

ΤΟ ΤΟΥΡ ΤΗΣ ΜΩΒ ΜΕΔΟΥΣΑΣ

STRANGER THINGS ΣΤΗΝ ΕΛΑΦΡΙΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΜΟΥ

Παρά τις αισιόδοξες προβλέψεις για τον ελληνικό τουρισμό του 2022, μια νέα τραγωδία παίζεται φέτος στις καθαρές μας θάλασσες. Η μωβ μέδουσα επιστρέφει και ξεχάστε τα γιατροσόφια που ξέρατε με ξύδι και αμμωνία στην πληγή. Η μωβ μέδουσα, σύμφωνα με την πηγμένη ειδησεογραφία,¹ παράγει νευροτοξικό δηλητήριο, μπορεί να προκαλέσει πόνο για μήνες ολόκληρους, αφήνει αποτύπωμα του εαυτού της πάνω στο σώμα σας σαν τατουάζ, τσούζει σαν να σου ρίξανε «βιτριόλι», είναι εξαιρετικά αόρατη μέσα στη θάλασσα και μολονότι το μέγεθός της είναι λίγων εκατοστών, τα πλοκάμια της (οι «νηματοκύστες» της, αν σας είχε λείψει η σλανγκ των ειδικών) φτάνουν μέχρι και τα δέκα μέτρα!

Η μεσογειακή αυτή εκδοχή τέρατος του Λοχ Νες αναπαράγεται κατά εκατομμύρια στην ελληνική λίμνη του Αιγαίου και έχει βαλθεί, πλάι στον κόβιντ και με φόντο την κλιματική κρίση, να μας δείξει ότι η φύση ξέρει να εκδικείται τους αγνώμονες ανθρώπους που επιμένουν να πίνουν καφέδες με πλαστικά καλαμάκια. Φευ, η τεχνολογία είναι εδώ να μας σώσει. Όποιος δει μωβ μέδουσα σε παραλία μπορεί να ανεβάσει μια φωτογραφία της, στον διαδραστικό χάρτη της ιστοσελίδας iNaturalist.org και να δείξουμε ότι οι ζελέδες κυριαρχούν στη θάλασσα, όπως ακριβώς έκανε το κράτος πριν λίγους μήνες με τα κρούσματα σε έναν άλλο χάρτη, ή οι συριζαίοι με τις φασιστικές επιθέσεις σε έναν χάρτη της Αθήνας. Ο χάρτης με τις μέδουσες πάντως ενημερώνεται ανά λεπτό και το αποτέλεσμα μέχρι 6 Ιουνίου που τσεκάρουμε, μπορείτε να το δείτε παραδίπλα. Με το που θα παραλάβετε το τεύχος στα χέρια σας, μπορεί οι Κυκλάδες να μην φαίνονται καν στον χάρτη απ' το πήξιμο στο κόκκινο τετραγωνάκι.

Η συντακτική ομάδα του περιοδικού αντιφα λοιπόν, αλλεργική στους διαδραστικούς χάρτες και πιστή στις υλιστικές της προσεγγίσεις, επιχειρεί παρακάτω, όπως ήδη θα καταλάβατε, να ανακαλύψει τα μυστήρια της μωβ μέδουσας!

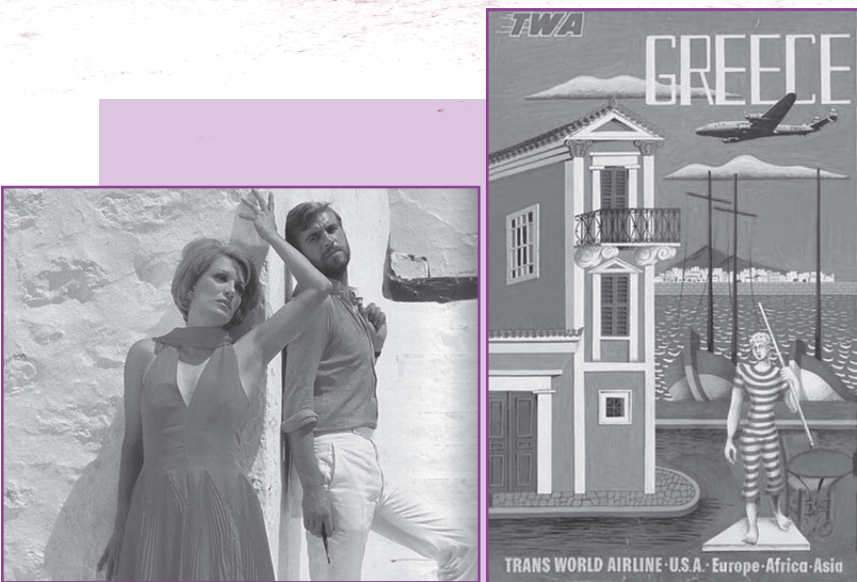
Κάτι σαν Κουστώ, αλλά με ταξική ανάλυση αντί για ωκεανογραφικό

