

IMPLICAREA ORGANIZAȚIEI *CARITAS*, ÎNTRE REDUCEREA SĂRĂCIEI ȘI PREVENIREA ACESTEIA, ÎNTRE PARTICIPARE ȘI CARITATE, ÎNTRE CARITATE ȘI STATUL SOCIAL. O REFLECȚIE PRACTICĂ DIN GERMANIA^[1]

Ulrich Thien^[2]

1. Decalajul dintre bogați și săraci se adâncește

Sărăcia și bogăția au crescut extrem de mult în Germania în ultimii 10 de ani, ceea ce este demonstrat de un barometru de raportare al sărăciei și bogăției - Guvernul Federal German a publicat recent al patrulea raport dedicat sărăciei și bogăției (2012). Asociația Caritas din Dieceza de Münster a fost întotdeauna activă în ultimii 25 de ani în redactarea rapoartelor sărăciei. Astfel de rapoarte sunt necesare pentru a analiza riguros tendințele și circumstanțele prezente în societatea germană și apoi pentru a solicita schimbarea și îmbunătățirea condițiilor de viață ale persoanelor afectate.

În ciuda crizei financiare, patrimoniul privat din Germania este în creștere. În primele 10 procente se află 53 procente din activele totale, iar statul devine tot mai sărac. Această creștere rapidă este alarmantă, mai ales că acum zece ani ponderea acestuia era de doar 45 procente. Mai îngrijorător este faptul că 50 procente din gospodării dețin doar 1 procent din active (în urmă cu zece ani dețineau încă 4 procente). Angajații și consumatorii contribuie, în prezent, cu aproape 80 procente din

^[1] Titlu original: *Engagement der Caritas zwischen Armutsbekämpfung und Armutsvermeidung, zwischen Partizipation und Almosen, zwischen Barmherzigkeit und Sozialstaat. Eine Praxisreflexion aus Deutschland.* Traducere din limba germană în limba română: Ovidiu Albert.

^[2] Doctor în filosofie - teologie și asistență socială, șeful departamentului de Asistență Socială al Asociației Caritas pentru Dieceza de Münster, Germania; e-mail: Thien@caritas-muenster.de

cheltuielile guvernamentale, iar „cei 10.000” din partea superioară a clasamentului, participă doar cu aproximativ 12 procente la veniturile fiscale. Aceste evoluții contribuie la o sciziune a societății, comparabilă cu situația persistentă din societatea americană.

Decalajul dintre bogați și săraci se accentuează. O maximă nerostită în societatea noastră este: „Devii bogat nu prin muncă, ci prin intermediul capitalului”. Bisericile, organizațiile de caritate, precum Caritas și alte ONG-uri încearcă să contracareze această tendință dintr-o perspectivă etică.

Datorită schimbării legislației sociale germane de acum 10 ani (printre altele, reformele Hartz), în Germania a crescut în mod semnificativ rata sărăciei. Dacă anterior acestei reforme, existau 3,3 milioane de beneficiari de ajutor social, astăzi avem peste 7 milioane de oameni care sunt dependenți de ajutor social din partea statului. Din 1999 până în 2009, a crescut riscul de sărăcie în Germania de la 11,9 procente la 15,3 procente, pentru familiile monoparentale de la 8,5 procente la 43,4 procente, iar în rândul șomerilor de la 20 procente la 51,1 procente. Șomajul pe termen lung și sărăcia pe termen lung (mai mult de 2 ani) s-au triplat în ultimii 10 ani. Copiii reprezintă în continuare un risc mare de sărăcie: 17,6 procente dintre toate cuplurile cu trei sau mai mulți copii sunt expuși riscului de sărăcie în țara noastră. Și riscul de sărăcie la persoanele în vârstă a crescut în ultimii patru ani cu 1 procent, ajungând la 15,4 procente.

