

STRATEGII DE VIAȚĂ ÎN SITURI RURALE CU REVALORIFICĂRI CULTURALE. STUDIU DE CAZ ÎN RIMETEA, JUDEȚUL ALBA

Salánki Zoltán

Institutul de Istorie „Georg Bariț” din Cluj-Napoca

La littérature de spécialité portant sur la problématique rurale en Roumanie met de plus en plus en évidence et argumente le lien entre le capital social et le développement rural. Suite au traitement et à l'analyse d'un grand volume de données factuels, le sociologue D. Sandu relève les prémisses de ce développement en termes de capital éducationnel, symbolique et relationnel. L'évaluation des réalités sociales caractérisées par la révalorisation de legs historiques, culturels et patrimoniaux est plus aisée dans l'espace rural, où le milieu économique et social est moins complexe que dans le milieu urbain. On considère qu'une démarche qualitative peut apporter un plus de connaissance concernant la modalité et les moyens du développement, dans le sens des stratégies de vie et de la perception que les habitants impliqués ont sur la signification de leurs propres options. Cette étude porte sur le village de Rimetea, du département de Alba, qui attire l'attention par les changements socio-économiques majeurs expérimentés pendant les dix dernières années, concrétisés par le passage d'une économie de subsistance à l'économie de marché, l'accumulation d'un capital d'image et par le bien-être. Même si formuler des hypothèses sur la nature individuelle ou collective des stratégies de vie existantes dans ce site rural semble inopportune, un point de départ de cette étude est offert par la similarité des choix d'action.

1. REPERE TEORETICE

După 17 ani de tranziție, eterogenitatea socio-economică a spațiului rural transilvănean este greu de categorisit și de descris. De aceea, în studiul de față ne vom îndrepta atenția către un altfel de rural decât cel tipic. Este vorba de sate în care au apărut germele unei economii rurale care generează atât capital de imagine, cât și bunăstare. Trăsătura comună a acestora pare a fi valorificarea patrimoniului de cultură tradițională (patrimoniu arhitectural, meșteșuguri artisanale, obiceiuri și un cadru natural ce potențează apariția și dezvoltarea turismului rural) în sate, precum: Izvorul Crișului și Sâncrai – județul Cluj, Rimetea – județul Alba, Viscri – județul Brașov, Săpânța – județul Maramureș, Certeze – județul Satu Mare. Dacă satele tipice marcate de stereotipii negative par să aibă în comun arbitrariul sorții, în cel de al doilea caz intuim o serie de strategii de viață ale căror rezultate vizibile constau în acumularea capitalului de imagine.

În literatura de specialitate privind problematica rurală românească, este tot mai clar conturată abordarea cantitativă, statistică, orientare materializată în elaborarea diverselor tipologii și hărți de dezvoltare a acestui spațiu. Nu credem că este întâmplătoare, în ultimii ani, ofensiva unei abordări calitative care pune accent asupra unor concepte precum comunitatea sau dezvoltarea comunitară. Dacă în primul caz este tot mai argumentată ipoteza dependenței dintre cultura rurală, în sens de capital social, și dezvoltarea rurală, în cel de al doilea caz este mai pregnantă abordarea conceptuală insuficient fondată empiric. Concepte precum: comunitate și spațiu social, strategie de viață și încredere, dezvoltare și globalizare, participare socială constituie filtre de interpretare a datelor empirice din studiul de caz.

Preocupat de aceeași temă, sociologul Dumitru Sandu definește dezvoltarea comunitară în termenii unei familii de schimbări în plan social pentru care se specifică motivația, spațiul, modul de realizare și finalitatea¹. Urmând exemplul clasic al sociologiei durkheimiene, referitor la faptul social, el arată că potențialul de dezvoltare comunitară al spațiului rural este dependent de următoarele variabile sociale: diversitate etnică și religioasă, stoc de educație, grad de izolare și experiență de migrație. Pornind de la premisa că alegerile sociale sunt condiționate de valorile conjugate ale capitalului uman, în sens de stoc de educație, simbolic în sens de credințe, obiceiuri și relațional, autorul stabilește o tipologie culturală a satelor românești. Cele șase tipuri de sate descrise (tradițional, izolat, cu diversitate religioasă, cu diversitate etnică, modern, de imigrare) reprezintă în opinia autorului tipuri ideale. Ultimele trei dintre ele sunt cele mai favorabile pentru dezvoltare. Evidențierea legăturii dintre cultura rurală și dezvoltarea comunitară este rezultatul prelucrării statistice și interpretării unui volum considerabil de date factuale, cercetarea bazându-se așadar pe o abordare metodologică cantitativă care ne poate edifica asupra premiselor dezvoltării. De asemenea, ea constituie un fundal solid pentru cercetarea calitativă, propusă în lucrarea de față, privind modul și mijloacele dezvoltării, în sens de strategii de viață, și percepția localnicilor implicați asupra semnificației propriilor opțiuni. Considerăm că un demers calitativ poate aduce un plus de cunoaștere privind modul și mijloacele dezvoltării, în sens de strategii de viață, și percepția localnicilor implicați asupra semnificației propriilor opțiuni. Dacă formularea unor ipoteze privind cauzalitatea sau natura individuală sau colectivă a strategiilor utilizate, materializate în bunăstare și acumularea unui capital de imagine, pare inoportună, un punct de plecare în conturarea modului și căilor unui tip de dezvoltare rurală îl oferă similaritatea alegerilor acționale.

2. STUDIU DE CAZ ÎN RIMETEA

Pentru cercetarea empirică ne vom îndrepta atenția către satul Rimetea, județul Alba. Acesta satisface simultan mai multe criterii culturale: este un sat cu

¹ Dumitru Sandu, *Dezvoltare comunitară. Cercetare, practică, ideologie*, Iași, Edit. Polirom, 2005, p. 127.

populație preponderent maghiară (diversitatea etnică fiind, în opinia lui D. Sandu, premisa capitalului relațional și a unui nivel ridicat de consum media), arhitectura satului este deosebită (case săsești specifice zonelor miniere) – satul fiind singurul din România inclus pe lista patrimoniului UNESCO, artizanii sunt cunoscuți pentru meșteșugul prelucrării lemnului, pictatul mobilei și cioplitul pietrei. Aceste aspecte situate într-un cadru natural atrăgător, reperul peisagistic fiind Piatra Secuiului la poalele căruia este așezat satul, asigură un flux constant de turiști.

2.1. PREZENTAREA SATULUI

Rimetea (denumire veche Trascău, în maghiară *Torockó*, în germană *Eisenburg, Eisenmark*) este o localitate din județul Alba. Comuna Rimetea, situată în partea nordică a județului Alba, într-un mic bazin depresionar, respectiv depresiunea Trascăului, este străbătută de la sud la nord de cursul văii Rimetea. Vatra-depresiune are o altitudine de circa 500 de metri, mai ridicată în partea centrală. Masivele calcaroase din jurul depresiunii sunt mai împădurite în partea vestică – Vf. Cornului (1238 metri), Ardăscheia (1250 metri), Dealul Băieșilor (1010 metri) – și mai golașe în est, unde domină Piatra Secuiului (1128 metri) și apoi Tarsa (999 metri). Teritoriul administrativ al comunei are o suprafață de 5737 ha, ceea ce reprezintă 0,9 % din suprafața județului Alba, și cuprinde satele Rimetea, reședință de comună, și Colțești, aflat la 3 km de centrul de comună. Comuna se învecinează la vest cu comunele Poșaga și Ocoliș, la sud cu comuna Livezile, la est cu comuna Mirăslău și la nord-est și nord cu județul Cluj, respectiv cu comunele Moldovenești și Iara. Rimetea se află la distanță de 56 km de reședința de județ, la 25 km de Aiud și la 24 km de Turda – orașul cel mai apropiat².

