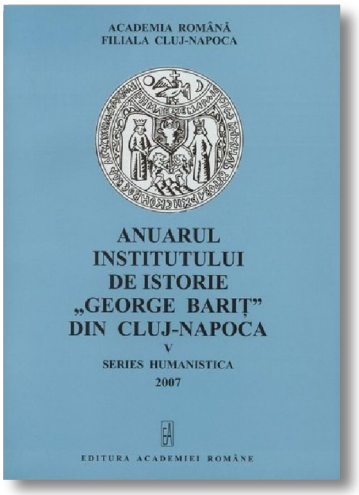

ISSN 1584-4404

Yearbook of the George Barițiu
History Institute of Cluj-Napoca
Series *Humanistica*

humanistica.ro

Strategii de viață în situri rurale cu revalorificări culturale. Studiu de caz în Rimetea, județul Alba

Zoltán Salánki

How to cite this article:
Salánki, Zoltán (2007) *Strategii de viață în situri rurale cu revalorificări culturale. Studiu de caz în Rimetea, județul Alba*, Yearbook of the George Barițiu History Institute of Cluj-Napoca, Series Humanistica, Vol. 5, pp. 211–232. DOI: 10.5281/zenodo.22965715

© 2007: The Publishing House of the Romanian Academy.
Humanistica Yearbook is published online since 2003.
Submit your article to Humanistica Yearbook: secretariat.dcsu@acad-cj.ro

STRATEGII DE VIAŢĂ ÎN SITURI RURALE CU REVALORIFICĂRI CULTURALE. STUDIU DE CAZ ÎN RIMETEA, JUDEŢUL ALBA

Salánki Zoltán

Institutul de Istorie „Geoge 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 thermes 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 pendants 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 tranziţie, eterogenitatea socio-economică a spaţiului rural transilvănean este greu de caregorisit şi de descris. De aceea, în studiul de faţă ne vom îndrepta atenţia către un altfel de rural decât cel tipic. Este vorba de sate în care au apărut germenii unei economii rurale care generează atât capital de imagine, cât şi bunăstare. Trăsătura comună a acestora pare a fi valorificarea patrimoniului de cultură tradiţională (patrimoniu arhitectural, meşteşuguri artizanale, obiceiuri şi un cadru natural ce potenţează apariţia şi dezvoltarea turismului rural) în sate, precum: Izvorul Crişului şi Sâncrai – judeţul Cluj, Rimetea – judeţul Alba, Viscri – judeţul Braşov, Săpânţa – judeţul Maramureş, Certeze – judeţul Satu Mare. Dacă satele tipice marcate de stereotipii negative par să aibă în comun arbitrariul sorţii, în cel de al doilea caz intuim o serie de strategii de viaţă ale căror rezultate vizibile constau în acumularea capitalului de imagine.

An. Inst. de Ist. „G. Bariț” din Cluj-Napoca, Series Humanistica, tom. V, 2007, p. 211–232

În literatura de specialitate privind problematica rurală românească, este tot mai clar conturată abordarea cantitativă, statistică, orientare materializată în elaborarea diverselor tipologii şi hărţi de dezvoltare a acestui spaţiu. 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 dependenţei dintre cultura rurală, în sens de capital social, şi dezvoltarea rurală, în cel de al doilea caz este mai pregnantă abordarea conceptuală insuficient fondată empiric. Concepte precum: comunitate şi spaţiu social, strategie de viaţă şi încredere, dezvoltare şi globalizare, participare socială constituie filtre de interpretare a datelor empirice din studiul de caz.

Preocupat de aceeaşi temă, sociologul Dumitru Sandu defineşte dezvoltarea comunitară în termenii unei familii de schimbări în plan social pentru care se specifică motivaţia, spaţiul, modul de realizare şi finalitatea[1]. Urmând exemplul clasic al sociologiei durkheimiene, referitor la faptul social, el arată că potenţialul de dezvoltare comunitară al spaţiului rural este dependent de următoarele variabile sociale: diversitate etnică şi religioasă, stoc de educaţie, grad de izolare şi experienţă de migraţie. Pornind de la premisa că alegerile sociale sunt condiţionate de valorile conjugate ale capitalului uman, în sens de stoc de educaţie, simbolic în sens de credinţe, obiceiuri şi relaţional, autorul stabileşte o tipologie culturală a satelor româneşti. Cele şase tipuri de sate descrise (tradiţional, 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. Evidenţierea legăturii dintre cultura rurală şi dezvoltarea comunitară este rezultatul prelucrării statistice şi interpretării unui volum considerabil de date factuale, cercetarea bazându-se aşadar pe o abordare metodologică cantitativă care ne poate edifica asupra premiselor dezvoltări. De asemenea, ea constituie un fundal solid pentru cercetarea calitativă, propusă în lucrarea de faţă, privind modul şi mijloacele dezvoltării, în sens de strategii de viaţă, şi percepţia localnicilor implicaţi asupra semnificaţiei propriilor opţiuni. Considerăm că un demers calitativ poate aduce un plus de cunoaştere privind modul şi mijloacele dezvoltării, în sens de strategii de viaţă, şi percepţia localnicilor implicaţi asupra semnificaţiei propriilor opţiuni. Dacă formularea unor ipoteze privind cauzalitatea sau natura individuală sau colectivă a strategiilor utilizate, materializate în bunăstare şi acumularea unui capital de imagine, pare inoportună, un punct de plecare în conturarea modului şi căilor unui tip de dezvoltare rurală îl oferă similaritatea alegerilor acţionale.

2. **STUDIU DE CAZ ÎN RIMETEA**

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

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

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

2.1. PREZENTAREA SATULUI

Rimetea (denumire veche Trascău, în maghiară *Torockó*, în germană *Eisenburg, Eisenmark*) este o localitate din judeţul Alba. Comuna Rimetea, situată în partea nordică a judeţului Alba, într-un mic bazin depresionar, respectiv depresiunea Trăscăului, 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 Băieşilor (1010 metri) – şi mai golaşe în est, unde domină Piatra Secuiului (1128 metri) şi apoi Tarsa (999 metri). Teritoriul administrativ al comunei are o suprafaţă de 5737 ha, ceea ce reprezintă 0,9 % din suprafaţa judeţului Alba, şi cuprinde satele Rimetea, reşedinţă de comună, şi Colţeşti, aflat la 3 km de centrul de comună. Comuna se învecinează la vest cu comunele Poşaga şi Ocoliş, la sud cu comuna Livezile, la est cu comuna Mirăslău şi la nord-est şi nord cu judeţul Cluj, respectiv cu comunele Moldoveneşti şi Iara. Rimetea se află la distanţă de 56 km de reşedinţa de judeţ, la 25 km de Aiud şi la 24 km de Turda – oraşul cel mai apropiat[2].

