

ECONOMIE SOCIALĂ ȘI IDENTITATE COMUNITARĂ

Cătălin-George Fedor ^[1]

Rezumat

Lucrarea de față își propune să abordeze oportunitatea înființării unor întreprinderi sociale în mediul rural care să integreze membrii unui grup vulnerabil aparte, cel al persoanelor vârstnice, și care să contribuie la prezervarea identității culturale și etnice. Cercetarea a fost efectuată în două comunități cu populație majoritar catolică din județele Neamț și Bacău. Metoda utilizată a fost interviul de tip comprehensiv realizat cu șase subiecți din grupul țintă și a urmărit identificarea elementelor critice și a factorilor mobilizatori pentru participarea membrilor comunităților la crearea și dezvoltarea acestor întreprinderi sociale. Rezultatele scot în evidență faptul că înființarea lor are un rol important în orizontul de așteptări al grupului reprezentat de persoanele vârstnice. Pentru beneficiari, schimbările așteptate se manifestă la nivel comportamental, atitudinal și identitar. De asemenea, inițiativa privată și voluntară trebuie sprijinită de comunitate.

Cuvinte cheie: *conomie socială, identitate culturală și etnică, grounded theory, comunitate, schimbare*

1. Introducere

În ultimii ani, în România, a pătruns o serie de modele de economie socială, ca formă de susținere și consolidare a unor comunități. Considerată drept „tipul de economie care îmbină în mod eficient responsabilitatea individuală cu cea colectivă în vederea producerii de bunuri și/sau furnizării de servicii, care urmărește dezvoltarea economică și socială a unei comunități și al cărei scop principal este beneficiul social” (Asiminei, 2012, 10), economia socială se centreează pe mecanismele eficiente de integrare pe piața muncii a persoanelor ce aparțin de diferite grupuri sociale vulnerabile (Legea 219/2015).

[1] Cercetător științific III doctor, Academia Română - Filiala Iași, Secția de Cercetări Antropologice, Str. Codrescu, nr. 2, 700481, tel.: +40745646339, e-mail: cgfedor@yahoo.com.

În acest context, studiul pe care îl propunem are în vedere un grup vulnerabil aparte. Ne referim la persoanele vârstnice din comunitățile rurale care își doresc crearea unor centre de producție de costume populare având un dublu rol: a) de inițiativă voluntară și privată care să integreze această forță de muncă, respectiv, b) prezervarea identității culturale și etnice.

Scopul acestui studiu, care utilizează metodologia de cercetare Grounded Theory, nu este acela de a testa ipoteze preelaborate de cercetător ci, dimpotrivă, îi permite acestuia să recunoască faptul că nu știe destul pentru a formula ipoteze semnificative pentru tema de cercetare (Auerbach și Silverstein, 2003). În acest demers, considerăm participanții la cercetare drept sursă de cunoaștere, experți în fenomenul respectiv, mai precis în domeniul prezervării moștenirii culturale și etnice, deoarece îl experimentează în mod direct. În aceste condiții, studiul nostru și-a propus să exploreze și să identifice diverse mecanisme care să conducă la o mai bună aderență a populației țintă la aceste forme de economie socială.

Obiectivul studiului nostru este analiza utilității și impactului creării acestor centre de producție asupra populației vârstnice din comunitățile rurale.

2. Metodologia cercetării

Strategia cercetării noastre se înscrie, după cum am menționat anterior, în tradiția de cercetare numită Grounded Theory (teoria generată din date) care urmărește să genereze o teorie a unui proces, acțiuni sau interacțiuni, întemeiată sau sprijinită pe punctele de vedere subiective ale participanților la cercetare (Bloomberg și Volpe, 2008). Design-ul studiului este unul calitativ, adecvat obiectivului cercetării noastre, acela de a afla care sunt factorii care pot facilita participarea persoanelor vârstnice la economia socială. Una dintre cele mai importante premise ale cercetării calitative este aceea că lumea socială nu este nici stabilă și nici uniformă și, prin urmare, nu există un adevăr unic al domeniului de cercetare, care să poată fi capturat în date. Datele calitative sunt analizate inductiv, în cadrul unor scheme metodologice flexibile, în care se caută teme și pattern-uri comune, analiza desfășurându-se, adesea, simultan cu etapa de culegere a datelor.