Sursele istorice precizează că între anii 700 și 800 în valea Trascăului s-au așezat slavi, care au exploatat zăcămintele de fier și se presupune că și numele satului ar fi de origine slavă, „Trosk” însemnând „piatră fieroasă” în limba slavonă. Începând cu anul 895 aici se stabilesc triburile maghiare. Prima atestare scrisă a localității apare în 1331 în documentele papale sub denumirea THURCZKOO. Pentru localitate primul pericol real a fost legat de marea invazie mongolă din 1241, populația locală fiind decimată, iar în locul lor au fost colonizați secuii, cu scopul de a apăra și pe viitor aceste locuri. Tot în această perioadă începe construcția cetății din satul Colțești, proprietate a familiei nobiliare Thoroczky, aceasta fiind terminată în secolul al XV-lea. Un alt eveniment a fost colonizarea sașilor în satul Rimetea, care au fost aduși aici din porunca regilor maghiari pentru dezvoltarea mineritului de fier și prelucrarea acestuia. Influența a fost benefică locului din toate punctele de vedere: economic, cultural și social. În anul 1568

² Sursa: http://ro.wikipedia.org/wiki/Rimetea%2C_Alba, nomenclator localități <http://www.receptie.ro/index.php?action=nomeloca&tjud=AB&plit=R&infoloca=13504>.

populația comunei a trecut de la religia catolică la religia unitariană. Între anii 1702–1704, localitățile comunei sunt pârjolate de trupele generalilor habsburgi Rabutin și Tiege, deoarece localnicii au participat la mișcările antihabsburgice conduse de principele Rakoczi. Atunci a fost distrusă și cetatea Colțești. În anul 1784, localitățile comunei sunt prădate și incendiate de către oamenii lui Horea, care se răzbună pe bogătașii localități. La mijlocul secolului al XIX-lea, zăcămintele de fier secătuiesc și în anul 1881 se închid minele de fier și se oprește prelucrarea fierului, ceea ce duce la declinul localității Rimetea, populația fiind nevoită să trăiască din agricultură și să practice alte meserii, precum cele de zidar și cioplitor în piatră³.

Dacă în perioada comunistă satul s-a confruntat cu o tot mai accentuată depopulare, o rată ridicată a șomajului și o degradare arhitecturală, datorită părăsirii caselor de către proprietari, în perioada de după revoluție acesta a cunoscut un reviriment impresionant datorat turismului rural și reabilitării arhitecturale, idee lansată și concretizată cu sprijinul Consiliului local al sectorului V din Budapesta și al Fundației Transilvania Trust. În cadrul acestui proiect, recunoscut prin decernarea în 1999 a premiului *Europa Nostra*, au fost reabilite și incluse în patrimoniul construit 150 de case.

2.1.1. Repere demografice

În ceea ce privește dinamica populației în ansamblu (*tabelul 1*), comuna Rimetea atinge apogeul demografic încă la sfârșitul secolului al XVIII-lea, după care a început un fenomen de involuție, lent la început, care s-a accentuat după anul 1956. Evenimentele din 1989 nu au avut o influență semnificativă asupra dezvoltării demografice, astfel că pierderea populației continuă și în această perioadă, în ciuda potențialului localității.

Tabelul 1

Dinamica populației în comuna Rimetea

ANUL	1787	1850	1880	1910	1930	1956	1966	1977	1992	2002
POPULAȚIA	3022	2562	2317	2484	2330	2072	1841	1823	1339	1219

La recensământul din 2002, în comuna Rimetea existau 494 de gospodării, în care populația totală a fost de 1219 persoane (din care 593 bărbați și 626 femei), distribuite aproximativ egal în cele două sate (Rimetea – 640 persoane și Colțești – 579 persoane), prezentând caracteristicile din *tabelele 2, 3 și 4*.

³ Primăria Rimetea, *Monografia socio-economică a conumei Rimetea*.

Tabelul 2

Componența populației pe etnii

Etnii	Număr de persoane
Români	145 (inclusiv populația celor două mănăstiri)
Maghiari	1065
Romi	8
Germani	1

Tabelul 3

Structura populației după religii

Religii	Număr de persoane
Ortodocși	150
Romano-catolici	29
Protestanți	994
Alte rituri	46

Tabelul 4

Alți indicatori sociali relevanți

Categorii sociale	Număr de persoane
Pensionari	410
Casnice	25
Șomeri	14
Bolnavi cronici cu probleme sociale și persoane cu handicap	61
Copii, elevi, studenți	156
Populația școlară	105 ⁴

Aceste date indică faptul că populația comunei este una îmbătrânită, structura pe vârste indicând că 37% dintre persoane au peste 60 de ani. Aceeași situație este caracteristică și pentru satul Rimetea, unde din populația totală cca 42% sunt persoane inative, iar 10% copii, elevi, studenți. Din populația activă, conform datelor din Fișa comunei pe 2002, în sat circa 5% din populația activă este ocupată în industrie, comerț, învățământ și sănătate. Datele privind nivelul de școlarizare a populației indică un grad scăzut de școlaritate: numai 2 persoane sunt absolvente de studii superioare, 25 persoane sunt absolvente de liceu și 24 persoane sunt absolvente de școli profesionale. Având în vedere faptul că în anul 2002 au fost înregistrate 60 de gospodării agroturistice (dintre care 25 atestate) și 150 case premiate, putem aprecia că cel puțin un sfert din populația satului a fost implicată direct în activitatea turistică.

⁴ Datele prezentate au fost preluate din următoarele surse: Fișa localității, Primăria Rimetea, *Monografia socio-economică a comunei Rimetea*, întocmită în baza recensământului din 2002, *Registrele agricole* și alte date furnizate de către primărie, a căror sursă de verificare este DRS.

2.1.2. Alte caracteristici ale satului Rimetea

- este o insulă minoritară, situată într-o zonă cu populație majoritar românească, în cele două sate populația fiind, în proporție de cca. 90%, de etnie maghiară
- are o bogată moștenire de cultură tradițională: un model unic de cusătură, port popular unic, tradiție în pictatul mobilei, bucătărie specifică
- are un capital de imagine conturat în jurul bogatului târg minier de odinioară, cu meșteșugari fierari, cioplitori-pietrari și zidari renumiți
- are un capital de imagine arhitecturală
- reprezintă un loc de atracție turistică rurală, actualmente cca 70% din populație obținându-și veniturile din această activitate (direct sau indirect). Turiștii străini, mai ales unguri, reprezintă cca 95% din numărul turiștilor.
- Probleme – infrastructură slab dezvoltată, drumuri de acces foarte rele, insuficiența rețelei de alimentare cu apa potabilă, lipsa canalizării, lipsa rețelei de gaz metan; acces greu la servicii sociale și publice, insuficiența serviciilor de sănătate, spații educative improprii, acces dificil la mijloace de transport în comun, rețea de telefonie deficitară, lipsa rețelei internet.

2.1.3. Obiceiuri deosebite

În comuna Rimetea există o tradiție populară străveche numită „Înmormântarea Fărșangului”. Sărbătoarea are loc la sfârșitul iernii – începutul primăverii (în duminica de după intrarea în postul Paștelui). Sărbătoarea are un caracter de carnaval la care participă populația îmbrăcată în diferite costume reprezentând viața de la sat. Prin denumirea sărbătorii, sătenii înțeleg că se termină perioada de petreceri, nunți, baluri și alte serbări și încep lucrările agricole din câmp.

2.2. SCOPUL CERCETĂRII. PRECIZĂRI METODOLOGICE

Identificarea și evidențierea strategiilor acționale care au contribuit la dezvoltarea acestui sat.

Am considerat, ca metodă optimă de investigare și analiză, complementaritatea istoriei de viață – interviul comprehensiv. Dacă prima metodă, bazată pe tehnica interviului, vizează producerea de biografii și descrieri ale modului de viață, valori, norme, atitudini, sisteme de relații, cea de a doua vizează producerea de teorie (în sensul articulării cât mai fine dintre date și ipoteze), formularea de ipoteze. Chiar dacă rezultatele depind pe de o parte de structura interviului, iar pe de altă parte de analizele de conținut care se aplică povestirilor, acestea sunt menite să reflecte cât mai fidel strategiile de viață individuale și comunitare, modul și mijloacele care au condus la reușita acestui sat.

2.3. ANALIZA DATELOR

2.3.1. Precizări conceptuale

1. Prin dezvoltarea sau reușita unei colectivități rurale înțelegem dezvoltarea economică, exprimată în plan calitativ prin trecerea de la economia de subzistență la cea de piață, și efectele sociale pe care le implică: individualizarea raporturilor sociale, specializarea sarcinilor, slăbirea relațiilor sociale tradiționale. Ne referim, în consecință, la percepția bunăstării, la acumularea unui capital de imagine, pentru că nu e vorba numai de acumulare financiară, și nu neapărat la dezvoltarea cuantificabilă în termeni de infrastructură.

În primul rând, interesează dacă există dezvoltare și în ce termeni este exprimată dezvoltarea:

AP1: „[...] în 2002 am fost la târg la Budapesta și după estimările noastre în anul următor s-a dublat fluxul de turiști. Totodată, în 2003 am repetat figura și iarăși a crescut fluxul de turiști cu circa 40%. Deci, în doi ani s-a triplat numărul turiștilor. Practic, în această perioadă, toți cei care se ocupau au parcurs o etapă de dezvoltare puternică (individuală).”

