

Maramureș: tradiție în practica turistică

Sonia Hristescu

Universitatea București

Articolul va încerca să scoată în evidență modul în care elementele materiale ale culturii din Maramureș, însușite de către o parte a țăranilor, sunt încărcate de sens și transformate în simboluri oferite apoi turiștilor în regiunea respectivă. În această cercetare, m-am străduit să înțeleg care dintre elementele de identitate familială sunt utilizate manifestările publice, adică în fața vizitatorilor, trecând prin articularea practicilor turistice în mediul rural. Pentru a răspunde într-o manieră satisfăcătoare la această chestiune, a fost necesară o imersiune etnografică însoțită de o analiză fină și detaliată a acestui gen de turism. Metoda a fost indispensabilă pentru a înțelege alegerile care stau la baza acestei practici, ca și orientările sătenilor maramureșeni către o activitate sau alta în practica turistică. Strângerea datelor empirice a fost urmată de analiza unora dintre semnele intenționat afișate pentru turiști : de la obiectele expuse privirii lor, la costumul popular, respectiv la gastronomia locală – tot atâtea „mesaje” destinate uzului în timpul vizitei turiștilor într-o comunitate sătească din Maramureș (satul Botiza).

Această cercetare își trage substanța dintr-o anchetă pe care am realizat-o într-un sat din Maramureș, în legătură cu practicile locuitorilor din această regiune situată în nordul României. După căderea zidului Berlinului și, odată cu acesta, a regimului comunist sovietic, în România anilor '90, asistăm la apariția turismului rural alături de practici obișnuite, cum ar fi : agricultura, creșterea animalelor sau munca în exploatarea subterane sau forestiere. Fiind practică într-o mai mică măsură față de perioada dinaintea de Revoluția română din decembrie 1989, practica turistică în mediul rural, ca activitate economică, a devenit o sursă secundară de venit pentru o parte din locuitorii Maramureșului.

Fenomenul turismului reprezintă obiectul meu de studiu și apare drept un domeniu

de interes major pentru a putea califica intrarea în turism a ruralului, prin formele materiale ale culturii¹ maramureșene. Pentru a pune în evidență și a extrage din realitatea observată logica de acțiune și sistemul de gândire al subiecților analizați, ne-am oprit asupra satului Botiza, situat în regiunea Maramureș. Cercetarea etnografică întreprinsă a fost însoțită de o tehnică aparte, și anume, observația activă a practicilor legate de turism, metodă care mi-a permis să redirecționez ancheta într-o manieră continuă și să țin cont de problemele întâlnite pe teren. La aceasta se adaugă o abordare interpretativă ce pune în evidență și îmi permite să analizez reprezentările pe care țăranii și le fac în legătură cu ei înșiși în fața turiștilor. De asemenea, am utilizat metoda comparativă

și interviul semistrukturat, care mi-au permis o abordare calitativă a celor care au o „întreprindere turistică”, dar și a celorlalte categorii, care nu practică turismul rural.

Printre locuitorii satului Botiza, există o categorie de țărani care se ocupă cu practica turismului: găzduirea turiștilor în pensiuni și realizarea unor programe diverse cu turiștii (vizita caselor vechi din lemn, plimbarea în căruță sau în sanie prin sat, participarea la sărbători etc.). Această categorie de săteni care primesc turiști este în general reprezentată de tineri care pot suporta cheltuielile legate de practica turistică, având, bineînțeles, ajutorul părinților care sunt la pensie sau al rudelor plecate să muncească în străinătate. La început, doar câteva grupuri domestice ale căror case ofereau confortul dorit au putut să primească turiști. Apoi, cei care în timpul regimului comunist au avut un anumit statut social, cum ar fi notabilii satului (preotul, învățătorul, primarul, alți funcționari), și, grație acestui statut, mai mulți bani decât majoritatea locuitorilor din Botiza, cărora li s-au alăturat cei care exploatau lemn sau cei care realizau venituri în străinătate au construit case speciale pentru turiști, mărinđ astfel numărul pensiunilor. Evident, ceilalți, fără venit sau având doar ajutorul pentru șomaj ori salariul de la mină, nu au putut înființa o afacere de acest tip. Astfel, turismul apare drept practica unei anumite categorii, a oamenilor înstăriți din sat care au ales să facă turism și, în aceste condiții, să-și transforme locuința, nu numai pentru a răspunde așteptărilor turiștilor, ci și pentru a satisface o nevoie proprie de consum, căci „locuitorii acestei regiuni minunate, dorind să se alinieze la beneficiile modernității, construiesc plini de elan case cu două etaje, din beton sau din cărămidă” (Gail, Kligman, 1998, 195).

În aceste condiții, ne dăm seama că introducerea practicii turismului în mediul rural din Maramureș a avut anumite costuri, marcând, mai profund decât în perioada anterioară, o stratificare socială în interiorul comunității sătești din Botiza și, în același timp, apariția unei noi categorii de săteni pe care am putea-o numi „noui țărani”².

Observăm că schimbarea se raportează nu numai la habitat, transformat în principal pentru primirea de turiști, ci în egală măsură și la modul de acțiune al noilor țărani ca actori principali ai practicii turistice. Astfel, ei își controlează într-o așa măsură acțiunile, încât ajung să se considere și să se prezinte ca fiind diferiți de vizitatorii lor. Această modalitate de a se construi antrenează o logică de reprezentare nu numai în practici, ci și în discurs. În ciuda faptului că noii țărani construiesc case după modelul occidental, ei se consideră inferiori vizitatorilor, pe care îi desemnează în adunare prin *domn*, *domnucă*, în timp ce ei sunt *țărani care vorbesc după moda țărănească*, ceea ce îi face asemănători celorlalți săteni. În consecință, contactul cu turiștii români și străini a transformat profund viața sătenilor din Botiza. Acest lucru i-a determinat pe săteni să gândească relația lor cu exteriorul, indiferent că este vorba de exteriorul regiunii sau de cel al țării lor. Din această cauză, pentru analiza de față, este important să percepem tranzațiile dintre indivizi: turiștii și sătenii din Botiza, reprezentați de noii țărani, dar și de ceilalți locuitori ai satului care, deși nu găzduiesc turiști, nu pot rămâne în afara acestui fenomen.

Scurtă incursiune în istoria satelor românești din Maramureș

Ajunși în acest punct, ne întrebăm cum a luat naștere turismul în regiunea Maramureș și care este suportul acestei practici, altfel spus, cum au reușit locuitorii din Maramureș să-i seducă pe turiști?

Dezvoltarea turismului în regiune nu este rezultatul inițiativei țăranilor, ci mai degrabă o decizie etatică, întrucât pentru domeniul turismului rural și-au arătat interesul după 1989 Ministerul Turismului și chiar Guvernul României. Ca urmare, au fost promulgate Legea nr. 145/1994 cu privire la facilitățile de dezvoltare a sistemului turismului rural în regiunea muntoasă (în primii zece ani de practică turistică „țăranii” fiind scutiți de obligația de a plăti impozit), precum și Ordinul Ministerului Turismului nr. 20/1995 cu privire la normele și criteriile de clasificare a pensiunilor și fermelor agroturistice. Acțiunile Ministerului Român de Turism au fost însoțite de implementarea în regiune a două organisme: OSR (Operațiunea Satele Românești) și ANTREC (Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural). Obiectivele acestor două asociații erau de a crește calitatea turismului rural în România până la nivelul occidental, formarea sătenilor, schimbul de experiență, editarea de buletine de informare și de reviste, realizarea de campanii publicitare pentru satele românești, participarea la târguri și la expoziții, dezvoltarea de proiecte în agricultură, comercializarea de produse agricole etc. Aceste organisme au realizat pagini pe Internet și au promovat o campanie de informare în străinătate. La toate aceste elemente putem adăuga și publicarea pe Internet a albumelor foto realizate de către turiști, care s-au focalizat

pe prezentarea mănăstirilor, a sărbătorilor tradiționale sau a oamenilor îmbrăcați în costume populare. Toate acestea sunt „semne” care creează o anumită imagine, considerată drept reprezentativă pentru o anumită regiune. Pentru acest motiv, țăranii au profitat de ajutorul agențiilor, bineînțeles, plătind un anumit procent din profitul lor. În ceea ce privește cele două organisme, OSR și ANTREC, acestea au fost într-o permanentă concurență în regiunea maramureșeană, luptând pentru a include o casă sau alta în rețeaua lor sau pentru a atrage altele. Mai târziu, când țăranii au învățat regulile cu privire la practica turistică, reușind să-și fidelizeze clientela, au încetat să mai recurgă la ajutorul acestor organisme, continuând să primească turiști la ei acasă, prin filiera proprie. De data aceasta, „noii țărani” au devenit șefii propriilor „întreprinderi” turistice, singurii care se ocupă de managementul pe care îl presupune practica turistică în mediul rural.

Mai mult decât celelalte regiuni din România, Maramureșul a conservat trăsături identitare tradiționale, mai ales în privința construcției habitatului. Mă refer aici la casele din lemn cu una sau două camere, cu porți mari, tot din lemn, ornate cu diverse motive: polimorfe, zoomorfe sau antropomorfe³.

Pentru a-i atrage pe turiști, țăranii au recurs la ceea ce le era la îndemână, promovând imaginea folclorică a regiunii. La inițiativa celor două organisme, ei au realizat pe Internet pagini de prezentare a pensiunilor turistice, vorbind despre „case armonios integrate în peisaj” ori prezentând tineri sau tinere care se întâlnesc pentru clacă sau șezătoare, realități dispărute deja de mult timp. Recăștigarea interesului pentru tot ceea ce este considerat tradițional se dovedește a fi în același

timp o modalitate de a stimula imaginația celui care nu a vizitat niciodată regiunea. Mai târziu, când turistul a fost găzduit într-una din pensiunile turistice, „noii țărani” au utilizat elementele materiale ale culturii din regiune, pe care „le-au pus în scenă” în fața turiștilor. Considerând că „România este o țară în care mediul natural și modul de viață la sate sunt mai apropiate de imaginea tradițională pe care am conservat-o în Europa Occidentală” (Ureche, 1997), „noii țărani” au început „să se arate celorlalți”, turiștilor, așa cum erau ei cândva.

În consecință, imaginea Maramureșului ca spațiu idilic, păstrată de tradiție, și a sătenilor săi îmbrăcați în costumul tradițional a fost creată sub diferite forme de către cei mai mulți actori ai lumii rurale : de la acțiunea celor două organisme etatice până la cea a țăranilor.

