



REVISTA MUZEELOR

NR. 1 / 2015

**Echipă de redacție**

- Raluca Bem Neamu, *Șef Serviciu Formare Profesională, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală – Redactor-șef;*
- Dragoș Neamu, *Director executiv, Rețeaua Națională a Muzeelor din România – peer-review;*
- dr. Virgil Ștefan Nițulescu, *Director al Muzeului Național al Țăranului Român – peer-review;*
- Alexandra Ciocănel – *Redactor.*

Concept grafic și copertă: Gheorghe Iosif

Tehnoredactare: Aurora Pădureanu

Adresa redacției

str. Barbu Ștefănescu Delavrancea nr. 57, sector 1, 011353 București

<http://www.culturadata.ro/categorie-publicatii/revista-muzeelor/>

www.facebook.com/RevistaMuzeelor

© **Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (I.N.C.F.C.)**

ISSN 1220-1723

ISSN-L 1220-1723



**INSTITUTUL NAȚIONAL
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ**

NR. 1 / 2015

REVISTA MUZEELOR

CURATORIAȚ

- 5 Raluca Bem Neamu – *Cuvânt înainte*
- 8 Adriana Avram – *Curatoriat, participare și management în redefinirea muzeală. Pentru o abordare interdisciplinară a revizuirii standardului ocupațional de muzeograf*
- 17 Angelica Helena Marinescu – *Digitizarea patrimoniului muzeal. Colecțiile online ale Muzeului Național de Artă al României*
- 26 Anca Maria Pănoiu – *Pentru o muzeologie naivă: Maricica și muzeul de peste apă*
- 42 Gheorghe Petre – *Tematică și forme de expresie în expozițiile recente ale Muzeului Agriculturii din Slobozia*
- 48 Valer Rus – *Arts & History. O viziune nouă pentru un muzeu vechi*
- 55 Alis Vasile – *Curatorul. La ce servește*
- 57 Alexandra Zbucnea – *Vizitez. Privesc. Înțeleg. Reflecții privind rolul curatorului în influențarea vizitatorului*

CUVÂNT ÎNAINTE DE SCHIMBARE

RALUCA BEM NEAMU

Prin numărul de față al seriei noi din *Revista muzeelor* începem să construim un capitol recent în muzeologie, care a început de mult, dar care își marchează acum intrarea în legalitate, printr-un botez lingvistic, respectiv printr-o asumare a unei noi ocupații în muzee. E vorba de tema acestui număr, „Curatoriul și Curatorul”, cuvinte noi în majoritatea muzeelor, cel din urmă desemnând o ocupație inexistentă în Clasificarea ocupațiilor din România (COR), absentă în lista standardelor ocupaționale și folosită exclusiv și asumat numai în mediul galeriilor de artă contemporană. La noi în țară. Pentru că, altfel, tradiția europeană marchează zeci de ani de istorie pentru această ocupație. Cu diferențe notabile asociate zonei geografice în care este folosit, sensul cuvântului oscilează de la „coordonator de colecție”, la „cel care protejează colecția unui muzeu”, până la „creatorul expoziției”, cel care elaborează conceptul expozițional și pune în practică, de la A la Z, materializarea expoziției.

Acest demers încearcă să demanteleze mitul conform căruia muzeograful e „omul bun la toate”, gata să cunoască în cea mai intimă măsură toate lucrările din colecția muzeului, pregătit să facă oricând o expoziție de top cu o parte dintre lucrări, antrenat să cunoască domeniul atât de bine încât să se ducă fix la cutare muzeu și să împrumute o anume lucrare care să completeze un concept expozițional de excepție, cu managementul proiectului, timpului, riscului la piciorul drept și apoi, după ce a coordonat o mare parte din echipa muzeului, „să ridice pe simeze” expoziția, pentru ca, de îndată, total neobosit și disponibil (ba chiar, în mod ideal, în timpul creării conceptului de expoziție) să interogheze publicul, ca să știe ce-i place, ce așteptări are și ce informații deține despre tema expoziției și, în fine, după cum spuneam, neostoit, să înceapă să deruleze programe de educație muzeală pentru diferite categorii de public care intră în expoziție sau pe care le atrage în expoziție. Și, spre final, evident, face și evaluarea: colecției, expoziției și programelor educative. În prezent, aceasta este situația, muzeograful este omul bun la toate, care trebuie să dețină acele mari categorii de competențe care apar în standardul ocupațional.

Inițiativa Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCF) a demarat astfel procesul de introducere a acestei ocupații în COR și, respectiv, identificarea competențelor necesare unui curator, pentru ca muzeele și alte instituții private de artă să poată utiliza termenul în condiții acoperitoare din punct de vedere legal. Procesul acesta îndelungat și important prin consecințele pe care le va avea a pornit printr-o documentare asupra sensurilor pe care le are termenul în bibliografia de specialitate specifică zonelor de tradiție anglo-saxonă și franceză, structura pe care o propunem fiind o sinteză adaptată nevoilor românești ale domeniului.

Astfel, propunerea pe care o facem este aceea ca standardul ocupațional „muzeograf” existent în acest moment în COR să fie împărțit în trei ocupații diferite, adaptate noilor nevoi ale muzeelor: muzeograf, curator și specialist în educație muzeală. Prima ocupație va acoperi competențele referitoare la managementul colecțiilor unui muzeu, cel de-al doilea, la managementul expozițiilor, pentru ca specialistul în educație muzeală să-și formeze competențe asociate cercetării publicului și punerii în valoare a expozițiilor și muzeului prin educație. Prin această divizare nuanțăm competențele specifice fiecărui angajat pe poziția actuală de muzeograf, propunem specializarea lui pe una dintre cele trei direcții, conștienți fiind de faptul că prezentul standard ocupațional de muzeograf nu poate să fie împlinit de un singur om, cele trei pachete de competențe fiind foarte diferite între ele și neputând să fie îndeplinite de un singur tip de personalitate sau specialist.

Demersul acesta de specializare a pornit pe de o parte de la studierea tendințelor europene în domeniu, pe de altă parte de la consultări cu specialiști și manageri de muzee din România. Nevoia diferențierii între ocupații s-a dovedit a fi iminentă, iar INCF și-a asumat această menire, în strânsă colaborare cu instituții muzeale și organizații de profesioniști în domeniu.

Consultările cu acestea au avut loc la sfârșitul anului 2015 și vor continua până la definitivarea pașilor administrativi prin care se va opera schimbarea oficială.

Un prim pas în acest proces este introducerea celor două ocupații noi în COR (curator și specialist în educație muzeală) și apoi identificarea competențelor pentru acestea, precum și modificarea celor pentru ocupația de muzeograf, prin reducere și nuanțare.

Competențele pentru fiecare ocupație dintre cele care ne interesează în articolul de față, după consultări, sunt următoarele:

Muzeograf

1. Cunoașterea și utilizarea adecvată a fundamentelor muzeologiei¹
2. Cunoașterea și utilizarea adecvată a legislației specifice de bază privind patrimoniul muzeal
3. Cunoașterea și utilizarea adecvată a normelor de bază de conservare preventivă
4. Managementul colecției muzeale – planificarea, organizarea, monitorizarea și evaluarea
5. Dezvoltarea patrimoniului muzeal și circulația bunurilor culturale
6. Cercetarea, interpretarea și valorificarea colecției muzeale
7. Evaluarea și realizarea documentației în vederea clasării bunurilor culturale
8. Gestionarea și evidența bunurilor culturale
9. Digitizarea patrimoniului cultural și utilizarea bazelor de date digitale

1 Primele trei competențe sunt comune celor trei ocupații

Curator

1. Cunoașterea și utilizarea adecvată a fundamentelor muzeologiei
2. Cunoașterea și utilizarea adecvată a legislației specifice de bază privind patrimoniul muzeal
3. Cunoașterea și utilizarea adecvată a normelor de bază de conservare preventivă
4. Cunoașterea și utilizarea adecvată a tehnicilor, metodelor, instrumentelor de lucru în amenajarea spațiului și valorificarea obiectului în procesul expozițional/curatorial
5. Cercetarea și interpretarea bunurilor culturale în vederea organizării expozițiilor
6. Cunoașterea și utilizarea limbajului domeniului în care este organizată expoziția
7. Identificarea nevoilor și așteptărilor vizitatorilor pentru organizarea expozițiilor
8. Elaborarea conceptului și proiectului curatorial/expozițional
9. Planificarea, organizarea și dezvoltarea proiectelor curatoriale/expoziționale
10. Evaluarea și monitorizarea impactului expozițiilor asupra beneficiarilor

Specialist în educație muzeală

1. Cunoașterea și utilizarea adecvată a fundamentelor muzeologiei
2. Cunoașterea și utilizarea adecvată a legislației specifice de bază privind patrimoniul muzeal
3. Cunoașterea și utilizarea adecvată a normelor de bază de conservare preventivă
4. Cunoașterea și utilizarea adecvată a metodelor, tehnicilor inovative, interactive și a modelelor de bună practică în procesul educației muzeale
5. Identificarea nevoilor și așteptărilor vizitatorilor pentru dezvoltarea programelor educaționale
6. Cercetarea, interpretarea și valorificarea educațională a patrimoniului muzeal
7. Planificarea, organizarea și dezvoltarea programelor de educație muzeală
8. Elaborarea proiectului de educație muzeală
9. Evaluarea și monitorizarea impactului activităților educaționale asupra beneficiarilor

Întrucât competențele specifice privind relațiile publice și marketingul muzeelor nu au mai fost regăsite în competențele ocupațiilor de mai sus, a existat tendința de completare a acestora cu elemente de relații publice și marketing.

Intenția consiliului *Revistei muzeelor* este aceea ca, în funcție de interesul arătat de specialiștii din muzee, următoarele numere să ilustreze procesul de schimbare a paradigmei ocupațiilor asociate muzeelor, cu un accent pe cele două noi ocupații propuse: curator și specialist în educație muzeală.

Acest proces va fi urmat de asumarea acestei modificări de către INCFC prin organizarea de cursuri autorizate pentru toate cele trei ocupații vizate. Un prim curs pilot a avut loc la sfârșitul anului 2015 când, pornind de la competențele curatorului (ce vor să fie), lectori, curatori

activi în muzee și galerii de artă, dar și teoreticieni în domeniu au ajutat la conturarea unei tematici care să aibă sens pentru cele două categorii de cursanți. Cursul pilot a ajutat la coagularea ideilor și tendințelor din domeniu, pe de o parte prin adaptarea tendințelor din muzeologia mondială la cea românească, pe de altă parte, la nivelul celor care exersează această ocupație, dar de o manieră empirică, experimentală, departe de ceea ce presupune formarea profesională.

Așteptăm din partea comunității muzeale sugestii pentru nuanțarea competențelor și le mulțumim acelor specialiști care s-au implicat în modelarea lor până în acest moment. Sperăm că acest demers va duce, pe termen scurt și mediu, la creșterea calității expozițiilor și la o mai mare atenție acordată publicului pentru care, nu-i așa, se deschid expozițiile.



CURATORIAȚ, PARTICIPARE ȘI MANAGEMENT ÎN REDEFINIREA MUZEALĂ. PENTRU O ABORDARE INTERDISCIPLINARĂ A REVIZUIRII STANDARDULUI OCUPAȚIONAL DE MUZEOGRAF

ABSTRACT

In the context of museographer standard being proposed for revision and division into three further areas of expertise, this article is intended to emphasize the need for an interdisciplinary approach to any change that would apply to the museographer profession as it is depicted today in Romania. The contribution proposes a stakeholder participatory approach to systemic change and tackles the issue from the point of view of project management (requirements documentation, change management), internal control and several legal aspects, put into perspective by international models and standardization. Further analysis is focusing on the standard's inner overlapping of collections management, curatorship and edutainment practice and brings into discussion the way the museum professional, either in-house or outsourced, could and should engage in supporting the museum's mission. The conclusions open a list of upsides and downsides to be taken into account when estimating the impact of the standard change and deciding which solution is feasible, necessary and opportune when leveraging the common denominator in beneficiaries' needs. A think tank is proposed to be constituted ad-hoc in order to ensure proper return on investment to advocacy efforts.

Key-words: participation, edutainment, good governance, advocacy, curatorship, standards

Orice specializare este o consecință firească a complexității muncii și orice divizare a muncii descrisă de standardul ocupațional trebuie să fie însoțită, în mod paradoxal, pentru a fi de succes, nu atât de o aprofundare a tehnicilor curatoriatului – teorie și practică – cât de o creștere a gradului de înțelegere a interdisciplinarității care guvernează munca în muzee.

Până nu demult, și pe scară largă, un muzeu se considera înființat și funcțional doar în momentul în care avea deschisă către public o expoziție „permanentă”, ceea ce spune multe despre însăși viziunea internă lipsită de echilibru și perspectivă pe care o au muzeele asupra propriei lor activități și a rolului pe care îl joacă în societate. Astfel, valorificarea prin expunere, expoziția, se consideră încă efortul suprem de valorificare a colecțiilor.

De la orientarea exclusivă către colecții, la orientarea la fel de dezechilibrată, exclusivă, către public, muzeele pendulează într-un proces prin care își curatoriază până la urmă propriul rol, între mijloace și scop, fiecare extremă fiind la fel de păguboasă.

În acest context, devine nu doar salutară, ci absolut necesară inițiativa de a clarifica și oferi coerență standardului ocupațional de muzeograf.

În aceste zile, muzeograful este un *factotum* de specialitate, atât prin natura standardului ocupațional asumat, cât și prin starea de ambiguitate în împărțirea atribuțiilor secundare, care poate fi și benefică și dăunătoare, în funcție de modul în care este aplicată. Nu există două muzee întru totul similare – ca specific al colecțiilor, ca mărime, ca mediu în care își desfășoară activitatea (mod de subordonare, capitală /provincie etc.) și nici, mai ales, din punct de vedere al culturii organizaționale. Fiecare muzeu este o... gospodărie și fiecare manager se străduiește să o facă să funcționeze cât mai bine, în condițiile date. Nu de puține ori, muzeograful este încadrarea generică pe care o are și reprezentantul de marketing, și cel care

se ocupă de educație muzeală, și cel care face ghidaje și încuie sau descuie ușa expozițiilor. Uneori, este din cauza numărului mic de angajați. Alteori, motivele sunt altele.

Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală își propune reformularea și reconfigurarea standardului ocupațional de muzeograf, prin împărțirea lui în trei ocupații: muzeograf, curator și specialist în educație muzeală, fiecare cu atribuțiile și competențele sale.

Este necesară separarea lor? Dar fezabilă și oportună? Și dacă răspunsul este da, da și da, care să fie metoda prin care să se realizeze intervenția: prin separarea standardului în trei, în două, prin rescrierea pe trepte de promovare sau prin mai banalul, dar uneori suficient de eficientul instrument numit fișa de post, prin care azi, oricum, numeroși muzeografi acoperă ca atribuții doar o parte a standardului ocupațional? Fie și numai acesta din urmă, și tot ar fi un argument necesar și suficient pentru rescrierea standardului și corectarea anomaliei.

Totuși, rămâne de văzut modul în care este oportun să se facă intervenția pe cord deschis asupra standardului în vigoare. O intervenție radicală este chemată de beneficii radicale sau de o situație *sine qua non*. O intervenție mai puțin radicală produce un impact mai mic, schimbări de o anvergură mai mică, dar mai ușor de gestionat și, probabil, suficiente.

Acest articol nu contribuie cu răspunsuri, abia dacă are timp să pună întrebări. El se adresează plajei largi de specialiști care activează în muzee, personal intern sau externalizat – de la manageri culturali până la persoane angajate per proiect pentru o acțiune specifică. Ar trebui subliniat de la început că prezenta contribuție vine la o dezbatere ce pare că încă nu s-a declanșat. Și nu există nicio dezbatere mai păguboasă decât una inexistentă sau superficială, care să conducă la... „să se revizuiască, primesc!”.

Proiectul de revizuire este un... proiect

În consecință, tehnici și metode de management de proiect e normal să se aplice. Printre acestea, identificarea problemei reale și documentarea cerințelor prin abordare participativă care să ducă atât la definirea obiectivelor, cât și la conținutul proiectului și modul de implementare a acestuia, propunerea și asumarea unor termene și identificarea resurselor de orice tip necesare, pentru a numi numai câteva dintre aspecte. Ca promotor de proiect, este firească și salutară inițiativa INCF, având în vedere atât capacitatea sa de a realiza o analiză situațională coerentă, cât și de a mobiliza resurse care să ducă la îndeplinire proiectul – de la *know how* la oameni și logistică.

În acest cadru, revizuirea nu trebuie să fie percepută de către părțile implicate și interesate ca un scop în sine, ci ca o etapă într-un proces de *advocacy*. Rezultatul final trebuie să vină ca un răspuns și o soluție la o problemă reală a beneficiarilor, legitimă, clar exprimată și care rezolvă probleme punctuale, în moduri care trebuie și ele definite și sprijinite într-un cadru mai larg. Rezultatul revizuirii este, până la urmă, un... text. Un nou standard ocupațional. Sau mai multe. Implicațiile adoptării lui trebuie însă anticipate cât mai realist și întreaga comunitate muzeală pregătită, măcar sufletește...

Doar o abordare integrată de management de proiect poate gestiona definirea și implementarea cu succes a unui nou standard ocupațional (rescris sau divizat), punând managementul muzeal în relație cu mediul intern (cultura organizațională – varianta „cultivată”, misiune, viziune, obiective de program – și cu celelalte discipline și aptitudini indispensabile pentru realizarea unei expoziții ca produs și serviciu cultural – conservator/restaurator, specialist în educație muzeală, sociolog, designer, tehnician etc. – fie ele din „curtea proprie” sau externalizate) și cu mediul extern, care presupune asumarea și interiorizarea valorilor abordării participative în muzee.

Orice schimbare de anvergură trebuie să plece de la o analiză extinsă a nevoilor și de la estimarea impactului potențial pe care aplicarea sa îl va avea. Pentru aceasta, trebuie luată în calcul diversitatea mare de instituții ce ar fi afectate: muzee locale, județene sau naționale, muzee cu cinci angajați sau cu două sute, muzee de istorie, etnografie, artă, istorie naturală etc.

De altfel, lista părților implicate/interesate este mult mai vastă și include nu doar personalul muzeal de management, de specialitate sau din alte arii de execuție (pentru a-și înțelege și organiza mai bine munca), ci și sindicatele (care ar trebui să aibă un rol activ în normarea muncii!), ordonatorii de credite interesați de piste de audit, legislatorii care vor trebui să acomodeze impactul în alte norme, sectorul privat – industriile culturale și creative către care se externalizează secvențe din procesul expozițional etc.

Așa cum este descris în acest moment, este clar că standardul ocupațional nu mai ține pasul cu nevoile și tendințele muzeologiei actuale. Orice expoziție este un proiect care trebuie să integreze caracteristicile produsului finit – și care să răspundă nevoilor beneficiarilor în măsura în care un muzeu are un rol specific în societate.

O separare a funcțiilor este, ca în cazul unor siamezi, delicată și trebuie analizată cu mare atenție înainte, pentru a se dovedi că demersul este unul care merită investirea resurselor din punctul de vedere al rezultatelor scontate și că este unul fezabil, necesar și oportun... cum scrie la carte.

O astfel de schimbare trebuie analizată din perspectiva costurilor pe care le implică și a beneficiilor pe care le aduce. De asemenea, trebuie să ne asigurăm că soluțiile la problemele pe care le rezolvă nu creează alte disfuncționalități, ajustări noi de făcut sau că am schimbat o stare de fapt problematică cu o alta. Altfel spus, trebuie făcut managementul schimbării, și încă la nivel național.

Despre control intern și alți demoni

Rolul unui standard, fie el ISO, standard ocupațional sau standard de control intern, este de a oferi o bază comună de analiză, prognoză, planificare, dar și de monitorizare și evaluare, control și audit. Toate – funcții ale managementului. Cu alte cuvinte, este menit să facă viața managerului mai ușoară. Cum gospodărim ograda muzeului, ca să ne asigurăm că produce, cantitativ și calitativ, ceea ce ne-am propus?

Muzeele sunt diferite și e normal ca, de la un punct încolo, să încorporeze și să aplice în mod diferit diferitele standarde ale profesiei, obligatorii sau recomandate. Toate instituțiile publice trebuie să respecte standardele de control intern, dar aleg singure ce activități procedurează sau nu. Până la un punct, și procedurile trebuie să semene: evidența patrimoniului, exportul temporar și alte activități, toate pleacă de la normele legale, dar se aplică diferit, ca flux și segmentare, de la un muzeu la altul. În unele muzee, muzeograful parcurge singur toți pașii din procesul expozițional, și poate fi perfect capabil să o facă în continuare. În alte instituții, nu e de ales. Sau poate se preferă un standard mai complex, dar care oferă o flexibilitate mai mare managementului de a împărți sarcini și de a face sau desface echipe de proiect. Revizuirea prin divizare nu trebuie să înlăture beneficiile care pot rezulta din cumulare.

Când avem un stat de funcții, o sumă de obiective generale, dar și anuale, o serie de fișe de post de muzeografi, care poate nu acoperă integral atribuțiile și competențele necesare ca resurse pentru a atinge obiectivele sau se suprapun pe anumite domenii, între ele sau cu alte posturi, cum ar fi de ghid, cercetător,

gestionar, PR-ist sau chiar tehnician/designer, pe care le avem sau nu în schemă, când inerția, dar și, paradoxal, instabilitatea, tind la maximum și apoi vine și o misiune de audit pe modul în care aplicăm controlul intern, cum mai descurcăm ițele? O facem într-un mod relevant, productiv sau aplicăm pentru moment o strategie de eschivare și rezolvare și invocăm lipsa de coerență a sistemului? Dacă vreun manager din muzee se regăsește măcar parțial în situația descrisă mai sus, are nu doar dreptul, ci și obligația de a se implica activ în a aduce puțin mai multă lumină în domeniu sau de a mandata pe alții să o facă.

Din punct de vedere al controlului intern, revizuirea standardului (împărțirea în trei standarde distincte nefiind singura variantă plauzibilă) trebuie să se justifice din perspectiva unei mai bune respectări a principiilor și obiectivelor de bază ale acestuia, așa cum sunt ele prevăzute în legislația în vigoare¹.

De asemenea, standardul trebuie să fie de real folos managerului care are un check-list ca instrument util, la îndemână, salvat undeva pe desktop sau cu shortcut, prin care se asigură că nu a distribuit aceleași atribuții mai multor posturi, că personalul din subordine știe ce are de făcut și mai ales ce nu are de făcut, că se știe cine cu ce se ocupă și că nu există confuzii ale termenilor.

Câteva precizări suplimentare cu privire la *curator*, care, în loc să clarifice domeniul, sporesc neconcordanțele, pot include definițiile din dicționar², Codul Civil³ și Clasificarea COR⁴.

- 1 Ordinul nr. 400/2015 pentru aprobarea Codului controlului intern/manAGERIAL al entităților publice [Online] Disponibil la: <http://lege5.ro/en/Grauit/g4ydomzuga/ordinul-nr-400-2015-pentru-aprobarea-codului-controlului-intern-manAGERIAL-al-entitatilor-publice>
- 2 **CURĂTOR**, *curatori*, s. m. Persoană care exercită drepturile și execută obligațiile decurgând din curatelă. – Din fr. *curateur*, lat. *curator*. Sursa: DEX '09 (2009) (Dicționarul Explicativ al Limbii Române, ediția a doua revăzută și adăugită, Academia Română – Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, Ed. Univers Enciclopedic Gold, 2009)
CURĂTOR s. m. 1. persoană care exercită atribuțiile stabilite printr-o curatelă. 2. cel care lichidează o firmă falimentară. 3. administrator al unei case memoriale. (< fr. *curateur*, lat. *curator*) Sursa: MDN '00 (2000) (Marele Dicționar de Neologisme, Marcu, Florin, Ed. Saeculum, 2000)
curător s. m. Îngrijitor, responsabil [al unei case memoriale] ◊ „**Curatorul casei memoriale îmi spune cu bucurie [...]**” R.lit. 28 II 85 p. 24 (DN, DEX, DN3 – alt sens) Sursa: DCR2 (1997) (Dicționar de cuvinte recente, ediția a II-a, Dimitrescu, Florica, Ed. Logos, 1997)
curator m. cel numit de justiție a supraveghia interesele unui minor emancipat, a administra averea unui major declarat incapabil sau a purta grijă de o moștenire vacantă. Sursa: Șăineanu, ed. a VI-a (1929) (Dicționar universal al limbei române, ediția a VI-a, Șăineanu Lazăr, ed. Scrisul Românesc S.A., 1929) – definiții disponibile pe dextonline.ro.
- 3 LEGE nr. 287 din 17 iulie 2009 (republicată, actualizată) privind Codul civil [Online] Disponibil la: <http://legeaz.net/noul-cod-civil>
- 4 ORDIN Nr. 1832/856 din 6 iulie 2011 privind aprobarea Clasificării ocupațiilor din România – nivel de ocupație (șase caractere) [Online] Disponibil la: <http://www.mmuncii.ro/pub/imagemanager/images/file/Legislatie/ORDINE/O1832-2011.pdf>

Astfel, curatorul este foarte clar delimitat pe plan legislativ, prin Codul Civil, unde curatela și curatorul sunt definiți prin articolele dedicate, ceea ce exclude din start folosirea termenului de curator... de sine stătător, poate doar în sintagma „curator muzeal” sau altă referință care permite dezambiguizarea.