PP2: „*Fată de ce îmi povestești vād că v-ați dezvoltat de-a binelea!* Ha, ha, ha, într-adevăr saltul e uriaș, dar jur că așa a fost. *Acum toată familia trăiește din această afacere?* Da, acum da, căci era foarte mult de lucru, așa că și soțul meu a renunțat la slujba de la Alba Iulia, lucra la o firmă de împrumuturi financiare, care deținea și comisionare vamală, se făceau cam multe șmecherii, răspunderea era prea mare, așa că a hotărât să renunțe și să se implice mai mult acasă, mai ales acum că avem și un copil mic”.

Din exemplele prezentate, reiese că membrii acestei comunități percep dezvoltarea prin prisma creșterii fluxului de turiști, prin gradul ridicat de ocupare a timpului în această sferă, dar și prin gradul de implicare a populației în activitatea turistică:

AM: „[...] avem alte ocupații casnice, dar primesc eu destui turiști aici la muzeu. Acasă ne ocupăm cu gospodăria, un pic de grădină pentru nevoile personale. Soțul meu actualmente lucrează la Budapesta”, „eu apreciez că aproximativ 70 % din populația satului are o sursă importantă de venit din turismul rural”.

AP1: „*Cam cât la sută din populație trăiește din această activitate?* Mai mult de jumătate din populație, 60%; ... Aici toată lumea și-a întemeiat propria pensiune, propria afacere.”

PM: „Apoi mai este Both Ilona, care mai pictează și ea, e la început, dar lucrează destul de bine. Anul acesta am numărat vreo 4–5 persoane care mai pictează.”

PP2: „Nu, pentru că în acea perioadă oamenii încă nu erau constrânși să facă așa ceva și nici nu aveau nervi și mentalitate pentru așa ceva. Ori soțul câștiga bine încă, ori aveau cu toții slujbe, ori sperau încă în agricultură. Iar la noi astea nu erau

și lucru interesant că deși nici agricultura nu prea mergea, tinerilor le era rușine față de părinți să lase pământul nelucrat, așa că mulți au continuat timp de cca 5 ani să se chinuie cu pământul, ca acum să se trezească și să recunoască faptul că nu mai are niciun sens și acum să încerce să treacă la turism.”

PR: „Au venit anii schimbării când oamenii au conștientizat că nu se mai poate lucra cu care și boi, căci nu mai era rentabil, nu mai asigura nici măcar traiul de zi cu zi, așa că unii care au avut posibilitatea au trecut la o agricultură mai modernă, iar casele au fost renovate, transformate în pensiuni pentru turism rural.” „Comuna de care aparține și satul Colțești are 800 de ha, unde e mai mult pământ agricol, în Rimetea acum nu se lucrează mai mult de 100 ha la aprox 50 de gospodării, dar poate nici atâtea. E foarte greu de apreciat, căci la început toți și-au lucrat pământurile, dar acum cei ce au pensiuni nu se mai ocupă cu agricultura; cele extravilane au rămas nelucrate, iar cele intravilane până la Buru au fost vândute la prețuri piperate; din ce trăiesc oamenii? majoritatea din turism, mai ales vârsta a doua și a treia, câțiva tineri mai lucrează la Aiud, Cluj, la Întreprinderea de drumuri și poduri. Sunt câțiva tineri și în turismul rural, dar foarte puțini, căci oricum populația este una foarte îmbătrânită, foarte mulți tineri au plecat, la oraș și peste graniță.”

Exemplele anterior menționate relevă aspecte calitative ale dezvoltării, trecerea de la economia de subzistență la cea de piață sau, după spusele intervievaților, de la „pământ” (agricultură) la turism și activități conexe. De asemenea, este exprimată trecerea de la utilizarea tradițională la utilizarea modernă a pământurilor, pe de o parte prin crearea unor ferme, iar pe de altă parte prin schimbarea destinației terenurilor deținute (vânzarea acestora sau transformarea grădinilor în terase amenajate în scop turistic). Efectul de halou al dezvoltării este resimțit în mod negativ la nivelul relaționării sociale:

AM: „Nu știm unde e ruptura care ne desparte, e drept că nici noi nu am trăit o viață socială, comunitară prea intensă și drept rezultat tinerii de azi sunt mai asociați și comunismul a stricat mult și din păcate situația se deteriorează în continuare.”

AP2: „Păi, turismul a stricat oamenii, mai ales relațiile dintre oameni, e mare invidia și care nu era înainte, înainte nu a fost să fii supărată cu cineva, nici acum nu sunt, dar pentru oaspeți e mare concurența și dacă un autobuz de turiști pe care-i aduce Zoli nu e împărțit după placul tuturor atunci eu sunt cea mai rea.”

DS: „O altă problemă o reprezintă ruptura culturală și educațională pe care a generat-o noua democrație și din păcate majoritatea preiau lucrurile negative.”

PP1: „Din păcate, individualismul nu permite așa ceva și din păcate reperul administrației sau al intelectualității mai tinere de aici a devenit egocentrismul.”

PP2: „*De ce nu există o asociație?* Pentru că a existat și mulți am rămas cu un gust amar, căci mulți încercară să tragă beneficiul asocierii în interes propriu, nu suntem copti pentru a ceda interesul strict personal în favoarea unor cauze care ne depășesc gospodăria.”

PR: „Având în vedere faptul că populația e îmbătrânită și relațiile și mentalitatea sunt mai degrabă tradiționale, deși ei trăiesc modern, este mai degrabă ceva între tradițional și modern; ... participarea, aderarea la comunitate are două paliere, când e vorba de interes comunitar din perspectivă etnică atunci există comunitate, dar când trebuie distribuit un autocar de oaspeți atunci interesul economic rupe orice legătură și relaționare decentă. Interesul financiar împarte și gazdele în două categorii. Cei care aici ducând greul s-au ridicat și cei reîntorși în sat și veniturile, adică investitorii în turism. Între aceștia există diferențe datorate perspectivelor diferite. Nu există deci o comunitate manifestă, o percepție a comunității în sens de toți pentru unul și unul pentru toți.”

Afirmațiile intervievaților indică în mod univoc individualizarea raporturilor sociale și slăbirea relațiilor sociale tradiționale. Totodată, nu sunt contestate efectele pozitive ale activității turistice manifestate prin specializarea sarcinilor și apariția unui nou tip de relaționare:

AP1: „[...] și la Colțești începe să se dezvolte această activitate, deci cred că suntem încă în expansiune, căci ei sunt furnizorii noștri.”

PP2: „[...] se mai manifestă și prin specializarea care a apărut căci sunt pensiuni numai cu cazare și pensiuni care asigură și mesele și clienții sunt împărțiți în funcție de cerințele lor și sunt pensiuni specializate mai ales pe gătit și între acestea se fac și schimburi de felul tu cazezi, eu hrănesc. [...]. Depinde și de relația pe care reușim să o întreținem cu clientul, dacă eu ajung într-o relație mai apropiată cu clientul, atunci soțul face încasarea și vice versa. Nu aș spune că există un standard, niște reguli stricte, aceste lucruri trebuie și intuite într-o anumită măsură. [...] Eu cred că totuși cei care vor reuși să-și diversifice serviciile oferite chiar și prin colaborare între 2–3 gospodării aceia vor reuși și în continuare să se mențină.”

PR1: „Trebuie să avem în vedere că sunt mai multe categorii de turiști. Într-adevăr o parte din ei vin să stea în casele vechi și acceptă condițiile de confort mai puțin pretențioase, însă aceștia sunt din ce în ce mai puțini la număr. Vedeți că mai nou și în familie sunt alte pretenții, ca părinții sau copiii să nu mai treacă unii peste alții. Eu nu zic că turismul rural «clasic» va scădea în intensitate, însă o parte din ei vin pentru natură, peisaj, ei sînt tot mai mulți la număr și din ce în ce mai pretențioși. Oricum, sunt deja comentarii de genul că e o singură baie la două camere sau că e prea mică camera sau trebuie să ia în altă locație masa.”

În ceea ce privește efectele acestei etape de dezvoltare asupra existenței individuale, percepția este pozitivă:

AP2: „Pot să spun că sunt mulțumită, căci îmi place aici, de curând am fost plecată 10 zile și abia am așteptat să vin acasă, să văd Piatra Secuiului și ceea ce e aici. Acum am moștenit și eu o casă, am mai avut și noi casă de locuit și încercăm să amenajăm și noi o pensiune, am făcut baie, două camere, va trebui să o autorizez că e la drumul principal, oamenii sunt răi și aș vrea să fiu cu actele în regulă.”

