρώπους και τα αντικείμενα στην πολιτισμική τους διάσταση καθώς και το πολυδιάστατο δίκτυο επικοινωνίας που λαμβάνει χώρα αν θέλουμε να αγγίξουμε λίγο την ουσία (substance) και τη μορφή (form) αυτού του εξαιρετικά ιδιόρρυθμου οικονομικού θεσμού.

3.5 Παζάρεμα και Στρατηγικές των Επιχειρηματιών και των Καταναλωτών

Το παζάρι είναι ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον τόσο για τους πωλητές όσο και για τους καταναλωτές. Οι μεν θέλουν να πουλήσουν όσο το δυνατόν περισσότερα, οι δε να εξασφαλίσουν την μέγιστη χρηστική αξία στην χαμηλότερη τιμή. Ο ανταγωνισμός του παζαριού βρίσκεται ανάμεσα στους πωλητές παραπλήσιων προϊόντων αλλά και ανάμεσα στους καταναλωτές οι οποίοι έχουν κοινούς στόχους και ψάχνουν να αγοράσουν τα ίδια αντικείμενα. Στο κεφάλαιο αυτό περιγράψω διάφορες στρατηγικές που αναπτύσσουν οι πωλητές και καταναλωτές και αναλύω την λειτουργία τους.

Όσον αφορά τους πωλητές, το παζάρι προσφέρει διάφορες ευκαιρίες αύξησης των πωλήσεων λόγω της μεγάλης συγκέντρωσης καταναλωτών στον χώρο του. Στο παζάρι και τις υπαίθριες αγορές έχουν στραφεί αρκετοί ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων οι οποίοι στρέφονται στο υπαίθριο εμπόριο. Οι περισσότεροι αυτοαπασχολούμενοι στο παζάρι που έχουν κάποιο σταθερό κατάστημα, εμπορεύονται τα ίδια προϊόντα τόσο στο παζάρι όσο και στο σταθερό τους κατάστημα. Τέτοια είναι η περίπτωση του Ανέστη του «αλχημιστή του παζαριού» ο οποίος διατηρεί πάγκο με αρώματα τα οποία κατασκευάζει επί τόπου. Ο Ανέστης ασχολείται με το υπαίθριο εμπόριο γενικότερα, και το παζάρι του Πειραιά ειδικότερα από το 2011. Σύμφωνα με τα λεγόμενά του, το να ασχοληθεί με το παζάρι του Πειραιά είναι μια κίνηση προσαρμογής αφού είναι πολύ δύσκολο να συντηρήσεις ένα μαγαζί αυτές τις μέρες. Η υψηλή φορολογία και τα μέτρα λιτότητας έχουν προκαλέσει αλυσιδωτές αντιδράσεις στην αγορά. Η αγοραστική δύναμη του κοινού έχει πέσει σημαντικά συνεπώς μια επιχείρηση όπως του Ανέστη πρέπει να ανοιχτεί σε καινούριες αγορές και να προσεγγίσει νέους πελάτες. Ο Ανέστης ασχολείται με την παρασκευή και εμπορία καλλυντικών και αρωμάτων και διατηρεί μαγαζί στον Κορυδαλλό όπου εργάζεται ο αδερφός του και η γυναίκα του. Στην ίδια κατάσταση με τον Ανέστη βρίσκονται οι περισσότεροι αυτοαπασχολούμενοι στο παζάρι που έχουν κάποιο σταθερό κατάστημα, εμπορεύονται τα ίδια προϊόντα τόσο στο παζάρι όσο και στο σταθερό τους κατάστημα. Υπάρχουν και βέβαια λίγες εξαιρέσεις, όπως η περίπτωση ενός Αιγύπτιου επιχειρηματία ο οποίος διατηρεί παντοπωλείο στην Καλλιθέα στο παζάρι εμπορεύεται είδη ένδυσης και ταξιδιού.

Επίσης, τα παλαιοπωλεία της περιοχής εμπορεύονται διαφορετικά είδη τη μέρα του παζαριού και λειτουργούν πάγκους έξω από τα καταστήματά τους. Άλλοτε, τα παλαιοπωλεία της περιοχής ήταν ο πυρήνας του παζαριού, τώρα έχουν αλλάξει αντικείμενο λόγω της πτώσης των πωλήσεων συλλεκτικών αντικειμένων που επέφερε η οικονομική κρίση. Τα παλαιοπωλεία, τα οποία διαμόρφωσαν ιστορικά το παζάρι του Πειραιά, λόγω της οικονομικής κρίσης αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν στις επιπτώσεις της κρίσης. Στράφηκαν στην πώληση φθηνότερων προϊόντων τα οποία έχοντας χαμηλές τιμές είναι προσίτα στους περισσότερους καταναλωτές. Τις υπόλοιπες

μέρες της εβδομάδας οι παλαιοπώλες έχουν άλλες τιμές και διαφορετικά προϊόντα για πώληση. Ένα χαρακτηριστικό γεγονός ήταν το εξής: μία Δευτέρα, ένας μετανάστης είχε δει σε ένα παλαιοπωλείο κάτι πίνακες την Κυριακή και έκανε παζάρεμα στην τιμή τους. Είχε σκοπό να τους αγοράσει στην συμφωνημένη τιμή της Κυριακής, κάτι το οποίο δε έγινε καθώς ο υπάλληλος που λειτουργούσε το κατάστημα ήταν ξεκάθαρος: *«Άλλο η Κυριακή, την Κυριακή κάνω άλλες τιμές»*. Η πώληση δεν ολοκληρώθηκε και ο υποψήφιος αγοραστής έφυγε απογοητευμένος. Ρώτησα το γιατί, και ο υπάλληλος μου εξήγησε ότι την Κυριακή έχουν χαμηλότερες τιμές για να αυξηθούν οι πωλήσεις. Το συγκεκριμένο παλαιοπωλείο όπως και τα υπόλοιπα της περιοχής έχουν προσαρμοστεί στην νέα κατάσταση που δημιούργησε η οικονομική κρίση με το να εμπορεύονται μεταχειρισμένα αντικείμενα όπως dvd, ρούχα και εργαλεία μικρής αξία όπως και κάλτσες, εσώρουχα και διάφορα είδη ιματισμού τις Κυριακές.

Βλέπουμε ότι τα παλαιοπωλεία της περιοχής, τα οποία είναι κατά βάση οικογενειακές επιχειρήσεις οι οποίες μεταβιβάζονται από γενιά σε γενιά λειτουργούν ως επί το πλείστον με την λογική της αγοράς και του κέρδους, προσαρμόζονται και αλλάζουν αντικείμενο της Κυριακής. Βέβαια αυτό είναι φαινόμενο που συμβαίνει τα τελευταία χρόνια, αφού η κρίση έχει πλήξει δραματικά την αγορά των συλλεκτικών αντικειμένων. Σε αυτήν τη περίπτωση ανήκει και ο Σταύρος τον οποίο γνώρισα ως καταναλωτής. Κάθε Κυριακή, μπροστά από το παλαιοπωλείο του λειτουργεί πάγκο με εσώρουχα, κάλτσες και πετσέτες. Έχει σταθερά προσφορά τα τέσσερα ζευγάρια κάλτσες με πέντε ευρώ και συμφώνησε να αγοράσω δύο ζευγάρια στη μισή τιμή. Ο ίδιος μου πρότεινε τις κάλτσες με την επωνυμία «Maral» τις οποίες διαφήμιζε ως ελληνικό προϊόν πολύ καλής ποιότητας. Με αυτή την αφορμή του αποκάλυψα τον λόγο της επίσκεψής μου και προθυμοποιήθηκε να μου απαντήσει σε μερικές ερωτήσεις. Στην συνομιλία μας αναφέρθηκε πολλές φορές στην οικονομική κρίση της Ελλάδας, για τους ανθρώπους που μένουν σε χαρτόκουτα και ήταν άλλοτε επιχειρηματίες στο παζάρι. *«Δεν έχει λεφτά ο κόσμος και δύσκολα βγαίνει το μεροκάματο, έχω σταθερή πελατεία αλλά δεν αγοράζει ο κόσμος, έρχεται βλέπει και φεύγει χωρίς να ψωνίσει»* μου είπε χαρακτηριστικά. Ο ίδιος, γύρω στα πενήντα μου εξήγησε ότι ασχολείται με αυτό το επάγγελμα από μικρό παιδί, από τότε που είχαν οικογενειακώς το συγκεκριμένο κατάστημα, και ότι δεν πηγαίνει σε άλλες υπαίθριες αγορές. Μου ανέφερε ότι αγοράζει το εμπόρευσμά του από αποθήκες της γύρω περιοχής οι οποίες δεν έχουν Κινέζικα προϊόντα. *«Εγώ δίνω βάση στη ποιότητα, γιατί ξέρω, αν έρθεις και πάρεις και δεν είσαι ευχαριστημένος με αυτό που πήρες δε θα ξανάρθεις, σε μένα έρχονται και ξαναέρχονται.»* Αργότερα διάβασα στην ετικέτα της συσκευασίας ότι οι κάλτσες ήταν φτιαγμένες στην Τουρκία. Γενικά υπήρχε η τάση να διαφημίζονται τα προϊόντα ως ελληνικά, ενώ τις ίδιες κάλτσες τις βρήκα λίγο παρακάτω σε καλύτερες προσφορές, πέντε ευρώ τα πέντε και τα αλλού τα έξι ζευγάρια αντίστοιχα. Η διαφορά τους ήταν ότι αυτές έγραφαν ως χώρα προέλευσης τη Συρία. Υπάρχει όμως και ο ανταγωνισμός από τα κατώτερης ποιότητας προϊόντα τα οποία είναι

πιο φθηνά από τα φθηνά. Στο παζάρι μπορείς να βρεις τα πέντε ζευγάρια κάλτσες από την Κίνα με ένα ευρώ.

Σημαντικό ρόλο στην επιτυχία μια μικρής επιχείρησης είναι τα προϊόντα που εμπορεύεται και η σχέση τιμής/ποιότητας που προσφέρει στους καταναλωτές. Ο ανταγωνισμός είναι πολύ έντονος ανάμεσα στους μικροπωλητές του παζαριού, ειδικά όταν εμπορεύονται εφάμιλλα προϊόντα. Κάποιοι έμποροι ενδυμάτων έχουν στραφεί στην εισαγωγή μεταχειρισμένων ρούχων από τις Ευρωπαϊκές χώρες για να ανταγωνιστούν τα φθηνά κινέζικα ρούχα άλλων εμπόρων του παζαριού. Ο Ανέστης, με τα χειροποίητα αρώματα του προσφέρει μια μοναδική υπηρεσία και ένα ιδιαίτερο προϊόν στο παζάρι. Ανταγωνίζεται με μεγάλη επιτυχία τα διάφορα φθηνότερα τυποποιημένα αρώματα της αγοράς του παζαριού. Ο Ανέστης δεν πουλά απλά ένα αντικείμενο, πουλάει επίσης την τέχνη του και την αγάπη του για τα αρώματα, είναι τόσο ο πωλητής όσο και ο δημιουργός του ανταγωνιστικού προϊόντος του.

