

NOILE MINORITĂȚI
DIN **BUCUREȘTI**

Noile minorități din municipiul București

STUDII TEMATICE

Promotor:



Partener:



Telemarksforsking



Promovarea **DIVERSITĂȚII**
ÎN CULTURĂ ȘI ARTĂ
în cadrul patrimoniului cultural european



**ASOCIAȚIA MIȘCAREA PENTRU ACȚIUNE ȘI INIȚIATIVĂ EUROPEANĂ
NOILE MINORITĂȚI DIN MUNICIPIUL BUCUREȘTI**

Aceste studii tematice au fost realizate în cadrul proiectului **Noile minorități din municipiul București**, implementat de **Asociația Mișcarea pentru Acțiune și Inițiativă Europeană**, în parteneriat cu Institutul de Cercetare Telemark și finanțat printr-un Grant oferit de Norvegia, Islanda, Liechtenstein și Guvernul României.

Proiectul se derulează în cadrul programului PA17/Ro13 “Promovarea diversității în cultură și artă în cadrul patrimoniului cultural european”.

COORDONATOR PROIECT
Bianca-Maria Bălșan

AUTORI
Bogdan Iancu
Vintilă Mihăilescu
Monica Stroe

Cuprins

Introducere	5
Timpul liber al migranților străini din București BOGDAN IANCU	7
Peisajul lingvistic al „noilor minorități” VINTILĂ MIHĂILESCU	21
Dinamicile locale ale alimentației noilor minorități din București MONICA STROE	35

Introducere

Proiectul “Noile minorități din municipiul București” face parte din misiunea Asociației Mișcarea pentru Acțiune și Inițiativă Europeană de a descoperi Bucureștiul așa cum este el astăzi, așa cum l-au modelat toți oamenii care i-au trecut pragul. Impactul noilor minorități se vede la fiecare pas, iar noi am pornit în căutarea celor care, de drag sau de nevoie, au ales Bucureștiul să le fie casă.

Demersul nostru a pornit în aprilie 2015, când am adunat echipa de cercetare formată din masteranzii în antropologie de la SNSPA coordonați de antropologii Monica Stroe, Bogdan Iancu și Vintilă Mihăilescu. Ei au petrecut câteva săptămâni pe teren, în căutarea oamenilor și locurilor care îmbogățesc diversitatea culturală a Bucureștiului. Din Pantelimon în Piața Gemeni și din Centrul Vechi în Colentina, ei au întâlnit oameni care au ales Bucureștiul și care au împărtășit cu noi povestea stabilirii lor aici. Rezultatele cercetării lor se regăsesc pe site-ul dedicat proiectului – newminorities.com – în cadrul rubricilor “Povești” și “Jurnal de teren”. De asemenea, secțiunea “Comunități” reunește fișele pentru fiecare comunitate cercetată – chinezi, turci, libanezi, indieni, moldoveni, britanici, francezi și italieni. Tot pe site-ul proiectului, la secțiunea “Cercetări MAIE” sunt reunite patru rapoarte ce prezintă impactul cetățenilor străini asupra Bucureștiului. Aceste rapoarte ilustrează diversitatea culturală a orașului și atitudinea bucureștenilor față de noile schimbări culturale și demografice din București.

În același timp, mergând pe urmele, dar mai ales pe sunetele celor opt comunități, regizorul Mihai Grecea a construit “simfonia” diversității culturale a Bucureștiului în filmul *Sunetele Bucureștiului/ Sunetele Bucureștiului*.

Pe parcursul a cinci luni, 176 de elevi au participat la opt ateliere educative pentru elevii de liceu din București. Toleranța și solidaritatea sunt valori pe care am dorim să le cultivăm și în rândul celor mai tineri, de aceea prin intermediul fotografiei, filmului, teatrului și artelor vizuale am urmărit să încurajăm liceenii să aprecieze diversitatea culturală a orașului.

Proiectul “Noile minorități din municipiul București” se bucură de sprijinul a numeroase organizații nonprofit, instituții și canale media, cărora le mulțumim pentru ajutorul în promovarea diversității culturale a orașului

Timpul liber al migranților străini din București

BOGDAN IANCU

Timpul liber al migranților străini din București: sport, divertisment, cosmopolitanism și socializarea cu localnicii¹

Majoritatea studiilor dedicate migranților s-au focusat de-a lungul timpului pe descrierea dinamicilor de mobilitate și pe activitățile profesionale ale acestora. Recent, acest câmp academic s-a lărgit prin extinderea atenției către formele de consum și de petrecere a timpului liber ca aspecte cel puțin la fel de importante pentru viața cotidiană a migranților: “Petrecerea timpului liber (de exemplu, călătoriile de agrement, gastronomia și alte forme de consum, hobby-urile, socializarea etc.) devin cruciale pentru modul în care migranții dau un sens universului lor social care trece printr-o reconfigurare radicală. Ar putea fi, de asemenea, sfera în care ei pot construi sentimentul de a se afla în control asupra vieții lor”² (Horolets și Galasinska: 2011).

O parte consistentă a acestor studii au luat în considerare sportul ca agregator comunitar și formele de antreprenariat etno-politice aferente, în moduri diferite și de multe ori contradictorii care, la nivel politic, cultural, economic și psihologic au fost un mijloc puternic atât de restricție etnică dar și eliberare (Mangan și Ritchie 2005), în timp ce altele au discutat aria mai largă a formelor de divertisment desfășurate în formule care au fost definite frecvent în termenii “culturii de bar” sau “culturii de pub”, spații ale stratificării de clasă ale culturii timpului liber cu dimensiuni locale, naționale și transnaționale. Aceste culturi de pub, argumentează Farrer (2009: 22), s-au dezvoltat “într-un mozaic de site-uri mixte sau enclavizate din punct de vedere etnic, care să permită un tip de cosmopolitanism flexibil, pentru cei care doresc și pot să negocieze aceste spații diverse”.

Deși un număr tot mai mare de cercetători din științele sociale tind susține că globalizarea și hipermodernitatea tind să dizolve comunități întregi (Korpela și Dervin 2013), discursurile privilegiate în mass-media continuă să perpetueze ideea că relațiile comunitare devin semnificative, pentru cei care practică *downshifting*-ul dar și migrația ca stil de viață, deoarece considerate mai intense și mai profunde “în contrast cu relațiile alienante și instrumentale ale vieții lăsate în spate” (idem.), asemănătoare caracteristicilor *triburilor afective*, specifice postmodernității, teoretizate de Maffesoli în lucrarea sa clasică despre *neo-triburi* (1996). Diferența dintre vechile triburi studiate și descrise de antropologi și *triburile afective* ar fi, conform lui Clocke, Marsden și Mooney (2006), aceea că ultimele rezidă în legături mai slabe, sunt formațiuni *temporare* (subl. mea), alese *spontan* (subl. mea) și nu se exclud reciproc. O terminologie alternativă la neo-triburile lui Maffesoli este propusă de Korpela și Dervin (2013) într-o formulare plastică a comunităților-cocon (*cocoon communities*) definite astfel: “[Comunitățile Cocoon] se configurează în jurul unui scop specific, din motive contextuale, predominant pe termen scurt, fie în interiorul granițelor naționale, în străinătate, transnațional sau online”. O astfel de comunitate este ilustrată

1. Textul este rezultatul prelucrării notelor de teren ale membrilor echipei de cercetare formate din: Anca Iordan, Andreea Agache, Cezara Gheorghe, Jasmina Al-Qaisi, Laura Pătru, Alin Savu, Liviu Dimulescu, Ina Alice-Dănilă.

2. <http://www.nomadit.co.uk/sief/sief2011/panels.php5?PanelID=756>

de cazul descris de Nagy, Maclean și O'Sullivan (2013: 123) cu referire la un club de fotbal format din expați britanici în Bruxelles:

Abordăm în cadrul acestui articol aspecte legate de procesele de afiliere și de configurare a comunității într-un context urban caracterizat de mobilitatea transfrontalieră. Foarte puțini oameni din clubul bruxeloz FC Irlanda l-ar descrie doar ca un „club de fotbal”, deși acest lucru este în mod evident activitatea principală și motorul care a mobilizat eforturile colective pentru mai bine de douăzeci de ani.

Autorii amintesc argumentele aduse de Hobsbawm și Ranger (1992) care au subliniat puterea sportului printre indivizi cu background similar în consolidarea solidarității naționale sau etnice afirmând că sportul permite comunităților să pară mai *reale* (subl. mea), ca echipe. Natura „irlandeză” a clubului este consistentă printr-o serie de elemente decorative și practici conotate etnic dar și pervazivă în măsura în care clubul a fost deschis și expaților de alte naționalități la fel cum stau lucrurile și cu pub-urile irlandeze pe care aceștia le frecventează care “pentru irlandezii, materializează o legătură puternică a culturii lor, pentru ceilalți Pub irlandez este o “instituție” globală de divertisment, răspândită în cele mai multe orașe mari din întreaga lume” (Nagy, Maclean și O'Sullivan 2013: 129).

Pornind de la exemplele prezentate anterior vom ilustra mai jos, pe baza materialelor etnografice și a informațiilor din surse secundare, câteva din modalitățile cosmopolite de agregare etnică soft în jurul practicării sportului și a altor forme de divertisment, diferite de consumul gastronomic, prezente în București, care sunt de cele mai multe ori experimentate și socializate cu localnicii, colegi sau prietenii de către câteva grupuri de migranți.

Cele mai recente și exotice forme de petrecere a timpului liber prin sport prezente în peisajul bucureștean sunt meciurile de cricket, practicat cu regularitate de expați indieni, pakistanezi și britanici dar și de unii dintre colegii lor români (Transylvania Cricket Club of Bucharest a impus chiar regula co-optării participanților autohtoni) și sesiunile de *petanque*, desfășurate de un grup de expați francezi și colegii români în parcul Grădina Icoanei, nu departe de Institutul Francez.

Pub-ul de la darts la quizz

În București, unele din primele scene de petrecere a timpului liber, considerate fiind specific britanice, au fost pub-urile apărute în anii 2000 (Whispers, Dubliner's, O'Hara etc.) și în special elementele importante ale scenografiei acestora: decorațiunile și lămpile de iluminat, tablele de darts și televizoarele care transmiteau meciuri din Premier League, în jurul cărora își petreceau serile de bere expați britanici, însoțiți uneori de colegii lor români (Florea, Ristea și Țânțaș 2011: 69)³. Jocul de darts-ul era omni-prezent în pub-urile vizitate de cele trei cercetătoare în urmă cu cinci ani, ca parte integrantă a “tradiției” pub-urilor englezești, preluată și popularizată și aici:

In Salt pub – unul din locurile incluse în circuitul Ligii de Darts din București, se joacă de obicei în fiecare miercuri, existând 7 variante de joc, cu diferite grade de dificultate.

3. <http://societateareala.com/subpage16.html>

Tradiția darts printre expații englezi din Romania datează de dinainte de 1989 când, conform povestirilor, personalul Ambasadei Marii Britanii, căruia îi era aproape interzis contactul cu localnicii, a înființat Liga Internațională de Darts, ca prilej de socializare cu alți străini din București, dar și cu români. Mai mulți români s-au alăturat, liga există în continuare, cu un circuit propriu de pub-uri și un calendar de joc, însă primordial rămâne în continuare rolul de socializare (nu e un campionat propriu-zis, nu se ține un scor agregat al partidelor din diverse etape ale circuitului).

În pub-urile bucureștene joacă darts atât englezi cât și români. Unii dintre jucători par a-și fi făcut un program consacrat în grup din a veni să joace darts la anumite ore – își convoacă prietenii la telefon anunțându-i că locul este liber, sau află de la personalul barului când grupul de cunoscuți s-a mutat pentru seara respectivă în altă locație ca să joace darts.

Alături de darts și de partidele de fotbal, o altă formă recentă de divertisment împărtășită cu amicii români e expaților britanici este *Quiz Night*, organizat în clubul Mojo Pub, din Centrul Vechi al capitalei, al cărui manager este britanic la fel cum sunt și moderatorii concursului de cultură generală tematic, desfășurat în limba engleză. Participă atât clienți fideli care își au masa lor rezervată, cât și nou-veniți, iar comunicarea se face în mare parte în engleză și într-o mai mică măsură în română.