DS: „*Considerați că munca și activitatea profesională aici sunt o reușită în viața dumneavoastră?* Da. Acum da, deși așa cred că mai ales aici oamenii sunt foarte greu de mobilizat către acțiuni comune [...]. Eu aș dori să rămân aici că-mi

place, m-am obișnuit și deja simt că am acumulat și un capital de respect din partea oamenilor. [...] În administrație e o echipă tânără cu care se poate lucra, am făcut mai multe proiecte de dezvoltare, sper să ajungem și la finanțarea acestora.”

PM: „Eu nu prea mai lucrez obiecte decorative mici de artizanat, căci nu mai am timp, acum lucrez pentru comenzi mai mari, una din ele e chiar la Cluj, la restaurantul x, salonul Rimetea eu l-am decorat. [...] Acum după atâta experiență, chiar și anul trecut deja mă gândeam deseori să scriu o carte despre mobilierul pictat de la Rimetea, în parte pentru că simt că știu, cunosc deja despre acest domeniu, iar pe de altă parte din dorința de a nu face la fel ca vechii meșteri care au dus cu ei în groapă tot acest meșteșug. Și de ce nu, să recunoaștem că o carte interesantă e și publicitate, și sursă de bani.”

PP1: „Așa că în 1999 am reușit să cumpărăm această proprietate. În 1999 a devenit baza, am amenajat-o și apoi am început să o închiriem. Eu m-am întors cu jumătate de normă la lucru în Budapesta, căci lucrurile au început să funcționeze de la sine, și am început să organizez excursii și în alte locuri, la Șumuleu Ciuc la târg, pe urmă și în Ucraina. După ce am ajuns să derulez această activitate în ritm mai susținut am renunțat din nou la job, în 2000 toamna, și mi-am focalizat atenția pe asociația prin care derulăm aceste activități turistice.”

PP2: „Timp de 3 ani așa am primit oaspeții că dacă ne lăsau un kg de făină, un săpun sau o cafea, era bine, nu aveam pretenții bănești, căci mai ales la început nici noi nu puteam oferi condiții. Nu aveam nici măcar baie, [...]. Mama era șef de magazin, dar după 90 a intrat în șomaj [...]. *Acum toată familia trăiește din această afacere?* Da, acum da, căci era foarte mult de lucru, așa că și soțul meu a renunțat la slujba de la Alba Iulia [...]. Și de atunci ne descurcăm mai bine, căci el se ocupă de e-mail, de publicitate, de rețeaua de clienți, de aprovizionare, mai ajută la curățenie.”

Percepția bunăstării se datorează acestei etape de dezvoltare legată de turism și nu stă sub haloul afectiv al unor istorii de viață neapărat fericite, căci în majoritatea cazurilor au avut loc evenimente nefericite, precum divorțuri asociate cu pierderi de bunuri materiale, greutăți financiare datorate pierderii locului de muncă, destrămări ale familiilor sau chiar decese ale copiilor.

2. În accepțiunea clasică, prin strategie înțelegem partea unei acțiuni militare care se ocupă cu pregătirea, planificarea și ducerea războiului. Strategia constă în stabilirea sarcinilor pentru atingerea obiectivului propus. În accepțiunea socială, prin strategie (de viață individuală) înțelegem modul de exploatare a resurselor disponibile cu scopul satisfacerii nevoilor (personale). Precizăm că prin modul de exploatare a resurselor înțelegem atât utilizarea imediată a resurselor, în sensul de consum, cât și investiția în oportunități de dezvoltare.

În urma unei duble analize, per interviu și tematic, s-a vizat identificarea unor locuri comune ale modurilor și mijloacelor de acțiune. Următoarele afirmații au fost formulate prin revenirea repetată asupra conceptelor utilizate, cu scopul precizării și adecvării acestora din urmă la realitatea empirică.

Analiza per interviu a relevat faptul că intervievații adoptă strategii în sens de raportare la contextul social sau la acțiunile, comportamentul celorlalți:

AP1: „Deci în 1998 am obținut aprobarea pentru derularea activității în turism (cazare). De fapt, a fost vorba de o asociație a caselor de oaspeți. Această idee a apărut în momentul în care mai mulți localnici au dorit să ia parte la această activitate, în mod legal și organizat, căci în trei ani de când funcționa casa Tobias fluxul de turiști a crescut în așa măsură încât era deja nevoie de mai multe pensiuni.”

AP2: „[...] apoi am urmat cursul de calificare de bucătar, atunci de asta era nevoie, căci lucram la pensiunea Tobias”. „Pe vremea aceea am obținut calificarea ca bucătăreasă și imediat după aceea calificarea în turism rural, care era necesară pentru aprobările de funcționare.”

PM: „Devenirea mea în meserie a fost oarecum tot prin relaționare, am primit multe laude, dar și critici aspre din partea unor cunoscători.”

PP1: „În ceea ce privește turismul prin Ardeal, acesta a fost după 1992, când am fost prima dată în România. Atunci am constatat că aici am găsit lucruri care pentru mine erau importante, aici oamenii erau mai deschiși, m-a impresionat și peisajul”; „oamenii sunt mai sinceri, [...] viața e încă mai curată, mai simplă aici.”

PP2: „La început am văzut că preotul caza oaspeți, căci la început tot la el apelau, așa că el avea cam tot timpul casa plină, și așa am făcut și noi, am început să cazăm oaspeți în primele 2 camere.”

Nu credem că putem vorbi în acest caz de strategii în sensul strict sau clasic al termenului, căci scopurile, mijloacele și finalitatea nu au fost în prealabil definite de către indivizi. Oamenii nu și-au planificat o acumulare financiară rapidă sau derularea activității în turism rural în sine:

AP1: „[...] de prin '80 soțul colecționa modele de pictură pe mobilă specifice Rimetei, așa că am încercat pictatul și pregătitul unor obiecte mici: lădițe, casete pe care le vindeam la muzeu, asta încă în timp ce locuiam la Aiud, dar pe urmă văzînd că au trecut am trecut exclusiv pe această activitate. Nouă luni trăiam aici, iar trei luni la Aiud. La început a fost foarte greu, mai târziu am deschis un mic magazin cu obiecte artizanale. În 1997 eram deja mulțumiți de mersul lucrurilor, am văzut că prin această activitate putem asigura traiul unei familii și ne-am îndreptat atenția și către turismul rural. În acea perioadă s-a format o agenție turistică, prin intermediul căreia cei care aveau interes au obținut aprobările.”

PP2: „Mama era șef de magazin, dar după '90 a intrat în șomaj, așa că văzînd cum cu agricultura nu avem nici o șansă, avînd în schimb multă zestre haine de pat etc. și forță de muncă feminină, am zis să încercăm cu turismul. [...]. *Dumneavoastră ați vîndut din comorile vechi?* Din păcate da, și nu numai noi. Așa lucruri valoroase s-au vîndut, acum ne pare rău, însă atunci ne prindeau f. bine 20–30 de mărci cu cât vindeam un obiect.”

Dezvoltarea apare ca rezultat al acumulărilor individuale care au izvorât din aceeași oportunitate, și anume fluxul crescînd de turiști:

AP2: „[...] în perioada aceea lucram la pensiunea Tobias, care s-a deschis imediat după revoluție; la începutul anilor 90 deja se lucra la ea. Acolo am primit oaspeți, era practic prima pensiune din sat, un fel de casă de vacanță, amenajată de o asociație a celor ce au absolvit liceul Brassai. [...] iar pe Zoltan așa l-am cunoscut, căci noi sătenii așa știam că un cetățean maghiar cumpărase casa, și de fapt eu am ajuns față în față cu el când pentru primul grup mai mare de vizitatori a fost împrumutată de la biserică vesela.”

PP1: „Acela a fost primul grup, în primăvară. Pe urmă a devenit un obicei. Când aici lucrurile au evoluat, căci veșnic erau 10–20 de persoane în plus, așa că rugam oamenii din sat să cazeze oaspeții. Cam așa s-a dezvoltat aici turismul rural [...].”