De asemenea, Ordinul nr. 1832/856 din 6 iulie 2011 privind aprobarea Clasificării ocupațiilor din România – nivel de ocupație (șase caractere), în loc de clarificări dă lovitură de grație prin niște fragmente relevante pe care îmi voi permite să le citez masiv, pentru ilustrare:

262 Bibliotecari, arhivari și curatori – Bibliotecarii, arhivarii și curatorii dezvoltă și mențin colecții ale arhivelor, bibliotecilor, muzeelor, galeriilor de artă și ale instituțiilor similare.

2621 Arhivari și curatori – Arhivarii și curatorii se ocupă cu colectarea, evaluarea, asigurarea păstrării în siguranță și conservarea conținutului arhivelor, artefactelor și înregistrărilor de interes istoric, cultural, administrativ și artistic, precum și de artă și a altor obiecte. Aceștia planifică, elaborează și implementează sisteme pentru păstrarea în siguranță a înregistrărilor și documentelor istorice de valoare: 262101 arhivist; 262102 conservator opere de artă și monumente istorice (studii superioare); 262103 muzeograf; 262104 restaurator opere de artă și monumente istorice (studii superioare); 262105 conservator arhivă (studii superioare); 262106 restaurator arhivă (studii superioare); 262107 restaurator bunuri culturale (studii superioare).

Cu alte cuvinte, muzeograful este subscris categoriei de curator, dar curatorul ar trebui să aibă și atribuții precum:

343 Alți specialiști în domeniul artistic, cultural și culinar

Alți specialiști din domeniul artistic, cultural și culinar combină aptitudinile creative și cunoștințele tehnice și culturale în (...)

pregătirea obiectelor pentru prezentare, întreținerea colecțiilor din biblioteci și din galerii, a înregistrărilor și sistemelor de catalogare (...).

Cu subdiviziunea:

3433 Tehnicienii în domeniul artei (expoziții, muzee și biblioteci)

Tehnicienii în domeniul artei (expoziții, muzee și biblioteci) pregătesc lucrări de artă, specimene și artefacte pentru colecții, aranjează și montează exponatele din galerii, (...)

Conform descrierii cursului „Bazele muzeologiei” organizat de INCFC, „Muzeograful este specialistul care constituie, dezvoltă, administrează, cercetează, protejează, evaluează și clasează patrimoniul muzeal. Muzeograful pun în valoare patrimoniul muzeal prin expunere publică, în scopul cunoașterii, educării și recreării publicului.”⁵

Cursul este construit în jurul Standardului Ocupațional de Muzeograf, cod COR 262103, subordonat categoriei 2621 Arhivari și curatori.

Pe lângă dezambiguizările necesare pe plan intern, poate ajuta la clarificarea unui standard și o privire în ograda vecinilor, pe plan internațional, demers care poate produce însă un argument în plus pentru un efort suplimentar de adaptare a formei la fondul autohton. O rapidă analiză prin câteva standarde⁶ sugerează tocmai o gospodărire pe plan național a comunității muzeale, unde curatorul și muzeograful sunt definiți și delimitați diferit ca atribuții de la caz la caz. Nefiind în măsură de a compara un fond național cu un altul, demers ce ar semăna cu comparația a două iceberghi din care doar vârful e vizibil, singura linie de recomandare care merită să fie luată în considerare mai îndeaproape este cea a ICOM⁷, care separă funcțiile de cercetare/valorificare de cea de servicii destinate vizitatorilor. Astfel, separarea curatorului de muzeograf ar putea fi o subdivizare funcțională, fezabilă și salutară doar dacă se dovedește că se impune în practică.

5 INCFC [Online] Disponibil la: <http://www.culturadata.ro/bazele-muzeologiei/>

6 <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/curatorship>

7 Ruge (2008), p 12 .

Muzeograful de azi acoperă, astfel, prin excludere, toate acele obiective de specialitate din definiția muzeului care nu sunt acoperite de cercetători sau conservatori/restauratori. Pe lângă separarea atribuțiilor, problema defazării secvențelor de lucru este tot una spinoasă, și ține de procedurarea operațională sau de sistem care, la rândul ei, ar trebui să își găsească justificarea și fundamentarea tot în cadrul standardului ocupațional, ajungând astfel la un set de referințe circulare păguboase. (De menționat că, oricum, deja există și o specializare de „pedagog muzeal” în grila salarială aferentă muzeelor, fără a beneficia încă de un standard ocupațional...)

În lipsa unei specificații a proponentilor asupra modului în care s-a conturat până acum o viziune de împărțire a atribuțiilor între curator și muzeograf, pot doar să emit ipoteza care mi se pare cea mai plauzibilă, bazată și pe curricula în vigoare afișată pentru formarea profesională continuă pentru curator⁸, și să plec de la ideea că se propune ca muzeograful să rămână mai aproape de colecții, educatorul muzeal mai aproape de public, iar curatorul undeva la mijloc (?)... Deși, până acum, muzeograful trebuia să facă un tur complet între evidența științifică a patrimoniului (de multe ori tradusă prin lupta cu

Un trio... în câți?

Pentru a analiza mai bine modul în care pot și/sau trebuie separate cele trei sectoare de atribuții, relevant este să aducem mai întâi în discuție acele aspecte care le unesc și le fac să funcționeze împreună. În știința sistemelor biologice, funcția creează organul care să o ducă la îndeplinire. Să investigăm dacă separarea duală a ICOM ar fi sau nu potrivită contextului românesc actual.

Numeroși muzeografi din instituțiile mai restrânse au toate cele trei atribuții la un loc (pe lângă o serie de sarcini ce țin de procesele-suport: administrative, PR/marketing, organizare de evenimente, management de proiect... care pot cântări, ca pondere, și mai mult de 50% din sarcinile punctuale lunare în defavoarea celor de specialitate). Oricare dintre aceste atribuții poate fi și este recomandabil să fie preluată de către alt tip de personal – referenți, gestionari-custode de sală, ghizi, specialiști în comunicare publică.

bug-uri în DocPat), mai nobila conceptualizare curatorială (în cel mai bun caz finalizată cu un dosar tematic în arhiva științifică, de preferat înainte de proiectarea expoziției) și vizibila activitate de interpretare/mediere a patrimoniului către publicul larg, componenta intrinsecă de educație muzeală (mai evidentă prin *refresh-uri* date expoziției de bază prin proiecte educaționale punctuale).

Momentan, misiunea de a balansa atribuțiile cu nivelul de pregătire, experiență și motivație ale muzeografului revine managerului direct. În funcție de obiectivele generale sau specifice la nivel de instituție sau subdiviziune a acesteia, el decide pe ce durată se lucrează mai mult cu colecțiile sau mai mult cu publicul. O normare adecvată și un sistem de evaluare transparent și coerent ajută enorm. Până la urmă este vorba de cei 3 E – eficiență, eficacitate și economicitate, și aceștia sunt influențați de mulți alți factori pe lângă inadecvarea cadrului oferit de standardul ocupațional. Trebuie doar să ne asigurăm că resursele investite în intervenția asupra acestuia pot produce un bun *return on investment* (ROI).

Din această dilemă cum putem ieși, pretinzând în același timp că asigurăm un control intern real?

În instituțiile mari, cu personal mai numeros, există oameni angajați special pentru activitatea de educație muzeală. Încadrarea este aceea de muzeograf, referent sau pedagog muzeal, ceea ce poate fi, pe bună dreptate, considerată o fragmentare *a priori* și o nerespectare a standardului ocupațional, căci unde nu e vid e conglomerare normativă, așa, ca să fie.

De multe ori, încadrarea ca muzeograf s-a făcut nu din motivele de management ce țin de separarea atribuțiilor pe obiective de control intern sau în funcție de activitățile procedurabile, ci pentru motive mai lumești cum ar fi inerția comodă unei organigrame, dorința de încadrare financiară (puțin-puțin) mai bună a personalului perceput ca important, tocmai pentru încadrarea superioară din grila salarială comparativ cu cea de referent, pentru motivarea simbolică a personalului sau pur și simplu pentru că, într-o echipă foarte mică, această funcție

8 INCF [Online] Disponibil la: <http://www.culturadata.ro/curs-curator/>

este cea mai ofertantă pentru acoperirea tuturor sarcinilor ce trebuie duse la îndeplinire.

Neintegrarea uneia din funcțiile de bază ale muzeului în momentul realizării unei expoziții poate fi nu numai dăunătoare, ci și dezastruoasă, atât pentru proces, cât și pentru rezultat. Lipsa de cooperare strânsă și din cele mai incipiente faze în echipa formată obligatoriu din muzeograful – cercetător, curatorul – interpret, responsabilul de educație muzeală – comunicator (momentan mai-mulți-în-unul), conservator-restaurator, personal de non-specialitate și, eventual, coordonată de un manager de proiect ad-hoc (de multe ori, unul dintre aceștia sau managerul direct), poate duce la muncă refăcută, neîncadrări în buget sau timp, frustrări și demoralizarea echipei, rezultate slabe ca produs/serviciu cultural, ratarea obiectivelor și a misiunii pe termen mai lung. Imaginați-vă doar cazul în care, la momentul implementării proiectului tematic, conservatorul proaspăt consultat rescrie jumătate de proiect din motive ce țin de nerespectarea normelor de conservare în expunere sau nu dă undă verde pentru un program în aer liber din rațiuni legate de integritatea monumentului... Ori cazurile mai subtile, dar, din păcate, nu mai puțin numeroase în care, după realizarea expoziției, eventual și după vernisaj, este chemat în scenă responsabilul cu educația muzeală și i se solicită să creeze programe care să se plieze pe produs, pe motiv că, oricum, expozițiile se adresează publicului larg, nu are decât să segmenteze singur mai departe... și da, e la fel de bine dacă invită școlile din cartier, oricum tineretul este favoritul ideii de educație, iar segmentarea e facilă și se potrivește cu investiția... Toate acestea sunt greșeli care se reflectă direct în calitatea produsului cultural finit.

Muzeele propun/pot propune, pentru a fi relevante și a genera impact real, subiecte sensibile de reflecție pentru publicul larg. Pentru aceasta, curatoriatul devine o activitate critică, cu abilități „soft” conexe ce întregesc tabloul aptitudinilor și competențelor unui specialist muzeal și constituie o provocare pentru activitatea managerului ce trebuie să integreze resursele și procesele de orice tip și să livreze... calitate.

Curatorului i-ar reveni funcția principală de a integra în procesul expozițional conceptul curatorial propus, „negociat” cu restul echipei și asumat de toată lumea, fiecare membru fiind indispensabil:

personal de specialitate – cel care cunoaște colecția (muzeograful responsabil cu evidența, dacă este altul decât curatorul), conservatorul (și care de multe ori este și cel care are pe gestiune colecția, deci o responsabilitate suplimentară față de aceasta), responsabilul cu educația muzeală. Cu alte cuvinte, discutăm despre un manager și o echipă de proiect.

Educația este comunicare. Este o funcție intrinsecă a activității muzeale și nu putem să ne prevalăm de ea nici să vrem. Este pur și simplu acolo și se întâmplă în fiecare secundă când un vizitator intră în spațiul muzeal (real, virtual... sau chiar numai în contact cu un afiș sau o publicație). Deși se pune foarte mult accentul pe modul în care se construiesc și se desfășoară proiecte și programe de educație muzeală (nu de pedagogie, care s-ar fi redus la un tip de meta-educație: educație despre educația în muzeu...), educația este pur și simplu Acolo. Din acest motiv, cu atât mai mult implică responsabilitatea întregului personal muzeal, dincolo de un specialist care să planifice – gestioneze – evalueze în cel mai bun mod posibil și pentru cele mai bune rezultate cantitative/calitative această componentă.

Muzeograful responsabil azi cu educația muzeală îndeplinește, după părerea mea, toate condițiile ca să devină o funcție de sine stătătoare – interpret de patrimoniu, sau care să fie integrată proceselor suport cum ar fi marketingul sau PR/organizare de eveniment, ca *referent*. Misiunea lui principală ar fi aceea de a „traduce” mesajul științific, prea specializat, într-unul accesibil pentru învățarea pe tot parcursul vieții. Un educator muzeal ar trebui să analizeze, să planifice, să selecteze și să aplice acele strategii și tehnici de învățare care să facă patrimoniul mai accesibil publicului, să îi facă pe vizitatori să reflecteze dincolo de momentul vizitei și să rămână cu o satisfacție percepută ca un beneficiu real.

Nu în ultimul rând, pentru a putea identifica și analiza mai bine disfuncționalitățile care apar în cadrul unui standard cumulat și prea complex, cum e cel de acum, putem să ne punem problema externalizării – un test care funcționează de fiecare dată! Din punct de vedere juridic, orice altă formă de contract în afară de Contractul Individual de Muncă (CIM) nu are standard, recomandare sau normă care să îi servească drept cadru, ceea ce face cu atât mai dificilă specificarea cerințelor pentru prestarea serviciilor

de curator sau educator muzeal per proiect. Cu alte cuvinte, ce păstrăm *in-house* și ce externalizăm. Descoperim astfel că delimitările sunt sublime, dar... lipsesc cu desăvârșire și sunt supuse interpretărilor greu de pus în pagină într-un caiet de sarcini.

O abordare simplistă ar fi ca muzeograful angajat al muzeului să fie cel ce furnizează informațiile de bază, ce țin de evidența colecțiilor, pentru procesul expozițional/curatorial, pe baza unui concept construit de curator și care, la rândul lui, să răspundă nevoilor de

educare a publicului, identificate de educatorul muzeal. De fapt, în viața reală, procesul nu poate fi segmentat în relații de tip cauză-efect sau stimul-răspuns, fiind nu doar normale, ci și absolut necesare reiterările, revenirile, negocierile de sens și de fezabilitate între acești membri ai echipei (ocupațiile avute în vedere pentru revizuirea standardului: muzeograf, curator și specialist în educație muzeală) și restul specialiștilor care cooperează la definitivarea și succesul unui proiect expozițional (conservator, designer, tehnician, administrativ, PR etc.)

Concluzii

Din moment ce încercările de clarificare sporesc mai mult neclaritățile, constituirea unui *think-tank*, un nucleu pentru conceptualizare și *advocacy*, se impune de la sine. Funcția acestui grup ar fi să evalueze practicile curente, să identifice și să consulte stakeholderii, să exploreze noi metode de îmbunătățire a proceselor din care decurg rezultatele muzeelor.

O listă de argumente pro și contra împărțirii standardului sau chiar a rescrierii lui poate fi deschisă mai jos.

Avantajele separării în trei ocupații ar putea include:

- o distribuție mai bună a rolurilor într-o echipă, cu condiția ca aceasta să înțeleagă să coopereze strâns în continuare;
- specializarea și diviziunea muncii într-un cadru deja prea ofertant și complex, care ar duce automat la creșterea productivității, oricât de prozaic ar suna ea în mediul cultural elitist al muzeelor.

Argumente contra divizării/rescrierii ar cuprinde:

- personal de multe ori insuficient și echipe prea restrânse ca să poți diviza sarcinile, ajungându-se la un cumul de funcții (oricare ar fi numele lui actual);
- să se dovedească a fi o falsă problemă, prin capacitatea deja existentă a multor specialiști de a face față cu brio, prin pregătire și experiență, la provocările integrării celor trei seturi majore de atribuții;

- problema practică a realocării/reîncadrării personalului existent pe post de muzeograf. Neconcordanța între specificațiile fișelor de post, noul standard ocupațional și disponibilitatea/adekvarea resurselor umane existente.

Rămâne de văzut în ce direcție se va înclina balanța – pro sau contra – și dacă, eventual, o a treia cale se poate găsi. Cert este că scopul e ca toate părțile interesate să aibă de câștigat, în caz contrar o non-intervenție fiind poate mai salutară.

O posibilitate de revizuire, printre multe altele, ar fi una care ar duce la îndeplinirea funcțiilor de muzeograf din standardul ocupațional actual, dar prin realizarea unei distincții între treptele de avansare în grad cu suplimentarea de atribuții de curatoriat și/sau educație muzeală. Acum se face distincția de atribuții ale muzeografului prin fișa de post, aleatoriu raportat la grad de promovare, ca să nu spunem preferențial, și disfuncțiile acestei cutume trebuie analizate și îndreptate.

În plus, capacitatea de *advocacy* a sectorului este, cum e și de așteptat în aceste condiții de indisponibilitate și penurie a resurselor de orice fel (umane, financiare, de timp), una precară, care cu atât mai mult merită orientată înțelept, spre direcții cu importanță și impact percepute ca prioritare de către majoritatea operatorilor culturali din domeniul muzeal. În plus, un demers participativ oferă legitimitate, reprezentativitate și, nu de puține ori, stă la baza unei bune guvernante.

Din aceste motive, o dezbatere largă în cadrul sectorului și o largă consultare cu părțile implicate/interesate se impun. Ne dorim ca demersurile inițiate să nu rămână fără ecou și salutăm dedicarea acestui important mijloc de comunicare intraprofesională acestei tematici de dezbatere. Ca în orice alt domeniu, riscul ca o

majoritate tăcută să cedeze loc unei minorități active este mare. Sper că acest articol poate să ofere un punct de vedere, unele nuanțe care să contribuie la identificarea sau construirea consensului și, în final, la mai-binele comunității muzeale pe care îl dorim cu toții.

Referințe web (consultate în data de 1 nov. 2015):

INFCF. f.d. *Bazele Muzeologiei – Muzeograf*. [Online] Disponibil la: <http://www.culturadata.ro/bazele-muzeologiei/>

INFCF. f.d. *Curator* [Online] Disponibil la: <http://www.culturadata.ro/curs-curator/>

Dexonline. ro. f.d. *Curator*. [Online] Disponibil la: <https://dexonline.ro/definitie/curator>

Thefreedictionary. com. f.d. *Curatorship*. [Online] Disponibil la: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/curatorship>

Ruge, Angelika (ed.). 2008. *Museum Professions – A European Frame of Reference*. [Online] Disponibil la: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/professions/frame_of_reference_2008.pdf

Ordinul nr. 400/2015 pentru aprobarea Codului controlului intern/managerial al entităților publice. 2015. [Online] Disponibil la: [http://lege5.](http://lege5.ro/en/Gratuit/g4ydomzugq/ordinul-nr-400-2015-pentru-aprobarea-codului-controlului-intern-managerial-al-entitatilor-publice)

[ro/en/Gratuit/g4ydomzugq/ordinul-nr-400-2015-pentru-aprobarea-codului-controlului-intern-managerial-al-entitatilor-publice](http://lege5.ro/en/Gratuit/g4ydomzugq/ordinul-nr-400-2015-pentru-aprobarea-codului-controlului-intern-managerial-al-entitatilor-publice) -

Lege nr. 287 din 17 iulie 2009 (republicată, actualizată) privind Codul civil. Emitent: Parlamentul României, publicată în: Monitorul Oficial nr. 505 din 15 iulie 2011. Data intrării în vigoare: 1 octombrie 2011. [Online] Disponibil la: <http://legeaz.net/noul-cod-civil>

ORDIN Nr. 1832/856 din 6 iulie 2011 privind aprobarea Clasificării ocupațiilor din România – Ministerul Muncii, Familiei și Protecției Sociale Nr. 1.832 din 6 iulie 2011; Institutul Național de Statistică Nr. 856 din 11 iulie 2011 Publicat în: Monitorul Oficial Nr. 561 din 8 august 2011. [Online] Disponibil la: <http://www.mmuncii.ro/pub/imagemanager/images/file/Legislatie/ORDINE/O1832-2011.pdf>

Referințe generale:

ICOM. f.d. *Professions*. [Online] Disponibil la: <http://icom.museum/professional-standards/professions/>

Adriana Avram
Șef secție Muzeul de Etnografie Universală
„Franz Binder” CNM ASTRA
Sibiu, Piața Mică nr. 11
adriana.avram@muzeulastra.com



DIGITIZAREA PATRIMONIULUI MUZEAL

Colecțiile online ale Muzeului Național de Artă al României

ABSTRACT*

The present study proposes a theoretical investigation concerning the digitization of art works, situated in the frame of the relationship between technology, museum and the contemporary art world. The new technologies of information and communication are changing the social and cultural landscape, bringing under discussion the museum function, that of the museology and of art, as well as its representation in the public sphere. From museum sites to online museums and the more recent virtual tours, the internet proves to be a useful tool for art and museums, trustees, experts, museographers being thus able to envisage new forms of cooperation between the exhibitions creators and the visitors – users. The virtual tour is an interactive tool allowing a 360 degrees view of a museum space or an exhibition, the online collections of the Romanian National Art Museum being an example.

KEY-WORDS: *digitization, art, internet, virtual tours, new technologies of information and communication*

* Comunicare în cadrul celui de-al XVI-lea Forum al Rețelei Transmediteraneene și al Conferinței Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării „Comprendre la transition III. Locul tehnicii și al tehnologiilor în practicile sociale și interculturale”, București, 1-3 iulie 2015

Studiul de față este o reflecție teoretică asupra a ceea ce semnifică fenomenul de digitizare a operelor de artă, în cadrul relației dintre tehnologie, muzeu și lumea artei contemporane. Prezența muzeelor în rețeaua *world wide web* e un proces în plină dezvoltare în ultimii ani, de la muzeu *online*, muzeu electronic, *hyper*-muzeu, muzeu numeric, *cyber*-muzeu, la apariția tururilor virtuale, această translație în spațiul și ideologia internetului apropiindu-se de muzeul imaginar, muzeul fără ziduri¹, așa cum îl gândea Malraux. *Cyber*-spațiul, ca rețea (*network*), dar și mediu de comunicare și difuzare, interoghează preocupările patrimoniale ale muzeologilor, curatorilor, în strânsă legătură cu procesele de democratizare a culturii și cu politicile culturale instituționale. Astfel, tehnologia online se impune tot mai mult în experiența muzeală, pentru că vizitatorul se conectează virtual la colecții, iar virtualizarea muzeului poate să reprezinte o oportunitate pentru lumea artei, de la un nou tip de muzeografie la noi experiențe muzeale, fiind răspunzătoare de mutațiile culturale contemporane². Am ales pentru analiza acestui fenomen în România turul online al Muzeului Național de Artă al României și am realizat interviuri cu inițiatorul acestui tur virtual, Emilian Săvescu, și cu un artist plastic român, Vlad Ciobanu.

Muzeul de artă în era virtualității

Muzeul de artă are ca funcție principală activitatea de conservare a operelor înscrise în patrimoniul mobil³. Instituirea muzeului semnifică arta detașată de contextul de viață, arta pentru artă⁴, însă acesta se constituie într-o „comunitate imaginată” în Europa secolului al 19-lea – considerându-se că elementele materiale ale trecutului sunt indici, martori, dar și moduri de învățare, contribuind la ordinea istoriei⁵, muzeele devin medii intelectuale și sociale purtătoare de conștiință patriotică. Spre sfârșitul secolului 20, muzeele devin locuri de diferență artistică și patrimonială⁶, și continuă să fie azi spații privilegiate de construire a „semnificațiilor trecutului material”⁷, dar și principalele cadre de expunere a artei contemporane, reprezentând, din acest punct de vedere, expoziția ideală⁸, în care regăsim *discursurile autorizate*⁹.

Începând cu 1991 (apariția *world wide web*-ului, cf CERN), se vorbește de democrație numerică, *cyber*-cetățenie, de societate a cunoașterii sau informației¹⁰, dar și de fractură numerică (*digital divide*)¹¹. Dominique Poulot evidențiază că „afirmarea drepturilor omului ne duce către considerarea accesului la operele de artă ca o exigență legitimă, care trebuie satisfăcută în mod eficient și echitabil”¹². Tehnologia participă la crearea de „noi spații de creativitate și producție economică și culturală”¹³ în contextul în care se trece de la sisteme industriale la economii ale cunoașterii. „În acest cadru, se consideră că noile tehnologii de informare și comunicare și posibilitățile de colaborare interdisciplinară au generat o schimbare în comportamentul muzeelor, mai exact focalizarea asupra impactului instituției în ceea ce privește indivizii și comunitățile”¹⁴.

