

MUZEUL DE ACASĂ. ÎN PANDEMIE – MIZA PE CREATIVITATE

The Museum at Home. Relying on Creativity During the Pandemic

**Carmen Mihalache, Iris Șerban, Valentina Bâcu,
Monica Irina Chiorpec, Magdalena Andreescu,
Corina Iosif, Cosmin Manolache, Tudor Elian**

ABSTRACT

The cloudy moment of the pandemic has provided the National Museum of the Romanian Peasant with an opportunity for deep self-reflection, organizational transformation and strategy change. It has opened new channels of communication with the public and new action fields, it has challenged us professionally, tested our creativity and capacity to adapt to new conditions and it has also revealed our limits (technological vulnerability, precarious preparation regarding our digital culture, lack of adequate infrastructure). We have learned that readjustment involves a radical change of the creative process; that platforms such as Facebook or YouTube can be used successfully as channels for the distribution of our own cultural products tailored for an online audience, and not only for promoting our (offline) cultural activities; that the educational aspect in the cultural field remains essential for the moulding of the public's knowledge, taste and behaviour, even in moments of deep crisis. The capacity to acquire the lessons taught by the pandemic is key to projecting alternative scenarios for the future, by reassessing our organizational culture, our creative potential as professionals and as an institution, and also the part which online platforms can play in the activity of cultural institutions.

Key-words: museums, cultural management, cultural strategy, curating, cultural activity, teamwork, traditions, digital museums, digital archives

<https://doi.org/10.61789/rm.2020.07>

Argument

În momentul actual, când lumea se reconfigurează profund după o criză majoră, muzeele se numără printre instituțiile forțate să acționeze rapid și ingenios pentru a se adapta noului context global și totodată unui sector cultural de la care se așteaptă inovație. Pentru că după ce criza va fi depășită – iar orizontul așteptat pentru revenirea activității culturale în normalitate nu

se prefigurează mai devreme de câțiva ani –, lumea, inclusiv cea culturală, va arăta diferit. Cu certitudine muzeele vor trece printr-un proces de reșezare pe noi temelii în ceea ce privește oferta către public (de la noi subiecte și metode de cercetare până la proiecte și produse culturale inovative), deschizând noi direcții de acțiune și diversificându-și strategiile în acest sens.

Într-un raport realizat de The Network of European Museum Organisations (NEMO) și intitulat „*Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe. Final Report*”¹ este consemnat foarte sintetic modul în care muzeele lumii au răspuns proactiv la pandemie, au contribuit, printre altele, la reducerea izolării și a însingurării populației, dar și la stimularea încrederii acestora în potențialul comunitar prin amploarea folosirii serviciilor digitale în scopul implicării persoanelor obligate să stea acasă, și și-au menținut rolul de educare informală de la distanță prin furnizarea de materiale online. Tabloul crizei se conturează clar și sumbru, din date statistice: multe muzee nu-și vor putea redeschide prea curând porțile pentru public; 3 din 5 muzee au raportat pierderi financiare greu de recuperat (75-80%) din cauza închiderii și a limitării călătoriilor, prefigurându-se și pe termen lung o scădere dramatică a veniturilor; 3 din 10 muzee și-au sistat contractele de colaborare și programele de voluntariat; toate muzeele au fost afectate direct și puternic de limitarea mobilității și de scăderea globală a turismului, dincolo de criza imediată, în condițiile în care turismul cultural reprezintă circa 40% din totalul turismului european, iar 4 din 10 turiști își aleg destinațiile de vacanță exclusiv pe baza ofertei culturale; 4 din 5 muzee și-au diversificat serviciile digitale și produsele online pentru a-și păstra publicul, de multe ori personalul preluând noi sarcini pentru a face față circumstanțelor; aproape 70% dintre muzee și-au sporit prezența online, chiar în condițiile în care în multe cazuri nu a existat un buget alocat pentru activități online. Iar concluzia raportului NEMO, previzibilă de altfel, este că sistemele culturale actuale necesită cu obligativitate revizuire și restructurare pentru a putea face față în viitor unor situații de criză de amploarea pandemiei generate de noul coronavirus.

Ca orice muzeu din România, și Muzeul Național al Țăranului Român s-a confruntat în această perioadă cu efectele măsurilor fără precedent luate de autorități într-un context excepțional: sistarea veniturilor proprii, lipsa de perspectivă determinată de suspendarea sau anularea evenimentelor pentru public, a proiectelor și

a programelor planificate pentru anul în curs, insuficienta dotare tehnologică și instruire a personalului care să permită o reconversie rapidă, acolo unde era posibil, a activităților curente în mediul online. Mai cu seamă, a lipsit contactul nemediat cu publicul, principala sursă de energie pentru un muzeu.

Orice criză reprezintă însă o oportunitate. Așa că muzeul nostru și-a propus, prin intermediul unui grup de lucru interdepartamental inițiat de Iris Șerban și Arhiva Etnologică, o strategie de lucru interdisciplinară care să urmărească adaptarea unora dintre activitățile specifice la noul cadru instituțional grevat de interdicții și crearea de produse culturale exclusiv pentru mediul online, ținând cont de transformările psiho-emoționale, de consum cultural și de petrecere a timpului liber ale publicului în această perioadă. Scopul grupului de lucru, constituit progresiv, pe modelul „bulgărelui de zăpadă”, din specialiști din mai multe departamente (secțiunile Documentare și Valorificare, Educație Muzeală, Studii Etnologice) a fost identificarea și implementarea unor modalități coerente și creative de a (re)stabili un dialog în mediul online cu publicul fidel al muzeului, precum și testarea de mijloace de comunicare pentru atragerea de noi audiențe, nefamiliarizate cu acțiunile și proiectele Muzeului.

Nu trebuie trecut sub tăcere faptul că acțiunile noastre culturale nu au mizat aproape deloc, până acum, pe un discurs muzeal care să integreze în mod strategic – și, prin urmare, constitutiv – expresia virtuală a proiectului cultural-artistic fondator al muzeului. Cu toate că MȚR are experiență în derularea unor proiecte de anvergură în mediul online, strategiile anterioare au continuat să exploateze în special relația directă cu un public prezent și interactiv: între spațiul fizic și cel virtual al muzeului nu a existat o coabitare organică, care să se potențeze reciproc. Deși în aparență bălbăiți în fața vitezei cu care trebuia să ne adaptăm noii situații de fapt, privind cu jind în lunile de reclusiune la campaniile masive implementate online de către marile muzee ale lumii, am reușit să transformăm translarea către vizibilitatea virtuală într-o bătălie câștigată. În primul rând, grație „factorului uman”. Acesta este și motivul pentru care am alocat cu generozitate în acest text pagini de descriere a etapelor și formelor de agregare a proiectelor care au pus în fapt această translație.

1 Raportul NEMO este disponibil online la adresa: https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf (data accesării 07.07.2020).

Cititorul va regăsi, în aparente redundanțe sau reiterări, traseele noastre formative (desfășurate de multe ori după modelul încercare / eroare al formării autodidacte) și prin aceasta radiografia unui exercițiu de reconversie metodologică.

Redăm, în cele ce urmează, cu toate dificultățile întâmpinate și învățămintele trase, parcursul experienței noastre – un grup de peste 20 de cercetători, educatori muzeali, artiști și oameni de comunicare – de a ne constitui ad-hoc într-un colectiv menit să reacționeze rapid și să performeze în fața unei crize profunde cu care

Lucrul în echipă

Din punctul de vedere al culturii organizaționale, Muzeul Țăranului Român trece printr-o interesantă perioadă de metamorfoză, deoarece în instituție coexistă în momentul actual trei generații între care există diferențe semnificative de *background* și viziune: pe de-o parte, „garda veche” – cei care au luat parte activ la conceperea și punerea în operă a muzeului în anii '90, sub îndrumarea lui Horia Bernea; apoi generația de tranzit – aceia care, studenți în anii de început ai muzeului, și-au făcut ucenicia aici ca voluntari, pe lângă Irina Nicolau, s-au îndrăgostit de muzeu și au contribuit mai departe la dezvoltarea lui după anii 2000; și, nu în ultimul rând, generația mai tânără – cei născuți după Revoluție, milenialii, tineri profesioniști angajați în instituție în ultimii ani. Cele trei generații percep și creează muzeul de astăzi în moduri diferite, ghidați însă de același „spirit” al MȚR; ele coexistă instituțional, însă nu au încă acel exercițiu al colaborării care să stabilească premisele unei continuități organice în dezvoltarea conceptuală și curatorială a muzeului. Pentru fiecare dintre acestea, grupul de lucru inițiat în perioada pandemiei a însemnat oportunitatea de a experimenta în mod practic tehnici, strategii și principii de lucru în echipă, dar și de a-și redescoperi și folosi creativitatea la potențial maxim, mai mult decât în orice alt context obișnuit.

Grupul de inițiativă „pandemic” s-a născut din necesitate. Și-a dezvoltat o infrastructură tehnologică (din resursele avute la dispoziție de fiecare acasă – internet, laptop, telefon – sau puse în comun – un abonament lunar la o platformă dedicată lucrului la distanță) și una umană (prin

se confrunța organizația, simultan cu întregul sector de activitate. **Detaliem critic experiența noastră și vorbim deschis despre provocările înfruntate și modalitățile de lucru în echipă experimentate, despre strategiile, tehnicile și instrumentele muzeale puse în operă, despre proiectele online dezvoltate și felul în care au fost concepute de noi, dar și percepute și consumate de public. Și prin aceasta ne dorim să contribuim la efortul comun al sectorului muzeal de a se (re)adapta unei lumi în plină reconfigurare.**

cooptarea constantă de noi colegi). Și-a construit treptat strategia, planul și sarcinile de lucru prin dezbateri permanente și deschise oricărei idei noi și a trasat, prin negocieri și selecții repetate, principalele direcții ce urmau a fi dezvoltate în cadrul programului. **A schițat căile potențiale prin care muzeul ar putea nu doar să rămână vizibil pe perioada pandemiei, ci să-și dezvolte oferta culturală în format digital deja existentă și să-și intensifice prezența în mediul online – singurul disponibil în contextul distanțării și al restricțiilor impuse de starea de urgență.** S-a dorit, încă de la început, implicarea publicului (inclusiv a celui provenind din categorii / medii vulnerabile) în mai multe tipuri de experiențe creative, care să rămână totodată mărturie ale perioadei de izolare la domiciliu.

Apoi, grupul inițial s-a desfășurat firesc și discret în mai multe grupuri mici de lucru, în funcție de disponibilitate, interes profesional și afinități; pentru o perioadă de 3-4 luni (martie – iulie), acestea urmau să conceapă și să implementeze o serie de proiecte interdisciplinare.

Dinamica formării fiecărui grup (unele compozite, altele eterogene) nu poate fi înțeleasă fără a avea în vedere modalitatea prin care fiecare membru a înțeles să se implice. Este important de menționat că nu au existat dispoziții lansate pe linie ierarhică sau „sarcini de sus”; odată conturate căile de abordat, interesul manifestat pentru ideile lansate și speranța că prin cunoștințele, competențele și materialele documentare deținute cineva ar putea fi util demersului au fost principalele impulsuri care au determinat implicarea fiecăruia într-o echipă sau alta.



Fig. 1. Casa-muzeu
(ilustrație de Cosmin Manolache).

Totodată, grupul de inițiativă a jucat și un rol terapeutic, reușind să ofere stabilitate într-un context de profundă neliniște generalizată ce depășea sfera strict profesională. În perioada dificilă a stării de urgență, întâlnirile online au reprezentat, dincolo de *taskuri* profesionale, un sprijin psihologic pentru un grup de oameni activi, obișnuiți să socializeze, acum izolați în locuințe, fiecare cu grijile și temerile proprii. Revederea, chiar mediată de computer, a adus speranțe și o oarecare tușă de „normalitate”.