Sursele istorice precizează că între anii 700 şi 800 în valea Trăscăului s-au aşezat slavi, care au exploatat zăcămintele de fier şi se presupune că şi 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 localităţi apare în 1331 în documentele papale sub denumirea THURCZKOO. Pentru localitate primul pericol real a fost legat de marea invazie mongolă din 1241, populaţia locală fiind decimată, iar în locul lor au fost colonizaţi secuii, cu scopul de a apăra şi pe viitor aceste locuri. Tot în această perioadă începe construcţia cetăţii din satul Colţeşti, proprietate a familiei nobiliare Thoroczkay, aceasta fiind terminată în secolul al XV-lea. Un alt eveniment a fost colonizarea saşilor în satul Rimetea, care au fost aduşi aici din porunca regilor maghiari pentru dezvoltarea mineritului de fier şi prelucrarea acestuia. Influenţa a fost benefică locului din toate punctele de vedere: economic, cultural şi social. În anul 1568

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

populaţia comunei a trecut de la religia catolică la religia unitariană. Între anii 1702–1704, localităţile comunei sunt pârjolite de trupele generalilor habsburgi Rabutin şi Tiege, deoarece localnicii au participat la mişcările antihabsburgice conduse de principele Rakoczi. Atunci a fost distrusă şi cetatea Colţeşti. În anul 1784, localităţile comunei sunt prădate şi incendiate de către oamenii lui Horea, care se răzbună pe bogătaşii localităţi. La mijlocul secolului al XIX-lea, zăcămintele de fier secătuiesc şi în anul 1881 se închid minele de fier şi se opreşte prelucrarea fierului, ceea ce duce la declinul localităţii Rimetea, populaţia fiind nevoită să trăiască din agricultură şi să practice alte meserii, precum cele de zidar şi cioplitor în piatră[3].

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

2.1.1. **Repere demografice**

În ceea ce priveşte dinamica populaţiei în ansamblu (*tabelul 1*), comuna Rimetea atinge apogeul demografic încă la sfârşitul secolului al XVIII-lea, după care a început un fenomen de involuţie, lent la început, care s-a accentuat după anul 1956. Evenimentele din 1989 nu au avut o influenţă semnificativă asupra dezvoltării demografice, astfel că pierderea populaţiei continuă şi în această perioadă, în ciuda potenţialului localităţii.

Tabelul 1

Dinamica populaţiei în comuna Rimetea

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

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

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

Tabelul 2

Componenţa populaţiei pe etnii

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

Tabelul 3

Structura populaţiei după religii

Religii	Număr de persoane
Ortodocşi	150
Romano-catolici	29
Protestanţi	994
Alte rituri	46

Tabelul 4

Alţi indicatori sociali relevanţi

Categorii sociale	Număr de persoane
Pensionari	410
Casnice	25
Şomeri	14
Bolnavi cronici cu probleme sociale şi persoane cu handicap	61
Copii, elevi, studenţi	156
Populaţia şcolară	105[4]

Aceste date indică faptul că populaţia comunei este una îmbătrânită, structura pe vârste indicând că 37% dintre persoane au peste 60 de ani. Aceeaşi situaţie este caracteristică şi pentru satul Rimetea, unde din populaţia totală cca 42% sunt persoane inactive, iar 10% copii, elevi, studenţi. Din populaţia activă, conform datelor din Fişa comunei pe 2002, în sat circa 5% din populaţia activă este ocupată în industrie, comerţ, învăţământ şi sănătate. Datele privind nivelul de şcolarizare a populaţiei indică un grad scăzut de şcolaritate: numai 2 persoane sunt absolvente de studii superioare, 25 persoane sunt absolvente de liceu şi 24 persoane sunt absolvente de şcoli profesionale. Având în vedere faptul că în anul 2002 au fost înregistrate 60 de gospodării agroturistice (dintre care 25 atestate) şi 150 case premiate, putem aprecia că cel puţin un sfert din populaţia satului a fost implicată direct în activitatea turistică.

[4] Datele prezentate au fost preluate din următoarele surse: Fişa localităţii, Primăria Rimetea, *Monografia socio-economică a conumei Rimetea*, întocmită în baza recensământului din 2002, *Registrele agricole* şi 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 moştenire 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 meşteşugari fierari, cioplitori-pietrari şi zidari renumiți
- are un capital de imagine arhitecturală
- reprezintă un loc de atracție turistică rurală, actualmente cca 70% din populație obținându-şi veniturile din această activitate (direct sau indirect). Turiştii străini, mai ales unguri, reprezintă cca 95% din numărul turiştilor.
- 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 şi 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 Fărşangului”. Sărbătoarea are loc la sfârşitul iernii – începutul primăverii (în duminica de după intrarea în postul Paştelui). 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 şi alte serbări şi încep lucrările agricole din câmp.

2.2. SCOPUL CERCETĂRII. PRECIZĂRI METODOLOGICE

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

Am considerat, ca metodă optimă de investigare şi analiză, complementaritatea istorii de viață – interviul comprehensiv. Dacă prima metodă, bazată pe tehnica interviului, vizează producerea de biografii şi 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 şi 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 viața individuale şi comunitare, modul şi mijloacele care au condus la reuşita acestui sat.

2.3. ANALIZA DATELOR

2.3.1. **Precizări conceptuale**

1. Prin dezvoltarea sau reuşita unei colectivităţi rurale înţelegem dezvoltarea economică, exprimată în plan calitativ prin trecerea de la economia de subzistenţă la cea de piaţă, şi efectele sociale pe care le implică: individualizarea raporturilor sociale, specializarea sarcinilor, slăbirea relaţiilor sociale tradiţionale. Ne referim, în consecinţă, la percepţia bunăstării, la acumularea unui capital de imagine, pentru că nu e vorba numai de acumulare financiară, şi nu neapărat la dezvoltarea cuantificabilă în termeni de infrastructură.