Tradiția devine în practica turistică suportul acestei imagini imobile, fixe, idilice a satului românesc care este avansată și „vehiculată” în fața turiștilor, în special de către săteni. Dar ne întrebăm : de ce turismul a determinat reactualizarea anumitor forme „endogene de loc și de folclor” (Marié, 2004, 91) considerate drept mărci identitare ale satului Botiza? Tocmai din cauza faptului că anumite practici au fost „șterse” în perioada comunistă. În raport cu perioada menționată, practica turismului se dovedește a fi în prezent o manieră de a le arăta turiștilor ceea ce țăranii au fost cândva, aceasta ca replică la ceea ce le-a fost impus din exterior. În opinia cercetătoarei Marianne Mesnil, în România, „satul-idee al lui Blaga reappare, poate, în parte, ca reacție a ceea ce a constituit negația cea mai radicală a agro-orășelor lui Ceaușescu”. (Mesnil, 1997, 136) În mod evident, în acest caz nu este vorba de o supraviețuire, ci mai degrabă de

reactualizarea unor fragmente de tradiție, mai ales pentru că țăranii au înțeles că renașterea imaginii acestui „sat-idee”⁴ de care vorbeau filosoful Blaga, ca și antropologul Marianne Mesnil este singura modalitate de a-i determina pe turiști să vină în regiunea maramureșeană, o regiune, după spusele țăranilor, săracă în puncte de atracție turistică. Este vorba despre reactualizare sau despre „tradiție reinventată”, căci „multe dintre trăsăturile culturale percepute drept emblematice și fixate în timp sunt recente invenții sau reinvenții”. (Mesnil, *op. cit.*, 136)

Pe de altă parte, nu trebuie să considerăm tradiția ca și cum ar fi încremenită. Din contră, „cultura populară se adaptează în mod continuu la ceea ce este nou”. (Constantinescu, 2001, 18) Este imposibil să percepem această cultură ca pe ceva care este dat pentru eternitate, ca pe un bloc de cunoștințe, experiențe, comportamente, mentalități, forme de artă care traversează impenetrabil epocile istorice, timpul și, câteodată, spațiul. Oricât de granitic ar fi, acest bloc se lasă pătruns de picături de ploaie, se lasă lustruit de vânt, fisurat de râulețe de apă subterană, spart ici-colo de pietricelele întâlnite în calea sa.” (Constantinescu, *op. cit.*, 18-21) În aceste condiții, trebuie să luăm în considerare faptul că tradiția conține devenirea și înglobează trecutul, pe care îl remodelează în prezent.

Considerând că „tradițiile inventate” reconciliază „schimbarea și inovația lumii moderne cu tentativele de a menține neschimbată cel puțin o parte a vieții sociale a acestei lumi” (Kligman, *op. cit.*, 198), se înțelege că această analiză devine un mod privilegiat de a înțelege natura folosirii tradiției în contextul unui gen de turism aparte, dezvoltat într-un context economic, politic și social special.

În rândurile care urmează, voi arăta cum „implicarea în turism” a societății maramureșene trece prin comercializarea științei populare a țăranilor din Maramureș, cunoștințe percepute ca mărci identitare. În realitate, trăsăturile distinctive ale regiunii Maramureș, ca factor identitar reprezentativ al țăranilor din Botiza, devin în cadrul practicii turistice un fel de marfă utilizată de către săteni în fața turiștilor, un fel de „tradiție afișată ca într-o vitrină” și, în felul acesta, utilizată pentru a-i atrage; „noii țărani” rejoacă un fragment de tradiție și îi determină, în egală măsură, și pe turiști să o joace, adaptând acest fragment la societatea actuală, pentru că „tradiția nu înseamnă reproducerea în mod identic, ca o copie, a unei mobile vechi; ea este reinventarea trecutului prin actualizare, selecție, interpretare și ajustare la contextul tehnic, economic și profesional. Din contră, departe de a fi încremenită, ea se înscrie într-o dinamică ce articulează, în aceeași mișcare, mobilizarea trecutului și inovația”. (Letalier, 1977, 16)

Urmând ideea expusă mai sus, îmi articulez demonstrația în jurul afirmației că elementele materiale ale tradiției sunt „puse în mișcare” pentru a satisface așteptările turiștilor, „noii țărani” adaptându-le contextului practicii turistice.

Într-adevăr, întâlnirea dintre săteni și turiști o percep drept un eveniment care suscită proximitatea între indivizi de origini diferite, între două forme de gândire care nu se aseamănă. Este vorba în acest caz de o confruntare și, în același timp, de o apropiere între indivizi care nu se cunosc. Prezența turiștilor în societatea sătească din Maramureș marchează o ruptură în derularea normală a lucrurilor. Această ruptură în viața cotidiană a sătenilor determină reamenajarea modului lor de a fi, de a gândi sau de a acționa. Implicarea

în turism a satului Botiza „transformă” societatea din interior, iar turiștii participă ei înșiși la această cultură a locuitorilor.

Manierele de a pune în scenă specificitatea țăranilor sunt multiple, trecând prin punerea în scenă a „elementelor culturale”: obiecte, îmbrăcăminte, bucătărie locală, ce sunt convertite în atracție turistică. Cultura, ca marcă identitară, este transformată în „capital” care este exploatat, devenind un fel de obiect de uz în mâna sătenilor. Cultura este marketizată sau expusă drept patrimoniu, în funcție de context. Fiind conștienți de valorile pe care le posedă prin obiectele, hainele, bucătăria care le sunt proprii, diferențindu-se de alte regiuni istorice ale României, țăranii din Botiza le-au investit cu sens și le-au inclus într-un proces de semnificație și de reprezentare care să „vorbească” în fața turiștilor despre identitatea lor. Țăranii valorizează cultura lor populară, patrimoniul, și se pun în scenă mobilizând „cultura materială” – habitat, artizanat, bucătărie – în așa măsură încât avem impresia că ne aflăm într-un muzeu etnografic. Analiza care urmează va fi consacrată descrierii obiectelor, hainelor și bucătăriei, tot atâtea semne de identitate pe care noii țărani din Botiza le utilizează în fața turiștilor.

Lumea obiectelor domestice

Făcând o analiză a obiectelor domestice putem înțelege care sunt semnificația și valoarea lor socială comparând situațiile în care acestea pot apărea. Sunt obiecte care „se pot încărcă sau descărca de sens” (Bonnot, 2004, 161), în funcție de proprietarul lor – în special cel care deschide pensiuni turistice –, de un alt sătean din Botiza sau chiar de turist, dar și în funcție de valoarea care le este acordată.

Sunt obiecte care pot intra în procesul de construire a patrimoniului colectiv al sătenilor din Botiza. Grație valorii lor de martor al științei populare și al reprezentărilor sociale și simbolice, aceste obiecte pot servi drept mediator care facilitează instaurarea comunicării în interacțiunea dintre săteni și turiști.

În continuare voi arăta cum alegerea obiectelor mobilizate în întâlnirea cu turistul relevă folosirea tradiției, care este selectată, construită, exploatată, fiind expusă în mod special de către actorii rurali.

Expoziție de obiecte și țesături

Considerând că „obiectul ia parte la viața socială; el este parte integrantă din cotidian și, din această cauză, fiind impregnat cu social, este un instrument de investigație pentru cercetător” (Garabuau-Moussaoui, 2000, 11), m-am oprit asupra descrierii obiectelor care sunt utilizate de către „noii țărani” în fața turiștilor. Fie că este vorba despre obiecte atârinate pe perete, cum ar fi icoanele, prosoapele cusute de mână, farfuriile din ceramică, despre obiectele dispuse pe pat, cum ar fi cuvertura din lână sau cearșaful lucrat de femei la războiul despre țesut sau de alte obiecte utilizate drept elemente de ornament în combinație cu vestimentația modernă, cum ar fi trăistuțele din lână vopsite în culori vegetale, în toate aceste cazuri vorbim despre elemente care constituie identitatea regională a unei comunități, comunitatea sătească din Botiza, despre elemente care aparțin patrimoniului. Iată ce povestește Ilișca Giurgiu⁵ cu privire la ornamentul casei sale în anii '70: „Ș-apăi să pune lipideu d-acelea, să pune covor țesut așa cu vegetal, țesut așa cu farburi, așa de demult, culori d-alea, așa să zice: fărbut. Am avut, am avut pă jos când o fo tânără. Că nu era covoare persane, nici dă iută nu

era încă covoare. Că eu am vrut așa să arănjez frumos și pă jos, unde am stat că am avut două camere: bucătorie mare, coridor mare, mare, baie și cămară. Mare casă! Eu mi-am fărbut două covoare la mama, Dumnezeu s-o ierte! Tare frumos fărbutia, vopsea, dar eu vă spun pe țărănește, cum grăim noi. (...) Și-am țesut draperii la geamuri. Atunci așa era țărănește, nu era chiar așa domnește, da mie așa mi-o plăcut!”.

Aceste țesături cu care se obișnuia să se ornameze casa tradițională maramureșeană și pe care le putem identifica în discursul Ilișcăi Giurgiu – covoarele sau draperiile țesute în culori vegetale – sunt simbolul unei științe populare transmise din generație în generație și, în același timp, elemente prin intermediul cărora femeia se consideră că aparținând comunității țărănești. Toate aceste țesături care se găsesc expuse în majoritatea caselor din satul Botiza, alături de alte obiecte cu valoare testimonială, par să fie expresia conștientizării unei specificități regionale. În aceste condiții, țesăturile pot avea o *valoare de ornament* în casa locuitorului din Botiza, care le atârna pe pereți pentru a-și împodobi locuința. Aceleași obiecte pot dobândi în același timp o *valoare culturală* atunci când mediul este special creat pentru vizitator în casa noului țăran și, mai ales, atunci când turistul le acordă importanță, interogându-se asupra originii și semnificației acestor obiecte, deci investindu-le cu sens.

Pentru ca turiștii să ajungă să dea sens acestor obiecte, noii țărani practicând turismul rural le-au inclus, în manieră conștientă, într-un proiect de reprezentare a identității lor, a apartenenței lor la comunitatea din Botiza: ei le fac să fie vizibile ochiului străin constituind (sau având intenția de a o face pe viitor) în

casele lor un fel de expoziții cu obiecte tradiționale. Obiectele domestice devin, în acest fel, mărfuri expuse ca într-o vitrină. Din momentul în care acestea fac parte dintr-un spațiu construit în mod special pentru prezența turiștilor, putem vorbi despre identitatea noului țăran ca despre o construcție.