În ultimii 10 ani, salariile reale au crescut insesizabil, dar profiturile corporatiste au crescut cu peste 50 procente. În același timp, mai ales de la introducerea noului *Cod de Securitate Socială*, au crescut spectaculos sectorul cu salarii mici și ponderea ocupării forței de muncă precare în piața forței de muncă. Peste 85 procente din locurile de muncă nou create în ultimii ani în Germania – de exemplu: relațiile de muncă temporară, mini-joburi, locuri de muncă part-time – contribuie masiv la ocuparea forței de muncă precare, din care însă nu se poate trăi. Statul plătește 11 miliarde de euro drept indemnizații persoanelor care prestează astfel de joburi. Astfel, statul subvenționează companiile care susțin astfel de relații de muncă precare. Pe de altă parte, veniturile noastre fiscale nu au fost niciodată atât de semnificative ca în prezent. În acest context, avem parte în Germania, de o serie de chestiuni ce

privesc distribuirea echitabilă a resurselor, egalitatea șanselor și a participării tuturor oamenilor.

Sindicatelor, partidele politice, organizațiile de caritate, asociațiile de binefacere și ONG-urile au venit cu propuneri concrete în ultimii ani pentru o redistribuire mai echitabilă a bunăstării și a bogăției în această societate. Bogăția în creștere nu mai poate fi asociată cu sărăcia în creștere. Bogații trebuie să se implice mai mult în finanțarea comunității și să ia parte la cheltuielile sociale. Este necesară, deși realitatea politică nu a confirmat încă acest lucru, o abordare politică activă și constantă a problemei sărăciei. Caritas din Germania s-a angajat, în 2012, în campania „Sărăcia îmbolnăvește” și a apărut cu fermitate interesele persoanelor afectate de sărăcie. Sărăcia și sănătatea sunt strâns legate. Cine este sărac, șomer de lungă durată și nu este calificat, prezintă un risc mai mare de îmbolnăvire.

2. Ofertele care susțin supraviețuirea sunt în plină expansiune

În Germania angajamentul civic este în creștere. O creștere a activităților de sprijin, cum ar fi magazine de îmbrăcăminte, cantinele sociale, împărțirea de alimente, magazine sociale universale sunt o expresie vie a muncii voluntare a Bisericii și a Caritasului. Ele sunt, de asemenea, un seismograf al inegalității și al nedreptății sociale și, în special, al sărăciei în creștere în Germania. Afluxul mare de persoane afectate către aceste servicii este un semn clar al eșecului politicii sociale care marginalizează componente tot mai mari ale societății noastre. Ofertele care susțin supraviețuirea, susținute și de Caritas, pot reprezenta un mijloc credibil și temporar, dar cu siguranță nu sunt o rezolvare sustenabilă a sărăciei.

În rândul opiniei publice, ofertele de sprijin „între milă și statul social”, sunt controversate. Discuțiile cu voluntarii care iau parte la ofertele de susținere demonstrează faptul că ei privesc munca proprie într-un mod critic.

Între timp, chestiunea prezenței unor astfel de puncte de distribuire a devenit tot mai discutată. Deși această activitate este privită ca un act de “milostenie”, ea este considerată a fi nesustenabilă și ca o invitație la

a găsi soluții radicale de asistență socială. Deoarece politica copleșește cu elogii angajamentul civic în acest domeniu și consideră această situație ca fiind o completare la serviciile oferite de stat, discuțiile pe această temă sunt foarte dificile. Vocile critice exprimate în dezbaterile publice pe această temă sunt, de asemenea, etichetate rapid ca o devalorizare rapidă a voluntariatului și, mai mult, catalogate ca fiind necreștinești. Întrebări relative la respectarea dimensiunilor sociale și etice ale demnității umane, la dreptate, la sustenabilitate, libertate etc. sunt mai degrabă ignorate sau nepermise. Mai mult decât atât, la 1 ian. 2011, Curtea Constituțională Federală (cea mai înaltă instanță germană) a readus această temă în centrul dezbaterii publice, ca urmare a deciziei judecătorești prin care instanța a legat demnitatea umană de statul social și, astfel, politicul a devenit garantul asigurării unui trai orientat spre realitate pentru adulți și pentru copii. Guvernul federal trebuie să asigure un calcul realist bazat pe necesitatea de a asigura nivelul de trai și, astfel, să implementeze Legea fundamentală. Drepturile individuale ale oamenilor nu ar trebui să fie degradate prin trimiterea la cantinele sociale sau la alte oficii de distribuire a produselor alimentare. Aceste servicii nu pot deveni permanente pentru cineva.