Lucrurile nu au fost deloc simple. Problemele curente de logistică (conexiuni de internet fragile, calculatoare fără cameră web, căști fără microfon sau pur și simplu blocaje aparent inexplicabile ale comunicării), lipsa de sincronizare și de ritmicitate, acomodarea unor stiluri de lucru uneori radical diferite, adaptarea permanentă a programului și a stilului de lucru la evoluția situației generale și a reglementărilor în permanentă schimbare impuse de autorități au fost rezolvate și depășite treptat. Într-un timp relativ scurt, întâlnirile au devenit mai operative, scurte și eficiente, ideile se materializau și primeau *feedback* imediat, conceptele și parametrii fiecărui proiect în parte se clarificau, fiecare echipă și fiecare membru conștientizând și asumându-și un rol distinct în devenirea programului. **Creativitatea fără**

limite a devenit cuvântul nostru de ordine în pandemie, prefăcută în epidemie internă și motor al schimbării de paradigmă.

O parte dintre proiectele propuse au fost gândite pentru ca ulterior, în funcție de evoluția situației actuale la nivel național și internațional, să poată fi dezvoltate în produse culturale de o mai mare anvergură (expoziții sau publicații online sau offline / blog / aplicații pentru mobil ș.a.m.d.). Altele sunt structurate astfel încât să poată fi continuate, în formule adaptate contextului cultural post-pandemie, în perioada de până la redeschiderea expoziției permanente, pentru a menține muzeul nostru în atenția publicului.

Deși întregul sector cultural a fost afectat de criza sanitară, iar închiderea pentru public a muzeelor și a instituțiilor din domeniul spectacolului a pus numeroase instituții mari din România în imposibilitatea de a-și desfășura activitățile aducătoare de venituri proprii vitale pentru funcționare (în condițiile unor subvenții guvernamentale mai mult decât insuficiente pentru nevoile curente), pentru Muzeul Țăranului Român situația a fost mult mai complicată. Cu expunerea permanentă închisă începând din 2016 – odată cu începerea șantierului de consolidare și restaurare a clădirii-monument istoric de clasă A –, tăierea bruscă a legăturii ombilicale cu publicul fidel ne-a obligat să ne confruntăm cu o situație-limită din toate punctele de vedere. O pauză totală – oricât de scurtă – în comunicarea publică ar fi putut afecta negativ reputația de brand cultural construită vreme de 30 ani, iar reacția noastră întârziată ar fi însemnat fie că publicul nostru nu este atât de important pentru noi încât să facem eforturi pentru a veni în întâmpinarea nevoilor sale specifice într-un moment excepțional, fie că nu apreciem corect situația de criză.

Era momentul potrivit să învățăm **lecția competitivității pe o piață digitală** – și nu numai – care abundă în produse și servicii de consum cultural, entertainment și opțiuni pentru petrecerea timpului liber. Pentru a rămâne relevant, muzeul nostru și-a propus să înțeleagă așteptările, nevoile și comportamentele de consum cultural ale diferitelor audiențe, creând produse digitale care să vină în întâmpinarea acestora prin strategii și tehnici specifice. Interesul s-a mutat în mod accentuat de pe nevoile noastre ca instituție și de pe ceea ce

urmăream îndeobște să obținem (audiență și venituri) pe noi modalități de a ne adresa nevoilor și preocupărilor unui public care, în contextul generat de pandemie, se îndreaptă din ce în ce mai mult spre muzee și ofertele lor culturale.

„Nu știm alții cum sunt, dar noi ne simțim acasă în muzeul nostru” este fraza cu care ne identificăm în mod curent și care nu întâmplător te întâmpină pe site-ul MȚR. Lucrând la MȚR,

știi că exact așa te simți. În pandemie însă, s-au inversat poli: casele noastre ne-au devenit Muzeul. Limitele dintre spațiul instituțional / profesional și cel personal s-au fluidizat, permițând influențe și inspirații în ambele sensuri, cu rezultate neașteptate. Am fost pentru câteva luni „muzeul de acasă”, o experiență necesară și constructivă; pe care considerăm util s-o împărtășim, invitând cititorul să exploreze „casa-muzeu” a proiectelor noastre.

Proiectele derulate

PARTICULAR

#Particular este Muzeul de-acasă: o colecție de obiecte și poveștile lor (încă) nespuse. O provocare către public de a privi altfel obiectele care ne înconjoară în universul propriilor locuințe.

Link acces: <https://arhiva.muzeultaranuluiroman.ro/jurnal/particular>

Echipa: Tudor Elian, Iris Șerban, Andra Tarara

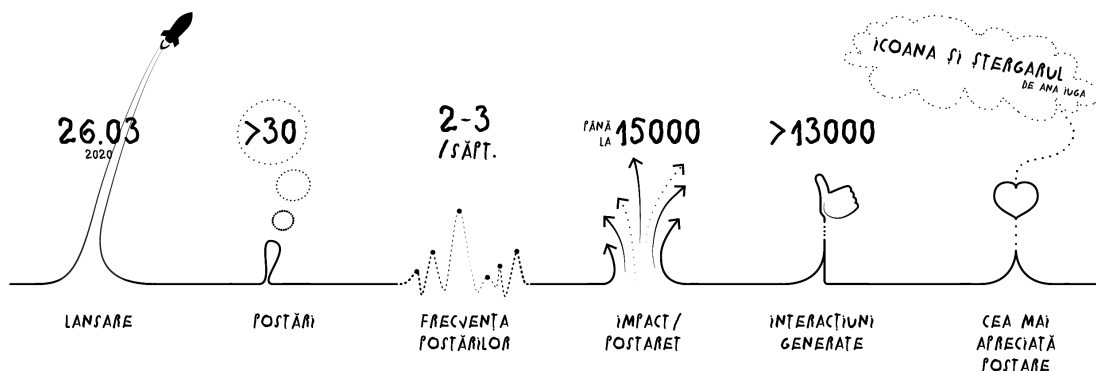


Fig. 2. Recepția proiectului #Particular în mediul online² (ilustrație de Tudor Elian).

În contextul colectivului de inițiativă, povestea #Particular este ușor atipică. A fost primul proiect online lansat de Muzeul Țăranului în perioada pandemiei, iar rapiditatea implementării lui s-a datorat unui motiv destul de simplu: spre deosebire de celelalte proiecte din cadrul programului, #Particular a fost conceput și pus în operă de o echipă anterior formată,

alcătuită din cercetători și artiști lucrând în același departament – Arhiva Etnologică – și având, așadar, exercițiul lucrului împreună. O echipă deja rodată. Precum în majoritatea acțiunilor culturale ale Arhivei Etnologice, lucrurile au funcționat similar și în cadrul acestui proiect: unul dintre noi identifică o nevoie și lansează grupului o propunere, o provocare, o temă de lucru. Urmează un timp de reflecție și una sau mai multe întâlniri de *brainstorming* în care sunt discutate ideile, este construit conceptul curatorial, apoi sunt definite obiectivele demersului și publicul-țintă; urmează stabilirea unui plan de lucru și a sarcinilor individuale.

În cazul #Particular, provocarea era următoarea: în contextul imposibilității de a accesa cu

² **Lansare:** data lansării proiectului online; **Postări:** numărul de postări realizate până la data depunerii articolului (15 iulie 2020); **Frecvența postărilor:** frecvența săptămânală a publicării de noi postări; **Vizualizări/postare:** numărul de vizionări (pentru postările încărcate în format video); **Impact/postare:** numărul estimativ de persoane care au intrat în contact cu postarea; **Interacțiuni generate:** numărul de clickuri pe fiecare postare, de reacții, comentarii și distribuiri (cifre cumulate pentru toate postările unui proiect).

PARTICULAR.-A. PARTICULARI.-E

I. Adj. 1. Care este propriu unei singure ființe, unui singur lucru sau unei singure categorii de ființe sau de lucruri. **2.** Care se referă la indivizi izolați, care are un caracter izolat; individual. ◊ I.oc. adv. *În particular* = de către fiecare individ în parte. **3.** Care are caracter personal, neoficial, care nu e destinat publicului sau publicității. **II. S. m.** Persoană care nu face parte dintr-un grup social constituit, considerată în raport cu acesta.
Specific, caracteristic, individual, personal, propriu, subiectiv, aparte, privat, intim, confidențial, special.

Fig. 3. Imaginea (cover Facebook) de promovare a proiectului #Particular.

rigurozitate fondurile din Arhiva Etnologică (pe o durată la acea vreme încă nedefinită), cum putem rămâne în contact cu publicul nostru fidel și cum putem continua să încărcăm conținut original pe pagina de Facebook *Arhiva de Imagine MȚR* [la adresa: facebook.com/ArhivaDeImagine/]? S-a născut astfel ideea unor scurte auto-etnografii care să ofere publicului libertatea de a deveni creator de conținut pe una dintre paginile de social media ale Muzeului. Invitația către public a arătat astfel:

Retrași în casă cu zilele, universul care ne înconjoară poate ușor să devină repetitiv, plicticos, chiar enervant sau neliniștitor.

Și, totuși, locuința fiecăruia este o lume în sine, unul din subiectele care stărnesc constant curiozitatea antropologilor, scriitorilor, arhitecților și nu numai. Obiecte mici, mari, ascunse, ținute la vedere, adunate de prin locuri exotice sau cât se poate de banale, cumpărate, primite-n dar, găsite pe stradă ori moștenite – toate formează un patrimoniu mic, o colecție personală de lucruri care își găsesc valoarea prin istoria și privirea fiecăruia.

Un muzeu nu înseamnă doar colecțiile pe care le arată, ci și poveștile pe care le poate aduna. Ne furișăm în casele noastre, ale tuturor, și ne propunem să descifrăm intimitatea lucrurilor care ne înconjoară. Strângem laolaltă poveștile acelor obiecte personale care nu se epuizează niciodată; pe care le iubim sau care ne scot din minți, dar de care nu ne-am despărți niciodată.

În miezul izolării, Arhiva de Imagine MȚR te provoacă să te întrebi care este obiectul tău prețios? Care este lucrul a cărui poveste crezi că merită spusă, pentru că te face să te simți acasă

sau, din contră, te duce cu gândul departe?

Contribuie și tu! Trimite-ne o imagine și o poveste: fotografiază obiectul, individual sau așa cum stă la locul lui, alături de altele (ai doar grijă să fie vizibil cel ales) și scrie-ne pe scurt de ce l-ai ales (în maxim 1-2 paragrafe). Adaugă și unu-două cuvinte despre tine sau atașază un link către website-ul personal / pagina de instagram sau facebook. Te așteptăm, în zilele ce urmează, pe adresa arhivamtr@gmail.com.

O astfel de provocare nu ar fi funcționat fără o serie de obiecte și poveștile lor care să fie încărcate, anterior lansării, pe pagina noastră de Facebook, ca model sau inspirație. Am apelat astfel strategic la „prietenii Arhivei” – un grup informal alcătuit din antropologi, istorici, pasionați de istoria fotografiei sau de arhitectură veche, artiști vizuali, regizori, IT-iști, studenți stagiați și alți voluntari care contribuie activ la „viața” Arhivei. Aceștia și-au pus benevol la dispoziția muzeului *know-how*-ul, timpul liber și, uneori, chiar propriile resurse financiare. În ultimii ani, împreună am construit o comunitate activă în jurul Arhivei, iar *#Particular* a contribuit încă o dată la dinamizarea grupului. Am transmis așadar invitația deopotrivă prietenilor Arhivei și colegilor din grupul de inițiativă, iar răspunsurile au început, treptat, să apară. Am lansat ulterior campania publică și am reușit să strângem peste 40 de texte: nostalgice sau ancorate în prezent, lungi sau scurte, intime sau cât se poate de comune. În lipsa unui buget de comunicare, nu am putut construi o campanie intensă de promovare,

Fig. 4. Ceasul bunicului și fragmente din arhiva de familie a Teodosiei Bortă.