În această ordine de idei, considerăm că conceptul de strategie de viață trebuie înțeles în sensul analizei acțiunilor în context, interpretare propusă de către sociologul francez Michel Crozier și care postulează următoarele:

- Opțiunile și acțiunile oamenilor sunt raționale, dar nu se raportează la obiectiv (în cazul nostru capitalizare prin turism rural), ci la oportunități sau la ceilalți
- Prezența Incertitudinii ca element al acțiunii
- Caracteristicile anterior menționate determină felul în care se reglează relațiile între indivizi⁵.

2.3.2. Modul de acțiune

După cum reiese din exemplele anterior menționate, reușita comună, în sensul evidențierii localității față de altele, este în mare măsură un agregat de succese individuale, rezultat al raportărilor dintre inițiativele gospodărești. În acest context, este relevantă percepția individuală privind modul de punere în practică a inițiativelor conturate:

AM: „Clar că cel mai mult are cel ce e direct implicat, dar tot aceștia sunt și cei care lucrează mai mult. Cîste și stimă din partea mea, căci într-adevăr cu multă trudă își câștigă pâinea.”

AP1: „Aici toată lumea și-a întemeiat propria pensiune, propria afacere, nu există nici- un fel de «umbrelă» deasupra noastră, care să ne îndrume ce și cum să facem și asta cred că e bine pentru că lucrurile sunt mai colorate astfel. Deci, cum spuneam, această umbrelă este necesară în alte locuri, căci altfel nu pot derula activitatea turistică.”

PP2: „Nu, nu cred că așa se pune problema, căci nu putem aprecia ce se va întâmpla, se va mai dezvolta, va scădea fluxul de turiști, și tocmai de aceea investițiile mari sunt riscante. După părerea mea totul trebuie acumulat treptat, pe măsură ce îți dezvolti și rețeaua de clienți. Și noi, și majoritatea de aici au făcut la

⁵ L. Coandă, F. Curta, *Mic dicționar de sociologie*, București, Edit. All, 1993, p. 92.

fel. [...] Până în ultimul moment, când am reușit să-l plătesc pe tata, nu eram siguri că aici vom reuși să continuăm și să ne dezvoltăm afacerea.”

PP3: „Prin muncă, oamenii lucrează foarte mult. Ei, ce să vă spun eu de bunăstare! Nu e chiar așa o bunăstare, că pentru tot ce avem lucrăm de ne sar ochii din cap, e și greu de explicat câte aspecte, fațete are acest turism și cât de mult investim, nu neapărat financiar, dar și asta e esențială. Cât am investit până am ajuns la stadiul actual, căci am pornit de la nimic.”

Modalitatea specifică de dezvoltare „antreprenorială” a fiecăruia în parte a fost cea a „pașilor mărunți” și a muncii asidue, conjugate diferit de la o gospodărie la alta, aceasta contribuind și la reducerea riscurilor datorate incertitudinii.

Însă ingredientele acestor succese individuale sunt aceleași: simplitate și decență în relaționarea cu oaspeții, empatie și intuiție privitor la așteptările clienților, bucate simple, dar gustoase și curățenie:

PP2: „Păi, în primul rând trebuie să fii deschis, primitor în legătură cu cazarea. Cu hrana e cu totul altă poveste. După cum știm, ungurul apreciază foarte mult masa bună și copioasă. Trebuie să gătești bine și să pui suflet nu numai în mâncare, dar și față de oaspete. [...]. De fapt calitatea serviciilor oferite contează cel mai mult, degeaba e reclama; dacă clientul nu e mulțumit îl pierzi. Și asta înseamnă pe scurt mâncare bună și atmosferă plăcută. Nu e nimic altceva, nu e complicat, numai să ai timp și nervi pentru a conversa cu fiecare care dorește acest lucru. Foarte important de asemenea este și modul cât mai normal, corect și cât mai puțin neplăcut de a încasa banii. Plata se face spre sfârșitul sejurului, și trebuie făcut în așa fel încât oaspetele să nu resimtă asta ca pe o povară, iar după plată să ne putem lua rămas bun în mod plăcut. De aceea, încasăm în penultima zi, ca atmosfera ultimei zile să nu fie umbrită de acest troc, care nu e fericit pentru nici un oaspete [...]. Curățenia e cea mai importantă, asta dacă e, dacă ești cinstit, deschis și oaspeții văd că îi primești cu drag, atunci vin.”

PP3: „Păi, trebuie să fii drăguț, primitor, să gătești bine. Și asta de unde ați deprins? De nicăieri, așa suntem noi. Eu tot așa gătesc și pentru oaspeți, cum am gătit ani la rând pentru familie, nu e nimic deosebit. Nu sunt specialități deosebite, dar totul e gustos, secretul stă în simplitate, să fie simplu și gustos. Căci asta e și secretul atragerii turiștilor, să fie curățenie, gazda să fie disponibilă și plăcută într-o conversație, dacă oaspeții simt nevoia de așa ceva, căci și aici trebuie să ai simț, să observi ce dorește oaspetele.”

2.3.3. Resursele

Practic, singura resursă manifestă a reprezentat-o arhitectura. Reabilitarea caselor a generat, după declarațiile intervievaților, publicitatea gratuită:

PR: „Rimetea s-a ridicat prin și de la sine, și cu un ajutor străin, datorită și celor care s-au întors în sat, tocmai prin conservarea unor valori locale. Chiar și acum, Rimetea e reclamată în sine prin aspectul caselor, prin bucătăria tradițională, prin peisajul minunat și liniștea pe care o oferă. Deocamdată nu cred că este nevoie

de alt tip de publicitate, căci turismul de aici s-a dezvoltat fără o publicitate forțată; acum sunt pe culme, iar pentru viitor ne gândim la o publicitate conștientă”; „Consumul crește pe zi ce trece, iar creșterea a devenit vizibilă odată cu publicitatea gratuită de pe urma programului de reabilitare a patrimoniului construit și deci dezvoltarea explozivă a turismului rural.”

O altă serie de resurse reînviată, ca răspuns față de cererea de servicii, și nu create, în sensul inventării acestora, au fost cele populare. E vorba de servicii culturale rezultate în urma revalorificării moștenirii populare, și anume: obiceiuri (Înmormântarea Fărșangului), meșteșuguri populare (pictatul mobilei, țesutul și cusutul, pregătirea straielor populare), școli de bucătărie bazate pe bucătăria tradițională:

AM: „Se mai păstrează puține obiceiuri ce cuprind tot satul, cum e *fărșangul*, dar pe vremuri mai erau și balurile de Sf. Anna [...]”

PM: „Există desigur mobilierul specific, acesta e cel mai important, și anume: masa de Rimetea, scaunul cu coc, patul cu coc (spătar), lăzile de zestre de diferite dimensiuni, șezânduri (bănci) tip ladă, apărători de perete, dulapuri de colț, galerii pentru perdele. [...] Eu nu am un model oglindă, deși mă inspir în chiar mai multe lucrări după o mobilă pictată de exemplu în 1856; nici una dintre ele nu va fi ca cealaltă, dar vor avea aceeași dispunere a motivelor. [...] eu fac și mobilierul, căci dacă am învățat pe lângă pictat și structura și îmbinarea de tip vechi, tehnica veche, căci cea de azi e cu totul altfel, atunci de ce să nu le și fac.”

PP2: „Totuși, noi am avut un program mai interesant, numit «Bucătăria Mamei». Astfel, mama, care e o bucătăreasă pricepută, a avut un grup de gospodine din S.U.A. cu care timp de două săptămâni a făcut școală de gătit la Rimetea. De fapt au fost mai multe grupuri și de fiecare dată când mai apar interesați, mama mai școlește un mic grup. Avem expus și un război de țesut, dar nu avem timp să mai și țesem.”

Toate acestea au fost potențate prin punerea în scenă într-un cadru tihnit al vieții rurale, în cadrul vieții familiale gospodărești, dar și al unui peisaj natural demn de învidiat:

AP1: „Dar părerea mea e că Rimetea oferă atâtea oaspeților față de alte localități încât nu cred că aceștia ar simți în decursul a 3–4 zile lipsa altor programe. Deci, o dată «numele» și istoria, pe urmă peisajul, natura care e deosebită, o imagine unică, un rând (o serie) de case din care 150 sunt monumente, ceea ce nu găsim oriunde, apoi împrejurimile, ceea ce umple timpul turiștilor pentru 4–5 zile. Apoi e atmosfera de la noi, pe care o poți sesiza dacă stai câteva zile.”