Redăm mai jos fișa de observație a concursului de tip quiz ("cine știe câștigă") realizată în urma cercetării etnografice întreprinse de Cezara Gheorghe:

Mojo Quiz Night este un eveniment cu tradiție deja în Mojo Club, are loc de două ori pe lună, miercurea de la 19 la 22, când clubul este aproape neîncăpător și când se poate observa concentrația cea mai mare de englezi și de străini. Toți banii adunați din costul de participare (10 RON) sunt colectați pentru acțiuni caritabile. Serile de Quiz vin și cu un meniu special de cină pentru cei care vor să mănânce.

Mojo este unul din numeroasele baruri din Centrul Vechi al capitalei, dar se distinge prin specificul britanic al locului, prin evenimentele pe care le organizează și prin atmosfera specifică: ecranele televizoarelor pe care se desfășoară partide de fotbal și rugby din Marea Britanie, steagul Marii Britanii din logo-ul barului oferă primele indicii despre specificul locului. Mojo are două niveluri: se intră la parter, unde pe perete stânga este un bar, iar în partea dreaptă câteva mese. Acțiunea se petrece, însă, la subsol: acolo are loc Mojo Quiz Night, acolo au loc petrecerile, mai ales că spațiul de acolo este mult mai mare decât cel de la suprafață. Dacă nu ești un obișnuit al serilor de quiz, un membru al echipei de

organizare te va ajuta să te descurci și să ajungi la masa care te interesează (dar trebuie să știi pe ce nume a fost făcută rezervarea). Cu toate acestea, majoritatea celor care ajung merg direct către masa lor, fără să mai treacă pe la cel cu foaia de rezervări în mână.

De Mojo Quiz Night am aflat de la niște colegi de birou care merg, cu sfințenie, la fiecare eveniment încă din ianuarie. Pentru a putea participa și eu, a trebuit să îi anunț din timp pentru a rezerva masa cu un anumit număr de locuri. Am ajuns devreme, așa că nu sunt foarte mulți oameni prezenți încă. Colegii mei, Sînziana și Sergiu, salută câțiva oameni din încăpere. Pe unii în română, pe unii în engleză.

La o primă vedere, vârsta medie este aproape de 30 ani, poate chiar mai mult. Sunt oameni de toate vârstele, distribuția pe gen pare egală.

Cel care ne întâmpină ne întreabă dacă avem rezervare și dacă știm să ajungem la masă. Colegii mei îmi fac cunoștință cu restul persoanelor de la masa noastră. Suntem șase în total, iar eu sunt singura nou-venită. Oamenii se salută, își zâmbesc, chiar dacă apoi pleacă spre mese diferite. Par obișnuiți ai locului, se cunosc între ei.

Senzația dominantă care definește experiența: am ajuns în mijlocul unui fel de ritual, în care actorii se cunosc între ei, în care atmosfera aproape sufocantă nu pare să deranjeze pe nimeni. Toți sunt concentrați să răspundă cât mai bine la întrebări, să aibă un punctaj cât mai mare.

Limba care se utilizează în conversație depinde de la masă la masă. Se aude și română, dar se aude foarte mult și limba engleză. Cel care prezintă și care citește întrebările de la Quiz este britanic. Așa că, inevitabil, limba engleză este cea care predomină și cea în care se scriu răspunsurile la întrebări.

Este foarte interesant faptul că, imediat ce se termină concursul, toți participanții se grăbesc să plece. Din cele peste 40 de echipe participante, poate două sau trei rămân în urmă pentru a sta la o bere sau a mai discuta despre seara încheiată. Restul participanților pleacă imediat ce au fost acordate premiile de la sfârșitul concursului.

“Cultura pub-ului” rămâne în continuare locul geometric al socializării de grup a britanicilor din București în măsura în care reunește componente identitare și comunitare, bazate mai degrabă pe afilieri profesionale (Florea, Ristea și Țânțaș 2011 : 70) dar și loc de contact cu publicul autohton consumator al artefactelor culturale britanice:

Pub-ul devine astfel un teritoriu familiar, confortabil, o prelungire a lui “acasă” prin modul de organizare, atmosfera prietenoasă și sentimentul de apartenență, întâlnirea cu “peers” (colegi), modul de distracție și decorul care sunt alternativa locală cea mai apropiată la pub-ul tradițional din Marea Britanie, prin meniu (mâncărurile tradiționale care sunt un mod de întărire a identității) și prin componența clientelei (știi că dacă merg în pub vor găsi pe cineva cu care să vorbească, pe cineva “ca ei” – “one of us”), un mediu în care se regăsesc toate micro-comunitățile de englezi identificate.

Cu alte cuvinte, după cum argumentează Watson (2002), ceea ce consumă publicul fidel al unui pub excede ambianța și experiența prin crearea și exprimarea identității și a unui stil de viață pentru că “ceea ce este important nu este atât de mult real pe care produsele sunt consumate, dar semnificațiile atașate la aceste produse ” (Watson, 2002, p. 207).

O partidă de Cricket la Moara Vlăsiei

Cetățenii de origine indiană din București, în marea lor majoritate medici, ingineri și oameni de afaceri, locuiesc în case cumpărate de ei sau închiriate de companiile pentru care lucrează. Își petrec timpul liber în grupuri mixte și aproape niciodată doar cu indieni. Împărtășesc însa o pasiune comună care îi adună uneori, în special în anotimpurile calde: cricketul, care se joacă în cele patru cluburi din București.

Redăm mai jos – in extenso – fișa de observație realizată de Alin Savu, realizată în incinta Transylvania Cricket Club, aflat în proximitatea unei păduri din satul Moara Vlăsiei :

“Mă întâlnesc cu Rangam Mitra, vicepreședintele Consiliului de Cricket din România, și după un drum de 30 de minute din inima Bucureștiului ajungem la Moara Vlăsiei, la terenul de cricket aflat pe un deal cu un lac privat la poale, înconjurat din două părți de pădure și în alta de un lan de floarea soarelui. Terenul este împrejmuit cu un gard din plasă de sârma, iar la intrare sunt parcate trei mașini de teren cu numere de Ilfov, respectiv București. Două containere tip tir servesc deocamdată drept loc pentru depozitarea echipamentului și a diverselor obiecte necesare pe stadion. Lângă teren sunt scaune de plastic, umbrele, echipament de cricket – apărători, bâte, șepci, mingi, genți – tabela de marcaj, masa celor care țin scorul pe un caiet tipizat special și câteva bidoane cu apă. În afară de cei ce țin scorul și jucătorii aflați momentan în așteptare pe margine, retrași puțin spre lac stau un grup de persoane mai mic, cu un copil care la un moment dat își felicită tatăl când revine de pe teren.

Meciul este deja început când ajungem noi. Atât jucătorii de pe teren cât și cei care așteaptă pe margine vorbesc între ei în engleză, română și o limbă ce pare a fi hindi. Din când în când se aud scandări de încurajare, aplauze și ovații sau râsete de pe margine. Cei ce țin scorul vorbesc în engleză, tare și clar, iar tabela de marcaj este tot în engleză. Rangam îmi spune că sunt și afgani și pakistanezi pe teren în afară de indieni și români.

Cât urmăresc meciul observ doar un român prezent și jucând și apoi intrând în discuție cu Raj, directorul clubului pakistanez de cricket. Cei doi vorbesc în română fluent. De altfel, Raj schimbă câteva cuvinte și cu mine după ce mi-l prezintă Rangam drept un bun vorbitor de limba română.

Aflu tot de la Rangam despre planurile sale legate de cricket în România și ajunge să îmi prezinte și dotările terenului. În wicketuri au fost introduse camere video iar pe sub pământ sunt cabluri care le alimentează, așa încât au putut face o transmisie în direct pe internet a unui turneu recent desfășurat acolo și, susține Rangam, au avut mulți vizitatori virtuali. În plus față de asta, stadionul de la Moara Vlăsiei se mândrește cu cel mai bun sol posibil pentru un teren de cricket, ceea ce a permis de altfel și instalarea singurului teren natural de cricket din Sud-Estul Europei.

În timp ce urmăresc cum unii jucători de pe margine se pregătesc să intre pe teren, legându-și apărătorile și potrivindu-și căștile, Rangam îmi explică miza și modurile de joc ale cricketului. Există două echipe a câte 11 jucători, două wicketuri (un fel de porți în echilibru instabil) și un teren de alergare, iar scorul se ține în funcție de numărul de alergări pe care fiecare echipă reușește să le facă între cele două wicketuri, după ce au lovit mingea cu bâta și până când cealaltă echipă o recuperează și o aduce înapoi lângă unul din wicketuri. Astfel, fiecare echipă trebuie pe rând să arunce mingea și să o recupereze cât mai repede după ce o lovesc cei din echipa adversă, iar în următoarea rundă să lovească mingea și să înscrie cât mai multe alergări până când echipa adversă returnează mingea. Pe lângă această mișcare de bază, există numeroase alte "legi ale cricketului" în funcție de care se ține scorul. Acest sport a evoluat sub diferite forme, așa încât, inițial se juca neîntrerupt până când victoria uneia din părți era clară. Ulterior, a apărut varianta mai scurtă, durând doar 5 zile, pentru ca în cele din urmă să se ajungă la forma practică și pe terenul de la Moara Vlăsiei și care durează doar 3 ore.

Când intrăm în detalii în legătură cu regulile jocului și rădăcinile lui, Rangam consideră că mai degrabă baseball-ul seamănă cu cricketul și nu invers, subliniind întâietatea și o oarecare superioritate a sportului pe care vrea să îl popularizeze în România. Deocamdată există doar opt cluburi de cricket în România, din care patru sunt în București. Deoarece cricketul e recunoscut de Olimpiadă, dar nu este un sport olimpic, fondurile de la Ministerul Tinerețului și Sportului vin greu și în cantități mici, iar numărul de jucători autohtoni este destul de redus. Finanțările ar putea veni de la International Cricket Council (echivalentul FIFA în cricket) din care Consiliul de la București face parte din 2013, însă e nevoie de performanță, iar pentru asta, momentan sunt necesari jucători cu experiență cum sunt migranții care de altfel sunt și doritori să joace. Rangam relatează că a primit chiar cereri din partea unor jucători profesioniști din India pentru a veni în România, să joace la echipa națională.

Cu toate acestea, proiectul lui Rangam e construit mai degrabă pentru români, pentru a populariza jocul în România, și mai puțin pentru migranți. În acest sens, Rangam colaborează cu un australian stabilit în România, Andrew, care se ocupă de popularizarea cricketului în școli și de antrenarea copiilor. Aflu că deja există mai bine de 1000 de elevi

care practică cricketul în România – „In ten years...”. În plus, spune Rangam, “Cricket-ul este mai mult un joc al minții decât un efort fizic. Se cheamă ‘a gentlemen’s game’ pentru că promovează valori precum corectitudinea și respectul, iar pentru copii e un joc minunat pentru că le definește personalitatea”.

În momentul de față, însă, cricketul la București mai degrabă adună migranți din multe părți ale lumii: din India, din Pakistan, din Afganistan, din Australia și chiar Anglia. Fac cunoștință cu un tânăr student la inginerie venit din Bengal și se pare că deja avem un lucru în comun – suntem amândoi, pentru prima dată pe terenul de cricket de la Moara Vlăsiei. A ajuns de două luni în România și a venit cu un prieten la jocul de cricket pentru a mai cunoaște oameni în aceeași situație cu a lui – migranți din zona Indiei stabiliți la București. Mai schimbăm câteva cuvinte și date de contact după care se întoarce la marginea terenului pentru a face fotografiile cu un aparat ce pare destul de performant.

Cu această diversitate de naționalități planul lui Rangam nu e atât de facil. Chiar el recunoaște că e dificil să aduci membri noi în cluburi, mai ales dacă sunt români, pentru că majoritatea membrilor activi în momentul de față sunt indieni și preferă să vorbească în hindi în timpul jocului, ceea ce, spune Rangam nu ajută la formarea echipei și la integrarea jucătorilor locali. Mai mult decât atât, la întâlnirile din afara terenului este din nou dificil să existe coeziune din cauza diferitelor practici individuale religioase sau tradiționale – unii membri ai echipei sunt hinduși, alții sunt musulmani, așa că e exclusă o bere împreună după meci...”

