

APLICAȚIILE SMART – O ALTERNATIVĂ PENTRU MUZEU ÎN VREMEA PANDEMIEI

The Smart Applications - An Alternative for the Museum During the Pandemic

Mădălina IACOB

ABSTRACT

This paper aims to describe the museum relationship with the virtual world before the COVID-19 pandemic began. Once again, in this sad times it is demonstrated how important it is for us, the people, but also the institutions that we are creating, to be in a deep and meaningful relationship. There are great examples of how some museum managed to succeed in forming a relationship between the museum and the internet that dominates our lives so much. In the digital heritage, the term „cosmopolitism” can and will be understood better than ever. Everything is connected and also the culture is connecting us. However, can culture overcome this pandemic unscathingly? Of course, it is too soon to tell, but, in the post-COVID-19 era, we can aim to create great projects that are going to bring our culture and our cultural institutions much closer to the public, even if they are home.

Key-words: cosmopolitism, culture, COVID-19, applications, museum

<https://doi.org/10.61789/rm.2020.10>

Cosmopolitism – o soluție eficientă pentru patrimonializare

OMS anunța în luna februarie a anului 2020 că răspândirea noului virus COVID-19 nu este de neglijat și măsurile luate de toate țările din întreaga lume nu trebuie să întârzie să apară. Nu ne gândeam în acel moment ce impact îngrozitor va avea această pandemie asupra omenirii. Vieți pierdute, panică, haos sunt doar câteva dintre tragediile care au avut loc și continuă să aibă loc în aceste vremuri. Închiși în casă, izolați pe cât posibil pentru binele nostru, dar mai ales pentru binele celorlalți, cultura a jucat un rol minunat în destinderea și atingerea unui echilibru în viețile noastre. Toate instituțiile

serioase de cultură au ieșit în față cu diferite programe, au urcat pe paginile de socializare diferite evenimente și s-a tratat problema impactului pe care această schimbare îl produce asupra culturii¹.

În această lucrare ne-am propus să abordăm tema aplicațiilor smart în perioada pandemiei, dar și a ceea ce rezultă din această utilizare. Pe de-o parte avem un neajuns al instituțiilor de cultură de a se alinia cerințelor globale, imposibilitatea transferării cadrului fizic în cel virtual, o pierdere

¹ <https://www.culturadata.ro/dezbateri-online-de-ziua-europei-sectorul-cultural-post-covid-19/> (08.07.2020)

a contactului cu publicul etc. Atenția asupra digitalizării și *uploadului* ar trebui privită ca un demers natural spre modernitate, public tânăr și alăturarea și acestui sector pe linia directoare a internetului. Transformarea muzeului într-un spațiu virtual, cu un ghidaj virtual, prezent în toate spațiile de socializare utilizate de un întreg glob, vine practic ca o nevoie *avant la lettre* sau, cel puțin, *avant* COVID-19.

Dacă anumite nevoi ale muzeului au fost observate pe parcursul timpului, în prezent, într-o societate marcată de cosmopolitism și de consumerism, muzeul se găsește într-un loc din care trebuie să demonstreze constant faptul că poate acționa și local, dar și global.

Într-o eră a cosmopolitismului, necesitatea unui muzeu care poate să transmită un mesaj cultural-politic corect este esențială. Ceea ce francezii denumesc mondializare, parte din literatura europeană numește cosmopolitism. Termenii *muzeu* și *cosmopolitism* se găsesc alăturați în această lucrare și deoarece nu se poate nega necesitatea transmiterii de la o generație la alta a unei mișcări culturale *politically correct*, dar și datorită faptului că majoritatea muzeelor fac parte dintr-o comunitate care marșează pe aceleași idealuri:

Patrimoniul digitalizat – o soluție?

Este patrimoniul digitalizat³ o soluție de compromis pentru prezent? Acest tip *vechi* (2003) de patrimonializare nu trebuie privit ca o soluție de compromis, ci o soluție naturală, o normalitate într-o epocă a globalizării. Conform UNESCO, patrimoniul digitalizat este compus din resurse culturale, educaționale și științifice create digital sau *transformate* astfel. Anticiparea de creare a unui cadru digital de păstrare și salvagardare a tuturor resurselor cu potențial de transformare reprezintă un cadru tot mai viabil în prezent. Un alt aspect ce cuprinde această parte de digitalizare este compusă din promovarea și existența în spațiul web a instituțiilor de cultură, principalii promotori ai patrimoniului cultural material și imaterial. Conform recomandărilor

„Omul cosmopolit trebuie să aibă, în primul rând, un simț activ al apartenenței la lumea largă, să fie capabil să trăiască experiența unei «identități distanțate»: o identitate ce nu se circumscrie total localității imediate, ci, în mod crucial, cuprinde conștientizarea a ceea ce ne unește ca ființe umane... a responsabilităților reciproce”²,

adică lucrurile trebuie privite în ansamblul lor. Rezultatele promovării culturii la nivel mondial țin de comunicarea valorilor care se vor regăsi în orice stat democrat, precum și de uniformizarea și compatibilizarea structurilor.