Generalizarea activității, dar și specializarea pe gospodării, a constituit din punct de vedere social fundalul propice delimitării diferitelor „tabere” care interacționau în termeni de roluri:

AP1: „Ori activitatea e pe familii și de exemplu eu nu pot, nu sunt în stare să atrag (să-i iau) clientela altei pensiuni, și viceversa. [...] După părerea mea, da, la unii. Eu mă ocup acum cu distribuirea de grupuri pe circa 10–12 pensiuni și știu la

fiecare pensiune cam care este nivelul calitativ. Sunt cei care timp de 3–4 ani au derulat foarte bine activitatea de găzduire și acum tare s-au lăsat, dar nu trebuie generalizat, sunt și-și, dar din 14–15 sunt câțiva care o fac prost, dar lor le-a și scăzut fluxul. Mai sunt cei noi care nu au experiență și încă nu au bază materială, dar așa am fost și noi la început, cei care acum suntem «stindardele» acestei activități.”

PP1: „Pe de o parte, așa stau lucrurile și în Secuime, numai că spre diferență de aici, dacă se propune ceva sau dacă apare un interes comun, un program, un festival, acolo participă toți, chiar și să zicem așa taberele aflate în conflict; pentru 1–2 zile depun armele, supărările și colaborează în vederea reprezentării valorilor specifice zonei lor. Dar așa ceva aici nu am constatat [...]”

PP2: „[...] cum să vă spun eu, există bisericuțe [...]. Deși Agi a început cu 3 ani după noi, e destul de independentă, cu toate că oarecum câțiva care se mai ocupă cu asta au tras-o pe sfoară; ea are atâtia oaspeți încât se descurcă și singură, e drept o mai ajută și fiicele dintre care una în Budapesta. Ea se descurcă și dacă nu îi trimite nimeni din sat vreun oaspete. [...] Și pe de altă parte, bisericuțele s-au format nu neapărat în virtutea unui statut social, că sunt sau nu vinituri, că sunt sau părinții unora au fost localnici, ci datorită felului în care fiecare își desfășoară activitatea, ce calitate oferă și ce rețea de clienți are. [...] Rețeaua de interes pentru acest sat e de așa manieră încât mai repede se află în Ungaria decât aici dacă e ceva de vânzare. Și în plus, localnicii nu au atâtia bani de dat pe case. Sunt mulți proprietari unguri aici. Oarecum e și justificată această mișcare, căci aici tinerii nu au destui bani, iar împreună cu părinții e mai greu de administrat, căci fiecare are alte idei și între timp «investitorul» străin pune banul jos și gata.”

PR: „Interesul financiar împarte și gazdele în două categorii. Cei care aici ducând greul s-au ridicat și cei reînțorși în sat și viniturile, adică investitorii în turism. Între aceștia există diferențe datorate perspectivelor diferite.”

Astfel, în cadrul comunității au fost atribuite roluri stereotipe: *Muncitorul* – localnicul care a obținut ceea ce are prin sudoarea frunții, *Investitorul* – cel venit de la oraș sau cetățeni unguri «înstăriți», care au invadat spațiul într-un mod ilegal, dobândind bunuri prin tertipuri și speculație, *Elitele* – cei care mențin și îmbunătățesc calitatea serviciilor în turism, *Țapul ispășitor* – cel care se face vinovat mai ales pentru degradarea morală a comunității, degradare atribuită dezvoltării turismului de masă. Această etapă reprezintă de fapt momentul investiției simbolice în comunitate și în imaginea comunității.

2.3.4. Mijloacele, o nouă modalitate de relaționare socială

Ca urmare a interacțiunii în termeni de roluri, dar și a modului de utilizare a resurselor și a raportării față de client, s-au conturat diferite tipuri acționale. Astfel, pot fi identificate următoarele tipuri acționale și reprezentanții acestora: *investitori în arhitectură* (cei care au cumpărat case mizând pe valoarea financiară crescândă a caselor tradiționale reabilite, dar și pe potențialul acestora de atragere a

clienților), *utilizatori de arhitectură* (cei care au moștenit case tradiționale și le-au utilizat potențialul, transformându-le în pensiuni), *utilizatori de resurse populare* (cei ce au mizat pe valoarea reînvierii unor meșteșuguri, obiceiuri, tradiții – pictatul mobilei, vânzarea lucrului de mână, țesături, cusături, întemeierea unui muzeu privat, restaurarea vechii mori de lemn, bucătăria tradițională) și o categorie inovatoare de investitori în rețele sociale. Aceste tipuri sunt ideale, în practica cotidiană putând fi observată preponderența unora în fața altora. Însă mare parte din aceste opțiuni sunt conjugate de către localnicii cei mai întreprinzători.

Spre deosebire de satele cunoscute datorită artizanatului care se vinde în toate locurile posibile, adică sunt vândute rezultatele muncii, rimetenii par să fi făcut un pas înainte prin valorificarea muncii și existenței lor în sine, adică acel „how it is made”, care este mai atractiv și mai productiv, pentru că implică în anumită măsură și clientul în produsul vandabil, *ospitalitatea*.

Localnicii mizează foarte mult pe imaginea acestei locații rurale. Este vorba, în primul rând, de imaginea individuală a fiecărei gospodării în parte:

AM: „De fapt, acum majoritatea oamenilor se retrag în interiorul propriei curți pe care o aranjează.”

PP2: „[...] mama, care lucrase înainte în comerț și ca atare era mai flexibilă în gândire, nu era legată de moșteniri și tradiții așa că am reușit să ne mobilizăm mai repede ca alții. Iar pe de altă parte, noi ne-am ghidat foarte mult și după gusturile lor, căci noi nu prea mai eram legați nici de tradiție și să fim sinceri nici simț estetic prea mult nu aveam de unde. Așa că îi întrebam pe oaspeții mai răsați ce fel de lucru unde se potrivește și așa am reușit, dacă ne-a plăcut și nouă, să amenajăm în așa fel încât și noi și oaspeții să ne simțim bine.”

AP2: „[...] și aici se vede că oamenii nu prea sunt interesați în afară de propria ogradă și frontul la stradă care sunt aranjate [...]”

În al doilea rând, dar nu mai puțin importantă e imaginea întregului:

AM: „Singurul loc e muzeul acesta de unde oamenii mai află una-alta și despre cele sufletești ale comunității noastre.”

AP1: „[...] aici lucrurile merg aproape de la sine și asta pentru că e una din cele mai frumoase locații din Ardeal. [...] la noi există o altă «atmosferă», care e o componentă esențială.”

PM: „[...] am optat pentru această variantă, în care lucrând singur execut mai puține bucăți, dar nu risc să stric «marca».”

PP1: „La întoarcere am trecut prin Rimetea și am fost atât de impresionat încât am hotărât să revin [...]. Am stat atunci o săptămână, împreună cu soția, nici nu mai știu, era în 1993 sau 1994. Ne-am plimbat prin zonă și ne-a plăcut.”

PP2: „Dacă ei nu ne-ar fi atras atenția poate că unii realizau că vechile case nu trebuiau dărâmate sau modificate, dar majoritatea nu ar fi ținut cont și se strica aspectul satului.”

PR: „Da, aici s-a format o identitate puternică, specifică și tuturor le ofer trei argumente în acest sens. Portul nostru popular este unic în lume, colacul (cozonacul) Șomodi nu se coace altundeva decât aici, iar ceea ce se consideră a fi

chiar origine rimeteană e Hamuzsak (sac de cenușă), tot o prăjitură și bine-nțeles la noi soarele răsare de două ori, dar nu știu să vă spun la ce oră.”

Ne ferim să catalogăm această imagine ca fiind una comunitară, căci imaginea de ansamblu este impregnată de mult subiectivism. Ea pare a fi una de marcă mediatizată prin publicitate. Subiectivismul acestei mărci își are rădăcinile atât în mit, cât și în farmecul naturii:

AP1: „E vorba atât de atmosfera «familială» a pensiunii, a gazdei de la țară, cât și de atmosfera satului, nu ca și comunitate, ci ca o entitate fizică, ca localitate, ca un fel de fotografie.”

PP2: „Aici la Rimetea așa se spune că ar fi mult aur ascuns prin pereții caselor, că doar era un târg bogat cu tradiție în minerit și fierărit, cu oameni și meșteșugari bogați. Se zice că mulți bătrâni așa au murit, tot arătând înspre pivnițe și pereți, dar nu mai puteau cuvânta. Și multe familii erau înstărite, 3 familii aveau în proprietate mine aurifere, alții mine de fier, crășme, atelier de fierărie. Și se știe cam care sunt casele în cauză, numai că acum valorează mai mult casele din alt punct de vedere, plus că sunt o sursă importantă de venituri ca pensiuni.”