Pornind de la observațiile din fișa etnografică vom urmări, pe scurt, felul în care cricketul indian a devenit unul din elementele-cheie din bagajul cultural al expaților indieni. Ugra (2005: 78) susține că în ultimele decenii cricketul indian s-a transformat dintr-un sport popular practicat cu mult entuziasm într-un vehicul cu mai multe destinații:

Cricket-ul indian reprezintă astăzi atât dominația pieței Lumii I și a apariției lumii a treia; incluziunea și insularitatea; aroganța și deschiderea. Acesta reprezintă atât națiunea cât și piața, precum și manipularea uneia de către cealaltă. Cricket-ul în India este un instrument puternic și totul depinde de care alege să-l mănuiască.

Ugra argumentează că, spre deosebire de fotbal în Europa și baseball și baschet în SUA, “răspândirea a cricket-ului în India nu a avut de-a face cu loialități locale la un club sau la o regiune. Nu a fost nici responsabil pentru consolidarea sau reînnoirea acestor loialități. [...] Toată atenția, interesul și popularitate au avut doar un singur obiectiv: echipa națională” (idem.), un microcosmos catalizator al fisurilor și tensiunilor din societatea indiană. Autoarea mai arată că, în paralel cu creșterea numărului de meciuri de o zi jucate de India în anii ‘90, a apărut și a luat amploare prima locație externă pentru turnee de cricket indian - în emiratul Sharjah din golful persic, menită să atragă populația de expați sud-asiatici din zonă pe un stadion imens, construit în mijlocul deșertului. Ceea ce reușesc aceste turnee,

conform lui Mehta (2008), este să ajute - în era globalizării fragmentate - “la cimentarea unor enclave de identitate indiană bazată pe cricket”. Autorul susține că, succesiv, aceste evenimente ajută la “indienizarea” cetățenilor indieni “globali” și sunt exemple de ceea ce în științele sociale se numește glocalizare: “Prin organizarea de turnee în vestul sau sud-estul Asiei, India nu poate spera să *indienizeze* aceste regiuni. Și asta în primul rând pentru că exportul exponențial al cricketului este profund diferit de cel al Coca Cola sau Pepsi și, în același timp, pentru că bazele locale unde se organizează aceste turnee vor continua să fie dominate de către expați indieni care se agață de acest sportul lor” (Mehta 2008: 129).

“Zona de exerciții” Falun Dafa din Herăstrău

Modurile de petrecere a timpului liber ale migrantilor chinezi se desfășoară pe o plajă care cuprinde turismul pe perioade scurte la munte, pe Valea Prahovei sau - mai recent - în Bulgaria, practicarea ping-pong-ului în câteva dintre spațiile de socializare din comunitățile închise de locuire identificate în perioada de cercetare și exercițiile Falun Dafa, desfășurate săptămânal în Parcul Herăstrău, pe una din pajiștile de pe marginea lacului. Deși practica în sine este interzisă în China începând cu anul 1999, în lume sunt mulți practicanți, atât chinezi și nu numai. Întâlnirile din București au loc numai duminica dimineața între orele 9.00 și 11.00 (în fapt, chinezii ajung mai devreme, separat, și mai discută între ei, iar finalizarea întâlnirilor se face după 11.00. Venind mai devreme de ora 9.00, chinezii se întâlnesc într-o zonă cu bănci așezate față în față, aproape de lac. Doar când s-au strâns toți în această zonă, chinezii merg către “zona de exerciții”. Toate întâlnirile se desfășoară pe spațiul public, puțin mai retras față de aleile principale, însă la vedere, de altfel deseori trecătorii se opresc și se uită și chiar fac poze cu telefoanele mobile. Cei ce participă sunt atât români, cât și chinezi. Unii din chinezi vin cu familiile (soț și soție), unii vin cu copilul/copiii (aceștia din urmă luând parte și ei la exerciții). Românii prezenți fac parte toți din asociația Falun Dafa din România și participă la aceste întâlniri de mult timp.

Falun Dafa, cunoscut mai bine publicului larg sub numele Falun Gong, de asemenea, a fost descris, în funcție de perspectiva abordată, în multe versiuni: “A fost numit *qigong*, una din multele școli de exerciții fizice, care au ca scop îmbunătățirea sănătății și dezvoltarea “abilități supranaturale”. Cercetătorii și media *mainstream* au făcut referire la o “mișcare spirituală” sau religie, cu toate că practicanții susțin că nu este o religie. Acesta a fost numit un cult, în sensul peiorativ, mai degrabă de guvernul chinez și de unii critici occidentali decât într-un context sociologic” (Porter 2003). Una din provocările definirii, poate cea mai importantă, derivă din persecutarea practicanților de către autoritățile chineze și situarea acestora într-un peisaj de disidență și contestare politică (idem.) prin practici corporale (Dalby 2012⁴). Dincolo de aceste implicații, Falun Gong rămâne - în țările vestice - și o practică asociată des cu exercițiile thai-chi și relaxarea, prin angajarea corpului în activități la frontieră dintre medicina alternativă, arte marțiale și spiritualitate New-Age (Dalby 2012) în special de către elita chineză expatriată.

4. <http://societateareala.com/subpage16.html>

Petanque în Grădina Icoanei

Pentru a completa peisajul formelor de petrecere a timpului liber ale migranților din București vom aminti în continuare și cazul unui sport de nișă cum este *petanque*, care se bucură în ultimii ani de o revitalizare vizibilă în parcurile din Manhattan, Brooklyn și Queens (New York), datorată jucătorilor care provin din rândurile expaților de origine franceză sau a vorbitorilor de franceză de origine africană, fenomen studiat de Freschet (2011) care subliniază un paradox: “Jocul de *petanque* la New York este mult mai deschis, mai cool, și împărtășit decât este în Franța în acest moment, unde curțile pentru *petanque* sunt adesea inaccesibile pentru vizitatori ocazionali, iar jocurile sunt grave și solemne”. Freschet indică un element-cheie al succesului de care se bucură recent acest sport în faptul că restaurantele cu specific franțuzesc, în demersurile de autentificare a experienței publicului, introduc printre elementele de decor fotografii și artefacte vintage ale *petanque*, așa cum se juca cu multe decenii în urmă în Franța și chiar întrețin terenuri în care jocul poate fi practicat în proximitatea acestora.

În ultimii ani tinerii migranți francezi din București revitalizează practici culturale franceze, specifice mai ales persoanelor în vârstă în Franța, cum este și jocul de *petanque* practicat în Grădina Icoanei, Piața de Gros sau Tineretului. Pentru instituționalizarea acestui sport a apărut Asociația Petanque România, care are chiar și o pagina de Facebook cu peste 2300 de fani⁵.

Jocul constă în aruncarea unor bile de metal cât mai aproape de o altă bilă-țintă mai mică, pe o suprafață nisipoasă. Dacă francezii care au luat parte la cercetare spun că e originar din sudul Franței, jocul e prezent în mai multe țări din bazinul mediteranean⁶, în București fiind un prilej de întâlnire și de reiterare a “spiritului francez”.

Redăm mai jos fișa de observație întocmită după participarea la o partidă de *petanque* de Liviu Dimulescu și Ina Dănilă:

“Ne întâlnim cu un grup de francezi, pentru o sesiune de *petanque* în Parcul Icoanei, pe o alee de nisip, lângă spațiul de joacă al copiilor. Ei au ales locul pentru că *petanque* se joacă pe suprafețe nisipoase, indiferent dacă sunt line sau au neregularități. În felul acesta, bilele de *petanque* au aderență mai mare. După ce ajung toți cei șase membri grupului (trei cupluri), unul din francezi scoate o sticlă de vin rose, franțuzesc și pahare de unică folosință și oferă câte un pahar tututor, apoi ascunde sticla lângă ghiozdan, de teamă să nu fie zărit de polițiști.

După ce mai schimbă câteva vorbe, scot bilele de *petanque* din niște genți mici speciale, pe care e inscripționat cuvântul *Boules*, care desemnează în limba franceză clasa mai largă a jocurilor cu bile. Alex povestește că jocul e cumpărat de la Decathlon, lanț de magazine franțuzesc, dar nu din România, ci din Franța. Echipamentul care nu e necesar și celelalte bagaje rămân pe marginea unei fântâni arteziene unde sunt lăsate și bicicletele, băuturile și diverse alimente. Patru dintre ei încep jocul separat, în timp ce Alex ne explică regulile:

5. <https://www.facebook.com/petanque.romania?fref=ts>

6. <http://www.nomadit.co.uk/easa/easa2012/panels.php5?PanelID=1061>

Fiecărei persoane îi sunt alocate 3 bile și are dreptul la 3 aruncări în cadrul unui joc. Acum se joacă în echipe de câte 2, punctele acumulându-se în echipă: fiecare echipă are un anumit tip de bile (unele sunt marcate cu linii drepte, altele cu linii curbe, pentru a le diferenția între ele. În teren nu pot exista mai mult de 13 bile, așa că se joacă fie tete a tete (1 contra 1), dublu (2 contra 2) sau triplu (3 contra 3, cu 2 bile fiecare).

Scopul jocului este de a arunca bilele de metal cât mai aproape de țintă: o bilă mai mică, aruncată la începutul jocului de una dintre echipe la distanță de 6-10 metri de punctul de aruncare (punct marcat printr-o linie în nisip). Fiecare echipă are dreptul la 6 aruncări. Cine aruncă o bilă de metal cel mai aproape de țintă câștigă un punct. Jocul se repetă astfel până când una dintre echipe ajunge la 13 puncte și este declarată învingătoare.

Dacă în cadrul unui joc un participant aruncă bila și aceasta este mai îndepărtată de țintă față de una din bilele lansate de echipa adversă, atunci echipa în cauză va continua să arunce până când va ajunge la fel de aproape sau mai aproape de țintă decât cealaltă echipă. De asemenea, dacă distanța dintre 2 bile aparținând ambelor echipe față de țintă nu poate fi măsurată din ochi, se trece la măsurarea cu ajutorul metrului. Alex, unul dintre francezi, a scos metrul de 2 ori din geantă, când distanțele dintre 2 bile și țintă păreau egale.

Echipa câștigătoare este cea care are dreptul să lanseze ținta în jocul următor. Mingea se lansează dintr-o poziție ușor incomodă pentru o persoană care nu a mai jucat niciodată acest joc: cu genunchii îndoiți, trunchiul puțin aplecat spre față și cu podul palmei orientat în spate. Mingea se aruncă fie încet, în linie dreaptă, dintr-un balans din încheietură, fie cu boltă. Deși 2 dintre francezi fac parte dintr-un club de petanque din Franța și chiar au tricouri cu logo-ul clubului, unul singur încearcă tipul de aruncare descris mai sus și, deși ratează de multe ori, când reușește, trimite bila fix lângă țintă. Într-adevăr, fără a se concentra la fel de mult ca noi, au o precizie exersată a aruncării, dovedită prin faptul că au câștigat cu 13 la 3 în fața noastră.

După jocul de petanque, care a durat 2 ore și s-a desfășurat în 2 echipe, mai jucăm un joc, tot pe echipe de câte 2, la care am participat toți deodată. Jocul se numește *le jeu de quilles finlandaises* (popice finlandeze) și are un principiu asemănător cu cel al jocului petanque: fiecare participant aruncă un băț de lemn spre o grămăjoară de bucăți de lemn cilindrice, pe care sunt inscripționate numere de la 1 la 12. Cine nimerește un cilindru de lemn câștigă punctele însemnate pe el, cine lovește mai multe cilindre, câștigă un număr de puncte echivalente cu numărul de cilindri loviți, care ating în totalitate pământul. Cine nu lovește niciun cilindru în 3 aruncări consecutive este eliminat din joc. Scopul este să aduni 40 de puncte în cap: nici mai mult, nici mai puțin. Chiar dacă și acest joc poate fi găsit la Decathlon, jocul nu este de origine franceză așa cum se presupune că este petanque.

Pe parcursul jocului de petanque, participanții schimbă foarte puține cuvinte și aproape toate sunt legate de joc. Alex și prietena lui ne spun că, în general, fetele nu prea sunt agreate, că e mai mult un joc de băieți. Tot Alex mai povestește că, ori de câte ori cineva greșește o aruncare, ceilalți râd de el și nu îi oferă mingea în mână, ci i-o aruncă la picioare, pentru ca acesta să fie nevoit să se aplece după ea (poziție de inferioritate). Însă, când cineva reușește o figură bună, este aplaudat.