Organizația Caritas din Renania de Nord-Westfalia (NRW) a realizat recent un studiu empiric (Selke și Maar, 2011) cu privire la angajamentul tuturor voluntarilor (cantitativ), precum și la experiențele beneficiarilor (calitativ), în domeniul ofertei de sprijin. Prin acest studiu, gama de produse ale Caritas și ale Bisericii în domeniul amintit au fost apreciate diferențiat pentru mai bine de 500 de oferte de sprijin în NRW (17,8 milioane de locuitori). Aceste date sunt cele mai recente și reprezintă un punct de referință pentru reprezentarea intereselor social-politice ale Caritas sau pentru punerea în aplicare a recomandărilor.

Estimarea beneficiarilor acestor servicii a fost realizată pentru prima dată prin acest studiu. Interviuurile calificate cu cei 41 de beneficiari conturează gama diferitelor tipuri de servicii de sprijin. Rezultatele deschid perspective noi pentru personal și susținători și stabilesc noi standarde și cerințe care se aplică serviciilor de sprijin. Vom exemplifica aici prin două cerințe ale Caritas.

3. Prima cerință a Caritas: statul social trebuie să combată sărăcia

Sondajul în rândul beneficiarilor (Selke și Maar, 2011) demonstrează în mod clar cât de puțin se implică statul social german în combaterea sărăciei. „Pentru beneficiarii ofertelor de sprijin, realitatea este diferită de definiția prevăzută în prevederile legislative și în cele executorii. Studiul amintit arată că numărul mare de oferte de sprijin consolidează sărăcia. Politicul este tentat să identifice serviciile de sprijin din sectorul alimentar, textil și mobilier drept un tampon binevenit pentru politicile sale de austeritate în detrimentul săracilor. Interveniurile cu beneficiarii (Selke și Maar, 2011) demonstrează cât se poate de clar cât de puțin este interesat statul social german în combaterea sărăciei. Beneficiarii consideră că rolul acestor oferte este de a reduce decalajele financiare generate de condițiile precare de muncă: „munca ce nu asigură condiții suficiente de trai”, de norme de control inadecvate ș.a. (Caritas în NRW, 2011, pp. 108).

Beneficiarii susțin că trebuie să accepte cu recunoștință această „ofertă de bază” și să se resemneze. Principalul beneficiu pe care îl văd este că existența unor servicii de sprijin poate acoperi lacunele financiare pe care statul social le generează. Se consideră, evident, o parte „suplimentară” a societății, „deșuri ale unei societăți de consum.”

Existența ofertelor de sprijin într-un stat social presupune și o poziție juridică clară. Trebuie identificate cauzele, interacțiunile și consecințele greutăților existențiale. Legăturile dintre sărăcie, șomaj, educație, sănătate, competențele zilnice, consecințele trebuie să fie analizate, iar, la final, se vor solicita măsuri guvernamentale. În baza acestor analize, Caritas va proiecta ofertele viitoare de susținere:

- distribuirea produselor alimentare sau cantinele sociale trebuie însoțite, în plus față de nevoile practice și de ajutorare, și de o politică a relațiilor publice.
- ofertele de sprijin trebuie să elimine verificarea sărăciei și să permită accesul deschis tuturor oamenilor.
- statul nu poate delega îndatorirea sa socială în problema distribuirii produselor alimentare societății în ansamblul ei sau către Caritas.
- angajamentul civic nu trebuie să înlocuiască măsurile sociale guvernamentale.

4. A doua cerință a Caritas: participarea (la procesele sociale, comunitare, economice și culturale) a tuturor oamenilor din Germania trebuie să fie asigurată de către statul social

Caracterul unui stat social se reflectă în participarea tuturor la bunuri sociale, comunitare, economice și culturale. Participarea conștientă a cetățenilor săi este vitală pentru o societate democratică. Nici o societate nu își poate permite să-și marginalizeze definitiv membrii săi. Acest tip de excludere permanentă este descris de beneficiari în chestionare. Ei nu se mai percep ca fiind parte integrantă a societății noastre. Ofertele de sprijin sunt sinonime cu excluderea.