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

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

PP2: „*Faţă de ce îmi povestiţi văd că v-aţi dezvoltat de-a binelea!* Ha, ha, ha, într-adevăr saltul e uriaş, dar jur că aşa a fost. *Acum toată familia trăieşte din această afacere?* Da, acum da, căci era foarte mult de lucru, aşa că şi soţul meu a renunţat la slujba de la Alba Iulia, lucra la o firmă de împrumuturi financiare, care deţinea şi comisionare vamală, se făceau cam multe şmecherii, răspunderea era prea mare, aşa că a hotărât să renunţe şi să se implice mai mult acasă, mai ales acum că avem şi un copil mic”.

Din exemplele prezentate, reiese că membrii acestei comunităţi percep dezvoltarea prin prisma creşterii fluxului de turişti, prin gradul ridicat de ocupare a timpului în această sferă, dar şi prin gradul de implicare a populaţiei în activitatea turistică:

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

AP1: „*Cam cât la sută din populaţie trăişte din acestă activitate?* Mai mult de jumătate din populaţie, 60%; ... Aici toată lumea şi-a întemeiat propria pensiune, propria afacere.”

PM: „Apoi mai este Both Ilona, care mai pictează şi 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 constrânşi să facă aşa ceva şi nici nu aveau nervi şi mentalitate pentru aşa ceva. Ori soţul câştiga bine încă, ori aveau cu toţii slujbe, ori sperau încă în agricultură. Iar la noi astea nu erau

şi lucru interesant că deşi nici agricultura nu prea mergea, tinerilor le era ruşine faţă de părinţi să lase pământul nelucrat, aşa că mulţi au continuat timp de cca 5 ani să se chinuie cu pământul, ca acum să se trezească şi să recunoască faptul că nu mai are niciun sens şi acum să încerce să treacă la turism."

PR: „Au venit anii schimbării când oamenii au conştientizat că nu se mai poate lucra cu care şi boi, căci nu mai era rentabil, nu mai asigura nici măcar traiul de zi cu zi, aşa 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 aparţine şi satul Colţeşti 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 toţi şi-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 preţuri piperate; din ce trăiesc oamenii? majoritatea din turism, mai ales vârsta a doua şi a treia, câţiva tineri mai lucrează la Aiud, Cluj, la Intreprinderea de drumuri şi poduri. Sunt câţiva tineri şi în turismul rural, dar foarte puţini, căci oricum populaţia este una foarte îmbătrânită, foarte mulţi tineri au plecat, la oraş şi peste graniţă."

Exemplele anterior menţionate relevă aspecte calitative ale dezvoltării, trecerea de la economia de subzistenţă la cea de piaţă sau, după spusele intervievaţilor, de la „pământ" (agricultură) la turism şi activităţi conexe. De asemenea, este exprimată trecerea de la utilizarea tradiţională la utilizarea modernă a pământurilor, pe de o parte prin crearea unor ferme, iar pe de altă parte prin schimbarea destinaţiei terenurilor deţinute (vânzarea acestora sau transformarea grădinilor în terase amenajate în scop turistic). Efectul de halou al dezvoltării este resimţit în mod negativ la nivelul relaţionării sociale:

AM: „Nu ştim unde e ruptura care ne desparte, e drept că nici noi nu am trăit o viaţă socială, comunitară prea intensă şi drept rezultat tinerii de azi sunt mai asociali şi comunismul a stricat mult şi din păcate situaţia se deteriorează în continuare."

AP2: „Păi, turismul a stricat oamenii, mai ales relaţiile dintre oameni, e mare invidia şi care nu era înainte, înainte nu a fost să fiu supărată cu cineva, nici acum nu sunt, dar pentru oaspeţi e mare concurenţa şi dacă un autobuz de turişti pe care-i aduce Zoli nu e împărţit după placul tuturor atunci eu sunt cea mai rea."

DS: „O altă problemă o reprezintă ruptura culturală şi educaţională pe care a genereat-o noua democraţie şi din păcate majoritatea preiau lucrurile negative."

PP1: „Din păcate, individualismul nu permite aşa ceva şi din păcate reperul administraţiei sau al intelectualităţii mai tinere de aici a devenit egocentrismul."

PP2: „*De ce nu există o asociaţie?* Pentru că a existat şi mulţi am rămas cu un gust amar, căci mulţi încercară să tragă beneficiul asocierii în interes propriu, nu suntem copţi pentru a ceda interesul strict personal în favoarea unor cauze care ne depăşesc gospodăria."

PR: „Având în vedere faptul că populaţia e îmbătrânită şi relaţiile şi mentalitatea sunt mai degrabă tradiţionale, deşi ei trăiesc modern, este mai degrabă ceva între tradiţional şi 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 oaspeţi atunci interesul economic rupe orice legătură şi relaţionare decentă. Interesul financiar împarte şi gazdele în două categorii. Cei care aici ducând greul s-au ridicat şi cei reîntorşi în sat şi veniturile, adică investitorii în turism. Între aceştia există diferende datorate perspectivelor diferite. Nu există deci o comunitate manifestă, o percepţie a comunităţii în sens de toţi pentru unul şi unul pentru toţi."

Afirmaţiile intervievaţilor indică în mod univoc individualizarea raporturilor sociale şi slăbirea relaţiilor sociale tradiţionale. Totodată, nu sunt contestate efectele pozitive ale activităţii turistice manifestate prin specializarea sarcinilor şi apariţia unui nou tip de relaţionare:

AP1: „[...] şi la Colţeşti începe să se dezvolte această activitate, deci cred că suntem încă în expansiune, căci ei sunt furnizorii noştri."