Αν υπάρχει κάτι που μας έμαθε ο η κρίση των δύο τελευταίων χρόνων, αυτό είναι να καταφέρνουμε να αναγνωρίζουμε στη νέα (;) γλώσσα που επικαλείται το αυτονόητο δίκιο της γιατί καταφεύγει στη φύση, την πραγματικότητα της καπιταλιστικής κρίσης και των εθνικών κρατών που υπερασπίζονται τα συμφέροντά τους πάνω στα τομάρια μας. Ότι δηλαδή η καπιταλιστική κρίση και τα δια-κρατικά πλακώματα θα εμφανίζονται όλο και περισσότερο στο άμεσο μέλλον με τη μορφή της μεταδιδόμενης αρρώστιας, της φύσης που «πονάει» και εκδικείται, της καταστροφής του κόσμου. Σ' αυτό το νέο μεσσιανισμό, περιττό να ειπωθεί ότι ο Μεσσίας μας είναι η παλιά καλή και (wannabe) παντοδύναμη μορφή-κράτος. Καταλάβαμε ότι δεν υπάρχει φύση, αρρώστια, τσουνάμι κτλ παρά μόνο μέσα από το πρίσμα και τη γλώσσα του εθνικού κεφαλαίου και των ντόπιων κρατικών συμφερόντων. Έχουμε δηλαδή την ακριβώς αντίθετη άποψη από τους οικολόγους που βλέπουν τη φύση σαν το σπίτι όλων των ανθρώπων και επιμερίζουν (ισομερώς ή όχι) τις ευθύνες για τη διατήρηση αυτού του σπιτιού σε καλή κατάσταση.²

Επιπλέον, τα δυο τελευταία χρόνια μάθαμε ότι ο φοβερός ιός είχε δυσμενείς συνέπειες για το εθνικό μας προϊόν με το όνομα «τουρισμός» και, σε γενικό επίπεδο, η παγκόσμια καπιταλιστική κρίση που οδηγεί τα εθνικά κράτη να κλείνονται στον εαυτό τους έχει δυσμενείς συνέπειες για τα εμπορεύματα, τις βιομηχανίες και τους οικονομικούς κλάδους που βασίζονται σε έναν παλιότερο παγκόσμιο καταμερισμό εργασίας, ηλικίας ήδη 77 ετών, από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Με αυτή τη ματιά, διαπιστώσαμε συγκεκριμένα ότι στην ελληνική περίπτωση οι στατιστικές του κορονοϊού χρησιμοποιήθηκαν κατά (κρατική) βούληση αναλόγως του αν ερχόταν καλοκαίρι (συνεπώς, τουρίστες) ή όχι. Ότι οι καμπύλες ήρθαν και ίσωσαν, προκειμένου το ελληνικό κράτος να πείσει ότι τσάκισε τον ιό με ένα αδιανόητο success story πειθαρχίας. Ότι οι υπουργοί τουρισμού και τα πληρωμένα διεθνή δίκτυα πληροφοριών τους, ζητιάνεψαν έντρομοι για τουρίστες μέσα στα καλοκαίρια της πανδημίας. Ότι ενόψει του κινδύνου να φαληρίσουν τα μικροαφεντικά-ξενοδόχοι μέσα σε μια νεκρή τουριστική σεζόν, μπήκε μπρος ένα μέγα-πλάνο κρατικού προστατευτισμού που περιλάμβανε ακόμη και επιτάξεις και το αναγκαστικό τους κλείσιμο με επιδότηση. Τέλος, ότι ενόψει του κινδύνου του χαμηλότερου έβερ ΑΕΠ το 2020-2021, το ελληνικό κράτος άφησε κατά μέρος τις συμφωνίες με τα ευρωπαϊκά κράτη (τα οποία το περιγελούσαν)³ και προχώρησε μονομερώς σε συμφωνίες με άλλα κράτη προκειμένου να φέρει τουρίστες. Με λίγα λόγια είδαμε ότι η σημαντική τουριστική βιομηχανία – που προσφέρει το 20-25% του ΑΕΠ – κλυδωνίστηκε σοβαρά και το γεγονός προβλημάτισε τα επιτελεία του ελληνικού κράτους. Έτσι το ερώτημα «τι σκατά γίνεται με τη μωβ μέδουσα στις ελληνικές θάλασσες» πρέπει αναγκαστικά να το δούμε με αυτή τη ματιά και να το εντάξουμε σε αυτή τη συζήτηση.



Ειδικός ωκεανογράφος μιλάει στην τηλεόραση του OPEN στις 7.20 το πρωί για απόκοσμα πλάσματα που γέμισαν τις ελληνικές θάλασσες. The truth is out there και οι δημοσιογράφοι παρακολουθούν με ανδία και φόβο. Από κάτω «τρέχει» η είδηση της κατάληψης δύο ελληνικών τάνκερ από άλλα άγνωστα στοιχεία που θέλουν το κακό μας. Η πολύπλευρη επίθεση που δέχεται η ελληνική οικονομία σε ένα καρέ.



Κομμάτι της ιδεολογίας του ντόπιου τουρισμού είναι βέβαια η αντίληψη του Greek hot summer με πέτρινα λευκά σπιτάκια, ήλιο, φλογερούς έρωτες, επαφές με απλούς ανθρώπους, έναν ...πλούσιο πολιτισμό, ακόμη και ντεμέκ παραδοσιακού χορούς όπως το σουρτάκι! Ο πίνακας-αφίσα του Εγγονόπουλου για την TWA (1952), ο Ζορμπάς (1964), οι Γοργόνες και Μάγκες (1968), η Θεία μου η Χίπισσα (1970), τα τραγούδια του Δάκη για τα Τόσα Καλοκαίρια ακόμη και τα νόμπελ λογοτεχνίας του Σεφέρη (1963) και του Ελύτη (1979), του ποιητή του Αιγαίου (!), υπήρξαν ακριβώς στιγμές προώθησης της ελλαδίτσας στον παγκόσμιο καταμερισμό εργασίας στον οποίο οι έλληνες πουλούσαν πολιτισμό και τουρισμό. Και όπως θα προσέξατε από το παραπάνω αράδιασμα ημερομηνιών, η περιβόητη Χούντα δεν αποτέλεσε κάποιου είδους διακοπή της όλης διαδικασίας, ίσα-ίσα!