Pentru a asigura participarea tuturor oamenilor la viața comunitară, este necesară aplicarea cerinței creștine și politice. Aceasta trebuie înțeleasă ca o expresie concretă a acțiunii civile prin:

- justețea distribuirii și a abilităților;
- participarea conștientă la viața socială,
- integrarea și accesul liber,
- abilitatea și susținerea auto-ajutorării (implicați, beneficiari, clienți cărora li se vor oferi un loc de muncă).

5. Oferă supraproducția de alimente, îmbrăcăminte etc. oportunități pentru săraci?

În Germania, ca și în multe alte țări europene, se constată de mulți ani o supraproducție de alimente. Datorită numeroaselor scandaluri alimentare (carne putrezită, antibioticele din carnea de pui, EHEC ș.a.), producția de alimente și aprecierea produselor alimentare au ajuns în prim-planul dezbaterii publice. Întrebările relative la aceste aspecte, la supraproducția alimentară, la prețurile mici ale produselor, la prezența rafturilor pline până la ora închiderii, la distrugerea unor cantități masive de alimente comestibile au generat alte controverse.

Bisericile și organizațiile caritabile din Germania au oferit constant hrană și îmbrăcăminte în ultimii 20 de ani. Situația s-a înrăutățit din cauza noii legislații sociale și a stabilirii unor reguli paușale relative la

nivelul de trai. Se observă o creștere semnificativă a numărului centrelor de distribuție a produselor alimentare, a hranei și a îmbrăcămînții atât în zonele urbane, cât și în cele rurale.

În acest context, se poate presupune existența unei afaceri între retailerii alimentari, distribuția de alimente și persoanele cu venituri mici:

- alimentele generate de supraproducție și de cerințele consumatorilor de a putea cumpăra „întotdeauna mărfuri proaspete și selectate până la închiderea magazinului” rămân nevândute și/sau care sunt aproape de data expirării, nu trebuie să fie distruse, pentru că în Germania există mulți oameni săraci care nu au bani pentru a-și cumpăra hrana.

- comercianții cu produse alimentare se bucură pentru că nu trebuie să plătească pentru debarasarea excesului de alimente, deoarece există deja un sistem bine organizat care alimentează persoanele cu venituri mici. („Persoanele cu venituri mici sunt considerate ca fiind depozitare ale deșeurilor.”)

- voluntarii implicați în distribuția de alimente și îmbrăcăminte pot îndeplini, astfel, o sarcină utilă, deoarece există atât de mulți oameni care nu au bani pentru a-și cumpăra hrana.

- statul se poate sustrage astfel de la responsabilitatea sa de a asigura traiul decent al cetățenilor tocmai pentru că există o mulțime de produse alimentare și de altă natură necesare vieții de zi cu zi, care pot fi distribuite oamenilor fără resurse financiare.

Această idee „bună” a condus la o profesionalizare a eliminării deșeurilor alimentare prin vânzarea către persoanele cu venituri mici. În centrul tuturor acestor eforturi nu se află omul, ci interesul pentru evitarea distrugerii produselor alimentare, care mai sunt încă utilizabile. S-a dezvoltat astfel un sistem format din companii de produse alimentare, comercianți individuali, voluntari specializați în distribuția de produse alimentare, oameni săraci și legislația socială, cu diverse domenii de interes și stimulente win-win.

6. Un exemplu concret: coșul de produse în Ahlen

Transformarea celor afectați în persoane implicate reprezintă o provocare reală al Caritasului în NRW, conform studiului citat. Astfel,

oamenilor săraci și marginalizați li se permite să efectueze o muncă relevantă pentru a le consolida și promova abilitățile și resursele (vânzarea, sortarea bunurilor, servicii auto, cafea ...). Cu alte cuvinte, li se redă oamenilor demnitatea prin muncă și nu mai sunt considerați a fi cerșetori. Acest lucru se întâmplă concret printr-o acțiune aparținând Caritas intitulată „Coșul de produse” în Ahlen, prin care se distribuie produse alimentare de două ori pe săptămână în special oamenilor săraci, celor cu profil de migrant, familiilor monoparentale, familiilor cu mai mulți copii, persoanelor în vârstă. Aproape în fiecare săptămână, se adaugă alți oameni vulnerabili.