Discuțiile, minimale, au loc mai mult pe “banca de așteptare”, acolo unde stăm să ne vină rândul. Schimburile de replici dintre francezi se poartă în limba franceză (cu excepția cuvântului “semințe”, rostit în română, semn că este considerat o marcă a românismului, un factor ce îi definește pe români, dar nu și pe francezi). Discuțiile cu noi se poartă fie în engleză (cu fetele și cu Carl, care nu prea înțeleg româna), fie direct în română (cu Alex și prietena sa Cora). Pe banca de așteptare, Franc relatează că, în Franța, la fostul lui loc de muncă, era un teren de petanque situat între clădiri, unde angajații coborau să se joace în pauze sau după program. El a observat că, deși jocul e mai popular în sudul Franței și deși era jucat în trecut cu precădere de persoane în vârstă, a revenit la modă în ultimii ani și printre tineri, mai ales hipsteri.

Chiar dacă parcul este un loc public, când francezii se joacă, o arie cu diametrul de circa 8 m este oarecum luată în proprietate, fiind ocolită de ceilalți, iar copiii curioși care încearcă să ridice bilele sunt atenționați să nu facă acest lucru. Totuși, oricum ne schimbăm direcția de joc, ne urmăresc continuu. Păstrează însă distanța și pare să existe un fel de respect reciproc la nivel de activități: copiii nu trec până aruncătorul nu lansează bila sau aruncătorul nu lansează bila până nu trece copilul. Pe lângă copii, se strâng și privitori curioși, spectatori intrigați care de cele mai multe ori nu par să cunoască jocul. La un moment dat, un trecător cu un câine se oprește, urmărește jocul pentru câteva minute, strigă ceva neinteligibil în franceză și ne urează «Bonne soiree».

În loc de concluzii

Dacă există o notă comună a studiilor de caz prezentate mai sus aceasta este data de *deschiderea* pe care migranții practicanți de jocuri și sporturi considerate ca manifestări etno-identitare comunitare o manifestă față de publicul autohton. Scenele de desfășurare a acestor forme de divertisment devin pretext de agregare etnică dublată mai tot timpul de afilierea profesională a unui public cosmopolit. Pe de altă parte, așa cum observă Farer (2010) barul – unul dintre cele frecvente spații de divertisment al migranților – este, de asemenea, “spațiul unei stratificări de clasă al culturii petrecerii timpului liber cu dimensiuni locale, naționale și transnaționale, [...] dezvoltat într-un mozaic de spații mixte sau enclavizate etnic, care permit un tip de cosmopolitism flexibil pentru cei dispuși și capabili să negocieze aceste spații diferite.”

Bibliografie

- Cloke, P., Marsden, T. și P. Mooney (eds.). 2006. *Handbook of rural studies*, London: Sage
- Dervin, F. și M. Korpela (ed.). 2013. *Cocoon communities*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing
- Dalby, S. 2012. "Aesthetics of conviction: cultivating Chinese state and Falun Gong aesthetics of illegality, surrender and contestation". Prezentare la EASA Conference 2012: Uncertainty and disquiet, Nanterre University, France,
- James, F. 2009-2010. "Shanghai Bars: Patchwork Globalization and Flexible Cosmopolitanism In Reform-Era Urban-Leisure". În *Chinese Sociology and Anthropology*, p. 42: 22-38.
- Florea, S., Ristea, I. și M. Țânțăș. "Cheers! Despre cultura pub-urilor la englezii din București". În *Societatea Reală*, p. 32-53
- Freschet, V. 2011. "Petanque in New York". În *The Journal of New York Folklore*
- Horolets A. și A. Galasinska. 2011. "Leisure experience of migrants: shaping free time, shaping identities". Prezentare la SIEF2011 10th Congress: Lisbon, Portugal
- Maffesoli, M. 1996. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage.
- Mangan, J.A. A. Ritchie (ed.). 2005. *Ethnicity, sport, identity : struggles for status*, London and New York: Routledge
- Nagy, R., Maclean, N. and D. O'Sullivan. 2013. "More than Just a Football Club, in the Heart of Brussels". În *Cocoon communities*, Dervin, F. și M. Korpela (ed.). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing
- Ugra, S. 2005. "Play together, live apart: religion, politics and markets in Indian cricket since 1947". În *Cricket and National Identity in the Postcolonial Age*, Wagg, S. (ed.). London and New York: Routledge

Peisajul lingvistic al „noilor minorități”

VINTILĂ MIHĂILESCU

Peisajul lingvistic al „noilor minorități”

Mediul de comunicare, în speță limba sau limbile în care se comunică într-o colectivitate multi-etnică reprezintă unul dintre cei mai semnificativi indicatori ai vieții sociale din colectivitatea respectivă. O etnografie a „peisajului lingvistic” poate constitui astfel și o cartografiere preliminară a spațiilor culturale, a tendințelor de închidere sau deschidere a acestora, a convergențelor și divergențelor dintre ele precum și a structurilor de putere care se exprimă prin recursul dominant la o limbă sau alta.

Bucureștiul a fost un spațiu multietnic în perioada interbelică, dar mai puțin unul multi-lingvistic. În prezent, multietnicitatea este statistic de zece ori mai redusă, dar „noile minorități” au adus o mai mare diversitate lingvistică. În cele de față vom încerca să descriem această diversitate, urmărind în primul rând ce limbi se vorbesc, în ce contexte și, mai ales când, cum și de ce se vorbește româna de către rezidenții străini¹. Pentru aceasta, vom folosi o perspectivă inspirată din teoriile sociologice ale acțiunii și care va recurge, implicit sau explicit, la conceptele de *comunitate de limbă*², *comunitate de practică*³ și, în principal, la conceptul de *comunități situate (placed communities)*.

Trecînd în revistă soarta *placed communities*, David Barton și Karin Tusting (2005) subliniază o listă impresionantă de merite și avantaje ale conceptului:

„It presents a theory of learning which acknowledge networks and groups which are informal and not the same as formal groups. It allows for groups which are distributed in some way and not in face-to-face contact. (...) takes learning beyond the individual. It is attractive as a middle-level theory between structure and agency which is applicable to and close to actual life and which resonates with detailed ethnographic accounts of how learning happens (...) In education, it takes learning out of classroom and adresses the variety of groups and locations where learning takes place. It helps identify commonalities across these settings and contributes to undestanding differences.”

Vom porni deci în cele de față de la o constatare banală, care s-a impus încă de la începutul cercetării de teren: în general, „noile minorități” nu sînt motivate să vorbească limba locului (româna) dacă nu le este de folos în interacțiunile de zi cu zi. Cînd, de ce și cum le devine aceasta „utilă”? Dar și cînd, de ce și cum se recurge, de comun acord, la

1. Vom folosi termenul generic de „rezident” pentru toate categoriile de persoane de altă naționalitate decît cea română și care sînt stabiliți în mod legal în București pentru o perioadă determinată sau nedeterminată de timp.

2. Folosim conceptul de „comunitate de limbă” tot în perspectiva interacționistă în care unitatea de analiză este o comunitate de practică și nu vorbitorii de limbă ai unei comunități date (e.g. Holmes și Meyerhoff, 1999). Nu ne va interesa deci atît comunitatea englezilor, italienilor sau turcilor ca vorbitori de limbă engleză, italiană sau turcă, ci modul în care își folosesc – sau nu – limbile native în diferite situații sociale concrete.

3. Folosim conceptul de „comunități de practică” în sensul acreditat de Wenger în 1998.

folosirea altor limbi pentru comunicarea socială? Pe scurt, cum se alcătuiesc și care sînt, în mare, „comunitățile lingvistice situate” în Bucureștiul actual?

1. Context general.

La nivel mai degrabă ideologic, românii pun foarte mare preț pe învățarea limbii lor de către străinii care se stabilesc în țară, considerînd chiar că statul are obligația de a-i ajuta pe aceștia să învețe limba română. Astfel 71% dintre români consideră că statul ar trebui să ofere imigranților de orice natură servicii gratuite de limba română și 82% că acesta ar trebui să asigure educație pentru copiii străini. Această „deschidere” este și expresia principalei condiții pe care românii o pun imigranților: *integrarea culturală*, adică o cunoaștere rezonabilă a limbii, culturii, istoriei și obiceiurilor românești⁴.

Pe de altă parte, învățarea limbilor străine a început să fie la mare preț imediat după căderea comunismului. „*În anii 90 era foarte puțină lume care vorbea engleză și eram obligat să învăț (româna) repede*” – își aduce aminte un rezident. Acum, în România există aproape 200 de școli cu clase în care se predau intensiv limbi străine și numeroase universități au programe speciale de predare într-o limbă de largă circulație. În București există 9 instituții de învățămînt preuniversitar dedicate principalelor limbi de circulație internațională (engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană) și, mai recent, șase unități de învățămînt de profil turc, libanez, arab și chinez. Pe lînga acestea, există și unități private de învățămînt sau de cursuri intensive de limbă. Unele ambasade organizează la rîndul lor cursuri deschise de limbă. Și oferta de cursuri de limbă este în continuă creștere chiar de la nivel preșcolar, unde fiecare grădiniță care se respectă are și ore de limbi străine. Ca peste tot, limba engleză începe să devină un soi de *lingua franca* în rîndul tineretului și adesea un semn de status – ceea ce face ca în multe cazuri românii să fie aceia care impun folosirea limbii engleze (sau a altei limbi de largă circulație) în comunicarea cu un străin recent stabilit în România (și care ar prefera să-și exerseze româna): „*Eu cu prietena mea vorbim în română zi de zi. O enervează pe ea, că ea vrea în engleză*” – mărturisește un indian stabilit în București. Iar un altul povestește cum, vrînd să învețe româna, „*am forțat să vorbesc, ei vorbeau în engleză, și eu am răspuns în română*”. Aproximativ același lucru se întîmplă cu italiana (pe care toți românii consideră că o înțeleg iar italienii trec, la rîndul lor, cu ușurință de la română la italiană, considerînd normal să fie înțeleși de către români...) și, într-o măsură mult mai redusă, cu franceza. Pentru expați sau imigranți care se află pentru o perioadă limitată în București și vorbesc una dintre aceste limbi, învățarea limbii române nu este deci absolut necesară, fiind utilă doar la un nivel de interacțiune minimală și de regulă în afara spațiului lor de interes (la cumpărături, în trafic etc.). Practic, „noile minorități” nu sînt foarte stimulate de către autohtoni și motivate să vorbească româna dacă aceasta nu le este de folos în interacțiunile profesionale sau sociale de zi cu zi. Și practic toți cei intervievați nu au considerat că au fost prost văzuți sau marginalizați în vreun fel dacă nu vorbeau româna. Următorul scurt pasaj dintr-un interviu este valabil pentru majoritatea rezidenților:

4. Referința: Centru de cercetare și documentare în domeniul integrării imigranților (2015), *Barometrul integrării imigranților, Raport final de cercetare*

CI: Ați avut probleme la început cu limba? Vorbeați limba română?

TS: Da, nu o vorbesc foarte bine. Nu am fost tratată negativ dacă nu știam, au fost foarte disponibili, yes.

Cînd sînt în situația de a învăța totuși limba română, rezidenții recurg la modalități diferite și pornesc la drum cu percepții diferite despre dificultățile limbii. În majoritatea cazurilor, această învățare a fost mai degrabă una directă, prin conversații cu românii sau „după subtitrări” la filme:

„Am învățat de la subtitrări. Am început înainte să vin aici, am vrut să.... toate filmele care înainte vorbeam un pic că e aproape de franceză, la noi franceza e limba oficială, franceza și araba. Toate documentele sînt în arabă și la școală facem franceza. Stiam franceza destul de bine și româna e foarte aproape, bine că reguli gramaticale au multe excepții...le-am luat cu subtitrarea în română și mă uitam la cuvintele, ce zice, ce înseamnă...”. (rezident libanez)

Nivelul următor este dat de un cadru organizat (școli, licee, cursuri specializate etc.). Majoritatea apreciază sistemul românesc de învățămînt ca fiind „mai ușor”, (mai) bun „mai ales cînd vine vorba de teorie” și, nu în ultimul rînd, mai ieftin. Pe de altă parte, destul de mulți s-au plîns de calitatea cursurilor și seriozitatea sistemului public de învățămînt liceal, preferînd astfel să-și trimită copiii la școli internaționale sau licee particulare. Libanezii beneficiază în plus de „International Lebanese Modern Progression School”, unde predarea se face după sistemul libanez și după manuale aduse din Liban. Aici vin și elevi sirieni sau irakieni, dar și români doritori să învețe limba arabă „vorbită” – după cum explică un profesor de la acest liceu. În cazul chinezilor, alternativa preferată este de a-și trimite copiii în China, unde au un sistem educațional „mai complex” (programul școlar în China este de 8 ore pe zi, de luni pînă sîmbătă inclusiv) și unde urmează o formare în limba și cultura chineză, considerată mai adecvată pentru viitorul lor. Doar în cazul stabilirii pe durată nedeterminată este luată în calcul urmarea unor școli din sistemul public românesc, deși în București există și o formă incipientă de grădiniță și de școală cu predare în limba chineză.