Η οργάνωση του τουρισμού σαν πολιτική και ιδεολογία των αφεντικών

Για να καταλάβουμε τι γίνεται σήμερα, οφείλουμε μια ματιά στο παρελθόν. Μπορεί το εθνικό προϊόν με το όνομα «τουρισμός» να συμπεριλήφθηκε στους στόχους του ελληνικού κράτους ήδη από τις αρχές του περασμένου αιώνα, και η Ελλάδα να έγινε μεταπολεμικά τουριστικός προορισμός για διάφορα ειδικά κοινά της υπηλίου (π.χ. αμερικανούς σεξουαριστές ή χίπηδες στα '60ς), αλλά ήταν στη μεταπολίτευση που ο τουρισμός άρχισε να παίζει υπολογίσιμο ρόλο στην ελληνική εθνική οικονομία και ειδικά στην μετά το 1975 εποχή που η δραχμή αποδεσμεύτηκε από το δολάριο.⁴

Η ευρωπαϊκή οικογένεια του ελληνικού κράτους εκείνη την εποχή έπαιξε καθοριστικό ρόλο καθώς έστειλε όλο και περισσότερους τουρίστες της στον «ελληνικό παράδεισο» για καλοκαιρινές διακοπές. Την ίδια εποχή, δηλαδή πλέον στη δεκαετία του 1980, τα ελληνικά αφεντικά του τουρισμού άρχισαν να οργανώνουν ένα ενιαίο μέτωπο. Ο Σύνδεσμος των ελληνικών αφεντικών στα τουριστικά γραφεία (HATTA, Hellenic Association of Tourist and Travel Agencies) ήδη από το 1980 ζητούσε να ιδρυθεί ξεχωριστό Υπουργείο Τουρισμού⁵ και σε ετήσια βάση (από το 1976) προσπαθούσε να επιτύχει συμφωνίες με τον ΕΟΤ για την κατεύθυνση των ελληνικών διαφημιστικών εκστρατειών για τον τουρισμό. Κάθε τόσο, αναλάμβανε μέσω επαφών σε υψηλά κλιμάκια, να απαντάει στην αρνητική διαφήμιση της Ελλάδας ή να αίρονται οι απαγορευτικές ταξιδιωτικές οδηγίες προς την Ελλάδα από τις ΗΠΑ (π.χ. σε περιπτώσεις τρομοκρατικών επιθέσεων και αεροπειρατειών).⁶ Στις επιτυχίες του HATTA συγκαταλέγονται μεταξύ άλλων το κλείσιμο μιας θυγατρικής της κρατικής «Ολυμπιακής», που δρούσε ανταγωνιστικά προς τον HATTA, αλλά και η εξασφάλιση φοροαπαλλαγών ανάλογων αυτών που απολάμβαναν τα ΚΤΕΛ της Ελλάδας.⁷ Τα ελληνικά αφεντικά γνώρισαν έτσι μια πρωτόγνωρη αυτονομία και δυνατότητα απευθείας συνεννόησης με το κράτος σε συλλογικό επίπεδο. Εντωμεταξύ η δική τους ιδεολογία – ότι με τον τουρισμό «κερδίζουμε όλοι και κερδίζει και η Ελλάδα»⁸ – έγινε η ραχο-

κοκαλιά της διαταξικής υπεράσπισης του τουρισμού για πάντα.

Στη συνέχεια, το διαρκές στέγνωμα των νησιών από πληθυσμό και η απότομη αλλαγή της ταξικής σύνθεσης της ελληνικής κοινωνίας με τη μετανάστευση της δεκαετίας του '90, οδήγησαν με σταθερούς ρυθμούς στην ανοδικών τάσεων παγίωση του τουριστικού εμπορεύματος: ο γνωστός Γλάρος της διαφήμισης με τις «καθαρές θάλασσες και ακτές», οι κατασκηνώσεις των ασφαλιστικών ταμείων, τα Κ.Α.Α.Υ. των στρατιωτικών, ο κοινωνικός τουρισμός για τους δημόσιους υπαλλήλους, τα караβάνια των «Υγιο» στις ακτές της Βόρειας Ελλάδας, τα «διακοπο-δάνεια» αποτέλεσαν στιγμές μιας πολύχρονης στρατηγικής επένδυσης του ελληνικού καπιταλισμού και μιας επανανομηματοδότησης της αξίας χρήσης της επίσκεψης στη θάλασσα («περνάμε καλά!»). Έτσι, ενώ οι έλληνες εφοπλιστές μετέφεραν άφθονο αμερικάνικο πετρέλαιο ανά την υφήλιο και τα ελληνικά αφεντικά κολυπούσαν στο χρήμα των τουριστών, η Ελλάδα κατάφερε επιτέλους, δεκαετίες μετά τη δεκαετία του 1950, να αξιοποιήσει στα σοβαρά τη θέση της στον παγκόσμιο καταμερισμό εργασίας.⁹