Σημαντικό επίσης στοιχείο για την επιτυχία μιας επιχείρησης είναι οι στρατηγικές αγορές. Σύμφωνα με τον Ισίδωρο το κέρδος σε αυτή την δουλειά βασίζεται στην αγορά και όχι στην πώληση. Δύο είναι οι μέθοδοι που οι έμποροι του παζαριού ακολουθούν για να επιτύχουν χαμηλότερες τιμές αγοράς. Η πρώτη είναι η μαζική αγορά μεγάλων ποσοτήτων εμπορευμάτων από τους χονδρέμπορους οι οποίοι τους κάνουν καλύτερες τιμές. Η δεύτερη μέθοδος που ακολουθούν οι μικροπωλητές, και συνδυάζεται με την πρώτη, είναι να ψάχνουν ευκαιρίες αγοράς από μαγαζιά τα οποία βρίσκονται υπό διάλυση και ξεπουλάνε την πραμάτεια τους. Με αυτή την μέθοδο εξασφαλίζουν πολύ χαμηλότερες τιμές ακόμα και για επώνυμα προϊόντα. Η μέθοδος αυτή είναι πολύ συχνό φαινόμενο στο παζάρι και αποτελεί στρατηγική διαφήμισης η οποία εξασφαλίζει την ποιότητα. Σε μία επίσκεψή μου, βρίσκονταν ένας περιστασιακός πωλητής καλλυντικών ο οποίος διαφήμιζε ότι τα καλλυντικά που πουλάει είναι γνήσια και προέρχονται από μαγαζί που έκλεισε. Από όσο πληροφορήθηκα ο συγκεκριμένος πωλητής έρχεται ευκαιριακά στο παζάρι και παραπλανεί τους καταναλωτές με αυτόν τον τρόπο. Οι μικροαπατεωνιές δεν λείπουν από το χώρο αυτό και για αυτό οι καταναλωτές είναι αρκετά επιφυλακτικοί και εξετάζουν προσεκτικά το κάθε τι πριν προβούν σε κάποια αγορά. Εκτός από την διάλυση καταστημάτων, κάποιοι μικροπωλητές αναζητούν και αγοράζουν μαζικά προϊόντα τα οποία είναι εποχιακά, όπως τα αντηλιακά στο τέλος του Σεπτεμβρίου, τα σχολικά είδη, τα χριστουγεννιάτικα στολίδια, τα αποκριάτικα αξεσουάρ και διάφορα άλλα είδη που έχουν προοπτική για κατανάλωση συγκεκριμένες εποχές του χρόνου. Συνεπώς, καταφέρνουν να πετυχαίνουν πολύ χαμηλές τιμές χονδρικής όταν πραγματοποιούν αγορές την κατάλληλη εποχή. Τέτοιου είδους στρατηγικές τους επιτρέπουν να διαθέτουν τα προϊόντα τους σε χαμηλές τιμές.



Πώληση Αρωμάτων - Ο Ανέστης

Μέχρι εδώ βλέπουμε ότι οι επιχειρηματίες του παζαριού λειτουργούν με βάση την καπιταλιστική λογική και τον υπολογισμό. Βέβαια όπως δείχνω ακριβώς παρακάτω, συνδυάζουν τα χαρακτηριστικά της μεγιστοποίησης με τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της οικονομίας. Εδώ εφαρμόζεται άψογα η θέση του Gudeman (2008, 2001, 1990) περί της διττής υπόστασης της οικονομίας που αναλύω στο πρώτο κεφάλαιο.

Μια άλλη εξίσου σημαντική τακτική που ακολουθούν οι επιχειρηματίες του παζαριού είναι να δημιουργούν σχέσεις εμπιστοσύνης, να αναπτύσσουν κοινωνικές σχέσεις με τους πελάτες τους δημιουργώντας έτσι μία βάση για σταθερή πελατεία και ταυτόχρονα επιτυγχάνουν την διαφήμιση της επιχείρησής τους από τους ικανοποιημένους πελάτες τους. Αυτή η στρατηγική, σύμφωνα με τα λεγόμενα ενός πληροφορητή μου είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που έχει το παζάρι σε σχέση με ένα μεγάλο πολυκατάστημα. Ο καταναλωτής έχει την άμεση επικοινωνία με τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης και έρχεται σε άμεση επαφή με το πρόσωπό του. Αυτή η αμεσότητα δημιουργεί τις προϋποθέσεις ανάπτυξης οικειότητας ανάμεσα στον πωλητή και τον αγοραστή η οποία δεν είναι νομικά τυποποιημένη και δεν παρουσιάζει καθόλου γραφειοκρατική δομή και οργάνωση. Επίσης, ακολουθούν μια τακτική η οποία είναι φιλική ως προς τον πελάτη σε περίπτωση που υπάρξει

κάποιο θέμα μετά την πώληση. Όταν ρώτησα τον Ιορδάνη, τον πρόεδρο του συλλόγου μικροπωλητών του παζαριού σχετικά με το μυστικό της επιτυχίας μια επιχείρησης σαν την δική του μου απάντησε : *«Ποιο είναι το μυστικό για επιτυχία ... εε να σε εμπιστεύονται πάνω από όλα, και αυτό το πετυχαίνεις πώς; Πρώτον να έχεις καλές τιμές και καλή ποιότητα στα εμπορεύματά σου και να μπορείς να το επικοινωνήσεις. Ε, και να μπορείς να το διαφημίζεις, να φωνάζεις δηλαδή.»*

Η διαφήμιση των προϊόντων στο παζάρι γίνεται μέσα από ευφάνταστα λογοπαίγνια τα οποία προτρέπουν τα πλήθη να αγοράσουν, είναι ένα είδος σαγηνεύματος, παγίδευσης του περιπλανώμενου στην αγορά. Καθώς παρατηρούσα τον Χαμπίμπ, συνειδητοποίησα ότι όταν μαζεύονταν κόσμος γύρω από τον πάγκο του, αυτός ενθάρρυνε τους καταναλωτές να αγοράσουν με το να φωνάζει περισσότερο. Όπως δείχνει ο Geertz (1979) αυτή η πρακτική είναι το μόνο μέσο διαφήμισης, πειθούς, που διαθέτει το παζάρι. Ακολουθώντας τα σύγχρονα οικονομικά μοντέλα μεγιστοποίησης του κέρδους, η διαφήμιση είναι το πιο σημαντικό στοιχείο της επιτυχίας μια επιχείρησης ή προϊόντος. Η ίδια λογική αλλά με διαφορετικά μέσα βρίσκει εφαρμογή στο παζάρι. Επίσης, η διαλάληση αποτελεί διακριτό χαρακτηριστικό του παζαριού και των υπαίθριων αγορών. Ωστόσο δεν αποτελεί καθολική πρακτική των επιχειρηματιών του παζαριού, ιδιαίτερα για τους νεοεισερχόμενους στο υπαίθριο εμπόριο όπως ο Ανέστης ο οποίος διαφημίζει το προϊόν του μέσα από την πελατεία του και κινεί το ενδιαφέρον των περαστικών μέσα από την ασυνήθιστη (πλέον) υπηρεσία που προσφέρει, αυτή του αρωματοποιού. Καθώς παρατηρούσα τον τρόπο που επικοινωνεί ο Ανέστης με τους πελάτες και εξηγούσε τον τρόπο που πρέπει να χρησιμοποιούν τα προϊόντα του συνειδητοποίησα τον λόγο που είναι ένας από τους πιο επιτυχημένους επιχειρηματίες του παζαριού. Αφιέρωνε χρόνο στις προσωπικές επιθυμίες του πελάτη και καλλιεργούσε με αυτόν το τρόπο ένα αίσθημα εμπιστοσύνης. Ο Ανέστης αντιμετωπίζει τον κάθε πελάτη του σαν ξεχωριστό άτομο σύμφωνα με τα λεγόμενά του, και όχι σαν έναν απρόσωπο καταναλωτή με ομοιογενή χαρακτηριστικά, μια πρακτική που ακολουθούν η μεγάλης κλίμακας επιχειρήσεις. Οι πελάτες του εμπιστεύονται όχι τόσο το εμπόρευμα αλλά τον ίδιο που το παρασκευάζει άρα σε αυτήν την περίπτωση οι σχέσεις μεταξύ αντικειμένων (χρημάτων - αρωμάτων) παίρνουν την μορφή σχέσεων μεταξύ προσώπων (πωλητή/δημιουργού – αγοραστή/καταναλωτή), το αντίθετο δηλαδή από τον φετιχισμό των εμπορευμάτων.

Επιπλέον μια εξίσου σημαντική παράμετρος για την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων του παζαριού είναι να παραποιούν τα οικονομικά τους στοιχεία και να μην αποδίδουν ΦΠΑ στο κράτος. Η μη απόδοση ΦΠΑ έχει δύο αποτελέσματα. Πρώτον οι έμποροι καταφέρνουν να συσσωρεύουν μεγαλύτερο κέρδος από την πώληση και δεύτερον τους επιτρέπει να έχουν χαμηλότερες τιμές για τον καταναλωτή.

Κατά τη διάρκεια της έρευνάς μου θέλησα επίσης να επικεντρωθώ στο λεγόμενο παζάρεμα της τιμής, το οποίο θεωρούσα δεδομένη πρακτική - άλλωστε για αυτό το λένε παζάρι. Προς

έκπληξή μου, το παζάρεμα δεν κυριαρχούσε σε όλους τους διαλόγους και δεν ήταν όλοι οι πωλητές διαθέσιμοι να εμπλακούν σε μια τέτοια διαδικασία. Ο λόγος είναι προφανής καθώς τα περισσότερα προϊόντα στο παζάρι έχουν πολύ χαμηλές τιμές που δεν επιδέχονται παζάρεμα. Επομένως το παζάρεμα γίνεται σε προϊόντα μεγαλύτερης αξίας και πάντα σε σχέση με την ποσότητα. Όπως μου είπε ο Νίκος για ένα αντηλιακό το οποίο έκανε 6 ευρώ, η τιμή του δεν επιδέχεται παζάρι παρά μόνο σε σχέση με την ποσότητα. Δηλαδή εάν αγοράσεις παραπάνω από ένα τότε μπορεί να γίνει καλύτερη τιμή. Το παζάρεμα σύμφωνα με τον Geertz (1979) και την De la Pradelle (2006) είναι μία μέθοδος για τους πωλητές να δημιουργήσουν σταθερή πελατεία και να αναπτύξουν κοινωνικές σχέσεις με τους καταναλωτές, ο οποίοι νιώθουν υποχρεωμένοι να συνεχίσουν την οικονομική σχέση με τον πωλητή. Οι καταναλωτές από την άλλη πλευρά, μέσω του παζαρέματος αντλούν πληροφορίες για τα προϊόντα και για τις τιμές. Οι πωλητές γνωρίζοντας ότι λειτουργούν σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά δίνουν όσο το δυνατόν λιγότερες πληροφορίες για τα τεχνικά χαρακτηριστικά των προϊόντων τους ώστε να μην μπορείς να κάνεις εύκολα τη σύγκριση με τα αντίστοιχα προϊόντα των μεγάλων καταστημάτων και των άλλων πάγκων του παζαριού. Μια αξιοσημείωτη περίπτωση παζαρέματος για ένα κάλυμμα καναπέ ήταν ως εξής: Μια κυρία γύρω στα σαράντα ήθελε να αγοράσει ένα κάλυμμα για το καναπέ της, καφέ χρώματος, το οποίο ήταν και το τελευταίο σε αυτήν την απόχρωση. Η τιμή του σύμφωνα με τον πωλητή ήταν στα δώδεκα ευρώ. Όταν του ζήτησε να «κόψει» τα δύο ευρώ και να της το αφήσει δέκα αυτός ήταν κάθετος, λέγοντας της ότι δεν βγάζει κέρδος. Από όσο κατάλαβα η κυρία αυτή είχε δει το συγκεκριμένο κάλυμμα σε μια προηγούμενη βόλτα της όπου της είχε κατεβάσει τη τιμή από δεκαπέντε στα δώδεκα αλλά αυτή αρνήθηκε να το αγοράσει επιμένοντας στα δέκα. Αφού λοιπόν επέστρεψε και ζητούσε επίμονα να το αγοράσει με δέκα ευρώ, ο πωλητής της πρότεινε να πάρει το ίδιο κάλυμμα αλλά σε άλλο χρώμα με δέκα ευρώ, γνωρίζοντας ότι η κυρία αυτή ήθελε το συγκεκριμένο χρώμα. Τελικά, η συναλλαγή ολοκληρώθηκε στα δώδεκα ευρώ. Την στιγμή που συνέβαινε αυτό, μια παρέα από κυρίες, γεμάτες κέφι, περνούσε μπροστά από το πάγκο. Μια κοντοστέκεται μπροστά από τον πάγκο και φωνάζει στον συγκεκριμένο επιχειρηματία:

- «Τα τρία ριχτάρια θα μου τα αφήσεις είκοσι;» Αυτός απαντά:
- «Είπαμε εικοσιπέντε τα τρία, αλλιώς τι, θα σεβάλω συνέταιρο ή θα μου δώσεις καμία κόρη;» Και αυτή του απαντά:
- «Α, κόρη δεν έχω αλλά άμα θες πάρε εμένα» και αρχίζουν όλοι να γελάνε. Ενώ εξελισσόταν αυτή η κουβέντα, η άλλη κυρία που είχε τα δέκα ευρώ έτοιμα και έψαχνε δύο ευρώ για να αγοράσει το κάλυμμα σχολίασε σαρκαστικά
- «Μπα που θες και κόρη, για δεσ μούτρα! Νομίζεις ότι περνάει ακόμα η μπογιά σου;» πλήρωσε και έφυγε ενοχλημένη.

Τα σεξουαλικά υπονοούμενα και πειράγματα είναι εγγενές στοιχείο των υπαίθριων αγορών και σε αυτό το πλαίσιο γίνονται αποδεκτά χωρίς παρεξηγήσεις τόσο από τους πωλητές όσο και τους καταναλωτές (de Certeau 1998 Yüksel 2004). Ακολούθησα αυτή την χαρούμενη παρέα, οι οποίες κάνανε την Κυριακάτικη βόλτα τους και όπως μου είπαν εάν έβρισκαν κάτι ωραίο, που συνήθως βρίσκουν, θα το αγόραζαν. Την παρέα αυτή τη συνάντησα αρκετές φορές στο παζάρι, ωστόσο ήταν τόσο προσηλωμένες στα προϊόντα του παζαριού που δεν με πρόσεξαν.

Σε μια από τις επισκέψεις μου γνώρισα και τον κύριο Γιώργο, γύρω στα πενήντα, κάτοικος της γύρω περιοχής. Φορούσε ένα πάνινο καπέλο, κομψά ντυμένος και γύριζε από πάγκο σε πάγκο ρωτώντας για τις τιμές και τα προϊόντα. Τον ακολούθησα διακριτικά και άκουσα το τρόπο που μιλούσε και προσέγγιζε τους πωλητές με αξιοζήλευτη μαεστρία δείχνοντας ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα προϊόντα τεχνολογίας. Σε ένα πάγκο ρωτούσε έναν πωλητή από την Ασία για ένα gadget ασύρματων ακουστικών τα οποία συνδέονται στην πηγή και μπορείς να ακούς από απόσταση με τα ακουστικά, εξετάζοντας λεπτομερώς την ποιότητα και τις δυνατότητες του προϊόντος. Σε ένα άλλο πάγκο εντόπισε μέσα στη πληθώρα από είδη μια κεραία wi-fi. Σκύβει και δείχνει με το δάκτυλό του στο βάθος του πάγκου: «αυτή η κεραία, τι είναι και πόσο κάνει;» ρωτάει. Ο πωλητής, παίρνει ένα σοβαρό ύφος και αποκρίνεται: «είναι κεραία για να πιάνεις wifi, θα σου πω μια τιμή για να την πάρεις...». Σκέφτεται και μετά από λίγο λέει: «για σένα, εικοσιπέντε ευρώ» εννοώντας ότι δεν επιδέχεται παζάρεμα η τιμή που είπε. Πιο κάτω σε ένα πάγκο με υδραυλικά τον ακούω που ρωτάει για την τιμή ενός αντικειμένου και να αναφωνεί «μ' αρέσει που πας να ρίξεις τους φίλους σου!» και μετά σχολιάζει σε ένα κύριο που ήταν μαζί παρέα «κοίτα να δεις πιο ακριβά από τα μαγαζιά». Είχε καταλάβει ότι τον προσέχω, και ένοιωσε περήφανος για τις ικανότητές του, πόσο μάλλον όταν του αποκάλυψα τον λόγο που βρίσκομαι στο παζάρι και τον ρώτησα σχετικά εκθειάζοντας τις διαπραγματευτικές του ικανότητες. Μου είπε: «έρχομαι κάθε Κυριακή εδώ, κάνω τη βόλτα μου και ρωτάω για τιμές να ξέρω. Να αυτή η κεραία θα δω και πόσο κάνει και στο Πλαίσιο.» Τον ρώτησα αν έχει φιλικές σχέσεις με τους πωλητές. «Εδώ δεν υπάρχει εμπιστοσύνη, όλοι είναι εχθροί σου και όλοι φίλοι σου. Εντάξει υπάρχουν και κάποιοι που έχουν μπέσα, πέρσι πήρα έναν ανεμιστήρα και μου χάλασε σε δύο μέρες. Τους τον γύρισα και μου έδωσαν έναν άλλον. Γενικά δεν μπορείς να ξέρεις, μπορεί να σε κοροϊδέψει ο καθένας.» Με κάλεσε για μπύρα σε ένα μαγαζί που βρίσκεται εκεί κοντά αλλά δεν έτυχε να τον δω ξανά.



Μετανάστης δεύτερης γενιάς από τη Σιέρα Λεόνε ψάχνει για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας

Βλέπουμε λοιπόν ότι και οι καταναλωτές είναι υποψιασμένοι και έχουν την αίσθηση των διάφορων στρατηγικών που ακολουθούν οι πωλητές. Υπάρχει επίσης ανταγωνισμός και ανάμεσα στους καταναλωτές του παζαριού οι οποίοι έχουν κοινά αγοραστικά ενδιαφέροντα. Έγινε μάλιστα μάρτυρας ενός καβγά ανάμεσα σε δύο καταναλωτές οι οποίοι έψαχναν μπλούζες στο πάγκο ενός καταστήματος. Ο ένας πήρε κυριολεκτικά από τα χέρια του άλλου την μπλούζα και απαίτησε λόγω της σχέσης του με τον καταστηματάρχη και την καθημερινή του παρουσία στον χώρο να την αγοράσει. Η θέση του Γιώργου ήταν πολύ δύσκολη στην συγκεκριμένη περίπτωση. Τελικά υπέκυψε στην επιθυμία του γνωστού του εξασφαλίζοντας την συναίνεση του δεύτερου υποψήφιου αγοραστή.

Για να αποφύγουν κάποιοι καταναλωτές τέτοιες καταστάσεις και να έχουν μεγαλύτερη ποικιλία επιλογών καταφθάνουν στο παζάρι από τις πρώτες πρωινές ώρες. Οι πωλητές το γνωρίζουν αυτό και προσαρμόζουν τις τιμές τους ανάλογα με την ώρα. Για παράδειγμα, κάποια

γυναικεία φορέματα τα οποία είναι μοναδικά σχέδια και έχουν αυξημένες πιθανότητες πώλησης, στην αρχή της ημέρας έχουν ανεβασμένες τιμές οι οποίες προσαρμόζονται καθοδικά καθώς περνά η ώρα. Επίσης αυτή την πρακτική την γνωρίζουν και οι καταναλωτές και κάποιοι από αυτούς επισκέπτονται το παζάρι αργότερα που οι πωλητές θα έχουν μειώσει τις τιμές του και θα έχουν κάνει καλύτερες, πιο συμφέρουσες προσφορές.

Αφού λοιπόν υπάρχουν πολυκαταστήματα που προσφέρουν τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα σε εξίσου χαμηλές τιμές, θα έπρεπε να υπάρχει ένα είδος ανταγωνισμού ανάμεσα στο παζάρι και τα δημοφιλή πολυκαταστήματα με βάση τους ορθολογικούς κανόνες του μάρκετινγκ. Όμως τι θεωρείται ορθολογικό; Το γεγονός ότι ο πωλητής ήθελε να πουλήσει το κάλυμμα του καναπέ στην υψηλότερη δυνατή τιμή και η πελάτισσα να αγοράσει στην χαμηλότερη τιμή είναι ένα καθαρά ορθολογικό σχήμα. Όμως το γεγονός ότι το ίδιο κάλυμμα σε διαφορετική απόχρωση είχε άλλη τιμή ξεφεύγει από το straight-jacket της ορθολογικότητας και μπαίνει στη σφαίρα του συναισθήματος, της ψυχολογίας και των κοινωνικών σχέσεων. Η τιμή δεν καθορίζεται από την ποιότητα αλλά από την διάθεση του αγοραστή να αποκτήσει αυτό που επιθυμεί. Η προκείμενη συναλλαγή δεν θα γινόταν αποδεκτή σε κάποιο κατάστημα, δηλαδή να υπάρχει διαφοροποίηση της τιμής ανάλογα με το χρώμα. Ήταν το τελευταίο κάλυμμα σε αυτή την απόχρωση ενώ στην άλλη παραλλαγή του, είχαν μείνει αρκετά απούλητα. Εδώ ο πωλητής θέλει σαφώς να μεγιστοποιήσει το όφελος του (να ξεφορτωθεί τα εμπορεύματα που δεν έχουν μεγάλη ζήτηση ή να πουλήσει στην μέγιστη δυνατή τιμή) αλλά ο καταναλωτής αποδέχεται μια ανορθολογική συναλλαγή εις βάρος του.

Πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το ότι ο κύριος Πέτρος μου είπε ξεκάθαρα ότι δεν είναι υποχρεωμένος να πουλήσει και αν δεν συμπαθήσει τον υποψήφιο αγοραστή δεν προβαίνει σε κανενός είδους συναλλαγή. Η συμπάθεια ή η αντιπάθεια προκύπτει μέσα από τον τρόπο παζαρέματος σύμφωνα με τα κριτήρια του Πέτρου. Υπάρχει εκτός από την ορθολογική επιλογή και την μεγιστοποίηση του κέρδους και μια ηθική αρχή, μια πρακτική η οποία βρίσκεται εντός του φορμαλιστικού πλαισίου, η οποία δεν είναι φορμαλιστική. Το παζάρεμα -η διαπραγμάτευση της τιμής- είναι ένα ηθικός κώδικας επικοινωνίας τόσο για τον αγοραστή όσο και για τον πωλητή. Η διαδικασία αυτή διαμορφώνει μια σχέση η οποία εξελίσσεται σε μια κοινωνική σχέση εμπιστοσύνης και αποδοχής (Geertz 1979).