În sfîrșit, cei care intenționau să se stabilească pentru o perioadă îndelungată în București sau să obțină și cetățenia română au recurs totdeauna și la meditații private.

Alegerea formei de învățare a limbii române este deja o primă expresia a strategiei de situare în societatea bucureșteană. „Tinerii din familiile așezate preferă să facă școala în limba română pentru a se integra mai bine” – declara un rezident turc. La extrema cealaltă, o familie de italieni era foarte fermă în a afirma că „un copil italian nu poate fi un copil de cartier care să urmeze școli de stat de cartier. Nu poți avea încredere în școlile de stat.” Tătăl turc era comerciant; tătăl italian era expat într-o multinațională.

Percepția asupra dificultăților de limbă pare să fie și ea mediată mai mult de poziția/ poziționarea subiectului decît de problemele lingvistice propriu-zise. Astfel, de pildă,

un italian povestește că „*mi-era imposibil să mi aduc aminte cuvinte... mi s-a părut mai ușor să învăț niște cuvinte rusoaică decît să învăț un pic de română la început. Și nu înțelegeam care era fazu cu cuvinte. În sensul că nu înțelegeam niciodată cînd termina un cuvînt, cînd începea un alt... și asta a fost. Primii trei luni numai engleză și mai niște „mulțumesc”... „bună ziua” și chestii de genul la ăsta.*” La extrema cealaltă, un scoțian a avut o relație cu totul opusă cu limba română:

Cezara: Cum a fost să învățați limba română?

Rupert: Ușor.

Cezara: Nu vi se pare o limbă grea?

Rupert: Nu.

Cezara: Cum ați învățat?

Rupert: Am ascultat la oameni. Și am văzut la televizor. Mai ales filme în limba engleză cu subtitraje. Am învățat o grămadă. Și mai ales ascultînd oameni și identificînd cuvintele și imitînd... și nu sînt speriat să fac... un... ăă... să folosesc limba greșit. Să fiu ridicol. Și a fost foarte amuzant. Pentru că folosesc cuvinte, lumea rîde de mine și am învățat. Dar nu am învățat gramatică deloc. Și cumva am înțeles, nu știu de ce.

Cezara: Cam în cît timp?

Rupert: Nu știu exact. Cam o lună.

Italianul era un om de afaceri, scoțianul era un activist ONG...

În măsura în care această poziție sau poziționare se schimbă, datorită unor noi oportunități profesionale sau decizii personale, se schimbă însă și „practicile limbii” și au loc deplasări în alte „comunități lingvistice situate”.

2. Cadrul de analiză.

Din perspectiva noilor minorități, raportarea la limbă este mediată de orizontul de *timp* și de *spațiu*: cu cît durată previzibilă a șederii în România (în speță în București) este mai mare și/sau cu cît spațiul de interacțiuni sociale este mai larg, cu atît practica limbii române este mai intensă. „*So no, I don't speak Romanian. Should I learn? Yes, I should. Another thing with expats, they never quite learn until they get to a situation of stability. I think I am getting it now, I am gonna stay here. Before I was like: is it really worth it?*”, explică un rezident britanic. Astfel, mulți dintre rezidenții intervievați au declarat că s-au apucat serios de română de abia după ce, dintr-un motiv sau altul, au decis să se stabilească sau să rămînă o vreme mai îndelungată în București. Astfel, de pildă, francezii care stau pe o perioadă *determinată* de timp în România știu limba română la un nivel începător, conversațional, suficient pentru a se descurca prin oraș zi de zi, pentru a cumpăra lucruri, pentru a comanda ceva, pentru a înțelege prețurile sau pentru

a schimba 2-3 cuvinte cu localnicii. Cei care stau pe o perioadă *nedeterminată* vorbesc limba română foarte bine și au învățat-o fie singuri (prin cursuri online, de la prieteni, cunoscuți, colegi), fie prin cursuri specializate la Institutul Francez sau la Institutul Cultural Român. Același lucru este valabil, în mare și pentru celelalte grupuri de rezidenți europeni.

Din perspectiva *orizontului temporal*, comunitățile lingvistice situate pot fi plasate pe o dimensiune polară *nomazi-sedentari*. Primii trec prin București, ceilalți se *stabilesc* pentru o perioadă mai îndelungată sau, eventual, definitivă. În primul caz, specific mai ales expaților dar și unor comercianți aflați încă într-o fază exploratorie, comunitățile lingvistice sînt situate de regulă în universul profesional și folosesc în principal limba engleză ca *lingua franca* în afaceri, însoțită de limba natală pentru socializarea limitată și ea, de regulă, la lumea oamenilor de afaceri de aceeași naționalitate. De asemenea, folosirea curentă a limbii engleze face ca „nomazii” să aibă tendința de a petrece timpul și de a împărtăși experiențe cu reprezentanți ai altor minorități și mai puțin cu locuitorii ai țării, alcătuind astfel mici comunități trans-naționale. Limba română este doar un adjuvant convențional sau este învățată la un nivel bazal – dacă acest lucru este util în relațiile de serviciu cu unii angajați români. Este deci universul tipic al culturii TNC, pe care îl putem întâlni în toate marile orașe din lume. La extrema cealaltă, limba română devine mediul social de comunicare, limba natală fiind rezervată comunicării în interiorul familiei, precum și cu rudele și prietenii de acasă.

În mare, copiii urmează aceeași dinamică în funcție de orizontul de timp al părinților. Expații și părinții mai înstăriți preferă să-și dea copiii la școli internaționale sau liceele cu predare în limba natală. Acolo se întâlnesc și cu copiii români ai clasei de mijloc precum și copiii ai rezidenților de alte naționalități. Orientativ, în liceul francez, de pildă, anul trecut erau 50% elevi francezi, 36% români și restul de 14% elevi de alte naționalități. Proporții similare se găsesc și în celelalte mari licee internaționale din București.

Din perspectiva orizontului spațial, putem contrapune *comunități introverte/domestice* și *comunități extroverte/sociabile*. În această privință, nu doar poziția individuală contează, ci și anumite particularități culturale de inserție în societăți străine. Astfel, de pildă, rezidenții chinezi sînt cei mai vizibili în București nu datorită numărului lor, ci mai ales din cauza concentrării lor spațiale în variante de *China town*, ca pretutindeni în lume. Au fost însă și comunitatea cea mai dificil de abordat, principalul motiv (aparent cel puțin) fiind bariera lingvistică. În majoritatea cazurilor, aceștia nu vorbesc româna, delegînd însă un membru al familiei care „se descurcă” în românește pentru a rezolva diferitele relații profesionale sau sociale. Dacă migrația lor în România este una temporară, preferă să își trimită copiii în China, unde au un sistem educațional „mai complex” (programul școlar în China este de 8 ore pe zi, de luni pînă sîmbătă inclusiv) și care le permite ancorarea în cultura chineză. Cei care intenționează să rămână pe termen nedeterminat în România, își trimit copiii la școlile publice din București și învață și ei – adesea prin intermediul copiilor – mai bine limba română. În toate cazurile însă, limba natală este folosită ca un filtru care departajează comunitatea „introvertă” chinezească de restul lumii sociale, româna fiind doar un instrument de afaceri printre altele. La extrema cealaltă, comunitatea libaneză

este, probabil, cea mai invizibilă în București, deși este una dintre cele mai „vechi” și puternice. Cultura lor negustorească este însă mai degrabă „extravertă”, integrându-se și diseminând în rîndurile societății gazdă. Astfel, toți cei intervievați în această cercetare au comunicat doar în română.

O categorie aparte o constituie studenții, care se află, de regulă, într-un spațiu-timp *sui generis*. Poziționarea lor depinde de traiectoria profesională pe care au ales-o, dar și de situația materială a părinților. Astfel, de pildă, copiii expaților și ai oficialităților franceze, care absolvă Școala Franceză din București, se întorc în Franța pentru studii superioare, pentru a urma cursurile unei facultăți care va fi recunoscută peste tot în Europa. Pe de altă parte, există relativ numeroși tineri francezi care vin în România pentru a urma Facultatea de Medicină sau de Stomatologie, fie pentru că e mai ieftin ca în Franța, fie că sistemul de admitere e mai permisiv decât acolo. Însă se întorc să profeseze în Franța. De asemenea, există și tineri care vin să facă internshipuri de câteva luni în multinaționale, pentru că statul francez oferă anumite facilități companiilor care oferă astfel de stagii. Această dinamică se regăsește, în linii generale, și în cazul celorlalte noi minorități etnice europene, ținînd mai degrabă de mobilitatea academică generală decât de un pattern cultural particular.

Studenții turci veniți în București aleg să studieze medicina, arhitectura sau științe politice la universitățile de stat, deși există și Universitatea Lumina cu predare în limba turcă. Tinerii libanezi, după ce termină, de regulă, „Cambridge School”, „Bucharest Beirut International School” sau „International Lebanese Modern Progression School”, preferă să-și continue studiile la facultățile publice din București, în special la medicină, politehnică sau, eventual, limbi străine. În cazul chinezilor, numărul celor care urmează o facultate în București este foarte redus.

Tipuri de comunități lingvistice situate

Putem să reconfigurăm acum aceste informații pentru a schița principalele tipuri de comunități lingvistice situate ale rezidenților străini stabiliți în București. Acestea nu trebuie înțelese însă ca spații închise sau exclusive, un rezident putînd participa la mai multe astfel de comunități sau deplasîndu-se, după cum am văzut, dintr-o categorie în alta în funcție de traiectoria sa în timp.

1. Comunități lingvistice nomade.

Este cazul general al rezidenților pentru care București este doar o etapă determinată de timp într-o traiectorie de mobilitate internațională. În principal, acestea sînt populate de expați din corporații, dar și de diferiți întreprinzători particulari mici și mijlocii. Limba care constituie liantul este, de regulă, engleza, ceea ce face ca și oferta educațională de limba engleză să fie cea dominantă. Astfel, doar Consiliul Britanic are în cele două sedii ale sale aproximativ 1500 de elevi anual, de la preșcolari la pensionari. La aceasta se adaugă școlile internaționale de limbă engleză, dar și liceele românești cu predare intensivă în limba engleză, a căror număr este în continuă creștere.

„Cu limba a fost groaznic din cauză că pentru mine engleză era mediu de comunicare și asta este” – declară un expat italian, poziția sa fiind împărtășită de practic toți cei care intră în această categorie. Această practică exclusivă a limbii engleze face ca rezidenții respectivi să se adune și să se frecventeze mai mult între ei, indiferent de naționalitate. Pe de altă parte, aceasta nu îi exclude neapărat pe români, deschiși sau chiar amatori și ei să participe la astfel de comunități volatile. În cazul unei vizite la un rezident indian, de pildă, doi dintre invitați erau americani, unul polonez și alți doi români, conversația purtându-se în mod firesc în limba engleză.

2. Comunități lingvistice deplasate (displaced)

Este mai ales cazul chinezilor, care se plasează explicit ca alteritate, ca o unitate culturală și spațial deosebită, ce întreține un număr minim de relații instrumentale cu populația gazdă. Mai mult, din observațiile noastre a rezultat că este posibil ca o parte din chinezi să utilizeze limba română mai puțin decât știu, păstrând astfel o anumită barieră de comunicare în funcție de context. Complementar, relațiile cu țara de origine și rudele de acasă par să fie cele mai strânse din ansamblul „noilor minorități etnice” din București.