Τα πράγματα πήγαν ακόμα καλύτερα την εποχή της κορύφωσης της διαδικασίας που ονομάστηκε «παγκοσμιοποίηση». Ήταν η εποχή που τόσο οι απανταχού δεξιοί όσο και οι αριστεροί, παρέα με την Εκκλησία και κάτι εθνικιστές αγρότες απ' τη Γαλλία είχαν βαλθεί να μας πείσουν ότι ο κόσμος μας είναι ένα παγκόσμιο χωριό, απαλλαγμένο από ντεμοντέ κανόνες όπως τα εθνικά σύνορα και τους κρατικούς μηχανισμούς. Μεθυσμένοι οι έλληνες μικροαστοί απ' τα κέρδη τους πάνω στις πλάτες της απλήρωτης και ανασφάλιστης δουλειάς που πρόσφερε η κυρίως βαλκανική προέλευσης εργατική τάξη, φουλάρανε τις μηχανές ανάπτυξης του τουρισμού. Από τη μια κάτι στημένες φιέστες (Γιουροβίζιον 2004-2005, Ολυμπιακοί Αγώνες 2004, ευρωπαϊκό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου 2004), απ' την άλλη κάτι πογκρόμ στους Αλβανούς, διαμόρφωσαν το ιδανικό κλίμα προώθησης της πανέμορφης Ελλάδας στο εξωτερικό και υπενθύμισαν στο εσωτερικό ότι οι ξένοι εργάτες θα είναι πειθαρχημένοι όταν μιλάμε για θέματα εθνικής οικονομίας.

Όλα έβαιναν καλώς για τον ελληνικό καπιταλισμό και το διαρκώς φουσκωμένο μερίδιο του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ,¹⁰ το οποίο μεταφραζόταν σε 10 με 14 δις ευρώ ετησίως. Η έκρηξη του ελληνικού τουρισμού από το 1996-1997 τον έβαλε στην παγκόσμια κατάταξη των πλέον τουριστικών προορισμών.¹¹ Το 2005 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ατένιζε με αισιοδοξία το μέλλον, καθώς «η παγκόσμια οικονομία δείχνει να ανακάμπτει ενώ η ραγδαία ανάπτυξη της Κίνας που φιλοδοξεί να γίνει νέα υπερδύναμη, δημιουργεί ένα αίσθημα ελπίδας για καλύτερες ημέρες. Προβλέπεται ότι μέχρι το 2010 πάνω από 100.000.000 κινέζοι τουρίστες θα ταξιδεύουν προς κάθε κατεύθυνση.»¹² Εν τω μεταξύ, η Αραβική Άνοιξη ώθησε ακόμα περισσότερους τουρίστες στην Ελλάδα, αφαιρώντας τους από το ανταγωνιστικό Μαγκρέμπ, έτσι όπως το κανόνισαν οι μεγάλοι ευρωπαϊκοί tour operators.¹³ Η νέα ώθηση που πήρε ο ελληνικός τουρισμός τον βρήκε 7ο στην παγκόσμια κατάταξη το 2015, ωστόσο έπειτα άρχισε να καταρρέει προς τα κάτω (το 2017 στην 24η θέση). Μολονότι οι τουρίστες αυξάνονταν προοδευτικά μέχρι το 2019, γράφτηκε και λέχθηκε ότι οι νέοι παίκτες-τουριστικές χώρες εμφανίστηκαν με πιο ανταγωνιστικό τουριστικό πακέτο, είτε γιατί ήταν πιο φτηνό, είτε γιατί ήταν ποιοτικό. Η «πανδημία» (σ.σ. η κρίση) ήρθε και τσάκισε την όποια αισιοδοξία υπήρχε.¹⁴

Έτη	Συμμετοχή τουρισμού στο ΑΕΠ
1950	0,3%
1960	2,9%
1970	5,2%
1997	18,4%
2007	17,5%
2015	18,5%
2019	27,5-33,1%
2020	8,1-9,7%

Η εθνική στρατηγική για τον τουρισμό, που και καλά δεν έχει εθνική στρατηγική

Στο περιβάλλον της κρίσης τη δεκαετία του 2010 το ελληνικό κράτος βάρεσε κανόνι και μπήκε σε προγράμματα επιτήρησης, πέρασε από μια πολιτική κρίση εκπροσώπησης και αναζήτησε νέους σωτήρες στο τιμόνι του. Ο υπέρ πάντων αγών δόθηκε και προς τα μέσα, με την πειθάρχηση της εργατικής τάξης, και προς τα έξω, με τις απειλές και τους εκβιασμούς προς πάσα κατεύθυνση, αναβιώνοντας το όνομα μιας «πολυδιάστατης εξωτερικής πολιτικής». Τελικά, χάρη στη μαγική επενέργεια των λόγων και των έργων της ντόπιας αριστεράς, το «ταξικό ΟΧΙ» στο δημοψήφισμα του 2015, διασφάλισε να μην φορολογηθούν οι έλληνες εφοπλιστές, οι ελληνικές φαρμακοβιομηχανίες και τα αφεντικά του τουρισμού στα νησιά,¹⁵ δηλαδή να μη χάσουν τη δύναμή τους τρεις βασικοί οικονομικοί πυλώνες του ελληνικού κράτους. Το δια-ταξικό «ΟΧΙ» του 2015 έσωσε έτσι προσωρινά τον ελληνικό καπιταλισμό και την ιδεολογία του ότι «με τον τουρισμό κερδίζουμε όλοι και κερδίζει και η Ελλάδα». Τα κέρδη απ' τον τουρισμό εκτινάχθηκαν ακόμα περισσότερο στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 2010.¹⁶ Το 2019, το καλύτερο μέχρι σήμερα έτος τουρισμού στην Ελλάδα, η χώρα συγκέντρωσε περίπου 34 εκατομμύρια τουρίστες.