PR: „În primul rând, Piatra Secuiului, apoi portul popular, istoria și imaginea de odinioară a bogatului orașel (târg) Rimetea, cu meșteșugul renumit al fierăritului încă din secolul al XV-lea. De asemenea, Piatra Secuiului e atât de frumoasă încât Rimetea este cunoscută în toată lumea, dar mai ales în Ungaria pentru acest peisaj deosebit.”

În virtutea dezvoltării activității turistice, relaționarea socială a indivizilor pare să fi suferit modificări, prin glisarea dinspre preponderent tradițional, interfamilial, intracomunitar înspre preponderent modern, individual, extracomunitar:

AM: „Nu e o comunitate (așa) rea. Eu aici am crescut, oamenii se ajută unii pe alții. Acum, odată cu turismul rural, un pic s-au deteriorat relațiile dintre oameni. După părerea mea, acum nu mai există așa unitate, iar banul începe să fie rege. Fiecare luptă pentru el. Nu mai există o viață sufletească, comunitară, ceea ce ne lipsește mult. Nu prea se organizează evenimente sătești, ceea ce ar contribui și la atragerea turiștilor.”

PR: „Având în vedere faptul că populația e îmbătrânită și relațiile și mentalitatea sunt mai degrabă tradiționale, deși ei trăiesc modern, este mai degrabă ceva între tradițional și modern. [...] participarea, aderarea la comunitate are două paliere: când e vorba de interes comunitar din perspectivă etnică atunci există comunitate, dar când intervine interesul economic atunci apare individualismul [...]. Nu mai sunt familii extinse, s-au destrămat, în perioada comunistă mulți copii au plecat la oraș în fabrici [...].”

Așadar, un mijloc de obținere a succesului în Rimetea pare a fi construirea și întreținerea unei rețele de relații extracomunitare. Efortul de relaționare nu e îndreptat către comunitatea locală, dar nici neapărat către o comunitate exterioară, ci mai degrabă către diferite rețele sociale stabilite în mare parte între indivizi din exteriorul comunității:

AP1: „În 1998 am participat la un târg turistic internațional la Budapesta. Am mers pe relația cu Ungaria, căci de acolo aveam turiștii și prin ei făceam relații, deși noi am avut deja o relaționare foarte bogată datorită artizanatului.”

PM: „Devenirea mea în meserie a fost oarecum tot prin relaționare, am primit multe laude, dar și critici aspre din partea unor cunoscători. Anual mă întâlnesc cu artiști și artizani din Ungaria și mai avem schimburi de idei.”

PP1: „La început am adus pedagogi, am dat anunț la ziar și s-au adunat aproximativ 90 de oameni și am venit cu două autobuze.”

PP3: „98%-99%, dintre turiști sunt din Ungaria.”

Rețelele sociale se construiesc pe experiențe „față în față” și funcționează pe baza mecanismului bulgărelui de zăpadă, o persoană dă de știre altora, de regulă în cercul de cunoscuți și prieteni, aceștia din urmă repetând această modalitate de răspândire a informației:

AP1: „Experiența ne-a arătat că 90% din turiști vin din cercul apropiat al clientelei găzduite anterior. [...] Dacă din Secuime spre casă trece prin Rimetea un grup de 45 de persoane, la anul 15 vor veni aici. [...] la noi s-a dezvoltat o rețea de relații de așa natură între *gazde-agenții* și între gazde și sistemul *Internet* încât aici lucrurile merg aproape de la sine și asta pentru că e una din cele mai frumoase locații din Ardeal, pentru că informația circulă din gură în gură și se precizează chiar și la cine (gazdă) să te duci.”

PP2: „[...] important e ca să lăsăm mai degrabă pretențiile noastre bănești mai ales atunci când știm că un client este sursa altor 10 care vin la anul.”

PP3: „Fiecare pensiune avea practic formată clientela prin cunoscuți, prieteni, iar asta și în ziua de azi tot așa funcționează.”

Un rol important în impunerea și recunoașterea acestei locații turistice pare să fi avut și mediatizarea, publicitatea, fie prin participarea la târguri, fie prin pliante publicitare și publicitate pe internet, însă asupra acesteia din urmă percepția este mai confuză, uneori chiar contradictorie:

AP1: „Sunt prezent pe Internet 5–6 luni pe an, dar și în acest an nu cred că 10% din oaspeți reprezintă această variantă de stabilire a clientelei, pe aceștia de multe ori nu mai pot să îi accept, căci am casa plină.”

PP2: „Tot noi ne facem și cărțile de vizită și pliantele pentru publicitate, cu care mergem la târguri în Ungaria. Când mai vin clienții, le dăm și lor să mai împartă la cunoscuți, și uite așa se conturează și un pic de marketing.”

PP3: „[...] din păcate, la noi în țară încă nu prea avem renume, nu avem parte de publicitate.”

În urma investiției în rețele sociale, în Rimetea s-a conturat și o participare comunitară la diferite activități, materializată prin salvarea învățământului din sat, înființarea unei asociații de asistență socială, formarea unei echipe de reprezentanți ai satului care negociază instalarea unui sistem mai performant de comunicare prin internet.

Aceste observații problematizează reconstrucția comunităților locale și a participării comunitare. Exemplul de față arată că participarea comunitară s-a conturat după momentul în care cel puțin o parte a membrilor localității au dobândit o percepție pozitivă asupra propriului statut economic și social, percepția bunăstării:

AP2: „*Mai există spirit comunitar în sat?* Da, este, eu am constatat la înmormântări mai ales, probabil la fel e și la cununii, dar eu tocmai am trecut printr-un eveniment nefericit, cu moartea unchiului, așa că asta am observat. *Tradițiile se mai păstrează?* Da, eu așa cred, mai ales acum, chiar dacă în alte moduri, adică prin intermedierea unor asociații, dar încercăm să învățăm, să păstrăm, și aceste tipuri de activități pot fi dezvoltate încă.”

DS: „Asta pe parcurs, căci după 1997, când am ajuns, am fost doar profesor, în 2000 la alegeri am candidat ca și consilier, dar n-a fost să fie, dar am reușit la următoarele alegeri, în 2004. [...] aveam o situație delicată din punct de vedere al numărului de copii, sunt clase comasate. Acum doi ani eram pe punctul de a închide școala din cauza lipsei de copii, situație rezolvată prin înființarea fundației pentru îngrijirea copiilor care sunt școlarizați aici. [...] La început nu era nimic sigur, dar pe urmă, Ordinul Franciscanilor, prin fratele Csaba care conduce o astfel de fundație de îngrijire a copiilor la Deva, a achiziționat o casă în Rimetea, care a fost transformată în centru pentru copii, iar cei veniți au fost școlarizați la noi. [...] Una din probleme o reprezintă și faptul că deși cei din Rimetea totdeauna și-au școlarizat aici copiii, cei din Colțești au început să-și ducă copiii la Aiud, făcând naveta. E vorba de câțiva oameni mai înstăriți care au pretenții mai mari și dacă copiii oricum trebuie să facă un drum mai lung până la școală, atunci îi duc până la Aiud.”

AM: „Dar s-a pornit și o fundație, de fapt o asociație de îngrijire a celor care sunt în situații mai dificile. Această asociație, înființarea și funcționarea ei, este sprijinită de consiliul județean Vass din Ungaria, în virtutea unei colaborări comunitare și nu are nimic a face cu primăria din Rimetea.”

PR: „Cei care se ocupă de turism au o asociație, dar care nu prea funcționează.”

[AP1: „Deci în doi ani s-a triplat numărul turiștilor, așa că satul s-a umplut de turiști încât membrii asociației nu au mai fost interesați decât de selectarea oaspeților, ceea ce a dus încet-încet la stingerea (reducerea) activității în cadrul asociației. [...] Am avut și alte proiecte în cadrul asociației, numai că munca susținută pentru a face față fluxului crescând de turiști ne-a împiedicat, și e de înțeles că oamenii s-au preocupat mai degrabă cu turiștii decât cu altele. Practic, în această perioadă, toți cei care se ocupau au parcurs o etapă de dezvoltare puternică (individuală) și avem o asociație confesională de asistență socială prin care sunt sprijiniți bătrânii care nu mai sunt în putere, familiile mai nevoiașе; tot în cadrul ei s-a rezolvat și problema transportului copiilor din Colțești la școală, iar tot în cadrul confesional este și asociația femeilor care are activitate orientată mai mult pe păstrarea tradițiilor.”

