Lucia Neaga

COMUNICAREA PRIN ARHITECTURĂ
– CALEA VICTORIEI, ORAȘUL TRĂIT ÎN IMAGINI ȘI SIMBOLURI –

Editura universitară „Ion Mincu”
București, 2025

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
NEAGA, LUCIA
Comunicarea prin arhitectură : Calea Victoriei, oraşul trăit în imagini şi simboluri / Lucia Neaga. - Bucureşti : Editura Universitară "Ion Mincu", 2025

ISBN 978-606-638-398-1

72

Lucrarea de faţă reprezintă strict punctul de vedere al autorului. Responsabilitatea lucrării îi revine în întregime autorului, atât în ceea ce priveşte conţinutul, cât şi forma.

Toate drepturile rezervate. Nici o parte din această publicație nu poate fi reprodusă, stocată sau transmisă prin orice mijloace de natură electronică, mecanice, de copiere, înregistrare sau alte forme fără permisiunea scrisă a autorului și a editurii.

© 2025, Editura Universitară „Ion Mincu”, Str. Academiei, nr.18-20, sector 1, Bucureşti, cod 010014, tel. +40.21.30.77.193

CUPRINS

1. Prefață / **4**
2. Cuvânt înainte / **9**
3. Teorii ale comunicării (cu posibile incursiuni arhitecturale) / **12**
4. Semantica în arhitectură și comunicare / **16**
   4.1. Definiții, conotații în arhitectură și comunicare / **16**
   4.2. Arhitectură și semiotică / **18**
   4.3. Arhitectura ca simbol și semnal / **21**
   4.4. Arhitectura ca *brand* / **28**
   4.5. Comunicare și semnificație în arhitectură / **30**
5. Elemente de istorie a arhitecturii moderne și contemporane / **34**
   5.1. Elemente de istorie universală a arhitecturii moderne și contemporane / **34**
   5.2. Arhitectură modernă și contemporană românească / **92**
6. Arhitectura comparată / **110**
7. Comunicarea și relațiile publice – impactul acestora în arhitectură / **115**
   7.1. Teoria și practica relațiilor publice / **115**
   7.2. Promovarea arhitecturii în România / **140**
8. Calea Victoriei – reper istoric, modern și contemporan / **147**
9. Concursuri de arhitectură / **205**
10. Concluzii / **210**
11. Bibliografie selectivă / **212**
12. Mulțumiri / **215**

1. Prefață

Subiectul acestui studiu este incitant pentru orice om de cultură, fiind un demers de cunoaştere în care multidisciplinaritatea şi interculturalitatea sunt cuvintele de ordine, definitorii şi obligatorii.

Acest studiu a urmărit o deschidere interdisciplinară. Interesul suscitat de o lucrare despre comunicarea în arhitectură a unui om de litere este interesant, dacă ne gândim la valabilitatea categorică a adagiului latin: „*Ars una, species mille*". Am convingerea că această lucrare a unui absolvent al Facultății de Litere are o utilitate reciprocă - ambele părţi au de câştigat. Avem de câştigat noi, arhitecții, deoarece vedem cum văd cei din afara profesiunii problemele de arhitectură, au de câştigat ceilalți, cei ce luând contact cu arhitectura devin veritabile curele de transmisiune între profesiunea lor și a noastră.

Am citit cu atenție și interes acest studiu, care mi-a pus o serie de legitime întrebări la care am încercat a-mi răspunde fără a urmări însă a completa lucrarea, ci doar pentru a medita asupra conştientizării globale a subiectului spre a-mi clarifica și a-mi redefini istoria ei, spre a bănui care este locul și rolul ei în modernitate, iar rândurile acestea sunt mai de grabă reflectări ale acestui studiu decât o simplă şi rece analiză a unui text care, din punct de vedere pur birocratic, este elaborat cu atenţie spre a avea tot ce o astfel de lucrare trebuie să aibă: de la introducere la cuprins și concluzii, spre a se încheia cu obligatoria bibliografie.