Angajamentul multor voluntari din echipă este însoțit, moderat, organizat și reflectat de asistentul social Lisa W., care este disponibilă pentru această sarcină alte 10 ore pe săptămână, în afara activității sale de consilier social la Caritas. Munca sa este o premisă necesară susținerii colaborării profesioniste între beneficiarii și angajații din proiect, între beneficiarii, care sunt, în același timp și angajați și alți lucrători (datorită altor motive logistice).

Inițial, clienții nu trebuiau să devină angajați. Exista teama unor acuzații la adresa acestora generate de o presupusă avantajare a acestora în achiziționarea de produse. Acuzațiile de acest gen nu pot fi combătute decât prin norme clare. Asistentul social se asigură că proiectul coșului de cumpărături nu se limitează la statutul de pomană, ci se transformă într-o locație demnă, menită să influențeze structuri politice și mentalități sociale.

O sarcină importantă a asistentului social este de a transforma coșul de produse într-un loc de întâlnire. Oamenii simt că astfel se promovează respectul de sine și că ei contribuie direct la satisfacerea unor nevoi umane de bază. Cafeneaua este punctul de întâlnire și locația unde oamenii se cunosc și-și împărtășesc experiențele proprii.

Unor clienți li se oferă cursuri regulate de gătit și de patiserie pentru a deprinde noi abilități și a experimenta activități noi (cum și ce cumpăr cu resursele mele limitate, cum mă pot proteja de strategiile de publicitate și de consumism, cum îmi pot planifica mai bine viața de familie ...).

Coșul de produse al Caritas Ahlen a fost primul magazin care a oferit produse donate în Dieceza de Münster. Numărul de clienți este relativ

stabil între 40-70 de clienți pe zi. Barierele sunt ridicate. Nu e foarte ușor să recunoști propria sărăcie. O voluntară relatează: „Am însoțit o femeie care venea pentru prima dată la coșul de produse. Clienta era foarte timidă de teamă de a nu fi ironizată.”

Tot mai importantă devine întrebarea cum se respectă demnitatea umană a clientului, cum poate fi înțeles sentimentul lui de rușine. Importantă este, de exemplu, stabilirea unor reguli clare și a unor condiții pentru o coexistență de succes (intervalele orare obligatorii, transpunerea rolului beneficiarului în rolul angajatului, reguli obligatorii pentru echipă, interzicerea autoservirii cu produse, conflictele cotidiene din echipă etc.). În plus, este relevantă recunoașterea punctelor forte și a punctelor slabe, a speranțelor și a dorințelor persoanelor care se confruntă cu sărăcia și excluziunea, promovarea și facilitarea perspectivelor în această ofertă caritabilă. Participarea este un pas înainte pe calea depășirii temerilor și a definirii mai clare a motivației.

Șase zile pe săptămână, două echipe mobile colectează alternativ, în trei schimburi sau într-un singur schimb de opt ore, alimentele de la magazine sau sucursale ale companiilor mari (de exemplu, lanțuri de panificație, Lidl, Rewe). Nu este o sarcină ușoară, pentru că volumul de produse este mare. Cu toate acestea, majoritatea își dorește schimburile lungi în detrimentul celor scurte.

Scopul sprijinului profesional și reflectarea sa de către asistentul social este susținerea constantă a motivației membrilor echipei. Chiar și activitatea la un coș de produse poate determina pe cineva să se simtă mândru sau umilit, prietenos sau indiferent, participativ sau exclus. Reuniunile periodice ale echipei sunt un instrument de comunicare transparentă între toți cei implicați.