Opțiunea noastră pentru design-ul calitativ este argumentată de o serie de elemente:

a) Caracterul relativ exploratoriu al studiului nostru, datorat, în primul rând, lipsei parțiale de date în domeniul economiei sociale în România. La data la care a fost demarat studiul nostru existau puține cercetări sistematice asupra proiectelor de economie socială ca formă de identificare culturală și etnică.

b) Întrebările studiului nostru adresate membrilor unor comunități, legate de identitatea lor distinctă dată de conștiința unei istorii sau a unei origini comune. Acest fapt de conștiință se fundamentează pe unele criterii relativ obiective, cum ar fi instituțiile sau trăsăturile culturale și etnice comune. În acest sens, identitatea culturală/etică, în calitate de fapt de conștiință, poate fi definită prin semnificația pe care o dă individul criteriilor enunțate mai sus. Aici intervine, considerăm noi, rolul pe care îl poate avea dezvoltarea unui centru de economie socială în activarea și integrarea unei identități culturale-etnice pentru membrii acestor comunități.

c) Obiectivul formulării de recomandări pentru optimizarea viitoare a domeniului prezervării moștenirii culturale și etnice, în sensul creșterii adresabilității lor, dar și a mentenanței efectelor benefice asupra membrilor comunității implicați în aceste întreprinderi sociale.

Am efectuat o cercetare sociologică în două comunități cu populație majoritar catolică din județele Neamț (Săbăoani) și Bacău (Faraoani). Această cercetare este parte dintr-o cercetare mai amplă care privește originea, continuitatea și diversificarea populațiilor de confesiune catolică din satele zonei centrale a Moldovei și a identității așa numiților „ceangăi”, problemă asupra căreia continuă să planeze o atmosferă de confuzie și incertitudine.

Perioada de desfășurare a cercetării pe teren a fost mai - iunie 2015. Grupul țintă al studiului a fost reprezentat de persoanele vârstnice, cu vârstele între 75 și 92 de ani, depozitare ale memoriei colective specifice fiecărei comunități.

Metoda utilizată a fost interviul de tip comprehensiv. Acesta a vizat descoperirea specificului local al comunităților studiate și reliefa diferențelor între ele. De asemenea, acesta a urmărit identificarea elementelor critice și a factorilor mobilizatori pentru participarea membrilor comunităților la crearea unor întreprinderi sociale care să contribuie la păstrarea identității culturale și etnice prin

producția de costume populare specifice comunităților respective. Întrebările au fost adaptate la nivelul de înțelegere al subiecților investigați, cu un limbaj potrivit gradului de înțelegere al lor. Persoanele intervievate, câte trei din fiecare comunitate, și-au dat acordul în vederea realizării interviului. Am adus la cunoștința subiecților caracterul confidențial al informațiilor oferite în cadrul interviului. Interviurile s-au desfășurat într-un cadru cunoscut și acceptat de respondenți și anume într-un birou din casa parohială aferentă bisericii din fiecare localitate.

Corpusul de date cules prin interviurile individuale a fost supus operațiilor de codare, pe baza ierarhizării importanței datelor și a recurențelor întâlnite, cu scopul construirii categoriilor și temelor. Ulterior, conceptele și temele au fost organizate într-o schemă narativă care însumează cunoașterea obținută asupra subiectelor de interes ale cercetării.

3. Rezultate și discuții

Pornind de la paradigma lansată de Lévi-Strauss (1978) de cunoaștere a omului pe baza reprezentărilor și producțiilor sale, analiza noastră urmează două direcții distincte și complementare în același timp: a) evidențierea tradițiilor specifice comunităților locale, ca element de indentitate culturală și etnică; b) reliefarea rolului de vector al întreprinderii sociale în păstrarea identității culturale și etnice.

Încercând o sistematizare a răspunsurilor subiecților investigați privind identitatea lor culturală și etnică, remarcăm utilizarea unor criterii, cum ar fi: a) vechea denumire de „ceangău”, astăzi abandonată în favoarea celei de „român”, deoarece nu are niciun sens în limba română, aceasta având un caracter peiorativ pentru populația catolică din Moldova, denumită astfel; b) memorii istorice împărtășite, respectiv memorii împărtășite despre un trecut comun (venirea din Transilvania în Moldova); c) un anumit sentiment de solidaritate; d) mai multe elemente de cultură comună, care includ religia, obiceiurile, limbajul și, subliniem noi, portul tradițional ca produs cultural.

Natura și intensitatea dimensiunilor culturale și sensul originii grupului și istoriei variază în funcție de accentul pus de respondenți pe una sau alta dintre caracteristici. Astfel, în definirea comunităților lor, dimensiunile culturale pot să rămână secundare ca importanță față de sensul originilor comune și al istoriei grupului. Sensul unei istorii

comune constituie centrul identității grupului și, totodată, al unicității sale.

