

Cuprins

Introducere (<i>Vintilă Mihăilescu</i>)	7
1. Antropologia pe un cal alb	8
2. Mutațiile de fond	10
3. Perspectiva cotidianului	15
4. O ilustrare: de la etnografia la antropologia casei	17
<i>Bibliografie</i>	22
Blocul între loc și locuire. Teme și probleme de etnologie urbană (<i>Vintilă Mihăilescu, Viorica Nicolau, Mircea Gheorghiu, Costel Olaru</i>)	31
Etnologie în oraș, etnologie a orașului	31
Blocul 311. Constituirea unei comunități	33
La început a fost cutremurul	33
Imaginar urban, imagini ale blocului	34
Spațiu și obiecte. Etnologia formelor de locuire	36
Bucătărie și cameră de zi, înainte de 1989...	37
...și după	38
Masa mare, mesele mici	38
„Parcul”	39
Casa scârilor – un <i>no man’s land</i> ?	41
Vecinătate și rudenie. Etnologia formelor de sociabilitate	42
Generații și epoci	42
Despre buna vecinătate, în general	42
Orizontală și verticală	43
O cafeluță, un păhărel...	43
Schimburi de copii și structuri de vecinătate	44
Rețeaua familială – descompunere și recompunere	45
<i>Peer groups</i>	46
Dincolo de bloc	49
Case frumoase/case urâte în peisajul bucureștean (<i>Ioana Tudora</i>)	51
Moda și definirea frumosului	51
„Apartamentul meu de vis”	53
De la bloc la „casa cu curte” de vis	54
„Casa mea este model”	55
„Casa mea de vis”	57
Arhitectură și peisaj urban în „mahalaua centrală”	60
<i>Bibliografie</i>	63
Vânătoarea de molii: curățenie, intimitate și progres în România (<i>Adam Drazin</i>)	65
Curățenie domestică, ordine și progres	67
Semnificația curățeniei în interiorul pieței	71
Curățenie și cultură materială în Suceava	74
Familia Ghica	79

Familia Doru	80
Familia Petru	81
Concluzii	83
Mulțumiri	85
<i>Bibliografie</i>	85
Europa: o piață faimoasă în România postsocialistă (Magdalena Crăciun)	87
La piață	92
La marfă	100
La cumpărături	107
Piața și consumatorul „obișnuit”	118
<i>Bibliografie</i>	119
Șosetele de la electrocasnice (Claudia Băltătoiu)	121
De la marfă la obiect	121
Eu și Celălalt	123
„Rușinea” de a abandona obiectele	124
„Rușinea” de a lua obiectele abandonate	126
<i>Bibliografie</i>	128
Identități de noapte. Clubbing și clubberi în București (Raluca Nagy, Cristina Plecadite)	129
Scena clubbing din București	130
Locurile și evenimentele	131
Publicul/Actorii: clubberi, DJ, organizatori	135
Subculturi, <i>lifestyle</i> , „socializare de rețea”	141
Concluzii	146
<i>Bibliografie</i>	147
Îmbrățișează durerea! Despre corpuri și sporturi de contact (Alexandru Ștefan Dincovici)	149
În loc de introducere: bătaia doare	149
Corpul și durerea	151
Metodologie	154
O durere, două dureri, câte dureri?	156
Durerea și funcțiile ei	158
Durerea ca sursă de cunoaștere a corpului	162
Durerea ca modalitate de creștere a conștiinței corporale	166
Concluzii, limite și direcții viitoare de analiză	169
<i>Bibliografie</i>	171
Adolecenți mobil-izați și mobilgrupurile lor (Răzvan Nicolescu)	173
Pe teren, în căutarea mobilului	175
Individualitate și atitudine mobilă	176
Două chipuri complementare ale legăturii mobile	189
„Nu, nu sun pe mobil când mă plictisesc. Trimit mesaje când mă plictisesc!”	195
Mobilul și <i>relațiile tehnosociale</i>	200
Considerații finale	203
<i>Bibliografie</i>	205
Keep in touch: SMS-ul și rețelele sociale în cultura tinerilor (Raluca Moise)	209
Terenul: problematică și metodologie	210
Comunicare și tehnorelații. O prezentare generală	212
Rețelele tehnologice și utilizările lor	215
Motivații de utilizare și logici de acțiune	219
<i>Bibliografie</i>	226