Această lucrare a fost generată de particularul interes pe care autoarea îl are în această epocă a comunicării redefinită de digitalizare care are certe repercusiuni pozitive și negative asupra artelor în general și arhitecturii în special, cu sensibile implicații culturale, morale, juridice și chiar și de ordin sociologic.

Această carte m-a obligat a-mi reaminti cu coerenţă didactică parte din informaţiile care au reprezentat sursa informațională devenită „baza ideologică" a propriului meu punct de vedere privitor la conceptul de „comunicare prin arhitectură" în complexul și constantul lui proces de devenire și nicidecum de evoluție, din zorii civilizației până în modernitate, şi la modul în care acest proces s-a reflectat și se reflectă în atât de contradictoria realitate contemporană.

Acest studiu, cu tot remarcabilul lui aparat științific, pare a fi o lucrare în care rațiunea se îngemănează cu pasiunea urmărind, fără termeni de relativizare, a trata cât mai sistematic, cât mai cu metodă un subiect complex și controversat în care se joacă subtil o carte în care arhitectura, istoria, antropologia, sociologia, moralitatea, eticul, politicul și poeticul se întrepătrund și se condiționează reciproc.

Studiul are cu prisosință tot ce este necesar unei lucrări cu adevărat ştiinţifice: introducere, cuprins, concluzii, note, bibliografie şi o prezentare grafică cu fotografii făcute chiar de autoare, oferindu-ne un prilej de a medita asupra unor subiecte care nu întotdeauna sunt prezente în preocupările noastre cotidiene. Am citit cu firesc interes și chiar cu plăcere această carte şi am convingerea că îi trebuie acordată o atenţie sporită acestei atipice lucrări, „neobișnuit" fiind termenul care ar defini-o.

Această lucrare propune, prin modul de abordare a conceptelor de comunicare, găsirea unei noi expresii a felului în care se poate reconfigura, deci a face o nouă „istorie" ce se poate citi în „chei" diferite, după cât de solidar eşti faţă de trecut şi după cum îl accepţi în prezent. Este imoral să mumifici cultura, fie ea artistică sau arhitectural-urbană, după cum este amoral să laşi, din motive doctrinare, politice sau economice, ca ea să-şi împlinească fizic spenglerianul ciclu existenţial.

Istoria comunicării prin arhitectură, ca arteră vizuală propusă de autoare pare a avea drept finalitate o restructurare a trecutului, fie el îndepărtat sau apropiat, cu speranța de a-l restitui viitorului prin sensul unor istorii ce pot fi expresia diferenţelor și nuanțelor care particularizează culturile şi societăţile.

Într-un studiu care abordează problema „comunicării", este esențial modul de înțelegere, de abordare și de definire a spaţiului arhitectonic care, deși corespunde spaţiului fizic, nu se identifică total cu acesta, nu poate fi asimilat mecanic continuităţii acestuia, el fiind un produs al multitudinii de instanţe obiective care îi prezidează simpla determinare raţională. Comunicarea nu este doar rezultat al unor alegeri raţionale ci, dimpotrivă, ea este o nouă expresie a acestora. Aceste instanţe, deşi sunt intim conexe concretei lor validităţi, vin esenţialmente în acea categorie de transcendenţe formale în care se configurează însuși actul de creaţiune a spaţiului arhitectonic. Această normă, expresie a unei sfere metafizice a gândirii la care este asimilat şi conţinutul operei, este esenţa însăşi a oricărui organism arhitectural şi, în mod mai mult sau mai puţin clar, evidenţiază esența actului de geneză al operei.

Acest studiu abordează problematica comunicării prin obiectul de arhitectură imens într-un spațiu particularizat, acela al spaţiului văzut prin ochii omului de cultură nu neapărat vizuală, poziție relativ diversă de conceptul nostru particular arhitecturalo-urban. Autoarea abordează problema acestei particulare forme de comunicare, diferenţiind modurile diverse de reconformare a celor două subcategorii, una a spaţiului arhitectonic exterior și alta a celui interior. Acest demers îl face pornind de la planul ontologic spre cel gnoseologic şi, de aici, în planul axiologic.

