

## The Greek Review of Social Research

Vol 122 (2007)

122, A



### Το κέρασμα στα «μπαρ με κονσομασιόν»: Η διαχείριση του μη ανεκτού

Λιόπη Αμπατζή

doi: [10.12681/grsr.120](https://doi.org/10.12681/grsr.120)

Copyright © 2007, Λιόπη Αμπατζή



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

#### To cite this article:

Αμπατζή Λ. (2007). Το κέρασμα στα «μπαρ με κονσομασιόν»: Η διαχείριση του μη ανεκτού. *The Greek Review of Social Research*, 122, 3–21. <https://doi.org/10.12681/grsr.120>

Λιόπη Αμπατζή\*

---

## ΤΟ ΚΕΡΑΣΜΑ ΣΤΑ «ΜΠΑΡ ΜΕ ΚΟΝΣΟΜΑΣΙΟΝ»: Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΜΗ ΑΝΕΚΤΟΥ<sup>1</sup>

---

### ΠΕΡΙΛΗΨΗ

*Το μπαρ με κονσομασιόν αφορά σε έναν τύπο και τόπο ερωτικής συσχέτισης ανδρών και γυναικών. Κομβικό σημείο αυτής της σχέσης αποτελεί το κέρασμα του «γυναικειού» ποτού από τους πελάτες στις κονσοματρίς. Υποστηρίζω ότι ο ρόλος που διαδραματίζει το κέρασμα είναι να διαχειριστεί την αμφιθυμία που σχετίζεται με αυτόν τον τύπο οικονομικο-σεξουαλικής επικοινωνίας και που απορρέει από τις κυρίαρχες κανονιστικές αντιλήψεις για την ερωτική επιθυμία και την ικανοποίησή της – αντιλήψεις που μοιράζονται από κοινού άνδρες και γυναίκες, πελάτες κι εργαζόμενες. Η μετατροπή της αγοράς της συντροφιάς σε προσφορά ποτού ισορροπεί τις αντιθέσεις διασκέδαση/εργασία, υποχρέωση/επιθυμία, χρέυμα/συναίσθημα.*

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΚΟΝΣΟΜΑΣΙΟΝ

«Μπαρ με κονσομασιόν», «μπαρ με γυναίκες», «κωλάδικα», «κωλόμπαρ» ή όπως αλλιώς είναι γνωστά διαφέρουν από τους υπόλοιπους χώρους νυχτερινής διασκέδασης στο βαθμό που προσφέρουν τη δυνατότη-

---

\* Κοινωνική Ανθρωπολόγος, Δρ. Κοινωνικής Ανθρωπολογίας και Ιστορίας.

1. Με τον όρο «μη ανεκτό» αναφέρομαι στη συζήτηση που ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1980, με την έκδοση του βιβλίου των Parry και Bloch, *Money and the morality of exchange*. Η ανταλλαγή είναι βασική συνθήκη της ανθρώπινης κοινωνικότητας, ωστόσο, οι εννοιολογήσεις, οι τύποι και οι ταξινομήσεις των ανταλλαγών αποτελούν και ηθικές κατηγορίες του πολιτισμικού συμφραζομένου εντός του οποίου γίνονται. Ειδικά στη ζώνη της εγχρήματης έκφρασης της ερωτικής επιθυμίας, που διερευνώ σε αυτή την εργασία, η πολιτισμική, κοινωνική, λογοθετημένη και ιστορικά προσδιορισμένη ανοχή έχει εξαιρετική σημασία στο βαθμό που θέτει τους όρους του παιχνιδιού, συγκροτώντας ανάλογες διαχειριστικές πρακτικές.

τα γυναικείας συντροφιάς στους πελάτες τους, προσλαμβάνοντας γυναίκες που εργάζονται ως «κονσοματρίδες».<sup>2</sup>

Δεν είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε ακριβώς πώς διαμορφώθηκε αυτό το είδος μπαρ στο τοπίο της διασκέδασης στην Ελλάδα. Ξέρουμε όμως ότι στα μέσα του 19ου αιώνα στους παρισινούς οίκους ανοχής συνηθιζόταν οι πόρνες να πίνουν μαζί με τους πελάτες στα σαλόνια πριν προχωρήσουν στη σεξουαλική συνεύρεση και μάλιστα όφειλαν να ενθαρρύνουν την κατανάλωση κρασιού ή σαμπάνιας αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο τα έσοδα του «οίκου».<sup>3</sup> Για την Ελλάδα δεν υπάρχουν συστηματικές πληροφορίες, αλλά κάποιες αναφορές δείχνουν ότι στο Μεσοπόλεμο στα καμπαρέ εμφανίζονταν παρόμοιες πρακτικές. Ο όρος «κονσομασιόν» –η γαλλική λέξη για την κατανάλωση– και ο αντίστοιχος «κονσοματρίς» –για τις γυναίκες που επαγγελματικά συνδέονται με την πρακτική αυτή– παραμένει άγνωστο πότε και πώς μπήκαν στο λεξιλόγιο της νυχτερινής διασκέδασης.<sup>4</sup> Αυτό που είναι βέβαιο είναι ότι αυτή η κατηγορία μπαρ ανθεί τη δεκαετία του 1960 στον Πειραιά και τη Γλυφάδα,<sup>5</sup> και στη δεκαετία του 1970 εξαπλώνεται τόσο στην Αθήνα όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Η δεκαετία του 1980<sup>6</sup> σηματοδοτήθηκε ως η «χρυσή εποχή» της κονσομα-

2. Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιούνται οι όροι «κονσοματρίς» και (η) «κονσομασιόν», που αποδίδουν αντίστοιχα τους γαλλικούς όρους «consommatrice» και (la) «consommation» («καταναλώτρια» και «κατανάλωση», μεταξύ άλλων). Στο πλαίσιο του μπαρ ο πρώτος όρος χρησιμοποιείται –εσφαλμένα– ως «κονσομετρίς», ενώ ο δεύτερος έχει καθιερωθεί ως ουσιαστικό γένους ουδετέρου αντί του –ορθού– θηλυκού.

3. L. Addler, 2000, *Η καθημερινή ζωή στους οίκους ανοχής της Γαλλίας (1830-1930)*, σ. 114-115.

4. Βλ. Σ. Βρανά, (χ.χ.), *Η Τρούμπα*, Αθήνα, Σμηρνιωτάκης. Στο βιβλίο οι γυναίκες που εργάζονταν στα μπαράκια και τα καμπαρέ πριν το 1945 αναφέρονται με τον όρο «κονσοματρίς»· ωστόσο δεν είναι επιβεβαιωμένο ότι επρόκειτο για όρο που χρησιμοποιούνταν την εποχή εκείνη.

5. Σύμφωνα με τους ανθρωπους που συνάντησα στην επιτόπια έρευνα, η γεωγραφία της κονσομασιόν συνδέεται με την παρουσία Αμερικανών στρατιωτών στην Αττική, και συγκεκριμένα με τον 6ο στόλο στην Τρούμπα και την αεροπορική βάση στο Καλαμάκι.

6. Η άνηση των μπαρ στη δεκαετία του 1980 στην ελληνική επαρχία είναι πιθανόν να σχετίζεται με την εισροή χρημάτων από τα αγροτικά δάνεια αλλά, κυρίως, από την εκταμίευση πόρων από την ΕΟΚ. Μεγάλο μέρος αυτών των χρημάτων διοχετεύτηκε στην κατανάλωση. Σχετικά με την καταναλωτική στροφή των αγροτικών νοικοκυριών, βλ. Βλαχούτσικου, 1998. Επίσης ο Παπαταξιάδης (1999) σχολιάζει εκτενώς την πρακτική αγροτών σε μία κοινότητα της Λέσβου να «παίζουν στα χαρτιά» τα χρήματα από τα αγροτικά δάνεια ως πράξη «δημιουργικής αντίστασης» («constructive resistance», υπό την ευρεία έννοια της αμφισβήτησης ηγεμονικών νοημάτων, είτε είναι η συγγένεια, το συμφέρον, το κράτος κ.λπ.). Για μια

σίον, ενώ την εποχή της έρευνάς μου<sup>7</sup> –στα τέλη της δεκαετίας του 1990– ο αριθμός των μπαρ υπολογιζόταν σε 4.000 σε όλη την επικράτεια, παρόλο που θεωρείτο ότι εκείνη την εποχή τα μπαρ αυτά διέρχονταν κρίση.

Αντικείμενο αυτής της εργασίας αποτελεί αυτός ο τύπος ανδρικής διασκέδασης στα μπαρ με κονσομασιόν, διασκέδαση η οποία οργανώνεται γύρω από δύο άξονες: την ερωτική επιθυμία και το χρήμα. Έχει υποστηριχθεί ότι στο πλαίσιο μιας οικονομικο-σεξουαλικής ανταλλαγής το μέρος που πληρώνει ή προσφέρει μια ανταμοιβή θεωρείται ότι έχει την επιθυμία –και επομένως ανταμείβεται με την εκπλήρωση της επιθυμίας του– ενώ το άλλο μέρος, εκείνος/η δηλαδή που την ικανοποιεί πρέπει να ανταμειφθεί διότι –θεωρείται ότι– δεν έχει επιθυμία, απλά παρέχει υπηρεσία (Tabet, 2001).<sup>8</sup> Η πολιτισμική πρακτική της κονσομασιόν αποτελεί

---

γλαφυρή αφήγηση των πρακτικών διασκέδασης κι επιδεικτικής κατανάλωσης στα «μπουζουκτσίδικα» της ελληνικής επαρχίας βλ. Θ. Αλεξανδρής, 1994, *Αυτή η νύχτα μένει*, Αθήνα, Οδός Πανός.