Chinezii nu sînt însă singurii care alcătuiesc astfel de comunități „deplasate”. Se întîmplă adesea și cu italieni, francezi sau englezi care, în afara serviciului, preferă să alcătuiască mici comunități de maxim 10-15 persoane de aceeași naționalitate și care se întîlnesc în spații publice deja conotate etnic (anumite baruri sau restaurante, evenimente organizate de ambasadele lor etc.). În toate aceste cazuri avem de a face, de fapt, cu grupuri enclavizate, care se auto-izolează în comunități de limbă împărtășită, fără a recurge nici la engleză, nici la română pentru a transgresa propriile frontiere lingvistice.

3. Comunități lingvistice „plasate”

La extrema cealaltă se află rezidenți deja integrați sau pe cale de integrare, pentru care româna devine liantul social – ceea ce nu exclude recursul și la alte limbi care permit accesul la colegi sau vecini de alte naționalități. Mărturia unui englez care a decis să se stabilească pentru o perioadă nedeterminată la București este grăitoare în acest sens: *„Cred că e o experiență foarte humiliating într-un fel cînd ești într-o gașcă de oameni și nu înțeleg ce vorbesc ei. Și nici nu vrei să fii motivul pentru care toți încep să vorbească în engleză numai tine. Adică de ce să vorbească cineva în engleză numai din cauza mea? Și la început am avut așa super motivație. Nu am vrut să fiu ăla care nu înțelege sau ăla pentru care toată lumea trebuie să schimbe limba numai pentru mine. A fost greu la început pentru am avut foarte multe conversații în care nu am înțeles nimic. Dar dacă nu treci prin asta și dai din cap și ai înțeles 13%, dacă nu treci prin starea asta, nu o să faci progres.”*

Este însă cazul cel mai frecvent în rîndul rezidenților turci, negustori de tradiție și avînd relații de lungă durată cu România. Învățarea și practicarea limbii române este, pentru marea majoritate a acestora, parte integrantă a poziționării lor în societatea românească. Traectoria schițată în următorul scurt interviu cu un tînăr turc este ilustrativă în acest sens:

S: Păi primul an am pierdut un an de liceu că nu puteam să fac niciun liceu că nu știam limba. Am stat la magazinul lu tata, aveam măcelărie atunci. Am stat acolo cum ar veni ca să mai prind limba română, să stau cu oameni, să mai vorbesc. Și am început să iau după aia, peste 4-5 luni, am început să iau niște cursuri de limba română. Un an a trecut așa, pormă m-am înscris la un liceu și așa mai departe.

I: Și cursurile de limbă română unde le-ai făcut?

S: La Unirii, se numește Halta, și am luat cursuri de limbă turcă și limba română.

I: Și la școală îți place?

S: Îmi place, dar e greu cu limba română, adică sunt lucruri pe care nu le înțeleg în limba română, gen profesoara explică, explică, dar sunt multe cuvinte pe care nu le înțeleg și le pierd. Dar mă înțeleg bine cu profesorii și n-am probleme cu notele.

I: Cît timp ai urmat cursurile școlii de limba română?

S: 4-5 luni.

I: Cursurile astea sunt deschise, trebuie să te înscri, ai plătit pentru ele?

S: Da, am plătit pentru ele, nu era de la stat. Era și-un liceu turcesc. Am zis că nu vreau să mă duc acolo că vreau să învăț română, să-mi fie mai ușor. Și m-am dus la un liceu la Vitan. Nu mi-a plăcut acolo!

I: De ce?

S: Nu venea lumea. Erau 30, dar veneau maxim 15. Eram ... despre construcție. Trebuia să fac construcții dacă terminam liceul ăla.

I: Și acum te-ai mutat sau ești la același liceu?

S: M-am mutat aici la Romană, la George Călinescu.

I: Și cum ai reușit să te muți?

S: Mmm... Tata are un prieten de când era la Reșița, care lucrează la ministru. Și prin legătura lui cu domn, nu știu cine e, ministru a dat un telefon ca să pot să mă mut, ca să nu mai stau că n-am note că... Și am luat actele de acolo, am venit la liceul ăsta. Prima zi când am venit, am venit cu băiatul cel de la ministru, era bodyguard acolo. Am venit cu el și directorul tot țipa când a auzit că sunt turc: aicea n-ai voie asta, n-ai voie asta. Și se întoarce la domnul ăla și întreabă:

Dvs. sînteți tatăl lui?. Nu, m-a trimis doamna nu știu ce. Bine, zice, semnați aicea. Nu știu cine e dar cînd aude cineva numele e ok.

I: Și aici cum e?

S: Aici e mai mișto.

Cazul extrem al acestui tip de comunitate îl constituie străinii „convertiți”, care s-au stabilit în București din motive mai degrabă personale, descoperind un „stil de viață” pe gustul lor. Aceștia pot fi considerați „integrați” în societatea românească, fiind uneori chiar „mai români decît românii”. În același timp, se investesc foarte mult în crearea unor punți de comunicare sistematică dintre localnici și conașionalii lor rezidenți în București.

4, Comunități „amfibie”

Foarte asemănătoare cu cele din cazul anterior, unele comunități se constituie într-un soi de dublu limbaj și dublă apartenență, delimitată, în principiu, de polaritatea public-privat/intim. Este cazul mai ales al comunității libaneze, mult mai puțin cunoscută în București.

Minoritatea libaneză a început să se construiască în România în anii '60, cînd au fost create „societăți mixte româno-libaneze în domeniile importului și exportului de mărfuri diverse și al comerțului cu produse agroalimentare”. Apoi, mulți libanezi au ales România pentru a scăpa de războiul civil, dar și datorită costurilor scăzute: „În timpul perioadei comuniste, o bancnotă de 100 \$ era suficientă pentru a trăi confortabil în București” – explică N. N., care a emigrat în România în 1976. În această perioadă au venit studenți și oameni de afaceri pentru a scăpa de război, dar și pentru a-și construi afaceri. După căderea comunismului, o serie de libanezi s-au stabilit în România, punînd pe picioare afaceri importante și participînd, invizibili, la economia țării. Au organizat unități de învățămînt libaneze iar în 2013 au construit prima biserică orientală din Europa de Est – Biserica maronită Sf. Charbel din Dimieni. Prin aceste instituții, comunitatea libaneză a constituit și o punte de legătură cu lumea arabă din București. După cum am precizat deja, toți cei intervievați vorbeau bine limba română și erau bine ancorați în spațiul public al capitalei. În același timp însă, au adunat în jurul lor o bună parte a rezidenților arabi (iraniei, irakieni, sirieni, chiar și turci), cu care păstrează relații personale în limba arabă. Mai mult, biserica maronită a constituit și ea o punte între creștinismul catolic, atrăgînd chiar și catolici români, și o parte a lumii arabe.

Într-o anumită măsură, este și cazul unor rezidenți indieni, pentru care limba de legătură este însă mai degrabă engleza. Inseși mai mult în lumea corporațiilor și afacerilor, au bune legături cu rezidenții bucureșteni și, în anumită măsură, și cu localnicii, dar păstrează în intimitatea domestică o relație strînsă cu limba și cultura indiană. În toate aceste cazuri există un soi de dublă măsură *aici* (în străinătate) și *acolo* (acasă), între aceste două perspective păstrîndu-se însă un echilibru bine pus la punct.

5. Cazul moldovenilor

Deși vorbitori de română, majoritatea moldovenilor au avut mai multe probleme de integrare lingvistică decât străinii. Uneori, moldovenii au fost primiți, inițial, cu ostilitate: *Ai venit la noi în țară, înveți din banii noștri și mai ai pretenții...*, i-a spus un român unui coleg moldovean venit să studieze la București. Deoarece așteptările românilor referitoare la limba vorbită de moldoveni erau mult mai mari, atitudinile au fost adesea rezervate chiar și când erau, în principiu, binevoitoare. Următorul fragment dintr-un interviu rezumă acest gen de probleme: *„Am avut unele bariere de comunicare. În general, din motivul că în Rep. Moldova se folosesc cuvintele românești care în România deja au devenit arhaisme. Sau dacă nu știam vreun cuvânt, încercam să le explic colegilor ce vreau să spun și ei mă ajutau să aflu cuvinte noi. Cel mai mult îmi place faptul că prietena mea româncă mă corectează imediat dacă greșesc formularea vreo unui gând”. „Nu m-am simțit respinsă, mă simțeam.. eu trăiam impresia că dacă o să spun ceva greșit, dacă nu o să înțeleg ceva sau dacă o să spun un cuvânt în rusă... mă simțeam incomod. Acum a trecut, nu am nici o problemă”* – își amintește o moldoveancă. Iar alta povestește la rîndul ei: *„La început a fost mai dificil, dar nu pot să zic că a fost vorba de discriminare, ci mai exact, când am venit la liceu aveam probleme de exprimare și nu înțelegeam toate cuvintele, deși se vorbea în română, însă pentru mine unele cuvinte erau necunoscute, între timp le-am înțeles semnificația și totul s-a rezolvat.”* În sfârșit, un student moldovean evoca astfel primii săi ani de facultate la București: *„La facultate uneori profesorii nu înțelegeau ce vreau să le spun, am avut noroc de colegi foarte buni care mă înțelegeau și le traduceau profesorilor ideea. Însă, de obicei, profesorilor le plăceau studenții basarabeni deoarece eram (și sîntem) foarte sîrguincioși.”*

Dar cel mai important și ambivalent element lingvistic în comunitățile româno-moldovene îl constituie *accentul*, care îi reprezintă și distinge pe moldoveni. Acesta poate duce la reticențe, asociindu-i pe moldoveni cu stereotipurile etnice de lene, neseriozitate sau lipsă a cinstei; sau poate duce chiar la respingere, ca în cazul lui D, care a trebuit să părăsească după două luni Call Center-ul pentru care lucra deoarece accentul, vocabularul sărac și rusismele erau un impediment major în încercarea de a-i convinge pe clienți să cumpere produsele firmei. Pe de altă parte, accentul poate fi un mijloc de socializare, deoarece mulți bucureșteni îl consideră interesant.

După o vreme, toți moldovenii rezidenți la București vorbesc fluent româna „bucureșteană” și nu mai au nici un fel de probleme de integrare. Rămîne însă accentul, care devine astfel marca identitară și pe care subiectul poate decide să-l păstreze, tocmai pentru a se diferenția, sau să-l „piardă”, pentru a-și declara o nouă apartenență, locală. Alteori, accentul este folosit sau nu în funcție de „comuniata situată” în care se află vorbitorul.

*

Noile minorități etnice din București nu constituie doar „comunități de limbă” în sensul clasic al termenului, definind și delimitînd entități etnice compacte ce se află sau nu în interacțiune cu alte comunități etnice. În funcție de poziția și poziționarea pe coordonatele

de timp și spațiu, rezidenții bucureșteni intră în diverse „comunități de practici”, în care limba folosită permite și totodată exprimă o apartenență aleasă, conjuncturală sau pe termen nedeterminat, pe lângă aceea de origine. De asemenea, în funcție de context și perspective, același rezident poate circula între diferite „comunități lingvistice situate” sau migra, în timp, de la una la alta. Cu rare excepții, nu este deci vorba de enclavizări sau (auto)ghetoizări, ci de un peisaj cultural-lingvistic cu „geometrie variabilă”.

Bibliografie

Barton, David and Karin Tusting (2005), *Beyond Communities of Practice: Language Power and Social Context*, Cambridge Univ Press

Holmes, Janet and Miriam Meyerhoff (eds.) (1998), *The Handbook of Language and Gender*, Blackwell Publishing

Wenger, Etienne (1998), *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identity* Cambridge University Press

Dinamicile locale ale alimentației noilor minorități din București

MONICA STROE

Dinamicile locale ale alimentației noilor minorități din București

Hrana minorităților stabilite în București începând cu deceniul nouă a devenit deja parte integrantă a peisajului gastronomic bucureștean: produse vândute în supermarketuri sau restaurante cu diverse specificuri naționale au contribuit la familiarizarea publicului român cu o paletă diversificată de gusturi.