Atenți să satisfacă așteptările oricărui turist și, în același timp, interesați să-și pună în evidență identitatea de membri ai comunității din Botiza, noii țărani și-au propus să amenajeze în casa destinată să primească turiști o cameră după moda țărănească: „Noi vrem amu și sus să terminăm trei camere. Și una, așa mi-am programat cu nora, cu Florica, să o facem țărănește. Facem rudă [țesătura pe care țărani o atârnă pe pereți], punem o cergă [cuvertura], covor, pernuță, așa, da, din bătrâni, talgere [obiecte din ceramică], șterguri, dar noi zicem, cum să vă spun ca să înțelegeți? Prosoape... Pentru ca turiștii să aibă ce vede. Să le fie pe placul lor. [Turiștii] vin să vadă și căși tradiționale, și d-astea [case moderne]. Și care le-a plăcea stă jos, care le-a plăcea or sta sus la căsuța de lemn și îmbrăcat țărănește frumos, cum le-ar dori sufletul la fiecare”⁶. Țărani au păstrat în casele lor elemente care trimit la știința lor populară, la care au adăugat altele moderne: „Vrem acuma, dacă Dumnezeu Sfântu ne-o ajuta, vrem să demolăm acolo bucătăriuca, să o spargem, tăț, și să facem altă bucătăriuca mai mare și spațioasă și o cămăruță acolo să ne băgăm noi tăte și o sală de servit acolo masa pentru turiști. Să fie lambriată, nu tencuită așa, cu lambriuri frumos. Ș-apăi așa vrem să facem o sală de măsucă frumoasă, ș-acolo să punem ștergurele, carpetucă... țărănește, cum o să le fie drag. Cu băiță, așa, cu duș”⁷.

Interpretând aceste aspecte, intuim un veritabil proiect, bine gândit, realizat de cel care primește turiști. Înțelegem, de asemenea, că primirea turiștilor în pensiuni este o adevărată practică în sânul societății unde trăiesc actorii rurali. Același lucru și în privința manierelor în care vizitatorul este tratat de către gazda sa. Țărani se raportează tot timpul la trăsăturile semnificative ale comunității lor ca marcă identitară; de aceea, în cadrul acestei practici, tradiția primește o funcție nouă, aceea de marfă sau „demers”, un fel de mască pe care țăranul și-o pune cu ocazia unei vizite sau de vitrină pregătită pentru ochiul turistului. Am fi putut crede că primirea turiștilor în pensiunile maramureșene relevă o practică spontană. În realitate, ne dăm seama că, dincolo de aparenta lor spontaneitate, logicile de acțiune ale „noilor țărani”, ca și modalitățile de a relaționa cu celălalt, mai ales cu turistul, scot în evidență un fel de ritual⁸, fie că este vorba despre punerea în expoziție a obiectelor, fie că acestea trec prin discurs.

Prin practicile de valorizare pe care le folosesc, gazdele dau dovadă de o adevărată strategie profesională. Noii țărani știu care sunt motivele pentru care turiștii vizitează satul Botiza sau celelalte sate din Maramureș. Aceștia caută „autenticul”, lucrurile care nu se găsesc nicăieri în altă parte. După spusele unui turist, „ei nu vor să se obișnuiască cu nimic”. Pentru a scăpa de caracterul reconstruit sau reinventat al acestei puneri în vitrină, turistul caută să refacă alături de gazda sa parcursul acestei practici. Este motivul pentru care turiștii le cer gazdelor să le arate cum se țes sau se vopsesc țesăturile; uneori însăși gazda are astfel de inițiative, prezentându-le practici considerate ca fiind tradiționale. Este motivul în virtutea căruia turistul poate să se așeze în spatele

războiului de țesut, „refăcând” actul de a țese alături de gazda sa. Această „știință populară” transmisă turiștilor le creează acestora sentimentul de participare la o practică autentică, tradițională, pe care o trăiesc cu adevărat.

Dar ne dăm seama că, în realitate, este vorba despre o punere în scenă: contextul nu este unul autentic din cauza prezenței turiștilor, pentru care „noii țărani” construiesc un moment din viața lor considerat ca având loc în mod obișnuit. Gazdele recurg la această practică pentru „a crea” autenticitate. Aceste practici de expunere a „sinelui autentic” sunt valorizate de către consumatori, adică de către turiști. În aceste condiții, este evident că noii țărani se înscriu, printr-un astfel de proiect de expoziție, într-un demers de valorizare a propriei persoane de către ceilalți. Autenticitatea devine astfel o construcție socială la care participă în egală măsură țărani, ca producători de autenticitate, și turiștii, în calitate de consumatori.

Dincolo de repetarea fiecărei întâlniri cu turistul, este clar că noul țaran are o anumită modalitate de a se reprezenta și, în consecință, de a se pune în scenă în fața turistului, căutând o valorizare din partea vizitatorului său, o recunoaștere a specificității sale, a faptului că are o altă modalitate de a se prezenta când se află alături de familie sau de un alt locuitor al aceleiași regiuni. Demersurile sale de valorizare în fața turiștilor se înscriu în dorința de a arăta caracterul autentic al practicilor. Ansamblul de obiecte expuse se înscrie în această direcție.

Lucruri schimbate

Obiectele prin care „noii țărani” se prezintă în fața turiștilor ca aparținând comunității din Maramureș pot intra într-un proces de schimb, având o valoare de

schimb. Aceste obiecte pot lua în același timp forma darului.

În majoritatea cazurilor, femeile sunt cele care, găsindu-se mai tot timpul în compania turiștilor, primesc cadouri din partea acestora, ca semn de recunoaștere a comportamentului lor. Aceste cadouri pot fi obiecte cu care apoi femeile își decorează casa sau produse cosmetice: „D-apăi, străini d-aceia... o venit odată două autocare și-o fost o traducătoare d-asta și știau și limba lor și a noastră: Și noi tot mai vorbeam cu ele. Oh, ce m-o iubit... O datu-mă o cutie așa mare de cafea, o datu-mă țâgări bune, datu-mă o fundă și un șampon de păr. Of!, d-apăi zic! Domnucă, eu nu iau că mi-e rușine să le iau așa (fără a da ceva în schimb). Ce știu eu? Să le dau ceva. Și m-am dus și-am făcut niște «băcuicioare», trăistuțe d-acele, la noi să zic băcuiețe, și le-am făcut d-aiste țesute, cum umblă babele cu traiste, și le-am tăiat din casă, că aveam. Aveam tăiate bucăți și le-am făcut baie, le-am cusut și zic: hai n-am avut așa repede cusute d-astea vegetale. Oi, ce drag le-o fost... Atâta că n-o fost vegetale... Așa cu două culori numai o fo, așa cu alb și cu negru”⁹. În consecință, această modalitate de a schimba obiecte sau alte produse se menține în comunitatea respectivă, deși se produce la un alt nivel, depășind frontierele satului: „[Turiștii] ne dă telefoane, ne trimit... [lucruri diverse]. Și acum, Florica și Liviu o primit o scri-soare, le-o pus lumânărici d-ăstea micuțe, le-o pus un album d-ăla. O primit un pachet de la un austriac, cu un bibelou din acela frumos”¹⁰.

Darul dobândește o valoare simbolică prin „legătura socială” pe care o realizează. (Caillé, 2000, 126) În raport cu el, obiectul primit în schimb ar putea fi perceput ca un agent regulator al relației

care se stabilește între „noul țăran” și turistul, vizitatorul său. Caillé dădea definiția următoare pentru a explica darul: „Orice prestare de bun și servicii, efectuată fără garanție de întoarcere, în vederea de a crea, întreține sau recrea legătura socială între persoane. Răsplata nu este așteptată din partea niciunui dintre actori, dar a nu o aștepta nu înseamnă a nu aștepta absolut nimic, a acționa fără motivație, fără a viza ceva (...). Este vorba, pentru a vorbi în termenii lui Derrida, de a accepta o diferență”. (Caillé, 2000, 64) La rândul său, Erving Goffman, reluând conceptul lui Marcel Mauss cu privire la prestare, vorbea, în același timp de o contra-prestare, adică de „ritualuri minore realizate de către persoane, una în prezența celeilalte”. (Goffman, 1974, 74) El numește această ceremonie „schimb de confirmare”. În cazul nostru, în care turiștii și țărani schimbă obiecte, este clar că vorbim de o prestație și în același timp de o contra-prestare, în sensul lui Goffman.

Dar, pentru „noul țăran” și, în aceeași măsură, pentru turist, darul are o altă semnificație, mult mai importantă, ce depășește simplul act al schimbului care, de altfel, este destul de difuz, pentru că nu acesta este scopul prim al darului. Este adevărat că, pentru a exista în calitate de grup individualizat, trebuie să existe schimb, căci „imperativul de a schimba” de care vorbește Marcel Mauss în al său „Eseu despre dar” este cel care „fondează societatea” și, în plus, el stabilește comunicarea între două lumi culturale diferite. În acest raport de schimb între țăran și turist este simbolizat sentimentul de apartenență la comunitatea de țărani și la un teritoriu care îl fac pe „noul țăran” să se deosebească de persoanele străine cu care intră în contact.

Este cazul „noului țăran” care primește ceva material din partea vizitatorului

său: el acceptă darul și începe să îl utilizeze în casa sa. Pentru „noul țăran”, contează prea puțin dacă darul oferit de către turistul pe care l-a găzduit posedă o valoare materială ridicată. Pentru el, este important să obțină din partea vizitatorului său recunoașterea calității sejurului în casa țărănească, satisfacția unei „călătorii reușite”, în termenii lui Laurier Turgeon. De asemenea, putem remarca libertatea de a oferi, de a primi sau de a înapoia darul. Nimic nu-l constrânge sau obligă pe „noul țăran” să întoarcă darul primit. Într-adevăr, cadoul vine să întărească ideea de calitate a legăturii care s-a instaurat între „noul țăran” și vizitatorul său. Astfel, darul între străini, „această nouă față a relațiilor moderne, le permite străinilor să intre în legătură, fără a stabili însă relații interpersonale intime”¹¹.