Semnificația curățeniei în interiorul pieței

Folosirea cu prea multă ușurință a noțiunii de „piață” în contextul țărilor post-socialiste a fost criticată ca fiind prea simplistă pentru o realitate complexă, din moment ce poate sugera că aceste societăți sunt în plin proces de „tranziție” de la socialism la capitalism, proces care implică democrație și economie de piață. Este însă dificil, dacă nu imposibil, să definești ceea ce este de fapt economia de piață (vezi Hann, 1994; Burawoy și Verdery, 1999). Voi folosi termenul „piață” ca reprezentare pe care diferite grupuri o utilizează, fiecare urmărind propriile scopuri și având înțelesuri diferite. În ciuda criticilor aduse, la nivel local există părerea că România se află într-un proces de tranziție (adesea exprimat prin termenul „schimbare”) la economia de piață. Uneori oamenii fac distincția între *economia de piață* din România și „adevărate” *economie de piață* din Vest, pe care România s-ar putea să o aibă în viitor. Piața exprimă așadar un sens al progresului viitor și este legată de ideea de modern.

Aceste dimensiuni diferite ale pieței sunt vizibile în discursul directorilor de marketing din cadrul pieței de produse de curățenie și întreținere cu care am purtat conversații în perioada 1997-1998. Acești oameni de afaceri alcătuiesc un grup mic, dar influent de români angajați activ în crearea unei „adevărata” piețe. În timp ce oamenii de rând din Suceava erau foarte pesimiști în perioada terenului meu (1997-1998) în legătură cu viitorul economic, oamenii implicați în marketing erau extrem de optimiști. Aceștia din urmă credeau că în următorii ani vânzarea de săpunuri și detergenți va crește din ce în ce mai mult. Directorii de marketing dădeau dovadă de cunoștințe subtile și vaste despre viața în diferite regiuni din România, la nivel de generații diferite, precum și despre semnificația unor activități variate. Și în mod constant exprimau aceste cunoștințe în jargonul marketingului. Noțiunea de piață le oferă actorilor economici un fel de filtru prin care poate fi percepută realitatea. În același timp, produsele și brandurile sunt o modalitate de reprezentare a României, a pieței și a oamenilor (a „consumatorilor”). Un director de cercetare a pieței mi-a explicat cum se dezvoltă piața, făcând referire la produsele de curățenie casnică :

Deci, înainte de '89 și chiar câțiva ani după... să luăm, de exemplu, o categorie la întâmplare : detergenții. Se foloseau la curățatul întregii case. Și vorbesc despre un soi de detergent care se folosește de obicei numai la rufe! ... Dar ce vreau să spun e că piața s-a dezvoltat și au apărut multe produse din străinătate și, cu timpul, consumatorul a fost educat. Pentru anumite activități casnice, trebuie să folosești anumite categorii de produse, deci au apărut anumite categorii de produse. Așadar, pentru spălutul vaselor vei folosi detergent de vase, pudră sau lichid, da? Pentru spălutul podelelor, vei folosi detergent de podele. Deci, mai mult sau mai puțin, produsele din străinătate au educat consumatorul și consumatorul mai întâi a cumpărat produse ieftine, iar apoi și-a dat seama că poate cumpăra produse de calitate la aproximativ același preț și este mai satisfăcut.

Pentru acest director, proiectul pieței de educație de masă presupune un consumator român individualizat care gândește, învață și acționează ca să curețe și să ordoneze lumea materială din jurul lui. O modalitate prin care procesul de ordonare dă rezultate este repartizarea eficientă a întregii munci domestice pe activități separate, în funcție de categoriile de obiecte vizate. Pentru directorii de marketing, esența curățeniei (casei) este încorporată în anumite obiecte. De exemplu, săpunul sau detergentul, care sunt obiecte relativ trecătoare, încorporează, în opinia directorilor de marketing, curățenia. Se crede că în gospodăriile în care obiectele, indiferent de natura lor (fie ele haine, suprafețe de mobilă, pardosele, pantofi etc.), sunt curățate folosind un singur tip de detergent (cum este longeviva marcă *Dero*) nu există suficiente cunoștințe despre curățenie. Folosirea din ce în ce mai extinsă a articolelor de curățenie specializate implică neapărat cunoștințe avansate despre ceea ce înseamnă curățenia cu adevărat.