PP2: „[...] se mai manifestă şi prin specializarea care a apărut căci sunt pensiuni numai cu cazare şi pensiuni care asigură şi mesele şi clienţii sunt împărţiţi în funcţie de cerinţele lor şi sunt pensiuni specializate mai ales pe gătit şi între acestea se fac şi schimburi de felul tu cazezi, eu hrănesc. [...]. Depinde şi de relaţia pe care reuşim să o întreţinem cu clientul, dacă eu ajung într-o relaţie mai apropiată cu clientul, atunci soţul face încasarea şi vice versa. Nu aş spune că există un standard, nişte reguli stricte, aceste lucruri trebuie şi intuite într-o anumită măsură. [...] Eu cred că totuşi cei care vor reuşi să-şi diversifice serviciile oferite chiar şi prin colaborare între 2–3 gospodării aceia vor reuşi şi în continuare să se menţină."

PR1: „Trebuie să avem în vedere că sunt mai multe categorii de turişti. Într-adevăr o parte din ei vin să stea în casele vechi şi acceptă condiţiile de confort mai puţin pretenţioase, însă aceştia sunt din ce în ce mai puţini la număr. Vedeţi că mai nou şi în familie sunt alte pretenţii, ca părinţii sau copiii să nu mai treacă unii peste alţii. Eu nu zic că turismul rural «clasic» va scădea în intensitate, însă o parte din ei vin pentru natură, peisaj, ei sînt tot mai mulţi la număr şi din ce în ce mai pretenţioşi. 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 locaţie masa."

În ceea ce priveşte efectele acestei etape de dezvoltare asupra existenţei individuale, percepţia este pozitivă:

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

DS: „*Consideraţi că munca şi activitatea profesională aici sunt o reuşită în viaţa dumneavoastră?* Da. Acum da, deşi aşa cred că mai ales aici oamenii sunt foarte greu de mobilizat către acţiuni comune [...]. Eu aş dori să rămân aici că-mi

place, m-am obişnuit şi deja simt că am acumulat şi un capital de respect din partea oamenilor. [...] În administraţie e o echipă tânără cu care se poate lucra, am făcut mai multe proiecte de dezvoltare, sper să ajungem şi la finanaţarea 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 experienţă, chiar şi anul trecut deja mă gândeam deseori să scriu o carte despre mobilierul pictat de la Rimetea, în parte pentru că simt că ştiu, cunosc deja despre acest domeniu, iar pe de altă parte din dorinţa de a nu face la fel ca vechii meşteri care au dus cu ei în groapă tot acest meşteşug. Şi de ce nu, să recunoaştem că o carte interesantă e şi publicitate, şi sursă de bani."

PP1: „Aşa că în 1999 am reuşit să cumpărăm acestă proprietate. În 1999 a devenit baza, am amenajat-o şi apoi am început să o închiriem. Eu m-am întors cu jumătate de normă la lucru în Budapesta, căci lucrurile au început să funcţioneze de la sine, şi am început să organizez excursii şi în alte locuri, la Şumuleu Ciuc la târg, pe urmă şi în Ucraina. După ce am ajuns să derulez acestă activitate în ritm mai susţinut am renunţat din nou la job, în 2000 toamna, şi mi-am focalizat atenţia pe asociaţia prin care derulăm aceste activităţi turisitice."

PP2: „Timp de 3 ani aşa am primit oaspeţii că dacă ne lăsau un kg de făină, un săpun sau o cafea, era bine, nu aveam pretenţii băneşti, căci mai ales la început nici noi nu puteam oferi condiţii. Nu aveam nici măcar baie, [...]. Mama era şef de magazin, dar după 90 a intrat în şomaj [...]. *Acum toată familia trăieşte din această afacere?* Da, acum da, căci era foarte mult de lucru, aşa că şi soţul meu a renunţat la slujba de la Alba Iulia [...]. Şi de atunci ne descurcăm mai bine, căci el se ocupă de e-mail, de publicitate, de reţeaua de clienţi, de aprovizionare, mai ajută la curăţenie."

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

2. În accepţiunea clasică, prin strategie înţelegem partea unei acţiuni militare care se ocupă cu pregătirea, planificarea şi ducerea războiului. Strategia constă în stabilirea sarcinilor pentru atingerea obiectivului propus. În accepţiunea socială, prin strategie (de viaţă individuală) înţelegem modul de exploatare a resurselor disponibile cu scopul satisfacerii nevoilor (personale). Precizăm că prin modul de exploatare a resurselor înţelegem atât utilizarea imediată a resurselor, în sensul de consum, cât şi investiţia în oportunităţi de dezvoltare.

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

Analiza per interviu a relevat faptul că intervievaţii adoptă strategii în sens de raportare la contextul social sau la acţiunile, comportamentul celorlalţi:

AP1: „Deci în 1998 am obţinut aprobarea pentru derularea activităţii în turism (cazare). De fapt, a fost vorba de o asociaţie a caselor de oaspeţi. Acestă ideee a apărut în momentul în care mai mulţi localnici au dorit să ia parte la acestă activitate, în mod legal şi organizat, căci în trei ani de când funcţiona casa Tobias fluxul de turişti a crescut în aşa 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 obţinut calificarea ca bucătăreasă şi imediat după aceea calificarea în turism rural, care era necesară pentru aprobările de funcţionare."

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

PP1: „În ceea ce priveşte 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 deschişi, m-a impresionat şi peisajul"; „oamenii sunt mai sinceri, [...] viaţa e încă mai curată, mai simplă aici."

PP2: „La început am văzut că preotul caza oaspeţi, căci la început tot la el apelau, aşa că el avea cam tot timpul casa plină, şi aşa am făcut şi noi, am început să cazăm oaspeţi în primele 2 camere."

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

AP1: „[...] de prin 80 soţul colecţiona modele de pictură pe mobilă specifice Rimetei, aşa că am încercat pictatul şi pregătitul unor obiecte mici: lădiţe, casete pe care le vindeam la muzeu, asta încă în timp ce locuiam la Aiud, dar pe urmă văzînd că au trecere am trecut exclusiv pe acestă 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 mulţumiţi de mersul lucrurilor, am văzut că prin această activitate putem asigura traiul unei familii şi ne-am îndreptat atenţia şi către turismul rural. În acea perioadă s-a format o agenţie turistică, prin intermediul căreia cei care aveau interes au obţinut aprobările."