Hans J. Morgenthau spunea, în *Politica între națiuni*, că educația și cultura se realizează intrinsec printr-o serie de activități educative care urmăresc schimbul de produse dintre diferite culturi naționale, iar un spațiu potrivit pentru a se întâmpla toate aceste lucruri este reprezentat și de muzee. Fie că vorbim despre muzee naționale sau locale, un muzeu poate și trebuie să fie un spațiu liber de schimb de produse simbolice și de mesaj din diferite culturi. Acest principiu poate să nu înceteze în tentativa muzeului de a se muta în mediul *online*; cu atât mai mult cu cât tocmai în acest cadru accesibil unui număr mare de oameni se poate realiza schimbul de produse dintre diferite culturi.

oferite de ICOM⁴, explozia rețelelor de socializare în mediul muzeului își spune cuvântul. Relația publicului este întreținută prin intermediul acestor rețele, majoritatea muzeelor optând pentru pagini oficiale pe Facebook, Twitter, Instagram. Desigur, această digitalizare ridică o serie de probleme precum: cât de autentică mai este vizitarea?, ce impact are aceasta asupra publicului?, cât de bine s-a transmis mesajul? etc.

Un bun exemplu de practică patrimonială în această etapă pe care o traversăm poate fi expoziția Van Gogh⁵ creată de către cei din Toronto – tipul acesta postmodern de creare a contactului cu opera prin intermediul *Drive in*. Vizitatorul astfel poate avea contact fizic cu opera, dar cu măsurile de siguranță necesare pentru a nu se pune problema unei

2 Tomlinson (2002) p. 272

3 <https://en.unesco.org/themes/information-preservation/digital-heritage/concept-digital-heritage> (20.11.2020)

4 <https://icom.museum/en/covid-19/resources/how-to-reach-your-public-remotely/> (19.11.2020)

5 <https://vangoghexhibit.ca/drive-in/> (19.11.2020)

transmiteri virale a pandemiei. Din interiorul propriei mașini, putem să accesăm un spațiu de tip industrial în care sunt reprezentate operele cele mai importante ale pictorului impresionist. Un astfel de exemplu, desigur, nu reprezintă o suficiență în materie de promovare a operei de artă, dar este un început. Astfel de exemple creează baza unei posibile digitalizări și patrimonializări digitalizate. Desigur, în acest caz, un aspect care trebuie menționat este bugetul alocat fiecărei expoziții. Aceste idei creative nu pot fi puse în valoare fără a avea necesarul financiar, logistic, uman de a crea astfel de tendințe.

Muzeul – încotro?

Vizitele virtuale sunt un excelent motiv pentru mobilizarea vizitatorului, pentru a încheia relația artei cu tehnologia și un bun motiv de plasare a muzeului în actualitate. Prin aceste tururi, vizitatorul are acces neîngrădit la oferta pe care muzeul o pune la dispoziție, creând astfel această relație post-vizită prin intermediul *soft-power*, atractivitatea fiind elementul-cheie. Vizitele virtuale ale muzeelor au ca scop crearea și stârnirea interesului vizitatorului. Totuși, în această perioadă, ele pot deveni exercițiul vizitării în sine a muzeului. Unul dintre minusurile acestui exercițiu este reprezentat de suficiența impactului pe care îl are un astfel de exercițiu pentru vizitator: ideea aceea că nu mai este nevoie să vizităm instituția muzeală, ci este de ajuns doar să accesăm aceste vizite virtuale, crezând că astfel este posibilă încheierea reală a relației vizitator-muzeu.

Colaborarea muzeografilor (specialiștilor) cu echipele digitale pentru crearea spațiului

Aceste exemple pot constitui doar un punct de pornire pentru actanții spațiului cultural. Ele nu trebuie să reprezinte o acțiune suficientă, ci trebuie să se creeze un liant între ceea ce avem în spațiul fizic și ce putem transforma în spațiul virtual. Pentru ca acest concept să prindă viață, el trebuie să se bazeze pe un cadru legislativ adecvat, aici intervenind instituțiile statului pentru a ușura, simplifica și apropia publicul de artă în era digitală. Astfel, discuțiile premergătoare cu o puternică implicare a instituțiilor politice dintr-un stat devin un factor esențial în apropierea publicului de cultură. Trebuie format un cadru legislativ clar, în care atât instituțiile culturale, cât și instituțiile politice converg spre același scop.

propice în mediul virtual este o altă direcție, de această dată administrativă, de gestionare, a muzeului. Acest lucru nu va putea fi posibil fără un cadru financiar suficient pentru a crea aceste spații și de a le aduce în actualitate. Este nevoie atât de specialiști în domeniul muzeografiei, cât și de specialiști în domeniul digitalizării performante, o digitalizare realizată cât mai corect și cât mai aproape de vizitator (*platforma friendly*). O altă dimensiune care este un minus în această direcție este lipsa contactului intim pe care vizitatorul îl are cu opera de artă. Acest contact riscă să dispară sau să se transforme într-un contact trecut prin diferite filtre. Fie că vorbim despre un laptop sau despre un telefon, valoarea proximității este considerabil redusă.