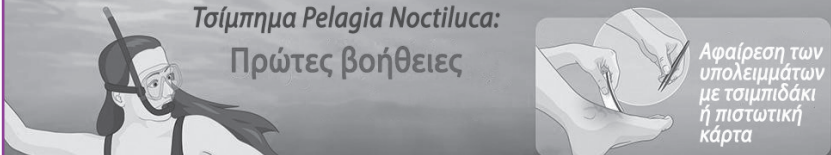
Αλλά τα μαύρα σύννεφα απ' το μέλλον είχαν ήδη μπαστακωθεί πάνω απ' τα νησιά μας. Η δεκαετία του 2010 πέρα από δεκαετία κρίσης ήταν και δεκαετία ουσιαστικής «αντι-παγκοσμιοποίησης». Οι ακροδεξιοί κάθε λογής σουλατσάρανε στις κυβερνήσεις ανά τον κόσμο, ο милитарισμός και οι στρατιωτικές δαπάνες αυξάνονταν όσο ποτέ, η παλιά ενότητα της Ευρωπαϊκής Ένωσης είχε πάρει να παλαντζάρει, και γενικώς ο καθένας έκανε του κεφαλιού του για το πώς θα σώσει το τομάρι του, αδιαφορώντας για τις διεθνείς δεσμεύσεις της εποχής του «παγκόσμιου χωριού». Γενικώς, τα πράγματα γίνονταν όλο και πιο ωμά, και όλο και περισσότεροι μας εξοικείωναν από κάθε πλευρά του πλανήτη με τον φόβο και την πιθανότητα ενός νέου παγκόσμιου πολέμου! Το πρόβλημα για την Ελλάδα ήταν εν πολλοίς ότι ο πυλώνας-τουρισμός, βασιζόταν ντε φάκτο στην εποχή της «παγκοσμιοποίησης», στην εποχή που οι ξένοι θα ταξίδευαν προς την Ελλάδα. Ο τουρισμός, σε αντίθεση με την ελληνική φέτα (που δεν φτουράει τόσο όσο ο τουρισμός), προϋποθέτει ότι ο πελάτης θα έχει λεφτά και θα μπορεί να ταξιδέψει.

Έτη	Τουρίστες (σε εκατομμύρια)
2008	17,7
2009	19,3
2014	22
2015	26
2016	28
2018	33
2019	34
2020	7,4
2021	15,2 ¹⁷

Είναι ενδεικτικό ότι την περίοδο 2015-2016 η Ελλάδα πανηγύριζε ότι συνιστούσε τον αγαπημένο προορισμό των Κινέζων τουριστών. Το άνοιγμα αυτό στην κινέζικη αγορά το ελληνικό κράτος το είχε επιχειρήσει ήδη από τις απαρχές της κρίσης, με τον υπουργό τουρισμού Άρη Σπηλιωτόπουλο το 2010 να ιδρύει πανηγυρικά δύο νέες έδρες του ΕΟΤ στο Πεκίνο και την Σανγκάη. Μάλιστα το 2019 συμφωνήθηκε να μπει και πτήση Σανγκάη-Αθήνα η οποία θα ξεκινούσε τον... Ιούλιο του 2020.

Πώς θα σώσει το ελληνικό κράτος τη βασική του αυτή πηγή κέρδους, προϊόν αλλοτινών καιρών ευτυχίας, μέσα σε μια εποχή κρίσης και πολέμων; Αναμφίβολα ο ελληνικός καπιταλισμός δεν μπορεί να αναδιαρθρωθεί μέσα σε τόσο λίγο χρονικό διάστημα για να προσαρμοστεί στο νέο περιβάλλον. Αφενός τα μικρο-αφεντικά δεν θέλουν να το πάρουν απόφαση, αφετέρου το ελληνικό κράτος δεν μπορεί να επιβάλει βίαιη αλλαγή παραγωγικού μοντέλου, ώστε να επιτύχει μια κάποια «απεξάρτηση» από τον τουρισμό και μια κάποια μεταβίβαση των αφεντικών και των εργατών

του κλάδου σε έναν άλλο, τελείως διαφορετικό κλάδο. Οι λεγόμενες αλλαγές παραγωγικού μοντέλου, τύπου 1936-1940 και 1945-1950, πραγματοποιήθηκαν δίχως πολλές-πολλές διαμαρτυρίες, ακριβώς γιατί ήθελαν κάποιου είδους δικτατορία ή έναν καταστροφικό πόλεμο να τις επιβάλλει. Και αυτό που ζήσαμε τα τελευταία δύο χρόνια ήταν τέτοιας υφής. Διάφορα μικρομεσαία αφεντικά, όχι μόνο στον τουρισμό αλλά και σε άλλους εξαρτώμενους από εισαγωγές κλάδους, όπως της εστίασης, βάρεσαν κανόνι. Ο τουρισμός όμως δεν μπορεί να πάει για κλείσιμο και ο στόχος δεν είναι τέτοιος. Δεν έχει κανένα νόημα να κλείσει το κράτος μόνο του μια βιομηχανία όπως του τουρισμού που είναι σημαντική για τη στήριξη του ντόπιου κεφαλαίου, ως εργαλείο εμπορικού πολέμου, ως πόλεμος ενάντια στην εργατική τάξη και ως πίσω όψη του διακρατικού ανταγωνισμού!¹⁸ Αυτός είναι και ο λόγος που το ελληνικό κράτος επιδόθηκε γενναία τον τουριστικό κλάδο στις δύο χρονιές του κορονοϊού και παρά τη χασούρα του. Όπως και στην κρίση του 2015, έτσι και στα 2020-2022 τις κρατικές παρεμβάσεις για το σώσιμο των ντόπιων αφεντικών μπορούμε να τις καταλάβουμε σαν το αντίθετο της «ελεύθερης οικονομίας» και του τάχα «αόρατου χεριού της (καπιταλιστικής) αγοράς». Μιλάμε για στενό κρατικό παρεμβατισμό, τέτοιο που αρμόζει σε καιρούς «πολεμικής οικονομίας» όπως είπε πρόσφατα κι ο Αλέξης ο Τσίπρας στη Βουλή. Και τέτοιο που λίγο-πολύ το ελληνικό κράτος εφάρμοζε από το 1950 και μετά.¹⁹