Κατά τον Geertz, μια από τις στρατηγικές που αναπτύσσουν οι πωλητές και οι αγοραστές είναι η σταθερότητα αυτών των σχέσεων. Όπως μου είπαν οι πληροφορητές μου, οι ίδιοι επιδιώκουν την ανάπτυξη εμπιστοσύνης και φερεγγυότητας και διαπροσωπικής επικοινωνίας με τους πελάτες τους. Ο Ανέστης έπαιζε πολύ καλά αυτό το παιχνίδι υποστηρίζοντας πως οι πελάτες του έρχονται για την ποιότητα των αρωμάτων του. Η εμπιστοσύνη στην ποιότητα των προϊόντων ταυτίζεται με την εμπιστοσύνη στην ποιότητα του ανθρώπου που τα πουλά, η εμπιστοσύνη στα εμπορεύματα σημαίνει εμπιστοσύνη στο πρόσωπο του εμπόρου. Οι σχέσεις δηλαδή μεταξύ των

αντικειμένων παίρνουν την μορφή κοινωνικών σχέσεων (Mauss 1979). Το ίδιο μου ανέφερε και ο Σταύρος ότι «εμπιστεύονται την ποιότητα» των προϊόντων του. Από τη μία οι πωλητές εδραιώνουν μια σταθερή πελατεία και μπορούν να βασίζονται σε αυτήν, ενώ από την άλλη μεριά οι αγοραστές μειώνουν το ρίσκο της συναλλαγής με το να έχουν έναν έμπιστο προμηθευτή και να γλιτώνουν χρόνο. Επειδή δεν μπορούν να γνωρίζουν ακριβώς την ποιότητα των εμπορευμάτων, η κάθε συναλλαγή ενέχει τον κίνδυνο της απάτης. Το να έχεις ένα σταθερό προμηθευτή μειώνει αυτό τον κίνδυνο αφού ο πωλητής συνυπολογίζει την εμπιστοσύνη που του δείχνει ένας πελάτης που επιστρέφει. Αν δεν μπορείς να εμπιστευτείς την συναλλαγή, εμπιστέψου τον έμπορο, λέει ένα ρητό στο Μαρόκο (Geertz 1979).

Επίσης, η Michelle de la Pradelle (2006) στην εθνογραφική της έρευνα για την αγορά της Προβηγκίας αναδεικνύει την διάσταση του παζαρέματος και της μείωσης της τιμής. Σύμφωνα με τη συγγραφέα, ο σκοπός που αρκετοί έμποροι μειώνουν είτε από μόνοι τους ή μετά από προτροπή την τιμή τους, είναι η δημιουργία σταθερής πελατείας. Νιώθεις υποχρεωμένος αλλά και επιθυμείς να ξαναπάς κάπου που σε έχουν αντιμετωπίσει με οικειότητα και πράγματι αυτή η τεχνική έχει αποτελέσματα. Η μείωση της τιμής εκλαμβάνεται ως μια ιδιαίτερη μεταχείριση του πελάτη, ο οποίος νοιώθει σημαντικός και δημιουργούνται οι συνθήκες για να διατηρήσει αυτή την εμπορική σχέση με τον πωλητή στο μέλλον. Η αρχική τιμή ενός προϊόντος στο παζάρι είναι αρκετές φορές επίτηδες υψηλότερη από την επιθυμητή τιμή πώλησης. Αυτή η πρακτική του παζαρέματος θα λέγαμε ότι είναι μια «ανεπίσημη» πράξη. Εφαρμόζεται σε αυτό που ο Hart ονομάζει «ανεπίσημη» οικονομία, αφού δεν ελέγχεται από το κράτος ή την εξουσία. Η πρακτική της διαπραγμάτευσης όμως δεν παύει να είναι μια πολιτισμική πράξη, που στόχο δεν έχει μόνο το άμεσο ή έμμεσο κέρδος, αλλά την ανάπτυξη μιας κοινωνικής σχέσης.

Υπάρχουν λοιπόν ορθολογικές συμπεριφορές και εκτός του καπιταλιστικού συστήματος. Άλλες ορθολογικότητες που δεν αποτελούν καπιταλιστικές νοοτροπίες. Άραγε μπορούμε να θεωρήσουμε την άρνηση των Ιαβανέζων εμπόρων να πουλήσουν τα προϊόντα τους σε ξένους εάν είναι πολύ νωρίς και δεν έχουν πάει ακόμα οι σταθεροί πελάτες τους, που αρκετές φορές είναι φίλοι και συγγενείς τους, ως μια ανορθολογική πρακτική (Alexander & Alexander 1991); Σε αυτήν την περίπτωση οι κοινωνικές σχέσεις υπερισχύουν της ευκαιριακής μεγιστοποίησης.

Ένα άλλο παράδειγμα που μας δείχνει το τρόπο που καθορίζεται η τιμή, είναι το κόλπο με την οδοντόκρεμα. Ο πωλητής, πηγαίνει σε κάποιο πολυκατάστημα και αγοράζει τις προσφορές που βγάζουν κατά καιρούς διάφορες μάρκες όπου με την αγορά μίας οδοντόκρεμας παίρνεις δώρο μια δεύτερη. Ο πωλητής πουλά μεμονωμένα αυτή την προσφορά με τιμή κατώτερη του supermarket και βγάζει αναλογικά τεράστια υπεραξία μέσω μιας τέτοιας πώλησης. Όπως μου είπε ο κύριος Γιώργος, ο οποίος ήταν άσσος στο παζάρεμα, αντλούσε πληροφορίες για τις τιμές από διάφορες πηγές. Συνεπώς οι τιμές των πολυκαταστημάτων παρέχουν ένα μέτρο, μια σταθερά για να

διαμορφωθούν οι τιμές στο παζάρι οι οποίες συγκρίνονται εντός και εκτός παζαριού.

Συνοψίζοντας, το παζάρεμα είναι μια μέθοδος για τη δημιουργία σταθερής πελατείας, ένας τρόπος να αποσπά πληροφορίες ο καταναλωτής, καθορίζει την αρχική και τελική τιμή πώλησης και είναι ένα μέσο για να λειτουργεί ο θεσμός που ονομάζεται παζάρι. Το παζάρεμα λαμβάνει διάφορες διαστάσεις πέραν από την μεγιστοποίηση του κέρδους που θα έβλεπε ένας αφελής ωφελιμιστής. Συνεπώς, το παζάρι είναι εκτός από έναν οικονομικό θεσμό και ένας κοινωνικός χώρος ενσωματωμένος στο ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο εντός του οποίου αναπτύσσεται. Η διαπραγμάτευση της τιμής αποτελεί μια κοινωνική πρακτική, μια επικοινωνία, που εκτός από τις βασικές οικονομικές αρχές έχει κοινωνικές διαστάσεις.

4. Διασυνδέσεις της Επίσημης με την Ανεπίσημη Οικονομία

4.1 Η Ανεπίσημη Οικονομία στο χώρο του παζαριού

Το παζάρι του Πειραιά μπορεί να διαχωριστεί σε ένα επίσημο και ένα ανεπίσημο παζάρι. Αυτός ο διαχωρισμός είναι περισσότερο μεθοδολογικός παρά πραγματικός αφού μπορούμε εξίσου να ισχυριστούμε ότι το ανεπίσημο βρίσκεται μέσα στο επίσημο καθώς και το ανάποδο (Chen 2006, Hart 2006, Sindzige 2006). Για αυτό τον λόγο προτείνω να κατηγοριοποιήσουμε τις ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες ανάλογα με τον βαθμό συσχέτισής τους με την επίσημη οικονομία.

Έτσι έχουμε δραστηριότητες οι οποίες έχουν εντελώς ανεπίσημο χαρακτήρα, όπως η πώληση λαθραίων τσιγάρων, πειρατικών dvd και κλοπιμαίων. Διαφορετική κατηγορία αποτελούν Έλληνες και μετανάστες πωλητές οι οποίοι στερούνται αδείας. Έχουν επίσης ανεπίσημη υπόσταση ωστόσο τα προϊόντα τους δεν είναι παράνομα. Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν και οι ρακοσυλλέκτες. Στις δύο αυτές κατηγορίες έχουμε συνήθως να κάνουμε με οικονομικά και κοινωνικά αποκλεισμένα άτομα τα οποία δεν έχουν άλλο τρόπο επιβίωσης. Οι κατηγορίες αυτές κυριαρχούνται συντριπτικά από παράνομους μετανάστες και πρώην και νυν χρήστες ηρωίνης ανεξαρτήτως προελεύσεως. Ωστόσο, υπάρχουν και κάποιες εξαιρέσεις κυρίως Ελλήνων μη αδειοδοτημένων πωλητών και ρακοσυλλεκτών οι οποίοι λειτουργούν ανεπίσημα για να εξασφαλίσουν ένα επιπλέον εισόδημα και κάποιοι άλλοι απλά για να περάσουν την ώρα τους. Κάποιοι μάλιστα είναι συνταξιούχοι οι οποίοι ασχολούνταν με το παζάρι πριν συνταξιοδοτηθούν. Επιπλέον, μια τρίτη μεγάλη κατηγορία αποτελούν οι ανεπίσημες οικονομικές πρακτικές στις οποίες προβαίνουν οι επίσημοι πωλητές του παζαριού. Σε αυτές περιλαμβάνονται η πώληση προϊόντων χωρίς αποδείξεις, η οικογενειακή και η αδήλωτη εργασία και η συναλλαγές ανάμεσα λιανοπωλητές και τους χονδρέμπορους οι οποίες βασίζονται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη και δεν έχουν νομική υπόσταση ούτε δελτία αποστολής και παραλαβής και η υπενοικίαση θέσεων. Μια τέταρτη κατηγορία ανεπίσημων δραστηριοτήτων είναι η διαφθορά των κρατικών λειτουργών οι οποίοι δωροδοκούνται για να κάνουν τα στραβά μάτια και να μην επιβάλουν τα πρόστιμα που προβλέπει ο νόμος ασκώντας παράλληλα το έργο τους επιλεκτικά για τα μάτια του κόσμου.



Πωλητές λαθραίων τσιγάρων στο συνηθισμένο σημείο τους

Για παράδειγμα, στην πρώτη κατηγορία που προτείνω, οι πωλητές των λαθραίων τσιγάρων και τον πειρατικών dvd δεν είναι αυτοαπασχολούμενοι. Είναι ο τελευταίος τροχός της αμάξης ενός μεγάλου δικτύου λαθρεμπορίας και πληρώνονται καθημερινά. Όλοι όσοι ασχολούνται με την πώληση λαθραίων τσιγάρων προέρχονται από το Πακιστάν και έχουν σταθερή παρουσία και πελατεία όλη την εβδομάδα στο χώρο του παζαριού. Επίσης λειτουργούν υπό την προστασία της αστυνομίας και δεν χαίρουν της ευρείας αποδοχής των επαγγελματιών του παζαριού, οι οποίοι συχνά διαπληκτίζονται μαζί τους.