Însă am reușit să testăm atât eficiența resursei umane coagulate în jurul Arhivei, cât și gradul de implicare a publicului fidel. Am aflat despre pușculițe, cești de cafea, furculițe, icoane și ștergere, jurnale, casete VHS, bibelouri, scaune, fluier, mașini de cusut, ceasuri, broșe și pandantive, jucării, cărți, fotografii, iar lista poate continua. Ne-a emoționat în mod special povestea primită de la Teodosia Bortă. O redăm integral:

N-am stat mult pe gânduri când am văzut inițiativa voastră.

Am aflat de existența ceasului bunicului meu. L-am găsit într-o cutie de lemn făcută de el, datată 8 martie 1952. Pe capacul cutiei, e scrisă o poezie de bunicul, bănuiesc că de inspirație eminesciană (pentru că știu că bunicul căpătase o admirație nebună pentru Eminescu), care se termină astfel:

„Poate atunci voi fi în pământ închis în patru scânduri / Și c-am trăit pe-acest pământ vor spune aceste rânduri / ce le-am scris gândindu-mă la tine, / Ca orișicând le vei citi, să-ți amintești de mine.”

Poezia e codificată, dat fiind faptul că bunicul fusese în Regimentul 2 de Transmisii în timpul celui de-al Doilea Război Mondial. Ceasul e un Vostok (companie rusească înființată în 1942) și tind să cred că bunicul l-a purtat în timpul războiului, de când a fost înrolat în 1943. Vă puteți deci imagina cât de entuziasmată am putut fi! Eu, o adolescentă de 15 ani (cât aveam atunci), am descoperit semnificația însemnării de pe capacul cutiei, dar și ceasul, asta după ce niciunul dintre copiii bunicului n-au acordat importanță acestuia...

Ceasul nu merge, dar plănuiesc ca după ce se va termina această perioadă de izolare, să pot merge să-l repar, iar dacă acest lucru nu va fi posibil, am să-l port oricum. Aceste două lucruri rămân pentru mine unica modalitate de a afla amănunte despre bunicul meu, mort din 2008, a căruia viață mă interesează mai mult decât a mea.

Înfloresc orice și-mi permit să trag concluzii, fie acestea și greșite. Nu mai e nimeni care să-mi dezvăluie caracterul bunicului, așa că sunt liberă să cred despre el orice, și l-am transformat într-un personaj absent, pe care-l consider a fi ultimul romantic al familiei mele.

Întreaga serie de obiecte și poveștile #Particular poate fi urmărită în albumul dedicat pe pagina de Facebook a Arhivei de Imagine MTR [la adresa: <https://cutt.ly/albumparticular>]. Un „Muzeu de acasă” digital, construit participativ, bazat pe o muzeografie transparentă în care vizitatorul virtual devine co-creator: el sau ea selectează obiectele pe care le consideră relevante spre a fi povestite, expuse, descoperite. Colecția acestui muzeu se alătură fondului documentar dedicat patrimoniului mărunț, dar relevant, parte din demersul mai amplu al Arhivei Etnologice de documentare a timpului prezent.

Astfel, din toamnă, proiectul va continua într-o nouă formulă: seria curatoriată va fi încărcată pe site-ul Arhivei Etnologice *Rețelele Privirii* [la adresa: arhiva.muzeultaranuluiroman.ro/] și, atunci când contextul o va permite, ne propunem să organizăm o expoziție colaborativă dedicată acestor obiecte.

Text de Iris Șerban

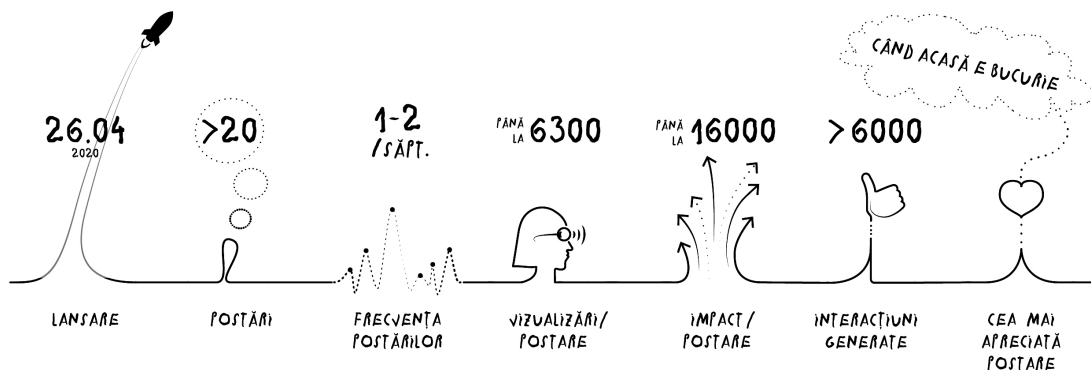


Fig. 5. Recepția proiectului MTR mă inspiră în mediul online (ilustrație de Tudor Elian).

MTR MĂ INSPIRĂ

„MTR mă inspiră” – o privire proaspătă asupra spațiului de #acasă, printre resturi de materiale, hârtii, petice și ațe colorate, căutând pretexte de a lupta cu plictiseala.

Link acces: <https://cutt.ly/mtrmainspira>

Echipa: Valentina Băcu, Ruxandra Grigorescu, Beatrice, Florin și Maruca Iordan

Pentru mulți dintre noi, prima reacție după anunțul că ne confruntăm cu o pandemie, lucru nou, tulburător și derutant, a fost panica, împreună cu numeroasele ei întrebări. Cum îi vom face față? Ce trebuie să facem pentru a fi în siguranță? Cât va dura și, mai ales, cum vom învăța să trăim cu acest nou virus? Și nu în ultimul rând: este nevoie de cultură în starea de urgență? Și dacă da, cum să o transmitem publicului astfel încât să nu o resimtă ca nepotrivită, intruzivă, inutilă?

Neavând la îndemână decât creativitatea și universul de acasă, inițial ni s-a părut greu, pe alocuri imposibil, să ne adresăm publicului într-un mod care să conteze cu adevărat. Și noi, ca și restul lumii, am trăit o primă lună cu spaime și neliniști similare cu cele ale publicului nostru, am fost nevoiți să ne adaptăm unor schimbări radicale – să lucrăm de acasă, să fim profesori copiilor noștri, unii dintre noi să ne mutăm cu părinții, pentru a le fi aproape, sau chiar în afara Bucureștiului, din diverse motive. Toate aceste transformări forțate ale cotidianului personal și profesional, laolaltă cu recomandarea de „distanțare socială”, nu au făcut decât să îngreuneze și mai tare situația.

A urmat un moment de regrupare de forțe și de încurajare – a familiei și prietenilor în primă fază. Ne-am acomodată cu apelurile video, am experimentat ideea de a fi împreună altfel, fără posibilitatea de a ne vedea fizic, de a ne îmbrățișa, de a ciocni un ou de Paște, dar cu o disponibilitate mai mare de a sta de vorbă, de a ne spune lucruri nespuse de multă vreme, de a petrece mai mult timp cu noi, de a ne (re)descoperi pasiuni. Și, în ciuda numeroaselor restricții, am căutat să ne (re)găsim un echilibru, să descoperim în noi resurse nebănuite, să ne adaptăm schimbării **cu însăși o schimbare în felul cum privim lucrurile.**

Profesional, această schimbare a perspectivei a devenit un imperativ. Apariția unui grup de lucru dedicat și adaptat noii stări de fapt a determinat o revigorare a culturii organizaționale și a crescut eficiența resursei umane, printr-un model de organizare organică, tip *bottom-up*: colaborarea în această formulă ne-a adus împreună online pentru prima dată, ne-a determinat să construim mai ușor echipe interdisciplinare și să lucrăm eficient împreună în jurul unor idei, indiferent de departament și de fișa postului. La început ne „întâlneam” de două ori pe săptămână și

Fig. 6. Proiectul
MȚR mă inspiră –
generic.



încercam să lansăm orice idee viabilă, în speranța că aceasta ne va entuziasma și se va transforma în ceva ce ar putea fi numit „proiect de educație muzeală”. Primele videoconferințe s-au dovedit mai mult obositoare decât productive. Ne temeam că nu vom reuși să ajungem la publicul nostru sau că ar fi nepotrivit să vorbim despre beneficiile culturii în vremuri de criză, neavând posibilități mai concrete de a veni în sprijinul celor mai expuși (bolnavi, bătrâni, familii la limita subsistenței).

Treptat, ne-am dat seama că toți suntem vulnerabili în vreme de pandemie; că, deși nu sunt niște pilule magice, cultura și educația ne pot ajuta să rezistăm în momente dificile; că, în absența lor, nu putem vorbi despre o regenerare comunitară. Așa că ne-am făcut curaj și am intrat în procesul de a compune de la distanță, de a fi mai atenți la ce-i interesează pe copii în această perioadă, la ceea ce le lipsește, la ce ne stă nouă în putință să facem de acasă pentru ei.

Soluția a fost să ne mutăm și noi în online. Aici, în cele mai multe situații, a apărut blocajul, fiindcă online-ul era folosit până foarte de curând doar ca mijloc de informare la MȚR, nicidecum ca mijloc de lucru interactiv cu publicul. În proiectele pe care le-am desfășurat de-a lungul anilor, latura senzorial-motrică a interacțiunii s-a dovedit indispensabilă, fie că era vorba de un atelier creativ, de o conferință la Șosea, de o lansare de carte sau de un vernisaj al unei expoziții temporare. Perioada scurtă de frământări a avut rostul ei, fiindcă mutarea în online presupunea o regândire a ceea ce vom face în contextul

actual. **Iar această regândire nu putea avea loc decât uitând în mod deliberat ceea ce eram obișnuiți să facem.**

La Educație muzeală ne-am agățat de începuturile activităților cu copiii la Muzeul Țăranului Român din anii '90, fiindcă situația ni s-a părut cumva similară. Contextul era nou atunci, ca și acum, caracterizat de imprevizibil, dar și de un entuziasm molipsitor al educatorilor muzeali și al muzeografilor. **Ieșirea din confortul profesional ne-a ajutat să ne dăm seama că resursele de care aveam nevoie nu erau atât materialele sau spațiile de la muzeu, ci mai degrabă cele creative, pe care am descoperit că le aveam cu noi și acasă.** Am aflat asta cu uimire, în plină criză, când starea de urgență se instaurase și în România, când am fost nevoiți să ne autoizolăm acasă (cu copiii, cei care-i aveam) și am trăit cu intensitate temerile, lipsa deținerii controlului și a sentimentului de siguranță. În asemenea momente dificile, unii dintre noi s-au refugiat în artă și în ceea ce știau să facă mai bine – joaca împreună cu copiii, cititul poveștilor, gândurile și vorbele bune spuse, scrise, arătate.

Așa a apărut ideea *#MȚRMăInspiră*, un proiect de educație muzeală dedicat familiilor cu copii, prin care ne-am propus să-i încurajăm pe părinți să se uite în jur cu o privire nouă și să caute sprijin în artă în momentele dificile. Mai ales, să-i implice pe copii în provocările lansate în vremea pandemiei pe pagina de Facebook a muzeului [la adresa: facebook.com/MuzeulTaranelui/] și pe pagina dedicată activităților secției noastre, *Educație Muzeală MȚR* [la adresa: facebook.



Fig. 7. Proiectul MȚR mă inspiră – postarea „Cuibul”.

com/EducatieMuzealaMTR/]; ori pe canalul de YouTube al muzeului [la adresa: <https://cutt.ly/MTR>], în playlistul *MȚR mă inspiră*.