Pentru situația actuală în care ne aflăm, indiferent de durata sa, este necesar ca persoanele să privească în continuare relația cu patrimoniul ca fiind vie, chiar modelatoare pentru personalitatea și gusturile oamenilor.

Aplicațiile smart

Crearea unei infrastructuri care să permită accesul în mediul virtual a publicului implică mai mulți factori. În primul rând, vorbim despre modalitatea de transfer (seturi de date colectate, poze, video, intervenții ale specialiștilor, logistică, platformă), iar în al

doilea rând, despre un buget considerabil, despre un dialog permanent public-muzeu și, nu în ultimul rând, despre mobilizarea actanților culturali în acest demers și angajarea acestora pentru a oferi o experiență autentică. Efect al evoluției tehnologiei, aplicațiile pentru

telefon sunt reale repere pentru amatorii de tehnologie. Deoarece tehnologia și dezvoltarea se resimt în toate sectoarele și domeniile, a fost necesar ca muzeele și programul cultural să învețe să se adapteze. Pentru a facilita accesul într-un muzeu este de ajuns să deții un smartphone și acces la internet în calitate de vizitator. Dorind să implici și să atragi toate categoriile de persoane, adaptabilitatea și maleabilitatea au fost condiții necesare pentru ca aplicațiile pe telefon să fie posibile. În cadrul unei aplicații sunt prezentate principalele opere de artă, o hartă a spațiului, diferite informații utile (orar, tarif, identificarea grupurilor sanitare) și o scurtă descriere istorică a clădirii și a ceea ce adăpostește. Mai mult, tot mai multe aplicații (v. Louvre, Musée D'Orsay, Rijksmuseum, Smithsonian) au creat posibilitatea plimbărilor virtuale controlate de vizitator. Vizitatorul nu urmează un curs prestabilit, ci se poziționează unde dorește el într-un muzeu. Astfel de programe sunt bine-venite, în condițiile în care diverse state și muzee europene doresc să atragă cât mai mulți iubitori de artă în incinta clădirilor.

Un alt exemplu de succes în materie de aplicații este *Google Arts and Culture*, creat de Institutul Google. Muzeele devin parteneri veritabili ai acestei platforme *online*⁶ și pun la dispoziție

întregul muzeu, cu tot ceea ce implică aceasta, pentru vizitatorii virtuali. Pe lângă posibilitatea nelimitată de a explora muzeul pe *Google Arts and Culture*⁷, vizitatorul are posibilitatea de a accesa operele de artă în regim *zoom in*, acțiune ce face posibilă vizionarea în detaliu (atenție la tehnică, culoare, compoziție etc.). Ce putem deduce din acest lucru? Faptul că aplicațiile smart nu au întârziat să apară și, probabil, cerința pentru acestea va crește în perioada următoare. De asemenea, una dintre implicațiile pe care un astfel de proiect le are este și faptul că aplicațiile trebuie realizate cât mai corect și real pentru a atrage și a oferi adevăruri în același timp. Devine astfel o adevărată provocare pentru instituțiile culturale de a realiza astfel de aplicații. Un minus al acestui tip de relație care urmează să se contureze este acela că există posibilitatea de a pierde contactul intim pe care omul îl are cu opera în momentul în care vizitează un muzeu. Este vorba despre proximitate. În acest caz, vom atribui acestei categorii un dublu înțeles: cel al prezenței unei alte persoane în imediata vecinătate cu care poți împărtăși ceea ce observi și, al doilea înțeles, simpla confirmare că te afli în fața unui obiect de artă, lucru pe care îl înțelegi abia în momentul când te afli în prezența celui obiect⁸.