Στην δεύτερη κατηγορία, μια αξιοσημείωτη περίπτωση είναι οι Πακιστανοί πωλητές νερού και αναψυκτικών. Σε μία από τις επισκέψεις μου θέλησα να αγοράσω ένα μπουκάλι νερό και ζήτησα λοιπόν από έναν περιφερόμενο πωλητή. Ψάχνοντας μέσα στο αυτοσχέδιο «ψυγείο» του βρήκε ένα μπουκάλι το οποίο ήταν ακόμα πάγος και χρησίμευε στο να κρατάει δροσερά τα υπόλοιπα αναψυκτικά. Αρνήθηκα βεβαίως να το αγοράσω και συνέχισε την πορεία του. Μετά από λίγο, ενώ συνέχιζα την έρευνά μου, έρχεται ένας άλλος πωλητής ο οποίος με προσεγγίζει δίνοντάς μου ένα μπουκάλι νερό το οποίο μου επιδείκνυε ότι δεν είναι πάγος. Εντυπωσιάστηκα από το γεγονός αυτό καθώς νόμιζα ότι ο κάθε ένας πωλητής δουλεύει μόνος του και τον ρώτησα σχετικά με την τόσο καλά οργανωμένη επιχείρηση που έχει ένα τόσο άρτιο δίκτυο πληροφόρησης. Μου

είπε ότι η επιχείρησή τους αποτελείται από έξι άτομα, όλοι Πακιστανοί οι οποίοι μένουν σε ένα διαμέρισμα στο Κερατσίνι. Πηγαίνουν σε διάφορες υπαίθριες αγορές ενώ έχουν συνέχεια τον φόβο της αστυνομίας η οποία τους κυνηγά. Επίσης εντυπωσιάστηκα από το ημερήσιο τζίρο τους. Κατά τα λεγόμενα του Μεχμέτ, μόνος του έκανε γύρω στα 40-50 ευρώ κάθε Κυριακή. Τα χρήματά αυτά πηγαίνουν σε ένα κοινό ταμείο και στο τέλος τα μοιράζονται δια του συνόλου των απασχολουμένων, ενώ έχουν και ένα αποθεματικό ταμείο για τις αγορές τους. Οι πωλητές αυτοί χαίρουν της αποδοχής των επαγγελματιών του παζαριού. Ο τρόπος λειτουργίας τους είναι παρόμοιος με την αυτοαπασχόληση και την οικογενειακή επιχείρηση. Λειτουργούν όπως ένα νοικοκυριό αφού κατοικούν μαζί και μοιράζονται τόσο τα έξοδα όσο και τα έσοδα από την επιχείρησή τους στην οποία είναι όλοι ισότιμα μέλη. Η επιχείρησή τους λειτουργεί δηλαδή όμοια με μία επίσημη ομόρρυθμη εταιρία και παρουσιάζει χαρακτηριστικά των επίσημων επιχειρήσεων.



Ο Μεχμέτ

Στην ίδια κατηγορία ανήκουν και οι διάφοροι ρακοσυλλέκτες της περιοχής όπως ο Αλί από την Αίγυπτο. Ο Αλί απλώνει το σεντόνι του και εκθέτει τηνπραμάτεια του όλες τις υπόλοιπες μέρες εκτός από την Κυριακή. Έχει σταθερό σημείο στην Αλιπέδου και από όσο μου είπε μέχρι το 2010 είχε τον δικό του πάγκο στο παζάρι. Επειδή οι δουλειές δεν πήγαιναν καλά δεν μπόρεσε να ανανεώσει την άδειά του αναγκάστηκε να γίνει ρακοσυλλέκτης για να επιβιώσει. Μένει σε ένα εγκαταλελειμμένο κτίριο της περιοχής. Κάποιοι από τους ρακοσυλλέκτες της περιοχής έχουν γίνει αποδεκτοί από τους μαγαζάτορες της Αλιπέδου καθώς μπορούν να κατανοήσουν και να συμπαθήσουν τους λόγους που κάποιος ασχολείται με αυτό το επάγγελμα.

Στην κατηγορία των ανεπίσημων πωλητών ανήκει και ο κύριος Δημήτρης, συνταξιούχος πρώην επαγγελματίας του παζαριού. Κάθε Κυριακή, στήνει ένα τραπεζάκι μπροστά στο μαγαζί του φίλου του Γιάννη και πουλάει αλουμινόχαρτο και αντικολλητικό χαρτί, τα οποία όπως μου είπε προμηθεύεται απευθείας από μία ελληνική βιομηχανία μεταποίησης. Τον ρώτησα γιατί το κάνει αυτό και μου απάντησε ότι το παζάρι για αυτόν είναι η ζωή του. Τώρα που βγήκε στην σύνταξη δεν δικαιούται να βγάλει άδεια και περνάει με αυτόν τον τρόπο τις Κυριακές του. Δεν είχε ποτέ πρόβλημα με την αστυνομία και με τους υπόλοιπους επαγγελματίες του παζαριού, ενώ το ποσό που βγάζει από τις πωλήσεις είναι αμελητέο σε σύγκριση με τα 700 ευρώ της σύνταξης την οποία λαμβάνει.

Εντός του παζαριού δραστηριοποιούνται και άλλοι, Έλληνες μη αδειοδοτημένοι πωλητές. Μία κυρία που πουλάει παγίδες για τις κατσαρίδες στην μέση του δρόμου, και ένα κύριος που πουλάει διάφορες κόλλες είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα. Έχουν σταθερή παρουσία και σταθερό σημείο στο παζάρι.



Παγίδες για κατσαρίδες – Ανεπίσημη πωλήτρια

Κατά τη διάρκεια της εβδομάδας, υπάρχουν και οι Ρομά, οι οποίοι βρίσκουν πρόσφορο έδαφος για να απλώσουν τα σεντόνια τους και να εξασκήσουν αυτό που ξέρουν να κάνουν καλύτερα. Μάλιστα, τα παλιατζίδικα την περιοχής αποτελούν μια αγορά στην οποία διάφοροι Ρομά, οι οποίοι γυρίζουν τους δρόμους των Αθηνών ψάχνοντας για χαλασμένες ηλεκτρικές συσκευές και μέταλλα, απευθύνονται για να πουλήσουν τα ευρήματά τους. Χαρακτηριστικά ένας τσιγγάνος με την οικογένειά του έκανε στάση στο μαγαζί του κυρίου Πέτρου προσπαθώντας να του πουλήσει ένα

πιεστικό νερού που είχε βρει στα σκουπίδια, το οποίο ο κύριο Πέτρος αρνήθηκε να αγοράσει.

Στην τρίτη κατηγορία, τα παραδείγματα αφθονούν. Πέραν της οικογενειακής εργασίας, την απασχόληση αδήλων εργατών, της φοροδιαφυγής και των διάφορων παρανομιών που προβαίνουν οι αυτοαπασχολούμενοι του παζαριού, θα ήθελα να σταθώ σε μια συναλλαγή η οποία εκτυλίχτηκε μπροστά μου και παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον το πρωινό κάποιας Δευτέρας. Είχα επισκεφτεί το παλαιοπωλείο του Σταύρου. Ο Σταύρος είχε ένα πάγκο γεμάτο από μεταχειρισμένα dvd, τα οποία διέθεταν κατά καιρούς διάφορα έντυπα. Μου είπε ότι αυτό που κάνει είναι παράνομο και επισύρει πρόστιμο χιλίων ευρώ. Καθώς έψαχνα στον παράτυπο πάγκο του, ήρθε ένας άνδρας ο οποίος προμήθευε τον κύριο Σταύρο με παιδικά ρούχα. Η συμφωνία τους ήταν να τα διαθέσει ο Σταύρος στο παζάρι και να μοιραστούν τα κέρδη εκ των υστέρων. Αυτή η περίπτωση είναι μια πολύ ενδιαφέρουσα ανεπίσημη συμφωνία, μία επαγγελματική σχέση η οποία διέπεται από την εμπιστοσύνη και δεν χρειάζεται την προστασία των θεσμών. Παρόμοιες σχέσεις αναπτύσσουν και άλλοι μικροπωλητές του παζαριού. Ο Νικόλας μου περιέγραψε μια τέτοια διευκόλυνση που του έκανε ένας Κινέζος χονδρέμπορος από τον οποίο ψωνίζει τακτικά. Μια φορά οι αγορές του ξεπέρασαν κατά πεντακόσια ευρώ τα διαθέσιμα χρήματά του. Ο Κινέζος τον διευκόλυνε παρέχοντάς του το εμπόρευμα με μια άτυπη πίστωση, την οποία καταχώρησε στο τεφτέρι του με το όνομα του, τα εμπορεύματα και το οφειλόμενο ποσό και το έδωσε στον Ισίδωρο να υπογράψει. Βλέποντας την διαδικασία αυτή κάποιος τσιγγάνος θέλησε να κάνει το ίδιο κάτι που βεβαίως ο Κινέζος το αρνήθηκε. Βέβαια, αυτή η περίπτωση που περιέγραψε ο Νικόλας δεν είναι ο κανόνας, είναι μια άτυπη διευκόλυνση ανάμεσα σε συνεργάτες, είναι μία σχέση που ξεπερνά του τύπους και βασίζεται στην σταθερότητά της και στο μέλλον της καθώς και οι δύο πλευρές επωφελούνται από αυτήν. Επίσης, υπάρχουν και οι διάφοροι περιστασιακοί εργάτες του παζαριού οι οποίοι δουλεύουν ανεπίσημα στους πάγκους και τα καταστήματα. Σε αυτούς τους ανεπίσημους εργάτες ανήκουν αυτοί που εργάζονται στο παζάρι για να εξασφαλίσουν ένα επιπλέον εισόδημα και τα οικογενειακά μέλη που εργάζονται ανταποδοτικά χωρίς να πωλούν την εργατική τους δύναμη.

Τέλος, στην τέταρτη κατηγορία των διεφθαρμένων κρατικών λειτουργών ανήκουν οι αστυνομικοί οι οποίοι αφήνουν επιλεκτικά συγκεκριμένους Πακιστανούς πωλητές τσιγάρων και κυνηγούν για πολιτικούς σκοπούς τους ρακοσυλλέκτες της περιοχής και όποιον άλλον παρανομεί χωρίς να τους δωροδοκεί.

Βλέπουμε λοιπόν ότι στις ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες εμπλέκονται όλοι οι συμμετέχοντες του παζαριού. Η αναλυτική κατηγορία της ανεπίσημης οικονομίας περιλαμβάνει ένα τεράστιο εύρος δραστηριοτήτων οι οποίες δεν μπορούν να αξιολογηθούν το ίδιο. Ο Νίκος, ο Άλεξ και ο Αιμίλιος δεν μπορούν να είναι το ίδιο με τους άστεγους ρακοσυλλέκτες οι οποίοι ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας. Η οικογενειακή εργασία δεν μπορεί να αξιολογείται το ίδιο με τους πωλητές λαθραίων τσιγάρων από το Πακιστάν και αυτοί με την σειρά τους με τον μεγάλο

λαθρέμπορο τσιγάρων. Ο κύριος Δημήτρης δεν μπορεί να είναι εγκληματίας, ούτε ο κύριος Σταύρος είναι το ίδιο με τους διεφθαρμένους αστυνομικούς.