Astfel, o pală de vânt iscată deodată, în contextul pandemiei și al ieșitului din casă doar pe bază de declarație scrisă, s-a dovedit un lucru de care ne agățam cu speranță, propunând publicului nostru să lase bucuria să-l cuprindă într-o joacă de-a prinselea, de-a smulsul pălăriei, de-a şuieratul, de-a gonitul din urmă, astfel încât vântul prins într-o fotografie, într-un filmuleț sau într-o poveste să devină momentul de inspirație al zilei. Într-o altă zi, în care dorul de ducă sau de cei dragi ne cuprindea și statul acasă se dovedea chinuitor, le-am propus copiilor să scrie o scrisoare sau o felicitare de Paști și să o trimită bunicii, prietenilor, persoanelor cărora le simțeau cel mai tare lipsa. Sau să grădinărească împreună la cea mai minunată grădină în ghiveci, să asculte ploaia de pe balcon, s-o privească, s-o filmeze sau s-o povestească. Și ce altceva mai poți face acasă în pandemie? În zilele de duminică dimineață, în lipsa spectacolelor pentru copii la teatrele închise, am propus publicului nostru să-și facă propriul *#TeatruAcasă*: teatru de umbre, animație sau teatru de obiecte, important era să fie creat împreună cu copiii, pornind de la o idee care le dădea târcoale. Putea să fie grija și dorul pentru prieteni sau iubirea pe care o observi peste tot, chiar și de la fereastră, privind, de exemplu, o pasăre care își construiește un cuib în copacul care ușor-ușor se transformă într-un prieten. Oare ce-și pot spune? Cum ar arăta un dialog între cei doi? O marionetă-copac și o siluetă de pasăre pot transforma o duminică mohorâtă într-una plină de culoare.

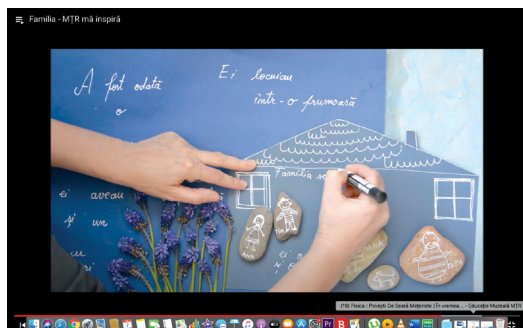


Fig. 8. Proiectul MȚR mă inspiră – postarea „Când acasă e bucurie”.

Pentru că una dintre marile provocări ale acestei perioade a fost cum să-ți manifesti iubirea la distanță și să încerci să găsești aceeași bucurie când nu poți fi împreună cu familia de sărbători, am sugerat cum o melodie preferată, o bucată de pânză sau orice altă suprafață transparentă, o lanternă și câteva siluete sau o bucată de carton, câteva pietre și un creion pot face adevărate minuni atunci când intrăm în starea de poveste.

În proiectul *MȚR mă inspiră* am încercat să marcăm orice mică victorie socială (ieșirea din starea de urgență și intrarea în starea de alertă, apoi măsurile de relaxare și intrarea într-o altă etapă a pandemiei, venirea vacanței mari, moment primit cu bucurie de copii, chiar dacă lucrurile obișnuite pe care le făceau în timpul verii – revederea cu prietenii, prima ieșire în parc, primul drum la bunici, prima ieșire la mare – au devenit excepții) printr-un nou episod online, sperând ca exemplul nostru să fie urmat și pus în practică și de părinți și de copii. I-am provocat să ne trimită exemplele lor de *#TeatruAcasă* sau să includă în postările personale „hashtag-ul” *#MtrMaInspira*.

Nu ne-am propus să-i învățăm pe copii să „facă” lucruri, de aceea episoadele *MȚR mă inspiră* nu au fost gândite sub forma unor tutoriale sau ateliere online, ci ca scurte filmulețe inspiraționale, din care aceștia să-și ia doza de frumos și curajul în a-și folosi creativitatea și originalitatea în a-și exprima emoțiile prin artă, pentru a face față situațiilor dificile, de a-și (re)descoperi pasiunile și a-și dezvolta abilitățile artistice. Credem cu tărie că arta și creativitatea nu sunt rezervate doar unor anumite categorii de public, așa cum se întâmplă să fie înțelese adesea,

ci că toți ne naștem cu o imaginație, intuiție și inteligență incredibile, doar că unii le pierd și uită să utilizeze aceste resurse la vârsta adultă.

Astfel că la scopul inițial al proiectului – acela de a fi împreună cu publicul atelierelor noastre de creativitate și în pandemie, recreând atmosfera bine cunoscută de bună dispoziție de la întâlnirile față în față și provocându-l să o regăsească acasă pictând, ascultând și inventând povești, bricolând din resturi de materiale, hârtii, petice și ațe colorate – am adăugat un altul, pe termen lung. **Ne-am propus să creăm un centru de interes în jurul ideii de consum cultural digital, încurajând publicul adult să implice copiii de la vârste fragede în proiecte valoroase, care să contribuie esențial la dezvoltarea personalității acestora, la creșterea gradului lor de adaptabilitate la contexte culturale noi.**

Au trecut aproape trei luni de când am acceptat provocarea de a găsi inspirație și de a face

cât mai mult loc creativității în spațiul nostru pandemic. Trei luni de când ne-am (re)cucerit publicul, chiar dacă din spatele ecranelor. Știm asta din statisticile pe care ni le arată Facebook – postările noastre au fost vizualizate de 47.367 de persoane, impactul unei singure postări ajungând și la 16.314, iar numărul interacțiunilor și al reacțiilor (distribuiți și impact) la 7.216.

Și, totuși, încă ne este greu că nu putem reveni la atelierelor de creativitate de la muzeu; încercăm dar să privim partea bună a lucrurilor – de exemplu, dezvoltarea acestui proiect online ne-a permis să ajungem și la public din alte orașe ale țării. Am aflat asta de 1 iunie, când am lansat un concurs copiilor, iar 12 din cei 20 de câștigători s-au dovedit a fi locuitori din afara Bucureștiului. La fel și faptul de a ști că, în aceste vremuri dificile, cumva, poate am contribuit cu un strop de veselie.

Text de *Valentina Bâcu*

POVEȘTI DE SEARĂ... MEȚERISTE

Un proiect audio, o premieră pentru Muzeul Național al Țăranului Român, un prilej de a asculta, de a crea legături și de a (re)descoperi lumile copilăriei.

Link acces: <https://cutt.ly/povestidesearameteriste>

Echipa: *Monica Irina Chiorpec, Valentina Bâcu, Ruxandra Grigorescu, Beatrice Iordan, Oana Rahuma, Florin Iordan, Sașa-Liviu Stoianovici, Cosmin Manolache, Iuliana Bălan, împreună cu copiii Victor și Matei Băcu, Maruca Iordan și alți invitați*

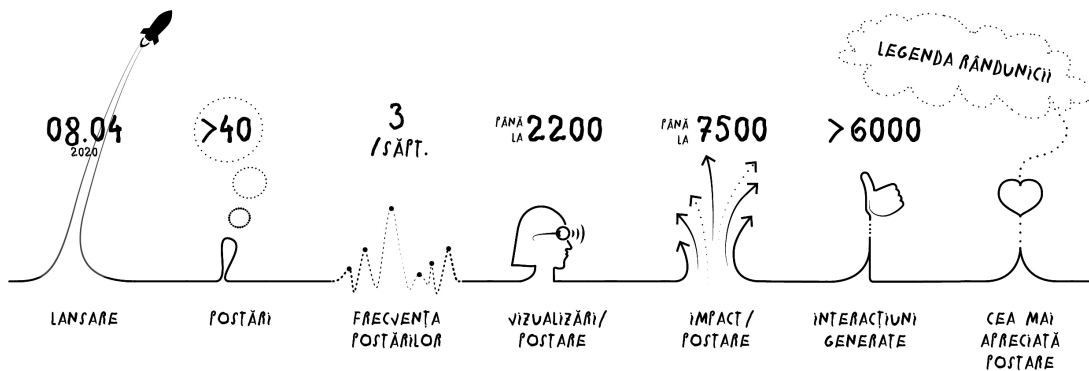


Fig. 9. *Recepția proiectului Povești de seară... mețeriste în mediul online (ilustrație de Tudor Elian).*

Asemenea celorlalte proiecte inițiate de MȚR în contextul pandemiei, *Povești de seară... mețeriste* și-a propus să devină un instrument prin care atât publicul său fidel, cât și cei care abia descoperă specificul și

identitatea muzeului să poată pătrunde, digital, într-o lume inedită, aflată într-o continuă recalibrare a paradigmei vechi / actual. Echipa proiectului – formată din educatori muzeali, cercetători și arhiviști – a considerat că, acum mai mult ca oricând, este timpul potrivit



Fig. 10. Proiectul Povești de seară... mețeriste – generic.

pentru o observație atentă asupra ritmului cotidian al societăților de odinioară, când, similar situației generate de pandemia cu noul tip de coronavirus, oamenii puteau recurge la introspecție cu mai multă ușurință decât reușesc să o facă la turația existenței moderne.

Ascultarea este un exercițiu bine-venit în vremuri de izolare, iar proiectul *Povești de seară... mețeriste* urmărește să aducă în atenția copiilor cu vârste cuprinse între 3 și 12 ani, a părinților și a bunicilor acestora importanța ascultării deopotrivă ca mecanism cognitiv și ca modalitate de a crea punți de comunicare între generații. Stilul de viață urban ia astfel o mică pauză de la toată agitația zilnică și experimentează ascultarea de povești, în jurul vocii povestitorului, la fel cum se întâmpla, altădată, în satul românesc. Actul de a povesti capătă, așadar, o funcție cultural-socială, aceea de a aduce împreună, fie și în mod virtual, ascultătorii distanțați fizic.

Primul demers de acest gen derulat de muzeul nostru, transpus exclusiv în mediul online – unde accesul publicului la programe și aplicații audio este limitat doar de o conexiune sănătoasă la internet –, seria de audiții *Povești de seară... mețeriste* poate „concura” cu alte programe radiofonice dedicate poveștilor de seară, unele celebre, ceea ce presupune o șansă și o provocare. Acest proiect dă „voce” atât poveștilor, cât și povestitorilor și înseamnă în primul rând o șansă la o mai mare vizibilitate, în egală măsură pentru instituția în sine, dar și pentru angajații muzeului deveniți ad-hoc povestitori amatori, prin lecturile lor.

Din punct de vedere strict tehnic, procesul de concepere, selecție și producție a „episoadelor” s-a derulat relativ simplu. Echipa entuziastă a „poveștilor de seară” este alcătuită din câțiva oameni pasionați de sunet, de editarea de materiale audio și de arta sonoră, în genere. Odată citite și înregistrate poveștile – scurte – selectate cu atenție de către mai mulți cercetători și arhiviști, educatorii muzeali au preluat sarcina de a transforma fișierele respective în mici artefacte sonore care, să sperăm, vor trece testul vremii pandemiei, dovedindu-și relevanța pe termen lung. Astfel, odată încadrate, în stil radiofonic, de semnalul de început și de outroul muzical, marcă a artiștilor din muzeu, poveștile mețeriste devin mici daruri audio de care cei mici și cei mari deopotrivă se pot bucura la lăsarea serii, de trei ori pe săptămână. Ne dorim ca aceste povești să ducă mai departe un mesaj clar despre identitatea MȚR, care se relevă, la fel ca în cazul tuturor celorlalte activități, prin sinceritatea actului în sine, prin naturalețe și prin interacțiunea permanentă cu publicul.

Proiectul va continua și în perioada post-pandemie, pe termen nedefinit, câtă vreme se va păstra viu entuziasmul – al audienței și al echipei de producție. Dezvoltarea sa ar însemna, pe de o parte, noi contribuții sonore la formatul actual (prin extinderea echipei interne, diversificarea vocilor povestitoare și, implicit, a stilurilor interpretative), iar pe de altă parte atragerea publicului fidel (cel al atelierelor de creativitate organizate îndeobște de muzeu) pentru a contribui cu lecturi la acest proiect. Cei

mici, dar și părinții sau bunicii lor pot fi îndemnați să trimită înregistrări cu poveștile lor preferate, pentru ca spațiul virtual din jurul paginii de Facebook *Educație Muzeală MȚR* să devină cu adevărat un loc de întâlnire prin intermediul vocilor și al sunetului.

Impactul proiectului *Povești de seară... meșteriste* poate fi evaluat consultând, chiar în trecere, statisticile și graficele care țin evidența creșterii vizibilității paginii de Facebook menționate. Acesta se măsoară nu doar în numărul de aprecieri primite din partea celor care accesează linkurile către povești în cele trei seri din săptămână, ci și în numărul semnificativ de distribuiri, care cresc exponențial popularitatea demersului nostru.