7. Πρόκειται για την επιτόπια έρευνα που διεξήγαγα στα μπαρ με κονσομασιόν την περίοδο 1996-1998 και στην οποία βασίστηκε η διδακτορική μου διατριβή με τίτλο « Ποτό για παρέα: Έμφυλες σχέσεις, σώμα και συναίσθημα στη σεξουαλική εργασία» (2004). Επιγραμματικά αναφέρω ότι η μέθοδος που ακολούθησα ήταν αυτή της συμμετοχικής παρατήρησης σε συνδυασμό με ανοιχτές συνεντεύξεις και ιστορίες ζωής. Το πρώτο εξάμηνο της έρευνας, βρέθηκα η ίδια «πίσω από τη μπάρα», εργαζόμενη ως «κονσοματρίς» σε κάποιο μπαρ, το «Νανά», στην οδό Μιχαλακοπούλου στην Αθήνα. Αυτή η εμπειρία ήταν καθοριστική για πολλούς λόγους. Πρώτον, διότι μου δόθηκε η ευκαιρία να κάνω ουσιαστική συμμετοχική παρατήρηση και να θέσω τον εαυτό μου στη θέση της «πληροφορητριάς-συνομιλήτριας». Δεύτερον, συστηματοποίησα επαφές με γυναίκες, τις οποίες ακολούθησα έξω από το μπαρ, στον οικιακό και προσωπικό τους χώρο και χρόνο. Τρίτον, το μπαρ αυτό λειτούργησε ως πεδίο σύγκρισης με τα υπόλοιπα μπαρ στην έρευνα που έκανα σε άλλες πόλεις της Ελλάδας.

8. Αφετηρία της τελευταίας δουλειάς της P. Tabet για την πορνεία αποτελεί το ερώτημα του Malinowski (1922, 1976/1927) σχετικά με τις σεξουαλικές σχέσεις στα νησιά Τρόμπριαντ όπου ο Άγγλος ανθρωπολόγος αναρωτιέται γιατί γυναικείες σεξουαλικές πρακτικές θεωρούνται ως υπηρεσίες προσφερόμενες από τις γυναίκες στους άνδρες και ως τέτοιες ανταμείβονται με δώρα. Η Tabet στηριζόμενη σε εθνογραφίες από διάφορες κοινωνίες θέτει ως *ζήτημα* τη μονόδρομη κατεύθυνση της οικονομικο-σεξουαλικής ανταλλαγής, αυτό που έχει περιγραφεί ως ο «γυναικείος» χαρακτήρας της πορνείας, και υποστηρίζει ότι οφείλεται στη διαφορά ανάμεσα στη δυνατότητα των ανδρών να εκφράσουν την ερωτική τους επιθυμία και την έλλειψη δυνατότητας των γυναικών να το κάνουν (Γιαννακόπουλος, 2006). Αξίζει να σημειωθεί ότι η Tabet διαφοροποιείται από μεγάλο μέρος φεμινιστριών αναλυτριών για την πορνεία στο βαθμό που θεωρεί ότι οι οικονομικοσεξουαλικές ανταλλαγές ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες αποτελούν ένα συνεχές, όπου περιλαμβάνονται ο γάμος και η πορνεία, με την τελευταία να μην αποτελεί ειδική κατηγορία σεξουαλικότητας. Για μια εμπειριστατωμένη ανασκόπηση των φεμινιστικών διαμαχών για την πορνεία βλ. Bell, 1994· Zatz, 1997.

ένα τύπο οικονομικο-σεξουαλικής ανταλλαγής όπου συγκροτήθηκε ακριβώς στη βάση αυτής της δυνατότητας των ανδρών να εκφράσουν την ερωτική τους επιθυμία μέσω του χρήματος. Ωστόσο, αυτό γίνεται συγκαλυμμένα, διότι, κι αυτό θα προσπαθήσω να αναλύσω στο κείμενο, η κοσμομασιόν επιτελείται μέσα από έναν κώδικα ανταλλαγής όπου το χρήμα αποσιωπάται και τη θέση του παίρνει η πρακτική του κεράσματος του επονομαζόμενου γυναικείου ποτού.<sup>9</sup>

#### «ΠΟΤΟ ΓΙΑ ΠΑΡΕΑ»: Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΙΑΣ ΑΜΦΙΣΗΜΗΣ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗΣ

Η ιδιαιτερότητα των μπαρ με κοσμομασιόν, δηλαδή η δυνατότητα συντροφιάς με γυναίκες, διαμορφώνει την πελατεία, αποκλείοντας τις τελευταίες από τη θέση του πελάτη. Από την άλλη μεριά, είναι αυτή η δυνατότητα της υπηρεσίας που προσελκύει την πελατεία στα μπαρ, δηλαδή, χωρίς να είναι αναγκασμένοι, οι πελάτες που συχνάζουν σε αυτά τα μπαρ αναζητούν αυτή τη συντροφιά. Με άλλα λόγια, το διακριτικό γνώρισμα αυτής της διασκέδασης είναι η παρέα με γυναίκες. Γυναίκες προκλητικά ντυμένες,<sup>10</sup> έντονα βαμμένες, αρωματισμένες και καλοχτενισμένες<sup>11</sup> προσλαμ-

9. Η διάκριση ανάμεσα σε «ανδρικά» και «γυναικεία» ποτά είναι διαδεδομένη στην ελληνική εθνογραφία. Οι άνδρες συνδέονται με δυνατά αλκοολούχα ποτά (όπως το ούζο, η ρετσίνα, η τσικουδιά), ενώ οι γυναίκες με ελαφριά και γλυκά λικέρ (που συνήθως παρασκευάζονται και καταναλώνονται στο σπίτι). Ειδικότερα, βλ. Cowan, 1990, σ. 65-67). Η Γκέφου-Μαδιανού (1992) υποστηρίζει ότι μέσα από την παρασκευή ενός γλυκού δυνατού κρασιού –το οποίο βρίσκεται σε συμβολική αντίστιξη με τη ρετσίνα που παράγουν οι άνδρες– οι γυναίκες στα Μεσόγεια διαπραγματεύονται την επικινδυνότητα της σεξουαλικότητάς τους.

10. Ως προκλητική περιβολή (των γυναικών) ορίζεται η ενδυμασία που προκαλεί το σεξουαλικό ερεθισμό (των ανδρών). Ήδη από το 2ο μ.Χ. αιώνα οι εκκλησιαστικοί πατέρες την περιέγραψαν ως το παιχνίδι ανάμεσα στην απόκρυψη κι αποκάλυψη μερών του σώματος, που είναι εφικτό μέσα από τη χρήση υλικών, χρωμάτων, διακοσμητικών ειδών, σε μια προσπάθεια να περιγράψουν την ακριβώς αντίθετη (Rubinstein, 1995).

11. Το ντύσιμο, τα ψηλά τακούνια, το μακιγιάζ, τα αρώματα, τα χτενίσματα, τα κοσμήματα, τα εσώρουχα είναι στοιχεία που συνθέτουν από κοινού την ενδυμασία ως το σύνολο των μετασχηματισμών του σώματος και/ή των συμπληρωμάτων που επιδεικνύονται από ένα πρόσωπο προκειμένου να επικοινωνήσει με άλλα πρόσωπα (J. Eicher, M.E. Roach-Higgins, 1992, σ. 12-15). Σύμφωνα με το κυρίαρχο ετεροκανονιστικό μοντέλο οι γυναίκες πρέπει να γοητεύουν τους άνδρες μέσα από την επιδέξια χρήση των θηλυκών σημαινόντων (McNeal, 1999), όπου σε μία συμβολική χρήση του σώματος το στήθος, οι γοφοί και το αιδείο αποτελούν συνεκδοχές των γυναικών και της θηλυκότητας (Manderson, 1999). Έτσι, το κοινωνικό

βάνονται<sup>12</sup> στο μπαρ για να μιλήσουν με τους πελάτες και να τους ακούσουν, να τους κάνουν να χορέψουν και να τραγουδήσουν και να νιώσουν «άρχοντες»: γενναιόδωροι γλεντζέδες, ερωτικοί και επιθυμητοί άντρες, αλλά και να τους γοητεύσουν εκείνες με τη σειρά τους,<sup>13</sup> σε ένα περιβάλλον όπου οι γυναίκες δεν αντιτίθενται και δεν ανταγωνίζονται τους άντρες, αλλά με κάθε τρόπο δείχνουν πλήρη αποδοχή και θαυμασμό. Ανεξάρτητα από τις επιμέρους διαφοροποιήσεις των μπαρ αλλά και των γυναικών που εργάζονται σε αυτά, οι βασικές αρχές που ισχύουν καθολικά και περιγράφουν τα καθήκοντα<sup>14</sup> μιας κονσοματρίας κατά την επιτέλεση της κονσομασιόν είναι οι εξής:

1. Η κονσοματρίας οφείλει να συμπεριφέρεται στον πελάτη ως ανώτερο και να συμμορφώνεται στις επιθυμίες του.
2. Οι υπηρεσίες της κονσοματρίας υπαινίσσονται το σεξ αλλά δεν οδηγούν αναγκαστικά σε σεξουαλική συνεύρεση.
3. Η βασική υπηρεσία είναι η συνομιλία της κονσοματρίας με τον πελάτη. Στο πλαίσιο αυτό δουλειά της κονσοματρίας ως ομιλήτριας και ακροάτριας είναι να κάνει τον πελάτη να νιώθει άνετα, ξεχωριστός και σπουδαίος.