Συνεπώς, οι ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες στις μη ανεπτυγμένες χώρες εκφράζουν τις βαθιές πολιτισμικές δομές που προϋπήρχαν και ρύθμιζαν την κοινωνική και οικονομική ζωή. Επόμενο ήταν λοιπόν οι ανεπίσημες οικονομικές δραστηριότητες να εξελιχθούν παράλληλα με τον καπιταλισμό και να ενσωματωθούν σε αυτόν. Σε ένα πολύ ενδιαφέρον άρθρο, ο Keith Hart⁷, κάνει λόγο για την ανεπίσημοποίηση (informalization of the economy) της παγκόσμιας οικονομίας και εκθέτει τους διάφορους τρόπους που η οικονομία και η ελεύθερη αγορά δεν υπακούει σε κανόνες. Η ανεπίσημη οικονομία αντί να εξαλειφθεί όπως αναμενόταν με βάση το φιλελεύθερο οικονομικό μοντέλο ανάπτυξης διογκώθηκε και αποτελεί πλέον συστατικό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας. Στοιχεία ανεπισημότητας μπορούμε να ανιχνεύσουμε και στους επίσημους θεσμούς όπως οι τράπεζες, οι μεγάλες πολυεθνικές και σε βιομηχανίες γεγονός που αναδεικνύει τον άμεσο συσχετισμό του επίσημου με τον ανεπίσημο οικονομικό τομέα.

Πλέον είναι σαφές ότι η ανεπίσημη οικονομία δεν είναι ένα αποκλειστικό πεδίο δράσης των οικονομικά ασθενέστερων. Συνεπώς, στην ανάλυση των ανεπίσημων οικονομικών δραστηριοτήτων πρέπει να γίνει ένας διαχωρισμός, λαμβάνοντας υπόψη το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό υπόβαθρο των δρώντων σε συνδυασμό με το πολιτικό και οικονομικό πλαίσιο του κράτους και τις διάφορες διασυνδέσεις που παρουσιάζει ο ανεπίσημος οικονομικός τομέας με τον επίσημο.

Θα πρέπει λοιπόν να αναφερόμαστε σε ανεπίσημες οικονομίες ειδικότερα και όχι αφαιρετικά εντάσσοντας υπό τον όρο της ανεπίσημης οικονομίας διαφορετικές ποιοτικά δραστηριότητες. Επιπλέον, πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη τις επιπτώσεις των πρακτικών αυτών στην συνολική οικονομία και στο κοινωνικό σύνολο. Για παράδειγμα, οι πωλήσεις χωρίς απόδειξη δεν μπορούν να θεωρούνται υπαίτιες για την οικονομική κατάσταση της Ελλάδας και δεν μπορούν να συγκριθούν σε μέγεθος με την πολιτική διαφθορά και τα οικονομικά σκάνδαλα.

Η ανεπίσημη οικονομία είναι, εκτός των άλλων, ένα μέσο ώστε η ελεύθερη αγορά να εισβάλει και σε οικονομικά πεδία που δεν μπορεί να εισχωρήσει η επίσημη οικονομία. Επίσης, η ανεπίσημη οικονομία έλαβε εξ αρχής παγκόσμια χαρακτηριστικά. Ας πάρουμε για παράδειγμα το εμπόριο ναρκωτικών το οποίο είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο διακίνησης. Ναρκωτικά που παράγονται σε μακρινές χώρες βρίσκουν το δρόμο τους στην κατανάλωση από τα χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα των εξαρτημένων από ναρκωτικές ουσίες, οι οποίοι μέσω των ανεπίσημων οικονομικών δραστηριοτήτων τους, όπως η περισυλλογή σκουπιδιών, εξασφαλίζουν τα απαραίτητα χρήματα για την δόση τους.

7 <http://thememorybank.co.uk/2012/10/17/the-informalization-of-the-world-economy/>

4.2 Διασυνδέσεις της Ανεπίσημης με την Επίσημη Οικονομία

Με βάση τον Hart (βλ. υποσημείωση 7) η ανεπίσημη οικονομία πηγάζει από τον πυρήνα του νεοφιλελευθερισμού. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές που εφαρμόζονται στην Ελληνική οικονομία πυροδοτούν ανεπίσημες οικονομικές αντιδράσεις στο πεδίο. Η αύξηση της φορολόγησης στα τσιγάρα για παράδειγμα οδηγεί ένα μεγάλο αριθμό καπνιστών, οι οποίοι έχουν δει τα εισοδήματά τους να μειώνονται δραματικά, στην αγορά των λαθραίων τσιγάρων που διατίθενται είτε στον χώρο του παζαριού είτε σε άλλες τοποθεσίες των Αθηνών. Η αύξηση της φορολόγησης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων οδηγεί αναπόφευκτα στην αύξηση της φοροδιαφυγής. Η μη νομιμοποίηση των χιλιάδων μεταναστών οι οποίοι διαμένουν στην Ελλάδα τους εξωθεί στο να απασχολούνται ανεπίσημα και συνεπώς να μην φορολογούνται όπως οι υπόλοιποι μισθωτοί εργαζόμενοι.

Συνέπεια του ολοένα και αυξανόμενου οικονομικά αποκλεισμένου πληθυσμού είναι η διόγκωση του ανεπίσημου οικονομικού τομέα η οποία προκύπτει από την ανάγκη για επιβίωση. Σε αυτήν την περίπτωση η ανεπίσημη οικονομία είναι η συνέπεια και όχι η αιτία της οικονομικής κρίσης που μαστίζει την χώρα. Ωστόσο, η αιτία μπορεί να συσχετιστεί με τις παράνομες, παράτυπες και εγκληματικές δραστηριότητες διεφθαρμένων κρατικών λειτουργών και πολιτικών προσώπων με σκοπό την μεγιστοποίηση του πλούτου τους. Αυτές οι πρακτικές βρίσκονται εντός της σφαίρας της ανεπίσημης οικονομίας, οι οποίες έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης για την κατάσταση της Ελλάδας σήμερα. Κανένας ωστόσο νεοφιλελεύθερος οικονομολόγος δεν λαμβάνει υπόψη του τα αληθινά αποτελέσματα που παράγουν οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές στο πεδίο και όχι στην οθόνη κάποιου ηλεκτρονικού υπολογιστή. Αγνοούν προκλητικά μάλιστα το γεγονός ότι οι κυβερνήσεις που εφαρμόζουν τα μέτρα κατά της διαφθοράς έχουν κατά εξακολούθηση εμπλακεί σε διάφορα οικονομικά σκάνδαλα. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει την ανορθολογικότητα της νεοφιλελεύθερης σκέψης η οποία εφαρμόζεται με παράδοξο τρόπο. Τελικά, ο νεοφιλελευθερισμός είναι μια ακόμα μεγάλη απάτη που έχει σαν σκοπό να αποξενώσει περαιτέρω τους ανθρώπους από την πολιτική και την κοινωνική υπόσταση της οικονομίας.

Στην περίπτωση του παζαριού, παρατηρούμε ότι η φοροδιαφυγή εντείνεται σαν άμεση συνέπεια των μέτρων εξυγίανσης και νεοφιλελευθεροποίησης της ελληνικής οικονομίας. Στο ανεπίσημο παζάρι που λειτουργεί τις Κυριακές εντοπίζονται διάφοροι συσχετισμοί με την επίσημη οικονομία. Καταρχάς, η πλειοψηφία των ανεπίσημων οικονομικών δραστηριοτήτων οφείλονται στην υπερφορολόγηση των μικρών εισοδημάτων, την τεράστια αύξηση της ανεργίας και τις περικοπές στην κοινωνική πρόνοια. Επιπλέον, η ανεπίσημη αγορά που αναπτύσσεται εντός και εκτός του παζαριού διαμορφώνεται από την επίσημη Κυριακάτικη αγορά. Ο επίσημος θεσμός του κυριακάτικου παζαριού παρέχει τα μέσα για την ανάπτυξη ανεπίσημων οικονομικών

δραστηριοτήτων και η παρουσία του δημιουργεί τις αναγκαίες προϋποθέσεις για την διαμόρφωση μίας ανεπίσημης αγοράς τόσο εντός του όσο και εκτός του. Κάθε Κυριακή, από το ύψος της πλατείας Ιπποδάμειας κυριαρχεί το επίσημο κομμάτι της αγοράς όπου οι αδειοδοτημένοι μικροπωλητές λειτουργούν τους πάγκους με τα εμπορεύματα οι οποίοι ωστόσο έχουν ενσωματωμένες τις ανεπίσημες οικονομικές πρακτικές στις οικονομικές δραστηριότητες τους. Στην αρχή της Αλιπέδου, δίπλα από τον σταθμό του ηλεκτρικού κυριαρχεί το ανεπίσημο στοιχείο της αγοράς όπου κυρίως διακινούνται εμπορεύματα από μη αδειοδοτημένους πωλητές και κλοπιμαία η οποίοι αντλούν την υπόστασή τους από το κυρίαρχο, επίσημο οικονομικό τομέα-σύστημα. Στο επίσημο αλλά και στο ανεπίσημο παζάρι της Κυριακής ανιχνεύονται στοιχεία αλληλοεπικάλυψης του επίσημου με του ανεπίσημου τομέα. Από την μία επίσημα εμπορεύματα μετά την πώληση μετατρέπονται σε ανεπίσημα καθώς δεν αποδίδουν την αναμενόμενη φορολογία στο κράτος, ενώ από την άλλη ανεπίσημα εμπορεύματα μετατρέπονται μετά την πώληση σε επίσημα. Η πώληση ενός dvd που διανέμει μια εφημερίδα θεωρείται ανεπίσημη, μετά την πώληση η κατοχή ενός τέτοιου dvd δεν χρειάζεται αποδεικτικά στοιχεία της αγοράς του. Στην ανεπίσημη οικονομία υπάρχουν δύο ειδών προϊόντα που διακινούνται : αυτά που προέρχονται από την επίσημη παραγωγή και αυτά που προέρχονται από την ανεπίσημη παραγωγή.

Η φύση των ανεπίσημων οικονομικών πρακτικών μπορεί να ερμηνευτεί με βάση τις βαθιές πολιτισμικές δομές της χώρας οι οποίες εκφράζουν την ανολοκλήρωτη διαδικασία της νεωτερικότητας και βρίσκονται ανάμεσα στο όριο του εκσυγχρονισμού και της παράδοσης. Ας μην ξεχνάμε ότι η αυστηρή τήρηση των τύπων μπορεί να οδηγήσει σε αρκετές παράδοξες καταστάσεις για να διαπιστωθεί το αυτονόητο. Αυτή η τυποποίηση των σχέσεων που κυριαρχεί σε μία μεγάλη επιχείρηση του επίσημου οικονομικού τομέα αντιμετωπίζει τους καταναλωτές ως σύνολο με ομοιογενή χαρακτηριστικά. Επόμενο είναι οι απρόσωπες, μεγάλες επιχειρήσεις να υστερούν στον τομέα της δημιουργίας οικείων σχέσεων κάτι το οποίο είναι σχετικά εύκολο να γίνει στο παζάρι. Ο λόγος είναι η επαφή και η διαπροσωπική επικοινωνία η οποία δεν ελέγχεται αυστηρά από τους τύπους, όπου οι καταναλωτές δεν αντιμετωπίζονται ως αριθμός αλλά ως πρόσωπα.