Τοίμπημα Pelagia Noctiluca:
Πρώτες βοήθειες

Αφαίρεση των υπολειμμάτων με τοίμπιδάκι ή πιστωτική κάρτα

Να τι μπορείτε να κάνετε την πιστωτική σας κάρτα το καλοκαίρι! Η μίνι χειρουργική επέμβαση δουλεύει και με χρεωστική, εννοείται. Ενώ με χαρτονομίσματα, θα κάτσετε και θα πονάτε!

Ο κόσμος μας μεταξύ μπετόν και σεζόν

Έλα όμως που η χλιοπρόσωπη κρίση – που όμως είναι μία – προχωράει γοργά. Από την Κίνα και τη Ρωσία το ελληνικό κράτος δεν περιμένει φέτος τουρίστες και τα διεθνή τουριστικά γραφεία ακυρώνουν τα πακέτα τους για τις δύο χώρες.²⁰ Από την άλλη, ο υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας έκανε ήδη από τον Ιανουάριο του 2022 δηλώσεις προαναγγελίας των παλιών πακέτων «κοινωνικού τουρισμού» για το καλοκαίρι, ενόψει του ότι η... χώρα μάχεται απέναντι στην πανδημία και μια πρωτόγνωρη ενεργειακή κρίση.²¹ Τα μικρά αφεντικά και οι μικροί επιστήμονές τους απ' την αρχή της κρίσης καταριούνται σε αντι-ιμπεριαλιστικούς τόνους την εξάρτηση της ελλαδίτσας από τα μεγάλα ευρωπαϊκά ταξιδιωτικά-τουριστικά γραφεία,²² δηλαδή τον γερμανικό TUI, τον βρετανικό Tour Operator Airtours και τον γερμανικό Neckermann. Αυτά τα τρία πρακτορεία στέλνουν στην Ελλάδα το 70% των τουριστών της.²³ Φανταστείτε τώρα το σύγκρου των μικρών αφεντικών του τουρισμού την ώρα που το γερμανικό κράτος έβγαλε φέτος και πέρσι φιρμάνι η γερμανική εργατική τάξη να πάει να διακοπάρει στις ακτές της βόρειας θάλασσας αντί του μεσογειακού νότου!²⁴ Άσε που στη Γερμανία έχει πιάσει 6ο κύμα κορονοϊού!²⁵ Είναι να παίζουμε με τις ανθρώπινες ζωές; Και σαν να μην έφταναν αυτά, οι έλληνες εκπρόσωποι των μεγαλο-αφεντικών του τουρισμού εκλιπαρούν το κράτος να σταματήσει να σώζει απ' το κανόνι τα μικρά τουριστο-αφεντικά και να μειωθεί η κίνηση στα νησιά απ' τους πολλούς και φτωχούς τουρίστες.²⁶ Τέλος, όλοι μαζί, μικρά και μεγάλα τουριστο-αφεντικά καταριούνται την αγνώμονα εργατική τάξη – ένα ευμέγεθες ποσοστό των 860.000 που δουλεύουν στον τουρισμό κάθε χρόνο και δεν λένε και «ευχαριστώ» για τα ψίχουλα που παίρνουν.

Με λίγα λόγια, τα ελληνικά αφεντικά και το κράτος τους καταριούνται την μοίρα τους επειδή θα ήθελαν εξειδικευμένο προσωπικό που όμως να το πληρώνουν σαν ανειδίκευτο, πλούσιους τουρίστες που να σκορπάρνε χρήμα και διεθνή τουριστικά γραφεία που να μην διακρίνονται από αγγλο-γερμανικό αλλά από ελληνικό πατριωτισμό. Λίγα μπορούν να ελέγξουν από τα παραπάνω, ειδικά αυτά που αφορούν τα συμφέροντα άλλων κρατών.

Ωστόσο μπορούν να δουλέψουν το ζήτημα της υπερβολικής τουριστικής ζήτησης σε συγκεκριμένους προορισμούς. Και αρχίζοντας απ' αυτό, μπορούν τουλάχιστον να αποθαρρύνουν τους ντόπιους να πηγαίνουν σ' αυτούς τους προορισμούς. Ιδού πού αναδύεται η διαχείριση της φηγούρας της μωβ μέδουσας και άλλων τεράτων. Άμα πάτε ξανά να δείτε τον χάρτη με τις μέδουσες που έχουν διαδώσει όλα τα ελληνικά media, αυτοί οι δολοφονικοί ζελέδες εμφανίζονται ψιλο-παντού, βασικά όπου έχει θάλασσα! Έτσι, πρακτικά, αποθαρρύνουν τον τουρισμό. «Στην τελική, και που θα χάσετε τις φετινές διακοπές, δεν χάνετε και τίποτα, μαλακία θα 'ναι με τόσες μέδουσες! Απαίσια θα περάσετε στις διακοπές!». Αυτό είναι το μήνυμα προς τους ντόπιους.