1 Malraux (1965)

2 Levy (2001), p. 44

3 În România, patrimoniul cultural național mobil e reglementat prin Legea nr. 182/2000 privind protejarea patrimoniului cultural național mobil, republicată 2008

4 Gadamer (1992), p. 40

5 Nora P. (1972)

6 Poulot (2005), p. 141

7 De Certeau in Le Goff & Nora (1974), p. 57

8 O'Doherty (1986) [Artforum, 1976]

9 Poinot (1999)

10 Jeanneret (2005), p. 66-76

11 Perriault (2002)

12 Poulot (1988), p. 332-341

13 Mathien (2005), p. 7

Înscrise în acest context social, informațional și tehnologic¹⁵, noile forme de comunicare virtuală pe care internetul le facilitează se dovedesc pentru muzee instrumente interesante, permițând experților, muzeografilor și curatorilor să țină pasul cu actualitatea și determinând noi forme de cooperare între creatorii de expoziții și vizitatori, înscriși în aceeași sferă culturală prin intermediul unui suport tehnologic comunicant¹⁶. Tehnologia poate nu numai să provoace o creștere a interesului vizitatorilor față de artă, ci și lărgirea cunoștințelor publicului larg în acest domeniu:

Creatorii recurg din ce în ce mai mult la instrumentele tehnologice pentru a facilita înțelegerea, ceea ce ar trebui să provoace un comportament diferit de vizita fizică la muzeu. E vorba de fapt de un factor valorizant pentru popularitatea muzeului, din perspectiva marketingului, pentru a crește frecvența muzeului de către un public mai larg și diferit de

*cel obișnuit (cercetători, elevi, studenți, neofiți, amatori de artă, turiști etc.)*¹⁷ [traducerea mea]

Discuțiile actuale privind tehnologizarea, informaționalizarea pun în evidență problematica postumanismului, care devine „prin afirmarea decorporalității și a imaterialității informației”¹⁸ una din teoriile explicative ale virtualității și cyberculturii. Anita Hammer afirmă că „activitățile din cyberspațiu se află între social și ritual sau estetică și pot fi definite ca „reflexive”, deoarece au loc la limita dintre individual și colectiv, prin intermediul reprezentărilor colective”¹⁹. Teoreticienii postmodernismului consideră că „realitatea virtuală poate fi înțeleasă ca o realitate mediată prin tehnologiile informaționale și comunicaționale, iar procesul de virtualizare reprezintă o valorificare creativă a valențelor multiple ale umanului. [...] tehnicitatea nu este o prelungire intrinsecă a corporalității sau a imaginației, nu este subsumată totalmente umanului, ci reprezintă o relație mediată a acestuia cu tehnicul, manifestându-se ca mijloc, și nu ca mod autonom de ființare”²⁰.

Artă și edutainment

Fenomenul muzeelor online duce la noi moduri de difuziune, căci nu mai e „publicul care merge la muzeu, ci muzeul care vine la public”²¹ – prezenței colective de vizitare a expozițiilor se substituie consultarea individuală, solitară, de la distanță. Deși la început a existat temerea că, făcând accesibile colecțiile online, vizitatorii vor înceta să se deplaseze fizic în muzee, se pare că virtualizarea muzeelor îndeplinește alte funcții, corespunde altor întrebări, stimulând chiar consumul cultural. În plus, aceste forme de prezentare online „intimizează relația vizitatorului cu operele”²², datorită apropierii mai mari și posibilității de a selecționa conținutul și parcursul. Mai presus de orice, există interesul ca opera de artă să circule,

pentru că în ceea ce privește arta, „ignoranta e mai distrugătoare decât cunoașterea, această punere la dispoziție a operei de artă fiind preferabilă dispariției operei”²³.

Se consideră că medierea internetului permite dezvoltarea unei perspective care combină producerea de informație cu scop educativ cu moduri ludice de expunere, *edutainment*²⁴, ceea ce facilitează învățarea de noțiuni complexe. În acest fel, muzeul virtual face arta accesibilă audiențelor tinere (*teens*), care sunt prinse în cultura populară²⁵. Cum explică Deborah Schwartz, dat fiind că „tinerii sunt consumatori și producători de noi media, e important să urmărim

14 Striepe (2013) p. 207-217

15 Rotaru (2010), p. 12

16 Grancher (2003) [online]

17 *Ibidem*

18 Rotaru (2010), p. 36

19 Hammer (2004), p. 260-268

20 Rotaru (2010), p. 22

21 Quitté (2009)

22 Ory-Lavolée (2002) [online]

23 Arsenault (2003)

24 Bernier (2001)

25 Hill, Douillette (2014), p. 250-261

evoluția programelor pentru tineri. Prin participarea acestei generații saturate de media vom vedea cât din experiența muzeală va fi modelată de internet”²⁶. Adolescenții (*teenagers*) sunt considerați categoria de vârstă cea mai subreprezentată din punctul de vedere

Resurse de artă în mediul online

Apariția muzeelor în spațiul virtual a generat de la început reacții pro și contra. Unii văd acest mediu ca pe un „mormânt pentru artă”²⁹, argumentând că duce la o denaturare a artei pentru că „atribuie o substanță tranzitorie obiectelor”³⁰; alții vorbesc de populism tehnologic, destinat atragerii publicului tânăr (efect *gadget*) sau de macdonaldizarea culturii, căci vizitatorul/utilizatorul caută mai degrabă o senzație decât o reflexie estetică.

Printre avantajele oferite de muzeele online se numără democratizarea culturii către un public larg; accesibilitatea în afara unui program și eliberarea de constrângerile spațiale:

*...instituție de memorie, muzeul asociază substitute numerice ale colecțiilor și arhivelor, bibliotecilor și muzeelor, într-un mediu interactiv, și permite accesul la conținut oricare ar fi natura instituției. Instituția de memorie își fixează ca obiectiv păstrarea conținutului pentru generațiile viitoare și promovarea folosirii și gestionării sale în timp. Muzeul virtual nu e nici un rival, nici o amenințare pentru muzeul de „cărămidă și ciment”, căci natura sa numerică nu-i permite să prezinte obiectele reale, spre deosebire de muzeul tradițional. Poate însă să reprezinte o continuare a ideilor și conceptelor colecțiilor în cyberspațiu, și astfel să reveleze chintesența muzeului. În paralel, muzeul virtual ajunge la vizitatori care nu vor avea vreodată posibilitatea să ajungă fizic într-un anumit muzeu.*³¹ [traducerea mea]

Werner Schweibenz identifică următoarele categorii: muzeul-broșură (propune informații generale despre

al vizitei muzeale²⁷, însă devin reprezentativi pentru studiile privind practicile de vizitare fiindcă, devenind adulți, „prospectivele de lungă durată ale muzeelor și relația lor cu comunitatea pot să se reflecte în nivelul de angajament al audiențelor”²⁸.

muzeu); muzeul-conținut (bancă de date de colecții muzeale); muzeul pedagogic (propune diferite forme de abordare, în funcție de vârstă, mediu și cunoaștere); muzeul virtual (nu are totdeauna echivalent în lumea reală, sunt colecții numerizate)³².

Muzeul virtual a fost definit ca „o colecție de obiecte numerizate articulate și compuse din suporturi diverse care, prin conectivitatea și caracterul multi-acces, permite transcenderea modurilor tradiționale de comunicare și de interacțiune cu vizitatorul...; nu dispune de loc sau spațiu real, obiectele sale, ca și informațiile conexe, putând fi difuzate în toate colțurile lumii”³³.

Printre site-urile care conțin baze de date cu imagini de opere de artă se află Virtual Library Museum Page (vlmp.museophile.com), ARTHLink (witcombe.sbc.edu/ARTHLinks.html), Art webgraphie (bump.fundp.ac.be/art), Web Gallery of Art (wga.hu), Artcyclopedia.com, Base Joconde (culture.gouv.fr/documentation/joconde), Corbis (pro.corbis.com), Musenor.com, Le Louvre (louvre.fr); Virtual Guggenheim Museum (guggenheim.org/exhibitions/virtual); GALLERY 9 (walkerart.org/gallery9/), Fondation Cartier pour l'Art Contemporain (fondation.cartier.fr), MOMA.org, Tate Gallery (tate.org.uk/webart), NARCISSE, Network of Art Research Computer Image SystemS in Europe (culture.gouv.fr/documentation/lrmf/pres.htm). Tururi virtuale ale marilor muzee din lume pot fi vizualizate prin <http://www.googleartproject.com>, platformă care prezintă imagini reale din muzee cum sunt MoMA din New York, Palatul Versailles, Van Gogh din Amsterdam,

26 Schwartz (2005)

27 Striepe (2013), p. 207-217

28 *Ibidem*

29 Doray, Bibaud (1999)

30 Bernier (2001)

31 Schweibenz (2004)

32 *Ibidem*

33 Grancher (2003) [online]

Muzeul Ermitaj din Sankt-Petersburg, Tate Britain din Londra, Alte Nationalgalerie din Berlin etc.

O expoziție în realitatea virtuală poate să reprezinte total sau parțial locuri de expunere a artei, situând spațial sau metaforic (conform unui concept arhitectural sau muzeologic) obiectele din expoziție; pot să existe expoziții virtuale tematice, transpuse din real sau create pentru virtual:

Prezintă obiectele într-o lumină prin care specialiști (restauratori, istorici de artă, artiști profesioniști) pot avea acces la caracteristici ale obiectului inaccesibile în mod obișnuit, întrucât ele beneficiază de anumite forme de protecție în spațiul fizic (caracteristici: pensulații, tratarea suprafețelor, materialități, tip de grunduire). Turul virtual poate fi un foarte bun înlocuitor al albumelor. Are calitatea suplimentară că face inteligibil raportul dimensional dintre obiecte și că pune la dispoziția privitorului (virtual) aspectul dimensional al obiectului. Albumele nu aveau altă șansă decât de a trece dimensiunile sub fotografie. Ca amintire personală, am fost șocat atunci când am văzut pentru prima dată în Luvru „Pluta Meduzei” a lui Theodor Gericault. Până atunci, am crezut că e un tablou de dimensiuni obișnuite (maximum 2m x 2m) – îmi amintesc șocul pe care l-am resimțit în clipa în care am văzut că acest tablou este înscris în 7m x 5m...sau „Nunta din Cana” a lui Veronese,

10m x 7m. Pe lângă muzeele aflate în spații închise, există muzeele care au proliferat în a doua jumătate a secolului XXI, de sculptură și ceramică monumentală în aer liber, rezultate ale unor tabere de creație. În România, notorie și emblematică este Tabăra de sculptură de la Măgura Buzăului. Exemple similare mai sunt Tabăra de ceramică monumentală de la Medgidia, în mare parte distrusă din neglijența autorităților, Tabăra comemorativă de sculptură Oarba de Mureș sau Tabăra de sculptură Căsoaia Arad, ca să le numim pe cele mai importante. Virtualizarea acestor muzee în aer liber ar crea reperele necesare pentru a urmări evoluția în timp și pentru a face când e cazul intervențiile de conservare și restaurare. Ele sunt cu atât mai vulnerabile cu cât se află sub imperiul elementelor naturale și uneori acțiunilor nesăbuite ale oamenilor. Uneori, în istorie se petrec seisme naturale cu consecințe grave asupra muzeelor, cum au fost bombardamentele Primului și celui de-al Doilea Război Mondial, acțiunile nesăbuite care se petrec acum în Orientul Apropiat, distrugerea Bibliotecii Naționale și a Muzeului Național de Artă în timpul evenimentelor din 1989. Reținerea în forma digitală poate fi și o formă de protecție a obiectului de artă. [Vlad Ciobanu, artist plastic, interviu din noiembrie 2015]

Turul virtual al colecțiilor Muzeului Național de Artă al României,

La nivel european a fost lansat în 2008 proiectul „Europeana, arhiva digitală a Europei” (europeana.eu/portal). Conform Raportului The New Renaissance, al „Comité des Sages, Reflection group on bringing Europe’s cultural heritage online”, aflat pe site-ul Rețelei Naționale a Muzeelor din România (muzee.org/romania/final-report-cdS3.pdf):

digitizarea e mai mult decât o opțiune tehnică, este o obligație morală. În vremuri în care tot mai multe bunuri culturale sunt consumate online, când ecranele și dispozitivele digitale devin omniprezente, e crucial să aducem cultura online [...]. Dacă nu îndeplinim această

sarcină, ne confruntăm cu pericolul de a eroda și a pierde ceea ce a constituit fundația țărilor și civilizației europene în ultimele câteva secole.³⁴ (Bruxelles, 10 ianuarie 2011, punctul 2.3.2)

Partenerul din România în cadrul proiectului este CIMEC (Colectivul Institutului de Memorie Culturală), participant atât la proiectul EDLnet, cât și la proiectul Europeana v.1.0 - E-ContentPlus, 2009 - 2010. Site-ul e-patrimoniu.ro, proiect aparținând Institutului Național al Patrimoniului (patrimoniu.gov.ro), este un portal de informații privind muzeele din România. De exemplu, există trimiteri către „blogosfera muzeală”, site-uri și bloguri ale muzeelor,

34 The New Renaissance, Report of the Comite des Sages on bringing Europe’s Cultural Heritage Online (2011) [online]

sau către Ghidul muzeelor din România (<http://ghidulmuzeelor.cimec.ro>). Conform acestei platforme (e-patrimoni.ro), 109 de muzee din România au tururi virtuale (<http://www.cimec.ro/muzee/muzee-cu-tur-virtual.html>), din care 14 muzee de artă.

Turul virtual reprezintă o modalitate de atragere a diferitelor categorii de public și a turiștilor, și înscrie muzeul în noua direcție de marketizare³⁵, un exemplu fiind comunicatul de presă privind certificatul de excelență TripAdvisor acordat MNAR în 2014, pe baza recenziilor vizitatorilor:

MNAR desfășoară o bogată activitate expozițională și acordă o importanță crescândă diversificării activităților pentru public. Astfel, în 2014 au fost organizate la sediul muzeului 210 programe pentru școli, pentru familii și pentru adolescenți și 107 programe pentru adulți, la care au participat în total 16.182 de persoane. Demersul de accesibilizare a instituției pentru toate categoriile de public a inclus și lansarea tururilor virtuale, accesibile în mod gratuit pe site-ul muzeului. (Comunicat de presă MNAR [online]).

Turul virtual al Muzeului Național de Artă al României este un proiect al companiei Imago Factory pentru MNAR, realizat în perioada 2012-2014 și lansat public în aprilie 2014. Conform inițiatorului proiectului de virtualizare a colecțiilor Muzeului Național de Artă al României, artistul vizual Emilian Săvescu, un tur virtual poate fi util în prezentarea și promovarea unui muzeu sau expoziții, activitatea de arhivare, dar și în cercetare și restaurare:

Mie nu mi se pare un act de creație turul virtual. Mi se pare o consemnare corectă a realității, un serviciu mai degrabă [...]. Mi se pare un instrument grozav pentru un artist și pentru un muzeu să arăți expoziția exact cum a fost. [...] Turul e o redare fidelă a expoziției, e ca și cum te-ai plimba din nou în expoziție.

(Emilian Săvescu, imagofactory.ro, interviu realizat în mai 2015)

Tururile MNAR cuprind, alături de galeriile permanente ale MNAR (Galeria de Artă Veche Românească, Galeria de Artă Românească Modernă și Galeria de Artă Europeană), muzele-satelit Muzeul Colecțiilor de Artă, Muzeul „K.H. Zambaccian” și Muzeul „Theodor Pallady”.

Un tur virtual se înscrie în categoria dispozitivelor



Fig. 1. Muzeele și galeriile incluse în turul virtual al Muzeului Național de Artă al României (captură ecran www.mnart.arts.ro)

tehno-semiotice care există în spațiul online³⁶, un hipertext, o lume sau o arhitectură virtuală, care este un model informatic interactiv în trei dimensiuni, ce poate fi parcurs cu ajutorul mouse-ului sau cu comenzi din tastatură, ceea ce invocă ideea de interactivitate.

Se consideră că noile moduri de figurare și spațializare pe care le permit tehnologia și imaginile numerice, bazate pe interactivitatea „prin intermediul formei figurative: este o acțiune asupra a ceva, ca și resimțită, [...] o explorare în același timp senzorială și cognitivă”³⁷. Organizarea unui tur virtual depinde de maniera în care sunt afișate pe ecran textele și dispozitivele tehnice, înscrise într-un parcurs/itinerar virtual.

35 Lipovetsky, Serroy (2013), p. 395

36 Souchier, Jeanneret, Le Marec (2003), p. 118

37 Sauvageot (1994), p. 221

Tururile virtuale reprezintă mai întâi conceptul de „spațialitate virtuală”, căci vizita la un muzeu înseamnă în primul rând „a consuma spațiu, a absorbi locuri”³⁸. Interfața computerului este un cadru diferit (*framed off*) de alte activități³⁹, fie că e o oglindă (*mirror*), o fereastră (*window*) sau o ușă (*portal*)⁴⁰, încadrarea e definită clar și activitatea reflexivă poate avea loc în acest cadru⁴¹.

Un tur virtual propune imagini panoramice ale sălilor de expoziții (perspectivă de 360 de grade), realizate cu ajutorul imaginilor fotografice, prelucrate prin intermediul unui program (*realtime panorama editors/panorama software*), în acest caz programele Autopano Giga și Panotour Pro, ale producătorului Kolor:

Turul virtual profesional poate conține zeci de astfel de panorame, interconectate prin puncte de legătură. Un tur virtual 360 complex reprezintă un tot unitar și interactiv; este realist, obiectiv și exhaustiv, facilitând vizitarea fără limită de timp a tuturor detaliilor. Prin comparație, fotografia „îngheață” un moment și o parte a locului, filmul poate prezenta spațiul pe o durată limitată de timp, într-o succesiune dependentă de talentul și de subiectivitatea producătorului. (www.imagofactory.ro)

Un tur virtual este o prezentare a informației orientată spre obiect, mai degrabă decât spre context. Macrofotografia este utilă în restaurare și digitizare, pentru că poți vedea orice detaliu ale unui obiectiv, înainte sau după restaurare. În cadrul imaginilor pot fi introduși „martori”, texte cu informații despre acel obiect.



Fig. 2. Instrucțiuni de navigare (*browsing tips*) (captură ecran www.mnart.arts.ro)



Fig. 3. Schema de vizitare online a Galeriei de Artă veche Românească (captură ecran www.mnart.arts.ro)

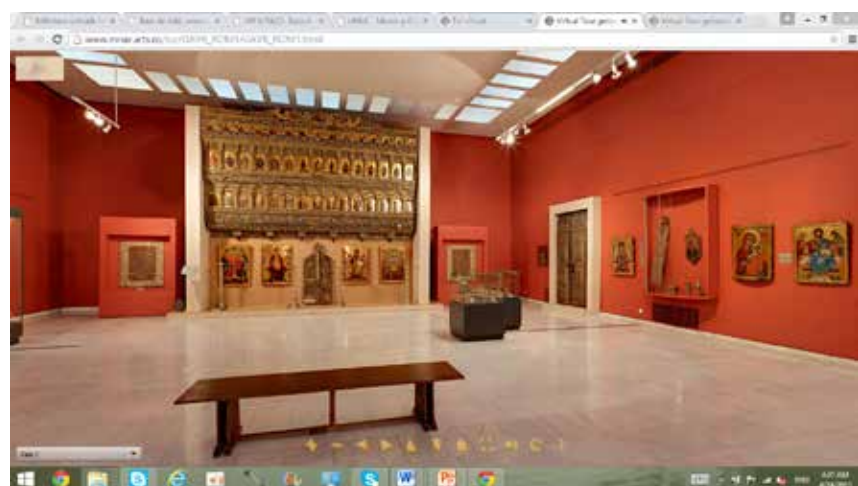


Fig. 4. Imagine panoramică, Galeria de Artă Veche Românească, Sala 5 (captură ecran www.mnart.arts.ro)

38 Poulot (2005), p. 141
 39 Hammer (2005), p. 262
 40 Turkle (1996)
 41 Hammer (2005), p. 262



Fig. 5. Galeria de Artă Veche Românească, exemplu de text explicativ „Epitaf, 1457”, Sala 1-2 (captură ecran www.mnart.arts.ro)

Concluzie

După cum am văzut, digitizarea patrimoniului de artă muzeală presupune colaborarea între tehnică și muzeologie, modifică raportul cu publicurile și percepția asupra artei. Considerat util de către artiști, restauratori, muzeografi, experți în artă sau neofiți, turul virtual este un instrument de cunoaștere, explorare, dar și de arhivare, restaurare.

Bibliografie:

Arsenault, C. 2003. „L'exposition virtuelle au-delà de l'an 2000: produit muséal recyclé ou nouveau genre”, *Observatoire de la Société des musées québécois*, online: <http://www.musees.quebec.museum/publicspec/actualites/analyses/textes/20030311/index.phtml>

Bernier, R. 2001. „Les musées sur Internet en quatre tableaux: le dernier avatar du musée (premier tableau)”, în *Archée*, <http://archee.qc.ca/ar.php?page=imp&no=151>

Coman, M. (ed.). 2004. *Media Anthropology*. Thousand Oaks: SAGE Publications

De Certeau, M. „L'opération historique”, în Le Goff, J. et Nora P. (dir.). 1974. *Faire de l'histoire*, vol. 1: *Nouveaux Problèmes*. Paris: Gallimard

Doray, P., Bibaud, J. 1999. *Quel avenir pour les musées ou quelques points de repère ou sujet de l'usage des nouvelles technologies par les musées*. CIRST, Université de Québec à Montréal, online: <http://www.unites.ugam.ca/Rencontres/montreal/pdf/doray.pdf>

În ceea ce privește elementele de conținut ale unei expoziții, turului virtual i se pot asocia diverse fișiere pentru a face vizita mai plăcută sau mai documentată: audio (muzică), texte cu informații, istoric, inserturi video, hărți, legături către alte site-uri etc.

E adevărat că pentru a înțelege arta nu e suficientă cunoașterea tehnică, virtuțile pedagogice ale acestui instrument rămânând să fie încă explorate și puse în valoare. Ceea ce este cel mai important e rolul de vizibilizare a artei și a democratizării accesului la spațiul muzeal.

Gadamer, H.-G. 1992. *L'actualité du beau*. Aix-en-Provence: Alinéa

Grancher V. 2003. „Positionnement des musées face face à l'émergence de nouvelles expressions et transversalités”, *Cycle de conférences World Wild Web 1994–2003 à la Fondation Cartier pour l'Art Contemporain*, online: <http://www.nomemory.org/conf/data/conf4.html>

Hammer, A. „Weaving Trickster. Myth and Tribal Encounters on the World Wide Web”, in Rothenbuhler E. W., Coman, M. (ed.). 2004. *Media Anthropology*. Thousand Oaks: SAGE Publications, p. 260-268

Hill, R, Douillette, J. 2014. „Teens, New Media and Contemporary Art: Expanding Authority in the Museum Context”, *Journal of Museum Education*, Volume 39, Issue 3 (October, 2014), p. 250-261.