Unii autori au analizat relația dintre curățenie și progres din această perspectivă, demonstrând că piața poate fi unul dintre elementele care generează această legătură. Burke (1996) discută dezvoltarea unei „piețe africane” în Zimbabwe, sub apartheid, prin intermediul categorizării și re-categorizării produselor de întreținere corporală. Alți autori plasează în centrul analizei lor conceptul de clasă (de exemplu, Frykman și Lofgren, 1996 [1979], 1980). Forty (1995 [1986]) discută ideea de curățenie și igienă pornind de la istoria mobilierului. Vagoanele de tren din Anglia victoriană reflectă distincțiile de clasă ale epocii prin folosirea abundentă a brocartului, a scaunelor de pluș și a accesoriilor. Totuși, clasa de mijloc începe să-și impună din ce în ce mai puternic ideile despre igienă și curățenie, în special pentru a se diferenția de clasa muncitoare. Accesoriile din pluș care populau vagoanele de clasa I sunt percepute în timp ca focare de germeni și praf, greu de curățat. Noile vagoane au avut accesorii cu suprafețe mai netede, mai igienice și au reflectat distincția de clasă mai degrabă în linii moderniste decât în abundența plușului. Astfel, în timp, lumea obiectelor și concepțiile culturale s-au ordonat reciproc.

Marea narațiune a economiei de piață este în mod evident înscrisă în locuințele sucevenilor, mai ales a celor cu bani suficienți pentru a adopta noua estetică. Unele familii își permit să-și decoreze casa într-un stil vizibil asemănător cu interioarele surprinzător de luminoase și aerisite promovate de mass-media românească, în plin proces de ascensiune. Tipul de interior din reviste precum *Casa de Lux* sau *Căminul* ori din revistele pentru femei este bine luminat și spațios, cu puține cuverturi, preșuri sau perdele. Familiile de succes care cumpără apartamente noi în Suceava își permit să-și decoreze locuința în noul stil. Și acest lucru face succesul evident pentru că, printre altele, un stil mai deschis, neaglomerat, necesită inevitabil mai puțină muncă de întreținere. În astfel de locuințe sunt mai puține locuri în care praful se poate acumula, mai multe suprafețe netede, mai ales din lemn, care se pretează la măturat sau spălat, mai puține covoare de bătut. La curățenie sunt angajate femei de serviciu, ceea ce costă. Astfel, estetica modernă se leagă atât de interpretările noi date noțiunii de curățenie, cât și de succesul economic și de noile formulări economice. Noul stil poartă un mesaj care

sună în felul următor : nu mai trebuie să depui multă muncă fizică la curățenie pentru că îți permiți produse care ușurează munca.

Munca în casă (îndiferent dacă ne gândim la România sau la altă țară post-socialistă, de fapt la oricare altă țară) este atribuită în general femeilor. Se crede că socialismul a exacerbât sarcinile femeilor, prin încurajarea participării lor atât la munca salariată, cât și în politică, fără a le fi asigurat un ajutor în munca din gospodărie (Funk și Mueller, 1993 ; Wolchik și Meyer, 1985 ; Gal și Kligman, 2000). Acest lucru este adevărat mai ales în România, unde politicile brutale ale statului privind reproducția au dat naștere disperării generale printre femei. Unii autori amintesc de faptul că regimul socialist nu a luat nicio măsură pentru a încuraja participarea bărbaților la munca în gospodărie (Fischer, 1985 ; Verdery, 1996 ; Kligman, 1998). Și astăzi, revistele pentru femei se lamentează în legătură cu această chestiune (de exemplu, Constantin, 1998).

Oricum, când vorbești despre munca în gospodărie, în general pierzi din vedere varietatea treburilor pe care le presupune. Baban (2000, p. 242) dezvăluie rezultatele unui sondaj efectuat în 1994 în România : 50% dintre respondenți au declarat că femeile fac curățenie în casă, în comparație cu 75% care consideră că a găti este o treabă exclusiv feminină și 78% care afirmă că femeile spală rufele și calcă. În România, curățenia în casă e mai puțin diferențiată pe genuri decât alte treburi gospodărești. Cu toate acestea, femeilor, mai mult ca sigur, le revine în general această sarcină.