PP2: „Mama era şef de magazin, dar după 90 a intrat în şomaj, aşa că văzând cum cu agricultura nu avem nici o şansă, având în schimb multă zestre haine de pat etc. şi forţă de muncă feminină, am zis să încercăm cu turismul. [...]. *Dumneavoastră aţi vândut din comorile vechi?* Din păcate da, şi nu numai noi. Aşa lucruri valoroase s-au vândut, 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 aceeaşi oportunitate, şi anume fluxul crescând de turişti:

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 lucurile 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 rționale, 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 indivizi[5].

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. Cinste 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 dezvolți 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 reuşit să-l plătesc pe tata, nu eram siguri că aici vom reuşi să continuăm şi să ne dezvoltăm afacerea."

PP3: „Prin muncă, oamenii lucrează foarte mult. Ei, ce să vă spun eu de bunăstare! Nu e chiar aşa o bunăstare, că pentru tot ce avem lucrăm de ne sar ochii din cap, e şi greu de explicat câte aspecte, faţete are acest turism şi cât de mult investim, nu neapărat financiar, dar şi asta e esenţială. 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 „paşilor mărunţi" şi a muncii asidue, conjugate diferit de la o gospodărie la alta, aceasta contribuind şi la reducerea riscurilor datorate incertitudinii.

Însă ingredientele acestor succese individuale sunt aceleaşi: simplitate şi decenţă în relaţionarea cu oaspeţii, empatie şi intuiţie privitor la aşteptările clienţilor, bucate simple, dar gustoase şi curăţenie:

PP2: „Păi, în primul rând trebuie să fi deschis, primitor în legătură cu cazarea. Cu hrana e cu totul altă poveste. După cum ştim, ungurul apreciază foarte mult masa bună şi copioasă. Trebuie să găteşti bine şi să pui suflet nu numai în mâncare, dar şi faţă de oaspete. [...]. De fapt calitatea serviciilor oferite contează cel mai mult, degeaba e reclama; dacă clientul nu e mulţumit îl pierzi. Şi asta înseamnă pe scurt mâncare bună şi atmosferă plăcută. Nu e nimic altceva, nu e complicat, numai să ai timp şi nervi pentru a conversa cu fiecare care doreşte acest lucru. Foarte important de asemenea este şi modul cât mai normal, corect şi cât mai puţin neplăcut de a încasa banii. Plata se face spre sfârşitul sejurului, şi trebuie făcut în aşa 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 [...]. Curăţenia e cea mai importantă, asta dacă e, dacă eşti cinstit, deschis şi oaspeţii văd că îi primeşti cu drag, atunci vin."

PP3: „Păi, trebuie să fii drăguţ, primitor, să găteşti bine. Şi asta de unde ai deprins? De nicăieri, aşa suntem noi. Eu tot aşa gătesc şi pentru oaspeţi, cum am gătit ani la rând pentru familie, nu e nimic deosebit. Nu sunt specialităţi deosebite, dar totul e gustos, secretul stă în simplitate, să fie simplu şi gustos. Căci asta e şi secretul atragerii turiştilor, să fie curăţenie, gazda să fie disponibilă şi plăcută într-o conversaţie, dacă oaspeţii simt nevoia de aşa ceva, căci şi aici trebuie să ai simţ, să observi ce doreşte oaspetele."

2.3.3. **Resursele**

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

PR: „Rimetea s-a ridicat prin şi de la sine, şi cu un ajutor străin, datorită şi celor care s-au întors în sat, tocmai prin conservarea unor valori locale. Chiar şi acuma, Rimetea e reclamă în sine prin aspectul caselor, prin bucătăria tradiţională, prin peisajul minunat şi liniştea 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 conştientă"; „Consumul creşte pe zi ce trece, iar creşterea a devenit vizibilă odată cu publicitatea gratuită de pe urma programului de reabilitare a patrimoniului construit şi deci dezvoltarea explozivă a turismului rural."

O altă serie de resurse reînviate, ca răspuns față de cererea de servicii, şi nu create, în sensul inventării acestora, au fost cele populare. E vorba de servicii culturale rezultate în urma revalorificării moştenirii populare, şi anume: obiceiuri (Înmormântarea Fărşangului), meşteşuguri populare (pictatul mobilei, țesutul şi cusutul, pregătirea straielor populare), şcoli de bucătărie bazate pe bucătăria tradițională:

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

PM: „Există desigur mobilierul specific, acesta e cel mai important, şi anume: masa de Rimetea, scaunul cu coc, patul cu coc (spătar), lăzile de zestre de diferite dimensiuni, şezânduri (bănci) tip ladă, apărători de perete, dulapuri de colț, galerii pentru perdele. [...]. Eu nu am un model oglindă, deşi 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 aceeaşi dispunere a motivelor. [...] eu fac şi mobilierul, căci dacă am învățat pe lângă pictat şi structura şi îmbinarea de tip vechi, tehnica veche, căci cea de azi e cu totul altfel, atunci de ce să nu le şi fac."

PP2: „Totuşi, 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 şcoală de gătit la Rimetea. De fapt au fost mai multe grupuri şi de fiecare dată când mai apar interesați, mama mai şcoleşte un mic grup. Avem expus şi un război de țesut, dar nu avem timp să mai şi țesem."

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

AP1: „Dar părerea mea e că Rimetea oferă atâtea oaspeților față de alte localități încât nu cred că aceştia ar simți în decursul a 3–4 zile lipsa altor programe. Deci, o dată «numele» şi 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 turiştilor pentru 4–5 zile. Apoi e atmosfera de la noi, pe care o poți sesiza dacă stai câteva zile."

Generalizarea activității, dar şi 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 şi de exemplu eu nu pot, nu sunt în stare să atrag (să-i iau) clientela altei pensiuni, şi viceversa. [...] După părerea mea, da, la unii. Eu mă ocup acum cu distribuirea de grupuri pe circa 10–12 pensiuni şi ştiu la

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

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

PP2: „[...] cum să vă spun eu, există bisericuţe [...]. Deşi Agi a început cu 3 ani după noi, e destul de independentă, cu toate că oarecum câţiva care se mai ocupă cu asta au tras-o pe sfoară; ea are atâţia oaspeţi încât se descurcă şi singură, e drept o mai ajută şi fiicele dintre care una în Budapesta. Ea se descurcă şi dacă nu îi trimite nimeni din sat vreun oaspete. [...] Şi pe de altă parte, bisericuţele s-au format nu neapărat în virtutea unui statut social, că sunt sau nu vinituri, că sunt sau părinţii unora au fost localnici, ci datorită felului în care fiecare îşi desfăşoară activitatea, ce calitate oferă şi ce reţea de clienţi are. [...] Reţeaua de interes pentru acest sat e de aşa manieră încât mai repede se află în Ungaria decât aici dacă e ceva de vânzare. Şi în plus, localnicii nu au atâţia bani de dat pe case. Sunt mulţi proprietari unguri aici. Oarecum e şi justificată această mişcare, căci aici tinerii nu au destui bani, iar împreună cu părinţii e mai greu de administrat, căci fiecare are alte idei şi între timp «investitorul» străin pune banul jos şi gata."