Să spunem că asistentul social ar dori să deschidă proiectul coșului de cumpărături, dar îi lipsește personalul. A găsi noi angajați nu este o acțiune atât de facilă, cu atât mai mult cu cât vor trebui selectați din rândul clienților. Două femei de origine turcă au încercat să lucreze, dar nu au reușit să asigure consilierea copiilor. În prezent, există o nouă clientă care este interesată să participe. Ea și-a pierdut locul de muncă din cauza închiderii afacerii și va lucra de probă. Încercarea moarte n-are. Toți cei care lucrează în spatele tejghelei spun că este distractiv, iar acest lucru pare să se confirme. Dar asta nu înseamnă că este întot-

deauna ușor să lucrezi cu clienții. „Uneori trebuie să faci față tensiunilor”, mărturisește o însoțitoare din proiect. „Agresiunea apare uneori în fața ușii, atunci când toți vor să intre cât mai repede posibil, mai ales în timpul iernii.”

7. Două exemple de angajați din rândul clienților *Coșului cu produse din Ahlen*

Christel B., 54 de ani, și-a pierdut locul de muncă în aprilie 2010 pentru că afacerea s-a închis și, astfel, a devenit prima persoană care a trebuit să plece. De atunci ea nu și-a mai găsit o slujbă plătită. „Ei întotdeauna vor tineri, preferabil de 25 de ani, cu mulți ani de experiență”, afirmă ea. Uneori, ea este refuzată pentru că specializarea ei trebuie remunerată corespunzător. În proiectul coșului cu produse ea se simte în elementul ei, ambalează rapid ridichile, conopida și portocalele de pe teighea, calculează și face glume cu clienții. Dacă ea nu ar face aceste activități de voluntariat, ar sta acasă trăind sentimentul că „se prăbușește plafonul deasupra capului”, spune ea.

Echipa de voluntari apreciază modul ei de a fi și se bucură de încurajările ei. Femeia înaltă, suplă, care nu prezenta încredere suficientă relativă la transportul cutiilor grele de legume de la frigider la casa de marcat, nu este singurul „client” care și-a schimbat serviciul și a devenit angajată a proiectului. Christel B. servește mulți clienți și completează rafturile cu marfă. Mai târziu, schimbă rolurile. Vânzătoarea devine client, în scopul de procura fructe ieftine, legume, pâine și mezeluri pentru acasă. Luna trece repede, banii sunt puțini, iar ea trebuie să supraviețuiască din alocația de șomaj. Christel B. a fost de la început foarte implicată, astfel că și-a forțat limitele sale fizice. Cu fiecare zi de vânzări, ea ajută coșul de produse. Christel B. este de mare ajutor pentru că din cei 25 de voluntari din echipa de vânzări, cinci trebuie să fie disponibili în fiecare zi de vânzare.

În urmă cu șase ani, Frank T. (46) și-a pierdut locul de muncă în calitate de lucrător într-un depozit și, cu toate relațiile sale, nu a găsit ceva nou. Timp de doi ani a cumpărat din coșul de produse, apoi a fost

convins de cumnata sa să îl însoțească. Ea conduce o furgonetă albă donată de Caritas Ahlen. Timp de două ore au vizitat brutăriile, magazinele discount și magazinele alimentare din Ahlen și din zona adiacentă. După ce cutiile ajung la magazin, unii clienți ajută spontan la descărcat, iar în câteva minute, mașina este golită de legume, fructe și ouă care sunt expuse la vânzare.

Bibliografie

1. Caritas in NRW (ed.) (2011) *Brauchen wir Tafeln, Suppenküchen und Kleiderkammern? Hilfen zwischen Sozialstaat und Barmherzigkeit*, [Avem nevoie de cantine sociale și magazine textile sociale? Ajutorarea între statul social și milostenie,] Freiburg, pp. 15-91.

2. Guvernul Federal al Germaniei (2012). *Lebenslagen in Deutschland. Entwurf des 4. Armuts- und Reichtumsberichts der Bundesregierung*, [Condițiile de viață în Germania. Cel de-al patrulea Raport al Guvernului Federal dedicat sărăciei și bogăției. Proiect], Berlin.

3. Selke, S., Maar, K., (2011). *Grenzen der guten Tat* [Limitele faptelor bune], rezultatele studiului „Evaluarea ofertelor de sprijin în administrarea ofertanților catolici și caritativi din Renania de Nord-Westfalia”, în: Caritas în NRW (ed.), *Avem nevoie de cantine sociale și magazine textile sociale? Ajutorarea între statul social și milostenie*, Freiburg, pp. 15-91.