În timp ce afirmația limitatoare că munca în gospodărie cunoaște diferențe de gen poate fi ușor acceptată, voi demonstra că o grupare a diverselor activități domestice sub termenul general „muncă în gospodărie” tinde să ascundă diferențele din interiorul acestor activități și, în consecință, să evite discutarea înțelesurilor și efectelor diferitelor acte, obiecte și stiluri din interiorul locuinței. Activitatea de curățenie poate să exprime relația de înrudire dintre membrii gospodăriei (Carsten, 2000). Harris (1981) atrage atenția asupra faptului că gospodăria este adesea reprezentată în științele sociale ca un domeniu „natural”. Dar acest fapt poate să ascundă o bogată varietate internă, cum ar fi inegalitățile dintre sexe. Generalizările despre „munca în gospodărie” sau despre „gospodărie” pot să exacerbeze dificultățile de care ne izbim când vorbim despre societate în țările postsocialiste. Cu alte cuvinte, aceste generalizări prezintă membrii gospodăriei, mai ales femeile, în lumina trecutului și având puține șanse de a-și construi viitorul.

Interpretarea pe care piața o dă curățeniei nu este importantă, așa cum vom vedea, doar în cercurile agenților economici. Principiile ei sunt exprimate în multe locuințe din Suceava de către femei care doresc să dea glas, printre altele, eliberării lor de corvoada gospodăriei. După părerea mea, aceasta este totuși o interpretare limitată. Pentru antreprenorii pieței, curățenia își găsește expresia în anumite bunuri de consum, mai ales în tipurile de săpun și articole de curățat. În Suceava însă, curățenia este exprimată și prin intermediul unui eveniment pe care l-am numit „curățenie generală”, în care experiența muncii fizice are mai multă semnificație în instituirea curățeniei într-o locuință. Directorii de marketing aduc

în discuție mai ales felul de muncă „udă”: a șterge, a spăla și a lustrui, de exemplu. În Suceava, activitatea care exprimă cel mai bine curățenia desăvârșită este însă cea mai obositoare și mai animată, și anume bătutul covoarelor. Atunci când noțiunea de curățenie este legată de produsele de consum pe bază de săpun, de cele mai multe ori se ignoră faptul că multe familii au un venit limitat, chiar și cele care dețin alte forme de capital. Proiectul modern de curățenie, centrat pe piață, se manifestă la nivel local prin adoptarea unor noi forme de decor, care exprimă o ruptură bruscă cu trecutul. Cu toate acestea, cercetarea mea a sugerat faptul că în majoritatea caselor din Suceava a avut loc o evoluție graduală, de la an la an, în reinterpretarea continuă a curățeniei și a muncii depuse pentru obținerea ei.

Reprezentarea pe care piața o are despre curățenie sugerează în cele din urmă eliberarea femeilor prin reducerea volumului de muncă. Unul dintre efectele posibile ale acestui fapt este însă reducerea șanselor femeii de a cere ajutorul celorlalți membri ai familiei pentru a face curățenie. Astfel încât, în mod ironic, corvoada ei poate fi mărită de înseși eforturile de a o micșora.

Curățenie și cultură materială în Suceava

În limba română, pe lângă *curat*, se poate spune despre un lucru că este *îngrijit* sau, într-un sens mai general, *frumos*. Ultimul termen este atât de ubicu, încât poate fi folosit ca să descrii aproape orice fel de situație sau obiect, precum cuvântul *nice* din limba engleză. Când faci ordine în apartament așteptând o vizită, spui că faci locul *frumos*. Când te dichisești sau când te machiezi, spui că te faci *frumos* sau *frumoasă*. Atmosfera bună de la o petrecere sau de la un concert este *frumoasă*. Munca depusă pentru a face oamenii și locurile să arate *frumos* poate fi descrisă în mai multe feluri. În Suceava, pentru munca din gospodărie se folosește adesea cuvântul *curățenie*. Alt termen este *îngrijire*, care poate să însemne că ai grijă de familie, de casă sau de propria persoană. În timp ce termenii „curățenie” și „îngrijire” sunt adesea folosiți pentru descrierea casei, tot ce este dincolo de ușa de la intrare este descris ca fiind *murdar*. Se spune că străzile sunt mai murdare decât în Vest, chiar dacă vezi adesea indivizi cu uniforme oranj măturându-le. Afacerile și politica din România sunt descrise ca fiind de asemenea murdare, provocând repulsie și în același timp făcând aluzie la curățenia instituțiilor publice din Vest.