Concluzii

Dat fiind avântul informațional, o adevărată revoluție informațională în care Facebook, Instagram și Twitter sunt adevăratele puteri din spatele omului, este necesar ca și muzeele să participe și să se implice activ, deoarece modalitatea de atracție se poate realiza prin intermediul rețelelor de socializare și al aplicațiilor. UNESCO a dezbătut acest subiect încă de la începutul anilor 1990⁹,

când, înțelegând și profitând de avântul informațional, a susținut această dezvoltare *online* prin realizarea diferitelor dezbateri în mediul *online*, propunând o serie de motive pentru care cultura și IT-ul pot funcționa și fuziona într-un proiect, la un moment dat. Din păcate, într-un context absolut incert precum cel pe care îl trăim, oamenii se confruntă cu o serie de probleme și tocmai într-un asemenea moment astfel de aplicații ar trebui să intervină să ajute omul să depășească aceste momente, oferindu-i muzeului și experienței trăite meritul de înfrumusețare a vieții.

Aplicațiile pentru telefon se transformă în adevărate proiecte de sine stătătoare ale muzeelor. Ele implică, așa cum am precizat, o serie de interacțiuni și interconexiuni pentru a oferi o experiență cât mai autentică publicului. Unele muzee din Europa au adoptat acest tip

6 <https://artsandculture.google.com/project/streetviews/>, (20.11.2020)

7 Referințele virtuale ale muzeelor nu se opresc la acest *site*. Există o multitudine de *site-uri* care oferă experiențe virtuale cât mai apropiate de realitatea muzeelor și a operelor de artă. Acesta este doar un exemplu pentru a întări ideea conform căreia tehnologizarea și muzeul își găsesc un drum comun începând cu secolul al XXI-lea.

8 Nathalie Heinrich, *La fabrique du patrimoine – De la cathédrale à la petite cuillère*, Maison des Sciences de l'homme, Paris, 2011, p. 66

9 Conferință UNESCO – *Rountable On Internet And Heritage Promotion In Central Asia*, 23-24 septembrie 1997, pentru mai multe detalii: <https://whc.unesco.org/en/events/259/> (08.07.2020)

de prezentare a muzeului ante-COVID-19, putând astfel deveni modele de cum se poate realiza o politică de patrimonializare digitală. Cert este că nu știe nimeni cât va mai dura această pandemie și nimeni nu știe

schimbările pe care aceasta le produce la nivel social. Muzeul trebuie să demonstreze în această perioadă că aportul său este unul esențial pentru bunăstarea oamenilor.

Bibliografie:

- Hinich, N. 2011. *La fabrique du patrimoine – De la cathédrale à la petite cuillère*, Paris, Maison des Sciences de l'homme
- Lazea A. 2012. *Pentru o antropologie a patrimoniului și patrimonializării – Perspective asupra monumentelor istorice în România*, Iași, Lumen
- Malraux A. 2007. *Muzeul imaginar*, București, Rao
- Morgenthau, H.J. 2013. *Politica între națiuni*, Iași, Polirom
- Tomlinson J. 2002. *Globalizare și cultură*, Timișoara, Amarcord

Webografie:

- Conferință UNESCO – *Rountable On Internet And Heritage Promotion In Central Asia*, 23-24 septembrie 1997, <https://whc.unesco.org/en/events/259/> (08.07.2020)
- ICOM, *Annual Raport 2015*, http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Activity_report/ICOM_activity_report2015_eng.pdf (08.07.2020)
- Lanuit européenne des musées – Bilanț 2014, http://www.google.ro/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&sqi=2&ved=0CDYQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.culturecommunication.gouv.fr%2Fcontent%2Fdownload%2F98993%2F884592%2Fversion%2F1%2Ffile%2FBILAN_NEDM14_DRACdef.pdf&ei=UBbdVI_68LaSt7gbZ34GwAQ&usg=AFQjCNGt3uzw_-yG0k1klv9WzCQdn3ZVgA&sig2=xe2AT3435dqlsEx8PnXlhg&bvm=bv.85970519,d.bGQ (08.07.2020)
- Entretien avec Aurélie Filippetti: L'éducation artistique, un parcours durable <http://www.culture.gouv.fr/Actualites/Entretien-avec-Aurelie-Filippetti-L-education-artistique-un-parcours-durable> (08.07.2020)
- <http://www.mnar.arts.ro/exploreaza/39-aplicatii> (08.07.2020)
- <https://www.culturadata.ro/dezbatere-online-de-ziua-europei-sectorul-cultural-post-covid-19/> (08.07.2020)
- <https://www.louvre.fr/pistes-de-visite> (08.07.2020)
- <http://www.institutfrançais.com/fr/saisons/roumanie> (08.07.2020)
- <https://play.google.com/store/apps/details?id=fr.centrePompidou&hl=en> (08.07.2020)
- <https://www.centrepompidou.fr/cpv/theme/mon-oeil> (08.07.2020)
- <https://en.unesco.org/themes/information-preservation/digital-heritage/concept-digital-heritage> (20.11.2020)
- <http://www.theconservationcenter.com/digital-restoration/> (08.07.2020)

Dr. Mădălina Liana Iacob

Universitatea de Vest, Timișoara
madalina.iacob@e-uvv.ro