Η μοναδική προϋπόθεση για να έχει ο πελάτης πρόσβαση στην κονσοματρίας και να απολαύσει τις υπηρεσίες της είναι να την «κεράσει» ποτό. Σε αυτά τα μπαρ, εκτός από τα συνήθη αλκοολούχα ποτά που διατίθενται σε οποιοδήποτε μπαρ ή άλλο χώρο διασκέδασης, πωλείται στους πελάτες μια

φύλο, εδώ η θηλυκότητα/γυναίκες είναι επιτελεστικό, αφού το κοινωνικό φύλο είναι η επαναλαμβανόμενη διαμόρφωση/μορφοποίηση του σώματος, ένα σύνολο επαναληπτικών πράξεων μέσα σε ένα πολύ κανονιστικό πλαίσιο που συμπυκνώνεται με τον καιρό για να παράγει την εμφάνιση της ουσίας, ενός είδους φυσικού τρόπου ύπαρξης (Butler, 1990, σ. 33).

12. Το καθεστώς εργασίας των «κονσοματριών» περιγράφεται στην υποσημείωση 13.

13. Σύγχρονες αντιλήψεις για το φύλο είναι ιδιαίζόντως αλληλένδετες με ανησυχίες για τον σεξουαλικό προσανατολισμό (sexual orientation) και την επιλογή του ερωτικού αντικειμένου, κι έτσι σημαντικές ιδιότητες του ανδρισμού και της θηλυκότητας προσδίδονται σύμφωνα με τη σεξουαλικότητα (Bolin, 1996). Η θηλυκότητα συσχετίζεται με την επιθυμία και τη σαγήνευση των ανδρών (αρσενικό αντικείμενο ερωτικής επιλογής) και ο ανδρισμός με την επιθυμία και σαγήνευση γυναικών (θηλυκό αντικείμενο ερωτικής επιλογής). Αυτό ειδικά το στάδιο των κανονιστικών υποθέσεων αποτελεί αυτό που η Adrienne Rich (1993) περιγράφει ως «υποχρεωτική ετεροφυλοφιλία», η οποία επικοινωνείται στον/στην καθένα/καθεμιά μέσω των δημόσιων πρακτικών (π.χ. αναπαραστάσεις στα ΜΜΕ, παιδικές ιστορίες κ.λπ.).

14. Παρόμοια και ανάλογα, σύμφωνα με την Anne Allison, είναι τα καθήκοντα των hostesses στα Hostess Club στο Τόκιο (1994, σ. 7-9).

ειδική κατηγορία ποτών που προορίζεται να καταναλωθεί από τις κονσοματρίδες – το «γυναικείο». Κάθε ποτό που κερνιέται καταγράφεται –τσεκάρεται– δίπλα στο όνομα της κονσοματρίδας από την υπεύθυνη μπαργούμαν, η οποία της δίνει για αυτό μία μάρκα. Το σύνολο των κερρασμένων ποτών-μαρκών στο τέλος της βραδιάς αποτελούν τον κύκλο εργασίας της κονσοματρίδας και σύμφωνα με αυτόν θα πληρωθεί το μεροκάματό της.<sup>15</sup>

Θεωρητικά το γυναικείο ποτό που πίνουν οι γυναίκες στη συντροφιά των πελατών δεν πρέπει να περιέχει αλκοόλ. Τονίζω το θεωρητικά γιατί οι γυναίκες στη διάρκεια της βραδιάς καταναλώνουν αλκοόλ μέσα στα κερρασμένα ποτά. Το περιεχόμενο του γυναικείου ποτού αποτελεί πηγή έντασης και αντικείμενο διαρκών διαπραγματεύσεων, όπως θα παρακολουθήσουμε στα λόγια ενός ιδιοκτήτη «μπαρ με κονσομασιόν» που απευθύνεται στις γυναίκες που εργάζονται στο μπαρ, κατά τη διάρκεια της πληρωμής:

*«Η δουλειά σας δεν είναι να σουρώνετε και να σπάτε τα στομάχια σας. Την επόμενη φορά που θα δω γυναίκα να πίνει αλκοόλ με πελάτη θα τη διώξω! [...] ο τραχανάς πληρώνει την παρέα σας κι όχι τα ποτά σας, πάρτε το χαμπάρι».*

Η κυνική αυτή διατύπωση έρχεται σε δραματική αντίθεση με την πρακτική που ακολουθούσε αυτό το μπαρ ως προς την παρουσίαση του γυναικείου ποτού – πρακτική που δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Κάθε βράδυ γέμιζαν άδεια μπουκάλια βότκας με νερό από τη βρύση κι έτσι υποτίθεται ότι το γυναικείο ποτό ήταν βότκα. Στα περισσότερα μπαρ δεν

---

15. Αν και δεν αποτελεί αντικείμενο αυτού του άρθρου, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το ζήτημα της οικονομικής-εργασιακής σχέσης των γυναικών με την επιχείρηση όπου εργάζονται. Το ζήτημα της αμοιβής είναι από τα πιο περίπλοκα και ρευστά στο χώρο των μπαρ. Πιο συγκεκριμένα, ο γενικός όρος «μεροκάματο», που χρησιμοποιείται συνήθως για την ημερήσια αμοιβή της γυναίκας, υποκρύπτει τις διαφοροποιήσεις που υπάρχουν ανάμεσα στις εργασιακές-οικονομικές σχέσεις γυναίκας – ιδιοκτήτη μπαρ. Ειδικότερα, η αμοιβή της γυναίκας στο μπαρ αποτελεί αντικείμενο προσωπικών και μυστικών διαπραγματεύσεων, πολλές φορές με τη μεσολάβηση τρίτου προσώπου, του ατζέντη, ανάλογα με τα προσόντα της (εμπειρία, ηλικία, εμφάνιση, «φήμη» κ.λπ.). Σε γενικές γραμμές υφίστανται σε παραλλαγές δύο βασικά μοντέλα πληρωμής. Το πρώτο αφορά στην αμοιβή με βάση συμφωνημένο σταθερό ποσό (ημερομίσθιο). Το δεύτερο αφορά στον τρόπο πληρωμής στη βάση ποσοστού (κατ' αποκοπή)· με άλλα λόγια, η ημερήσια αμοιβή της γυναίκας είναι συνάρτηση της απόδοσής της. Στο μοντέλο αυτό, ο υπολογισμός της αμοιβής έχει ως εξής: Για τα δέκα πρώτα ποτά που θα κερραστεί η κονσοματρίδα εισπράττει ολόκληρο το αντίτιμό τους, ενώ για τα υπόλοιπα, θα λάβει το 50% της αξίας του κάθε ποτού και το άλλο 50% κρατά ο/η εργοδότης. Αυτά τα δύο μοντέλα στην πράξη εμφανίζονται σε διάφορες παραλλαγές.

μετέρχονται τέτοιες επιτηδεύσεις, ωστόσο το σερβίρισμα του γυναικείου φροντίζουν να είναι διακριτικό.

Οι περισσότεροι άνθρωποι –πελάτες και μη– γνωρίζουν ότι το γυναικείο ποτό δεν περιέχει αλκοόλ, κι όπως το έθεσε κάποιος «να τα ξέρω, εκείνα τα μπαρ, που οι άνδρες κερνούν τις γυναίκες κάτι «τσάγια» για να τους κάνουν παρέα».<sup>16</sup>

Με κάθε αφορμή συζήτησης για τα μπαρ με κονσομασιόν, διαπίστωνα εκ μέρους των ανδρών συνομιλητών μου μία αμφίθυμη διάθεση ως προς αυτό το είδος της διασκέδασης. Στις περισσότερες συζητήσεις που είχα με άνδρες όλα αυτά τα χρόνια διέκρινα δύο διακριτές και διαδοχικές μεταξύ τους φάσεις στη στάση τους απέναντι στο ζήτημα της κονσομασιόν. Σε πρώτη φάση, οι άνδρες μιλούσαν αποστασιοποιημένα ως εάν να μην τους αφορούσε το ζήτημα, κι εκφράζονταν αρνητικά για εκείνους τους άνδρες που συχνάζουν σε αυτά τα μπαρ αλλά με συμπάθεια στις γυναίκες που «αναγκάζονται να ανέχονται τον κάθε μαλάκα» κ.λπ.

Όσο η συζήτηση εξελισσόταν οι περισσότεροι ομολογούσαν ότι είχαν βρεθεί και οι ίδιοι «τυχαία», κάποιος τους πήγε και τελικά είχε «χαβαλέ»<sup>17</sup> και διηγούνταν πρόθυμα τις δικές τους προσωπικές εμπειρίες.