Κατά τα άλλα, μπορούν να δουλέψουν – και το κάνουν ήδη – και το περαιτέρω πρεσάρισμα των εργα(ρι)ών στον τουρισμό, ώστε να κρατήσουν το εργατικό κόστος χαμηλό και το εμπόρευμα-τουρισμός ανταγωνιστικό. Και εκεί ακριβώς στο βάθος υπάρχει κάτι που ανησυχεί τα μικρά όσο και τα μεγάλα αφεντικά του τουρισμού ακόμα περισσότερο, κι ας εμφανίζονται σαν μόνο πρόβλημα την περιβόητη «έλλειψη εθνικής στρατηγικής για τον τουρισμό». Φοβούνται αναμφίβολα τούτους τους ζοφερούς καιρούς του χάους, που το πέταγμα μιας συναχωμένης νυχτερίδας στην Κίνα μπορεί να προκαλέσει κρίση στην Ελλαδίτσα, μην τυχόν και σπάσει και η διαταξική ιδεολογία που κρατάει τον τουρισμό όρθιο εδώ και κάμποσες δεκαετίες. Να κάτι που δεν θα μπορεί να σώσει ούτε τη δεξιά ούτε την αριστερά απ' την επόμενη κρίση εκπροσώπησης. Οι «μητσοτάκη-γαμιέσαι» προσπαθούν να μας πείσουν ότι επειδή έσωσαν μια φορά το 2015 τον ελληνικό καπιταλισμό, είναι ικανοί να ανανεώσουν τη φρεσκάδα της διαταξικής ενότητας. Όμως, ενώ η κρίση βαθαίνει, δεν είναι καθόλου δεδομένο ότι θα τα καταφέρουν και πάλι. Εμείς απ' την πλευρά μας, όσο τα θεμέλια του μεταπολεμικού στησίματος της ελληνικής οικονομίας τρίζουν, δεν έχουμε καμία όρεξη να τα ενισχύσουμε, ούτε να θυσιαστούμε γι' αυτά. Είτε πάμε σεζόν είτε κάτσουμε να κοιτάμε τα μπετά της Αθήνας.

1. Βλ. Γιάννης Ελαφρός, «Μωβ μέδουσες: Εμφανίστηκαν και στο Ιόνιο, μετά το Αιγαίο», *Καθημερινή*, 4/6/2022. «Μωβ μέδουσες: Οι παραλίες που πρέπει να αποφύγουμε στην Αττική - Ο χάρτης με τις επικίνδυνες περιοχές», *Έθνος*, 4/6/2022. «Μωβ Μέδουσα: Δείτε τις παραλίες με τους... «εισβολείς» - Κινούνται ύπουλα», *ΣΚΑΪ*, 4/6/2022. «Μωβ μέδουσες: «Με έτσουζε λες και μου έριξαν βιτριόλι, έβραζε το δέρμα μου», λέει γυναίκα που την τσίμπησε», *Πρώτο θέμα*, 12/6/2022. Επίσης: «Βιολόγος για μέδουσες: «Τόσες πολλές που η θάλασσα στα 50 μέτρα δείχνει μωβ»», *ΤyrosThes.gr*, 7/6/2022, όπου μαθαίνουμε ότι «Αυτός που θέλει να ανοιχτεί στα βαθιά θα πρέπει να έχει στολή». Συνεπώς σλανγκ και ειδικό τσεκ, πολεμική ορολογία τσεκ, στολές τσεκ!

2. Murray Bookchin, *Τι είναι κοινωνική οικολογία*, εκδ. Βιβλιοπέλαγος, 2017.

3. «Πού θα πάνε φέτος οι τουρίστες», *Antifa #75* (05/2021), σελ. 6-7.

4. Ενδεικτικά, τα τουριστικά γραφεία και πρακτορεία στην Ελλάδα από 1974 το 1969 αυξήθηκαν σε 2.654 το 1987. Αντίστοιχα, η Ελλάδα από 14ος τουριστικός προορισμός το 1980, το 1990 ανέβηκε δύο θέσεις πιο πάνω. Την ίδια εποχή, το 90% περίπου των τουριστών στην Ελλάδα έρχονταν για πρώτη φορά από την ΕΟΚ. Βλ. Παπαδουλάκη Αικατερίνη, *Ιστορία των τουριστικών επιχειρήσεων στον 19ο και 20ο αιώνα: ο ρόλος και η εξέλιξη των ταξιδιωτικών γραφείων και πρακτορείων*, Διδακτορική διατριβή, ΕΑΠ, 2011, σελ. 202, 210.

5. Τελικά υπουργείο Τουρισμού ιδρύθηκε το 1989 και μετά από πολλές συγχωνεύσεις και αναδιοργανώσεις, μετονομάστηκε το 2004 σε υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και το αρχικό του όνομα και ανεξαρτησία αποκατέστησε ο εθνοσωτή-

ριος πρώην πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας.

6. Παπαδουλάκη Αικατερίνη, *ό. π.*, 2011, σελ. 201-202.

7. Οι φοροαλλαγές αυτές ώστε να γίνει πιο ανταγωνιστικό και προσοδοφόρο το ελληνικό τουριστικό πακέτο συζητήθηκαν και στα πιο πρόσφατα χρόνια με αφορμή ένα φαινομενικά τελείως άσχετο ζήτημα. Βλ., σχετικά Ο *Ρατσισμός ως Υλικό Συμφέρον: Διδάγματα από την Πρόσφατη Προσφυγική Κρίση*, *AutonomeAntifa*, 2020.

8. «Γιατί όλοι κερδίζουν από τον τουρισμό και πάνω απ' όλα κερδίζει η Ελλάδα που αναζητεί την επαναποθέτησή της στον παγκόσμιο χάρτη με αναβαθμισμένους όρους, μετά την οδυνηρή εμπειρία της κρίσης.» Τάδε έφη ο Αλέξης Βασιλικός (5/2/2019) στην 7η γενική συνέλευση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας με τίτλο «Τουρισμός: Υπόθεση Όλων μας» (marketinggreece.com).