Utilizând modelul de analiză propus de Korgen (2008), putem considera comunitatea ca fiind un actor colectiv cu viața sa proprie. În acord cu acest punct de vedere și continuând sistematizarea răspunsurilor oferite de subiecții investigați, comunitatea etnică și culturală este capabilă de acțiuni colective și concertate destinate să atingă scopuri și obiective specifice. În acest sens, putem identifica și reține următoarele elemente constitutive: a) grupul de oameni care se definesc ca membri ai comunității culturale și etnice sau care împărtășesc o identitate culturală și etnică comună; b) granițele sau frontierele spațiale și/sau sociale care disting între comunitatea culturală/etică și societatea în ansamblu, și, de asemenea, markeri sociali incluzând apartenența și/sau activitatea în organizații și instituții ale comunităților respective; c) organizații și agenții care promovează cauza grupului respectiv, le facilitează accesul la diverse servicii etc.; d) o conștiință continuă și un efort deliberat pentru a asigura supraviețuirea comunității prin intermediul activităților care crează o moștenire și celebrează un patrimoniu comun, toate urmărite în mod activ prin instituții cum ar fi familia, școala, biserica și, subliniem din nou, întreprinderile sociale. *„Vă dau exemplul de la noi, aproape că nimeni nu mai făcea, avea lumea port popular, dar pus în dulap la naftalină, ca să se conserve și s-a dus părintele și a adus niște fir de in de undeva de prin Covasna, niște ațe colorate de prin Sibiu și a încercat să facă un club cu femei și are vreo 10-12 femei care din când în când se adună la școală și mai țes câte un port popular, care nu dă neapărat cu ce era înainte, dar aproape și încearcă să păstreze tradiția. Așa, da!”* (I3 Săbăoani).

Întâlnim, așadar, sub formă de organizații, instituții sau agenții implicate în păstrarea și promovarea patrimoniului, premisele pentru crearea întreprinderilor sociale ca elemente constitutive ale identității comunităților respective.

Încercând o sistematizare a răspunsurilor subiecților investigați privind oportunitatea creării unor întreprinderi sociale care să se ocupe de producerea de costume populare specifice zonelor etnografice în care se află localitățile respective, remarcăm faptul că înființarea acestor întreprinderi are un rol important în orizontul de așteptări al grupului reprezentat de persoanele vârstnice, din perspectivă utilitaristă și simbolică.

Pentru a sistematiza tipurile de așteptări sesizate la subiecții investigați, am fost inspirați de modelul dezvoltat de Dilts (2007) referitor la legăturile între schimbarea sistemului de convingeri și schimbarea comportamentală. Volumul mare de informații diverse oferite de subiecții intervievați în legătură cu oportunitatea dezvoltării unor societăți - cooperative sociale în comunitățile lor a fost structurat conform unui model bazat pe diverse niveluri ale schimbărilor așteptate. Aceste niveluri sunt: a) comportamentele, care sunt expresii ale acțiunii vârstnicilor în raport cu diferite contexte. *„Astea [tradițiile n. n.]... mi-s dragi! Da' știu că trebuie să le transmit mai departe, de-acum eu mă apropiu de... cine știe când... cât mai durează... și îmi place să transmit mai departe datinile și portul, mai ales portul strămoșesc. Trebuie!”* (I1 Săbăoani); b) sistemul de valori, care se referă, mai cu seamă, la atitudinea vârstnicilor față de normele curente de rol. *„Vă dați seama, pentru ei [nepoții n. n.] noi nu prea contăm. Da' le place la sărbătorile românești acolo în Italia să se îmbrace frumos popular. Eu vreau s-o învăț, dar nu are timp.”* (I2 Săbăoani); c) o nouă identitate (diferită de cea culturală și etnică, însă în prelungirea și sprijinul acesteia) asumată prin interiorizarea noului sistem de valori. *„Se pot păstra [tradițiile n. n.], că eu văd că acolo..., dacă ei [în occident n. n.] au început să păstreze tradițiile mai bine ca noi acasă, pentru ca să demonstreze acolo cât sunt de români și că sunt gospodari, și noi de acasă suntem... Nu facem nimic? Dacă cei mai de sus nu vor face nimic, îi vor pierde de tot. Dar eu așa gândesc, că îi putem ajuta.”* (I1 Faraoni).