Η πρακτική της αγοράς της παρέας ως τύπος ερωτικής συσχέτισης ανδρών και γυναικών αντιμετωπίζεται με καχυποψία και δυσθυμία και από τις γυναίκες που εργάζονται στο μπαρ όσο και από άνδρες – μέσα και έξω από αυτό. Διατυπώνονται αντιλήψεις σύμφωνα με τις οποίες υποθέτει κανείς ότι οι άνδρες εκείνοι που αναζητούν πληρωμένη συντροφιά για κάποιους (ειδικούς) λόγους αναγκάζονται να το κάνουν. Δεν τους αναγνωρίζεται, δηλαδή, η επιλογή και η επιθυμία για το συγκεκριμένο τύπο συντροφιάς· αντίθετα, τους αποδίδεται η ανάγκη, η αδυναμία, η

---

16. Ενδεχομένως, ο συνομιλητής μου αναφέρεται στη γνωστή, σκηνοθετική χρήση του τσαγιού αντί για ούισκι στον κινηματογράφο. Ωστόσο, αξίζει να σκεφτούμε τη συμβολική αντίστιξη ανάμεσα στο τσάι-ρόφημα που παραπέμπει στο σπίτι, την ασθένεια και την τρίτη ηλικία και το ποτό-αλκοόλ που παραπέμπει στη διασκέδαση, το κέφι και τον έρωτα. Ειδικά για τη σύνδεση ερωτικού κεφιού, αλκοόλ και διασκέδασης, ο Οικονόμου (2000) επισημαίνει ότι: «Η κατανάλωση αλκοόλ είναι συστατικό στοιχείο της κουλτούρας του νέου λαϊκού τραγουδιού». Ειδικά για το ούισκι υποστηρίζει ότι: «εκτοπίζει τα άλλα ποτά και γίνεται το αδιαμφισβήτητο σύμβολο της κουλτούρας της ξέφρενης κι εκτός ελέγχου διασκέδασης στα νυχτερινά κέντρα».

17. Ο αστεϊσμός και το γέλιο είναι συγκαλυμμένες μορφές εχθρικότητας (Φρόντ, 1905, κ.ά). Από την άλλη πλευρά, ο Γιαννακόπουλος (1995, σσ. 67, 69) θεωρεί το ρόλο του γέλιου ως μηχανισμό αποταυτοποίησης ερμηνεύοντας παρόμοιες δηλώσεις των συνομιλητών του για επισκέψεις σε γκέι μπαρ... για «χαβαλέ».



έλλειψη επιλογής. Αυτό συνειρμικά οδηγεί σε κάποια μειονεκτικά χαρακτηριστικά που αφορούν είτε στην εμφάνιση είτε σε άλλους παράγοντες και που αναγκάζουν τους άνδρες να πληρώσουν για να γίνουν «ανεκτοί». <sup>18</sup> Αυτήν την «αντίληψη» τη μοιράζονται και οι ίδιοι οι πελάτες, και ίσως γι' αυτόν το λόγο σπάνια άκουσα κάποιον από αυτούς να αυτοπροσδιορίζεται ή, ακόμα, να προσδιορίζει άλλους άνδρες με αυτόν τον όρο («πελάτης»). <sup>19</sup> Έτσι, πολλοί άνδρες αυτοπροσδιορίζονται ως φίλοι του αφεντικού (ειδικά όταν είναι κι εκείνος άνδρας, αλλά και για γυναίκες-αφεντικά χρησιμοποιούν το πρόσχημα της φιλίας). <sup>20</sup>

Θα ήταν λάθος να θεωρηθούν οι πελάτες ένα ομοιογενές σώμα με μονοσήμαντη ταυτότητα. Αν αυτό που τους ομαδοποιεί είναι μια κοινή, πολιτισμικά αναγνωρίσιμη πρακτική, τούτο δεν σημαίνει ότι εκείνοι που την επιτελούν το πράττουν και το βιώνουν με τον ίδιο τρόπο. Οι άνδρες που πηγαίνουν στα μπαρ δεν αποτελούν μια ξεχωριστή κατηγορία ανδρών, ούτε έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Είναι άνδρες κάθε ηλικίας, κοινωνικής τάξης, επαγγελματικής κατηγορίας, οικονομικής επιφάνειας, οικογενειακής κατάστασης (ανύπαντροι, παντρεμένοι και διαζευγμένοι).

Ωστόσο πρέπει να σημειώσω ότι, από την πρώτη στιγμή που βρέθηκα σε μπαρ με κοσσομασιόν, άκουγα τις γυναίκες να μιλούν ιδιαίτερα απαξιωτι-

---

18. Το ζήτημα της ανοχής προς τους πελάτες είναι κεντρικό στο λόγο των γυναικών, μια ανοχή που εξασφαλίζεται από την εγχρήματη ανταλλαγή. Πολλές φορές οι γυναίκες θεωρούν αδιανόητη τη συναναστροφή τους με (κάποιους) πελάτες του μπαρ σε πλαίσια που δεν μεσολαβούνται από πληρωμή. Ωστόσο, δεν πρέπει να ξεχνά κανείς ότι ένα από τα κυρίαρχα και αποπλιστικά επιχειρήματα που κυκλοφορούν για να νομιμοποιήσουν το «αναγκαίο κακό» της πορνείας εστιάζεται στην παροχή σεξουαλικών υπηρεσιών σε άτομα (εννοείται μόνο άνδρες) που δεν έχουν τη δυνατότητα να βρουν σεξουαλικούς συντρόφους λόγω κάποιας «ειδικής» τους κατάστασης/ανάγκης (επιχειρήματα που απαντούν και στο λόγο των ίδιων των εργαζομένων στον τομέα σεξουαλικών υπηρεσιών), βλ. ενδεικτικά: Χατζή, 1993· Delacoste, Alexander (eds), 1987· Roberts, 1993. Ενδιαφέρουσα είναι η διαπλοκή αυτής της έννοιας της ανοχής με τον όρο «οίκος» στην έκφραση «οίκος ανοχής» (μυροντέλο).

19. Αντίστοιχο ζήτημα προκύπτει και ως αναφορά τον (αυτο-)προσδιορισμό των «κοσσοματριών».

20. Σ' αυτό το πλαίσιο είναι πιθανό οι άνδρες, μέσω του χαρακτηρισμού τους ως φίλων, να διαχειρίζονται την παρουσία τους στο μπαρ με δύο διαφορετικούς τρόπους:

α) Δημιουργούν μια τεχνητή απόσταση από τη βασική δραστηριότητα του μπαρ, δηλαδή την επί πληρωμή συντροφικότητα με τις εργαζόμενες γυναίκες. Επίσης, ως φίλοι του αφεντικού, κατά την ποσοπλική επαφή με τις γυναίκες αυτόματα τοποθετούνται στην κορυφή της ιεραρχίας των εργασιακών σχέσεων ταυτιζόμενοι με την πλευρά της εργοδοσίας.

β) Επιδιώκουν να επιβάλουν ιεραρχία μέσα στην αδιαφοροποίητη μάζα των πελατών. Ως φίλοι του αφεντικού βελτιώνουν τη θέση τους, ξεχωρίζουν από τους υπολοίπους και δικαιούνται να διεκδικήσουν προνομιακή μεταχείριση.

κά για τους πελάτες, αναφερόμενες γενικά κι αφηρημένα σε «ανώμαλους» και «βλαμμένους». Από την άλλη, πρέπει να σημειώσω ότι τα πράγματα άλλαζαν όταν μιλούσαν σε εξατομικευμένο επίπεδο για συγκεκριμένους άνδρες που γνώρισαν στο μπαρ, και το ζήτημα της εκτίμησης ή απαξίωσης προς αυτά εξαρτιόταν τόσο από το προφίλ του καθενός, όσο κι από την εμπειρία συσχέτισης μαζί τους. Διερευνώντας αργότερα τα νοήματα που απέδιδαν στις έννοιες αυτές οι γυναίκες –αλλά και αρκετοί άνδρες, μέσα και έξω από το μπαρ–, διαπίστωνα ότι βρισκόμουν μπροστά στη σύγκρουση δύο κυρίαρχων –στο δυτικό κόσμο, τουλάχιστον– πολιτισμικών αντιλήψεων. Η πρώτη αφορά στο γεγονός ότι οι άνδρες έχουν από τη «φύση» τους μεγάλες σεξουαλικές ανάγκες, οπότε, προκειμένου να ζήσουν σε αρμονία με τη «φύση» τους πρέπει να τις ικανοποιούν ακόμα και έξω από την κυρίαρχη –ετεροφυλόφιλη, μονογαμική, εντός γάμου– σεξουαλικότητα. Από την άλλη πλευρά, όμως, στο πλαίσιο της κανονιστικής σεξουαλικότητας, το σεξ και ο ερωτικός δεσμός τοποθετούνται στη σφαίρα του ιδιωτικού, του συναισθηματικού. Αντίθετα, η επί πληρωμή ερωτική ή/και σεξουαλική σχέση τοποθετείται στη σφαίρα του δημόσιου, του χρήματος, της αγοράς. Εξάλλου, σύμφωνα με τη Rubin (2006, σ. 420), οι σεξουαλικές πράξεις αποτιμώνται σύμφωνα με τις κυρίαρχες σεξουαλικές αξίες, με βάση τις οποίες η εγγρήματη έκφραση της (ετεροφυλόφιλης) σεξουαλικότητας τοποθετείται στη χαμηλότερη βαθμίδα της σεξουαλικής διαστρωμάτωσης.

«Όσο οι σεξουαλικές συμπεριφορές κι ενασχολήσεις κατεβαίνουν την ιεραρχική διαβάθμιση, τα άτομα που εμπλέκονται υπόκεινται σε υποθέσεις ψυχικής ασθένειας, δυσφήμισης, εγκληματικότητας, περιορισμένης κοινωνικής και φυσικής κινητικότητας κ.λπ.».

Το παρακάτω εθνογραφικό περιστατικό που παραθέτω ήταν μία από τις πρώτες μου εμπειρίες της επιτόπιας έρευνας και εικονογραφεί με τον πιο παραστατικό τρόπο την αμφιθυμία που περιβάλλει τη δραστηριότητα της κονσομασιών.