În orice caz, fie că este vorba despre turist sau despre noul țăran, toate aceste persoane își dau seama de diferența pe care o elimină. Reluând expresia lui Martin de la Soudière „a vinde identitate înseamnă a vinde diferența”, am putea spune că a schimba obiecte identificatoare înseamnă a schimba diferența care ulterior este înglobată în sistemul de referință diferit de cel de origine. În consecință, nici unul dintre acești indivizi aflați în contact nu poate rămâne identic cu sine după ce a trecut prin această experiență. În realitate, este vorba, atât pentru „noul țăran”, cât și pentru turist, despre o veritabilă „călătorie inițiativă” prin această punere în scenă a identității sătești. Contactul direct cu o astfel de comunitate, cea din Botiza, îi permite călătorului să facă experiența explorării. Pentru unii turiști, prezentul poate dobândi valoarea unei surse de amintiri, ca modalitate de a plonja în trecut. Astfel, turistul ar putea să se regăsească mulțumită acestei imersiuni în trecut. După

spusele unui turist italian, găzduit în casa preotului din Botiza, atmosfera satelor din regiunea maramureșeană îi permite să revină în copilărie ca modalitate de a-și regăsi originea: „Eu sunt din Gorizia, aproape de Trieste. (...) Noi avem o țară industrializată, mai dezvoltată decât aceasta, și eu, personal, îmi regăsesc aici copilăria, pentru că bunicii mei erau originari din Slovenia, aproape de granița cu Italia, și, când eram mic, acolo era ca aici, doar că acum vreo 40 de ani: toaletele erau afară, mâncarea era preparată înăuntru – cum ar fi mămăliga –, toate acestea îmi amintesc perfect de ceea ce am trăit acolo. Din acest motiv, revin cu plăcere aici, pentru a retrăi o parte a copilăriei mele”. Acest turist este în mod evident încântat de lumea țărănească, cea care îi amintește de universul strămoșilor săi. Pentru el este vorba de o dublă mișcare, de expansiune și de explorare a propriei persoane, de o dedublare. Este vorba în primul rând de o explorare a satului, dar și a propriei identități prin universul țărănesc ce i se oferă. Această imersiune în trecut, în acest loc aparte, Maramureș, ales ca destinație de călătorie, îi permite, prin „gustarea” a tot ceea ce este tradițional, să facă experiența, în același timp, a celorlalți și a propriei persoane ca individualitate aparte.

Universul țăranilor din Maramureș este perceput de către majoritatea turiștilor ca fiind tradițional, un fel de „sat-idee” de care am amintit. Locuitorii înșiși sunt percepuți ca având un mod de viață și de gândire înapoiat în raport cu cel al turiștilor. Ei sunt percepuți ca persoane care mențin încă în bună stare tradițiile prin mijloacele de producție rudimentare. Turiștii ajung în regiune cu aceste idei preconcepute: ei construiesc imaginea Maramureșului cu ajutorul unor „semne de identificare” pe care le-au văzut undeva

sau despre care au auzit vorbindu-se: „Noi venim pentru tradiție (...). Am căutat pe Internet și am văzut că Maramureșul este tradițional... Imaginea Maramureșului este foarte apropiată de cea pe care am văzut-o la televizor”¹².

Dar țăranul însuși ar putea efectua o astfel de „călătorie” de construire a propriei persoane, căci întâlnirea cu turistul o vede ca pe un element organizator al experienței sale prezente și viitoare. Odată întâlnită alteritatea, valorile sale vor fi răvășite. În aceste condiții, putem considera, ca și Charles Tylor, că întâlnirea este „dubla deschidere a sinelui și a celuilalt, dubla recunoaștere a indivizilor în contact”. Întâlnirea dintre țăran și turist înseamnă confruntarea și, în același timp, apropierea reciprocă între indivizi ale căror valori nu se aseamănă. Este motivul pentru care „noii țărani” gândesc manierele lor de a se reprezenta și se includ într-un proces de punere în expoziție. Astfel se realizează un schimb de valori ce trece prin înțelepciunea și știința populară a țăranilor.

Să nu uităm însă că, în trecut, cadoul și schimbul de bunuri erau o caracteristică a societății din Botiza, o valoare împărtășită de către toți membrii comunității. Odată cu dezvoltarea acestei practici în regiune, raporturile dintre oameni s-au schimbat, mai ales între cei care primesc turiștii, aflați în permanentă concurență, așa spune chiar rivalitate. Acest lucru îi împiedică să aibă cu ceilalți săteni aceleași raporturi ca în trecut. Dacă în trecut bunurile erau schimbate între țărani, ca formă de întraajutorare, în prezent oamenii se gândesc doar la ei înșiși, la satisfacția lor personală și la acumularea de bunuri de consum. Circulația bunurilor între săteni s-a păstrat doar în momente ca înmormântarea sau căsătoria, la care fiecare

trebuie să participe cu câte ceva : „Eu vă spun : duceam varză murată la nuntă or la ’mormântare, când ai în vecini. Așa, no, s-adună fiecare, mai ales la ’mormântare, când moare în familia dumneavoastră, duc și eu la dumneavoastră, ș-am dus varză d-a noastră. (...) Două căpățâni am dus, amândouă le-o mâncat femeile cu gustarea ! ”¹³. Prin constituirea noilor forme de acțiune individuală, actorii, confrunțați cu latura economică, se gândesc mai degrabă la ei înșiși decât la propria lor comunitate. De aceea, darul este mai puțin rezervat comunității, fiind utilizat mai curând împreună de gazde și turiștii pe care acestea îi găzduiesc. De data aceasta, darul nu mai apare ca formă de întrajutorare, ci, cum am spus, ca formă de instituire a relației sociale între indivizi aparținând unor arii culturale diferite.

În acest nou context al practicii turistice, „obiectele își schimbă forma și sensul”. (Turgeon, 1996, 167) Oricare ar fi forma prin care un obiect, ca simbol al unei anumite culturi, intră în casa unui individ aparținând unei alte culturi, fie că este vorba despre „noul țaran” care primește de la vizitatorul său obiecte fie că este vorba despre turiștii care cumpără sau primesc ei înșiși obiecte ce fac parte din universul țaranilor din Maramureș, dincolo de valoarea de schimb pe care aceste obiecte o pot avea, ele își pot regăsi valoarea lor de origine, prin utilitatea ce li se atribuie în noua casă : „Tot ceea ce am cumpărat din Maramureș are o utilitate în casa noastră. Nimic nu este expus ca într-un muzeu : covoarele sunt pe jos, cuverturile pe pat”¹⁴.

Câteodată, obiecte și țesături care în comunitatea de origine posedau o valoare de ornament, transferate într-o cultură diferită, ar putea să-și schimbe valoarea. Acestea încep să facă parte din universul

cultural al turiștilor, în care sunt integrate. Prin urmare, este vorba despre încorporarea a ceva care, la început, era străin unuia dintre grupurile aflate în contact. Grație acestei apropiieri, obiectelor le va fi atribuită o valoare mai profundă decât cea deținută inițial : „În mai toate cazurile, ei [turiștii] primesc la plecare daruri pe care le păstrează cu sfințenie și [pauză de gândire] chiar m-am împrietenit eu cu o turistă venită din Anglia, care, primind un astfel de prosop [țărănesc], l-a înrămat ; sub această ramă și-a scris câteva impresii, și pentru ea acel tablou, ce și l-a făcut, valora mai mult ca alt lucru valoros ce-l avea în casă. Ei țin cu sfințenie la aceste lucruri”¹⁵. Sau : „Dintre turiștii care au fost la noi și cu care ne-am întâlnit în Franța, am văzut bucățile noastre de covorașe așezate la loc de cinste, pe un birou sau undeva la un loc la vedere, așa ca o comoară, o artă, undeva cât mai aproape de lucrurile cele mai valoroase ale lor”¹⁶. În cele din urmă, am putea afirma că, prin acest proces de reciprocitate și de mișcare continuă de la o cultură la alta, indivizii în contact se „hrănesc” reciproc cu alteritatea oferită de celălalt, apropiindu-și elemente culturale diferite. Am putea atunci afirma împreună cu Turgeon că „prin schimbul de obiecte și utilizarea acestora se manifestă dorința de apropiere și de cucerire a celuilalt.” (Turgeon, *op. cit.*, 167) Trecând de momentul de schimb și de reciprocitate al indivizilor aflați în contact, înțelegem că a păstra urmele acestui schimb, prin încadrarea unei bucăți de covor sau de prosop într-un tablou sau prin păstrarea oricărui alt obiect, se manifestă în același timp dorința de a conserva câteva urme de vitalitate „extrase” din alteritate. Jean-Loup Amselle considera că „orice cultură este traversată de un anumit număr de clivaje care oferă posibilitatea unui acord între segmente de cultură

diferite”. (Turgeon, *op. cit.*, 55-77) În acest caz, turismul este cel care favorizează existența unor clivaje în identitatea acestor indivizi diferiți din punct de vedere cultural, ceea ce permite schimburi și apropieri reciproce.

Obiectele între patrimonializare și comercializare

Patrimoniul este constituit de către bunurile materiale și imateriale moștenite de la străbuni care pot fixa memoria colectivă a unui grup social. El este „resursa simbolică” (André Micoud, 1992) ce exprimă o înrădăcinare în timp și spațiu. În același timp, patrimoniul este și „resursa semantică” pentru a elabora o reapropriere conjugată a teritoriului cu timpul care trece. (Poulot, 1998, 281)

Locuitorii satului Botiza acordă multă importanță patrimoniului pe care îl utilizează în vederea (re)poziționării în sânul societății lor. Obiectele pe care le patrimonializează, fie că este vorba despre obiecte din ceramică sau țesături pe care le atarnă pe pereți, acestea sunt tot atâtea semne percepute de către turiști drept manifestări ale identității țărănești. Angajându-se într-un proces de patrimonializare, țărani încearcă să-și recontextualizeze practicile tradiționale, gândind în acest mod relația lor cu exteriorul. Acest proces pune în evidență specificitatea culturală a sătenilor, care elaborează „imagini de identificare” (Augé, 1994, 107) pentru a se poziționa în fața turiștilor. Un astfel de loc de mediere este reprezentat de casa „noului țăran” în care sunt primiți turiștii, unde obiectele sunt patrimonializate în mod expres pentru aceștia.

Analizând procesul de patrimonializare și de comercializare, am constatat că acestea corespund transformării unui obiect patrimonial într-un obiect marșandizat.