Η οικειότητα αυτή εκδηλώνεται με ανεπίσημη μορφή (informal form) αφού οι κοινωνικές σχέσεις ξεπερνούν τους περιορισμούς της νομιμότητας και των τύπων που εγγυούνται την αξιοπιστία των συναλλαγών. Η εμπιστοσύνη και όχι η υπευθυνότητα και ο νόμος εγγυάται την εντιμότητα των οικονομικών συναλλαγών του παζαριού (Narotzky 2011). Στην περίπτωση όμως των περιστασιακών πλανόδιων εμπόρων δεν υπάρχει καμία εγγύηση για τους καταναλωτές οι οποίοι παίρνουν ένα ρίσκο αφού δεν πρόκειται να συναντήσουν τον ίδιο πωλητή στο ίδιο σημείο και δεν μπορούν να δημιουργήσουν οποιαδήποτε σχέση μέσα στον χρόνο παρά μόνο ευκαιριακά.

Το παζάρι, ως ένα βαθμό αποτυπώνει την κυρίαρχη εικόνα της οικονομίας μιας χώρας. Στον λόγο των πληροφορητών μου υπήρχε έντονα το χαρακτηριστικό σύγκρισης του παζαριού του

Πειραιά με άλλες μεγάλες Ευρωπαϊκές πόλεις που λειτουργούν υπαίθριες αγορές. Οι υπαίθριες αγορές ήταν σίγουρα ο πρώτος οικονομικός χώρος από τον οποίο εξελίχθηκαν όλα τα μετέπειτα οικονομικά μοντέλα. Το παζάρι είναι ένας διαχρονικός θεσμός που φιλοξενεί τις ανθρώπινες δραστηριότητες και είναι ένας θεσμός ο οποίος μετασχηματίζεται και επιβιώνει εδώ και χιλιετίες σε διάφορα πολιτισμικά πλαίσια. Οι υπαίθριες αγορές στις ανεπτυγμένες χώρες παρουσιάζουν ιδιαίτερα ανεπτυγμένη οργάνωση (De la Pradelle 2006) καθώς η οικονομία των χωρών αυτών είναι καλύτερη οργάνωση. Άρα, η ελλιπής οργάνωση που παρατηρείται στο παζάρι του Πειραιά δεν είναι τυχαία. Πηγάζει από την εξουσία η οποία έχει σαφώς ελλιπή οργάνωση για να λειτουργήσει παραγωγικά.

Το παζάρι διαμορφώνει την ύπαρξή του ανάμεσα στην επίσημη και ανεπίσημη οικονομία ενώ οι πρακτικές που αναπτύσσονται στο χώρο του αντικατοπτρίζουν ως ένα βαθμό το πολιτικό και οικονομικό καθεστώς της χώρας. Εντός του παζαριού εμφανίζονται τόσο οι «επίσημες» όσο και οι «ανεπίσημες» μορφές οικονομίας. Από την μία πλευρά είναι το κράτος που ελέγχει διαχρονικά τον θεσμό αυτόν (δίνοντας άδειες), υπάρχει ένας σύλλογος που ελέγχει την χωροθέτηση οργανωμένος σε γραφειοκρατική βάση και από την άλλη, το παζάρι στην πράξη είναι μια αυτορυθμιζόμενη αγορά η οποία διαφεύγει αυτού του ελέγχου.

Ο σύγχρονος ρόλος του κράτους δεν είναι να βάλει σε τάξη την αταξία, αλλά να διαχειρίζεται την αταξία αυτή και να την χρησιμοποιεί για να δικαιολογεί την ύπαρξή του. Πώς να σταματήσουν να άραγε οι άνθρωποι να δρουν ανεπίσημα όταν οι ίδιοι οι κρατικοί μηχανισμοί δρουν παράτυπα, αντισυνταγματικά και εγκληματικά. Η Guyer (2001) παρατηρεί ότι η κρατικές αρχές των νέων Αφρικάνικων κρατών λειτουργούν ως επί το πλείστον ανεπίσημα. Ανιχνεύει αυτή την λειτουργία στα υψηλά επίπεδα διαφθοράς η οποία είναι ενσωματωμένη στους ρυθμιστικούς μηχανισμούς του κράτους.

Αντί Επιλόγου

Το παζάρι του Πειραιά είναι ένας κοινωνικός θεσμός που επιβιώνει από τις αρχές του 20ου αιώνα. Μέσα από την ιστορική του διάσταση μπορούμε να αντλήσουμε διάφορα συμπεράσματα για την ιστορική του συνέχεια και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Πρώτον, αποτελεί διαχρονικά μια διέξοδο, τόσο για την απασχόληση και την επιχειρηματικότητα αφού είναι ένας ανοιχτός χώρος που μπορούν να αναπτυχθούν διάφορες δραστηριότητες που εξασφαλίζουν κάποιο εισόδημα, όσο και για όσους έχουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους στη διάθεσή τους. Το παζάρι προσέφερε μια διέξοδο για τους οικονομικά ασθενέστερους σε διάφορες κρίσεις στην σύγχρονη Ελληνική ιστορία. Δεύτερον, είναι ένα διαπολιτισμικό περιβάλλον συνάντησης διάφορων πολιτισμών καθώς απορροφούσε τους μεταναστευτικούς πληθυσμούς. Τρίτον, ο χώρος της αγοράς του είναι ένας πολυλειτουργικός χώρος όπου αναπτύσσονται διάφορες κοινωνικές και οικονομικές σχέσεις οι οποίες αλληλοκαθορίζονται. Συνεπώς, ο οικονομικός χαρακτήρας του παζαριού παρέχει την βάση για τις διάφορες κοινωνικές σχέσεις οι οποίες δομούνται μέσα από τις οικονομικές πρακτικές γεγονός που υποδηλώνει τον κοινωνικό χαρακτήρα που έχει η οικονομία. Τέταρτον, υπήρχε από πάντα μία τάση να ευνοείτε η ανάπτυξη παράνομων δραστηριοτήτων και ήταν πάντα ένας κοινωνικοοικονομικός χώρος αντίστασης που διαφεύγει του κρατικού ελέγχου. Μέσα από την μελέτη της εργασίας, της κατανάλωσης και της οικογένειας στον κοινωνικοοικονομικό χώρο του παζαριού φαίνονται οι κοινωνικές προεκτάσεις των οικονομικών δραστηριοτήτων και οι διάφορες επιπτώσεις που έχει η οικονομική κρίση στην καθημερινότητα των συμμετεχόντων του παζαριού. Τέλος, αναδεικνύεται η κοινωνική διάσταση της οικονομίας. Οι οικονομικές συνδιαλλαγές αποτελούν ένα μέσο κοινωνικοποίησης και λαμβάνουν κοινωνική σημασία. Η άμεση επικοινωνία μεταξύ προσώπων συμβάλει στην διατήρηση της κοινωνικής διάστασης των οικονομικών σχέσεων του παζαριού.

Η αυτοαπασχόληση, η κυρίαρχη μορφή εργασίας στο παζάρι, φαίνεται να απαξιώνεται σε σχέση με την προ-κρίσης εποχή ενώ διατηρεί τα χαρακτηριστικά αναρχίας και αντίστασης στα εξουσιαστικά οικονομικά μοντέλα και πολιτικές που επιβάλλονται από τα πάνω. Οι παρανομίες είναι ενσωματωμένες στο τρόπο λειτουργίας μιας μικρής επιχείρησης οι οποίες λαμβάνουν πλέον χαρακτηριστικά επιβίωσης και όχι μεγιστοποίησης. Επίσης, η οικογενειακή επιχείρηση και η εργασία σε αυτήν παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Τόσο τα οικογενειακά μέλη βοηθούν την οικογενειακή επιχείρηση όσο και το ανάποδο, η οικογενειακή επιχείρηση στηρίζει τα οικογενειακά της μέλη. Και στις δύο περιπτώσεις, η εργασία στην οικογενειακή επιχείρηση έχει στοιχεία ανταποδοτικότητας.

Οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές που εφαρμόζονται ευνοούν τις μεγάλες επιχειρήσεις ενώ οδηγούν στο κλείσιμο τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες αποτελούν την ραχοκοκαλιά της

ελληνικής οικονομίας(Τσουκαλάς 1984). Την περίοδο μάλιστα της οικονομικής κρίσης οι κάτοχοι τεράστιων κεφαλαίων έχουν αποκτήσει μεγαλύτερο διαπραγματευτικό πλεονέκτημα για να επενδύσουν στην προβληματική ελληνική αγορά και να προωθήσουν τα συμφέροντά τους. Οι μεγάλες επιχειρήσεις όπως επισημαίνει ο Bourdieu (2005) (τραπεζικοί όμιλοι, επενδυτικοί οίκοι, πολυεθνικές επιχειρήσεις κλπ) έχουν την δυνατότητα να ελέγχουν τον ρυθμό των μετασχηματισμών χρησιμοποιώντας τις κρατικές δομές προς όφελός τους.

Σημαντικά επίσης στοιχεία για την κατανόηση των διάφορων κοινωνικών μετασχηματισμών που δημιουργούνται από την κρίση μπορούμε να αντλήσουμε από τους τρόπους που προσαρμόζονται οι καταναλωτές στα νέα δεδομένα της οικονομικής κρίσης. Επιπλέον, έδειξα ότι το παζάρι είναι ένας υβριδικός θεσμός όπου συνδυάζει την λογική της αγοράς με τις προ-καπιταλιστικές πρακτικές, το παγκόσμιο με το τοπικό, το κοινωνικό με το οικονομικό. Συνεπώς, είναι ένα έξοχο πεδίο για να αξιολογήσουμε τα κυρίαρχα οικονομικά μοντέλα που επιβάλλονται από την εξουσία με βάση τις οικονομικές επιπτώσεις που έχουν στην πραγματική οικονομία και τον τρόπο που βιώνεται και επικοινωνείται η οικονομική κρίση στην καθημερινότητα.

Η κρίση επηρέασε με έναν ιδιαίτερο τρόπο το παζάρι. Από την μία, το 2011 με την κατάργηση των δώρων σε μισθούς και συντάξεις, το παζάρι απέκτησε καινούριους πελάτες οι οποίοι στράφηκαν στα φθηνά προϊόντα για να καλύψουν τις ανάγκες και επιθυμίες τους και να συνεχίσουν τον καταναλωτικό τρόπο ζωής στον οποίον είχαν συνηθίσει. Από την άλλη, τα μέτρα λιτότητας που επιβάλλονται στα μικρά και μεσαία εισοδήματα έχουν οδηγήσει στην μείωση της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτικού του κοινού το οποίο ξοδεύει πολύ λιγότερα.

Όσον αφορά την σχέση της κρίσης με την ανεπίσημη οικονομία, παρατηρούμε ότι ο ανεπίσημος οικονομικός τομέας διογκώνεται. Τα μέτρα λιτότητας και οι περικοπές στην κοινωνική πρόνοια, έχουν οδηγήσει σε μια πρωτοφανή κατάσταση για την Ελλάδα. Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι βρίσκονται αποκλεισμένοι από την οικονομική ζωή ή βρίσκονται στα πρόθυρα του αποκλεισμού, ο αριθμός των αστέγων συνεχώς αυξάνει ενώ πολλοί ζουν στα όρια και κάτω από τα όρια της φτώχειας χωρίς να μπορούν να καλύψουν τις βασικές τους ανάγκες. Σε περιόδους κρίσεων και μετασχηματισμών, ο ανεπίσημος οικονομικός τομέας προσφέρει διάφορες ευκαιρίες απασχόλησης στους οικονομικά ασθενέστερους και στις οικογένειές τους. Οι ανεπίσημες πρακτικές των πολύ φτωχών στην Ελλάδα του σήμερα παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες με τις εθνογραφικές παρατηρήσεις του Hart (1973) για την Γκάνα.