Το τρίτο βράδυ ως εργαζόμενη στο «Νανά», ένα μπαρ στην Αθήνα, με έστειλαν σε έναν πελάτη ο οποίος προηγουμένως καθόταν με μιαν άλλη γυναίκα. Μου εξήγησε ότι είχε έρθει για να τη «βοηθήσει» γιατί «είναι φίλοι» και τον «παρακάλεσε» κι ότι αυτός δεν συνήθιζε να «κερνάει». <sup>21</sup>

21. Πολλές φορές οι γυναίκες περιγράφουν τις εκάστοτε δοσοληψίες τους με τους πελάτες ως βοήθεια. Ανάλογες παρατηρήσεις υπάρχουν και στο κείμενο της Tabet (2006, σ. 380), όπου οι συνομιλήτριές της χρησιμοποιούν τη λέξη «βοήθεια» προκειμένου να αναφερθούν στις παροχές που έχουν τόσο από τακτικούς όσο και από περιστασιακούς πελάτες, είτε αυτές έχουν τη μορφή άμεσης πληρωμής είτε τη μορφή δώρου.

Μιλούσαμε μαζί αρκετή ώρα χωρίς να με έχει κεράσει ποτό κι έτσι οι άλλες γυναίκες του μαγαζιού άρχισαν να με πιέζουν («*Αν δε σε κερνάει φύγε, ζήτησέ του ποτό*», κ.λπ.) να του ζητήσω ποτό. Με τη σειρά μου, κάτω απ' αυτήν την πίεση, αδέξια και άτολμα του είπα «*Να βάλω ένα ποτό γιατί μου “τη λένε”;*», θεωρώντας ότι υπήρχε ένα κλίμα οικειότητας ανάμεσα μάς και ότι θα «καταλάβαινε», εφόσον μου είχε ήδη πει ότι «ξέρει» τη δουλειά. Εκείνος έδειξε ότι ταράχτηκε και θύμωσε πολύ. «*Ποιος σου “τη λένε”; Να έρθει να μου πει εμένα*». Εγώ τα έχασα και προσπάθησα να τον ηρεμήσω για να μην «αποκαλυφθεί» η γκάφα μου. Αυτός αμετάπειστος συνέχισε να διαμαρτύρεται: «*Τι είμαι εγώ; σαν το “χαβαλέ” δίπλα μου, να πληρώνω την παρέα σου!*» Μετά τα έβαλε με το μαγαζί: «*Εδώ είναι “παριανοί”, κοιτάνε να τα “πάρουν”, δεν είναι επαγγελματίες*». Είπε ότι μιλούσε εκ πείρας μας και διέθετε ο ίδιος μαγαζί-καφετέρια, και αμέσως έσπευσε να με καλέσει στο μαγαζί του. Μετά την «ψυχρολουσία» έφυγα άπραγη και ούτε ξαναπλησίασα, ωστόσο παρακολούθησα τη «φίλη του», η οποία ξαναπήγε σ' αυτόν και την κέρασε ακόμα τρία ποτά σε μικρό χρονικό διάστημα.

Στην ιστορία εμπλέκονται τρία πρόσωπα: ένας άνδρας-πελάτης που δηλώνει εξαρχής ότι γνωρίζει τον κώδικα και τον επιβεβαιώνει «κερνώντας» τη γνωστή του γυναίκα. Αυτή επαγγελματίας «κονσοματρίς», κι εγώ μαθητευόμενη. Απέναντι στις δύο γυναίκες που κατ' αρχήν τοποθετούνται στην ίδια θέση τόσο ως προς το μπαρ όσο και ως προς το ποτό, ο άνδρας αυτός ακολουθεί διαφορετικές στάσεις.

Ως προς την πρώτη γυναίκα, συμμορφώνεται προς τον κώδικα και την «κερνά». Απέναντι σ' εμένα, όμως, αρχικά παραβιάζει τον κώδικα και στη συνέχεια τον αμφισβητεί θεωρώντας ότι δεν τον αφορά καθόλου – και όχι γιατί δεν τον γνωρίζει αλλά ακριβώς γιατί τον γνωρίζει καλά. Στην πρώτη περίπτωση και τα δύο μέρη επικαλούνται το άλλοθι της φιλίας<sup>22</sup>

---

22. Η έννοια της φιλίας αποτελεί πολυπρισματικό πεδίο για να μιλήσει κανείς για τις σχέσεις των ανθρώπων και ξεπερνά κατά πολύ το θέμα που εξετάζω εδώ. Θέλω λοιπόν να διευκρινίσω ότι δεν είμαι σε θέση να γνωρίζω τι ακριβώς εννοούσαν οι δύο αυτοί άνθρωποι λέγοντας ότι είναι φίλοι. Για εθνογραφικές αναφορές για τη φιλία ανάμεσα σε άνδρες α) με όρους αντιδομής και με ορατή την απουσία οικονομικών λειτουργιών, βλ. Παπαταξιάρχης (1991), β) στο πλαίσιο ομοκοινωνικών και ομοερωτικών πρακτικών: ανάμεσα σε άνδρες, βλ. Γιαννακόπουλος (1995), σε γυναίκες ξεχωρίζει η εργασία της Kennedy (1986) ως απάντηση στην αντίληψη που μέχρι τότε υιοθέτησε και μεγάλη μερίδα εθνογράφων ότι δεν υπάρχουν φιλίες ανάμεσα στις γυναίκες, αλλά βλ. και Kantsa, 2000· Κυρτσόγλου, 2003· Παπαγαρουφάλη, 1992.

για να δικαιολογήσουν ο ένας στην άλλη –και αντίστροφα– τη συμμόρφωση προς τον κώδικα του κέρασματος. Αφήνουν να εννοηθεί ότι η μεταξύ τους σχέση εκτείνεται πέρα από τα όρια του μπαρ, κι έτσι η αμοιβαιότητα είναι ταυτόχρονα υποχρέωση και δικαίωμα που τους συνέχει τη συγκεκριμένη στιγμή της ανταλλαγής στο μπαρ. Στη δική μου περίπτωση, όμως, ο συνομιλητής μου –που μου ήταν άγνωστος και υπήρχε πιθανότητα, όπως κι έγινε, να μην ξανασυναντηθούμε ποτέ άλλοτε– «ξεχνά» τον κώδικα και ενώ δεν αρνείται τη συντροφιά μου –που γνωρίζει καλά πώς να την ερμηνεύσει– δεν την ανταποδίδει μέσα από το «κέρασμα». Ακόμα χειρότερα, τη στιγμή που του υπενθυμίζω τη σύμβαση της ανταλλαγής, αντιδρά μ' αυτόν τον τρόπο. Μέσα από το χείμαρρο της αρνητικής του αντίδρασης βρίσκει την ευκαιρία να σχολιάσει τη συνθήκη του μπαρ, να τοποθετηθεί απέναντι σε αυτή ως ειδικός και βαθύς γνώστης και να επικρίνει τους υπεύθυνους της επιχείρησης κατηγορώντας τους, μάλιστα, για έλλειψη «επαγγελματισμού».

Καθοριστική για αυτήν την αντίδραση σίγουρα είναι ο από μέρους μου χειρισμός της κατάστασης. Πιστεύοντας ότι μεταξύ μας είχαν δημιουργηθεί οι προϋποθέσεις κατανόησης, ζήτησα το ποτό ως έξωθεν εντολή. Με αυτόν τον τρόπο ήταν σαν να έλεγα ότι δεν θα το ζητούσα ποτέ από μόνη μου και ακόμα παραπέρα ότι, υπερβαίνοντας την επαγγελματική μου θέση, έκανα παρέα μαζί του γιατί μου άρεσε η συντροφιά του.

Από την άλλη, αναλύοντας εκ νέου τη δική μου στάση μπορώ να σημειώσω ότι αυτό που έκανα ήταν μια βίαιη αποκάλυψη της συνθήκης του μπαρ και ένα ξεκαθάρισμα του ποιοι ήμασταν και τι κάναμε εκεί μέσα. Εκείνος «προσβλήθηκε» και δυσανασχέτησε με αυτή τη λογική. Πρώτον, γιατί τον εξομοίωσα με την αφηρημένη κατηγορία «πελάτης», του υπέδειξα, όπως άλλωστε το έθεσε κι ο ίδιος, ότι ήταν όμοιος με το «χαβαλέ» που καθόταν δίπλα του, και δεύτερον του υπενθύμισα ότι η συμπεριφορά του τελούσε υπό έλεγχο και του σύστησα να συμμορφωθεί.

Πρόκειται λοιπόν γι' αυτό που έθεσα από την αρχή και είναι η πηγή των εντάσεων: η αντιμετώπιση του μη ανεκτού, θυμίζει όλα όσα έχουν αναφερθεί, τη ρηματοποίηση μιας σύμβασης, αυτή της «πληρωμένης παρέας» που, ανεξάρτητα από τον τρόπο του καθενός, όλοι γνωρίζουν αλλά δεν το ομολογούν με τους όρους που χρησιμοποίησε ο πρωταγωνιστής της ιστορίας. Πρόκειται για τη δημόσια παραδοχή –που διατυπώθηκε κατ' αρχάς μετά βδελυγμίας– εκ μέρους του ότι το κέρασμα των ποτών στην ουσία μετασηματίζει με εύσχημο τρόπο μια άμεση πληρωμή, υπονοώντας ότι αυτοί που τελικά πληρώνουν αυτά που δεν πουλιούνται είναι «χαβαλέδες», «τραχανάδες», «ανώμαλοι» και «βλαμμένοι». Επιπλέον, πρόκειται

για μία ρητή άρνηση της ανάμειξης χρήματων με δραστηριότητες που τοποθετούνται πέραν του χρήματος και της αγοράς.