Jeanneret, Y. „La société de l'information comme figure imposée. Sur un usage particulier des mots en politique”, in Mathien, M. (ed.). 2005. *La „Société de l'Information”. Entre mythes et réalités*, Bruxelles: Etablissements Emile Bruylant, p. 66-76

- Levy, P. 2001. *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- Lipovetsky, G., Serroy, J., 2013. *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris: Gallimard
- Mathien, M. (ed). 2005. *La „Société de l'Information”. Entre mythes et réalités*. Bruxelles: Etablissements Emile Bruylant
- Malraux A. 1965. *Le Musée Imaginaire*. Paris: Gallimard
- Nora P. 1972. „L'événement monstre”, *Communications*, Vol. 18, Issue 1, pp. 162-172, online: http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1972_num_18_1_1272
- Poulot D. 2005. *Une histoire des musées de France, XVIIIe-XXe siècle*, Paris: La Découverte.
- Poulot, D. „Le droit au musée : un droit du citoyen?” in Chianea G. 1988. *Des Droits de l'homme et la conquête des libertés. Des Lumières aux révolutions de 1848*. Saint-Martin-d'Hères: Presses Universitaires de Grenoble, p. 332-341
- O'Doherty, B. 1986. *Inside the White Cube. The Ideology of the Gallery Space*. Santa Monica/San Francisco: The Lapis Press [*Artforum*, 1976]
- Poinsot, J.-M. 1999. *Quand l'œuvre a lieu. L'art exposé et ses récits autorisés*. Villeurbanne: Art Edition
- Perriault, J. 2002. *L'accès au savoir en ligne*, Paris: Odile Jacob
- Quitté, A.-L. 2009. „Une Typologie pour appréhender l'art contemporain sur Internet”, *Virtualité, Art & Culture*, în *Champs Culturels*, no 18, online: <http://escales.enfa.fr/files/2009/08/quitte.pdf>
- Rotaru, I. 2010. *Comunicarea virtuală. Impactul noilor tehnologii informaționale și comunicaționale în spațiul educațional contemporan*. București: Tritonic
- Ory-Lavolee, B. 2002. *La diffusion numérique du patrimoine, dimension de la politique culturelle*, Rapport à Mme la Ministre de la Culture et de la Communication, online: <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/ory-lavollee/ory-lavollee.pdf>
- Sauvageot A. 1994. *Voirs et savoirs. Esquisse d'une sociologie du regard*, Paris: PUF.
- Schwartz, D. F. 2005. „Dude, Where's My Museum? Inviting Teens to Transform Museums,” *Museum News*, September/October (2005), online: <http://www.mercermuseum.org/assets/Education-Documents/Learn-and-Do/Dude-Wheres-My-Museum.pdf>.
- Schweibenz, W. 2004. „L'Evolution du musée virtuel”, dans *Les Nouvelles de l'ICOM*, nr 3, online: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/FRE/p3_2004-3.pdf
- Souchier, E., Jeanneret, Y., Le Marec J. (eds.). 2003. *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des medias informatisées*, Paris: Bibliothèque Publiques d'Informations
- Striepe, S. E. 2013. „How Some Art Museums Can Appeal to Teenagers”, *Journal of Museum Education*, Volume 38, Issue 2 (July 2013), p. 207-217, online: <http://www.maneyonline.com/doi/full/10.1179/1059865013Z.00000000022>
- Turkle, S. 1996. „Virtuality and Its Discontents”, *The American Prospect*, Winter, Vol. 7 (24), online: <http://hebra.haifa.ac.il/soc/lectures/talmud/files/547.htm>
- The New Renaissance, Report of the Comite des Sages on bringing Europe's Cultural Heritage Online, Brussels, 2011, online: <http://www.muzee.org/romania/final-report-cdS3.pdf>
- Comunicat de presă MNAR, online: <http://www.mediafax.ro/cultura-media/muzeul-national-de-arta-al-romaniei-a-primit-certificatul-de-excelenta-tripadvisor-pe-2015-14454593>

Angelica Helena Marinescu

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării,
Universitatea din București
Calea Victoriei 1-5, București
angelica.marinescu@yahoo.ro



Fig.1. Casa bătrânească în care a fost montat muzeul etnografic

PENTRU O MUZEOLOGIE NAIVĂ

Maricica și muzeul de peste apă

*„Pentru țăran, muzealitatea e ceva ridicol. Așa cum nu are un sentiment al naturii, în sensul de leșin în fața peisajului – nu are nici sentimentul depozitului de valori unde trebuie să vii îmbrăcat duminica și să ai oftături. Pe de altă parte, interesant este cât îl mai preocupă pe țăran propria lui identitate.” (Andrei Pleșu^{**})*

ABSTRACT

In Podu Nărujii, a village in Vrancea county, Romania, the new and the archaic are intertwined, as natural as in any other village of the 21st century. However, the image that the villagers have of themselves and therefore want to transmit seems to spring rather from the old times. Maricica, a young peasant aged 34, wears blue-jeans and T-shirts, but knows how to weave, spin, tell stories of the past and, as well as that, she is a depositary of the antique traditions of the village. ‘Over the river’, in an area rather difficult to reach, Maricica settled a micro-museum of the Vrancea village in the old house of the deceased Apostol Zaharioiu. There, without any expertise, but with a lot of creativity, she arranged objects that are more or less peasant-like, gathered from the village dwellers. This paper aims to present the manner in which personal creativity and intuition can serve the representation of local identity, materializing in a naive, but not unaware syntax of old and new objects.

KEY-WORDS: *material culture, ‘naive museology’, (auto)representation, local identity, cultural memory, tradition, museum discourse*

* Articolul este întocmit pornind de la o cercetare etnologică de teren realizată printr-un parteneriat al Facultății de Litere din cadrul Universității din București cu Centrul Cultural Județean Vrancea, în perioada 14-19 august 2014.

** Pleșu, Andrei. „Despre un personaj cu nenumărate chipuri”, Foaie. Buletin de informare al MȚR 1(2001), p. 3 (interviu consemnat de Silvia Cazacu).



Fig. 2. Costum tradițional femeiesc expus în muzeu

Putem numi „muzeu” o colecție privată sătească? Ținând cont de faptul că o atare alcătuire este de cele mai multe ori întocmită de către persoane fără pregătire de specialitate în domeniul muzeologic, fără expertiză curatorială și care, cel mai adesea, nu se bucură de condiții adecvate de conservare a obiectelor, lucrând mai curând din pură pasiune, părerile sunt împărțite în ceea ce privește răspunsul. Unele voci preferă o poziție radicală, argumentând că o colecție privată sătească nu întrunește condițiile *sine qua non* de funcționare a unei instituții muzeale. Într-adevăr, definiția dată de Consiliul Internațional al Muzeelor (ICOM), preluată și de legislația românească, stipulează:

*Muzeul este instituția publică de cultură, aflată în serviciul societății, care colecționează, conservă, cercetează, restaurează, comunică și expune, în scopul cunoașterii, educării și recreării, mărturii materiale și spirituale ale existenței și evoluției comunităților umane, precum și ale mediului înconjurător.*¹

Ca urmare, în litera acestei definiții, inițiativele sătenilor care aleg să își reprezinte localitatea,

comuna sau zona etnografică prin expunerea unei colecții personale de obiecte într-un spațiu propriu nu ar merita atenția specialiștilor din domeniu, întrucât ar reprezenta o aspirație mult prea profană spre ceea ce ne place să revendicăm, într-un elan umanist, drept Templu al Muzeelor. Totuși, voci consacrate din muzeologie, precum Dominique Poulot, afirmă că definiția ICOM este una hegemonică, mai mult, caracteristică tendinței de mondializare a muzeelor, arătând în același timp că există o serie de alternative izvorâte atât din semiologie sau din științele comunicării, cât și din cultura profesională a specialiștilor în conservare².

Voci deschise la atari alternative aparțin unor specialiști în antropologia obiectului cu o privire mai largă, demonstrând ceva mai multă acuitate în a percepe nuanțele gestului curatorial spontan, recunoscându-i nu numai legitimitatea, ci și valoarea. De pildă, Thierry Bonnot, consacrand un volum atașamentului față de obiecte, istoriilor și mărcilor personale pe care acestea le pot încorpora, vorbește despre acele muzee monoparentale, „în care farmecul contează foarte mult, iar regulile aproape deloc”³.

¹ Legea muzeelor și a colecțiilor publice nr. 311 din 8 iulie 2003, disponibilă la <http://www.cimec.ro/muzee/lege/index.htm> (ultima consultare: 20.04.2015).

² Poulot, Dominique. 2009. *Musées et muséologie*. Paris: Editions La Découverte, p. 6 (trad. m. AMP).

³ Hudson apud Bonnot, Thierry. 2014. *L'Attachement aux choses*. Paris: CNRS Editions, p. 106 (trad. m. AMP).

Fig.3. Farfurie de ceramică de tip „sporul casei”



În spațiul românesc, înflorirea acestor forme nespecializate, susținute cu pasiune, răbdare, efort personal și considerate „muzee” în mod organic de autorii lor și de comunitățile din care fac parte, a fost sesizată de echipa de la Muzeul Țăranului Român. În 2008, instituția a dedicat proiectul *PATRIMONIUL ȘI IDENTITATE LOCALĂ. Identificarea și promovarea unor colecții sătești din România* sprijinirii și instruirii acestor întreprinzători locali, precum și valorificării inițiativelor lor. Colecționarii implicați în proiect în urma unei campanii de prospectare s-au bucurat de un stagiu de formare de o săptămână la Muzeul de la Șosea, stagiul format din cinci module introductive, ca și dintr-o aplicație constând în amenajarea unei expoziții care să-i reprezinte, folosind obiecte proprii.⁴ În volumul editat ca urmare a acestui proiect, Carmen Mihalache recunoaște că aceste colecții private sătești se caracterizează în spațiul românesc, în prezent, prin precaritate, însă nu atât din pricini intrinseci, cât din lipsa unei protecții instituționale, a unui ansamblu coerent de politici culturale care să le protejeze și să le propulseze, încurajându-i pe cei care le întocmesc să devină operatori culturali în sectorul privat. Etnologul atrage atenția asupra faptului că potențialul acestor muzee *in nuce* este demn de luat în seamă, întrucât reprezintă o resursă importantă de patrimoniu, un factor de identitate și de originalitate a unei comunități, o resursă identitară considerată reprezentativă, prin care aparținătorii se recomandă și cu care se mândresc. Mai mult, dincolo de a fi o marcă identitară și un factor de coeziune civică, jalonând viața culturală a comunităților,

astfel de colecții, valorificate corespunzător, ar putea aduce și avantaje economice localităților, devenind un mijloc eficient de promovare a valorilor și a imaginii comunităților respective în exterior, prin includerea în rândul obiectivelor turistice. Ceea ce le diferențiază de muzeele mari, consacrate, reprezentând totodată un motiv de atracție pentru vizitatori, este că aceste instalații sunt spații culturale vii, în care mărturiile vieții trecute sunt alăturate în moduri și tonalități diverse, întregite de o primire caldă, dornică de împărtășirea unor povești spuse mereu altfel, în care dialogul neprotocolar cu gazda îl poate molipsi pe vizitator de însuflețirea pentru obiecte și-l poate determina să revină, lărgind, poate, rețeaua de vizitatori în progresie geometrică. Privită într-o atare lumină, relaxarea față de reguli din colecțiile private sătești nu constituie o probă a ignoranței, ci, din contră, o resursă care le permite să își asume răspicat statutul de „altceva” – un altceva plin de farmec, întocmai ca icoanele țărănești pe sticlă față în față cu pictura renescentistă, preocupată de proporții și concretețe. Naivitatea acestor locuri vii le permite să se reinventeze cu fiecare vizitator, întocmai ca o poveste. Pentru a putea trăi astfel, însă, ele au nevoie, după cum atrage atenția tot Carmen Mihalache, de organizații de patrimoniu, instituții culturale și autorități care să le sprijine fără să le știrbească ingenuitatea⁵. Mai mult, întrucât modul în care existența acestor colecții interferează cu viața culturală a comunităților rămâne în continuare un subiect prea puțin studiat, cred că ele reprezintă o resursă însemnată nu doar pentru zonele rurale în care au fost instalate, deci nu

4 Muzeul Țăranului Român, 2008. *Robii frumosului. Muzee și colecții sătești din România*. București: Martor, p. 7.

5 *Ibidem*, pp. 5-11.

Fig.4. Război de țesut expus în „camera bună”



numai în ordinea practică. Sondarea lor amănunțită în cadrul unor cercetări antropologice de teren ar fertiliza zone disciplinare aproape virgine în peisajul academic românesc, precum antropologia obiectului sau muzeologia, ar îmbogăți cercetările despre identitate și ar contribui la părăsirea unui anumit complex

Povestea muzeului de peste apă

Nu mă voi sfii, în cele ce urmează, să numesc „muzeu” colecția particulară sătească, întrucât însăși denumirea are o însemnătate foarte mare pentru cei care o întocmesc. Pentru Maricica, țărancă în vârstă de 34 de ani din comuna Nistorești, județul Vrancea, care poartă blugi mulați, șlapi și tricou, dar care știe a țese și cunoaște toată rânduiala veche, e un motiv de mândrie că a făcut împreună cu sora sa, Ionica I., un muzeu, folosindu-se de obiectele adunate de la localnici de C.B. – „cumătrul”, cum îl numește ea. Originar din Podu Nărujii, C.B. se bucură de un foarte mare respect în rândul sătenilor. Fost învățător, apoi executor judecătoresc în Focșani, cimpoier priceput în buna tradiție locală, vânător amator, bărbatul deține pensiunea și ferma din Podu Nărujii, neintrate încă în circuitul turistic, precum și clubul de echitație de pe domeniu, înființat de două luni la data cercetării mele. Iar în calitate de „comanditar” și deținător al muzeului – spațiu încărcat de prestigiu local – imaginea lui de fiu al satului se conturează încă mai pregnant. Micul muzeu etnografic a fost montat de Maricica în zona

arhaico-mioritic ce supraviețuiește încă în anumite zone ale cercetării etnografice de teren, considerând în schimb satul în dimensiunea lui de realitate contemporană, complexă, eteroclită, deschisă – nod al unor mari schimbări de paradigmă, reconfigurări și căutări de sens.

Măgurele, peste apă, într-o casă bătrânească pe care C.B. a cumpărat-o de la răposatul Apostol Zaharioiu (Fig. 1⁶). Proprietarul, foarte longeviv, fusese un țăran mijlocaș cu 3-4 ha: „Avea 1,50 m și vreo 50 kg – mic, da’ drăcos!”, după spusele cumpărătorului. Apostol Zaharioiu a avut de pățimit de pe urma comuniștilor: pentru că se opusese colectivizării în ’52-’53, a fost închis timp de 14 ani. În lipsa lui, colectivizarea tot nu s-a făcut, însă comuniștii avuseseră grijă să răspândească în sat vorbe rele despre el, cum că ar fi un om hain. Din această pricină, localnicii îl evitau, iar el trăia însingurat în casa din Măgurele, acum muzeu. O oarecare tovărășie i-ar fi ținut moș Gheorghe Vulpoiu – tot „pustnic”, tot văduv, tot longeviv, trăind 107 ani – care locuia în singura casă din Măgurele apropiată de cea a lui Apostol Zaharioiu. Gheorghe Vulpoiu luptase, după spusele lui C.B., în ambele războaie mondiale, reușind să scape nerănit. Cobora în sat doar după chibrituri, se spune, și, ca să le economisească, aprindea țigară de la țigară. Avea 10-15 cireși, din care, în sezon, copiii veneau să fure;

6 Toate fotografiile anexate acestui articol îmi aparțin și datează din perioada cercetării efectuate la Podu Nărujii (14-19 august 2014).



Fig.5. Birou masiv în stil burghez expus în camera bună

pe micuțul, pe atunci, C.B., moș Vulpoiu l-a prins de picior și l-a avertizat că are un câine mare, sălbatic și că mai bine ar veni să-i ceară cireșe, fiindcă se bucura de oaspeți. Casa lui este acum o ruină. Nu departe de casa lui Zaharioiu, cea a lui Vulpoiu pare oglindirea în moloz și igrasie a muzeului întocmit și îngrijit de Maricica.

La el am ajuns, îndrumați chiar de femeie, coborând, prin spatele grădinii lui C.B., o pantă lină, dar în teren destul de accidentat, trecând peste o apă pe un podeț improvizat din lemne și urcând o altă pantă, de asemenea accidentată, zgâriindu-ne uneori în crengile copacilor căzuți peste potecă la ultima furtună. Un acces destul de complicat, îndulcit însă de entuziasmul Maricicăi, care, fără a se sinchisi că și-a rănit destul de sângeros călcâiul într-o așchie, ne vorbea celor din echipa de cercetare despre muzeul ei, care în orizontul local era considerat o piesă culturală de rezistență⁷. Astfel, femeia făcea preambulul însuflețit al unei vizite în care mândria locală, dublată permanent de referiri

la trecut și de garantarea autenticității („*E totu', totu' autentic, de-aici, de la noi!*”), se împletea cu respectul pentru „cumătrul” C.B. În viziunea Maricicăi, cumătrul cunoaște tot și poate face rost de orice obiect pentru completarea colecției – chiar și de un ceas cu cuc („*Cum să făcia înainti!*”), mai potrivit decât cel de plastic, fără baterie, rămas în casă de pe vremea când acolo lucrau muncitorii: „*Da' cuuum să nu faci! Cumătru'? Atâta să nu!*” Cumătrul este comanditarul muzeului și apare totodată ca deținătorul secretelor lui, cunoscătorul a tot ceea ce se află în culise. E recunoscut drept autoritate, pe de o parte prin potența sa financiară, pe de altă parte prin recunoașterea, respectul și influența de care se bucură în comunitate, ambele permițându-i să investească într-un proiect dincolo de urgența nevoilor de zi cu zi – destul de aspre, de altminteri, în satul vrâncean. Este, într-un fel, micul demiurg al unei mici felii de mit, care poate foarte mult pentru că știe foarte mult și se bucură de o încredere deplină. Totuși, el rămâne o prezență destul de discretă în discursul

⁷ Trebuie detaliată aici maniera în care noi, echipa de etnologi de la Universitatea din București, am fost percepuți de Maricica și de comunitate în general de-a lungul celor cinci zile de teren. În ochii lor, eram „domnii de la București”, preocupați de cultură și căutători de tradiții, prin urmare, foarte adesea, discursul sătenilor îmbrăca o formă exaltată în ceea ce privește bogăția folclorică a zonei lor, ei fiind foarte dornici să ne arate că au acele lucruri pe care credeau ei că le căutam. Primarul din Nistorești a ținut chiar să afirme, printr-o exagerare stilistică plină de mândrie, că zona lor este ideală pentru „a braconă folclor”, întrucât există o abundență în acest sens.



Fig.6. Sintaxă obiecte expuse pe birou

muzeal, Maricica fiind executanta și cunosătoarea ordinii practice. Cumătrul este în amonte, iar Maricica în aval.

Trebuie să mărturisesc că, la prima vedere a acestui mic muzeu amintind, prin felul său de a fi, de pictura naivă, am avut o reacție nu foarte îndepărtată de un *coup de foudre*: se putea distinge acolo multă originalitate, precum și o privire foarte proaspătă, care, în pofida unor anumite erori de sintaxă a obiectelor și a unei depline lipse de problematizare, mărturisea o dorință vie, foarte puternică, de a vorbi despre sine, adesea prin mijloace metaforice de o naivitate – ca și de o inventivitate – seducătoare. Apoi, la o a doua privire, au răsărit întrebările: mi-am dorit să înțeleg în profunzime maniera în care ei, sătenii, aleg să se reprezinte prin gestul de a aranja niște obiecte pe care le considerau specifice – ce obiecte? de ce acelea și nu altele? Mi-am dorit să fac un pas mai mult spre înțelegerea acestei patrimonializări spontane, *in nuce*, atât de interesantă tocmai pentru că îi lipsea cu desăvârșire concursul unui specialist, arătând, în schimb, ceea

ce oamenii voiau să transmită despre ei înșiși. Apoi: cui să transmită? Neincluderea muzeului de peste apă în circuitul turistic, în pofida bunăvoinței Maricicai și apropierii de pensiunea și domeniul lui C.B., are pricini mici și mari: o infrastructură absolut impracticabilă de către publicul larg, lipsa cu desăvârșire a oricărei forme de comunicare și promovare, precum și niște politici culturale prea firave ca să protejeze atari inițiative reprezintă un risc ca muzeul să nu poată trece de pragul unei însemnătăți endogene, de strictă auto-reprezentare la nivelul comunității și de hrănire, în cerc, a sentimentului identitar. De altfel, dincolo de rațiunile practice, Jean Baudrillard arăta, cu câteva decenii în urmă, că există o tendință în acest sens în ceea ce privește obiectul mitologic – un obiect vechi, golit de funcționalitate concretă, valorizat estetic și devenit semn al propriului trecut și al propriilor origini: „Simbolizând schema de înscriere a valorii într-un cerc închis și într-un timp perfect, obiectul mitologic nu încarnează un discurs ținut în fața altora, ci unul îndreptat spre sine.”⁸ Pentru că răspunde în primul

8 Baudrillard, Jean. 1996. *Sistemul obiectelor*. Cluj: Echinox, p. 53. (trad. Horia Lazăr)



Fig.7. Tobă pentru colindat sprijinită de războiul de țesut din camera mare

rând nevoii sinelui – fie el personal, fie iradiat la o comunitate sau zonă etnografică – de a-și retrasa originile în scopul autolegitimării. Obiectul devenit

astfel purtător de fantome este un semn, cu referențial în viața tradițională, adesea reconstruită prin memorie și idealizată.

Obiecte privind spre trecut

Muzeul Maricicăi se vrea – și reușește să fie – un microcosmos de viață tradițională locală, întrucât conține o recuzită aproape completă de obiecte care să semnifice toate registrele vieții domestice arhaice din zonă⁹. Este o chintesență a unui anumit mod de locuire, cu ocupațiile aferente, metonimie pentru un întreg etnografic a cărei fidelitate față de acesta din urmă e bemolată numai de reconstrucțiile din memorie, marcate de nostalgia unui timp adeseori incert. Maricica este o persoană locvace, iar explicațiile ei – alături de demonstrațiile la războiul de țesut instalat în „camera cea mare”, însoțite de termenii regionali aferenți¹⁰ – „ajută” întrucâtva obiectele, întărind ceea ce gestul de muzeificare și lipsa problematizării au slăbit în mod inerent și cufundând muzeul naiv în oralitate. Există și povești, precum cea a bunicului Ion Cornea: mic de statură, spân, mereu în vestă de lână peste cămașa de nailon sau peste cea tradițională, sărbătorească, își acoperea chelia cu o pălărie verde cu două pene albastre, își bazona singur pantalonii de lână la mașina de cusut veche la care făcea tirlici și purta chimir, de unde scotea mereu „bănișori” pentru nepoata preferată. Ilincăi, nevasta lui care a trăit aproape 100 de ani,

supraviețuindu-i cu șase ani, îi spunea mereu: „*Ilincă, du-te și adă-i fetei mere din clădărie!*” Clădăriile de mere erau agățate în cui, în grindă. Arătau ca niște ciorchini, se stafideau și miroseau foarte frumos în nările Maricicăi-copil. Bunicul este exponentul unei lumi arhaice din care Maricica se revendică întrucâtva, folosind-o și ca sursă de inspirație în demersul ei muzeologic. Acestor amintiri vii, concrete, pregnante, Maricica le adaugă însă și consistența păstoasă, incertă, a unui timp anistoric. Un timp al tradiției, în fapt un non-timp, prezent în discursul ei prin imperfect. „*Așa să făcia înainti, la noi!*” pare a fi o recurență care pentru Maricica îmbracă o valoare explicativă. Astfel, imperfectul folosit de Maricica atunci când vorbește despre oamenii din vechime sau despre practici arhaice este un timp al continuității, un timp ce repară rupturile generalizând o acțiune trecută, dar totodată o formă verbală a impreciziei și a idilismului. Imperfectul înlesnește ocolirea circumscrierii unei fapte de cultură sau a unei practici într-un anumit moment trecut și arată întrucâtva că avem de-a face cu o reconstruire a trecutului care elimină istoria și instalează în locul ei o idee despre trecut – reconfortantă, chiar gratificatoare.

9 Lista exponatelor din muzeul Maricicăi, repartizate pe categorii funcționale, este disponibilă în Anexa I a lucrării.

10 A se vedea lista din Anexa I.

Fig.8. Variantă
Răpirea din Serai



Acest comportament nu ține însă nici de naivitatea Maricicăi, nici de cea a muzeului ei. Mai mult, nu este deloc unul naiv, țărănesc, având o origine intelectuală și făcând carieră în întreaga Europă în a doua jumătate a secolului al XIX-lea și la începutul secolului XX, însoțind constituirea primelor muzee etnografice din epocă și trasând direcția și pentru cele care au urmat. În a doua jumătate a secolului al XIX-lea, marile cuceriri ale științei și ale tehnicii occidentale sunt arătate lumii întregi la Expozițiile universale. În 1867, la Paris, ca un contra-curent al acestor etalări progresiste, se instalează un pavilion care flanchează realizările industriale moderne prin prezentarea unor vechi costume țărănești, franceze și străine: „Sarcina este încredințată unui grup de artiști care se declară convingeți de dispariția iminentă a costumelor tipice și doresc să prezinte «ultimele vestigii ale moravurilor străvechi».”¹¹ Este vorba, fără îndoială, de o atitudine

care mai târziu, în anii '60-'70 ai secolului XX, se va numi *etnologie de urgență*: sentimentul că există un trecut în pericol de a fi nimicit și care, în consecință, se cere conservat cât mai repede cu putință. În acea perioadă a sfârșitului de secol XIX, fenomenul nu era deloc străin de sentimentul romantic care urmărea să întărească ideea politică a statelor-națiune pe cale de a se constitui pe fundamentul populațiilor arhaice, al înțelepciunii și al știutului lor, reflectate în folclor. Probabil că o anumită fascinație deja existentă față de țăran – în fond, „sălbaticul de acasă” – a făcut ca demersul echipei suedeze de la Expoziția universală de la Paris din 1867 să aibă un succes fulminant: nu numai că artiștii au arătat lumii întregi costume țărănești tipice, dar au montat acolo o întreagă scenografie a vieții rurale străvechi¹². Părea să fie rețeta succesului în epocă, pentru că reușita va fi de partea scandinavilor și un deceniu mai târziu, în 1878, atunci când lingvistul suedez Artur Hazelius

va inaugura la Expoziția de la Paris o modalitate de expresie novatoare și spectaculoasă, care va inspira toată muzeografia etnografică europeană a deceniilor următoare¹³. Este vorba despre dioramă, o dramatizare a personajelor, o referință teatrală care face ca aceste instalații să fie, în fapt, o punere în scenă a vieții arhaice, țărănești, în mod evident pentru publicuri moderne, din mediul urban, care vin să se mire în fața diferitului bine încastrat și stăpânit, imobilizat între pereții groși de sticlă, devenit astfel inofensiv. Cu șase ani în urmă, doctorul Artur Hazelius pusese la dispoziția publicului colecția sa personală de obiecte etnografice strânse din zona foarte izolată – și de aceea considerată „genuină” – Dalarna, formulându-și scopul într-o manieră cât se poate de explicită: „A folosi obiectele de patrimoniu pentru a trezi și a stimula sentimentele patriotice ale vizitatorului.”¹⁴

11 Thiesse, Anne-Marie. 1999. *La création des identités nationales. Europe XVIIIe-XXe siècle*, Paris: Editions du Seuil, p. 197 (trad. m. AMP).