Această construcție comunitară se conturează pe de o parte prin inițiativa unor membri ai localității, și nu ca proiect propus și de o instituție din interiorul sau din afara localității, iar pe de altă parte este dependentă de percepția bunăstării.

3. CONCLUZII

În cele ce urmează vom interpreta datele analizei efectuate și vom oferi semnificații realității evaluate atât prin raportarea la premisele dezvoltării rurale și comunitare relevate de sociologul D. Sandu, cât și prin raportarea la expresia calitativă în plan social a dezvoltării și globalizării, adică reconfigurarea spațiului și relațiilor sociale.

O primă observație referitoare la demersul nostru de cercetare este faptul că în mod evident ne aflăm în fața unui caz particular al dezvoltării rurale, motiv pentru care nici nu am intenționat elaborarea și propunerea unor modele de dezvoltare sau strategii de viață cu valabilitate generală și cu atât mai puțin formularea unor concluzii general valabile pentru spațiul rural românesc. Într-adevăr, aceasta a fost o intenție declarată de la bun început, de a lua în considerare un alt fel de rural decât cel tipic sau majoritar care se mulează pe stereotipiile, nu de puține ori dezolante, referitoare la acest spațiu, căci cel puțin într-un spectru al reprezentărilor psihosociale această majoritate pare să se înscrie într-un cerc vicios al profețiilor care se autorealizează.

Prima dificultate cu care ne confruntăm constă în poziționarea acestui sat într-o tipologie culturală care să evidențieze potențialul său de dezvoltare. Dacă diversitatea etnică reprezintă un atu pentru dezvoltare, observăm în contrapartidă stocul slab de educație și o infrastructură precară, specifice tipurilor tradițional și izolat. E drept că izolarea este de natură geografică și nu neapărat socială. De asemenea, dinamica populației sugerează o imigrare nesemnificativă. Așadar, nu putem preciza în ce măsură condițiile amintite constituie sau nu un fundal favorabil dezvoltării.

În ceea ce privește dezvoltarea acestei localități, nu am pornit de la premisa conform căreia aceasta reflectă o serie de schimbări în plan social pentru care se specifică motivația, spațiul, modul și finalitatea. După cum s-a precizat, în analiza datelor au fost urmărite aspectele calitative ale dezvoltării, focalizate pe spațiul social al schimbării, și strategiile de acțiune adoptate de către actorii sociali, adică modul de dezvoltare. S-au făcut puține referiri la motivația și finalitatea schimbărilor, deoarece percepția acestora trimite interviueatul într-un timp trecut, respectiv viitor, sporind astfel gradul de dificultate al aprecierii. Cu toate că, în discursuri, sunt prezente și aceste aspecte, exprimarea lor este sărăcăcioasă și vagă, de genul sloganelor: să fie mai bine, să nu moară satul, să nu pierdem tradițiile. Analiza spațiului și modului schimbării indică faptul că „satul nu moare”, că nu dispar relațiile sociale, tradițiile, comunitatea. Acestea se schimbă, îmbracă alte forme mai adaptate unei conjuncturi a globalizării. Granițele relaționării locale sunt segmentate, făcând loc unei rețele sociale ale cărei granițe nu mai țin de un spațiu fizico-geografic, ci sunt determinate de interese economice. Se schimbă modul de trai și modalitatea de obținere a veniturilor, prin glisarea dinspre ocupații tradiționale, venituri și bunuri obținute direct din agricultură, exploatarea miniere,

forestiere, înspre altele, cerute de piața muncii, noi ocupații, în speță în sfera serviciilor, care integrează și revalorifică aspecte ale ocupațiilor tradiționale. În ceea ce privește motivația schimbărilor sociale, putem aprecia că aceasta nu este de natură comunitară, ci mai degrabă individuală, legată de bunăstare în cadrul delimitat de propria gospodărie. În același sens, al glisării dinspre local spre global, putem sesiza și o schimbare a mentalității localnicilor. Reprezentarea acestora despre bunăstare se apropie mai mult de ideea reorientării către un stil de viață ecologic, idee specifică societăților puternic dezvoltate, chiar dacă ea este pusă în practică în mod paradoxal în autarhia (raportându-se la comunitatea locală) propriei gospodării. În viziunea acestora, bunăstarea înseamnă o bună imagine de sine și asupra gospodăriei, atât în comunitatea locală, cât mai ales în cadrul rețelelor sociale din care fac parte, conjugată cu o situație financiară mulțumitoare și o perspectivă „tihnită” asupra viitorului. Această viziune se delimitează de reprezentarea mai răspândită a dezvoltării locale și regionale, devenită uneori obsesivă la nivelul unor întregi comunități rurale, conform căreia bunăstarea se rezumă la existența infrastructurii și a tuturor utilităților publice posibile. Credem că o evaluare din perspectivă cantitativă a subiectului propus ar fi constituit o capcană, deoarece, nu de puține ori, am observat că datele factuale referitoare la starea și evoluția socio-economică sunt lacunare. Din păcate, lipsesc date fidele care să reflecte realități noi, esențiale pentru evoluția acestui sat, cum ar fi cele privitoare la economia turistică. În ceea ce privește finalitatea schimbării, aceasta nu s-a conturat decât pe parcursul reușitei fiecărei gospodării și e reflectată prin percepția asupra bunăstării, anterior descrise.

Analiza datelor obținute în urma abordării calitative a aspectelor referitoare la strategiile acționale adoptate de către localnici și la dezvoltarea satului Rimetea, localitate la care se referă acest studiu de caz, constituie fundalul formulării următoarelor afirmații:

În acest caz, nu putem susține ideea de strategii în sensul strict sau clasic al termenului, căci scopurile, mijloacele și finalitatea nu au fost în prealabil definite de către indivizi. Intervievații adoptă strategii în sensul de raportare la contextul social sau la acțiunile, comportamentul celorlalți și nu prin raportare la un scop propus. Oamenii nu și-au planificat asigurarea traiului sau o acumulare financiară rapidă prin derularea activității în turismul rural în sine. Modalitatea specifică de dezvoltare a fiecăruia în parte a fost cea a „pașilor mărunți”, a muncii asidue și a construirii și întreținerii unei rețele de relații extracomunitare, conjugate diferit de la o gospodărie la alta. În funcție de utilizarea diferită a resurselor existente, pot fi identificate două tipuri majore de strategii acționale ale actorilor sociali implicați: cele care mizează pe capitalul de imagine (arhitectură, apropiere de natură și simboluri specifice lumii rurale) și cele care mizează pe rețelele sociale.

Dezvoltarea apare ca rezultat al acumulărilor individuale care au izvorât din aceeași oportunitate, și anume fluxul crescând de turiști. Reușita comună, în sensul evidențierii localității față de altele, este un agregat de succese individuale. Așadar,

dezvoltarea acestui sat este dependentă de conjugarea investiției încrederii pe de o parte într-un capital simbolic cu care membrii comunității se pot identifica, iar pe de altă parte în rețele sociale ale căror membri utilizează resursele locale.

Ca urmare a succeselor individuale și a investiției în rețele sociale, în Rimetea s-a conturat o participare comunitară care reprezintă o reconfigurare a comunității tradiționale și o primă etapă a dezvoltării comunitare.

Rafinarea și coroborarea acestor afirmații cu alte exemple similare pot genera ipoteze plauzibile referitoare la un model sau o direcție de dezvoltare rurală și comunitară, specifice localităților cu revalorificări culturale.

Anexa 1 – Lista interviurilor

	cod	sex	vârsta	Studii	profesie	ocupație	religie
1	AM	F	40	Liceu	Curator	Administrator muzeu	unitarian
2	AP1	F	46	Liceu	Laborant	Administrator pensiune (înainte laborant, Metalurgica Aiud)	reformat
3	AP2	F	41	10 clase			unitarian
4	DS	M	31	Licențiat matematică	Profesor	Director școală	reformat
5	PM	M	49	Liceu, școala de maiștri	Metalurgist	Tâmplar și pictor mobilă	unitarian
6	PP1	M	50	Studii superioare, tehnice și pedagogice, calificări	Consilier psihopedagogic	Liber profesionist, Președinte Asociația Torockó-Ungaria	
7	PP2	F	31	Liceu		Director pensiune	unitarian
8	PP3	F	63	8 clase		Pensionară, administrator pensiune	unitarian
9	PR	M	30	Licențiat drept	Jurist	Primar	unitarian
10	PR1 id.9						

Interviurile au fost înregistrate în satul Rimetea, județul Alba, în perioada 7–14 septembrie 2006.