Αν στη Μαδαγασκάρη το σωστό για έναν άνδρα είναι να δίνει στην ερωμένη του –και στη σύζυγό του ακόμα– ως δώρο κάποιο χρηματικό ποσό μετά τη σεξουαλική συνεύρεση (Bloch, 1989, σ. 166), στην Ελλάδα τούτη η χειρονομία καθιστά αυτόματα τη συνεύρεση «αγοραία» και «πορνική» – και άρα στιγματισμένη. Αυτό δεν συμβαίνει μόνο στην περίπτωση της σεξουαλικής συνεύρεσης, αλλά και σε μια σειρά κοινωνικών σχέσεων όπου θεωρείται ότι δεν είναι ηθικά δυνατό να αναμειχθούν τα χρήματα, όπως η φιλία, ο έρωτας, η συγγενική αγάπη, η οικειότητα κ.λπ. Σε αυτές τις αντιλήψεις αίρεται ο ηθικά ουδέτερος χαρακτήρας του χρήματος και αναδεικνύονται οι πολλαπλοί συμβολισμοί του.<sup>23</sup> Το χρήμα τοποθετείται στη δημόσια σφαίρα της αγοράς, της εργασίας, της λογικής, του ανταγωνισμού και του συμφέροντος και αποκλείεται από την ιδιωτική σφαίρα της οικειότητας, της συγγένειας, της φιλίας, της ανιδιοτέλειας. Κι αν ακόμα οι γονείς δίνουν χρήματα στα παιδιά τους, οι φίλοι στους φίλους τους, αυτό είναι δυνατό γιατί βρίσκονται ήδη στη σχέση, γιατί οι γονείς αγαπούν τα παιδιά τους –και αντίστροφα– ή γιατί είναι φίλοι. Αυτό που δεν είναι αποδεκτό είναι να δώσουν οι γονείς χρήματα για να τους αγαπήσουν τα παιδιά, ή κάποιος σε κάποιον άλλο για να γίνουν φίλοι.

Στα «μπαρ με γυναίκες» αναμειγνύονται τα χρήματα με τη συντροφιά: η συντροφιά και πουλιέται και αγοράζεται. Οι «κονσοματρίδες» βρίσκονται στο μπαρ για να πουλήσουν συντροφιά και οι άνδρες πηγαίνουν εκεί για να την αγοράσουν. Η ανταλλαγή, ωστόσο, παρέας με χρήματα, η εκχρηματισμένη κοινωνικότητα καλύπτεται από έναν άλλο κώδικα ανταλλαγής. Οι πελάτες δεν πληρώνουν άμεσα τις γυναίκες, αλλά τους αγοράζουν ποτά που τους τα προσφέρουν για να τους κάνουν παρέα. Από τη μεριά τους, οι γυναίκες κάνουν παρέα στους άνδρες ώστε εκείνοι να τους προσφέρουν (να πληρώσουν για) ποτά. Έτσι, αυτό που ανταλλάσσεται με την παρέα είναι το ποτό. Η κοινωνικότητα και η συνάφεια που προκύπτουν παραπέμπουν σε μια άλλη κατάσταση πολιτισμικά νόμιμη και σε μια δεδομένη «κανονική» σχέση. Μια σχέση συμποσιασμού. Παρατηρείται εδώ μία αντιστροφή: αν οι άνθρωποι πίνουν μαζί γιατί είναι παρέα, στο μπαρ πίνουν μαζί για να γίνουν παρέα.

Η κονσομασιόν επιτελείται μέσω και διά μιας αλληλουχίας «παραγγελιών», «σερβιρισμάτων» και «τσεκαρισμάτων» των γυναικείων ποτών, η

23. Για τους πολλαπλούς συμβολισμούς του χρήματος στην αιγαιακή Ελλάδα, βλ. Παπαταξιάρχης, 1999.

οποία διασπάται από και απαντά στην παρεμβολή λεκτικών και σωματικών επιτελέσεων ανάμεσα στα υποκείμενα της ανταλλαγής. Ο ρόλος του «γυναικείου» ποτού είναι καταλυτικός: μόνο μέσα από το ποτό μπορεί να δημιουργηθεί συνάφεια. Το ποτό δημιουργεί τον κοινωνικό χώρο που καθιστά τη συνάφεια εφικτή. Αν δεν υπάρχει ποτό, η συνάφεια διακόπτεται ή δεν αρχίζει καν. Το «κέρασμα» έτσι αναδεικνύεται σε οργανωτικό κώδικα της συνεύρεσης ανδρών και γυναικών στο μπαρ (Παπαταξιάρχης, 1992, σ. 215). Στην ανταλλαγή αυτή τα δύο μέρη εναλλάσσονται στις θέσεις του δότη και του αποδέκτη.<sup>24</sup> Τα δύο μέρη ανταλλάσσουν προσφορές: οι γυναίκες προσφέρουν τη συντροφιά στους άνδρες και οι άνδρες προσφέρουν ποτά στις γυναίκες.

Η σύμβαση είναι το κέρασμα και τη γνωρίζουν όλοι, άνδρες και γυναίκες. Μέσα από το «κέρασμα» τα χρήματα μετατρέπονται σε ποτά. Μέσα από την προσφορά ποτών αποσιωπάται η εγχρήματη διάσταση της ανταλλαγής. Ειδικά σε δύο φάσεις, όμως, λανθάνει η οικονομική διάσταση: τη στιγμή που το ποτό «γράφεται» δίπλα στο όνομα της γυναίκας, το επονομαζόμενο «ταμπλό», μια διαδικασία που δεν γίνεται μπροστά στον πελάτη, και τη στιγμή που μαζί με το ποτό η εργαζόμενη παραλαμβάνει τη «μάρκα». Η μάρκα συνοψίζει στον ελάχιστο όγκο της τη συναλλαγή, αποτελεί το υλικό, απτό σύμβολο της ανταλλαγής. Η μάρκα ως σύμβολο δάνειο από το χώρο του τζόγου αποτελεί αναμφίβολα χρηματική μεταφο-

---

24. Σύμφωνα με την κατά Mauss θεώρηση της ανταλλαγής, η συνάφεια ανδρών και γυναικών στο μπαρ στηρίζεται στο τρίπτυχο των υποχρεώσεων της προσφοράς, της αποδοχής και της ανταπόδοσης. Η υποχρέωση του πελάτη να «κεράσει» την εργαζόμενη έχει δύο έννοιες. Από τη μία πλευρά αποτελεί συμμόρφωση στον κώδικα της ανταλλαγής στο μπαρ· στο βαθμό που επιθυμεί την παρέα της εργαζόμενης οφείλει να της προσφέρει ποτό. Από την άλλη, ο πελάτης μην προσφέροντας ποτό δείχνει ότι δεν επιθυμεί την παρέα της συγκεκριμένης εργαζόμενης ή δεν επιθυμεί καθόλου παρέα. Στο βαθμό, όμως, που συστηματικά δεν προσφέρει ποτό σε καμία εργαζόμενη, κανένα βράδυ, ο χαρακτήρας και η κοινωνική του υπόσταση τίθενται σε αμφισβήτηση που μπορεί να οδηγήσει στην περιθωριοποίησή του. Από την πλευρά της, η εργαζόμενη είναι υποχρεωμένη να δεχτεί το «κέρασμα» και επιπλέον να ανταποδώσει κάνοντας συντροφιά στον πελάτη που την «κεράσει». Η ανταπόδοση ως παρέα, εκ μέρους της εργαζόμενης, δημιουργεί νέα υποχρέωση στον πελάτη. Πρόκειται για μία κυκλική κίνηση προσφοράς και ανταπόδοσης όπου η προσφορά είναι ταυτόχρονα και εκ νέου ανταπόδοση. Βεβαίως ισχύει και το αντίστροφο, όπου η ανταπόδοση είναι ταυτόχρονα εκ νέου προσφορά. Το «κέρασμα» εξυφάνει σχέσεις ανταλλαγής που διακρίνονται για την αμοιβαιότητά τους (Παπαταξιάρχης, 1992, σ. 221). Η αμοιβαιότητα, σύμφωνα με τον Sahlins (1974, σ. 194-196), αποτελεί κριτήριο ταξινόμησης της ανταλλαγής. Η ισόροπη αμοιβαιότητα χαρακτηρίζει τις άμεσες ανταλλαγές. Το ποτό ανταλλάσσεται με την παρέα στο ίδιο χρονικό διάστημα.

ρά. Δεν συμβολίζει το ποτό αλλά το χρηματικό αντίτιμο του ποτού. Στην επιφάνεια της μάρκας το κέρασμα του ποτού και το χρηματικό του αντίτιμο βρίσκονται σε σχέση συμβολικής ισοδυναμίας.<sup>25</sup>

Στο τέλος της βραδιάς οι γυναίκες εξαργυρώνουν τις μάρκες τους, όπως γίνεται και μετά το πέρας μιας χαρτοπαιξίας ή ενός παιχνιδιού ρουλέτας. Αποτιμώντας τη βραδιά που πέρασε οι εργαζόμενες χρησιμοποιούν εναλλακτικά τους όρους «ποτό» και «μάρκα», στις εκφράσεις «*εχθές έκανα ή είχα τόσα ποτά/μάρκες*». Ωστόσο ποτέ καμία εργαζόμενη δεν θα πει ότι κάποιος πελάτης την «κέρασε τόσες μάρκες». Όποτε χρησιμοποιείται ο όρος «κέρασμα» συνοδεύεται μόνο από τον όρο ποτό.