12 *Ibidem*, pp. 197-198.

13 *Ibidem*, p. 198.

14 *Ibidem*, p. 200.

Fig.9. Punere în scenă a bucătăriei tradiționale

O figură asemănătoare lui Artur Hazelius a existat și în spațiul românesc, în persoana locotenent-colonelului Dimitrie Pappasoglu, care în anul 1864 deschide în propria locuință un mic muzeu etnografic. Succesul său nu a fost, însă, la fel de rapid ca al suedezului. Lipsa de viziune, de practică și de ordine, pricinuită de imaturitatea domeniului la momentul respectiv în spațiul nostru, face ca primele întreprinderi muzeografice de acest fel să eșueze, însă colecția lui Pappasoglu se va afla la baza Muzeului de Etnografie, Artă Națională, Artă Decorativă și Artă Industrială înființat prin decret regal la 25 februarie 1906, sub direcțiunea lui Alexandru Tzigara-Samurcaș – actualul Muzeu al Țăranului Român¹⁵. De altfel, faptul este sincron cu o pletoară de muzee etnografice care își deschid porțile, mai ales în Europa Occidentală, la cumpăna secolelor XIX-XX. Ele reprezintă concretizarea interesului elitelor pentru folclor, elite educate de reviste de profil care înfloresc în epocă, laolaltă cu instituții de specialitate, precum *Folklore Society* (Londra, 1878). Convergența tuturor acestor fenomene culturale rezidă în mișcarea amplă de creare a identităților naționale. În zorii unei modernități pe cât de fascinante, pe atât de amenințătoare prin schimbările radicale pe care le prefigurează, întoarcerea la o viață arhaică – în varianta comodă a punerii sale în scenă – nu era foarte îndepărtată de resorturile cărora Eric Hobsbawm le atribuie fenomenul inventării tradițiilor:

De fapt, pe cât posibil, prin intermediul lor [al tradițiilor inventate – n.m.] se caută stabilirea unei continuități cu un trecut istoric convenabil. Cu toate acestea, în măsura în care există o legătură cu un trecut istoric, straniețatea tradițiilor „inventate” rezidă în faptul că această continuitate este foarte artificială. Pe scurt, sunt răspunsuri la noi contexte, care iau forma referințelor la situații vechi, sau care își stabilesc propriul trecut printr-o repetiție cvasi-obligatorie. Ceea ce face ca „inventarea



*tradițiilor” să fie atât de interesantă [...] este contrastul între inovația și schimbarea perpetuă a lumii moderne și încercarea de a structura cel puțin câteva părți de viață socială neschimbată și invariabilă.*¹⁶

Resorturile care animă gestul muzeologic naiv al Maricicăi se suprapun în mare măsură atât problematizării lui Eric Hobsbawm, cât și contextului care a născut fascinația față de obiectul etnografic cu peste un secol în urmă. Desigur, vremurile sunt altele, la fel și cauzele, dar schimbarea socială și economică adesea violentă, adesea incoerentă și deconcertantă rămâne o trăsătură a satului vrâncean contemporan, deschis pe nepregătite spre o modernitate eteroclită, plină de forme culturale dintre cele mai diverse, în care îi este greu să își găsească reperele identitare. Prin urmare, privirea se întoarce spre trecut, spre aura lui salvatoare de arhaicitate. Așa cum arăta Russel W. Belk într-un articol dedicat rolului obiectelor în construirea și menținerea unei senzații de trecut, „suntem în mod special preocupați să avem

¹⁵ <http://www.muzeultaranuluiroman.ro/istoric.html> (ultima consultare: 20.04.2015).

¹⁶ Hobsbawm, Eric. 2012. *The Invention of Tradition*. Cambridge:Cambridge University Press, pp. 1-2 (trad. m. AMP).

un trecut în momentele în care identitatea noastră curentă este supusă provocării”¹⁷. Obiectele capătă atunci un rol anti-amnezic, devin jaloane în memoria culturală: „Obiectele ne stabilizează amintindu-ne de trecutul nostru, transformând acest trecut într-o parte substanțială a prezentului nostru.”¹⁸ Desigur, discursului Maricicăi – atât muzeal, cât și verbal – îi lipsește dimensiunea naționalistă atât de prezentă în veacul al XIX-lea. Nu am găsit în muzeul ei niciun tricolor arborat lozincar, declamativ. Când se referă, în timpul interviurilor pe care le-am realizat cu ea, la „porturile naționale” de copil, de femeie, respectiv de bărbat din colecție sau la cămașa pe care bunicul Ion Cornea o îmbrăca în zilele de sărbătoare, ideea

O scenografie sensibilă

Muzeul Maricicăi este nu numai o alăturare de obiecte tradiționale, ci o întregă scenografie, o sintaxă în care fiecare piesă are propriul sens și rost, determinat în relație cu celelalte. În această manieră, ele capătă forța de a genera un spațiu, pentru că, așa cum atrage atenția și Jean Baudrillard, „fără legătură nu există spațiu, deoarece spațiul există doar dacă e deschis, provocat, ritmat, lărgit printr-o corelare de obiecte și prin depășirea funcției acestuia într-o nouă structură”¹⁹. În același sens, Maricica nu este departe nici de punerea în scenă a vieții arhaice pe care Artur Hazelius o realiza în 1878 prin dioramă – modalitate de expresie care, cel puțin în teorie, îi este cu siguranță străină. Este motivul pentru care intuiția reprezintă punctul forte al discursului muzeal pus cap la cap de Maricica: faptul că femeia acționează într-o deplină lipsă a expertizei, creând, în pofida acestui lucru, sensuri extrem de puternice, chiar dacă nu este conștientă de implicațiile lor. De aceea, analiza pe care o voi întreprinde în rândurile următoare câtorva dintre exponatele muzeului ei nu respectă categorisirea pe criterii funcționale²⁰, ci valorifică ingeniozitatea discursului și forța conținută în obiecte. Pentru că, în linia aceluiași Jean Baudrillard, o analiză a obiectelor nu devine mai relevantă prin clasificare, ci prin sondarea modului în care sunt trăite obiectele.²¹

de „naționalism” se strecoară în discursul regional al Maricicăi, dar mai mult în calitate de clișeu de exprimare dobândit prin obișnuință decât de intenție cu caracter programatic. Totuși, chiar în absența tentei naționaliste, nu trebuie uitat faptul că discursul Maricicăi ar putea fi, mai mult sau mai puțin conștient, răspunsul la o anumită presiune exercitată de-a lungul deceniilor asupra Vrancei – o privire moștenită, care a consacrat zona în ochii multora drept leagăn de tradiționalitate și de arhaicitate. Să ne gândim numai ce au însemnat cercetările întreprinse în satul Nereju de către echipele Școlii Sociologice de la București, ce orizont de așteptare au putut crea față de acest areal.

Să ne îndreptăm privirea spre costumul tradițional femeiesc, agățat pe un umerăș – intuiție a simezei din galerii – pe peretele din camera de dormit, parțial îmbrăcat într-un păretar (Fig. 2, Fig. 3). Poziția sa, în pofida absenței unui manechin sau a unei alte forme de corporalitate care să îl susțină, mi-a trezit interesul. Maricica mi-a limpezit alegerea făcută: pusese costumul în acea postură pentru a evoca grația femeilor de odinioară, care arborau această ținută în fața porții, în zilele de sărbătoare. Desigur că există în acest răspuns o formă de atașament față de feminitatea strămoșelor ei, hrănită, probabil, de amintiri din copilărie, dar în egală măsură nu am putut să nu remarc referința teatrală a posturii costumului – un soi de dioramă fără vitrină, în variantă minimalistă –, precum și intuiția a ceea ce explica Horia Bernea în reflecțiile cu privire la alcătuirea Muzeului Țăranului Român: în lipsa carnalității pe care să se sprijine, costumul este o carcasă flască, pierzându-și astfel codul. Prin urmare, trebuie găsit în expunere un substitut al carnalității, pe care costumul să o conțină, să o îmbrace, reîntregind relația corp-haină și redobândindu-și astfel rostul.²² Așa cum la aceasta intenția Maricicăi de a sugera, prin juxtapunerea costumelor masculin și feminin, cuplul de țărani, alegere întărită de așezarea pe perete, între cele două, a farfuriei de ceramică de tip „sporul casei”,

17 Belk, Russel, W. „The Role of Possessions in Constructing and Maintaining a Sense of Past”, NA – *Advances in Consumer Research*, 17(1990), pp. 669-676 (trad. m. AMP).

18 Mc Cracken *apud* Belk, Russel W. *ibidem*.

19 Baudrillard, Jean, *op. cit.*, p. 13.

20 Din Anexa I.

21 Baudrillard, Jean, *op. cit.*, p. 6.

22 Bernea, Horia. 2010. *Câteva gânduri despre muzeu, cantități, materialitate și încrucișare, f.1*: Editura Liternet, p. 31.



Fig.10. Păpușă de plastic

al cărei text nu se referă doar la abundența și norocul căminului, ci, în sens mai larg, reprezintă – după spusele Maricicăi – o întărire a uniunii dintre principiul masculin și cel feminin. Devine lipsit de importanță, în această legătură „tare”, că farfuria nu este nici pe departe un obiect țărănesc, ci unul dintre numeroasele *kitsch*-uri serializate pe care le putem găsi în târgurile de profil din țară, pretins tradiționale.

În cea mai mare dintre camere – „camera bună” – Maricica a așezat războiul de țesut gata instalat, funcțional, un obiect care trimite la o practică arhaică ce supraviețuiește încă în comunitate, prin priceperea câtorva femei (Fig. 4). Cu toate că știe să țese, Maricica nu a mai făcut-o pentru folosul propriu de la nuntă, din 1999. Însă femeia nu are nicio ezitare când vine vorba să se așeze și să ne facă o demonstrație. Chiar această demonstrație, devenită funcție principală a obiectului, este cea care îi conferă statutul: el se află acolo pentru ca alții să vadă „cum să făcia la noi înainti”. Obiectul devine, prin urmare, semn al unui timp difuz: „Numa’ ca să nu dai pisti el, că doar e șeva di valoari și războiu’ nu?!” Întrebată dacă se gândește să termine preșul instalat pe război, Maricica răspunde: „Ăsta cred că-l ține

[cumătrul C.B. – n.m.] așa, di muzeu. Am țesut atunci la-nceput o bucată, ca să să vadă că să poți țese și... Dacă mă mai roagă oameni io le-arăt... nicio problemă!” Chiar și pentru Maricica, obiectul are însemnătatea unei realități reificate, de vitrină.

În aceeași cameră mare, a cărei denumire Maricica ține să mi-o „traducă” cu „cameră de zi”²³ („...camera de zi, cum îi spuni acuma... O cameră unde să primia oaspeții... adică nu în dormitor sau... O cameră unde nu intrai toată ziua.”), a așezat un birou din lemn masiv (Fig. 5), în stil burghez. Fără îndoială, această piesă marchează o ruptură în sintaxa obiectelor, dinamitând „frază țărănească” dorită printr-un element ce semnifică spațiul citadin și destul de modern, a cărui prezență nu s-ar justifica într-o casă țărănească de început de secol XX. „Îi tot așa o mobilă vechi... Nu știu de la cine e... Uitați cum îi: cu sertare, altfel!” Maricica intuiește „altfelitatea” piesei de mobilier, pentru că sertarul în sine este un indice cultural al orașului, al burgheziei, nu are legătură cu țărănimea și cu modul țărănesc de așezare a obiectelor²⁴. În viziunea Maricicăi, caracterul de vechi pare să legitimizeze prezența obiectului în muzeu. Pentru ea, „orășenesc” este sinonim cu „nou”, iar „țărănesc”

23 Insiderul traduce în codul cultural al etnologului o realitate etnografică din orizontul cultural propriu. Practic, el se află între două lumi, stăpânind ambele coduri.

24 Nicolau, Irina. 2001. „Despre cădere, punere și așezare”, în *Talmeș-balmeș de etnologie și multe altele*, București: Editura Ars Docendi, p. 64.

este sinonim cu „vechi”. Din nou, ideea de tradiție și ideea de trecut intră în scenă. Naivitatea gestului constă în întretăierea a două axe de gândire și valorizare: rural/urban, respectiv vechi/nou, care în realitate nu se suprapun perfect. Criteriul cronologic al alegerii și ordonării obiectelor cântărește mai mult decât natura și proveniența lor, diminuându-i importanța. Întrebată de ce l-a așezat în acel loc, femeia argumentează: „*Păi îi camera de zi, camera cea mare...*” Apare ideea de „obiect bun”, de „lucru bun”, deci avem de-a face cu o sintaxă axiologică a obiectelor, în funcție de valoarea pe care privitorul-țăran le-o conferă. Este, în opinia mea, trăsătura unui comportament tipic țărănesc, spre deosebire de spațiul urban contemporan, înclinat spre consum, unde obiectele aparținând unor registre diferite sunt mult mai amestecate și mai supuse rapidei uzuri, drumului spre pubelă. Mai mult, biroul este o „piesă tare” a „colțului burghez” pentru că reprezintă, alături de scoarța fixată pe perete, suportul fotografiilor foștilor proprietari ai casei. Valorizarea pozitivă – distincția conținută în această piesă de mobilier – reprezintă o formă de omagiu adus memoriei lor. Puțin contează, în această axiologie, că biroul este în egală măsură suport al unor piepteni pentru scărmanat lâna, precum și a unui cuțit de lemn înfipt într-un tocător de lemn, alături de o ramă de fotografie fără fotografie și de o vază de flori... fără flori (Fig. 6). Primele ar putea constitui o altă „ruptură” țărănească în sintaxa burgheză a colțului, însă Maricica îmi dezvăluie, râzând, sensul ludic al alegerii acelor obiecte: „*Am zâs că dacă vini ciniva, trebui servit, nu?! Cum tot așa am pus și cofița și douî castroani...*” Sintaxa gândită de ea este o „joacă de-a” musafirii. Chiar materialul din care este făcut cuțitul – lemn – îl golește de funcția practică și îl reifică, tăișul său devine inofensiv și obiectul capătă alt rost. Orice dioramare este, în esență, un „ca și cum”. Dar râsul Maricicăi adaugă muzeului naiv o notă de joc, simulacrul nu mai este doar muzeal, ci și copilăresc. Deși face referire în permanență la matricea destul de rigidă a tradiției, Maricica nu se sfiește să se joace și acest lucru se vede în muzeul ei. Pe de altă parte, rama fără fotografie și vaza fără flori constituie o dublă golire de funcție a obiectului: o dată, prin muzeificare, a doua oară, prin aceea că sunt conținători fără conținut – ceea ce le întărește valoarea de semn pe care o dețin în micul muzeu naiv. Sugestia Maricicăi de a aduce o fotografie a familiei lui C.B. le evidențiază potențialul de semnătură și îi reafirmă autoritatea proprietarului, un aproape-mecena. Rama și vaza așteaptă încă momentul în care

își vor împlini funcția sau clipa când se vor molipsi de viață de la imaginația aprinsă a vizitatorilor.

O altă „ruptură” a frazei țărănești pe care discursul muzeal o dorește perenă este reprezentată de toba pentru colindat sprijinită de războiul de țesut din „camera mare” (Fig. 7). Este un obiect cât se poate de ilustrativ pentru amestecul dintre vechi și nou din comunitate: făcând trimitere la o practică străveche și adăugându-i dimensiunea regională prin particularitatea instrumentului, este curios de constatat, în același timp, cum copiii generațiilor recente și l-au asumat, adăugându-i inscripții în limba engleză și chiar desene cu capete de mort. În discursul muzeal, toba de colindat constituie un oximoron și realizează o „spărtură”, iar Maricica nu este foarte mândră de felul în care s-au jucat copiii cu obiectul. Însă, la o a doua privire, oximoronul este acela care, în mod involuntar, mărturisește cu sinceritate adevăratul statut al tradiției în comunitate și îi conferă organicitatea vieții satului contemporan, unde prezentul și trecutul, cultura tradițională și cultura mediatică se întâlnesc fără a se respinge.

În *chiler* – cameră folosită de obicei de către bătrânii familiei –, după ușă, am descoperit o variantă – locală, ține Maricica să sublinieze – a „Răpirii din Serai” (Fig. 8). Destul de greu de recunoscut din pricina caracterului infantilizat, prea puțin elaborat, al imaginii, obiectul reprezintă un motiv de mândrie pentru femeie: e „*di la noi*”. „Răpirea din Serai” este ea însăși o faptă de cultură post-țărănească, marcând trecerea de la industriile casnice și lucrul de mână la preferința pentru obiectul serializat, exterior și perceput drept „frumos”. Maricica o prezintă, însă, ca pe un fapt cultural local, cu notă regională, distinctivă, conținut astfel în ecuația identitară.

Lângă una dintre sobele din lut, văruiate, este amenajat un loc care se vrea o punere în scenă a bucătăriei tradiționale (Fig. 9). Dincolo de obiectele așezate pe „blidar”, care aparțin, într-adevăr, acestui câmp semantic (șervet, lingură de lemn), se poate observa arborarea unora aparținând aceluiași *kitsch* al târgurilor de profil, neînstare să semnifice nici măcar o idee de funcționalitate: o halbă de bere din lemn și o casă țărănească în miniatură, tot din lemn, alături de coarne de cerb bifurcate. Este momentul unei întrebări mai devreme amânate: cum și cât cântărește obiectul *kitsch* într-o expoziție care se dorește țărănească? Într-o încercare de teoretizare a *kitsch-*

ului, Jean Baudrillard afirmă că aparținătoarele genului sunt „pseudo-obiecte, ca simulare, copie, obiecte factice, stereotipuri, ca puținătate de semnificație reală combinată cu o supraabundență de semne, de referințe alegorice, de conotații dispartate, ca exaltare a detaliului și saturare cu detalii”, „supraabundență nearticulată de semne”, „supralicitare dezordonată de semne prefabricate”²⁵. Dar în economia Maricicăi, caracterul *kitsch* nu este conștientizat, obiectele din acest registru fiind valorizate drept frumoase – mai mult, decorative. Dar însăși calitatea decorativă este ne-țărănească, cel puțin în spiritul arhaic pe care dorește să îl evoce muzeul. Ea anticipează urbanul; în sat nu există „de frumusețe” numai de dragul frumuseții. Funcția estetică este esențială, dar nu exclusivă. Departe de a fi un gest gratuit, ea se împletește întotdeauna cu utilitarul. Sau, după spusele lui Horia Bernea, „obiectul tradițional este un obiect puternic prin adecvarea perfectă a aspectului la scop”²⁶. Putem degaja, prin urmare, ideea că ne aflăm, mai curând, în fața unei priviri estetizante a unui lucru

...și totuși, obiecte care tac

În anii '60, față în față cu o industrializare fără precedent care se răsfrângea asupra culturii materiale occidentale scurtând drastic ciclul de viață al obiectelor, Violette Morin scrie un articol în care face distincția dintre „obiectul cosmocentric sau protocolar” și cel „biocentric sau biografic”²⁷. Potrivit autoarei, primul este obiectul mecanizat caracteristic modernității, cu o existență efemeră în interiorul domestic, descriind numai o traiectorie rapidă între fabrică și lada de gunoi. Este destinat să devină deșeu și să fie rapid înlocuit. Al doilea, în schimb, este obiectul care face parte din intimitatea și din destinul proprietarului său; astfel de obiecte se regăsesc într-o simbioză vie cu posesorul lor, încorporându-i-se și îmbătrânind în același timp²⁸. În aceeași linie, Jean Baudrillard arată: „Bogat ca funcționalitate și cu putere săracă de a semnifica, [obiectul funcțional – *n.m.*] trimite la actualitate și se epuizează în cotidian. Obiectul mitologic, cu toată funcționalitatea lui minimă și puterea lui maximă de semnificare, trimite la ancestralitate, sau chiar la anterioritatea absolută

care, din punct de vedere etnografic, ar trebui să semnifice funcționalitatea – o bucătărie.

Printre ideile foarte originale ale Maricicăi – de care este și foarte mândră – se află păpușa de plastic înfășurată ca un bebeluș și „culcată” lângă sobă (Fig. 10), alintată „cocuța”, ca și bucata de „brânză”, în realitate o piatră învelită în hârtie albă, cu un fir alb atașat pentru a reprezenta zerul scurs în timpul procesului de fabricație: „*Am pus un bolovan în loc de caș și ața asta am pus-o ca și cum ar fi zăru' care curge în șțatar!*” Improvizația afirmă nu numai forța reprezentării unor instalații care evocă un știut vital pentru viața țăranilor din trecut, ci și îndrăzneala discursivă a instalației: Maricica știe să se joace, e liberă, sparge intenția ușor lozincară a discursului muzeal cu irumperi de creativitate, de prospețime, de individualitate. Totuși, cele două instalații operează întrucâtva o imobilizare a ceea ce în mod normal se caracterizează prin mișcare, prin vitalitate și transformare – agitația bebelușilor și fermentația laptelui – o golire de miez a obiectului, inerentă muzeificării.

a naturii.”²⁹ Privind muzeul Maricicăi și considerând tipul de păstrare pe care discursul său și-l propune, se poate spune că obiectele sale aspiră să facă parte din cea de a doua categorie conceptuală, a cărei trăsătură este durabilitatea, dublată de pregnanța identitară. Russel W. Belk arată că obiectele posedate au această capacitate de a prelungi sinele nu numai în spațiu, ci și în timp, încastrând amintiri și sentimente. Mai mult, sinele pe care îl ancorează în prezent prin referința la trecut poate iradia de la individualitate la o întreagă comunitate sau (sub)cultură, migrând spre noțiunea de „identitate colectivă”/„eu colectiv” – noțiune care în anumite momente ale istoriei și în anumite locuri tinde să fie mai operativă decât eul individual³⁰. Prin așezarea lor, obiectele din muzeul Maricicăi tind, aspiră spre aceste calități, însă au unele „handicaturi” care le stau în cale. Nu este vorba aici nicidecum despre „gafele” muzeologice, despre rupturile în sintaxă, nici măcar despre *kitsch*, întrucât am arătat în paginile anterioare cum poate fi înțeleasă și valorificată eroarea în acest

25 Baudrillard, Jean. 2005. *Societatea de consum. Mituri și structuri*. București: Comunicare.ro, p. 139 (trad. Alexandru Matei),

26 Horia Bernea, *op. cit.*, p. 23.

27 Violette Morin *apud* Bonnot, Thierry, *op. cit.*, p. 83.

28 *Ibidem*.

29 Bernea, Horia *op. cit.*, p. 24.

30 Belk, Russel W. „Possessions and the Extended Self”, *The Journal of Consumer Research*, 15/2 (1988), pp. 139-168.

tip de discurs muzeal. „Handicapul” sintaxei gândite de Maricica rezidă în cvasi-absența poveștilor care ar fi putut fi asociate fiecărui obiect în parte. Dacă muzeul în totalitatea sa iese din timp prin tradiția pe care vrea să o pună în scenă, obiectele „tac” tocmai prin lipsa notei de istorialitate și de personalitate pe care ar fi putut să o conțină. Mai mult, dacă traseul fiecărui obiect în parte ar putea fi documentat și arătat, pe lângă poveștile și demonstrațiile pline de bunăvoință ale Maricicăi, el ar putea constitui o „pânză narativă” care să susțină sintaxa strict materială.

Horia Bernea afirma că obiectele, scoase din contextul lor organic și golite de funcția primară prin muzeificare în contexte slabe, „slăbesc” la rândul lor, devin artificiale, așa că trebuie ajutate: „Eu cred că este util să le dai șansa de a exista într-un spațiu *activ*, un spațiu cultural deschis care să le scoată din somnolența vechilor comparații simbolic-emoțive. Obiectul trebuie

să devină agentul prin care producem informații.”³¹. Soluția lui consta în dialogul permanent, ritmat, dintre obiectul tare și obiectul slab, alcătuiind o rețea de semnificații. Este, însă, o abordare intelectualistă, care s-ar afla la îndemâna muzeologiei naive poate numai prin forța întâmplării, lucru pe care nu se poate miza *a priori*. De partea cealaltă, Russel W. Belk atrage atenția că gestul muzeificării operează un soi de sacralizare a obiectului³² – deci o întărire a sensului său – pentru că însuși muzeul este un templu al lumii moderne³³, iar transferul obiectului din organicitatea cotidiană în rândul privilegiat al altor obiecte sacre i-ar conferi această dimensiune. În cazul muzeologiei naive, însă, legăturile care pot spori acest efect îl pot și dinamita, pentru că sunt în mare măsură puse sub semnul întâmplării. În lipsa narativității ca strategie de „reparare” a golului istoric din discurs, obiectele nu vor reuși altceva decât să semnifice, în manieră abstractă, însuși timpul³⁴.