Aceste procese au loc într-un context în care obiecte adesea pasive, de contemplație, devin agenți ai vieții culturale și chiar economice a noilor țărani. Beneficiind de atenția sporită a noilor țărani și, în același timp, de cea a turiștilor, obiectele „locale” se pot înscrie în noi circuite de comercializare, devenind „globale”. Pentru „noii țărani” din Botiza, patrimoniul nu poate fi luat în considerare în afara economiei, de aceea contactul lor cu turiștii pare a produce o formă de patrimonializare comercială. Ei patrimonializează obiectele așteptând ceva în schimb: o valoare adăugată atribuită obiectelor lor, în același timp culturală, socială, dar mai ales economică. Ei nu doresc să-și țină știința populară departe de circuitele economice moderne. Fie că este vorba despre sătenii care găzduiesc turiști, fie că este vorba despre o promovare colectivă, prin sărbătorile organizate în mod special pentru turiști, obiectele culturale din Maramureș expuse primesc o valoare simbolică deosebită, reflectând identitatea aparte a locuitorilor din Botiza, puternic ancorată în cultura lor populară. Aceste obiecte clarifică procesele de identitare ale „noilor țărani” care elaborează viitorul propriei comunități folosindu-se de trecut. Alegând obiectele care pot fi patrimonializate pentru a fi introduse apoi în practica turistică, ne dăm seama că patrimoniul este construit și că nu rămâne același în orice moment al istoriei: unele dintre aceste bunuri sunt transmise, altele nu. Din contră, actorii rurali aleg bunurile care pot fi patrimonializate și este posibil ca aceste bunuri să corespundă sau nu cu cele ale unei alte generații.

Identificând utilizările sociale ale patrimonializării culturii populare, Dominique Poulot constata că „aceste fenomene cunoscute în țările ex-socialiste se înscriu în anumite moduri de consum de masă, mai

ales în cadrul turismului, unde obiectele sunt comercializate” (Poulot, 1998), ceea ce este adevărat, dacă ne gândim că promovarea satului Botiza prin implicarea sa în turism trece printr-un proces de patrimonializare a obiectelor, transformate în semne purtătoare de sens. Într-adevăr, acest proces marchează o veritabilă „politică” patrimonială locală inițiată de către „noii țărani” alături de conducerea satului. Această politică este revelatoare pentru maniera în care indivizii vor să se pună în scenă, făcând apel la știința lor populară. Analiza procesului pune în lumină diferite moduri de apropiere și de manipulare de către actorii locali a patrimoniului, mobilizat pentru a răspunde cât mai bine așteptărilor turiștilor. Sătenii din Botiza sunt singurii în măsură să valorifice și să manipuleze materia primă a patrimoniului – instrumentele, locurile, știința populară etc. – și să reevalueze ceea ce poate sau nu să fie patrimonializat. Dar există o constrângere, căci raportul „noului sătean” cu teritoriul său trece, în egală măsură, prin privirea exterioară a celui alt, turistul, și, în aceeași măsură, a etnologului, care, nefiind deconectați de la realitatea socială, participă la acest proces de schimb: privirile lor nu pot fi *îndepărtate*¹⁷, căci este vorba despre indivizi ce au expectative și suscită întrebări asupra lumii rurale, pe care vor să o înțeleagă. Atunci, acest fenomen de transformare a obiectelor în patrimoniu ne ajută să înțelegem și să interpretăm în prezent transformările sociale care se petrec sub ochii noștri, mai precis modul cum prezentul este modelat de către trecut și cum această societate își asigură continuitatea prin schimbare și inovație, păstrând totuși o parte a practicilor tradiționale.

Procesele de patrimonializare îi determină pe țărani să-și reappropriate o parte a trecutului lor, despre care dau mărturie

în fața turiștilor. În afară de implicarea țărănilor, acest proces presupune și participarea altor actori: „Suntem, pentru a relua termenul lui Isac Chiva, într-o patrimonializare socială în care indivizii manipulează în egală măsură oamenii și ordinea socială”. (Poulot, *op. cit.*, 288) Statutul actorilor nu este niciodată fixat odată pentru totdeauna. Prin aceste dispozitive care încurajează întâlnirea, schimbul și confruntarea științei populare și a reprezentărilor, oamenii își însușesc dimensiunea socială a patrimoniului. Analiza strategiilor de valorizare a practicilor legate de turismul din mediul rural clarifică această idee: noii țărani îi invită pe turiști să devină actori în procesul de patrimonializare, încercând astfel să elaboreze referințe comune cu aceștia. Patrimoniul, fiind în esență interrelațional, este invocat pentru a reuni tradiția și modernitatea. Prin apropierea dimensiunii patrimoniale a obiectelor, prin primirea de turiști în pensiuni, „noii țărani” inventează o cultură turistică, ceva care se înscrie în cultura lor profesională. Prin obiectele tradiționale comercializate, „noii țărani” propun o viziune a „patrimoniului care scoate în evidență valoarea vernaculară a obiectelor” (Chevallier, 2000, 13) constituind mărturia unui trecut idealizat.

În concluzie, se pare că patrimoniul este ales de către țărăni actori și, în același timp, pare a fi apropiat social. Procesul de patrimonializare a obiectelor permite legitimarea științei populare împăământenite și transmise din generație în generație. Prin aceasta, „noii țărani” din Botiza conștientizează schimbarea marcată nu numai de interiorul caselor lor, ci și de întreaga comunitate, în ansamblul ei. De aceea ei își reappropriate trecutul și dau mărturie de el în fața turiștilor, căci, „prin aceste priviri diferite pe care grupurile sociale le aruncă asupra trecutului lor, numi

privire-patrimoniu, istorie sau memorie, important este să înțelegem că societatea se transformă” (Poulot, *op. cit.*, 281) Alegerea bunurilor de patrimonializat ne ajută să înțelegem că societatea se transformă și că ea însăși alege cum va fi determinat sistemul său de referință. În consecință, prin acest demers de patrimonializare „societatea pare a se observa. În definitiv, este vorba despre o societate care devine conștientă de ea însăși grație reactualizării culturii sale”. (Poulot, *op. cit.*, 292)

Costumul popular ca prezentare de sine și apropiere a alterității

Considerând că datorită vestimentației înțelegem care este apartenența unui individ la o anumită societate și, mai ales, că acesta nu acționează, în general, decât în sânul comunității sale și în raport cu propriul sistem de reprezentare, atenția mea s-a oprit asupra situațiilor în care poate să apară costumul tradițional. Identificând costumul tradițional, alături de obiecte, ca element revelator al identității utilizat de către gazde în fața turiștilor, mi s-a părut important să identific miza pe care el o are în practica turismului. Prin hainele tradiționale pe care nu le vedem decât în timpul sărbătorilor sau în momentul în care gazda le îmbracă în fața vizitatorului său, asistăm la o adevărată muncă de rememorare. Într-adevăr, ne dăm seama de emergența unui clivaj între o ordine depășită – trecutul sătenilor din Botiza, când aceste haine erau îmbrăcate în mod obișnuit de către țărani – și o nouă ordine, cea prezentă, aflată sub semnul schimbării. „Noii țărani” sunt conștienți de starea lor actuală, care nu este una „performantă” în fața turiștilor : ei își dau seama de degradarea tradiției când văd că, în ultimul timp, tinerii din satul lor și-au schimbat modul de a se îmbrăca sau chiar obiceiurile. Iată

mărturia unui sătean din Botiza, Giurgiu Ioan, în vârstă de 65 de ani : „Marea majoritate a țăranilor sunt îmbrăcați ca pe vremuri, mai ales de sărbători. Poartă suman, cioareci, cum le zicem la pantaloni, și opinci, dar tineretul, în special, nu se mai îmbracă cu haine tradiționale. (...) Începe să se piardă tradiția. Sunt persoane care au mers în străinătate și sunt și în prezent în străinătate și evadarea asta de la țară la oraș pentru tineret, asta a dus la nefolosirea portului tradițional”.

Totuși, degradarea tradiției nu le împiedică pe gazde să facă uz de costumele tradiționale în fața turiștilor, căci, în satul Botiza, practica de a se îmbrăca în costumul tradițional sau de a-l face pe vizitator să poarte acest costum este foarte frecventă. Astfel, „noii țărani” se îmbracă ei înșiși în costumul popular, prezentându-se astfel în fața turiștilor pe care i-au găzduit la ei acasă, sau chiar îi îmbracă pe turiști, fără a le ascunde faptul că, în mod obișnuit, nu mai recurg la aceste haine decât cu ocazia sărbătorilor. Înlocuirea costumului tradițional cu haine la modă se explică atât prin plecarea tinerilor pentru a studia la oraș, cât și prin plecarea rudelor pentru a munci în altă parte, uneori în străinătate.

În mod evident, costumul popular este un instrument privilegiat de identificare a „noilor țărani” ca membri ai unei anumite colectivități și, mai ales, ai unei anumite regiuni culturale din România, regiunea maramureșeană. El este, în egală măsură, un element care marchează autenticitatea. Dar, din momentul în care vorbim de autenticitate, nu putem oculta ideea unei inautenticități. Dându-ne seama de punerea în scenă a acestei practici și de caracterul său regizoral, înțelegem că este vorba despre o practică inautentică la care este supus turistul. Analizând aceste fenomene, Muriel Faure le numește „falsuri

autentice”, adică „locuri, obiecte, situații care, deși sunt false, reconstituite, (...) suscită emoții profunde și autentice.” (Muriel Faure, 2000, 150)

Prin această practică, turistul își caută „sinele”, chiar dacă este în mijlocul unei dialectici: autentic/inautentic. El poate extrage din această practică inautentică din cauza caracterului său reconstruit o plăcere veritabilă. „Vederea jeansilor dincolo de costumul tradițional îi întărește ideea că participă la un joc: viața văzută ca un carnaval, ca un circ, dar prea puțin contează dacă este jucată, important e să fie jucată bine. (...) Avem aici un alt exemplu de fals autentic în care turistul își dă seama de inautenticitatea celui alt, în căutarea propriului eu autentic.” (Muriel Faure, 2000, 150) Iată mărturia făcută pe 29 decembrie 2003 de către o tânără din Maramureș, Maria Bârsan, în vârstă de 23 de ani, în legătură cu motivele pentru care turiștii se îmbracă în costumul popular al locuitorilor acestei regiuni: „Ei simt oamenii. Nu vin neapărat cu gândul să se îmbrace în costumul popular, dar, văzându-i pe oameni [pe maramureșeni], văzându-i cum gândesc și văzându-le ospitalitatea sau modul de viață, cred că își doresc să afle mai multe despre acești oameni și vor să intre în pielea lor. (...) Cred că își doresc să afle mai multe lucruri despre noi, despre tradiții, și ei joacă așa un teatru, încât încearcă să gândească cum le-ar sta lor ca moroșeni și să gândească la fel ca ei”.