Παρατηρεί κανείς ότι η οικονομική διάσταση της ανταλλαγής δεν συντελείται απευθείας ανάμεσα στους πελάτες και στις εργαζόμενες. Την ανταλλαγή υλοποιεί το μπαρ ως επιχείρηση και τα αφεντικά ως επιχειρηματίες και εργοδότες. Οι πελάτες πληρώνουν το λογαριασμό για το σύνολο των ποτών σε τρίτο πρόσωπο και όχι στην εργαζόμενη που «κερνούσαν». Αυτό το πρόσωπο είναι είτε η μπαργούμαν είτε το αφεντικό. Τούτο το τρίτο πρόσωπο δίνει στην εργαζόμενη τις μάρκες και «γράφει» τα κερασμένα ποτά στο «ταμπλό». Στο τέλος της βραδιάς τα ποτά θα μετρηθούν ως μάρκες και θα μετατραπούν σε χρήματα/αμοιβή από το αφεντικό. Η οικονομική διάσταση της ανταλλαγής λοιπόν ενέχει πελάτες και επιχείρηση από τη μία πλευρά, και εργαζόμενες κι εργοδότες από την άλλη. Η επιχείρηση νομιμοποιεί όσο και αποστιγματίζει την εγχρήματη διάσταση της ανταλλαγής. Το μπαρ είναι αυτό που πουλάει ποτά, και η σχέση ανάμεσα στον πελάτη και στην επιχείρηση είναι εξ ορισμού σχέση αγοράς.

Με αυτόν τον τρόπο λοιπόν η εγχρήματη ανταλλαγή καλύπτεται. Ωστόσο, οι εντάσεις παραμένουν και άλλου τύπου αμφισβητήσεις και διεκδικήσεις που συναρτώνται με το περιεχόμενο του «γυναικείου» ποτού έρχονται στην επιφάνεια.

Μία μερίδα πελατών συχνά διαμαρτύρεται για το γεγονός ότι τα ποτά που καταναλώνουν οι εργαζόμενες δεν περιέχουν αλκοόλ, θυμίζω τα «τσάγια» που ανέφερε στην αρχή ο συνομιλητής μου. Κάποιοι από αυτούς επιμένουν οι εργαζόμενες να πίνουν «κανονικά», δηλαδή αλκοολούχα ποτά, αλλιώς απειλούν ότι θα σταματήσουν να «κερνούν» ή ότι δεν θα πληρώσουν γι' αυτά που έχουν ήδη «κεράσει». Κάποιοι, ακόμα, θεωρούν

---

25. Δανείζομαι μέρος της λεκτικής διατύπωσης από τον Παπαταξιάρχη (1992, σ. 218). Αναφερόμενος στο κέρασμα του καφέ στο καφενείο σημειώνει ότι –αντίθετα με τα όσα συμβαίνουν στην περίπτωση του ρακιού– η τοποθέτηση του αντιτίμου του καφέ στο τραπέζι δηλώνει την προσκηνιακή επιτέλεση της ανταλλαγής.

ότι τα μη αλκοολούχα ποτά συνιστούν «κοροΐδία» σε βάρος τους. Το γυναικείο ποτό αναδεικνύεται σε κομβικό σημείο της συσχέτισης ανδρών και γυναικών στο μπαρ, και στο περιεχόμενό του –ως ψεύτικου– διαφαίνεται μια ταύτιση με την όλη δραστηριότητα ως ψεύτικη: το ενδιαφέρον των γυναικών, το κέφι, ψευτιά και κοροΐδία. Το γυναικείο ποτό γίνεται μεταφορά της σχέσης ανάμεσα στον πελάτη και στην εργαζόμενη. Εκλαμβάνόμενο ως μη κανονικό μετατρέπει τη σχέση σε μη κανονική. Πελάτες και εργαζόμενες δεν μοιράζονται κοινή ουσία, άρα αυτό που κάνουν δεν τους φέρνει κοντά αλλά τους απομακρύνει. Αν το αλκοόλ στο μπαρ είναι μεταφορά της διασκέδασης, της χαλάρωσης, η ασυμμετρία ανάμεσα στα δύο μέρη ενισχύεται. Η μη χρήση του αλκοόλ από τις κονσοματρίς δηλώνει τη συμβολική απόσταση και διαφοροποίηση από τους πελάτες.

Όλοι γνωρίζουν ότι το γυναικείο ποτό δεν περιέχει αλκοόλ, εντούτοις δεν φαίνεται όλοι οι πελάτες να αποδίδουν το ίδιο νόημα στο περιεχόμενο του ποτού. Οι περισσότεροι δεν το σχολιάζουν καθόλου ή το σχολιάζουν εν είδει αστειΐσμου: «Πρόσεχε μη μεθύσεις από τα νερά». Ωστόσο και αυτή ακόμα η παρατήρηση δεν θα ακουστεί στο πλαίσιο της πρώτης συνάντησης με κάποια κονσοματρίς. Όταν οι πελάτες σχολιάζουν με αυτόν τον τρόπο το γυναικείο ποτό, θεωρώ ότι δηλώνουν ότι γνωρίζουν και συμφωνούν με τη συνθήκη του μπαρ και την ανταλλαγή και με αυτόν τον τρόπο υπερβαίνουν την άμεση ανταλλαγή. Αντίθετα, η κατηγορία πελατών που διαμαρτύρεται κι απαιτεί «κανονικά» ποτά, φέρνει στο προσκήνιο την εγχρήματη διάσταση αφού στην ουσία ταυτίζει το περιεχόμενο του ποτού με την πληρωμή.

Η διαπραγμάτευση του περιεχομένου του «γυναικείου» ποτού έχει και συνέχεια. Δεν αφορά μόνο στη σχέση των κονσοματρίς με τους πελάτες. Το περιεχόμενο του «γυναικείου» ποτού αποτελεί επίσης μεταφορά για την εργασιακή σχέση ανάμεσα στον εργοδότη και στην εργαζόμενη.

Πολύ συχνά στο «Νανά» προκαλούνταν συγκρούσεις ανάμεσα στις εργαζόμενες και στο αφεντικό σχετικά με την κατανάλωση αλκοολούχων ποτών, και ο Γιάννης –το αφεντικό– έκανε συστηματικό έλεγχο στα ποτά των γυναικών. Μύριζε τα ποτήρια, παρακολουθούσε τη στιγμή που σερβίρονταν, έλεγχε τα μπουκάλια με τα ποτά που ήξερε ότι κάποιες γυναίκες προτιμούν. Η «ποτοαπαγόρευση» –όπως ονομάστηκε από τις γυναίκες– συμπεριελάμβανε ακόμα και τη γυναίκα του – που σημειωτέον ήταν και ιδιοκτήτρια του μπαρ αλλά και «γερό ποτήρι». Πολλές γυναίκες έλεγαν, ποτέ όμως μπροστά του, ότι «το πραγματικό του πρόβλημα είναι η τσιγκουνιά, χέστηκε για τα στομάχια μας, φοβάται μην πληρώσει κανένα μπουκάλι παραπάνω», άλλες το απέδιδαν στη γενικότερη αυστηρότητα



του, στην ιδιοσυγκρασία και το χαρακτήρα του. Η εμπειρία μου, όμως, από άλλα μπαρ με έπεισε ότι δεν επρόκειτο για «παράξενα» ή «τσιγκουνιά» του συγκεκριμένου αφεντικού. Γενικότερα παρατήρησα έλλειψη ανεκτικότητας των αφεντικών απέναντι στις γυναίκες που επιθυμούν αλκοόλ στα κερασμένα ποτά τους, ακόμα κι αν επιτρέπουν ή αδιαφορούν για το κατά πόσον οι γυναίκες καταναλώνουν αλκοόλ. Από τη μεριά τους οι κονσοματρίδες θεωρούν ότι της βοηθά στην αποτελεσματικότερη άσκηση του επαγγέλματός τους. Το βασικό αντεπιχείρημα που προβάλλουν οι γυναίκες είναι ότι τα «κανονικά» ποτά τα έχουν οι ίδιες ανάγκη για να ανεχτούν τις τυχόν ενοχλητικές συμπεριφορές των πελατών, να συνεννοηθούν μαζί τους, για να κάνουν κέφι και όλα αυτά τα θέτουν ως προαπαιτούμενα της αποτελεσματικής εργασίας τους στο μπαρ. Από την άλλη πλευρά όμως, το ποτό ως κεντρικό σύμβολο της διασκέδασης αποτελεί απειλή για τις εργασιακές συνθήκες. Καταναλώνοντας αλκοόλ η εργαζόμενη θεωρείται ότι διασκεδάζει, άρα δεν εργάζεται. Επιπλέον, αυτό σημαίνει ότι αυτονομείται από την εξάρτηση της εργασιακής σχέσης και γίνεται φορέας της δικής της επιθυμίας, και ο βαθμός ελέγχου του εργοδότη μειώνεται. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, φαίνεται ότι η ασυμμετρία ανάμεσα στην εργαζόμενη και στον πελάτη αντανακλά και την ασυμμετρία ανάμεσα στην εργαζόμενη και στον εργοδότη. Καταναλώνοντας «κανονικά» ποτά –αλκοόλ– «κάνουν κέφι» διασκεδάζουν, κι έτσι επιτυγχάνουν την εξομοίωση με τους πελάτες, ενώ, ταυτόχρονα, αποκτούν απόσταση από τη σχέση υπαγωγής προς τους εργοδότες.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Ανακεφαλαιώνοντας, το μπαρ με κονσομασιόν αφορά σε έναν τύπο και τόπο ερωτικής συσχέτισης ανδρών και γυναικών. Η σχέση αυτή περιβάλλεται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά με κομβικό σημείο τη δεδομένη κι απροϋπόθετη αποδοχή της ερωτικής επιθυμίας των ανδρών από τις γυναίκες. Επιπλέον, επιτελείται με ορισμένους τρόπους μέσω του κεράσματος και των λεκτικών-σωματικών πρακτικών. Βασική συνθήκη αυτής της κατηγορίας έμφυλων σχέσεων είναι το περιβάλλον του μπαρ στο οποίο αντανακλάται κι αναπαράγεται η κοινωνική σηματοδότηση αυτής της συνάντησης. Το μπαρ ως ειδική κατηγορία νυχτερινής διασκέδασης εξυπηρετεί επιχειρηματικά συμφέροντα, διαμορφώνει εργασιακές σχέσεις και (ανα-)παράγει ένα προϊόν (υπηρεσία): τη διασκέδαση αυτών που συχνάζουν στο χώρο. Οι προσδοκίες και τα συμφέροντα των επιχειρηματιών, των εργαζόμενων αλλά και των διασκεδαζόντων διασταυρώνονται,

διαπλέκονται και τίθενται υπό διαπραγμάτευση, με επίκεντρο το κέρασμα του γυναικείου ποτού.