PR: „Interesul financiar împarte şi gazdele în două categorii. Cei care aici ducând greul s-au ridicat şi cei reîntorşi în sat şi viniturile, adică investitorii în turism. Între aceştia există diferende datorate perspectivelor diferite."

Astfel, în cadrul comunităţii au fost atribuite roluri stereotipe: *Muncitorul* – localnicul care a obţinut ceea ce are prin sudoarea frunţii, *Investitorul* – cel venit de la oraş sau cetăţeni unguri «înstăriţi», care au invadat spaţiul într-un mod ilegitim, dobândind bunuri prin tertipuri şi speculaţie, *Elitele* – cei care menţin şi îmbunătăţesc calitatea serviciilor în turism, *Ţapul ispăşitor* – cel care se face vinovat mai ales pentru degradarea morală a comunităţii, degradare atribuită dezvoltării turismului de masă. Această etapă reprezintă de fapt momentul investirii simbolice în comunitate şi în imaginea comunităţii.

2.3.4. **Mijloacele, o nouă modalitate de relaţionare socială**

Ca urmare a interacţiunii în termeni de roluri, dar şi a modului de utilizare a resurselor şi a raportării faţă de client, s-au conturat diferite tipuri acţionale. Astfel, pot fi identificate următoarele tipuri acţionale şi reprezentanţii acestora: *investitori în arhitectură* (cei care au cumpărat case mizând pe valoarea financiară crescândă a caselor tradiţionale reabilitate, dar şi pe potenţialul acestora de atragere a

clienților), *utilizatori de arhitectură* (cei care au moştenit case tradiționale şi le-au utilizat potențialul, transformându-le în pensiuni), *utilizatori de resurse populare* (cei ce au mizat pe valoarea reînvierii unor meştesuguri, obiceiuri, tradiții – pictatul mobilei, vânzarea lucrului de mână, țesături, cusături, întemeierea unui muzeu privat, restaurarea vechii mori de lemn, bucătăria tradițională) şi 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 şi existenței lor în sine, adică acel „how it is made", care este mai atractiv şi mai productiv, pentru că implică în anumită măsură şi 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 şi ca atare era mai flexibilă în gândire, nu era legată de moşteniri şi tradiții aşa că am reuşit să ne mobilizăm mai repede ca alții. Iar pe de altă parte, noi ne-am ghidat foarte mult şi după gusturile lor, căci noi nu prea mai eram legați nici de tradiție şi să fim sinceri nici simț estetic prea mult nu aveam de unde. Aşa că îi întrebam pe oaspeții mai răsăriți ce fel de lucru unde se potriveşte şi aşa am reuşit, dacă ne-a plăcut şi nouă, să amenajăm în aşa fel încât şi noi şi oaspeții să ne simțim bine."

AP2: „[...] şi aici se vede că oamenii nu prea sunt interesați în afară de propria ogradă şi 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 şi despre cele sufleteşti ale comunității noastre."

AP1: „[...] aici lucrurile merg aproape de la sine şi 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 acestă variantă, în care lucrând singur execut mai puține bucăți, dar nu risc să stric «marca»."

PP1: „La întoarcere am trecut prin Rimetea şi am fost atât de impresionat încât am hotărât să revin [...]. Am stat atunci o săptămînă, împreună cu soția, nici nu mai ştiu, era în 1993 sau 1994. Ne-am plimbat prin zonă şi 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 şi se strica aspectul satului."

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

chiar origine rimeteană e Hamuzsak (sac de cenuşă), tot o prăjitură şi bine-nţeles la noi soarele răsare de două ori, dar nu ştiu 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 îşi are rădăcinile atât în mit, cât şi în farmecul naturii:

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

PP2: „Aici la Rimetea aşa se spune că ar fi mult aur ascuns prin pereţii caselor, că doar era un târg bogat cu tradiţie în minerit şi fierărit, cu oameni şi meşteşugari bogaţi. Se zice că mulţi bătrâni aşa au murit, tot arătând înspre pivniţe şi pereţi, dar nu mai puteau cuvânta. Şi multe familii erau înstărite, 3 familii aveau în proprietate mine aurifere, alţii mine de fier, crâşme, atelier de fierărie. Şi se ştie 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 şi imaginea de odinioară a bogatului orăşel (târg) Rimetea, cu meşteşugul 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 activităţii turistice, relaţionarea socială a indivizilor pare să fi suferit modificări, prin glisarea dinspre preponderent tradiţional, interfamilial, intracomunitar înspre preponderent modern, individual, extracomunitar:

AM: „Nu e o comunitate (aşa) rea. Eu aici am crescut, oamenii se ajută unii pe alţii. Acum, odată cu turismul rural, un pic s-au deteriorat relaţiile dintre oameni. După părerea mea, acum nu mai există aşa unitate, iar banul începe să fie rege. Fiecare luptă pentru el. Nu mai există o viaţă sufletească, comunitară, ceea ce ne lipseşte mult. Nu prea se organizează evenimente săteşti, ceea ce ar contribui şi la atragerea turiştilor."

PR: „Având în vedere faptul că populaţia e îmbătrânită şi relaţiile şi mentalitatea sunt mai degrabă tradiţionale, deşi ei trăiesc modern, este mai degrabă ceva între tradiţional şi 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 mulţi copii au plecat la oraş în fabrici [...]."