În loc de concluzii: Muzeul și Țăranul

Există în muzeologia naivă preaplinuri de sens, izvorâte din prospețimea și spontaneitatea gestului, din curajul privirii care nu se sinchisește de eroare. Pe de altă parte, ea implică două feluri de goluri: unul, constitutiv, pe care își propune să îl umple prin chiar gestul curatorial – un gol identitar al cuiva aflat într-o stare de „între”, care se întoarce spre trecut pentru a-și căuta reperatele; celălalt – un gol de receptare care ar putea fi reparat prin restabilirea, într-o anumită măsură, a istoricității, într-un spațiu pe care setea de origine și de autenticitate au sfârșit prin a-l goli de timp, dinamitând astfel trecutul care se dorește a fi exprimat.

Sunt câteva cauze pe care Vintilă Mihăilescu le așază la originea a ceea ce el numește, pe un ton radical, dispariția țărânimii în spațiul românesc al prezentului: disoluția spiritului comunitar relativ la proprietate ca urmare a confiscării pământurilor de către comuniști și a cooperativizării, industrializarea comunistă și urbanizarea forțată și întrucâtva falsă a țăranului (aparitiia categoriei intermediare de muncitor-gospodar), urmată

de un fulminant exod postdecembrist spre rural, apoi de o reîmproprietărire fără un plan agricol sustenabil, concentrat pe producție și de migrația masivă la muncă, în străinătate.³⁵ Toate acestea ar fi bulversat țăranul român, scindându-l definitiv de matricea sa: pământul. În accepția antropologului, țăranul este o persoană intim legată de pământ, între cei doi stabilindu-se o relație de dependență reciprocă, neintermediată: pământul are nevoie să fie lucrat de țăran ca să dea roade, iar țăranul are nevoie să lucreze pământul ca să se poate hrăni și susține economic. Odată cu acest cordon ombilical dintre pământ și țăran vine și un întreg mod de viață și o manieră de a privi lumea, în jurul lui se țese o întregă cultură. Or, cu cât între corp și pământul gol se interpun mai multe elemente, cu atât cordonul ombilical se rupe și ne îndepărtăm de țărânie. Poate nu într-atât încât să vorbim despre o dispariție, cât, în mod cert, despre o diluare substanțială. Chiar dacă este încă intim legată de pământul său și se revendică drept țăran, persoana din mediul rural care se autodesemnează astfel va constitui o nișă într-un sistem potrivit.

31 Bernea, Horia *op. cit.*, p. 24

32 Belk, Russell W. *The Role...*, *op. cit.*

33 Rheims *apud* Belk, Russel W. *ibidem*.

34 Baudrillard, Jean *Sistemul...*, *op. cit.*, p. 50.

35 Vintilă Mihăilescu, Nu mai există țăran român, disponibil la http://adevarul.ro/news/societate/vintilamihailescu-nu-mai-exista-taran-roman-1_513786b300f5182b85d855f1/index.html (interviu consemnat de Oana Dan; ultima consultare: 22.04.2015).

Unul dintre efectele acestei schimbări de paradigmă este normalizarea gestului de muzeificare la sat. Cineva a cărui identitate de țaran este intrinsecă și asumată, nu extrovertită și declamată, nu ar recunoaște necesitatea unui gest de muzeificare a propriei vieți. Ar muzeifica, eventual, evenimente și figuri istorice aureolate de glorie, de la care să se „contamineze” de prestigiu, fapte care ar sparge cotidianul. Dar nu cotidianul însuși. Atât timp cât el este viu, organic, atât timp cât curge firesc, de ce să-l conserve? De ce să-l expui? Comportamentul de urgență în ceea ce privește faptele de cultură tradițională este de sorginte modernă și reprezintă o abordare intelectualistă a spațiului arhaic. Dacă oamenii locului au absorbit acest comportament până la a-l prezenta drept inițiativă proprie, constituind un motiv de mândrie, înseamnă că nu mai avem de-a

face cu niște țărani în sensul în care afirmă ei că sunt, ci cu niște post-țărani care nu se pot izola de implicațiile unei societăți post-țărănești, care privește spre un viitor modern. Dacă – mai mult sau mai puțin sașie – privirea se îndreaptă în același timp către un trecut idilic, asumat din punct de vedere identitar, este pentru că acești oameni simt că pierd ceva, că în răspunsul la întrebarea „Cine suntem noi?” se cascadează un gol amenințător. Iar obiectul muzeificat tinde să umple acest gol, ca discurs îndreptat spre sine, pentru că obiectul este un purtător de fantome. Mergând mai departe, poate chiar un agregator de fantome, atât timp cât e în stare să evoce un trecut idilic din care răul a fost extirpat și să ofere iluzia reconfortantă a prelungirii sale într-un prezent nu foarte bogat în repere identitare.

Clasificarea obiectelor din muzeul Maricicăi pe categorii funcționale ***

1. Industrii casnice

- război de țesut
- ițe
- vatală
- iepe
- suluri
- tindechi
- urioc (urzeală)
- raghilă (un tip de pieptene pentru capre)
- „piepțeni”
- lână
- vârtelniță
- suveică
- țâghii
- scaun „aparte” pentru vârtelniță

2. Încăperi/părți ale locuinței

- „camera cea mare”
- chiler (camera bătrânilor)
- portar (ușă)
- uși „înfundate” (fără geam)
- lăptărie (bucătărie)

3. Obiecte casnice/gospodărești

- canistra de gaz
- crinta (pentru caș)
- balanța pentru cântărit cașul
- masă „înfundată” (a aparținut stăpânilor casei)
- feredeu (copaie pentru spălat rufe)
- covată (pentru cernut făina)

- făcăleț
- blidar
- sită
- canistra de gaz
- bota de apă
- „șătar” pentru muls vaca
- clopot pentru vacă
- foarfecă de tuns oi

4. Obiecte de bucătărie

- fund de lemn
- cuțit de lemn
- castroane pentru ciorbă
- cofiță
- linguri de lemn

5. Port țăranesc

- catrință de copil (la intrare)
- port femeiesc (în camera de dormit)
- port bărbătesc (în camera de dormit)

6. Obiecte de mobilier

- pat cu tăblii (în bucătărie)
- blidar
- biroul de inspirație burgheză (din „camera cea mare”)
- peretare
- preșuri
- oglindă
- masă „înfundată”

*** Obiectele au fost repartizate pe clase în ordinea în care apar în discursul de prezentare al Maricicăi.

- paturi cu saltele de paie (în camera de dormit)

7. Obiecte festive/ sărbătorești

- buhai
- tobă cu măciuci
- cimpoaie din piele de ied (la intrare)
- buciom (învelit în coajă de cireș)

8. Obiecte rituale

- icoana cu busuioc

9. Obiecte medicale/de leac

- ventuze (lângă sobă)

10. Obiecte de puericultură

- feredeu (copaie în care se spălau copiii)
- „cocuța” (păpușă înfășată și pusă în leagăn în camera de dormit)

11. Obiecte „fantezie” (creativitatea discursului muzeal)

- „cocuța” (păpușă înfășată și pusă în leagăn în camera de dormit)
- „cașul” (bolovan învelit în hârtie, cu fir textil pe post de zer)

12. Obiecte ne-țărănești

- ceasul fără baterie
- două uși noi de interior (ne-originale, înlocuiri aduse de Cornel Bercariu)
- biroul de inspirație burgheză (din „camera cea mare”)
- bibelou de lut („de frumusețe”)
- cornul de cerb cu doi lăstari („de frumusețe”)
- carpeta „Răpirea din serai” (din chiler)
- farfuria din perete de tip „Sporul casei”, din ceramică (în camera de dormit, între costumele populare)

Referințe

Publicații de specialitate:

Muzeul Țăranului Român. 2008. *Robii frumosului. Muzeu și colecții sătești din România*, București: Martor

Baudrillard, Jean. 2005. *Societatea de consum. Mituri și structuri*. București: Comunicare.ro (trad. Alexandru Matei)

Baudrillard, Jean. 1996. *Sistemul obiectelor*. Cluj: Echinoc (trad. Horia Lazăr)

Belk, Russel W., „The Role of Possessions in Constructing and Maintaining a Sense of Past”, *NA – Advances in Consumer Research*, 17(1990)

Belk, Russel W., „Possessions and the Extended Self”, *The Journal of Consumer Research*, 15/2(1988)

Bernea, Horia. 2010. *Câteva gânduri despre muzeu, cantități, materialitate și încrucișare*. f.l: Editura Liternet

Bonnot, Thierry. 2014. *L'Attachement aux choses*. Paris: CNRS Editions

Hobsbawm, Eric. 2012. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press

Nicolau, Irina. 2001. „Despre cădere, punere și așezare”, în *Talmeș-balmeș de etnologie și multe altele*. București: Editura Ars Docendi

Pleșu, Andrei, „Despre un personaj cu nenumărate chipuri”, *Foaie. Buletin de informare al MȚR*, 1(2001) (interviu consemnat de Silvia Cazacu)

Poulot, Dominique. 2009. *Musées et muséologie*. Paris : Editions La Découverte

Thiesse, Anne-Marie.1999. *La création des identités nationales. Europe XVIII^e-XX^e siècle*. Paris : Editions du Seuil

Referințe online:

Legea muzeelor și a colecțiilor publice nr. 311 din 8 iulie 2003, disponibilă la <http://www.cimec.ro/muzee/lege/index.htm>

<http://www.muzeultaranuluiroman.ro/istoric.html>

MIHĂILESCU, Vintilă, Nu mai există țăran român, disponibil la http://adevarul.ro/news/societate/vintilamihailescu-nu-mai-exista-taran-roman-1_513786b300f5182b85d855f1/index.html (interviu consemnat de Oana Dan)

Anca-Maria Pănoiu
Muzeul Țăranului Român
anca.maria_p@yahoo.com



Fig. 1. Muzeul Agriculturii, Biserica de lemn „Poiana”

TEMATICĂ ȘI FORME DE EXPRESIE

în expozițiile recente ale Muzeului Agriculturii din Slobozia

ABSTRACT

Reaching the maturity of exploring and promoting Romanian national rural culture, the Slobozia Agricultural Museum continues, in the same tradition of preserving and revealing the essence of the heritage that is under its management, to choose a large variety of themes regarding its exhibits that are meant to enrich the thinking, imagination and sensitivity of the modern man. Intuition was the one that managed to survive over the last years, in spite of the financial issues, mostly because the museum is oriented, concerned and dedicated to its public, thus organizing event – exhibitions that contain many interactive activities (creative workshops, artistic moments, practical demonstrations of traditional cooking, etc.). These are supposed to not only develop specific skills, but also facilitate a better understanding of the language of the world of the museum. Therefore, this paper is going to focus on the ways of presenting the spiritual and material culture through temporary thematic and symbolic exhibitions that are all ready to answer the needs and interests of the visitors. Such exhibitions play also an important role in revitalizing the heritage and the Agricultural Museum itself, that is more and more preoccupied with the relationship and interference between the traditional world and the nowadays rapidly growing technological society.

KEY-WORDS: *Slobozia Agricultural Museum, rural culture, exhibitions, traditional, practical demonstrations*



Fig. 2. Semănatul cu tractorul Lanz Bulldog (an de fabricație 1939) și plug de fier cu două brazde Rud Sack (1936)

Inaugurarea expoziției permanente, însoțită de catalogul de prezentare a colecțiilor, reprezintă, poate, evenimentul cel mai important de la înființarea muzeului și până astăzi. Muzeul Agriculturii a fost înființat prin Decizia Prefecturii Județului Ialomița nr. 178/1990, conform Legii nr.311 din 8 iulie 2003, și a primit titulatura de „Muzeul Național al Agriculturii”. În 15 noiembrie 2006, legea a fost republicată, fără anexe, muzeul rămânând cu titulatura de „Muzeul Agriculturii”. În anul 2011 s-au făcut toate demersurile pentru a se reveni la denumirea de Muzeu Național al Agriculturii, dar, datorită birocrăției, rezultatele întârzie să apară.

Muzeul a fost deschis oficial pentru public pe 25 martie 1996, printr-un efort deosebit al oficialităților, conducerii și personalului muzeului de la acea vreme. Clădirea, improprie pentru un muzeu, mai ales pentru un muzeu cu profil agricol, ce are nevoie de spații adiacente, necesare pentru depozitare, demonstrații cu mașini și utilaje agricole, târguri etc. ne-a determinat ca, în anul 2013, să realizăm un studiu de fezabilitate, care va permite consolidarea, reamenajarea și dezvoltarea spațiilor muzeale, a depozitelor, atelierelor de conservare și restaurare, ceea ce va conferi importanța cuvenită unui astfel de muzeu, alături de un circuit muzeal adecvat, cu

scopul de a prezenta publicului un patrimoniu național valoros și divers.

În ultimii ani, un accent deosebit s-a pus pe consolidarea bazei materiale, valorificarea expozițională, printr-un program care cuprinde rularea unei părți importante din patrimoniul deținut de muzeu, valorificarea editorială prin cataloage de expoziție, pe conservarea, restaurarea și întreținerea obiectelor muzeale, pregătirea profesională a personalului angajat, printr-un proiect al Consiliului Județean Ialomița, dialogul și schimbul de experiență cu muzee, instituții și organizații culturale, instituții de



Fig. 3. Moara lui Fuierea

învățămint, cu instituții similare din străinătate, prin intermediul Asociației Internaționale a Muzeelor de Agricultură, pe relațiile cu presa, televiziunile locale și naționale, pe utilizarea judicioasă a bugetului, în conformitate cu proiectul de management aprobat de Consiliul Județean Ialomița. Toate acestea și multe altele au făcut ca Muzeul Agriculturii să fie prezent permanent în conștiința publică.

Biserica de lemn „Poiana”, în care se rânduiesc din anul 2000 toate serviciile ortodox-creștine pentru Parohia Buna Vestire, reprezintă, în același timp, un obiectiv turistic atractiv nu numai local și național, ci și internațional. Începând cu primăvara anului 2011, toate serviciile administrative ale bisericii, cum era și firesc, au fost preluate de Parohia Buna Vestire.

Ferma Model Perieți, cu o suprafață de 5,4 ha teren și 18 clădiri, a fost donată muzeului în anul 2005. Înființată în 1936, Ferma Perieți devine Fermă Model în anul 1945 și un etalon în contextul modernizării agriculturii românești. Lipsa unor proiecte coerente, avizate de Direcția de Patrimoniu și Comisia Națională a Monumentelor Istorice, a unei viziuni realiste legate de restaurarea acestor clădiri și întârzierea

unor lucrări ce trebuiau executate în mod imperios au dus la năruirea unora dintre clădiri. Au fost puse în pericol nu numai monumentul istoric „Ansamblul Fermă Agricolă, com. Perieți, jud. Ialomița”, ci și obiectele de patrimoniu, depozitate aici. Astfel că, prin Ordinul nr. 2656/16.11.2012, emis de Ministerul Culturii și Patrimoniului Național, *Imobilul Ferma Agricolă Perieți, având regimul juridic de monument istoric, grupa „B”, cod în Lista Monumentelor Istorice, IL-II-a-B-14153*, s-a declassat parțial. În momentul de față există un studiu de fezabilitate, care permite instituției să acceseze fonduri europene nerambursabile, deoarece județul Ialomița nu are disponibilitatea financiară de a susține un proiect de o asemenea anvergură.

Patrimoniul mobil al muzeului cuprinde 13.416 de obiecte muzeale structurate în colecții reprezentative: unelte, mașini agricole și instalații de arheologie industrială, etnografie (unelte agricole confecționate în ateliere și gospodării rurale, mijloace de transport, obiecte de uz casnic și gospodăresc, mobilier, ceramică, textile, port, recuzită, obiceiuri), istorie-memorialistică, artă, religie, literatură, științele naturii. Datoria noastră este să valorificăm



Fig. 4. Stâlpul cerului



Fig. 6. Primăria



Fig. 5. Atelierul de fierărie

expozițional obiectele din patrimoniu, prețioase prin valoarea lor artistică, documentară, istorică, științifică, culturală și memorialistică, achiziționate din toate zonele etnografice ale țării. Cu siguranță, un simplu periplu imaginar-sintetic printre obiectele expuse nu este suficient pentru a putea cuprinde bogăția tehnică, creativă, spirituală a geniului uman, iar acest „specific național”, definit în tratate, nu oferă suficiente informații pentru a cunoaște fibra internă a fiecărui obiect, însă, cu toate acestea, invităm vizitatorul la reflecție, să încerce să-și imagineze, preț de câteva clipe măcar, atmosfera de altădată a satului românesc, spectacolul de pe ulițe în zi de sărbătoare, obiceiuri și



Fig. 7. Brutăria

tradiții aproape uitate, semne, simboluri și mărturii care demonstrează că tot ceea ce văd a existat și nu reprezintă doar o poveste. Sunt amintiri ce trebuie păstrate cu grijă în sufletul fiecăruia dintre noi, iar muzeul, prin tot ceea ce oferă, poate să trezească nostalgiile pentru anii copilăriei sau din tinerețea bunicilor noștri, să stârnească curiozitatea de a afla

mai multe despre ceea ce a fost și niciodată nu va mai fi.

Muzeul Agriculturii a organizat o astfel de expoziție de ansamblu, care include obiecte din toate colecțiile. Ne-am angajat la un lucru ce necesită eforturi considerabile, cu dificultăți în refacerea istoricului unora dintre obiecte, care, din păcate, au intrat în

Fig. 8. Atelierul foto





Fig. 9. Interior de casă țărănească.
Odaia de lucru



Fig. 10. Bucătăria de odinioară

patrimoniu fără a se ști informații minimale despre ele (proprietar, datare, proveniență etc.), dar, sperăm ca, prin această expoziție, să punem în evidență colecțiile de excepție pe care le deține muzeul. Ne-am axat, în mare parte, pe următoarele colecții muzeale: Unelte și mașini de prelucrare a solului, Mașini agricole de epocă, Mijloace de transport, Viticultură, Pomicultură, Apicultură, Hambare de cereale, Obiecte de uz gospodăresc, Instrumentar textil tradițional, Textile, Meserii și meșteșuguri, Mijloace de stins incendii, Sticlărie, Ceramică, Metrologie, Orologie, Aparate foto, Fotografii de epocă.

Misiunea noastră este aceea de a crea o instituție „vizibilă”, prin punerea în valoare a resurselor culturale, istorice și de patrimoniu de care dispunem, un muzeu de renume, apreciat și vizitat, ceea ce îi vor garanta existența viitoare și, mai ales, finanțarea. Prin acest proiect expozițional se încearcă trecerea de la o structură tradițională, rigidă, la una flexibilă,

adaptată mediului și nevoilor vizitatorilor, membrilor comunității locale, preocupați continuu de calitatea actului muzeal, asigurând, în același timp, și îmbunătățirea gradului de atractivitate a județului și a regiunii.

Muzeul Agriculturii este în prezent singurul muzeu cu profil agricol din țară și îi revine responsabilitatea de a avea calitate, profesionalism, înnoire și continuitate. Sunt dimensiuni ale instituției care conferă reprezentativitate în plan cultural, prestigiu și exemplaritate, toate constituind mesajul nostru în cadrul vieții culturale românești actuale.

Prof. dr. Gheorghe Petre

Muzeul Agriculturii

920031, Slobozia, B-dul Matei Basarab nr. 10

Tel./Fax: 0243-231991,

e-mail: mna_slobozia@yahoo.com;

www.muzeulagriculturii.ro



Fig. 1. Interior Casa Mureșenilor 2007-2015. Expoziția permanentă

ARTS & HISTORY

O viziune nouă pentru un muzeu vechi

ABSTRACT

Art&History – A New Vision for An Old Museum. This article presents the nuances in defining a museum in relation to its museum-collection. Usually, a museum is the reflection of its collections, but sometimes, in particular cases, the exhibition may not be only the reflection of its collections. In our case study, Mureșianu’s House Museum from Brașov, Transilvania, we describe a museum that is translating from a classic memorial museum to a modern museum, adapted to the requirements of contemporaneity.

KEY-WORDS: *Mureșianu’s House Museum Brașov, 2015, modernization, museum, collection, modern museum space*



Fig. 2. Interior Casa Mureșenilor 2007-2015. Expoziția permanentă

Muzeul „Casa Mureșenilor” din Brașov este unul dintre cele mai importante muzee memoriale din România. După ce s-a consacrat în ultimul deceniu prin activitățile educaționale și proiectele comunitare de excelență, începând cu anul 2015, muzeul se reorientează spre o mai intensă promovare a culturii și artelor contemporane, păstrând totodată componenta de valorificare a patrimoniului clasic. Lucrarea prezintă modul de reorganizare a spațiilor muzeale, respectiv campania de re poziționare/rebranding.

Relația Muzeu-Colecție este una vitală în economia activității noastre specifice. „Museums «as holders of primary evidence...» have a «...primary duty to preserve [their] collections...», to acquire objects with the «...expectation of permanency...» and to «...keep them for posterity». However, in some situations such as «living» or «working» museums, it may be necessary to regard «at least part of their collection as replaceable or renewable»¹. Codul ICOM al Muzeelor reafirmă repetat că aceste colecții trebuie păstrate, conservate și documentate în mod adecvat.²

1 Donahue, Paul F. (2004), p. 4

2 *idem*



Fig. 3. Interior Casa Mureșenilor înainte de 2007. Expoziția permanentă.

Cu toate acestea, există și o serie de excepții, printre care credem că se include și Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov: „There are many exceptions to this definition and to the traditional concept of a museum as a collecting institution. Examples are one-object museums, such as a ship museum or a house museum with a plethora of culturally associated objects, the avocationalists’ museum that puts its member’s models on exhibition but does not concern itself with acquisition, preservation or research, the art museum that appears not to have acquired a permanent collection – [vezi și Andrew J. Pekarik, „Museums as Symbols”, în „Curator” 46/2, April 2003, pp. 132-135] – the virtual museum with virtual objects, and the science centre or children’s museum with no collection”³. Înspre această direcție credem că se poate îndrepta și muzeul prezentat în studiul nostru de caz.

Pentru a analiza în mod integrator poziția muzeului brașovean, trebuie să ne raportăm la definiția muzeelor, așa cum este ea descrisă în Legea 311/2003: „Muzeul – instituție publică de cultură, aflată în

serviciul societății, care colecționează, conservă, cercetează, restaurează, comunică și expune, în scopul cunoașterii, educării și recreării, mărturii materiale și spirituale ale existenței și evoluției comunităților umane, precum și ale mediului înconjurător”⁴. În mod evident, funcția de colecționare a unui muzeu memorial este mult restrânsă prin natura intrinsecă a originii colecției, de obicei o donație a urmașilor sau familiei personalității/personalităților, respectiv de numărul limitat al acestor mărturii materiale, atât în timp, cât și în spațiu.

Mergând mai departe cu raționamentul nostru, se ridică întrebarea firească a modului în care funcționarea unui asemenea muzeu răspunde priorităților strategice ale domeniului Cultură, așa cum sunt acestea descrise în „Strategia sectorială în domeniul culturii”. Acest document vital pentru direcția înspre care merge fenomenul cultural național are ca orizont cronologic anii 2014-2020. Obiectivele sectoriale vizează Patrimoniul Cultural Național (atât mobil, cât și imobil, precum și cel imaterial) și Creația Contemporană. La acestea se adaugă obiectivele orizontale, și anume

³ *Ibidem*.

⁴ Legea 311/2003 [Online] Disponibil la: http://www.dreptonline.ro/legislatie/legea_muzeelor_colectiilor_publice.php



Fig. 4. Interior Casa Mureșenilor 2015. Expoziția temporară Rembrandt@Brașov

Întărirea capacității instituționale, Educația culturală și formarea profesională, Intervenția culturală, precum și Dezvoltarea infrastructurii culturale⁵.

Noua viziune muzeală propusă pentru Casa Mureșenilor, așa cum este ea stipulată și în proiectul de management pentru anii 2014-2019⁶, este una holistică, integratoare pentru majoritatea priorităților strategice sectoriale pentru domeniul culturii. Astfel, în finalul acestui proces de re poziționare și rebranding, muzeul brașovean trebuie să devină un muzeu modern, pregătit pentru proiecte culturale majore, cu spații expoziționale capabile să găzduiască expozițiile prezentului și ale viitorului, cu o alternare rațională și performantă a tematicilor de patrimoniu clasic cu cele ale creației contemporane și cu o atenție sporită pentru educația culturală, toate fiind menite să ducă la consolidarea instituțională.