Το γυναικείο ποτό λειτουργεί μετασηματιστικά. Μετατρέπει τα χρήματα και την αγορά της γυναικείας συντροφιάς σε «κέρασμα» και διασκέδαση. Με άλλα λόγια, αυτό που αναμένεται να κάνει το κέρασμα του ποτού είναι να διαχειριστεί την αμφιθυμία που σχετίζεται με αυτόν τον τύπο οικονομικοσεξουαλικής επικοινωνίας: αμφιθυμία που απορρέει από τις κυρίαρχες κανονιστικές αντιλήψεις για την ερωτική επιθυμία και την ικανοποίησή της – αντιλήψεις που μοιράζονται από κοινού άνδρες και γυναίκες, πελάτες κι εργαζόμενες. Η μετατροπή της αγοράς της συντροφιάς σε προσφορά ποτού ισορροπεί τις αντιθέσεις διασκέδαση/εργασία, υποχρέωση/επιθυμία, χρέυμα/συναίσθημα, εξ ου και η διαχείριση του μη ανεκτού που αναφέρεται στον τίτλο του άρθρου.

#### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Addler L., 2000, *Η καθημερινή ζωή στους οίκους ανοχής της Γαλλίας (1830-1930)*, Αθήνα, Παπαζήσης.
- Αλεξανδρής Θ., 1994, *Αυτή η νύχτα μένει*, Αθήνα, Οδός Πανός.
- Allison A., 1994, *Night work: Sexuality, pleasure and corporate masculinity in a Tokyo hostess club*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Αμπατζή Λιόπη, 2004, «Ποτό για παρέα»: Έμφυλες σχέσεις, σώμα και συναίσθημα στη σεξουαλική εργασία, αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Κοινωνικής Ανθρωπολογίας και Ιστορίας.
- Bell S., 1994, *Reading, writing and rewriting the prostitute body*, Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press.
- Βλαχούτσικου Χ., 1998, «Η κατανάλωση: μεταφορά για το μοντέρνο και ρωγμή στη γυναικεία αφάνεια», *Σύγχρονα Θέματα*, 66, σ. 87-103.
- Bloch M., 1989, «The symbolism of money in Imerina», στο Parry J., Bloch M. (eds), *Money and the morality of exchange*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Bolin A., 2006, «Διάβαση και διεμφυλικότητα: Από άνδρες-γυναίκες διαφυλικοί, διχοτομία και πολυμορφία» (μτφρ. Πελαγία Μαργέτου), στο Γιαννακόπουλος Κ. (επιμ.), *Σεξουαλικότητα. Θεωρίες και πολιτικές της Ανθρωπολογίας*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Βρανά Σ., (χ.χ.), *Η Τρούμπα*, Αθήνα, Σμηρνιωτάκης.
- Butler J., 1990, *Gender trouble. Feminism and the subversion of identity*, Νέα Υόρκη και Λονδίνο, Routledge.
- Γιαννακόπουλος Κ., 2006, «Ιστορίες σεξουαλικότητας», στο Γιαννακόπουλος Κ. (επιμ.), *Σεξουαλικότητα. Θεωρίες και πολιτικές της Ανθρωπολογίας*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Cowan J., 1990, *Dance and the body politic in northern Greece*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press.

- Delacoste F., Alexander P. (eds), 1987, *Sex work. Writings by women in the sex industry*, San Francisco, Cleiss Press.
- Eicher J., Roach-Higgins M. E., 1992, «Definition and classification of dress. Implications for analysis of gender roles», στο Barnes R., Eicher J. (eds), *Dress and gender. Making and meaning in cultural contexts*, New York/Oxford, Berg Publishers.
- Kennedy R., 1986, «Women's friendships on Crete», στο Dubisch J. (ed.), *Gender and power in rural Greece*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- Κυρτσόγλου Ε., 2004, «“Ο έρωτας είναι θηλυκό”: Οι ερωτικές διαφορές και η επίλυσή τους σε μια ελληνική επαρχιακή πόλη», στο Βλαχούτσικου Χ., (επιμ. σε συνεργασία με Kain-Hart L.), *Όταν γυναίκες έχουν διαφορές: Αντιθέσεις και συγκρούσεις γυναικών στη σύγχρονη Ελλάδα*, Αθήνα, Μέδουσα-Σέλλας.
- Manderson L., 1999, «The pursuit of pleasure and the sale of sex», *Re/Productions 2* (on line journal of the Harvard School of Public Health).
- McNeal K., 1999, «Behind the make-up: Gender ambivalence and the double-bind of gay selfhood in drag performance», *Ethos*, 27 (3), σ. 334-378.
- Mauss M., 1979, *Το δώρο. Μορφές και λειτουργίες της ανταλλαγής*, Αθήνα, Καστανιώτης.
- Οικονόμου Λ., 2000, «Έρωτας και διασκέδαση στο σύγχρονο λαϊκό τραγούδι», ανακοίνωση στην ημερίδα «*Ταυτότητες και πρακτικές*», Τμήμα Κοινωνικής Πολιτικής και Κοινωνικής Ανθρωπολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, 1 Ιουνίου.
- Papagaroufali E., 1992, «Uses of alcohol among women: Games of resistance, power and pleasure», στο Gefou-Madianou D. (ed.), *Alcohol, gender and culture*, London and New York, Routledge.
- Papataxiarchis E., 1991, «Friends of the heart: Male comensal solidarity, gender, and kinship in Aegean Greece», στο Loizos P., Papataxiarchis E. (eds), *Contested identities. Gender and kinship in modern Greece*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- Παπαταξιάρχης Ε., 1992, «Ο κόσμος του καφενείου. Ταυτότητα και ανταλλαγή στον ανδρικό συμποσιασμό», στο Παπαταξιάρχης Ε. και Παραδέλλης Θ. (επιμ.), *Ταυτότητες και φύλο στη σύγχρονη Ελλάδα*, Αθήνα, Καστανιώτης, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Papataxiarchis E., 1999, «A contest with money: gambling and the politics of disinterested sociality in aegean Greece», στο Day S., Papataxiarchis E., Stewart M. (eds), *Lilies of the field. Marginal people who live for the moment*, Boulder, Oxford, Westview Press.
- Parry J., Bloch M. (eds), 1989, *Money and the morality of exchange*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Roberts N., 1993, *Whores in history*, London, HarperCollins Publishers.
- Rubin G., 1984, «Thinking sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality», στο Vance C. (ed.), *Pleasure and danger: Exploring female sexuality*, Boston/London, Routledge and Kegan Paul.
- 2006, «Σκέψεις για τη σεξουαλικότητα: Σημειώσεις για μια ριζοσπαστική θεωρία των πολιτικών της σεξουαλικότητας» (μτφρ. Λιόπη Αμπατζή), στο Γιαννακόπουλος Κ. (επιμ.), *Σεξουαλικότητα. Θεωρίες και πολιτικές της Ανθρωπολογίας*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.

- Sahlins M., 1974, *Stone age economics*, London, Tavistock Publications.
- Tabet P., 1991, «Les dents de la prostituée. Échange, négociation, choix dans les rapports économique-sexuels», στο Hurtig M. C., Kail M., Rouch H. (eds), *Sex et genre: de la hiérarchie entre les sexes*, Paris, CNRS.
- 2006, «Τα δόντια της πόρνης. Ανταλλαγή, διαπραγμάτευση, επιλογή στις οικονομικο-σεξουαλικές σχέσεις» (μτφρ. Λιόπη Αμπατζή), στο Γιαννακόπουλος Κ. (επιμ.), *Σεξουαλικότητα. Θεωρίες και πολιτικές της Ανθρωπολογίας*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Tabet P., 2001, «La grande arnaque. L'expropriation de la sexualité des femmes», στο *Les rapports sociaux de sexe*, Presses Universitaires de France/Actuel Marx, σ.131-152.
- Χατζή Τ., 1993, *Πουτάνα. Δεκατόα χρόνια μετά*, Αθήνα, Οδυσσέας.
- Yannakopoulos K., 1995, *Jeux du desir, jeux du pouvoir: corps, émotions, et identité sexuelle des hommes au Pirée et à Athènes*, αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή στην École des Hautes Études en Sciences Sociales, Παρίσι.
- Zatz N. D., 1997, «Sex work/sex act: law, labor, and desire in constructions of prostitution», *SIGNS*, 22 (2), σ. 277-308.