Probabil că, în această carte, problematica comunicării poate fi considerată a fi transmiterea mai mult sau mai puțin obiectivă a faptelor care par a fi organizate în relativitatea lor după legile unei ştiinţe a structurilor mentale relative, cu secvențe nereductibile unele faţă de celelalte, ducându-ne cu gândul că istoria culturii înseamnă, într-o oarecare măsură, a cunoaşte diversele acte şi fapte pentru a-i înţelege devenirea.

Radicalele schimbări din lumea modernă, de ordin spiritual, tehnico-material şi socio-politic, nu puteau să nu aibă o particulară reflectare şi în domeniul artelor vizuale, precum şi în cel al arhitecturii. Şi modul în care actul şi faptul arhitectural au fost înțelese de către un non-arhitect este de un interes major datorită impactului pe care prezența manifestărilor artistice în mediul urban, în diverse ipostaze, l-a avut, îl are, și-l va avea.

Bănuim punctul de vedere al autoarei privitor la relația dintre activitatea artistică imaginară și realitatea arhitecturală care suferă reconfigurări, dar nu dând naștere unei noi arhitecturi care, reinventată, ar avea corespondent atât în realul concret, în sensul în care importanța ei devine adânc simbolică și joacă un rol esențial într-un imaginar cultural major, până acolo încât, la un moment dat, valoarea simbolică începe să existe în sine, aproape desprinsă de un model real. Ideea comunicării prin arhitectură este veche de când lumea, dar are alt semnificat și semnificant cu precădere în ultimele două secole, deci o dată cu modernitatea. Înțelegerea acestui fenomen decurge din exigența de relegare a praxisului artistic cu evoluția societăţii spre grade mai mari de libertate, și ajunge - prin rezistența opusă pentru afirmare chiar de societatea însăşi - a se constitui drept un factor determinant al discursului socio-urban de după primele „isme” ale modernismului, apărute în secolul al XIX-lea și statutate în secolul XX, pentru ca la finele acestui secol și în primele decenii ale secolului XXI, în ipostaza informatică a evoluției industriale, comunicarea să se redefinească, transcendând nu numai iconoclastismul specific modernității, ci însăși conceptele de artă și arhitectură.

Din cele relatate de către autor se înţelege faptul că unul dintre scopurile incursiunii în problematicile complexe ale artei şi ale spaţiului a fost căutarea de înțelegere a întregului sistem de valori, pentru a nu ajunge, cum spunea Hegel, la „moartea artei” tradiţionale şi canonice, generată de anularea momentului comunicativ sau prin declinarea expresiei artistice într-o nouă gramatică.

Comunicarea prin arhitectură - ne întrebăm dacă poate fi abordată ca o realitate dinamică, ca un întreg deschis, nu definitiv, dar în expansiune constantă astăzi, conformându-se părerii lui Lescaze care considera că „arta trebuie să genereze forme de coincidență între civilizaţie și conținutul ei”.

În secțiunea reprezentată de Calea Victoriei, autoarea face un excurs intelectual *sui generis* pe această arteră care a fost coloana vertebrală a organismului urban numit București. Nu ne confruntăm cu o simplă analiză istorico-arhitectural-urbanistică ci, mai de grabă, cu o poetică narațiune în care memoria personală se combină, ca în romanele sud-americane, cu informații ale unui real ce devine vag fantastic, ca o secvență de film cu decoruri metafizice, à la De Chirico.