Muzeul „Casa Mureșenilor” din Brașov a fost înființat în anul 1968, ca urmare a donației urmașilor lui Iacob Mureșianu (1812-1887), membru al Academiei Române, pedagog, jurnalist și politician excepțional

român al Transilvaniei secolului al XIX-lea. Acest muzeu își leagă numele de cel al reprezentanților uneia dintre cele mai importante dinastii culturale românești, care a dat pedagogi, jurnaliști, politicieni, scriitori, istorici și muzicieni de excepție. Elementele de patrimoniu de forță ale muzeului le constituie puținele documente rămase de la Andrei Mureșanu (printre care și o transcriere din secolul al XIX-lea a poeziei „Răsunet”, azi Imnul Național de Stat al României), dar și o masivă arhivă de familie (cu peste 25.000 de bunuri culturale de patrimoniu), însoțite și de o serie de obiecte de mobilier, artă plastică și decorativă, instrumente muzicale.

Muzeul arăta, de la apariția sa, ca un muzeu memorial „clasic”, cu obiecte de mobilier ale familiei, completate cu vitrine și panouri de lemn, în care erau expuse documente și texte explicative. Acest muzeu nu a fost niciodată adaptat cerințelor expoziționale specifice unui muzeu clasic, adică dotat cu sistem de iluminat modern, dublat de obturarea luminii naturale etc. Mai mult decât atât, expunerea îndelungată a unor documente de secol XIX nu se încadra în normele de conservare și expunere a patrimoniului cultural mobil.⁷

5 CCDC. (f.d.)

6 Rus (2014)

7 Conform HG 1546/2003. [Online] Disponibil la: <http://www.bcu-iasi.ro/docs/HG1546-2003.pdf>.



Fig. 5. Interior Casa Mureșenilor înainte de 2007. Expoziția permanentă



Fig. 6.



Fig. 7.

Fig. 6. și Fig. 7. Interior Casa Mureșenilor 2015. Expoziția temporară Rembrandt@Brașov

În anul 2007, expoziția permanentă a muzeului este refăcută după o nouă viziune expozițională, care deriva din ideea reconstituirii atmosferei de epocă, specifică unei locuințe civile din a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Astfel, expoziția se baza pe renunțarea la panouri și vitrine, pereții fiind acoperiți cu tapet în 5 săli din 8 ale expoziției permanente, fiind păstrate doar elementele de mobilier, artă plastică și decorativă din donația inițială. La acestea

se adăugau trei săli de expoziție permanentă, în care erau expuse bunuri culturale de patrimoniu reprezentative pentru alte personalități ale vieții culturale brașovene, precum George Dima și Paul Richter. Una dintre săli era dedicată exclusiv evoluției tehnologice a instrumentelor de redare a sunetului (cutii muzicale, patefoane, gramofone, pick-up sau armonii). Alte două săli de expoziție erau destinate expozițiilor temporare.



Fig. 8. Interior Casa Mureșenilor 2015. Expoziția permanentă

În anul 2015 are loc un nou proces de schimbare a dispunerii expoziționale, unul dintre cele mai radicale din istoria muzeografiei românești. Premisele de la care s-a pornit în această refacere expozițională sunt influențate de poziția muzeului în orașul Brașov, și anume în Piața Sfântului nr. 25, în imediata apropiere a Bisericii Negre. Al doilea motiv pentru această schimbare este dat de „fixarea” numărului de turiști care ajung anual la Brașov, la aproximativ 1.000.000. Atragem atenția că aceasta este o cifră statistică oficială, întemeiată pe numărul de înoptări în sistemul hotelier local și zonal, care nu ia în considerare turiștii care se află în tranzit prin oraș, respectiv turiștii care călătoresc în „regie proprie”, aceștia nefiind înregistrați în actele oficiale ale entităților economice implicate în turismul local. Al treilea factor care a contribuit la reconsiderarea spațiilor muzeale este dat de natura expozițiilor temporare care au început să călătorească prin țară, dar mai ales în străinătate. Aceste expoziții sunt de dimensiuni medii și mari, care necesită sute de metri pătrați expoziționali, respectiv zeci și, uneori, sute de metri liniari de simeză.



Fig. 9. Interior Casa Mureșenilor 2015. Expoziția permanentă

Luând în considerare toți acești factori, s-a adoptat soluția radicală a schimbării spațiilor expoziționale ale muzeului, după cum urmează: noul spațiu de expoziții temporare al muzeului are 8 săli, legate de un hol lung, cu un spațiu de peste 220 mp, și aproximativ 90 de metri liniari de simeză; expoziția permanentă are alocate trei săli de expoziție, cu aproximativ 100 de metri pătrați.

Noua expoziție permanentă a muzeului are în expunere liberă aproximativ 500 obiecte, bunuri culturale de patrimoniu și replici (obiecte și fotografii). În două dintre sălile expoziționale s-a mers pe formula de reconstituire a epocii (secol XIX), respectiv a treia sală este dedicată evoluției tehnologice a instrumentelor de redare a sunetelor din două secole. Spațiul expozițional este dotat cu sistem de iluminat mixt (lămpi cu becuri incandescente și spoturi cu led), respectiv cu aparate de redare a sunetului (muzică clasică și ghidaj audio, în limbile română și franceză).

Noile săli de expoziție temporară reprezintă cel mai mare și mai modern spațiu expozițional din Brașov. Acestea sunt dotate cu sistem de iluminat modern, cu spoturi cu led pe șină (de 15 W fiecare, în număr de 94 de bucăți). Lumina naturală a fost obturată prin montarea unor storuri la toate geamurile clădirii. Acest spațiu este menit să răspundă noii misiuni organizaționale a muzeului, așa cum a fost ea reformulată de către management, pentru anii 2014-2019: „Misiunea noastră este de a interpreta și celebra trecutul într-un context al prezentului și al viitorului, într-un mod cât mai adaptat nevoilor turismului modern. Muzeul «Casa Mureșenilor» din Brașov există pentru a arăta un posibil model uman de urmat. Brașovenii trebuie să știe cum erau brașovenii de altădată, și acest muzeu le aduce aminte permanent că viitorul are o inimă antică.

Bibliografie:

Centru de Cercetare și Consultanță în domeniul Culturii. f.d. *Strategia sectorială în domeniul culturii și patrimoniului național pentru perioada 2014-2020* [Online] Disponibil la: http://www.cultura.ro/uploads/files/STRATEGIA_%20SECTORIALA_IN_DOMENIUL_CULTURII_2014-2020.pdf

Donahue, Paul F. „Reevaluating the ICOM Definition of the Museum”. *Focus 2* (2004), p. 4-5 [Online] Disponibil la: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-2/ENG/p4_2004-2.pdf

Mureșenii și contemporanii lor (Gheorghe Dima, Paul Richter, Ioan și Ștefan Baciuc etc.) reprezentau un model de civilizație urbană de tip multicultural, iar acest muzeu va încerca să însușească acest spirit și tinerei generații, prin inițierea de proiecte și parteneriate comunitare, cu finanțare extrabugetară și prin realizarea de expoziții adaptate așteptărilor publicului și turiștilor din Brașov.”⁸ Astfel, noul spațiu expozițional a fost pregătit în mod adecvat pentru prima expoziție temporară cu care s-a redeschis la 5 octombrie muzeul, și anume „Rembrandt@Brașov”. Această expoziție reunește 273 de gravuri realizate în secolul al XIX-lea la Biblioteca Națională a Franței, replici după gravurile originale ale marelui pictor olandez. Colecția se află în proprietatea domnului Thomas Emmerling, cel care a avut amabilitatea să itinareze această expoziție și la Brașov, după ce aceasta a fost la Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Câmpulung Muscel. Expoziția a fost promovată în mod adecvat în perioada premergătoare vernisajului, cu bannere, afișe, autocolante, afișaj stradal electronic, spoturi radio și TV.

În concluzie, muzeele din România pot și trebuie să își adapteze discursul expozițional la nevoile comunității în care activează, având permanent în vedere prioritățile strategice culturale naționale, într-un mod cât mai integrator și holistic, pregătit pentru promovarea alternativă a patrimoniului cultural național, dar și a creației contemporane, în manieră modernă și atractivă.

HG 1546/2003. [Online] Disponibil la: <http://www.bcu-iasi.ro/docs/HG1546-2003.pdf>.

Legea 311/2003 [Online] Disponibil la: http://www.dreptonline.ro/legislatie/legea_muzeelor_colectiilor_publice.php

Rus, Valer. 2014. *Proiect de management. Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov, 2014-2019*, mss.

Dr. Valer Rus

Muzeul „Casa Mureșenilor” Brașov
Piața Sfatului 25 Brașov cod 500025
rus.valer@gmail.com

CURATORUL – LA CE SERVEȘTE

ABSTRACT

The article analyses the terminological difference between the existing term, “museographer” and the more recent term in use, “curator”, as well as their descriptions as job requirements in Romania and abroad. The need for an official recognition of the “curator” is questioned, under a brief overview of the current circumstances that could have led to the necessity of introducing a new term or a new occupation – the curator, along with a critical approach on the market exigencies and available tools and resources in the curatorial work in Romania. After identifying several major deficiencies that could interfere with the quality of the curatorial act, the article does not attempt to find solutions to these particular problems, but suggests ways of overcoming existing obstacles instead, in an achievable manner, stating that issues lay in changing perspective, rather than in amending terminology.

KEY-WORDS: *curator, museum professions, museum job description, museum exhibition, exhibition planning.*

„Curator”, în sensul muzeografic pe care îl vizăm aici, este un termen nou în România. El tinde să înlocuiască uneori mai modestul „muzeograf”, căruia îi lipsește o aură de modernitate și de intelectualism. Și ne ajută să suplinim lipsa unui termen care să fie aplicabil altor tipuri de expoziții decât cele muzeale, mai rare până nu demult.

Aproape inutil să mai spunem, și „curatorul” a apărut la noi pe filiera anglo-saxonă, din ce în ce mai influentă nu doar în limbaj, ci și în viața de zi cu zi.

Totuși, să ne amintim că termenul nu este nou în limba română, el are un vechi înțeles juridic, de persoană însărcinată cu administrarea unui patrimoniu sau/și a intereselor unei alte persoane. Cu buna administrare, ca să fim mai exacti.

Dacă aruncăm o privire asupra „fișei postului” curatorului francez, britanic, american sau italian, de exemplu, observăm că se suprapune în descrierea sarcinilor cu cea a muzeografului local (de la care se așteaptă nu puțin, în Nomenclatorul Ocupațiilor).

Până aici, nicio diferență între ceea ce se așteaptă de la un curator și ceea ce se așteaptă de la un muzeograf: conservare generală, inventariere, cercetare, interpretare și punere în valoare a patrimoniului, în binecunoscutele și recunoscutele scopuri educative și de divertisment. Aici s-ar cuveni o completare: și de propagandă și „soft power” sau diplomație culturală.

De unde nevoia de a consacra un nou termen pe lângă oficialul „muzeograf”, deci?

Îndrăznesc să spun că din nevoia de modernizare. Și din compararea produselor noastre curatoriale cu cele din alte țări, mai norocoase.

Ce ne lipsește? În primul rând, spectaculosul. Anvergura. Ineditul. Complexitatea. Mijloacele (materiale). Îndrăzneala. Și, păcat, creativitatea.

Toate cele enumerate mai sus se văd în aria vizibilă a activității curatoriale. Cercetarea, conservarea, inventarierea nu sunt accesibile, nici fizic, nici pentru evaluare, publicului. Experiența mea personală mi-a arătat că aici nu avem curenți majore sau

fundamentale, muzeele noastre fiind creațiile unui stat birocratic și autoritar, nu neapărat într-un sens negativ al cuvântului.

Ce se vede, însă, e supus evaluării tuturor celor ce privesc și probei timpului, un timp din ce în ce mai accelerat.

Și, până la urmă, ce se vede?

Poate cu excepția picturii și a obiectelor de artă decorativă, toate obiectele din expozițiile muzeale sunt scoase din contextul utilitar inițial, autentic. Sunt supuse interpretării noastre actuale care, simplu, denaturează sensul lor primar.

Iar această denaturare prin interpretare nu poate sluji obiectivismul, rămâne în relativism și servind unor alegeri de conjunctură, evaluabile prin criterii de asemenea conjuncturale. Ca să satisfacă, trebuie să se ajusteze gustului curent.

Asta nu înseamnă că vom alege să satisfacem pur și simplu sau să satisfacem gustul majoritar. Dar succesul acum se definește prin cantitate, prin numărul vizitatorilor și, nu de puține ori, prin profitabilitate financiară.

Să pornim pe calea satisfacerii gustului majoritar, de această dată, și nu pe cea a recunoașterii doar în breaslă, de exemplu, în medii elitiste puțin numeroase sau de către un public de nișă.

Gustul curent: vizual, foarte vizual, rapid, mai grozav decât concurența, cu informație ușoară și accesibilă, tehnologizat (și digitalizat). Comunicat și marketizat după regulile economiei de piață. Adică agresiv.

Ce ne împiedică să avem expoziții mai reușite în muzeele noastre?

Pentru a încerca să formulăm un răspuns la această întrebare, să vedem mai întâi care sunt, pe scurt, instrumentele curatorului-muzeograf, ingredientele unei expoziții:

- cu părtinire, așa alege să încep enumerarea cu exponatele, fie ele obiecte de patrimoniu sau nu;
- în strânsă concurență cu exponatele este spațiul expozițional, cu toate coordonatele sale – dimensiune, dispozitivele de etalare, iluminatul, condițiile de microclimat, căile de acces;
- timpul necesar pentru realizarea proiectului expozițional și pentru implementarea lui;
- materialele meta-expoziționale;
- resursele financiare și administrative disponibile;
- publicul țintă.

Toate aceste ingrediente se condiționează reciproc și limitează libertatea de alegere și de creativitate a curatorului.

În condițiile actuale, puțini sunt cei care își permit, financiar și logistic, să includă într-o expunere și obiecte ce nu aparțin patrimoniului propriei instituții.

Politicile expoziționale lipsesc. Nu există o strategie la nivel central, elaborată de autoritățile de specialitate, nu există politici expoziționale detaliate nici în binecunoscutele „proiecte de management”.

O expoziție consistentă necesită timp de elaborare. Exercițiul bugetar anual nu este cel mai fericit cadru pentru gândirea, pregătirea și punerea în practică a unui proiect expozițional. Ca să nu mai vorbim despre faptul că traseul „aprobării” unui proiect este mai degrabă cel al încadrării în bugetul existent și nu cel al modelării bugetului în funcție de proiectele propuse.

Muzeograful ar trebui să se adapteze contractului de management al instituției, să aștepte cu emoție aprobarea bugetului anual și să noteze, conștiincios, la secțiunea „riscuri”, datele revizuirilor bugetare.

Așa că, având aceste premise, este cumva previzibil că ne vom orienta către expoziții puțin costisitoare, care să necesite resurse administrative și umane minime și un timp de punere în practică scurt. Rezultatele sunt pe măsură: proiecte mici sau minore.

Și, atunci, cum putem compensa aceste premise neîncurajatoare? Propun două tratamente: comunicare agresivă, în special prin mijloace online, și puțină „regie” – exploatarea maximală a interpretării obiectului, ineditul selecției obiectelor, renunțarea la alcătuirile clasice ale expunerii.

La ce servește, așadar, curatorul, terminologic? Poate la o subliniere a valorii valorizării publice a activității muzeale.

O specializare suplimentară a tipurilor de muzeograf ar putea fi utilă, dar cel puțin la fel de utilă ar fi revizuirea politicilor expoziționale și a modului de gândire curatorială.

Alis Vasile

British Council România

Calea Dorobanților nr. 14, sector 1, București

vasile_alis@yahoo.com

VIZITEZ. PRIVESC. ÎNȚELEG.

Reflecții privind rolul curatorului în influențarea vizitatorului

ABSTRACT

Museum visitation is relatively low around the world, one of the main justifications given is the poor quality of the museum offer. What could museums do in this context, not only to increase the number of people who enter their exhibitions, but also to increase their socio-cultural impact, namely to achieve their complex missions in good conditions. This paper proposes the investigation of the points of reference a curator of an exhibition should consider when designing a successful exhibition. The proposed solution is to adopt a marketing vision, taking into account both museum visitors and other stakeholders. The landmarks are multiple: the characteristics of the public, its motivations, the interests of contemporary society, the discourses that animate the public space, the context in which the visit takes place and such. The curator is not only a connoisseur, a protector and promoter of heritage. She must be a good marketer, understanding the visitors, and open to their specificities.

KEY-WORDS: *Exhibition planning, museum marketing, visitors and exhibitions, heritage interpretation.*

Vizitatorul de muzeu

Muzeele s-au animat, și-au schimbat modul de a comunica și de a relaționa cu vizitatorii. Pentru a vizita unele muzee sau expoziții, publicul trebuie să stea la coadă câteva ore. Multe muzee raportează cifre de vizitare tot mai mari, iar interesul pentru aceste instituții pare în creștere peste tot în lume. În Asia se organizează expoziții de tip *blockbuster* care atrag chiar mai mulți vizitatori decât în Europa sau Statele Unite. În lumea arabă se deschid muzee impresionante, iar marile muzee din lume contribuie cu colecții și își deschid aici filiale. Cu toate acestea, studiile de consum cultural arată că cifrele de vizitare nu par să se fi modificat radical. În Uniunea Europeană, de exemplu, în 2013, 63% din populație

nu fusese la niciun muzeu timp de un an, un procent în creștere cu aproximativ 5% față de 2007¹.

În România, numai 21% din populație (cu vârsta de minimum 15 ani) a fost la un muzeu sau la o galerie cel puțin o dată timp de un an, cu 6% mai puțin comparativ cu 2007. Procentajele pentru alte activități culturale sunt următoarele: 20% a fost cel puțin o dată la cinema, 33% a vizitat un monument istoric sau sit istoric (palat, castel, biserică etc.), 25% a fost la un concert, 17% a vizitat o bibliotecă publică, 15% a fost la teatru și 11% a fost la balet/operă². Pe ansamblu, se înregistrează o participare culturală scăzută, iar indexul de practică culturală este mult

¹ EC (2013a), p. 9.

² EC (2013b), p. 1.

mai scăzut decât în UE. Numai 7% din populație are un index ridicat sau foarte ridicat comparativ cu 18% pe ansamblul Europei. Mai mult, 55% dintre români au o participare culturală scăzută în 2013, cu 14% mai mult față de 2007³. Această situație poate fi legată de criza economică înregistrată între cele două momente de realizare a Eurobarometrelor.

După cum indică cifrele anterioare, vizitele la muzee par să fie mai atractive decât alte activități culturale, dar cele mai atractive obiective culturale par să fie palatele, castelele etc., monumentele și siturile istorice în general. De multe ori, acestea sunt vizitate în timpul vacanțelor, al diverselor excursii. Se pune întrebarea dacă muzeele nu intră, pentru mulți români, tot în categoria vizitelor de vacanță. Principalele motive pentru care nu se vizitează muzee sunt, în ordine: lipsa de timp – 32%, posibilități limitate de alegere/calitatea scăzută a ofertei în localitatea de rezidență – 26%, lipsa de interes – 22% și este prea scump – 12%.⁴ Românii declară într-o proporție mai mică decât alți europeni că nu sunt interesați de muzee (22% față de 35% media europeană). Cel mai puțin interesate sunt persoanele tinere și cele în vârstă, precum și cele cu nivel de educație scăzut⁵.

Un punct de reper important pentru o mai bună proiectare a unei expoziții, respectiv pentru o interpretare interesantă a patrimoniului, este motivația vizitatorilor. Putem menționa o mare varietate de motive de vizitare: educarea, curiozitatea, socializarea, obișnuințe de familie, interes în anumite subiecte etc.

În funcție de aceste motive, publicul are și anumite așteptări de la muzee. În general, publicul dorește ca muzeele să fie atât educative, cât și distractive⁶. De asemenea, muzeul este deseori asociat cu petrecerea agreabilă, interesantă și poate chiar inedită a timpului pe perioada concediilor⁷. Așteptările pe care

le are publicul de la o vizită la muzeu pot fi legate și de valorile pe care le are în general un vizitator. Barometrul de consum cultural realizat în anul 2015 în România⁸ arată că cele mai importante valori ale vizitatorului de muzeu sunt educația, timpul liber, relaxarea și cultura. Acestea sunt diferite față de valorile principale ale non-vizitatorilor.

Nu numai caracteristicile și motivațiile vizitatorilor sunt de interes pentru a proiecta expoziții de impact, ci și înțelegerea comportamentului și a modului în care vizitatorul decodifică mesajele transmise de muzee. Trebuie avut în vedere că vizitatorii nu sunt singuri la muzeu, ci însoțiți de prieteni, colegi, familie și că interacțiunea socială este relevantă în contextul vizitei muzeale⁹. Un vizitator percepe o expoziție atât prin prisma conținutului informațional receptat, cât și prin prisma experienței asociate, mediat de grupul din care face parte în momentul vizitei¹⁰.

În general, comportamentul în muzeu variază în funcție de gen, de vârstă și de nivel de educație. Tinerii interacționează mai mult cu exponatele și echipamentele asociate unei expoziții, cu noile tehnologii integrate în discursul muzeal și au așteptări în acest sens. În general, printre români putem vorbi de două abordări principale: vizitator „selectiv” și vizitator „privire de ansamblu”.¹¹ Prima categorie cuprinde persoane cu nivel ridicat de educație, care vizitează selectiv muzeul, în funcție de interesele și cunoștințele pe care le au, nu sunt foarte preocupate de noile tehnologii și doresc să participe la programele educaționale asociate muzeului. Vizitatorul „privire de ansamblu” încearcă să rețină cât mai mult din informațiile puse la dispoziție în expoziție, inclusiv utilizând noile tehnologii; este client al magazinului muzeului. Acest al doilea grup de vizitatori este mai numeros decât primul.

3 EC (2013b), p. 1.

4 EC (2013b), p. 2.

5 EC (2013b), p. 2.

6 Hooper-Greenhill (1994), p. 67.

7 Hooper-Greenhill (1994).

8 Croitoru & Becuț (2015), p. 151.

9 Falk & Dierking (2000).

10 Falk & Dierking (2000); Lehn, Heath & Knoblauch (2001)

11 Zbucnea & Ivan (2013).

Interpretarea patrimoniului muzeal. Ce face curatorul. Ce percepe vizitatorul

Interpretarea patrimoniului muzeal și expunerea sa într-o expoziție are la bază un demers complex și interdisciplinar de cercetare științifică. Adesea, acest proces nu este simplu și este influențat de valorile pe care și le asumă cercetătorii, dar și de locul alocat patrimoniului în societate, la un moment dat – lucru ilustrat de una dintre cele mai celebre opere de artă din lume: *Venus din Milo*¹².

Modul în care rezultatele acestei cercetări sunt prezentate publicului ar trebui să fie mai aproape de limbajul și interesele vizitatorilor. Expozițiile de succes sunt cele care dau ocazia vizitatorilor să aibă experiențe deosebite, care sunt ușor de „accesat” atât din punct de vedere mental, cât și fizic. Atingerea acestui deziderat nu este ușoară, nu doar din pricina limitărilor logistice sau a altor elemente de natură obiectivă, ci și din cauza unor chestiuni subiective care țin de conducerea unor muzee sau de curatorii unor expoziții. Hooper-Greenhill nota în urmă cu 20 de ani, referindu-se probabil la situația din Marea Britanie:

*Este încă o mare teamă în rândul unor curatori că, facilitând înțelegerea de către vizitatori a ideilor pe care colecțiile le reprezintă și pe care expozițiile le abordează, va începe coborârea pe o pantă a comercializării, a calității academice scăzute, a interpretării facile și a distracției superficiale. Această teamă trebuie să fie convertită în înțelegerea și aprecierea dorinței unui număr însemnat de oameni de a plăcea muzeele și de a le găsi atât utile, cât și distractive.*¹³

Această apreciere este, neîndoielnic, încă validă pentru muzee din multe țări ale lumii, inclusiv din România.

O expoziție bine proiectată creează o experiență de imersiune pentru vizitatori, angajând simțurile,

*stimulând intelectul și eliberând imaginația*¹⁴. Atingerea acestui deziderat subliniază, din nou, importanța vizitatorului în procesul de creare a expozițiilor.

Adoptarea unei abordări de marketing – ce are ca principal punct de reper vizitatorul muzeului – în proiectarea, realizarea și comunicarea unei expoziții are numeroase efecte benefice¹⁵. Menționăm numai câteva dintre acestea: alegerea unei perspective asupra subiectului care este interesantă și incitantă din perspectiva publicului, realizarea unei expoziții ergonomice – care să nu suprasolicite vizitatorii și care să le permită să se concentreze pe conținutul de idei, atragerea unui număr mai ridicat de vizitatori prin campanii de comunicare de marketing integrate etc. În ultimă instanță, abordarea de marketing ajută ca expoziția respectivă să fie eficientă, contribuie la asigurarea impactului scontat în rândul publicului.

Menționăm însă că procesul de realizare a unei expoziții „centrate pe vizitator” este un proces dificil. Pe de o parte, este vorba de o serie de dificultăți de natură obiectivă, precum cunoașterea în mică măsură a vizitatorilor și multiple obstacole legate de realizarea de studii complexe privindu-i pe aceștia. Pe de altă parte, reacția vizitatorilor legată de o temă și de o expoziție este extrem de subiectivă și contextualizată. Este foarte dificil atât de a cunoaște modul în care publicul interpretează patrimoniul, cât și de a proiecta o expoziție care să obțină respectiva experiență muzeală¹⁶.