Proiectul a adus laolaltă, în timpul pandemiei, specialiștii angrenați în echipa de lucru și publicul iubitor al activităților muzeului, iar legătura online astfel creată merită păstrată. Din

acest motiv, considerăm importantă continuarea demersului și îmbogățirea sa prin noi variante de abordare. De exemplu, proiectul ar putea include o selecție de texte într-o lectură „de familie” (propusă de angajați în tandem cu copiii acestora), pe lângă lecturi propuse de către publicul „poveștilor”, indiferent de vârstă. Și – de ce nu? –, pe termen lung, Atelierul de Creativitate din cadrul muzeului ar putea găzdui instalații fizice similare celor care creează ambient în studiourile de teatru radiofonic (uși, pardoseli acoperite cu nisip sau pietriș, trepte și alte elemente care generează efecte sonore). Pe parcurs, cu minimum de efort financiar ori în ceea ce privește resursele umane și tehnologice, proiectul *Povești de seară... meșteriste* ar putea fi inclus într-unul sau mai multe albume audio cu selecții din cele mai frumoase și îndrăgite texte, care și-ar găsi locul, cu succes, printre celelalte producții sonore marca MȚR.

Text de Monica Irina Chiorpec

DE LA TILINCĂ LA OPINCĂ. DICȚIONAR PE SĂRITE

Dicționar etnologic ilustrat, explicat într-un stil relaxat, ilustrat și animat, cu cuvinte dintre cele folosite și folositoare la țară, dar mai puțin cunoscute sau prizate de publicul tânăr.

Link acces: <https://cutt.ly/DictionarPeSarite>

Echipă: Magdalena Andreescu, Anamaria Iuga, Andra Tarara, Tudor Elian, Carmen Mihalache, Ana Pascu, Ciprian Voicilă, Corina Iosif, Iuliana Bălan, Vladimir Bulza, Rodica Marinescu, Florin Iordan, Mirela Florian

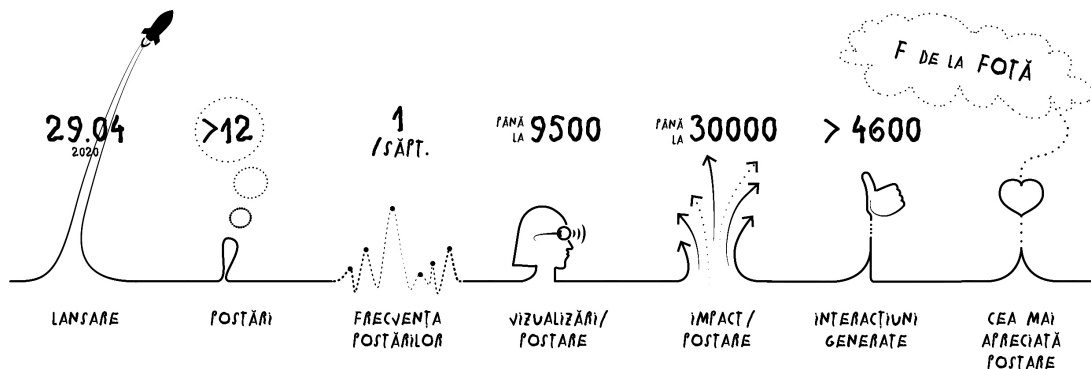


Fig. 11. Recepția proiectului Dicționar pe sărite în mediul online (ilustrație de Tudor Elian).

Și în acest caz, sâmburele s-a ivit în discuțiile preliminare care au dus la conturarea pachetului de proiecte denumit generic „Muzeul de acasă”. Pornind de la nedumeriri exprimate de propriii noștri copii („Ce este o sapă?”; „Sobă, adică supă?”), ne-am gândit

la o reorientare către universul țărănesc pe altă cale decât cea a cotidianului rural – astăzi închisă pentru cei tineri – sau cea a textului scris, literar sau nu. Cât de generalizată era situația o știam toți, într-un fel sau altul, dar i-am putut aprecia conturul și dimensiunile

doar confruntându-ne, în timpul acestor discuții, amintirile. Ne referim la decuplarea vizibilă a tinerei generații (cei sub 25 de ani, cu extensie pe alocuri până la 30) de la un vocabular ce ține de lumea rurală, de dialectele și graiurile regionale. Nu era o problemă care să ne fi stat serios în atenție până acum, mai degrabă era constatarea unei situații ireversibile și, prin aceasta, acute. Este, fără îndoială, semnul cel mai evident al abandonării unui anumit stil de viață și, odată cu el, a obiectelor, obiceiurilor, practicilor care îl construiau. Abandonul se reflectă limpede în schimbările (de multe ori dramatice) din limbajul cotidian al tinerei generații, o astfel de schimbare culturală fiind fără precedent.

Un proiect care să repună în uz acest „vocabular al ruralității” ce se pierde dimpreună cu semnificațiile cuvintelor, unele complet uitate, s-a impus ca fiind prioritar în economia generală a proiectelor online născute din condiția excepțională a pandemiei. Elementul-cheie pentru „dicționarul vizual” l-a constituit lista cu propuneri de termeni uitați corelați cu lumea rurală. Rod al efortului colectiv, aceasta grupează deja 450 de cuvinte, pentru 60 dintre ele fiind deja formulate definițiile aferente. Săptămânal, în ordinea literelor din alfabet, un termen aparținând lexicului rural sau regional este explicat simultan prin text, imagine și sunet. Și aceasta pentru că postările dicționarului nostru ilustrat au fost concepute ca un construct complex. În centrul fiecăruia, ca miezul unui fruct, se află cuvântul propus, esența. Dar cei interesați să guste miezul trebuie să descifreze mai multe tipuri de limbaj și, implicit, mai multe straturi de informație. Primul înveliș este componenta vizuală, o soluție grafică concomitent descriptivă și explicativă a cuvântului definit. Menită să atragă atenția utilizatorului de Facebook, asaltat constant pe rețelele de socializare cu o cantitate enormă de conținut vizual, această componentă poate oricând funcționa și ca proiect artistic independent. De altfel, pe parcurs s-a conturat și necesitatea adoptării unui *watermark*, pentru protejarea actului de creație rezultat.

Un întreg arsenal incluzând fotografii, înregistrări video, desene sau animații, precum și fundaluri sonore bazate pe folclor muzical, sunete de ambient sau lecturile unor texte relevante este utilizat pentru a face inteligibil unor categorii cât mai largi de utilizatori termenul de dicționar

propus. Și gama formelor de expresie utilizate este variată: proverbe și zicători, rețete culinare, șarje parodice ale unor clipuri publicitare.



Fig. 12. Proiectul Dicționar pe sărite – E de la Epizootie (screenshot).

Tonul utilizat în texte și atmosfera sugerată prin grafică sunt uneori amuzante, alteori impregnate de nostalgie sau foarte serioase, făcând trimitere la elemente profunde ale spiritualității românești.

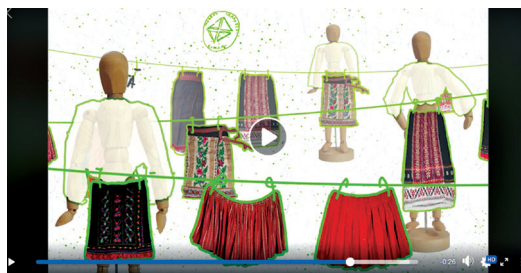


Fig. 13. Proiectul Dicționar pe sărite – F de la Fota (screenshot).

Fără a apela la detalii științifice aride, definițiile înglobează referințe la contextul cultural și lingvistic al cuvântului propus. Nu de puține ori, trimiteri aparent surprinzătoare (la tehnologia de ultima oră, tablourile lui Nicolae Grigorescu, poluarea industrială ori la actori sau seriale celebre) „traduc” într-un limbaj cunoscut tinerilor de azi aspecte aproape uitate ale lumii rurale, corelate termenului ales.

„Caseta tehnică” a postării informează despre autorii și sursele folosite. Postările respectă alfabetul, dar nu epuizează fiecare literă a acestuia, ci se compun în cicluri repetitive de la A la Z. Sugerăm astfel nu numai hiatusurile inevitabile care se nasc în reproducerea unui

vocabular (activ) zonal (și în general rural), dar și posibilitățile din ce în ce mai reduse astăzi de a accede la straturi (nu foarte vechi) ale acestor modalități de comunicare împreună cu logica vieții pe care ele o defineau și o reprezentau.

Am ales un public-țintă compus din adolescenți și tineri, opțiune strâns legată de identificarea și alegerea soluțiilor de livrare pentru conținutul scris și vizual. Am ezitat între diverse rețele de socializare, însă ne-am oprit asupra Facebook – există aici un public fidel al muzeului: cu peste 100.000 de aprecieri și „urmăritori”, contul *Muzeul Național al Țăranului Român* este cea mai populară dintre paginile muzeelor din țară. Am continuat prin încărcarea postărilor pe canalul de YouTube al muzeului, creând un *playlist* „Dicționar pe sărite”, în care fiecare episod este identificat prin hashtag-ul dedicat #DeLaTilincăLaOpincă.

Echipa proiectului s-a coagulat treptat și include coechipieri de generații diferite, de la cei aflați în jurul vârstei de 60 de ani până la tineri născuți la puțină vreme după schimbarea de regim din '89. Creativitatea și familiaritatea sporită cu tehnologiile digitale ale unor membri ai echipei s-au completat într-un mod firesc cu experiența de viață și „bagajul” științific dobândit printr-un traseu profesional de „școală veche”, al colegilor mai experimentați. Suprapunerea segmentului tânăr al echipei pe una dintre categoriile grupului-țintă de beneficiari a fost evaluată din start ca unul dintre punctele tari în implementarea proiectului, iar *feedback-ul* imediat și chestionarea permanentă a variantelor de elaborare a proiectului au dus destul de repede la formula lui actuală.

Eterogenitatea grupului de lucru se reflectă și în traseele distincte de formare profesională și activitate în muzeu. Filologi, sociologi, etnologi, istorici, arhitecți, regizori de film, jurnaliști, fotografi și specialiști în PR, aceștia sunt în mod obișnuit angrenați în domenii diferite de activitate ale instituției. Atribuțiile lor curente acoperă o paletă largă de activități, de la cercetarea etnologică și valorificarea rezultatelor acesteia până la promovarea muzeului, trecând prin activități ce implică lucrul cu materiale de arhivă sau bunuri de patrimoniu, organizarea de expoziții, dar și susținerea unor ateliere de creativitate pentru copii. Chiar dacă pe alocuri au mai existat, așa cum este firesc, colaborări

punctuale, echipa nu lucrase niciodată în această formulă.

„Dicționarul vizual”, cum s-a numit proiectul la început, a întrunit din start adevărate persoane, care activau în mod curent în nu mai puțin de patru compartimente distincte ale muzeului. Dinamica ulterioară a grupului, eficiența și inventivitatea potențate de munca în echipă au făcut ca încă patru persoane să se ralieze echipei (printre care o colegă proaspăt pensionară, pasionată de fotografie, atât de încântată de idee încât s-a oferit cu entuziasm să-și pună la dispoziția grupului deopotrivă cunoștințele și numeroase materiale vizuale proprii). Mai mulți membri ai grupului și-au implicat și familiile în procesul de creație. Realizarea unor elemente de grafică sau animație și înregistrarea audio a unor mici povestiri pentru fundalul sonor al postărilor sunt doar câteva dintre contribuțiile acestora. În plus, încadrându-se în categoria de vârstă a grupului-țintă, fiii și fiicele membrilor echipei au fost furnizorii unui *feedback* instant și foarte util, încă din etapa de pregătire a materialelor, înainte de plasarea lor online. O persoană din departamentul de Relații Publice, implicată în mod curent în gestionarea paginii de Facebook a MȚR, a asigurat ritmic postarea materialelor rezultate, deși mai sunt încă multe de făcut pentru o comunicare publică constantă, alertă și *smart* a proiectelor online de pandemie.