Dincolo de acest joc în care turistul este fie spectator, când își privește gazda îmbrăcată în hainele tradiționale, fie actor, când el însuși e îmbrăcat în aceste haine, turiștii sunt într-o asemenea măsură „domesticiți” de către gazda lor, încât avem impresia că ei nu se mai diferențiază de aceasta. Îmbrăcat de către turist, costumul tradițional găsește un alt simbol.

Turistul face parte dintr-o dialectică bine pusă la cale de către „noul țăran”: primul act al acestui joc de „domesticire” este acela de a se prezenta el însuși ca identitate în fața alterității, reprezentată de către străin, iar actul final este asimilarea completă a alterității. Turistul devine corp comun cu „noul țăran”, căruia îi poartă hainele, el devine „al nostru”: „Când am venit pentru prima oară aici, am făcut fotografii îmbrăcați în costumul tradițional; noi, cu părul nostru blond, semănăm atât de mult cu ei, încât nu ne deosebim de ei în fotografii. (...) De fapt, aici am venit vara și cunoșteam deja multe lucruri, am devenit apropiați ai casei, iar gazdele ne consideră rudele lor de la Constanța”¹⁸.

Asimilarea turistului, a celui care este *alter* în raport cu identitatea țărănească, nu se face direct: vizitatorul este integrat puțin câte puțin, mai întâi în casa gazdei sale, apoi prin hrana pe care o consumă și, în cele din urmă, prin hainele țărănești pe care le îmbracă fie și pentru câteva clipe. Turistul este asimilat cultural, el este socializat într-o asemenea măsură, încât devine, un membru al grupului domestic. Înainte de a-l îngloba în acest „noi” al comunității țărănești, țărani au fost nevoiți să trateze alteritatea, să o aproprie cultural și social, pentru a o face asemănătoare identității lor.

Se subînțelege că asimilarea turistului nu se face decât în momentul în care acesta a ajuns în punctul cel mai ridicat al socializării sale cu țăranul: de altfel, este imposibil ca acest lucru să se realizeze în alt moment al „călătoriei” sale. Acest punct este cel al sfârșitului unei treceri prin mai multe experiențe în sânul societății țărănești. Indiferent dacă este vorba despre experiențe culturale sau sociale, turistul este integrat în familia gazdei sale, își face prieteni printre oamenii din sat, participă la anumite munci efectuate de gazda sa ori la

anumite sărbători. Pentru a fi cu adevărat integrat în societatea țăranilor din Botiza, turistul a trebuit să cunoască profund societatea în care țăranul trăiește.

Acest lung proces de integrare și asimilare a turistului poate fi interpretat, de asemenea, ca o întărire a identității „noului țăran” pe alteritatea turistului și, în același timp, ca o reflexivitate a propriilor sale caracteristici în procesul asimilării turistului, care face ca „noul țăran” să se diferențieze de o altă persoană a aceleiași comunități.

Hrana : produs turistic sau proiect cultural ?

Analiza practicilor alimentare este interesantă, pentru că pune în evidență modalitatea prin care țăranii își utilizează știința tradițională pentru a-i seduce pe turiști. Ea relevă totodată modificările care se produc în universul domestic al „noilor țărani”, în natura produselor alimentare oferite turiștilor și a celor pe care le consumă ei înșiși.

Hrana – parte constitutivă a practicilor tradiționale țărănești

Nu putem vorbi despre hrană în sânul comunității din Botiza fără a face o scurtă călătorie în trecutul îndepărtat al locuitorilor săi. Printre mâncărurile cel mai frecvent consumate de către țărani se numărau mămăliga, linte și, câteodată, despre carnea, consumată mai ales de țăranii cei mai înstăriți care își permiteau să crească păsări și animale de curte : găini, găște, vaci sau porci, asigurându-și astfel o hrană destul de bogată și de diversificată.

Țăranii din Botiza au luat contact cu lumea urbană încă din perioada comunistă, prin intermediul „magazinelor” care aparțineau cooperativei de vânzare de bunuri. Ei au cunoscut alimente cum ar fi pâinea

(neagră, la început, căci abia prin anii '80 au început să consume pâine albă) sau uleiul vegetal. Magazinul socialist alimentar completa lipsa celorlalte alimente care ar fi trebuit să existe într-o casă, dar, pentru a beneficia de acestea, era nevoie de bani, care erau furnizați doar de un serviciu la stat. Insuficiența banilor a făcut ca țăranii să se îndrepte mai mult către autoconsum. Acest lucru nu a permis o generalizare prea mare a comercializării produselor alimentare, iar oamenii din sat au continuat să mănânce „mămăligă” sau „pâsat” cu ceapă sau cu slănină, în cazul celor care aveau animale. Iată ce povestesc două femei mai în vârstă cu privire la hrana care era adusă la „șezătoare”, practică de mult timp dispărută : „Fierbeam mălai atunci la șezătoare. Oh, ce mâncam cu sare, măicuță mamă ! Pă când meream acasă sara, no, meream pă la 11 așa, 12, mama făcea : De ce nu mâncați, tu, fete ? – O mâncat mălai și nu ne trebe, vezi de treabă ! ...Toate fetele aducea : una slănină, una mălai cu un pic de orez, da', mă tem că nici nu era orez atunci. – Nu, nu era. – Numai cu păsatu' gol, mălai măcinat, măscat, așa ca orezu', îl macini la moară și să făcea. Și-apoi, punem ceapă, slănină, oh, nu te durea stomacu', ni la fiară ! – Și-om mâncat linte. – De cele n-om apucat, că știi, o fost tata președinte (de asociație agricolă). Din 1944, atunci o fo, d-atuncia era. Ce făcea ? Numai la Paști și la Crăciun, atunci se făcea de grâu ; părinuca era neagră ! Aduceam grâu, îl măcinam, îl cerneam printr-o sătă mai groasă și așa era colacii cum era pâinea neagră, așa era colacii la noi”¹⁹.

Acest dialog scoate în evidență faptul că linte este văzută ca un aliment cu un statut inferior în raport cu pâinea. Acest aliment trasa o delimitare între țăranii săraci și ceilalți, care își permiteau să consume alte alimente. Prin urmare, cele două locuitoare

din Botiza pun în legătură hrana cu munca și, în consecință, cu statutul social al persoanei în cauză. Pentru cineva care muncește în asociația agricolă, având un salariu, pâinea este un aliment obișnuit, în timp ce pentru ceilalți, mai săraci, ea este rar consumată, fiind adesea înlocuită cu mămăliga. Mult timp după instalarea regimului comunist, în 1947, oamenii din sat, în special cei mai săraci, au continuat să consume „pâsat” sau linte. Ceilalți, mai bogați, notabilii satului – primarul, preotul, învățătorul sau președintele de asociație – au cunoscut în egală măsură pâinea neagră sau supa cu tăitei, „zama cu tăitei”, sau supa cu carne. Vreo 20 de ani mai târziu, țăranii care munceau în afara satului lor au adus aici orezul, uleiul vegetal sau grâul și, din acel moment, pâinea a început să fie făcută în casă. După Revoluția din 1989, multe lucruri s-au schimbat, mai ales practicile și, odată cu ele, modul de consum, prin apariția unei piețe necontrolate. Cu timpul, bucătăria a început să se diversifice în raport cu cea din perioada comunistă. Pe de altă parte, este clar că practica turismului e rezervată acelor săteni care au mijloacele pentru a le oferi turiștilor confortul dorit, căci ceilalți, de obicei, „își duc viața de azi pe mâine”, după cum spunea o săteancă, câștigându-și cu greu traiul.

Cu privire la hrană, în prezent, carnea este furnizată de către bovine, porcine și păsări de curte; este preparată în casa țăranului din Botiza, iar legumele sunt cultivate de către țărani în propriile grădini. Toate acestea au permis diversificarea unei bucătării locale. Pâinea este și ea frământată și coaptă în casă. Dacă grupul domestic la care este găzduit turistul nu are cuptor pentru coacerea pâinii, va găsi unul la vecinul său, căci bucătăria tradițională este secondată de reactivarea sau menținerea unei sociabilități, însă

într-o manieră mult mai restrânsă acum, față de trecut.

Produsele oferite turiștilor sunt prezentate ca fiind naturale, provenind dintr-o agricultură ecologică: „[Noi pregătim hrana] mai mult de casă, că noi avem d-ale noastre: cartofi avem noi, ceapă avem noi, mai ales cartofi nu ne trebuie din altă parte, că pun îngrășămintele, noi nu. (...) Noi iarna pregătim carne conservată multă: luăm un porc mare, îl tăiem și acu să vezi carnea: punem cârnați, carne, să vedeți ce gustoasă, extraordinar! Luăm carne din oală, punem în cratiță și o încălzăm și punem dacă vrem, dacă vrem, un pic de mujdei pă iele. Facem câte o mămăligă, colesă, mai bine așa să vorbim ca pe la noi, în Botiza. Le aducem varză murată, apoi mâncare din Botiza, maramureșeană, de-a noastră”²⁰.

„Noii țărani” subliniază cât de important este pentru ei să facă produse „locale” și, în același timp, „naturale”. Aceasta înseamnă să răspundă așteptărilor turiștilor. A crea o bucătărie tradițională înseamnă a marca în același timp caracterul autentic al produselor agricole. Agricultură ecologică, ceea ce constituie o reafirmare a dimensiunii patrimoniale a produselor sănătoase și pure. În privința mijloacelor de producție actuale, ele sunt în general cele moștenite de la străbuni și relevă o știință vernaculară transmisă de la o generație la alta. Prin conservarea acestor tehnici, „noii țărani” pun în legătură trecutul și prezentul. Prin bucătăria tradițională, ei produc în fața vizitatorilor lor imaginea identității lor și mențin sentimentul de încredere într-o continuitate a lumii tradiționale.

În legătură cu mâncărurile consumate, se poate vorbi despre o reinnoire a gusturilor, în special în privința tinerilor: printre aceștia sunt unii care consumă carne și, în același timp, sunt alții care

preferă produsele vegetariene. Diferitele atitudini culinare explică adoptarea modelelor alimentare europene.