Aşadar, un mijloc de obţinere a succesului în Rimetea pare a fi construirea şi întreţinerea unei reţele de relaţii extracomunitare. Efortul de relaţionare nu e îndreptat către comunitatea locală, dar nici neapărat către o comunitate exterioară, ci mai degrabă către diferite reţele sociale stabilite în mare parte între indivizi din exteriorul comunităţii:

AP1: „În 1998 am participat la un târg turistic internațional la Budapesta. Am mers pe relația cu Ungaria, căci de acolo aveam turiştii şi prin ei făceam relații, deşi 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 şi critici aspre din partea unor cunoscători. Anual mă întâlnesc cu artişti şi artizani din Ungaria şi mai avem schimburi de idei."

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

PP3: „98%-99%, dintre turişti sunt din Ungaria."

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

AP1: „Experiența ne-a arătat că 90% din turişti 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 aşa natură între *gazde-agenții* şi între gazde şi sistemul *Internet* încât aici lucrurile merg aproape de la sine şi asta pentru că e una din cele mai frumoase locații din Ardeal, pentru că informația circulă din gură în gură şi se precizează chiar şi la cine (gazdă) să te duci."

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

PP3: „Fiecare pensiune avea practic formată clientela prin cunoscuți, prieteni, iar asta şi în ziua de azi tot aşa funcționează."

Un rol important în impunerea şi recunoaşterea acestei locații turistice pare să fi avut şi mediatizarea, publicitatea, fie prin participarea la târguri, fie prin pliante publicitare şi 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 şi în acest an nu cred că 10% din oaspeți reprezintă această variantă de stabilire a clientelei, pe aceştia de multe ori nu mai pot să îi accept, căci am casa plină."

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

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

În urma investirii în rețele sociale, în Rimetea s-a conturat şi 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 observaţii problematizează reconstrucţia comunităţilor locale şi a participării comunitare. Exemplul de faţă arată că participarea comunitară s-a conturat după momentul în care cel puţin o parte a membrilor localităţii au dobândit o percepţie pozitivă asupra propriului statut economic şi social, percepţia bunăstării:

AP2: „*Mai există spirit comunitar în sat?* Da, este, eu am constatat la înmormântări mai ales, probabil la fel e şi la cununii, dar eu tocmai am trecut printr-un eveniment nefericit, cu moartea unchiului, aşa că asta am observat. *Tradiţiile se mai păstrează?* Da, eu aşa cred, mai ales acuma, chiar dacă în alte moduri, adică prin intermedierea unor asociaţii, dar încercăm să învăţăm, să păstrăm, şi aceste tipuri de activităţi 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 şi consilier, dar n-a fost să fie, dar am reuşit la următoarele alegeri, în 2004. [...] aveam o situaţie delicată din punct de vedere al numărului de copii, sunt clase comasate. Acum doi ani eram pe punctul de a închide şcoala din cauza lipsei de copii, situaţie rezolvată prin înfiinţarea fundaţiei pentru îngrijirea copiilor care sunt şcolarizaţi aici. [...] La început nu era nimic sigur, dar pe urmă, Ordinul Franciscanilor, prin fratele Csaba care conduce o astfel de fundaţie de îngrijire a copiilor la Deva, a achiziţionat o casă în Rimetea, care a fost transformată în centru pentru copii, iar cei veniţi au fost şcolarizaţi la noi. [...] Una din probleme o reprezintă şi faptul că deşi cei din Rimetea totdeauna şi-au şcolarizat aici copiii, cei din Colţeşti au început să-şi ducă copiii la Aiud, făcând naveta. E vorba de câţiva oameni mai înstăriţi care au pretenţii mai mari şi dacă copiii oricum trebuie să facă un drum mai lung până la şcoală, atunci îi duc pînă la Aiud."

AM: „Dar s-a pornit şi o fundaţie, de fapt o asociaţie de îngrijire a celor care sunt în situaţii mai dificile. Acestă asociaţie, înfiinţarea şi funcţionarea ei, este sprijinită de consiliul judeţean Vass din Ungaria, în virutea unei colaborări comunitare şi nu are nimic a face cu primăria din Rimetea."

PR: „Cei care se ocupă de turism au o asociaţie, dar care nu prea funcţionează."

[AP1: „Deci în doi ani s-a triplat numărul turiştilor, aşa că satul s-a umplut de turişti încât membrii asociaţiei nu au mai fost interesaţi decât de selectarea oaspeţilor, ceea ce a dus încet-încet la stingerea (reducerea) activităţii în cadrul asociaţiei. [...] Am avut şi alte proiecte în cadrul asociaţiei, numai că munca susţinută pentru a face faţă fluxului crescând de turişti ne-a împiedicat, şi e de înţeles că oamenii s-au preocupat mai degrabă cu turiştii decât cu altele. Practic, în acestă perioadă, toţi cei care se ocupau au parcurs o etapă de dezvoltare puternică (individuală) şi avem o asociaţie confesională de asistenţă socială prin care sunt sprijiniţi bătrânii care nu mai sunt în putere, familiile mai nevoiaşe; tot în cadrul ei s-a rezolvat şi problema transportului copiilor din Colţeşti la şcoală, iar tot în cadrul confesional este şi asociaţia femeilor care are activitate orientată mai mult pe păstrarea tradiţiilor."

Această construcţie comunitară se conturează pe de o parte prin iniţiativa unor membri ai localităţii, şi nu ca proiect propus şi de o instituţie din interiorul sau din afara localităţii, iar pe de altă parte este dependentă de percepţia bunăstării.

3. CONCLUZII

În cele ce urmează vom interpreta datele analizei efectuate şi vom oferi semnificaţii realităţii evaluate atât prin raportarea la premisele dezvoltării rurale şi comunitare relevate de sociologul D. Sandu, cât şi prin raportarea la expresia calitativă în plan social a dezvoltării şi globalizării, adică reconfigurarea spaţiului şi relaţiilor sociale.

O primă observaţie referitoare la demersul nostru de cercetare este faptul că în mod evident ne aflăm în faţa unui caz particular al dezvoltării rurale, motiv pentru care nici nu am intenţionat elaborarea şi propunerea unor modele de dezvoltare sau strategii de viaţă cu valabilitate generală şi cu atât mai puţin formularea unor concluzii general valabile pentru spaţiul rural românesc. Într-adevăr, aceasta a fost o intenţie 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 puţine ori dezolante, referitoare la acest spaţiu, căci cel puţin într-un spectru al reprezentărilor psihosociale această majoritate pare să se înscrie într-un cerc vicios al profeţiilor care se autorealizează.