Altfel spus, persoanele vârstnice din cele două comunități își doresc crearea unor întreprinderi sociale. Ele resimt nevoia de schimbare. Confruntate cu depopularea localităților datorită migrației masive a segmentului de populație tânără, crearea întreprinderilor sociale aduce multiple beneficii în plan comportamental, atitudinal și identitar pentru beneficiarii acestora. *„[Pe vremuri n. n.] era mai multă veselie, era populație mai mare, se păstrau mai bine tradițiile, nu? Acum, tradițiile mai puțin, sunt sărbători mai rare, dar încă se mai poartă costum popular și se mai țese. Ce-o fi? Da, să știți că se mai... Care vrea, merge cu tradiția înainte. Care vrea. Biserica își face datoria, ne-o facem și noi...”* (I2 Săbăoani)

Mai mult, pe baza proiecțiilor subiecților investigați, putem identifica o suită de etape în realizarea schimbărilor dorite la nivelul persoanelor vârstnice implicate în proiectele de întreprinderi sociale care prezervă moștenirea culturală și identitatea etnică.

O primă etapă este cea în care se manifestă nemulțumirea vârstnicilor față de normele curente de rol. Nemulțumirea este sesizată în descrierile lor prin sancționarea propriilor comportamente care vizează, în primul rând, neimplicarea în posibilele proiecte de economie socială. *„Să vadă alții că cineva păstrează și așa să facă și alții. Că știți ce s-a întâmplat de când am strâns prin sat și am spus că vreau să fac o echipă de dansuri, că așa am spus, și vreau să am mai multe [costume populare n. n.] la fel, poate reușesc să am mai multe catrințe la fel sau cămăși, eu știu... Se uitau nu știu cum. Dar mi-au dat femeile.”*(I3 Săbăoani).

A doua etapă este cea a construirii unui set de comportamente gratificante. Gratificațiile vin, în primul rând, de la promotorii ideilor de constituire de întreprinderi sociale. Pe măsură ce ele sunt exersate, comportamentele vor produce schimbări în atitudinea vârstnicilor. *„Eu, după inima mea, sper că îi pot aduna [în asociație n. n.]. Sper că da, pentru că unde te-ai născut, acolo ți-a rămas și inima, pot să fie... Și cu gândul la cei plecați, eu cred că putem face multe cu folos și pentru noi și pentru ei.”* (I2 Faraoani).

Considerăm, în acest proces de gratificare, că este foarte important ca autoritățile locale să ofere persoanelor vârstnice implicate susținere și recompense simbolice.

A treia etapă necesară este cea a împărtășirii experienței benefice, de către inițiatorii întreprinderilor sociale, celorlalți membri ai grupului. Un rol important în acest proces îl pot avea interacțiunile de grup prin întâlnirile în cadrul întreprinderilor sociale. *„Sentimental ești fericit, sufletește ești împlinit că ai reușit când faci ceva, nu știu, cel puțin așa sunt eu. Dacă eu reușesc să lucrez și cu alții și să fac și tineretul care să câștige din treaba asta ceva... Aceste obiecte sunt fără preț. Le va crește în timp mereu valoarea. De ce oare tinerii din ziua de azi nu se mai gândesc la treaba asta?”* (I2 Săbăoani).

4. Concluzii și recomandări

Înființarea unor întreprinderi sociale axate pe producția de costume populare în diverse comunități rurale poate avea rolul de a integra pe piața muncii persoanele ce aparțin de un grup vulnerabil aparte, cel al vârstnicilor, în același timp contribuind esențial la prezervarea identității culturale și etnice a comunităților respective.

Grupul țintă susține înființarea acestor întreprinderi sociale și își dorește să se implice în dezvoltarea lor. Beneficiul principal constă în schimbarea la nivel comportamental, atitudinal și identitar.

Inițiativa privată și voluntară trebuie sprijinită de comunitate. Corelativ acestui aspect, recomandăm construirea suportului adecvat pentru susținerea schimbării. Poate fi structurat pe diverse niveluri și se referă la modalitățile care pot fi întreprinse de către: a) furnizorul de proiecte de economie socială, pentru a asigura sprijinul pentru înființarea întreprinderilor sociale; b) persoanele implicate, în special promotorii, care pot extinde proiectul; c) comunitatea care trebuie să sprijine atât derularea proiectelor, cât și continuitatea acestora.

Bibliografie

1. Asiminei, R. (2012). Economia socială - delimitări conceptuale. *Revista de economie socială*, vol. II, nr. 1, 3-21.
2. Auerbach, C., Silverstein, L. (2003). *Qualitative data*. New York: New York University Press.
3. Bloomberg, L., Volpe, M. (2008). *Completing your qualitative dissertation. A roadmap from beginning to end*. London: Sage Publications.
4. Dilts, R. (2007). *Schimbarea sistemului de crezuri prin programare neurolingvistică*. București: Excalibur.
5. Korgen, K. (2008). *Contemporary readings in sociology*. London: Sage Publications.
6. Lévi-Strauss, C. (1978). *Antropologia structurală*. București: Editura Politică.
7. Legea 219/2015 privind economia social.