9. «Η ανάδυση του κινεζικού μπαντουσάν και η ιστορία του κόσμου (1950-2010)», στην έκδοση *Το πείραμα «Πανδημία»: μια ιστορία ιών, πειθαρχήσεων και εμπορικού πολέμου*, *AutonomeAntifa*, 2022, σελ. 68-9. Για μια ιστορική ματιά στην εποχή που μπαίνανε τα μπετά της τουριστικής ελαφριάς βιομηχανίας μέσω της ώθησης του πακέτου Μάρσαλ, βλ.: «Τοπικές κοινωνίες στην εποχή του εμφυλίου. Στιγμές από τη "λαμπρή" ανασυγκρότηση του ελληνικού κράτους και του εθνικού του κορμού», *Antifa #69*, 5/2020.

10. Φραγκούλης Αντώνιος, *Η ανατομία του τουρισμού*, ΤΕΙ Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, 2017, σελ. 134-136.

11. «Το διάστημα 1998 - 2003 μόνον οι επενδύσεις που εντάχθηκαν στον αναπτυξιακό νόμο «άγγιξαν» σχεδόν το 1 δισεκατομμύριο ευρώ». Απ' αυτά τα χρήματα, περίπου το 30% δόθηκε από το ελληνικό κράτος. Βλ. Ιγνάτιος Φωτίου, *Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού και αλλαγές στις μορφές του*, Διπλωματική, Τμήμα Οργάνωσης-Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιά, 2005, σελ. 123.

12. Ιγνάτιος Φωτίου, *ό. π.*, 2005, σελ. 128.

13. Αγγελίνα Τσακίση, «Οι touroperators και η ελληνική πραγματικότητα», *Επιχειρώ*, 19/6/2012.

14. Βλ. μεταξύ άλλων και: Ηλίας Μπέλλος, «Ο τουρισμός έδωσε το 1/4 του ΑΕΠ», *Καθημερινή*, 30/5/2019, Η *επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2012, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019 και το 2020*, INSETE, Σεπτέμβριος 2020, Νοέμβριος 2021.

15. Το 2016 η Ελλάδα διέθετε 10.000 τουριστικά καταλύματα (γύρω στα 4.000 ξενοδοχεία υπήρχαν το 1978) και περίπου 800.000 κρεβάτια σε αυτά. Το 1970 οι ελληνικές υποδομές περιλάμβαναν περίπου 120.000 κρεβάτια και το 2002 περίπου 625.000 κρεβάτια. Βλ. Παπαδουλάκη Αικατερίνη, *ό. π.*, 2011, σελ. 201-202 και Ιγνάτιος Φωτίου, *ό. π.*, 2005, σελ. 66.

16. Ξανά: *Ο Ρατσισμός ως Υλικό Συμφέρον: Διδάγματα από την Πρόσφατη Προσφυγική Κρίση*, *AutonomeAntifa*, 2020.

17. «Μεγάλη αύξηση σε τουρίστες και έσοδα το 2021. Αφίξεις, Έσοδα, Μελέτες / Στατιστικά, Τουριστικά Μεγέθη, 23 Δεκεμβρίου 2021», και «Ελλάδα: Αφίξεις τουριστών και έσοδα το 2021 Αφίξεις, Έσοδα, Μελέτες / Στατιστικά, Τουριστικά Μεγέθη», 18/4/2022, etravelnews.gr.

18. Βλ. και την αφίσα του antifa south, Δεν έχει κρύο στην Ελλάδα, κράτος έχει όμως μπόλικο, Ιούνιος 2021.

19. Αιμιλία Βλάχη, *Η χρηματοδότηση και γεωγραφική ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού: η περίπτωση της ελληνικής ξενοδοχείας, 1950-2005*, Διατριβή, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πάτρας, 2009.

20. Βίκυ Καραντζαβέλου, «Οι Tour Operators ακυρώνουν ταξιδιωτικά πακέτα σε Ρωσία και Ουκρανία», *Travel Daily News*, 3/3/2022.

21. «Κικιλίας: Οι μεγάλοι tour operators παγκοσμίως και στην Ευρώπη στοχεύουν στην Αθήνα και στην Αττική», *CNNGreece*, 11/1/2022.

22. Νικόλαος Σιφωνιός, *Οι Tour Operators ως κύρια πηγή τουριστικής ζήτησης. Μελέτη περίπτωσης στις οικονομικές επιπτώσεις της τοπικής κοινωνίας στη Νήσο Κω*, Διπλωματική, Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης, Παν/μιο Αιγαίου, 2011, σελ. 60-75. Βλ. και Μάρκος Κομνηνάκης, «Tour operators και ελληνικός τουρισμός: Καίρος να περιοριστεί η εξάρτησή!», *Ροδιακή*, 26/1/2021.

23. Σπυρίδων Μοσχονάς, *Στρατηγική ανάλυση του κλάδου του τουρισμού στο σύγχρονο ελληνικό περιβάλλον*, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιά, 2017 σελ. 34, 44.

24. «Καλύτερα στη Γερμανία για μπάνια;», *DW*, 13/7/2021.

25. «Καλοκαιρινό «κύμα» κορωνοϊού στη Γερμανία», *Ναυτεμπορική*, 15/6/2022.

26. Τάσος Χωμενίδης, «Ο τουρισμός ως πυλώνας ανάπτυξης», *Καθημερινή*, 20/4/2022.