În Suceava, nu poți să nu remarci (în)semnele curățeniei, în parte din cauza muncii de întreținere cerute de varietatea lucrurilor de lână și textilelor din casă. Iar curățenia nu se măsoară în cantitățile de săpun vândute la magazin. În oraș, unul dintre zgomotele cele mai puternice este făcut de bătutul covoarelor la bara metalică special construită, peste care covoarele sunt întinse de la prima oră a dimineții. Uneori, covoarele sunt scuturate de la balcon, făcând un zgomot înăbușit, recunoscut după izbitura acestora de peretele exterior al blocurilor. La geamuri și la balcoane găsești adesea sârmă întinsă pentru uscat rufe. Chiar

dacă arhitecții socialiști au proiectat și au construit uscătorii în bloc, majoritatea femeilor nu lasă rufele la uscat aici, de teamă să nu fie furate. Așa se face că, atunci când vremea este frumoasă, blocurile mari și gri se înveselesc cu coloritul viu al rufelor scoase la uscat.

În casă trebuie făcut curat atât în așteptarea musafirilor, cât și după plecarea lor. De asemenea, în anumite perioade ale anului, mai ales de sărbători, când trebuie să primești vizite. Curățenia de primăvară se face înaintea Paștelui, în timpul Postului Mare, când și oamenii se purifică printr-un regim vegetarian strict. Familii întregi nu doar bat covoarele și șterg praful, dar trebuie de asemenea să renoveze casa. Mobila și instalația sanitară trebuie reparate. Tot acum se rearanjează mobila și unii chiar zugrăvesc – totuși, nu la fel de mult ca la sat, unde camere întregi sunt zugrăvite anual. Casa trebuie să fie curată și pentru petrecerile de Crăciun, sărbătoare care este de asemenea precedată de o perioadă de post. Acum, covoarele sunt bătute mai curând pe zăpadă decât la bară.

În practică, orice perioadă a anului e bună pentru curățenie. Sosirea verii aduce curățenia de vară, iar toamna aduce curățenia de toamnă. Orice zi a săptămânii e potrivită pentru curățenia săptămânală. Actul de curățare a locuinței poate fi un eveniment de grup cathartic, epuizând atât fizic, cât și emoțional. Munca impusă de bătutul unui covor nu poate fi depusă de o singură persoană, dacă ne gândim la câte implică. Trebuie mai întâi mutate anumite piese grele de mobilier, apoi trebuie strânse sul covoarele și preșurile. După care aceste lucruri grele trebuie transportate pe scările înguste și cotite ale blocului. Urmează ridicarea și întinderea lor pe bara metalică, bătutul lor încontinuu, cât mai mult timp, probabil acoperindu-ți ochii din cauza prafului, și, la final, reiei întregul proces. Deoarece spațiul unui apartament normal este destul de mic, curățenia și renovările trebuie să se facă, în mod ideal, repede, ca să ai unde să stai, mai ales că trebuie să muți mobila. Pentru curățenia generală este recrutată toată lumea din casă, indiferent de vârstă. Uneori, rude de la țară, nași și cumetri sunt chemați în ajutor. Munca este adesea acompaniată de schimburi de replici tăioase, de bancuri și vorbe sarcastice, care par, pe de o parte, să aducă un soi de iritare nădușită, iar pe de altă parte, să păstreze entuziasmul pentru terminarea treburilor. Niște prieteni ai mei, familia Tilea, au hotărât să renoveze casa cu ocazia curățeniei de primăvară. Mama doamnei Tilea a venit de la țară să ajute. Când am trecut pe la ei crezând în mod naiv că pot da o mână de ajutor, i-am găsit pe toți cu fețele roșii, certându-se în timp ce încercau să mute biblioteca (un corp de mobilă care avea vreo 4 metri lungime). Nemulțumiri mai vechi și chestiuni personale erau expuse cu voce tare, amestecate cu îndemnuri de a ridica, de a lăsa jos, de a muta înapoi sau înainte, de a face așa sau invers. Păreau că, dacă nu s-ar fi luptat cu biblioteca, cei trei s-ar fi luat la bătaie între ei. Lăsând totul la o parte, rezultatul a fost o cameră retapetată minunat, într-o culoare ivorie elegantă și noi sisteme de iluminat.