Dacă influența tinerilor transformă genul de hrană preparat în familie, ea modifică și locul unde se servește masa. În mod normal, masa se ia în bucătărie, dar părinții consimt adesea să deplaseze servirea mesei către salon sau chiar în dormitor, în fața televizorului, pentru a le face pe plac copiilor. Câteodată, „noii țărani” sau copiii lor mănâncă împreună cu turiștii, când aceștia le-o cer. A fi alături de turiști înseamnă a înlesni întâlnirea cu alteritatea, care este domesticită de-a lungul dejunului. Mai înseamnă, de asemenea, a facilita schimburile culturale între turiști și „noii țărani” și invers.

Bucătăria noului țăran din Botiza – loc privilegiat de schimb

Bucătăria, ca loc de reprezentare, este un spațiu de simbolizare feminin. Câteodată însă, la prepararea bucatelor pot lua parte bărbatul și, în aceeași măsură, și turistul care dorește să participe la pregătirea mâncărurilor: „În bucătărie a venit din Galați niște familii și chiar Florica făce și pune dulceață și tăt felu’ așa pentru iarnă. S-o dus în bucătărie domnuca și până ultimu’ i-o ajutat. I-o plăcut, no, așa să vadă, să învețe și dâșii de la noi cum punem”. Se poate remarca faptul că reprezentarea la care participă bucătăria privește în egală măsură comunitatea de primire și societatea de turiști, „intrușii” în viața cotidiană a sătenilor. Din acest punct de vedere, bucătăria devine un loc mixt: interior și, în același timp, exterior.

Bucătăria – în mod normal, un spațiu personal –, simbol al identității grupului domestic, loc în care se organizează complexitatea vieții cotidiene, devine, odată cu prezența turistului, locul unde se întâl-

nesc interiorul și exteriorul, intimitatea și intrusul. Bucătăria – dar, în egală măsură, și celelalte camere expuse privirii turiștilor – devine un loc de socializare, un spațiu public și privat, o prelungire a străzii în habitat.

În această încăpere în care sunt preparate mâncărurile, biculturalitatea se poate manifesta printr-o bucătărie reinventată alături de turist. Cerându-i vizitatorului să-i spună cu ce fel de mâncăruri i-ar plăcea să fie servit, „noul țăran” se interesează de noua rețetă și apoi, utilizând alimente produse sau conservate tradițional, și-o însușește. Pe de altă parte, acest lucru ar putea fi interpretat ca o înglobare a unei „științe” venite dintr-o cultură exogenă în propriul sistem de reprezentare. Analiza practicilor alimentare scoate în evidență caracterul bicultural al casei noului țăran. Într-adevăr, casa nu constituie numai un spațiu cultural conservator, în sensul că valorile, ideile indivizilor, cu care „noii țărani” intră în contact, nu ar pătrunde aici. Bucătăria se dovedește mai degrabă un loc privilegiat de schimb.

A-i lăsa pe turiști să participe la prepararea mesei constituie, în cadrul practicii turismului, o manieră privilegiată de a permite accesul la anumite aspecte fundamentale ale societății țărănești. Din perspectiva turiștilor, acest lucru înseamnă dorința de a se „hrăni” cu elemente ale unei alte culturi, diferite de a lor. Astfel, turiștii pot deveni, în bucătăria „noului țăran”, actori în procesul de patrimonializare a produselor alimentare pe care gazda intenționează să le gătească pentru el. Turiștii înglobează în sistemul lor de referință ceea ce le este spus sau ceea ce văd ei înșiși în bucătăria „noului țăran”. Acești noi actori se recunosc în produsele patrimonializate, iar identitatea lor este încercată în contactul cu comunitatea țărănească.

Într-adevăr, pentru turiștii care intră în bucătăria țărănească pentru a participa în mod efectiv la prepararea mâncărilor sau pentru „noii țărani” care adoptă o rețetă dată de către vizitatorii lor, este vorba de a accepta o formă de dezechilibru și de a se înscrie într-un demers care să le permită indivizilor să se interpreteze unul în funcție de celălalt. Țăranii din Botiza și turiștii, în calitatea lor de indivizi aflați în contact, sunt în căutarea unor întâlniri care să favorizeze schimbul. Din acest punct de vedere, bucătăria este un loc de mediere unde se instaurează schimbul cultural între „consumatorii” unor culturi diferite, prin care fiecare caută o împlinire personală. Mircea Vulcănescu considera că lumea este plină de treceri și frontiere care leagă și, în același timp, care despart : „Lumea este plină, dar ea este plină cu trecere”. Reluând ideea lui Vulcănescu, putem susține că bucătăria asigură un fel de trecere între persoanele în contact, despre care am vorbit, trecere care permite apropierea, dar și îndepărtarea prin individualizare.

Astfel, în încheiere putem afirma că publicul și privatul, identitatea și alteritatea, tradiția și modernitatea, autenticitatea și „falsul-autentic” se întâlnesc în același loc : bucătăria „noului țăran” din Botiza.

Hrana : călătorie inițiativă

Imagina mesei la care turistul ia parte zilnic pentru a consuma mâncărurile oferite de către „noii țărani” seamănă cu un adevărat festin, aceste imagini deosebindu-se de cele care trimit la mâncarea obișnuită din viața de toate zilele tocmai prin abundența felurilor de mâncare propuse de gazdă. Prin aceasta, „noul țăran” caută să obțină din partea turistului mulțumirea că a reușit să-i satisfacă gusturile prin calitatea produselor și a serviciilor

oferite : „Și dă bucate ori noi întrebăm așa : Mâncarea asta vrei azi s-o măncați ? Plăce-v-ar mâncarea asta ? Tare am vrea să ne spuneți ce să vă facem, că noi avem tot ce trebuie să facem, numai o dorință de a dumneavoastră să ne spuneți ! (...) Așa-i obișnuiți ei ! Și să simțea bine. Asta-i mulțumirea omului : când vezi că se duce râzând, că îți mulțume, vezi că te pupă...”. În cazul turistului mâncărurile consumate constituie o dovadă a reușitei călătoriei „inițiativă” pe care a întreprins-o. Această călătorie este divizată, în opinia Laurier Turgeon (*Patrimoniul metis*, Turgeon, 2003, 164), în trei timpi : „întâlnirea cu alteritatea”, „sejurul transpus în dejun” și „întoarcerea” sau „proba adaptării la noul mediu”. Într-adevăr, prin actul de a mânca, turistul intră în contact cu hrana propusă de „noul țăran” ca marcă identitară a acestuia. El consumă aceste mâncăruri așa-zis tradiționale, ceea ce are drept rezultat un fel de transformare a turistului prin însușirea unei practici culinare până atunci necunoscute lui. El devine un tot cu alimentele respective, simbol al unei culturi diferite de a sa. Aceasta înseamnă „moartea” individului vechi și, în paralel, „renașterea” unui nou individ, procese realizate prin integrarea în sine a alterității. De asemenea, putem afirma că, în timpul actului de a mânca, identitatea celui alt, a noului țăran, este rafinată și rămâne în corpul străin atât timp cât poate participa la completarea identității turistului. În consecință, de fiecare dată, „călătoria” turistului este văzută ca o „experiență inițiativă, ca o descoperire a celui alt, a cărei finalitate este de a se ajunge la o transformare și o consolidare a sinelui”. (Turgeon, *op. cit.*, 177) Acest proces de transformare permite reafirmarea identității celui care a „îngurgitat” alteritatea. În plus, el nu

se mulțumește să-și afirme identitatea, ci revendică faptul de a fi trecut „proba” cu bine.

În cazul turistului care integrează hrana în propriul corp, putem vorbi de un scurt sejur de imersiune în sistemul de reprezentare străin culturii sale până în acel moment. Pe de altă parte, această asimilare este o transformare în dublu sens : a celui care este asimilat și a celui care asimilează. Mâncând hrana preparată de „noul țaran”, turistul introduce în corpul său alteritatea, căci hrana devine corp comun cu turistul. În același timp, identitatea țaranului care hrănește alteritatea turistului, se transformă, nemaifiind cea dinainte. Este vorba despre un joc complex de transformări reciproce între identitate și alteritate. Un proces identic poate fi imaginat când „noul țaran” devine subiectul dialecticii identitate-alteritate, în momentul în care trebuie să se hrănească cu un fel de mâncare preparat cu alimente tradiționale, dar urmând o rețetă străină. Dar, „mâncându-i pe ceilalți”, „noii țarani” sfârșesc prin a-i mânca pe ai lor, căci turistul a fost asimilat.

Dincolo de actul de a mânca și de necesitatea de a se hrăni, ne dăm seama că turistul, în dorința sa de a petrece un sejur în regiunea maramureșeană, este mânat de aviditatea de „noi”, care nu trebuie confundată cu foamea, cu absența elementelor nutritive. Este vorba de un alt fel de lipsuri : foamea de „noi”, de cunoaștere a celui alt și de schimb.

Concluzii

Întrebarea pe care mi-am pus-o, la începutul acestei cercetări, se referea la punerea în scenă a identității locale, țărănești, într-un context aparte, creat prin practica turistică în mediul rural. Punând accent pe semnele care încarnează singularitatea

unui grup social pentru a se înscrie într-o piață turistică, am observat că fenomenele de construcție și reformulare a identității se articulează în jurul practicii turismului. Cercetarea a arătat în ce măsură identitatea „noilor țarani” din regiunea Maramureș trece printr-o apartenență la comunitatea țărănească și printr-o referire la un ansamblu de elemente tradiționale, reprezentative pentru regiunea maramureșeană, mai precis, pentru satul Botiza. Identitatea „noilor țarani”, care trece prin câteva dintre elementele materiale ale culturii lor, cum ar fi obiectele domestice, hainele și bucătăria, ca loc și act în același timp, este o construcție socială produsă, reflectată și expusă în cadrul unei logici de piață, ajutându-se de aportul practicilor culturale, facilitând contactul între indivizi de origini culturale diferite : locuitori ai satului Botiza și turiști. Prezența turistului în comunitatea țărănească a condus la o reflecție critică a „noilor țarani” asupra propriului spațiu de locuit care nu mai răspundea pretențiilor lor și, cu atât mai puțin, celor ale turiștilor. Acest lucru a determinat transformarea manierei de amenajare a interiorului caselor lor, habitatul „noilor țarani” devenind un spațiu circumscris practicii turistice. Practica turistică în mediul rural a determinat reactivarea științei populare, a experiențelor trăite, descoperirea specificității locale rurale, reexaminarea critică a identității sătenilor din Botiza, o relectură a patrimoniului lor. De asemenea, transformarea trăsăturilor caracteristice ale regiunii din Maramureș și a locuitorilor săi în produse turistice și, totodată culturale constituie o modalitate de a concepe și de a prezenta propria identitate celorlalți, turiștilor, și mai ales o modalitate de legitimare a „noilor țarani”, în fața celor străini de cultura lor.