Primii pași au fost mai nesiguri, dar, ca și în celelalte cazuri, clarificarea modalității de lucru și rodajul echipei s-au întâmplat pe parcurs, iar structura grupului s-a conturat în funcție de necesitățile proiectului. Ea este însă destul de fluidă, astfel că nimeni nu se rezumă la o activitate strict delimitată în cadrul procesului de creație. Cea mai mare parte a echipei se concentrează în principal pe propunerea de termeni, realizând și definitivând textele. Sarcina de a ilustra definițiile într-un mod inedit și atractiv și-au asumat-o cei tineri, care aveau deja exercițiul unor creații artistice proprii în domeniul vizual. Printr-o permanentă căutare, cei doi (o regizoare de film și un arhitect) s-au străduit să creeze concepte grafice „*cu vino-ncoa*”, relevante pentru beneficiarii dicționarului și obiceiurile de consum digital, și să imprime postărilor un stil original, dar recognoscibil ca fiind al Muzeului Țăranului Român, mereu



Fig. 14. Proiectul Dicționar pe sărite – C de la Cahlă (screenshot).

Dicționar pe sărite / C de la Cahlă

Muzeul Național al Țăranului Român

6 Comments 90 shares

actual și mereu surprinzător. Întregul colectiv s-a implicat în identificarea acelor materiale (texte, imagini statice sau dinamice, înregistrări audio) care să susțină adecvat efortul lor de creație.

Atragerea de noi utilizatori interesați de definițiile propuse, consecință a campaniei de promovare a proiectului, a reprezentat o validare a premiselor, dar și o provocare pentru echipă. Au apărut și semnale cu privire la dificultatea unei accesări facile a întregului lot de postări, ceea ce ne-a arătat că soluția aleasă inițial are limite. Crearea unui *playlist* pe Facebook a fost rezolvarea cea mai simplă și eficientă identificată în acest caz.

Interesul publicului față de „Dicționarul pe sărite” este vizibil în numărul relativ ridicat al celor care au accesat și dat *share* postărilor. Clipurile video au trecut uneori de 9.500 de vizualizări, iar numărul celor care au preluat unele postări pe *wall-ul* propriu a depășit 165.

Deși de la lansarea sa și până în momentul scrierii acestui articol am prezentat publicului

doar 12 termeni de dicționar, succesul acestei inițiative (confirmat de impactul în mediul online, precum și de ofertele unor alte site-uri și instituții media de a ne prelua postările) este cert. **Proiectul probează utilitatea socială și culturală a etnologului de a face legătura între trecut și prezent pentru generații pentru care trecutul cultural asociat lumii satului devine, puțin câte puțin, inutilizabil și inaccesibil.** În acest mod, câștigăm utilitate culturală imediată în cotidianul tinerei generații. Totodată, **proiectul face dovada modului în care pot fi lărgite practicile muzeale,** mai cu seamă în condițiile în care proiectul muzeal al MȚR a contat preponderent pe o relație imediată și directă cu publicul său. **Vorbim, practic, despre o schimbare majoră de strategie, acum posibilă.** Și, nu în ultimul rând, atât proiectul nostru, cât și celelalte din program reprezintă în același timp **verificări empirice ale uzului cultural al domeniului tradițiilor în viața tinerei generații.**

Text de Magdalena Andreescu și Corina Iosif

CASA DE-A CASA

O campanie online de colectare a unor istorii inedite despre locuire care vor construi o viitoare arhivă, pornind de la experiențele personale ale câtorva dintre specialiștii muzeului, foști sau actuali.

Link acces: <https://cutt.ly/Casadeacasa>

Echipa: Călin Torsan, Cosmin Manolache, Lila Passima, Iris Șerban, Ioana Popescu, Șerban Anghelescu, Ciprian Voicilă și Iuliana Bălan.

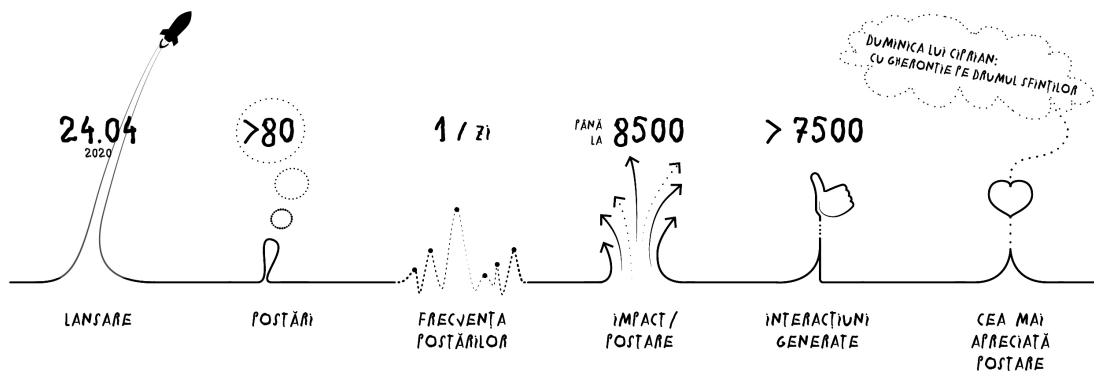


Fig. 15. Recepția proiectului Casa de-a casa în mediul online (ilustrație de Tudor Elian).

Zoom out. În anul 2002, Muzeul Țăranului Român edita o carte care probabil unora li s-a părut bizară: „Arca lui Noe. De la neolitic la Coca-Cola”. De ce? În primul rând, conținutul era deconcertant: mărunțișurile vieții intrau într-un amestec aproape nepermis cu lucrurile serioase, grave chiar. Apoi, neobișnuită era și structura sau, mai degrabă, lipsa ei. Există totuși un liant: povestea și viața la firul ierbii, pe care le puteai detecta în orice formă, de la simplitatea listei până la conturul imprevizibil al reportajului etnologic. Ideea Irinei Nicolau punea laolaltă un moment de criză, o clipă de luciditate și o decizie: „Au lucrat pentru ea (n.a. – cartea) treizeci de oameni, mai mult de doi ani. Și-au propus să salveze ceea ce alții nu salvează. La întrebarea «Ce scapi din foc, Rembrandt sau pisica?» au răspuns într-o voce: șoricelul. În absența oricărei metode, fiecare a urcat pe arcă ce-a poftit. Așa a rezultat o arhivă în care prezentul este asumat până la os.”



Fig. 16. Sigla proiectului „Arca lui Noe. De la neolitic la Coca-Cola”.

„Arca lui Noe. De la neolitic la Coca-Cola” a fost unul dintre proiectele care prindeau viață prin și, uneori, în scopul a ceea ce Irina Nicolau numise „muzeopareea”, o asociere temporară a specialiștilor și publicului unui muzeu, deschiși să lucreze împreună. În același timp, se număra printre ultimele ei proiecte, după ce pusese sub titulatura „Arhiva Timpului Prezent” mai toate explorările inedite pe care le inițiasse. Una dintre contribuțiile personale la acest volum își căuta loc la limita dintre autobiografie și istorie de viață, cu decupaje reasezate pe trama locuirii, dar care totodată ascundeau în pliuri revelatoare detalii antropologice. Tema avea să fie reluată peste mai bine de zece ani, tot în formulă de echipă, în alte două proiecte ale muzeului: „Case-n casă” și „Case vii”. Într-un fel, terenul era pregătit.

Navigând în pandemie. Treziți peste noapte într-o criză planetară, eram nevoiți să ne reconfigurăm. Lumea transformată de multă vreme în motor de căutare a devenit, ca în orice moment critic, supraconștientă de ceea ce i se întâmpla. Ce faci pentru a păstra o fărâma de stabilitate? Cum negociezi cu starea critică generalizată? Ce fel de muzeu vom fi în condiții de distanțare socială? Ne putem face un aliat real din rețelele de socializare? Ce și cum vom trece dincolo de această încercare? Oare ne vom transforma casele în variante ale muzeului unde lucrăm? Nimeni nu ducea lipsă de întrebări, împărtășite alături de posibile soluții în neobișnuite și obositoare videoconferințe pe platforme online. Dacă muzeul și arhiva pot fi considerate forme bizare – dar și salvatoare – în care umanitatea se poate stoca pentru a se reconfigura, la ce ar putea duce această inevitabilă criză a muzeelor?

Cum etnologia de urgență practică în anii '90 a fost la MȚR un mod autentic de acordaj cu o realitate nouă, am gândit că replierea în casele noastre poate fi un bun prilej de a ne sonda memoria locuirii, redescoperindu-ne spațiile prezente și trecute și, de fapt, revizitându-ne versiunile asupra lumii. O criză tratată ba cu spirit ludic, ba cu nostalgie, cu cinism, ori cu gânduri spirituale? De ce nu? Doar sunt ingredientele vieții. Am zis „*Foaie-albastră de facebook, / Să facem un giumbușluc!*”, ca-n basme sau ca-n provocările Irinei Nicolau, și răspunsurile strigării către colegi au sosit neașteptat de repede. Să tratăm pandemia în spiritul Șeherezadei. Poveștile, una de fiecare pe săptămână, ne-ar fi ținut aproape atât unii de alții, dar și de public, pe care încercăm să-l atragem dacă nu să-și depene propriile experiențe locative, măcar să le asculte pe ale noastre. O terapie etnologică? Chiar așa! Dar și o soluție pentru a nu fi șterși din memoria colectivă, cu atât mai mult cu cât muzeul și-a amânat de la an la an redeschiderea. Ca într-un roman polițist, atenția trebuie întreținută permanent. O terapie împotriva uitării, de fapt.



Fig. 17. Imaginea de promovare a proiectului Casa de-a casa.

Ascunși în propriile case din calea unui virus care a oprit mersul lumii, ne-am redescoperit treptat posibilități de auto-explorare. Refugiul neprevăzut ne-a scos la iveală calitățile latente. Petrecându-ne timpul într-un spațiu limitat, auto-etnografierea propusă se dovedea a fi de fapt un colaj de art-terapie și etno-iatrie. La întrebarea banală „cum locuim?”, tratată parcă prea des printr-un izbăvitor comportament consumerist, puteam fi surprinși de diversitatea răspunsurilor, de mult ascunse în noi. Pentru că trăim în spații

de tot felul, în memorie, în ritual și rutină, în vis și în simțuri, în ficțiune și în multe alte moduri care ne povestesc lumile și pe noi înșine. Gândeam că astfel de istorii despre locuire picurate zilnic în fel și chip ne pot purta, măcar pe unii dintre noi, pe celălalt mal al pandemiei. Ce ne leagă de casele în care am trăit? Cum am ajuns într-un loc? De ce am plecat? Cum au fost relațiile de vecinătate? Care sunt dimensiunile „casei din copilărie”? Se poate locui în nostalgie? Cum este chipul casei în sărbătoare? Cum ne reinventăm spațiile? Casa are secrete? Care sunt fețele rutinei? În perioade de criză înțelegem mai bine că păstrarea celor mai neînsemnate urme salvează o lume pe care mai târziu ne va fi greu să o recuperăm.

Din zi în zi, din loc în loc. Lunea lui Călin, Marțea lui Cosmin, Miercurea Lilei, Joia lui Iris, Vinerea Ioanei, Sâmbăta lui Șerban, Duminica lui Ciprian. Întâi am redefinit zilele, care de la o săptămână la alta au primit câte puțin din personalitatea fiecărui autor. Ridicam case din cuvinte și amintiri pentru relieful mereu în mișcare al Facebook, ca mai apoi să le translatăm pe cel mult mai stabil al arhivei proiectului, unde așteptam și casele publicului nostru.

Nu era nici pe departe o inovație. În fond, chiar tehnologia, aplicațiile și rețelele de socializare, în mod curent asociate caracterului inovator, ajung să suporte utilizări și adaptări ce depășesc intențiile creatorilor lor. Etnografia, muzeografia, comunicarea, asemenea multor domenii aride sau plictisitoare în percepția comună, nu puteau lipsi din oceanul internetului. Ce puteam face era să fim noi înșine, adică aparte, să avem farmec, așa cum fusese muzeul la reînființarea sa din 1990. Pe scurt, să încercăm să funcționăm pe frecvența acelei „muzeopareea” născocite de Irina Nicolau.