Multe produse specifice bucătărilor internaționale au fost integrate azi în alimentația cotidiană a locuitorilor Bucureștiului. Shaorma, de exemplu, s-a impus atât de bine în oferta de mâncare stradală încât este un candidat bun la titlul de mâncare stradală autohtonă. De asemenea, bucureștenii găsesc în mod curent – chiar în comerțul nespecializat – produse cu specific etnic: quiche, lipii, coriandru, curry, mozzarella, sos de soia sau de rodii etc.

Articolul de față își propune să exploreze câteva dintre dimensiunile sociale ale hranei etnice sau minoritare în București: prezența minoritară în antreprenoriatul alimentar din București, experiența alimentară domestică a migranților și mobilitatea internațională a produselor alimentare specifice. Complementar, studiul adresează și rolul industriei alimentare sau a actorilor alimentari autohtoni de a comercializa diversele etnicități prin produse și restaurante cu specific etnic.

Studiul se bazează pe o cercetare etnografică desfășurată în perioada mai – septembrie 2015, din care intervalul iunie-august a constat în cercetare colectivă de teren¹. Cercetarea s-a bazat pe observații semi-structurate în magazine, restaurante și în mediul domestic, cât și discuții semi-structurate cu migranți și consumatori de produse etnice.

Legătura dintre hrană și identitate este o temă predilectă a studiilor alimentare, în special a antropologiei alimentației (Fischler 1998, Goody 1982 etc.). Mobilitatea internațională – fie ea sub forma turismului sau a migrației – schimbă semnificațiile pe care indivizii le atașează noțiunii de „acasă”. Acest „acasă” poate fi materializat, în condiții de mobilitate, în practici (corporale, vestimentare, alimentare, de consum etc.).

Pentru migranți consumul mâncării de acasă este un mod de a participa de la distanță la o comunitate imaginară, în sensul propus de Benedict Anderson (1991). Mâncatul – departe de a fi un act fiziologic banal – este o afirmație identitară pe care migranții o ritualizează prin consumul de alimente specifice. O cercetare a antropologului David Sutton despre mâncarea migranților greci din Marea Britanie a condus la clasificarea hranei mobilizate de aceștia peste hotare în trei categorii: produse ale gospodăriei familiale (uleiuri, măslină, carne, ouă), patiserii de sărbătoare, fie făcute în casă fie cumpărate, respectiv produse tipic grecești procurate din comerțul de masă, precum brânza feta (Sutton 2001: 124). Categoriile și conținutul lor variază desigur în funcție de repertoriul culinar al populației migrante și de natura migrației. Sutton propune conceptul de „mâncare integrală”, cu referire la al-

1. Textul include date etnografice colectate de: Adelita Bădulescu, Ioana Dobrinescu, Anca Iordan, Andreea Agache, Cezara Gheorghe, Jasmina Al-Qaisi, Iulia Știru, Elena Gudumac, Ileana Szasz în cadrul cercetării colective.

imentele pe care migranții le primesc de acasă: „în contextul migrației [...] gătitul nu este doar o practică cotidiană, ci o încercare de a reconstrui sinestezic și de a rememora, de a se întoarce la acea lume integrală a unui acasă care este experimentat subiectiv atât la nivel local cât și național, dacă nu și la alte niveluri” (Sutton 2001: 127).

Practicile alimentare conțin, prin caracterul lor cotidian și repetitiv, premisele unui naționalism banal. Politologul Michael Billig (1995) atrage atenția asupra formelor cotidiene, discrete de naționalism – precum prezența steagului național în spațiul public sau configurația buletinului meteo al televiziunilor – care sunt experimentate și perpetuate de indivizi. Procurarea și consumul de hrană „de acasă” sunt practici care reproduc la nivel cotidian apartenența națională. O teză similară aparține lui Herbert Gans, care folosește conceptul de etnicitate simbolică pentru a descrie experiențele identitare ale migranților evrei de generația a treia din Statele Unite: „[Migranții] caută modalități facile sau intermitente de a-și exprima identitatea, modalități care nu intră în contradicție cu modul de viață. Etnicitatea capătă o funcție expresivă mai degrabă decât instrumentală în viețile oamenilor, devenind preponderent o activitate recreațională” (Gans 1979: 9).

Noile minorități din București și experiența hranei

În multe cazuri produsele consumate de reprezentanții minorităților sau asociate culturii acestora (sau spațiile în care ele sunt vândute) nu apar într-o formă așa-zis „corectă” cultural, ci sunt rezultatul proceselor de creolizare: intersectarea unor seturi de practici culinare al cărei rezultat este apariția unei tradiții culturale hibride. Gustul românesc și ingredientele primare disponibile local convertesc produsele culinare în astfel de hibridi. Deși la o primă vedere preparate cum ar fi o shaorma „cu de toate” sau un hummus preparat ca fasolea bătută pot fi etichetate ca neautentice, ele sunt cu atât mai importante pentru că reprezintă materializarea unui dialog intercultural.

Pentru minorități precum chinezii, turcii sau libanezii, bucătăria națională a reprezentat o importantă resursă antreprenorială care le-a asigurat un viitor în România: unii dintre aceștia sunt acum proprietari de restaurante, bufeturi sau de magazine alimentare cu specific etnic.

Strategiile identitare ale migranților trec adeseori prin sfera alimentară. Hrana încorporează memoria afectivă a locului de origine și oferă o resursă identitară convenabilă, un mod prin care migrantul își întreține apartenența la o comunitate imaginată, împărtășită cu semenii săi inaccesibili pe cale directă. Universul individual de semnificații cu care este atribuită aceasta este construit pornind de la contribuția emoțională a experiențelor gustative timpurii, pe urmele madlenei proustiene care, muiată în ceai de narator la vârstă adultă, îi declanșează acestuia un lanț complex de amintiri ale unor trăiri asociate cu gustul madlenelor simțit în copilărie.

Câteodată simplul display al unui spațiu de consum – un pub, un restaurant – poate recrea un univers recreațional domestic și familiar. Unele experiențe de consum (micul bufet pentru socializare care se organizează în unele locuri de cult ale minorităților după slujba



Foto 1. Pregătiri pentru bufetul de după slujbă la biserica libaneză maronită (foto: Adelita Bădulescu)

religioasă, frecventarea unui pub sau a unui restaurant al migranților) acționează și ca forme de agregare a minoritarilor sub forma unei comunități locale. Alte experiențe creează legătura afectivă cu familia sau cu o comunitate națională abstractă (pachetele primite din țara de origine) și altele cu locuitorii Bucureștiului (antreprenoriatul din domeniul alimentar).

Vom examina și descrie mai jos cele trei dimensiuni ale relației dintre hrană și configurare identitară a migranților.

Mercificarea și comercializarea etnicității prin produse și restaurante cu specific

Alimentația “națională” poate fi analizată – după cum argumentam mai sus – ca formă de naționalism banal (Billig 1995), una care este practică rutinier, inconștient, la nivelul acțiunilor cotidiene. O astfel de rutină este achiziționarea de produse alimentare marcate cu steagul țării de proveniență. Tradiția gastronomică se încarcă cu valoare de brand, pe o piața alimentară unde căutările de autenticitate determină industria alimentară să imprime o față umană unor produse de serie. În această serie se înscriu materialitățile alimentare care creează reconstituiri ale identității minoritare și diversele forme de autentificare. Printre acestea din urmă putem aminti apelul la markeri etnici în sfera decorurilor. Altele ori se face apel la gusturi sau mirosuri etnicizate (anumite condimente). Uneori etnicizarea se face apelând la coduri considerate inteligibile pentru populația de origine română a Bucureștiului, spre exemplu muzica considerată generic orientală, motivele grafice etnicizate, prezența pe masă a unor condimente sau garnituri marcate etnic (ulei de măsline, pul biber, soia, lipii). Unele sunt elemente de ambianță (creează atmosfera etnică), altele sunt expuse fără intenție de marketizare identitară pentru îmbunătățirea experienței clienților. Acestea din urmă pot fi funcționale sau destinate personalului (spre exemplu televizorul care proiectează știri în arabă sau Arabian Idol sau seriale turcești) sau pot reprezenta principii care guvernează un astfel de spațiu (nu se servește alcool în restaurantele administrate de musulmani practicanți). Câteodată restaurantele marchează o alteritate religioasă: absența alcoolului în restaurantele turcilor sau libanezilor musulmani; absența cărnii de vită în cele indiene. Restaurantele și în manieră limitată produsele pun în scenă o experiență a alterității prin evocări precum peisaje sau simboluri specifice țării de origine pe ambalaje sau pe pereții spațiului de consum).

Astfel de situații sunt evenimente precum seria săptămânilor etnice de la Lidl; rafturile de așa-zise produse alimentare ‘exotice’ din supermarketuri; brutăriile și patiseriile cu specific francezesc (ex. Rue du pain, Boutique du pain, French Bakery, Paul, Chocolat), lanțul de fast-food-uri Divan; magazinul Berezka.

Există o corelație între originea etnică și ierarhia de status și de preț a gastronomiei respective, mai exact cu clasa de preț și de rafinatețe cu care este asociată. De regulă codurile cu

care operează consumatorii sunt în corelație cu anumite așteptări. Despre mâncarea (și chiar patiseria) franțuzească se știe că e scumpă și se consumă ocazional, cu ocazii speciale sau ca răsfăț. Mâncarea italiană este echivalată cu consumul de fast food, rapid și face parte din experiențele alimentare cotidiene ale clasei de mijloc bucureștene. Oferta este foarte bogată în zona de fast food și livrări iar exigențele masei de consumatori nu sancționează explicit oferta pe criterii de autenticitate (ex. că brânza nu e mozzarella, că anumite combinații nu sunt specific italiene). Pizza disponibilă în peisajul bucureștean e în mare măsură de-etnicizată, existând chiar un caz în care pizzeria este o afacere de succes a unui grup de cetățeni moldoveni (Andy's Pizza). Mâncarea libaneză – asimilată bucătăriei orientale – funcționează pentru consumatorii români ca un referent proximal pentru bucătăria Orientului Mijlociu. Această ierarhie observată ține de un specific local. De exemplu bucătăria indiană este asociată fast-food-ului în locurile unde minoritatea indiană este prezentă în mod istoric și în numere mari (cum este cazul orașelor britanice), pe când în București își păstrează încă statutul de bucătărie exotică, deci cu prețuri care reflectă acest status (bucătăria indiană nu contribuie încă la peisajul fast food sau street food în București). Pe o poziție similară se regăsește bucătăria chinezească, dar care populează totuși și cu oferte populare harta gastronomică a Bucureștiului.



Foto 2. Decorul restaurantului cu specific moldovenesc La Plăcinte (foto: Iulia Țiriu)

Prezența minoritară prin antreprenariat alimentar

Deși de la caz la caz subzistența minorităților stabilite în București poate înregistra traiectorii profesionale puțin vizibile publicului larg, noile minorități își aduc o contribuție însemnată la peisajul alimentar bucureștean, contribuind consistent în special la crearea scenei de streetfood și fast-food bucureștene. În multe cazuri este vorba de afaceri de familie, cu majoritatea membrilor familiei implicați profesional. Oferta alimentară coordonată de reprezentanții minorității este uneori dificil de deosebit de oferta mimetică a antreprenorilor români care deschid restaurante sau bufeturi cu specific etnic. Distincția o pot face cu ușurință tot reprezentanții minorității și se bazează pe detalii: condimente, organizarea meniului, modurile de servire: „La noi se mănâncă total altfel față de cum se mănâncă libanez aici. Ai 150 de feluri de antreuri, mezze se numesc, după mezze rece vine mezze cald, ... apoi vine felul principal, care este de obicei pește la grătar sau frigărui de carne – pui condimentat, kebab cu ceapă... apoi desert și apoi fructe” (Elie, libanez stabilit în București); „shaorma care mănânci tu nu e la fel. [...] Salată verde cu roșii, pătrunjel, ceapă, asta e ce se pune.” (shaormar turc stabilit în București). Adeseori oferta alimentară etnică este hibridizată după gustul consumatorului român: la shaormeria amintită mai sus se găsește în meniu și pui Shanghai, iar la restaurantul libanez interlocutorul a remarcat prezența artificială a farfuriilor individuale pe masă, în condițiile în care mâncarea libaneză ar trebui să se con-

sume convivial, din platouri unice. Antropoloaga Cristina Boboc citează situații de patroni italieni de pizzerie care au abdicat de la regulile italiene ale pregătirii unei pizza pentru a satisface criteriile de gust diferite ale consumatorilor români: „Dar având clienți italieni puțini, s-a orientat către piață românească, adaptând meniul după gustul clienților, prin urmare, a concediat bucătarul italian, a angajat un român care mai „fusesse prin Italia” și a creat un restaurant cu specific pseudo-italian unde el nu mânca niciodată, prefera să-și gătească singur acasă cu produse pe care și le aducea din Italia sau îi trimitea soția pachet atunci când venea vreun prieten să-l viziteze (Boboc 2011: 83). Prin contrast, patronii unui restaurant cu specific sicilian din București aleg să țină la regulile originare ale ofertei gastronomice ca mod de diferențiere și de creștere a valorii ofertei prin poziționarea în sfera autenticității. Un alt restaurant și magazin italian în zona Bulevardului Magheru se poziționează ca destinație pentru minoritatea italiană sau pentru românii care au trăit perioade lungi în Italia: magazinul iese din sfera produselor italiene emblematice pentru consumatorul străin (vinuri, brânzeturi) și oferă produse italiene generice, de zi cu zi: sosuri de roșii, anghinare murată, sucuri răcoritoare, ape minerale, paste uscate sau proaspete.