Παράλληλα, τα μέτρα λιτότητας προκάλεσαν την αύξηση των πωλήσεων αφορολόγητων προϊόντων. Τόσο οι καταναλωτές όσο και οι επιχειρηματίες του παζαριού προβαίνουν σε ανεπίσημες μεθόδους για να πετύχουν οι μεν καλύτερες τιμές και οι δε αύξηση των πωλήσεων. Οι ανεπίσημες δραστηριότητες των επιχειρηματιών του παζαριού και των καταναλωτών συνδυάζουν την μεγιστοποίηση και το ορθολογισμό με την επιβίωση. Οι επίσημες επιχειρήσεις του παζαριού

επιβιώνουν μέσω των ανεπίσημων οικονομικών πρακτικών όπως η οικογενειακή εργασία και η φοροδιαφυγή. Η αύξηση των ανεπίσημων οικονομικών πρακτικών και δραστηριοτήτων στο παζάρι αποτελεί συνέπεια της κρίσης και όχι αιτία.

Συνεπώς, δεν είναι το πρόβλημα της Ελληνικής οικονομίας η φοροδιαφυγή και οι ανεπίσημες οικονομικές πρακτικές. Αντίθετα, οι ανεπίσημες μορφές της οικονομίας του παζαριού λειτουργούν υποστηρικτικά για ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού που πλήττεται από τις νεοφιλελεύθερες πολιτικές που εφαρμόζονται.

Η επίσημη με την ανεπίσημη οικονομία αποτελούν ένα συνεχές που παρουσιάζει έντονες διαβαθμίσεις. Για την ανάλυση των σχέσεων αυτών είναι αναγκαίο να λαμβάνεται υπόψιν το πολιτισμικό, οικονομικό και πολιτικό υπόβαθρο των οικονομικών δρώντων σε συνδυασμό με το πολιτικό, οικονομικό και πολιτισμικό πλαίσιο του κράτους, όπως και τις επιπτώσεις τους στην οικονομική ζωή της χώρας. Η φοροδιαφυγή των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, η αδήλωτη εργασία, το ανεπίσημο εμπόριο δεν μπορούν να συγκριθούν σε καμία περίπτωση με τα σκάνδαλα διαφθοράς και τις τακτικές των κερδοσκόπων και των τραπεζών. Οι πρώτες αντιπροσωπεύουν τις συνέπειες της κρίσης και οι δεύτερες τις αιτίες της. Ο ρόλος της ανεπίσημης οικονομίας παρουσιάζει έντονες διαφοροποιήσεις κατά περίπτωση, γεγονός που πρέπει να λαμβάνει υπόψιν οποιαδήποτε σοβαρή οικονομική πολιτική.

Βιβλιογραφία

Alexander, J. & Alexander, P. 1991. «What's a Fair Price? Price-Setting and Trading Partnerships in Javanese Markets» στο *Man, New Series* 26(3). London: Royal Anthropological Institute of Great Britain. Σελ. 493-512.

Βαλεριάνου, Κ. & Παναγιωτάτου Ε. 2006. *Παρατηρώντας τον Πειραιά*. Αθήνα: Levelart.

Bohannan, P. & Dalton, G. (eds). 1965. *Markets in Africa: eight subsistence economies in transition*. Garden City NY: Anchor Natural History Library.

Bourdieu, P. 2005. "Principles of an Economic Anthropology" στο *Handbook of Economic Sociology*. Smelser, N. & Swedberg, R. (επιμ.). New York: Princeton University Press. Σελ. 75-89.

Castells, M. & Portes, A. 1989. «World Underneath: The Origins, Dynamics and Effects of the Informal Economy», στο *The Informal Economy*. A. Portes, M. Castells and L.A. Benton (eds.). Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press. pp. 11-37.

Certeau, M. de. Giard L. & Mayol, P. 1998. *The Practice of Everyday Life* (2). Minneapolis: University of Minnesota Press. μτφ. Tomasik T.

Chen, A. M. 2006. «Rethinking the informal economy, Linkages with the formal economy and the formal regulatory environment» στο *Linking the formal and informal economy, Concepts and Policies*. Basudeb Guha-Khasnabis, Ravi Kanbur, Elinor Ostrom (επιμ.). New York: Oxford University press σελ 75-92.

Cohen, M. 1989. «Walter Benjamin's Phantasmagoria» στο *New German Critique* (48). σελ. 87-107.

Dawson, C. Henley, A. & Latreille, P. 2009. «Why Do Individuals Choose Self-Employment» *IZA Discussion Paper* No. 3974. IZADP: Bonn.

Geertz, C. 2003. *Η Ερμηνεία των Πολιτισμών*. Αθήνα: Αλεξάνδρια. Μτφ. Παραδέλλης Θ.

Geertz, C. 1979. *Meaning and order in Moroccan society. Three essays in cultural analysis*.

Cambridge: Cambridge University press.

Geertz, C. 1963. *Peddlers and princes. Social change and economic modernization in two Indonesian towns*. Chicago: University of Chicago press.

Γκέφου - Μαδιανού, Δ. 1999, *Πολιτισμός και Εθνογραφία, Από τον εθνογραφικό ρεαλισμό στην πολιτισμική κριτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.

Gudeman, S. 2008. *Economy's Tension*. Νέα Υόρκη: Berghahn Books.

Gudeman, S. 2001. *The Anthropology of Economy: Community, Market, and Culture*. Νέα Υόρκη: Blackwell.

Gudeman, S. 1990. *Conversations in Colombia*. Cambridge: Cambridge University Press.

Guha-Khasnobis, B. Kanbur, R. & Ostrom, E. (επιμ.). 2006. *Linking the formal and informal economy, Concepts and Policies*. New York: Oxford University press

Guyer, J. & Hansen Tranberg K. 2001. «Markets in Africa in a New Era» στο *Journal of the International African Institute* 71(2), σελ. 197-201.

Hart, Keith. 2006. «Burreocratic form and the informal economy» στο *Linking the formal and informal economy, Concepts and Policies*. Basudeb Guha-Khasnobis, Ravi Kanbur, Elinor Ostrom (επιμ.). New York: Oxford University press σελ. 21-35.

Hart, K. 1992. «Market and state after the Cold War: the informal economy reconsidered», στο *Contesting Markets*, R. Dilley (επιμ) Edinburgh: Edinburgh University Press, σελ. 214-228.

Hart, K. 1973. «Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana», στο *The Journal of Modern African Studies* 11(1). σελ 61-89.

Hirschon, R. 1998. *Heirs of the Greek Catastroph: The Social Life of Asia Minor Refugees in Piraeus*. Oxford: Berghahn.

La Pradelle, Michelle de. 2006. *A market day in Provence*. Chicago: University of Chicago press
μτφ. Amy Jacobs.

Λεοντίδου, Λ. 1989. *Πόλεις της σιωπής, εργατικός εποικισμός της Αθήνας και του Πειραιά, 1909-1940*. Αθήνα: Θεμέλιο.

Lewis, W. A. 1954. «Economic Development with Unlimited Supplies of Labor» στο *Manchester School of Economic and Social Studies* 22, σελ. 139–91.

Mauss, M. 1979. *Το δώρο : μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής στις αρχαϊκές κοινωνίες*. Αθήνα: Καστανιώτης μτφ. Άννα Σταματοπούλου – Παραδέλλη.

Miller, D. 1998. *Shopping place and identity*. London: Routledge.

Miller, D. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Οξφόρδη: Blackwell.

Μιχελή, Λ. 1989. *Από το Πόρτο Λεόνε στη Μαγχεστρία της Ανατολής*. Αθήνα: Δρώμενα.

Narotzky, S. 2011. «Memories of Conflict and Present Day Struggles», στο *Europe: New Tensions between Corporatism, Class, and Social Movements, Identities* 18(2). pp. 97-112.

Narotzky, 2009. «Regulation and Production in a Globalized World: What ethnography brings to Comparison» στο *Ethnology* 48(3). pp. 175-193.

Narotzky, S. 2008. «Reply: What's changed (since 1975?)» Springer Online Publications, http://www.academia.edu/789126/Reply_Whats_changed_since_1975_.

Narotzky, S. & Smith, G. 2006. *Immediate struggles: people, power, and place in rural Spain*. California: University of California Press.

Narotzky, S. & Smith, G. 2005. «Movers and Fixers: Historical Forms of Exploitation and the Marketing of a Regional Economy in Spain», in *Petty Capitalists and Globalization, Flexibility, Entrepreneurship and Economic Development*. Smart A. & Smart J. (eds). State University of New York Press: Albany. pp. 45-66.

Ohlsson, H. 2004. «Introduction: Self-employment and entrepreneurship» στο *Swedish Economic*

Review 11. σελ. 3-15.

Parker, S. C. 2004. *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press.

Πετρόπουλος, Η. 2010. *Το μπουρδέλο*. Αθήνα: Νεφέλη.

Πετρόπουλος, Η. 1979. *Τα Ρεμπέτικα Τραγούδια*. Αθήνα: Κέδρος.

Πιζάνιας, Π. 1993. *Οι φτωχοί των Πόλεων. Η Τεχνογνωσία της επιβίωσης στην Ελλάδα τον μεσοπόλεμο*. Αθήνα: Θεμέλιο.

Polanyi, K. 1957. *The great transformation, the political and economic origins of our time*. Boston: Beacon.

Portes, A. & Haller, W. 2005. «The Informal Economy» στο *Handbook of Economic Sociology*, Smelser N. & Swedberg R. (επιμ.). New York: Russell Sage Foundation.

Sahlins, M. 2003. *Πολιτισμός και πρακτικός λόγος*. Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού πρώτου μτφ Ν. Κούρκουλος.

Saviano, R. 2008. *GOMMORAH - A Personal Journey into the Violent International Empire of Naples' Organized Crime System*. New York: Farrar, Strauss & Gireoux. Μτφ Jewiss V.

Sindzingre, A. 2006. «The relevance of concepts of formality and informality: A theoretical appraisal» στο *Linking the formal and informal economy, Concepts and Policies*. Basudeb Guha-Khasnobis, Ravi Kanbur, Elinor Ostrom (επιμ.). New York: Oxford University press σελ. 58-74.

Smart, A. & Smart, J. (eds). 2005. *Petty Capitalists and Globalization, Flexibility, Entrepreneurship and Economic Development*. State University of New York Press: Albany.

Taussig, M. 1980. *The Devil and Commodity Fetishism in South America*. Chaper Hill: University of Carolina Press.

Τσοκόπουλος, Β. 1984. *Πειραιάς, 1835-1870. Εισαγωγή στην ιστορία του Ελληνικού Μανστεστέρ*.

Αθήνα: Καστανιώτης

Τσουκαλάς, Κ. 1984. «Η δομή της απασχόλησης και το μικρομεσαίο θαύμα» στο *Αντί*, (160): 21-23.

Yukseker, D. 2004. «Trust and Gender in a Transnational Market: The Public Culture of Laleli, Istanbul» στο *Public Culture* 16(1). σελ. 47-65.