De la bun început, seriile de autor puse la cale au avut combustii diferite: între observații precise și asociații imprevizibile („Casa din Bărağan”), între mirare și soluțiile la schimbarea continuă („Nomad”), între senzorialitate și nostalgie pe coamele memoriei („Între case”), scotocind și listând mărunțișurile zilelor și ale cotloanelor domestice („Infraroșu”), căutând înțelesuri noi pentru spații și întâmplări din trecut („Din năuntru spre afară”), executând acrobații prin ficțiuni etnografice („Etno-rătăcirii”) sau căutând taina locuirii în duh („Casa Domnului”). Pentru a le accentua intenția documentar-antropologică și a pune tușe de expresivitate, textelor le-au

fost adăugate fotografiile luate în priză directă sau extrase din arhivele personale, ori compoziții grafice și colaje.



Fig. 18. Imaginea postării [miercurea Lilei]
[între case. 31. aburi].

Demarajul a fost mai greu sesizabil publicului pentru că pagina de Facebook *Educație muzeală MȚR*, gazda proiectului „Casa de-a casa”, avea o vârstă de doar câteva luni și între 700 și 800 de urmăritori la momentul anunțului inaugural. I s-au alăturat însă alte două inițiative online („Povești de seară... mețeriste” și „MȚR mă inspiră”), ce se adresau unui alt segment de public, iar audiența paginii a crescut în două luni la peste 2.300 de urmăritori. Proiectele și-au furnizat reciproc vizibilitate, facilitându-ne mult așteptatul *feedback*. Cu toate acestea, informația revărsată pe rețelele de socializare în prima lună pandemică făcea dificilă receptarea pe care ne-o doream, simțindu-se nevoia unui *refresh*. Soluția a fost un interviu la Radio România Cultural și parteneriatul încheiat cu portalul cultural online Liternet, care a preluat seria „Casa de-a casa”, cu un decalaj de trei săptămâni. Existam? Eram relevanți? Făceam pași.

În prima lună, entuziasmul descoperirii fiecărei noi povești era maxim. Ora 09.00, un timp al înviorării și al cafelei, era totodată cel al unei vizite neașteptate în casa închipuită la care trebuia să mergem de zor cu toții. Abia după a treia săptămână au început să apară și răspunsurile unor cititori la provocările noastre, arhiva noastră îmbogățindu-se cu istoriile lor locale. A doua lună ne-a adus rutina. Administrarea proiectului, de la comunicarea cu fiecare autor – Șerban Anghelescu își transmitea textul la telefon – și cu cititorii care ne împărtășeau poveștile lor, până la stocare și evidență, de la ilustrarea unora dintre texte la promovarea zilnică pe diverse grupuri Facebook, începea să semene tot mai mult cu o muncă de redacție, un soi de balaur cu mai multe capete speriat la

privirea în oglindă.

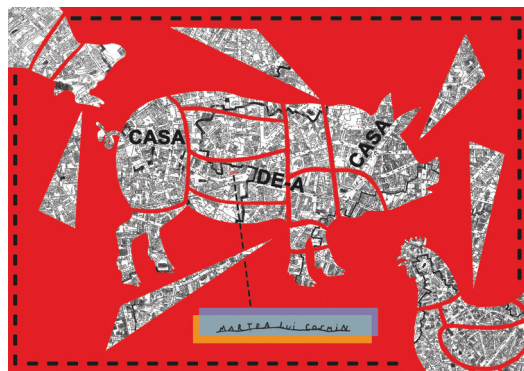


Fig. 19. Imaginea postării [marțea lui Cosmin]
[nomad. 37. măcel].

Și, totuși, ne urneam, ajustându-ne fiecare ritmul la obligația săptămânală. „Până când?”, ne-am zis, mai ales după ce măsurile de restricție au readus lumea în orașe, aproape la fel ca înainte. Fiind omul de la butoane, știam că măsura era Călin. El fusese cel mai spornic. În perioada stării de urgență îmi trimisese aproape zilnic, din reședința temporară în Bărağan, scurtele sale rapoarte ale vieții la țară, ca un Vergiliu contemporan nedat întru totul noilor tehnologii. Douăzeci și trei de texte? La o simplă socoteală, ne-ar fi de ajuns chiar și pentru a întâmpina trufași un val doi al pandemiei, despre care se vorbea peste tot. Firește, cu o asemenea perspectivă, proiectul nostru ar putea aduce în următoarele luni cu participarea la un campionat de fotbal subminat de oboseală și indisponibilități. Până când va fi să fie, ar putea fi răspunsul. Până când va renunța primul sau ultimul. Sau până când nu vom mai avea ce povesti. Cine știe...

Making of

Călin Torsan – Când m-am apucat de textele prin care am descris locul izolării mele, o gospodărie sătească din Bărağan, îmi mișunau în minte numai prostii. Mi-era să nu fiu dat afară din muzeu, să nu rămân pe drumuri și fără sfanț în buzunare. Obișnuiam să scriu cu frecvență, așa că era o găselniță bună să mă fac util proiectului propus de colegii mei. Cu fiecare intervenție încheiată și expediată prin e-mail, locul unde mă ascusesem de boală mi se dezvăluia cu alte și alte secrete. Cuceream încetinel spațiul acela necunoscut, fiind

cucerit totodată de el, cu fiecare poveste pe care o avea de spus prin mine.

A fost o bucurie să completez echipa, prieteni vechi. Căutam să fiu concis, clar și isteț, iar atributele astea erau impuse uneori de accesul greu la un calculator sau la internet. Astăzi am încercat să repar neajunsul și-am observat că poveștile unor case adună aluvielalte și alte personaje, reale sau coborând din basme, ca într-un carusel nesfârșit. Rotind fără zăbavă rolurile gazdelor, oaspeților, proprietarilor sau chiriașilor unor case ce dau formă cu uși și ferestre vidului cosmic.



Fig. 20. Imaginea postării [lunea lui Călin]
[casa din Bărăgan. 15. praguri].

Ioana Popescu – Poveste trăită: Mănăstirea Cocoș, cu vreo patruzeci de ani în urmă, loc impresionant de nevoiță. Vizitatorul, vădit emoționat, se apropie de un frate imberb și întreabă timid, pe tine ce te-a chemat spre viața asta? Și răspunsul a venit firesc și spontan, pe mine m-a adus un văr.

Mi-a plăcut întotdeauna această istorioară, pentru că o consider mărturia autentică a faptului că lucrurile mici și întâmplările aparent ne semnificative sunt adeseori cele care schimbă ceva în viețile noastre. Păstrând proporțiile, am primit într-o seară de izolare pandemică un telefon de la Lila, care mă invita să particip la proiectul lor „Casa de-a casa”. Din vorbă în vorbă, am ajuns să menționez hecatomba animală din curtea locuinței noastre. Și am avut revelația că, de fapt, casa mea de-acasă nu e înăuntru, ci mai degrabă afară, acolo unde mi-am petrecut copilăria, apoi m-am jucat cu propriii mei copii, petecul

de pământ îngrădit datorită căruia mi-am putut permite să am permanent un câine prieten (cu toate trăirile pe care le presupune o astfel de relație), locul în care am construit oameni de zăpadă, cazemate sau colibe, spațiul care a asigurat sentimentul de libertate unor generații succesive de puști din familie. Am primit ziua de vineri – vinerea Ioanei – și iată-mă aducând în prezent vorbe și fapte trecute despre bunici, petreceri, iepurași de Paști, băutul covoarelor, superstiții și câte altele. Săptămână de săptămână, chiar și după ieșirea din izolare, am resimțit timpul cu o atenție sporită când vedeam apropiindu-se „vinerile mele”.

Cine nu a avut ziua lui săptămânală care să-l aștepte cu urechile ciulite nu poate înțelege constrângerea, dar și bucuria din ajun. Nu știu cum s-a făcut până acum, dar de fiecare dată, încă de miercuri, m-a vizitat câte o amintire cu ființe dragi, cu sunete, arome sau imagini pe care le crezusem definitiv pierdute. Până când? Până când mă va obosi probabil angoasa că ne vom plictisi – atât vinerea mea, cât și eu, dar mai ales cei care încă mă mai vizitează din trecut.



Fig. 21. Imaginea postării [vinerea Ioanei]
[din năuntru spre afară. 68. de-a Mihai Viteazul].

Ciprian Voicilă – Când Cosmin mi-a propus să scriu săptămânal pentru proiectul online, am ezitat puțin. Ar fi trebuit să scriu despre observațiile mele personale culese din diversele biserici, schituri, mănăstiri, pelerinaje făcute de-a lungul anilor. Un proiect greu de realizat: *Weltanschauung*-ul majorității semenilor noștri nu mai este de multă vreme unul religios, secularizarea nu mai merge la trap, ci în galop, omul e sâstis de porunci, legi, imperative mai mult sau mai puțin categorice.

Textele nu puteau fi prea lungi, altfel riscău să plictisească iremediabil. Stilistic vorbind, ar fi trebuit să aibă ceva din toate: faptul viu redat cât mai proaspăt, puțin inedit, un ton lipsit de acreală și țăfna celui ce se crede avansat pe drumul edificării moral-religioase.

Am jonglat deci cu variate descrieri: cum m-a îmbisericit străbunica mea, ducându-mă duminică de duminică la ctitoria voievodală a mănăstirii din comuna Brebu (județul Prahova), cum am luat pulsul antinomicelor parohii bucureștene (elitista Stavropoleos, populara Mănăstire Radu-Vodă), cum am călătorit în Grecia, în Sfântul Munte Athos, cum am asistat în diverse spații sacre la scene de un umor irezistibil (în Biserica Vergu, într-o bună zi preotul a ieșit dinaintea credincioșilor, spunându-le: «la uitați ce a scris cineva pe pomelnic: „Să mă iubească poliția!”»), cum am petrecut în pelerinaje din Ucraina și Grecia alături de Gherontie – un nebun pentru Hristos (în România această categorie de mistici este rar întâlnită, spre deosebire de spațiul spiritualității grecești și mai ales ruse).

În încheiere, ar mai fi de spus ceva despre reacția cititorilor la aceste texte: cu o singură excepție (textul despre Gherontie), *feedback-ul* venit din partea celor care își asumă credința / identitatea creștină a fost firavă. Textele mele s-au dovedit a fi mai pe gustul acelor care nu-și afirmă (cel puțin în mediul online) vreun angajament religios.



Fig. 22. Imaginea postării [duminica lui Ciprian] [casa Domnului. 70. cu Gherontie pe drumul sfinților].

Ruxandra Grigorescu – Șerban (Anghelescu) a deschis cutia lui de etnologie liberă (deci vie) din care au ieșit Feți-Frumoși, un Buddha, apartamente cu oameni în izolare, portocale, homeleși în canalele lor, un grup de etnologi clasificatori, case cu comori la temelie, drumuri lungi, case bănuite, un soț „dincolo” și o soție „dincoace”, mormane de varză, case în case. Iar eu, ca ilustrator ocazional și cam speriat, a trebuit să mă țin după el. Trebuie să recunosc c-a fost o adevărată gimnastică într-un timp al mișcării limitate. Revigorant!



Fig. 23. Imaginea postării [sâmbăta lui Șerban] [etno-rătăcirii. 06. inițierea].

Iris Șerban – Să scriu pentru „Casa de-a casa” este un exercițiu terapeutic. Înțelegerea devenirii și transformării lui acasă în viața cotidiană este un subiect care mă preocupă de ani buni. M-a urmărit și l-am urmărit încă din studenție, în cadrul studiilor masterale în antropologie: în urmă cu mai bine de cinci ani, am derulat – într-un orașel burghez situat în Savoia franceză – o cercetare etnografică a proceselor și practicilor sociale prin care se construiește conceptul de „acasă” într-un cartier de locuințe sociale. Ce înseamnă să fii acasă fără să fii acasă? Cum poți fi deopotrivă acasă și străin în locuința socială și în cartierul în care locuiești ani la rândul?