Un model de lucru care poate fi adoptat este IPOP: *Ideas–People–Objects–Physical* (Idei–Oameni – Obiecte – Material).¹⁷ Acestea sunt puncte de reper relevante ce trebuie avute în vedere la realizarea unei expoziții. Ideile se referă la cunoștințele reprezentate în informațiile și interpretările propuse. Oamenii

12 Anghel (2006).

13 Hooper-Greenhill (1994), p. 113.

14 Beghetto (2014), p. 1.

15 Zbucnea (2014).

16 Beghetto (2014), p. 1.

17 Beghetto (2014), p. 2.

se referă la viețile altora, așa cum sunt surprinse în povești, biografii, filme, fotografii etc. Obiectele sunt artefactele, așa cum sunt expuse în prezentări, precum și elemente de natură estetică și descriptive. Aspectele materiale sunt legate de mișcare, atingere, signalistică etc. Utilizând aceste puncte de reper, curatorii pot structura experiențele pentru atragerea și angajarea vizitatorilor.

De cele mai multe ori, există o falie între modul în care o expoziție a fost planificată și modul în care aceasta este percepută. În acest context, este dificil de obținut o anume reacție de la public¹⁸. O cale de a diminua această diferență este cooperarea cu o echipă interdisciplinară care să asigure nu numai un rezultat mai complex și interesant pentru mai multe segmente de public, dar care să reducă și subiectivismele și limitele specifice fiecărui domeniu de cercetare în parte.

La realizarea unei expoziții, curatorul ar trebui să colaboreze cu o întregă echipă de profesioniști, printre care să se afle și un marketer sau cel puțin un specialist în comunicare. Unei expoziții i se poate asocia o strategie de marketing. Aceasta poate ajuta la o mai clară definire a publicului țintă și, în funcție de acesta, la adoptarea celei mai potrivite abordări: o strategie concentrată pe un segment de public bine definit, o strategie diferențiată ce prezintă câteva abordări personalizate pe un număr restrâns de segmente de public sau o strategie nediferențiată, care se adresează publicului în mod unitar. Alegerea celei mai eficiente alternative depinde de caracteristicile expoziției și de obiectivele asumate, de resursele pe care le are la dispoziție muzeul/curatorul, precum și de specificul vizitatorilor, al altor stakeholderi și al pieței muzeului.

La realizarea unei expoziții muzeale recomandăm să se aibă în vedere următoarele principii¹⁹: justificarea, fundamentarea științifică a tematicii, determinarea publicului țintă, asocierea de semnificații multiple, interdisciplinaritatea, interactivitatea, incitarea la dezbateri, oferirea de servicii suplimentare, asigurarea petrecerii agreabile a timpului liber. După cum se observă, o mare parte din aceste principii au în

centru vizitatorul. Ele au în vedere faptul că muzeul actual este un muzeu dinamic – centrat pe vizitator, este un muzeu participativ²⁰. De altfel, mare parte a publicului așteaptă de la muzeul contemporan să fie interactiv, incitant, să ofere numeroase servicii care să îi creeze confortul necesar, să îi stimuleze mintea și simțurile, să îi ofere divertisment – cu respectarea contextului și limitările de rigoare.

În acest context, interpretarea patrimoniului realizată prin intermediul unei expoziții ar trebui să aibă ca punct de reper vizitatorul: cunoștințele lui actuale, interesele lui, eventualele dezbateri publice de actualitate etc. Atragem atenția asupra faptului că nu numai în realizarea unei expoziții trebuie avută în vedere o abordare de marketing, respectiv să se ia în considerare nevoile și specificul publicului. Expoziției îi sunt asociate o serie de servicii și programe publice care trebuie să aibă în vedere aceeași perspectivă.

Vizitatorii interacționează în timpul vizitei la muzeu atât cu patrimoniul, cât și cu grupul cu care au venit, pentru a înțelege mai bine patrimoniul. În procesul de interpretare a patrimoniului de către vizitator, au fost identificate trei tipuri de interacțiuni principale²¹. În primul rând, vizitatorii simt nevoia să împărtășească ceva cu ceilalți, chiar să iasă în evidență, să atragă atenția membrilor grupului, să îi impresioneze. Pornind de la textul propus de muzeu (etichete), filtrând respectiva informație sau chiar reproducând informația, vizitatorii interpretează, la rândul lor, patrimoniul. A doua categorie de reacție este atragerea atenției asupra unui aspect, a unei povești proprii. A treia reacție este aceea de animare a colecției, de reprezentare a unei ipostaze din expoziție cu ajutorul propriului corp. În felul acesta, o expoziție este interpretată în mod subiectiv de către un vizitator, atât în funcție de propria persoană, cât și în funcție de membrii grupului cu care vizitează muzeul. Mai întâi, vizitatorii tind să identifice patrimoniul și apoi se declanșează procesul de creare de semnificații. Acest lucru poate fi corelat cu două idei importante pentru mai buna proiectare a unei expoziții. În primul rând informațiile transmise formal au o relevanță ridicată pentru vizitatori. În al doilea rând, vizitatorii recunosc autoritatea muzeului

18 Lehn, Heath & Knoblauch (2001).

19 Zbucnea (2014).

20 Simon (2010).

21 Christidou (2013).

și doresc să se dezvolte personal prin absorbția și interpretarea individualizată a informațiilor oferite de muzeu. De multe ori, se poate observa și o specializare a rolului fiecărei persoane din grup (un vizitator citește etichetele, un altul interpretează imaginile, iar un altul interacționează cu echipamentele puse la dispoziție în cadrul expoziției). De avut în vedere și faptul că unii vizitatori manipulează și transformă semnificații asociate cu o expoziție/un exponat pentru a obține o reacție din partea grupului cu care vizitează acea expoziție sau în alte contexte sociale²².

O expoziție realizează interpretarea patrimoniului muzeal în principal în scop educațional, dar se pot urmări și alte aspecte, de natură socială, de exemplu. Valențele educaționale determină impactul unei expoziții. Acesta crește dacă expunerii patrimoniului i se asociază și alte elemente care țin atât de educarea „la distanță”, cât și față-în-față, cum ar fi workshopuri, prelegeri, teatru muzeal, desen, filme documentare etc.²³ Toate acestea permit interpretarea, respectiv mai buna și complexa înțelegere a patrimoniului și a tematicii prin implicarea publicului, generarea de experiențe pentru vizitatori și schimb de experiențe. Prin urmare, este recomandat ca o expoziție să fie dinamică, interactivă și să aibă asociate o serie de programe publice interesante pentru vizitatori și alte categorii de public.

Nu toate categoriile de public sunt atrase de o anumită expoziție din motive educative. Vizitatorii folosesc muzeele în foarte multe feluri²⁴. De exemplu, unii vizitatori urmăresc validarea opiniilor lor socio-politice și să observe în ce măsură societatea contemporană percepe respectivele realități; se poate căuta legitimare. Muzeul însuși poate avea și alte obiective, urmărind ca spațiul său să devină unul al dezbaterii publice²⁵.

Vizitatorii, în funcție de tematică, se raportează și emoțional la o expoziție – element care influențează modul de interpretare a patrimoniului expus. Motivațiile, modul de raportare la o expoziție și interpretarea patrimoniului expus depind și de profilul etnic și

social al vizitatorilor, care relaționează cunoștințele și experiențele lor anterioare cu tematica expoziției vizitate²⁶.

Abordarea tradițională este legată de focalizarea pe colecții, cum ar fi alegerea spre expunere a celor mai rare sau mai spectaculoase piese, a celor mai valoroase piese din punct de vedere științific; acestea sunt puse în valoare în primul rând pentru caracteristicile lor științifice, ca obiecte relativ decontextualizate, într-o viziune mai tradițională. Datorită acestei abordări, unii vizitatori ar putea avea dificultăți în perceperea acestor obiecte de patrimoniu în alt fel decât ca piese speciale aflate pe un pedestal, poate interesante, în mod cert având o valoare intrinsecă, dar care există într-un univers care nu se intersectează cu viața vizitatorului.

O abordare de marketing în realizarea unei expoziții presupune ca aceasta să se focalizeze nu numai pe vizitatori, ci și pe alți stakeholderi în definirea tematicii, a conținutului și chiar în selectarea patrimoniului expus. Prin centrarea pe stakeholderi, patrimoniul poate prinde viață, poate fi investit cu valori sociale și poate intra în universul personal al vizitatorilor și comunităților, îi poate face să relaționeze direct și subiectiv cu patrimoniul muzeal și cu tematica propusă printr-o expoziție.

Construirea unei expoziții în funcție de stakeholderi este un proces destul de dificil, dar această abordare poate duce la o creștere a impactului expoziției, poate facilita atingerea misiunii respectivei expoziții. Pentru a putea proiecta o expoziție în mod adecvat, curatorul trebuie să definească cine sunt stakeholderii respectivei expoziții. Prin stakeholder ne referim la orice persoană sau organizație care influențează sau este influențată de activitatea muzeului. Orice expoziție are mai mulți stakeholderi²⁷, dar nu toți au aceeași „greutate”, adică relația dintre ei și muzeu nu este la fel de strânsă în toate cazurile. Unii stakeholderi pot influența în mai mare măsură activitatea muzeului, comparativ cu alții. Unii sunt mai interesați de o anumită tematică/expoziție decât

22 Lehn, Heath & Knoblauch (2001).

23 Hooper-Greenhill (1994), p. 143.

24 Smith (2014).

25 Uchill (2012).

26 Smith (2014).

27 Asociația Muzeelor din Olanda (2010), 27-29; Kotler et al. (2008), p. 60; Zbucnea (2010).

alții. Printre cei mai relevanți stakeholderi – în raport cu o expoziție – menționăm: vizitatorii, comunitățile locale, ONG-uri și cercetători/pasionați interesați de tematica respectivei expoziții. Fiecare dintre aceste segmente de public se pot raporta personal, printr-o lupă exigentă în multe cazuri, la expoziția propusă. Fiecare dintre acești stakeholderi are alte perspective de analiză a expoziției: curiozitate, pasiuni, un bagaj anterior de cunoștințe în domeniu, interese de natură socială/politică etc.

Experiența muzeală este rezultat atât al caracteristicilor și intereselor publicului, cât și al modului de interacționare cu obiectele expuse. Vizitatorul poate stabili o relație personală cu acestea, introducând în evaluarea expoziției elemente precum emoții, memorii personale și cunoștințe deja deținute²⁸. În acest context, răspunsul la mesajele muzeului este subiectiv. De asemenea, alte categorii de public – pe lângă vizitatori – reacționează la și relaționează subiectiv cu o expoziție, atât în ceea ce privește tematica sa, cât și obiectele expuse și modul de prezentare a patrimoniului.

Obiectele din colecțiile muzeului au o multitudine de semnificații, atât pentru vizitatori, cât și pentru diverse alte categorii de stakeholderi²⁹. Fiecare obiect este decodificat diferit de persoane diferite, experiențele care îi sunt asociate variază de la persoană la persoană. În acest context, se pune întrebarea: Care este valoarea și semnificația autentică a patrimoniului? O multitudine de factori sunt avuți în vedere: caracteristicile, semnificația, imaginea și poveștile din spatele obiectului influențează atât modul de utilizare a unui obiect în expoziție de către curator, cât și modul de decodificare a mesajului său de către public.

În funcție de felul în care diverse categorii de public (re)interpretează patrimoniul inclus în cadrul unei expoziții, dar și în funcție de caracteristicile lor, ei pot fi atrași să interacționeze cu muzeul. Acesta este în prezent cu și despre oameni și comunități contemporane, mai mult decât un templu de preservare a patrimoniului.

Pentru prezentarea patrimoniului în cadrul unei

expoziții, muzeul are la dispoziție trei abordări strategice distincte: prezentare sistematică/cronologică, prezentare tematică și interpretarea colecțiilor. Prima abordare, probabil cea mai simplă de implementat și gestionat logistic și conceptual, este cea tradițională, care are în vedere mai degrabă o abordare științifică, uneori ușor de perceput ca logică, dar nu neapărat atractivă pentru public. Cea de-a doua abordare strategică este tot mai des întâlnită în muzeele din România. Ea presupune analiza unui subiect într-o manieră interdisciplinară, descompus pe câteva direcții majore de interes. Deși este o abordare interesantă și mai cuprinzătoare decât prima, din nou publicul poate să nu perceapă foarte ușor mesajele transmise.

Interpretarea colecțiilor este un proces dinamic de comunicare între muzeu și public, prin care muzeul face cunoscute colecțiile și rezultatele activității sale de cercetare într-o manieră incitantă. Prezentarea colecțiilor și informarea se fac într-o formă în care publicul să poată vedea, citi, avea experiențe și experimenta, poate înțelege valoarea și semnificația colecțiilor, precum și a unor teme asociate obiectelor din colecții. Se pornește de la o studiere interdisciplinară a patrimoniului, dar se face apel și la interesele publicului vizat și ale unor comunități sau stakeholderi, la problemele cu care se confruntă diverse comunități, la discuții relevante pentru societatea contemporană. Această abordare corespunde cel mai bine așteptărilor publicului actual.

Beneficiile pe care le aduce interpretarea pentru o expoziție sunt multiple. Expoziția este mai interesantă pentru mai multe categorii de public. Permite utilizarea unor resurse externe, de natură imaterială – unele categorii de stakeholderi pot contribui cu resursele lor mentale și sufletești pentru îmbogățirea semnificațiilor și a profunzimii expoziției. Această abordare permite integrarea și interacțiunea socială ale unor segmente de public.

Pentru a putea fi înțeleasă de public, interpretarea trebuie să aibă în vedere mai multe aspecte. Un prim pas este definirea publicului vizat și cunoașterea acestuia, pentru a interpreta patrimoniul și a realiza expoziția în concordanță cu respectivul public. Deși o

28 Froggett & Trustram (2014).

29 Heumann Gurian (1999).

expoziție presupune o prezentare, ea poate include mai multe mesaje, mai multe „voci”. Se recomandă să propună mai multe paliere de decodificare. Alegerea poveștii/subiectelor interpretate trebuie să fie în concordanță cu stakeholderii expoziției. În funcție de vizitatori, se vor alege formele adecvate de prezentare. Provocările de natură mentală și emoțională care sunt proiectate pentru vizitatori îi determină pe aceștia să fie factori de decizie în experiența muzeală, adică să interacționeze cu expoziția și patrimoniul, să intre în dialog cu muzeul sau diverși stakeholderi. În acest mod, o expoziție poate deveni și un forum de dezbateri.

Vizitatorii au tendința de a se raporta personal la obiectele expuse într-o expoziție, așa cum s-a menționat și anterior³⁰. În acest context, procesul de selecție a patrimoniului expus trebuie să țină cont de capacitatea lor de a evoca cunoștințe și sentimente în rândul publicului, de a permite publicului să realizeze conexiuni cu acesta. Astfel, expoziția prinde viață, este mai interesantă și generează efecte mai profunde.

Pare că vizitatorul de muzeu dorește tot mai mult să interacționeze cu o expoziție³¹. Tinerele generații în mod special, obișnuite cu interacțiunea online, pot avea un apetit mai mare pentru a fi active în expoziții. În contextul schimbărilor din societatea contemporană, s-ar putea vorbi și de o schimbare a paradigmei de vizitare, având în vedere o societate dinamică și angajată, la modul general.

Se pune tot mai mult accentul pe participarea publicului în toate etapele realizării unei expoziții în scopul asigurării unor experiențe muzeale speciale pentru vizitatori³². Literatura de specialitate analizează mai multe modele de interacțiune între public și muzeu, accentuându-se faptul că, în acest fel, muzeul prezintă un discurs multicultural, pluralist și o mai mare diversitate, în conformitate cu exigențele societății contemporane și dezbaterile care o animează.

Aspecte importante corelate cu expozițiile contemporane sunt divertismentul și spectaculosul. Unii curatori se tem de introducerea acestor elemente

în expoziții, deși ele sunt puncte de evaluare importante pentru vizitatori. Pentru unii vizitatori pot fi mai importante decât aspectele educative sau sociale ale unei expoziții. Datorită atractivității atât de mari a acestor expoziții, muzeele – precum și alte tipuri de organizații, inclusiv cele comerciale – oferă publicului „expoziții-spectacol”³³. În acestea, elementele de spectacol și divertisment primează și uneori diminuează destul de mult aspectele științifice, sociale și filosofice ale unei expoziții. Ingredientele care asigură succesul unei astfel de expoziții sunt: decoruri spectaculoase, crearea unui ambient fascinant și antrenant, reconstituiri. Acestea oferă un (iluzia unui?) divertisment inteligent în jurul unei tematici care stârnește atenția și imaginația publicului.

Un risc legat de dorința de a proiecta expoziții care să aibă ca element central divertismentul și petrecerea agreabilă a timpului liber este reducerea componentei științifice a respectivei expoziții; proiectarea unui discurs „cuminte/instituționalizat”, plin de stereotipuri³⁴ care să nu lezeze sensibilitățile unor categorii de public, care să nu provoace controverse, care să nu suprasolicite vizitatorii și astfel să genereze reticența unor segmente de public de a nu vizita respectiva expoziție. Se poate abuza, în acest context, de reproduceri și reconstituiri problematice în detrimentul autenticului. Se ajunge la compromisuri între știință și divertisment, între cercetători și specialiștii în marketing și comunicare.

Exagerarea pe calea unei astfel de abordări duce la probleme de receptare a unei expoziții. Publicul nu va mai putea percepe realitatea, ci un imaginar cosmetizat, nu se poate raporta critic la tematică, nu putem vorbi de o reală înțelegere a subiectului abordat de respectiva expoziție. Numărul de vizitatori nu este direct proporțional cu calitatea înțelegerii tematicii abordate și cu impactul profund pe care vizita o are asupra publicului.

30 Froggett & Trustram (2014).

31 Leshchenko (2013), p. 159.

32 Duarte Cândido, Aidar & Conrado Martins (2013), p. 54-55.

33 Drouguet (2005).

34 Drouguet (2005), p. 70-71.

Concluzii

Muzeul este o organizație dinamică, cu o misiune complexă, conectată la realitățile societății contemporane. În aceste condiții, expozițiile sunt și ele corelate cu vizitatorii și cu alte categorii de stakeholderi.

Deși muzeele sunt mai atractive pentru publicul general decât alte tipuri de oferte culturale, vizitarea lor pare să fie o activitate puțin atractivă pentru majoritatea publicului din România. Unul dintre motivele principale invocate pentru lipsa de interes este calitatea inadecvată a ofertei. În acest context, este indicat ca expozițiile să se proiecteze în funcție de publicul avut în vedere, pentru a-l putea convinge să vină la muzeu și pentru a obține experiența muzeală scontată atât de muzeu, cât și de vizitatori. O abordare de marketing poate contribui nu numai la creșterea cifrelor de vizitare ale unui muzeu, ci și la atingerea misiunii acestuia.

Pentru realizarea de expoziții de succes, atât prin prisma publicului, cât și a muzeului, ar trebui să existe o cooperare nu numai între diverse tipuri de specialiști implicați în realizarea respectivei expoziții, ci și între muzeu și vizitatori. Uneori, este necesară flexibilitatea și realizarea de compromisuri – în anumite limite – pentru ca o expoziție să fie nu numai relevantă pentru public, ci să și determine angajarea acestuia și să contribuie la obținerea unor rezultate pe termen lung. Acest lucru este dificil de realizat deoarece vizitatorul este influențat de numeroși factori, care țin nu numai de caracteristicile sale socio-culturale, ci și de contextul în care se realizează vizita.

Bibliografie

Anghel, S. 2006. „Venus de Milo: Museum Showcase, Cultural Symbol and Scientific Mystery”, *Revista muzeelor*, 3, pp.76-83.

Asociația Muzeelor din Olanda. 2010. *Manual de management muzeal și educație muzeală*. Amsterdam.

Beghetto, R.A. 2014. „The Exhibit as Planned Versus the Exhibit as Experienced”, *Curator. The Museum*

Journal, 57(1), pp.1-4.

Christidou D. 2013. „Bringing Meaning into Making: How Do Visitors Tag an exhibit as Social when Visiting a Museum”, *The International Journal of the Inclusive Museum*, 6(1), pp.73-89.

Croitoru, C. & Becuț, A. (coord.) 2015. *Barometrul de consum cultural 2014. Cultura între global și local*. București: Pro Universitaria.

Interpretarea patrimoniului în mod interdisciplinar și complex, ca tehnică de proiectare a unei expoziții, este recomandată pentru a realiza expoziții de succes. Interpretarea trebuie să aibă ca punct de reper vizitatorul și alte categorii de stakeholderi. Curatorii trebuie să țină cont nu numai de valoarea științifică a colecțiilor, ci și de alte aspecte, cum ar fi imaginea, semnificația lor sau modul de contextualizare în societatea contemporană. Aceste din urmă aspecte pot fi chiar mai relevante decât valoarea obiectivă, intrinsecă a patrimoniului.

O persoană vizitează o anumită expoziție numai în condițiile în care consideră că este benefic pentru sine, cu un anumit nivel de așteptări. Modul în care ea privește, percepe, interacționează și înțelege patrimoniul depinde de numeroși factori, unii de natură obiectivă, alții subiectivi. Unii factori sunt general valabili, independent de vizita propriu-zisă, în timp ce alții sunt contextualizați vizitei.

Prin urmare, curatorul – responsabil cu asigurarea succesului unei expoziții, respectiv cu obținerea unei anumite reacții din partea vizitatorilor – se află în fața unor provocări multiple. Numai o mică parte dintre acestea sunt legate de cunoașterea patrimoniului. Majoritatea sunt asociate vizitatorului și găsirii modalităților potrivite de punere în valoare adecvată a patrimoniului. Curatorul trebuie să fie nu numai un cercetător și un protector al patrimoniului, ci și un marketer al acestuia. Punctul de reper central pentru curator este, oarecum paradoxal, vizitatorul, și nu colecțiile muzeului.

- Drouguet, N. 2005. „Succes et revers de expositions-spectacles”, *Culture & Musees*, 5, pp.65-90.
- Duarte Cândido, M.M., Aidar, G & Conrado Martins, L. 2013. „The Museum Experience: Discussion on the Relationship between Contemporary Museums and Their Visitors”, pp.50-58, disponibil online la https://www.academia.edu/4290532/2013_-_The_museum_experience_discussion_on_the_relationship_between_contemporary_museums_and_their_visitors.
- EC 2013a. *Special Eurobarometer 399. Cultural access and participation.Report*, Bruxelles.
- EC 2013b. *Eurobarometer 79.2. Romania*, Bruxelles.
- Falk, H. & Dierking, L.D. 2000. *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Froggett, L. & Trustram, M. 2014. „Object-relation in the museum: a psychosocial perspective”, *Museum Management and Curatorship*, 29(5), pp.482-497.
- Heumann Gurian, E. 1999. „What is the Object of this exercise? A meandering Exploration of the Many Meanings of Objects in Museums”, *Deadalus*, 128(3), pp.162-183.
- Hooper-Greenhill, E. 1994, *Museums and their Visitors*, London-New York: Routledge.
- Kotler, N.G., Kotler, Ph. și Kotler, W. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Buildings Audiences, Generating Revenues and Resources*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Lehn, D. vom, Heath, Ch. & Knoblauch, H. 2001. Configuring Exhibits. The interactional production of experience in museums and galleries, în Knoblauch, H & Kotthoff, H. (eds.), *Verbal Art Across Cultures: The aesthetics and proto-aesthetics of communication*, Tübingen: Gunter Narr Verlag, pp.281-297.
- Leshchenko, A. 2013. „A visitor-centered approach: enhancing museology with perceptual theory”, *ICOFOM Study Series*, 42, pp.154-158.
- Simon, N. 2010, *The Participatory Museum*, Santa Cruz: Museum 2.0.
- Smith, L. 2014. „Theorising museum and heritage visting”, in K. Message and A. Witcomb (eds.), *Museum Theory: An Expanded Field*, Oxford: Blackwell Wiley.
- Uchill, R. 2012. „Hanging Out, Cowding Out or Talking Things Out: Curating the Limits of Discursive Space”, *Journal of Curatorial Studies*, 1(1), pp.27-44.
- Zbucea, A. 2010, *Practica relațiilor publice în muzee*, București: comunicare.ro.
- Zbucea, A. 2014. *Marketing muzeal pentru nonmarketeri*, București: Tritonic.
- Zbucea, A. & Ivan, L. 2013, „Le public d'un musée du communisme et l'intérêt des visiteurs pour la période communiste”, în *Actes du Colloque: Actualité scientifique en communication des organisations: questionner les nouveaux enjeux, problématiques et pratiques*.

Alexandra Zbucea

Facultatea de Management, SNSPA

Bd. Expoziției 30A, Sector 1, 012104

București, România

alexandra.zbucea@facultateademanagement.ro