Prima dificultate cu care ne confruntăm constă în poziţionarea acestui sat într-o tipologie culturală care să evidenţieze potenţialul său de dezvoltare. Dacă diversitatea etnică reprezintă un atu pentru dezvoltare, observăm în contrapartidă stocul slab de educaţie şi o infrastructură precară, specifice tipurilor tradiţional şi izolat. E drept că izolarea este de natură geografică şi nu neapărat socială. De asemenea, dinamica populaţiei sugerează o imigrare nesemnificativă. Aşadar, nu putem preciza în ce măsură condiţiile amintite constituie sau nu un fundal favorabil dezvoltării.

În ceea ce priveşte dezvoltarea acestei localităţi, nu am pornit de la premisa conform căreia aceasta reflectă o serie de schimbări în plan social pentru care se specifică motivaţia, spaţiul, modul şi finalitatea. După cum s-a precizat, în analiza datelor au fost urmărite aspectele calitative ale dezvoltării, focalizate pe spaţiul social al schimbării, şi strategiile de acţiune adoptate de către actorii sociali, adică modul de dezvoltare. S-au făcut puţine referiri la motivaţia şi finalitatea schimbărilor, deoarece percepţia acestora trimite intervievatul într-un timp trecut, respectiv viitor, sporind astfel gradul de dificultate al aprecierii. Cu toate că, în discursuri, sunt prezente şi aceste aspecte, exprimarea lor este sărăcăcioasă şi vagă, de genul sloganelor: să fie mai bine, să nu moară satul, să nu pierdem tradiţiile. Analiza spaţiului şi modului schimbării indică faptul că „satul nu moare”, că nu dispar relaţiile sociale, tradiţiile, comunitatea. Acestea se schimbă, îmbracă alte forme mai adaptate unei conjuncturi a globalizării. Graniţele relaţionării locale sunt segmentate, făcând loc unei reţele sociale ale cărei graniţe nu mai ţin de un spaţiu fizico-geografic, ci sunt determinate de interese economice. Se schimbă modul de trai şi modalitatea de obţinere a veniturilor, prin glisarea dinspre ocupaţii tradiţionale, venituri şi bunuri obţinute direct din agricultură, exploatări miniere,

forestiere, înspre altele, cerute de piaţa muncii, noi ocupaţii, în speţă în sfera serviciilor, care integrează şi revalorifică aspecte ale ocupaţiilor tradiţionale. În ceea ce priveşte motivaţia 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 acelaşi sens, al glisării dinspre local spre global, putem sesiza şi o schimbare a mentalităţii localnicilor. Reprezentarea acestora despre bunăstare se apropie mai mult de ideea reorientării către un stil de viaţă ecologic, idee specifică societăţilor 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 şi asupra gospodăriei, atât în comunitatea locală, cât mai ales în cadrul reţelelor sociale din care fac parte, conjugată cu o situaţie financiară mulţumitoare şi o perspectivă „tihnită" asupra viitorului. Această viziune se delimitează de reprezentarea mai răspândită a dezvoltării locale şi regionale, devenită uneori obsesivă la nivelul unor întregi comunităţi rurale, conform căreia bunăstarea se rezumă la existenţa infrastructurii şi a tuturor utilităţilor publice posibile. Credem că o evaluare din perspectivă cantitativă a subiectului propus ar fi constituit o capcană, deoarece, nu de puţine ori, am observat că datele factuale referitoare la starea şi evoluţia socio-economică sunt lacunare. Din păcate, lipsesc date fidele care să reflecte realităţi noi, esenţiale pentru evoluţia acestui sat, cum ar fi cele privitoare la economia turistică. În ceea ce priveşte finalitatea schimbării, aceasta nu s-a conturat decât pe parcursul reuşitei fiecărei gospodării şi e reflectată prin percepţia asupra bunăstării, anterior descrise.

Analiza datelor obţinute în urma abordării calitative a aspectelor referitoare la strategiile acţionale adoptate de către localnici şi la dezvoltarea satului Rimetea, localitate la care se referă acest studiu de caz, constituie fundalul formulării următoarelor afirmaţii:

În acest caz, nu putem susţine ideea de strategii în sensul strict sau clasic al termenului, căci scopurile, mijloacele şi finalitatea nu au fost în prealabil definite de către indivizi. Intervievaţii adoptă strategii în sensul de raportare la contextul social sau la acţiunile, comportamentul celorlalţi şi nu prin raportare la un scop propus. Oamenii nu şi-au planificat asigurarea traiului sau o acumulare financiară rapidă prin derularea activităţii în turismul rural în sine. Modalitatea specifică de dezvoltare a fiecăruia în parte a fost cea a „paşilor mărunţi", a muncii asidue şi a construirii şi întreţinerii unei reţele de relaţii extracomunitare, conjugate diferit de la o gospodărie la alta. În funcţie de utilizarea diferită a resurselor existente, pot fi identificate două tipuri majore de strategii acţionale ale actorilor sociali implicaţi: cele care mizează pe capitalul de imagine (arhitectură, apropiere de natură şi simboluri specifice lumii rurale) şi cele care mizează pe reţelele sociale.

Dezvoltarea apare ca rezultat al acumulărilor individuale care au izvorât din aceeaşi oportunitate, şi anume fluxul crescând de turişti. Reuşita comună, în sensul evidenţierii localităţii faţă de altele, este un agregat de succese individuale. Aşadar,

dezvoltarea acestui sat este dependentă de conjugarea investirii 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 şi a investirii în rețele sociale, în Rimetea s-a conturat o participare comunitară care reprezintă o reconfigurare a comunității tradiționale şi o primă etapă a dezvoltării comunitare.

Rafinarea şi coroborarea acestor afirmații cu alte exemple similare pot genera ipoteze plauzibile referitoare la un model sau o direcție de dezvoltare rurală şi 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 şcoală	reformat
5	PM	M	49	Liceu, şcoala de maiştri	Metalurgist	Tâmplar şi pictor mobilă	unitarian
6	PP1	M	50	Studii superioare, tehnice şi pedagogice, calificări	Consilier psihopedagogic	Liber profesionist, Preşedinte 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.