„Casa de-a casa”, însă, este o formă de investigație personală. Cred că dacă te uiți cu atenție la felul în care „produci” zilnic spațiul casei ajungi să te înțelegi mai bine; de aici și tema unei priviri cu infraroșu, când te uiți la viața cotidiană cu lupa specială a propriilor trăiri, scrutând „temperaturile” reci sau calde pe care oamenii, obiectele și locurile dimprejur

le pot lua în diferite contexte și momente. Am descoperit cum subiectele fiecărei „pastile” de joi se construiesc organic și se dezvoltă odată cu scrisul propriu-zis. Ritmul de a scrie săptămânal mă ține în priză și, în același timp, mă copleșește. Să caut constant puncte de interes – relevante deopotrivă pentru mine și pentru audiență – este o provocare pe care o iubesc, dar care devine, pe alocuri, ușor enervantă. Când ajungi să nu mai scrii pentru tine, ci pentru celălalt? Nu știu, dar îmi place că pot să-mi asum riscul provocării.

CONCLUZII

Toate acțiunile noastre din perioada stării de urgență au fost direcționate în sprijinul sănătății și siguranței publicului și a colaboratorilor noștri și pentru întreținerea unei stări de bună dispoziție, dincolo de profitul cultural imediat. Am căutat acele modalități de a fi prezenți în conștiința publicului prin translarea activităților și a experienței noastre în online, atât ca mod de organizare și de lucru al echipei (întâlniri și seminarii virtuale, videoconferințe), cât și ca producție culturală, orientându-ne spre dezvoltarea unor produse culturale digitale (disponibile gratuit online pe Facebook, YouTube, Twitter și / sau Instagram), utile și viabile și după trecerea crizei.

Conectarea cu publicul a fost gândită la un nivel mai profund, astfel încât să ofere sprijin și să conducă la relații durabile cu categorii noi de public care să genereze randament pe termen lung.

Am creat conținut educativ care să ajute publicul să depășească sau să înțeleagă criza, folosindu-ne experiența, produsele și serviciile pentru a contribui efectiv la a-l susține social, emoțional și uman, în primul rând, cu o doză suplimentară de inteligență și umor.

Am încercat să optimizăm la maximum site-ul nostru web, platforma online dedicată materialelor de arhivă și conturile de social media ale instituției, încercând, pe de o parte, să oferim conținut relevant și cu o vizibilitate crescută și, pe de altă parte, să identificăm ce funcționează și ce merită îmbunătățit în cadrul strategiei pe care ne-am propus-o. Programul de proiecte online demarat în perioada



Fig. 24. Imaginea postării [joia lui Iris]
[infraroșu. 25. crema mea cea de toate zilele].

Text de *Cosmin Manolache*

stării de urgență s-a constituit astfel într-un laborator de idei și tehnici muzeale care pune bazele unei noi abordări a relației publicului cu produsele culturale pe care le realizăm.

Rezumând, am încercat să abordăm și să gestionăm criza într-un mod onest și foarte conectat la realitate. Lărgirea practicilor noastre muzeale în condițiile în care proiectul muzeal al MNȚR conta pe o relație imediată și directă cu publicul înseamnă, practic, **o schimbare majoră de strategie. Strategia culturală a muzeului va trebui să se adapteze în viitor pentru a include și dimensiunea tehnologică a prezenței în spațiul public. Utilizarea conștientă și creativă a noilor tehnologii pare să fie cea mai mare lipsă și cea mai mare provocare a sistemului cultural din muzee.** Fără venituri și fără finanțare, am orientat experiența și cunoștințele personalului către sarcini noi, în scopul dezvoltării ofertei digitale, am crescut, implicit, prezența și vizibilitatea instituției în mediul online, am pus în valoare conținut aferent colecțiilor muzeului (materiale educative, înregistrări audio, fotografii, filme).

Concurența din mediul virtual a determinat o selecție a produselor livrate online astfel încât ele să satisfacă un anumit orizont de așteptare (estetică și culturală) și să fie valoroase în raport cu mediul de adresare și cu celelalte oferte culturale. Am constatat, în urma acestei experiențe, că formulele online sunt o verificare empirică a cunoștințelor noastre de specialitate și o formă de lărgire a canalelor de comunicare cu publicul, cu un *feedback* imediat și foarte concret.

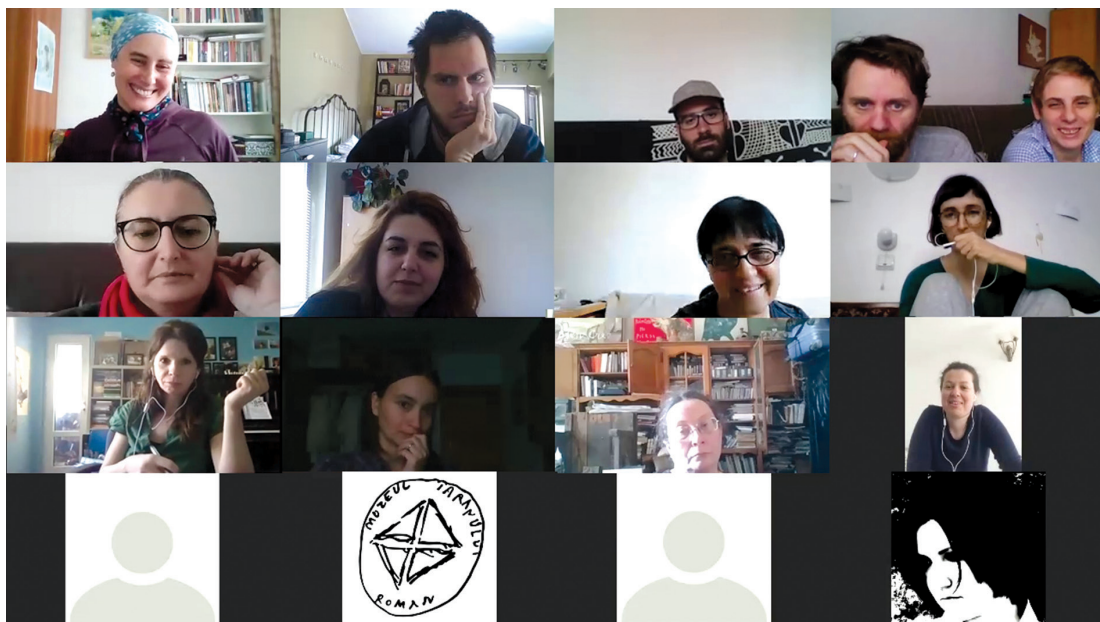


Fig. 25. Grupul de lucru într-una dintre întâlnirile online (screenshot).

Este evident că pandemia a impus noi abordări și soluții, recursul la inventarea unor forme de manifestare noi și cât mai diverse, pentru a concura cu succes în mediul online; o parte dintre aceste formule merită păstrate și după pandemie. Am constatat cu acest prilej că sectorul cultural din România este încă prea puțin preocupat de cultura digitală și de folosirea noilor tehnologii (lipsește la nivel național o preocupare *top-down* pentru implementarea strategică a unei politici digitale și pentru formarea personalului din muzee care, din ce în ce mai mult, se confruntă cu un analfabetism digital) și este nepregătit pentru concurență în sfera culturii digitale. Am perceput lipsa unui cadru de reglementare care să orienteze într-un mod specific resursele în sectorul cultural public, aflat în concurență în online cu sectorul privat. Punerea la dispoziția publicului a unor resurse culturale online este exclusiv gratuită și nu este (încă) însoțită de produse și servicii muzeale conexe care să fie orientate spre generarea de venituri – venituri care să contribuie, ulterior, la diversificarea ofertei culturale. Nici sectorul, nici publicul nu sunt încă pregătiți pentru soluții alternative.

În perioada stării de urgență, în lipsa surselor de venit, instituțiile culturale nu au fost scutite

de cheltuielile de funcționare (chirii, utilități, întreținere). Activitățile inițiate și dezvoltate în online, deși au suplinit nevoia de vizibilitate și prezență în rândul publicului fidel, nu au adus venituri care să acopere aceste cheltuieli, efectul fiind un colaps generalizat. Instrumentele financiare existente nu sunt adaptate la nevoile societății și ale mediului cultural de stat și privat. Într-o situație de criză, așa cum este pandemia actuală, instituțiile publice de cultură nu beneficiază, în România, de accesul la rezerve financiare care să permită valorificarea patrimoniului și transformarea resurselor culturale într-un motor activ de dezvoltare economică, pentru mediul public și privat deopotrivă.

Spre deosebire de țările cu activitate și consum cultural foarte ridicat, cu strategii financiare și investiții în industriile cultural-creative, la noi există încă conștiința gratuității actului cultural: în lipsă de viziune (a decidenților politici) și de cunoaștere a modului de funcționare a sectorului (de către public), ne confruntăm cu o mentalitate ce trebuie constant provocată prin educație și o abordare mai pragmatică a ofertei culturale.

EPILOG

Articolul a fost redactat în luna iulie a acestui an, atipic pentru lumea muzeelor (2020). Textul a fost, la rândul lui, un proiect în sine și un act de evaluare empirică a unei perioade de experimente, tatonări, provocări și (re)descoperiri. Cum spunea unul dintre noi, articolul este ca o selecționată de fotbal, cu jucători care au particularități diferite, dar care au colaborat și le-a ieșit.

La o distanță de cinci luni de la scrierea articolului, aproape toate proiectele despre care povestim continuă în mediul online. Unele și-au încetinit ritmul, altele și-au diversificat strategia, s-au extins ori s-au dezvoltat în programe de sine stătătoare. Unele ne-au reprezentat la competiții de profil – de exemplu, proiectul „De la tilincă la opincă. Dicționar pe sărite” a fost înscris cu postarea „Merindar” la Museums in Short 2020, secțiunea „Short Narratives in Video Format” (concurs al European Museum Academy), dar și la Webstock Awards 2020 (competiție organizată de Evensys și dedicată celor mai creative și inedite proiecte și campanii din online). Același proiect a stat la baza unei candidaturi pentru obținerea unei finanțări nerambursabile din partea Administrației Fondului Cultural Național (proiectul „De la tilincă la opincă. Dicționar pe sărite”, înscris la aria tematică „Patrimoniu cultural imaterial”) și a obținut și finanțarea, deschizând astfel continuarea acestuia în anul 2021 în mediul offline, sub o nouă formă și cu implicarea unui grup de artiști independenți în echipa interdisciplinară inițială.

Toate proiectele derulate în online și elaborate sub presiunea pandemiei actuale au probat utilitatea socială și culturală a etnologului (și a omului de muzeu, în general), au făcut dovada modului în care pot fi extinse practicile muzeale prin tehnologia uzuală, aflată la îndemâna oricui, dar pusă la lucru cu responsabilitate și implicare, și mai ales ne-au ajutat să înțelegem că o abordare extrem de creativă îți oferă soluții simple la probleme complexe, depășește obstacole, iar potențialul creativ al personalului devine, în vremuri de criză, soluția necostisitoare financiar (dar solicitantă uman!) potrivită pentru un avantaj competitiv,

dar și un atu în a genera alternative.

Magdalena ANDREESCU

MNȚR, București,

e-mail: magdasorin5@yahoo.com

Valentina BĂCU

MNȚR, București,

e-mail: valentina.bacu@gmail.com

Monica Irina CHIORPEC

MNȚR, București,

e-mail: chiorpecmonica@gmail.com

Corina IOSIF

MNȚR, București,

e-mail: corinaiosif@yahoo.com

Cosmin MANOLACHE

MNȚR, București,

e-mail: cosmanolo@yahoo.com

Carmen MIHALACHE

MNȚR, București,

carmen.mihalache@muzeultaranuluiroman.ro

Iris ȘERBAN

MNȚR, București,

e-mail: serbaniiris@gmail.com