De regulă spațiile care aparțin unor reprezentanți ai minorității sunt etnicizate mai discret sau prin mijloace expresive diferite, indiciile adeseori utilitare, nu estetice: „Trecerea de la limba turcă la limba română se întâmplă frecvent pe parcursul șederii mele acolo și nu pentru că au ceva de ascuns, ci pentru că le e mai ușor să comunice așa. Logo-ul etnicizat, micul individ îmbrăcat în haine turcești este și el un element turcesc. Apa și sucurile provin și ele din Turcia, însă alte elemente etnice nu există” (însemnare de teren dintr-o shaormerie, Ioana Dobrinescu).

Specificul etnic funcționează uneori doar orientativ, ca reprezentare aproximativă a unui spațiu cultural, după cum este cazul specificului libanez, pe care mulți consumatori îl suprapun generic bucătăriei din Orientul Mijlociu și îl atribuie și unor localuri sau magazine siriene sau irakiene.

Există și situații în care specificul etnic al restaurantului sau originea patronilor nu sunt manifeste și mulți consumatori nu o cunosc sau nu își bazează frecventarea locului pe această



Foto 3-4. Masă la un restaurant libanez. Sunt vizibile practici alimentare care evoca tradiții alimentare libaneze: consumul mâncării cu ajutorul lipiilor, respectiv masă convivială, structurată pe gustări comune mai degrabă decât pe porții individuale (foto: Adelita Bădulescu).

informație, cum este cazul rețelei Springtime, una dintre cele mai longevive și de succes afaceri alimentare libaneze din București. O altă categorie de antreprenoriat minoritar în domeniul alimentației se manifestă relativ discret, sub forma magazinelor sau micilor restaurante care deservesc comunitatea minoritară. Un astfel de circuit alimentar opac este cel al magazinelor alimentare și bufeturilor chinezești dispuse în zona complexului Dragonul Roșu, ai căror clienți sunt de regulă antreprenori chinezi cu mici afaceri în complex.

Câteodată strategia de autentificare a specificului etnic este recrutarea unui bucătar din țara de origine, inițiativă a cărei succes depinde – în cazul cetățenilor non-UE – de un parcurs birocratic anevoios: pentru ca bucătarul să primească permis de muncă angajatorul trebuie să justifice angajarea unui cetățean străin. Un restaurant cu specific turcesc din sectorul 1 s-a transformat în restaurant cu specific românesc la trei luni după inaugurare, deoarece proprietarul nu a reușit să obțină permisul de muncă pentru bucătarii turci cu care lucra.

Prezența co-naționalilor în calitate de clienți în localuri precum restaurantul turcesc Idomemos, pub-urile englezești sau restaurantul libanez Al-Saj poate juca un rol autenticator, reprezentând pentru consumatorii români dar și pentru alți co-naționali ai proprietarilor garanția că mâncarea este ‘cu adevărat’ etnică, cu ingrediente și mirodenii originare. Localurile pot fi etnicizate și prin configurația clientelei, mai exact prin felul în care acestea agregă o anumită comunitate de cetățeni stabiliți în România. Este cazul anumitor pub-uri



Foto 5-6. Restaurantul turcesc Idomemos la ora prânzului (foto: Ileana Szasz)

(Mojo, Dubliners) care adună cetățenii britanici în jurul meciurilor de fotbal ale echipelor britanice. De asemenea, moldovenii rezidenți în București frecventează locuri care, deși nu își arogă un specific moldovenesc explicit, intră totuși în preferințele acestora prin oferta de produse specifice spațiului ex-sovietic, produse pe care aceștia le asociază cu repertoriul alimentar de acasă: este cazul lanțului intitulat Magazin Slav Berezka și al restaurantului Sankt Petersburg.

Nevoia de materie primă pentru produse „cu specific” dezvoltă o serie de afaceri conexe: comerțul cu carne de oaie halal, comerțul cu țepușe cu carne pentru shaorma (afacerea Fabrica de Shaorma, cu care și-a început afacerile în România unul dintre respondenții turci), producția de lipii și iaurt de care povestesc proprietarii de restaurante turci și libanezi, respectiv baghetele crocante cu maia pe care un antreprenor italian le contractează pentru panini-urile din meniul micului său restaurant.

Experiența alimentară domestică a migrantului

Mâncarea de acasă este o componentă importantă a repertoriului alimentar al migranților, contribuind la strategiile identitare în condiții de rezidență într-o altă țară. Mâncarea asociată cu originile se poate materializa în pachetele cu mâncare pe care migrantul le primește de la familie sau le aduce după vizite acasă, dar și în strategiile pe care migrantul și le construiește pentru a se aproviziona în București cu ingrediente necesare gătitului domestic. Majoritatea interlocutorilor semnaleză dificultăți în procurarea ingredientelor și necesitatea de a face compromisuri și de a adapta rețetele la aceste limitări.

În repertoriul lor există mâncăruri-emblemă pe care unii migranți le transformă în obiect al reverenței și nostalgiei; de regulă este vorba de preparate a căror pregătire nu este posibilă în București sau este foarte greu accesibilă: Saj-ul libanez, sguscionka moldovenească.



Foto 7-9. Suportul de scurs orez, oala de gătit și condimentele din bucătăria unui rezident indian al Bucureștiului (foto: Jasmina Al-Qaisi).



Foto 10. Valiza cu mâncare cu care un interlocutor libanez s-a întors din Liban după concediul de vară.



Foto 11. Magazin în care se găsesc produse moldovenești (Foto: Iulia Știru)

Concluzii

Viitorul hranei noilor minorități în București se va tranșa între sfera publică – cu participarea populației autohtone – și cea privată – constând în hrana domestică și spații de consum comunitar, puțin accesibile sau cunoscute celorlalți bucureșteni. Accesul gastronomiei noilor minorități în sfera publică este condiționat – pe lângă eforturile birocratice de condiționare a rezidenței și dreptului de muncă al cetățenilor străini în România și de politicile comerciale locale – de nivelul de disponibilitate al locuitorilor Bucureștiului pentru cunoașterea alterității prin experiența intimă a consumului alimentar.

BIBLIOGRAFIE

Anderson, Benedict. 2006. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso Books.

Billig, Michael. 1995. *Banal Nationalism*. London: Sage Publications.

Boboc, Cristina. 2011. „Prosciutto e parmigiano: pachetul de acasă al italienilor din România”. In *Societatea Reală* 1-2011: 80-93.

Fischler, Claude. 1988. “Food, Self, and Identity”. *Social Science Information* 27: 275-292.

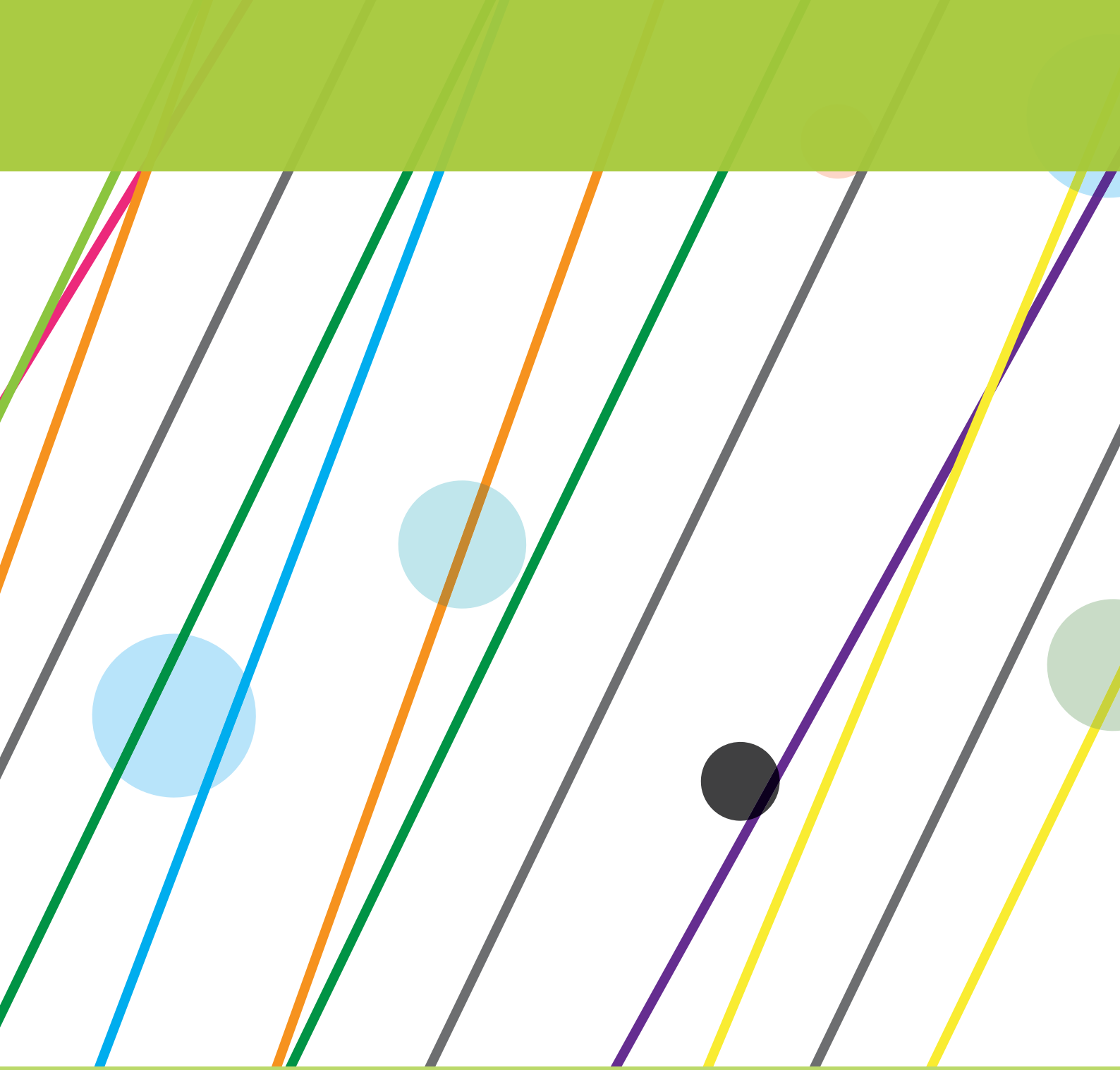
Gans, Herbert J. 1979. „Symbolic ethnicity: The future of ethnic groups and cultures in America”, *Ethnic and Racial Studies*, 2(1): 1-20.

Goody, Jack. 1982. *Cooking, cuisine and class: a study in comparative sociology*. Cambridge University Press.

Sutton, David. 2000. „Whole foods: revitalization through everyday synesthetic experience”. *Anthropology and Humanism*, 25(2): 120-130.W

Pentru mai multe informații
despre proiect vizitați site-ul nostru

www.newminorities.com



www.newminorities.com

| www.eeeagrants.org | www.fonduri-diversitate.ro | www.maieuropean.ro |
Proiect finanțat printr-un Grant oferit de Norvegia, Islanda, Liechtenstein și Guvernul României