Note

1. Pentru a înțelege ce anume desemnează cultura unei regiuni am reluat definiția lui Christian Bromberger și Mireille Meyer : „O cultură regională desemnează un ansamblu de practici teritorializate promovate în mod voluntar la rangul de embleme semnalând celorlalți singularități pozitive, surse de mândrie pentru oamenii locului : costume, gastronomie și produse regionale, stil arhitectural, tradiții festive, spectacole, jocuri locale.” [Bromberger, Meyer, 2003, 357]
2. Sintagma *noii țărani* desemnează în literatura de specialitate, în special cea franceză, orașenii care s-au instalat la țară. Dar, dat fiind că există numeroase modalități de a fi *nou țăran* în anul 2005, mi-am permis să reiau această sintagmă pentru a desemna persoanele care practică turismul în mediul rural și care se disting de ceilalți țărani din același sat.
3. De exemplu, printre motivele care fac ca regiunea maramureșeană să fie unică există *funia împletită*, simbol al infinitului care leagă cerul și pământul, *soarele în mișcare sau static* (sub forma unei rozete), simbol al vieții, al cunoașterii, imagine a adevărului, *arborele*, simbol al vieții eterne, *florile*, utilizate cu scop profilactic, *roata*, care simbolizează scurgerea timpului, *crucea*, cu semnificații magice prevenind răul, *șarpele*, apărător al casei etc.
4. Imaginea satului total idealizat, situat într-un timp și un spațiu care se sustrag istoriei, apare nu numai în discursul aparatului politic reprezentat de comunism, ci și în cel al poezilor, romancierilor sau filosofilor. Intenția lor comună este de a face din sat obiectul unui discurs nostalgic despre un mod de viață și despre niște valori pierdute. De exemplu, în perioada dintre cele două războaie mondiale, în discursul său de primire în Academia Română, intitulat „Elogiul satului român”, Lucian Blaga face o idealizare filosofică a satului, propunând expresia „sat-idee”. Satul său idee „este situat în centrul lumii și se prelungește în mit ; el se integrează într-un destin cosmic, într-o ordine cosmică totală, dincolo de care nimic nu există.(...) A trăi în sat înseamnă a trăi într-o viziune cosmică și cu conștiința unui destin legat de eternitate”. Și Blaga continua în aceeași manieră pentru a indica trăsăturile centrale ale satului său : „satul-idee” este „o lume în sine”, el este „centrul lumii”.
5. Este vorba despre o femeie în vârstă de 60 de ani, originară din satul Botiza. Educatoarea în timpul lui Ceaușescu, în prezent pensionară, ea își ajută fiul și nora în munca legată de primirea de turiști. Motivele alegerii Ilișcăi Giurgiu între principalii intervievați sunt : apartenența ei la grupul „noilor țărani” care practică turismul rural, bagajul de amintiri referitoare la vechile obiceiuri și tradiții maramureșene, calitatea ei de mediator între turiști și ceilalți țărani care ar reprezenta o eventuală *atracție* turistică – meșteri populari, bătrâni ai satului.
6. Interviu realizat cu Ilișca Giurgiu în decembrie 2003.
7. *Ibid.* 7.
8. Vorbesc despre „ritual” în sensul lui Erving Goffman, referindu-mă la un „mediu special creat” în care indivizii „își joacă ritualic eul”. [Goffman, 1974, 215]
9. *Ibid.* 7.
10. *Ibid.* 7.
11. Johanne Charbonneau. (1998). Lien social et communauté locale : quelques questions préalables, *Lien social et Politiques, RIAC*, 39. 120.
12. Interviu realizat în decembrie 2003 cu Roxana Dan, o turistă în vârstă de 26 de ani, locuind în orașul Timișoara.
13. *Ibid.* 7.
14. Interviu realizat pe 28 decembrie 2003 cu Mitran Dumitru, în vârstă de 46 de ani, turist originar din orașul Constanța.
15. Interviu realizat pe 29 decembrie 2003 cu Maria Bârsan, în vârstă de 23 de ani, ai cărei bunici locuiesc în satul Botiza.

16. Interviu realizat pe 29 decembrie 2003 cu Ioana Trifoi, în vârstă de 50 de ani, primarul satului Botiza.
17. Am reluat sintagma *privire îndepărtată* utilizată de către Claude-Lévi Strauss în cartea sa eponimă *Privirea îndepărtată*, 1983, Paris, Plon.
18. *Ibid.* 15.
19. Replicile aparțin Ioanei lui Ungur, săteancă din Botiza în vârstă de 75 de ani, care este adesea supusă vederii turiștilor de către ceilalți practicanți de turism, pentru motivul că locuiește într-o casă veche din lemn, cu o singură cameră care servește în același timp de dormitor, de bucătărie și chiar de depozit de alimente. Cealaltă femeie se numește Ilișca Giurgiu, despre care am vorbit deja.
20. *Ibid.* 7.

Bibliografie

- Auge, Marc. (1994). *Anthropologie des mondes contemporains*. Paris : Flammarion.
- Amselle, Jean-Loup. (1996). La communication interculturelle. În Laurier Turgeon. *Transferts culturels et métissages Amérique/Europe XVI-XX^e siècle* (lucrare colectivă pp. 57-77).
- Beaudry, Raymond. (2000). *La résistance incertaine. La ruralité dans le passage de la modernité à la postmodernité*. Paris : L'Harmattan, Les Presses de l'Université Laval.
- Bonnot, Thierry. (2004). Itinéraire biographique d'une bouteille de cidre. *L'Homme*, nr. 170, aprilie-iunie. Paris : Ehes, 139-164.
- Bromberger Christian și Meyer Mireille. (2003). Cultures régionales en débats. *Cultures régionales. Singularités et revendications. Ethnologie française*, 3, iulie-septembrie 2003, XXXIII. Paris : PUF, 357-361.
- Charbonneau, Johanne. (1998). Lien social et communauté locale : quelques questions préalables. *Lien social et Politiques RIAC*, 39, 120.
- Constantinescu, Nicolae. (2001). Dinamica tradiției în satul românesc actual. *Datini*, 1-4, 18-21. București : Fundația Culturală Ethnos.
- Garabau-Moussaoui Isabelle și Dominique, Desjeux. (2000). *Objet banal, objet social*. Paris : L'Harmattan.
- Faure, Muriel. (2000). *Du produit agricole à l'objet culturel. Les processus de patrimonialisation des productions fromagères dans les Alpes du Nord*. Teză prezentată în cadrul Doctoratului în Sociologie și Antropologie din cadrul Universității Lumière Lyon II, Facultatea de Sociologie și Antropologie. http://theses.univ-lyon2.fr/Theses2000/faure_m/these_front.html
- Goffman, Erving. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*, vol. 1-2. Paris : Les Editions de Minuit. Goffman, Erving. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris : Les Editions de Minuit.
- Kligman, Gail. (1988). *The Wedding of the Dead : Ritual, Poetics and Popular Culture in Transylvania*. Berkeley : University of California Press (ediția I). În limba română : *Nunta mortului. Ritual, poetică și cultură populară în Transilvania* (1998) (ediția a II-a). Iași : Polirom.
- La Soudière, Martin. (2004). Lieux dits : nommer, dé-nommer, re-nommer. *Territoires en question Ethnologie française*, 1, ianuarie-martie, XXXIV. Paris : PUF, 67-77.
- Letablier, Marie-Thérèse. (1997). Familles, travail et politiques familiales en Europe. *Cahiers*, 35. Paris : CEE/PUF.
- Marie, Michel. (2004). L'anthropologue et ses territoires. *Territoires en question. Ethnologie française*, 1, ianuarie-martie, XXXIV. Paris : PUF, 89-96.
- Mesnil, Marianne. (1997). Quelques lectures autour de l'idée de nature (approche pluridisciplinaire). În Vasile Cristea (coord.). *L'Espace rural : approche pluridisciplinaire*. (pp. 127-136). Cluj-Napoca : Risoprint.
- Mihăilescu, Vintilă. (1999). *Fascinația diferenței*. București : Paideia.
- Poulot, Dominique. (1998). *Patrimoine et modernité*. Paris : L'Harmattan.

- Mihail, Zamfira. (1999-2000). Changement de la signification des traditions populaires sud-est européennes. *Revue d'études sud-est européennes*, 1-2, București.
- Stere, Anca. (2002). Câteva aspecte ale ideologizării culturii populare. *Symposia. Caiete de etnologie și antropologie*, 1. Craiova: Aius.
- Turgeon, Laurier (coord.). (1996). *Transferts culturels et métissages Amérique/Europe XVI-XX^{ème} siècle*, capitolul „L'usage des objets”. Presses de l'Université Laval.
- Turgeon, Laurier. (2003). *Patrimoines métissés. Contextes coloniaux et postcoloniaux* (capitolul V). Québec : Edition de la Maison des sciences de l'homme, Presses de l'Université Laval.
- Ureche, Cornelia și Ureche, Ionel. (1997). Le tourisme comme moyen de développement de l'espace rural roumain. În Vasile Cristea (coord.). *L'Espace rural : approche pluridisciplinaire*. Cluj-Napoca : Risoprint.

Abstract

In this article, I focus on the way material elements of Maramureșan culture are transformed in social symbols, which are then interpreted and deconstructed by the locals in front of the tourists who visit this region. In this research, my major objective has been an accurate understanding of the elements of family identity that are used by the local villagers in their interactions with visitors, going through articulation of tourist traditions in the rural areas. In order to adequately address this research question, I have done an ethnographic field research and a careful and detailed analysis of this type of tourism. Such approach is necessary in order to understand the choices that lie at the foundations of these practices, as well as the decision of Maramuresan villages to orient towards a particular touristic practice. The data collection phase of research has been followed by the analysis of some intentional elements, such as household instruments, traditional costumes, or local gastronomy, which all constitute signals addressed to the tourists in a village community (Botiza village).

Primit la redacție : septembrie 2005