Dacă o familie nu reușește să întrețină locuința așa cum trebuie, acest lucru devine vizibil când primește oaspeți. Îmi amintesc că am fost invitat în vizită la o familie unde am avut parte de o atmosferă destul de ciudată, datorată pur și simplu

faptului că anumite piese de mobilier stăteau să se dezmembreze. Din scaunul pe care stăteam au căzut câteva bare de sprijin, de la spate. Din sertarul din care au scos un album foto de familie, s-a desprins încet partea din față, care a alunecat pe covor. Mici dezastre ca acestea pot atinge reputația familiei-gazdă, intrând în sarcina bărbatului familiei să facă reparațiile necesare. Gazda mea s-a apucat să repare micile stricăciuni înjurând înfundat. În Marea Britanie, astfel de mici dezastre par normale și nu surprind pe nimeni, în timp ce în România, unde primitul vizitelor și întreținutul oaspeților fac parte dintr-un ritual, o formă de artă, aceste evenimente neprevăzute pot fi interpretate ca semne. Ele nu ar trebui să se întâmple și, atunci când apar, pot fi interpretate ca un semn al unor probleme gospodărești nemărturisite.

Experiența și practica curățeniei în Suceava sunt rezultatul unei istorii lungi, însoțite de schimbări survenite în mediul înconjurător material. La începutul secolului XX, Suceava avea o populație de aproximativ 17.000 de locuitori, dintre care foarte mulți evrei și germani. Era pe atunci un oraș la granița Imperiului Austro-Ungar. Pe lângă gospodăriile cu multe acareturi specifice stilului tradițional moldovenesc, existau de asemenea forme arhitecturale monumentale. Avea biserici și mănăstiri construite în secolul al XVI-lea, atunci când Suceava fusese capitala regală a Moldovei. Centrul era străbătut de străzi cu magazine și cu balcoane deasupra. După Primul Război Mondial, odată cu destrămarea Imperiului Austro-Ungar, orașul a devenit parte a României. Mai târziu, în timpul socialismului, orașul a fost refăcut complet, primind o nouă formă. Majoritatea caselor vechi au fost în mod progresiv demolate și în locul lor au fost ridicate blocuri. În partea de jos a orașului au fost construite fabrici. Migrația internă a fost încurajată pentru că asigura forță de muncă. Satele apropiate au fost transformate în suburbii, iar gospodăriile lor cu grădini au fost înlocuite de blocuri. Până în 1989, populația Sucevei a ajuns la 120.000 de locuitori. Dintre aceștia, foarte puțini au trăit în Suceava înainte de socialism. Majoritatea sunt născuți la sat ori au părinți la sat. Bunicii lor cu siguranță locuiesc în mediul rural, dacă ne gândim și la faptul că mulți pensionari se mută la sat ca să se ocupe de agricultură. Chiar și cei care sunt născuți în Suceava au copilărit la țară, la bunici, înainte de a merge la școală. Astfel, de la vârste fragede, oamenii sunt familiarizați și socializați atât în cadrul arhitecturii sătești, cât și în cadrul apartamentului urban.

Casele din mediul rural sunt considerate a fi mai autentice românești decât blocurile de la oraș (vezi Kligman, 1988). În oraș, deși apartamentele sunt din multe puncte de vedere moderne și considerate, datorită unor facilități precum cablul TV sau instalațiile sanitare, ca fiind opusul vieții tradiționale, tradiția persistă totuși la nivelul unor obiecte. Abundența de ștergare și perdele este un exemplu. Acest gen de materiale textile alcătuiesc în mod tradițional zestrea fetelor. Prosoapele și alte șervete cu broderii manuale joacă un rol important în ritualurile funerare și nupțiale (Kligman, 1988). Fețele de masă croșetate și mileurile din vitrine sunt în general lucrate de femeile din gospodărie. Multe femei au învățat să croșeteze din adolescență, când trăiau la țară. Am cunoscut trei femei care pe toată perioada primei sarcini au lucrat la croșetă câte o față de