Dată fiind greutatea ce o are în acest studiu capitolul dedicat Căii Victoriei, am găsit de cuviință să citez câteva rânduri dedicate în anii '30 ai secolului trecut acestei străzi fără pereche de către Gheorghe Crutzescu, care își începe acest act de iubire cu un panseu al lui Miron Costin: Nemurirea oamenilor s-ar atinge de nu ar avea în cuget lucrurile trecute. „Rândurile, ce urmează sunt născute din dragoste pentru o stradă... căreia după vremuri, i s-a spus într-atâtea feluri: vechiul drum, uliță, pod, cale, parcă ar fi avut nevoie de nume sau poreclă, el, starostele străzilor, care de două veacuri stăpânește orașul! Calea Victoriei! Victoria Neamului, dar și izbânda ei, căci lângă dânsa străzi se fac și se desfac; uliți au trăit un timp și azi li s-a uitat și numele; în lungul și largul orașului, bulevarde noi se croiesc, schimbându-și fața din zi în zi... Dânsa, nepăsătoare, își duce traiul înainte. Știe că e osia în jurul căreia se învârtește roata cetății... E o cafenea și un salon, o plimbare publică și o piață de flori, o tribună și un galantar. E vie ca praful de pușcă. O vorbă șoptită la Capșa e auzită într-o clipă la Capul Podului; Și indolentă ca o orientală... Ca un izvor liniștit, se naște în livezile Bănesii, șerpuiește agale printre grădini și case, cu nepăsarea unei uliți de sat, apoi, deodată, ca obosită de atâta drum, se aruncă în Dâmboviţa. Cu ce cuvinte să vorbești de ea? E schimbăcioasă ca apa, ca timpul, pe care parcă-l vestește... are capul înspre Carpați și coada înspre Giurgiu, unește Parisul cu Țarigrad. E bizantină și apuseană, trândava și vioaie, zâmbitoare și posomorîtă, dornică de schimbări și înfiptă în trecut... De-a lungul ei, fără orânduială, aproape fără rost, se înșiră palate și maghernițe, case de țară și zgârie nori, curți și grădini, morminte și biserici... Nu-i stradă pe lume mai chinuită, mai muncită, mai mișcătoare în silințele ei de a face din atâtea contraste puțintică armonie. Și poate nu-i stradă care să închege în atare măsură gândurile unui popor. Podul Mogoșoaei e plămădit cu sufletul nostru... indiferentă la foc, cutremur război, moarte sau alai... Căci străzi sunt multe, dar Pod ești numai Tu, oglindă în care Neamul își oglindește chipul, o! Bătrâna noastră ulicioară, atât de urâtă și atât de dragă... Acest drum nou s-a născut șerpuit, spre ciuda edililor și urbaniștilor. Dar n-au ce-i face..."

Suntem convinși că totul este corectibil, totul este perfectibil, că toate cele ale lumii acestea şi fireștile stângăcii pălesc în faţa seriozităţii acestui studiu care prezintă și redefinește, cu eleganţă academică și adeseori

poetică, subiectul tratat, rolul relației complexe a acestuia cu noi mijloace de expresie extra arhitecturale reflectate și materializate în contextul specific al civilizaţiei contemporane de expresie digitală, care a dus la redefinirea noilor „isme” mai de grabă iconoclaste decât creatoare, dar componente categorice ale tulburatului și tulburătorului secol XXI.

Autoarea, să nu uităm că este om de litere și nu arhitect sau istoric, migrează uneori, cu pas ponderat dar ferm, spre o zonă care nu mai aparţine formaţiunii sale iniţiale, ci spre o zonă de tangenţă și de posibile confluenţe între arhitectură, istorie, literatură și sociologie. Nimic mai propice pentru speculaţie, mai mult sau mai puţin filosofică, decât acest teren fertil prin quasi virginitatea lui. De aici particularul interes stârnit de acest studiu, care pare o posibilă erminie poetică urbanistico-sociologico-arhitecturală, discutabilă din punct de vedere strict filosofic (din punct de vedere al filosofiei culturii). El este o concluzie personală la care autoarea a ajuns, după o solidă documentare și meditaţie, interpretând în proprie cheie profesională un domeniu pândit de ariditate și impersonalitate.

Acest studiu poate fi considerat drept o încercare temerară menită să recupereze și să redefinească, prin glasul unui neofit, noi parametri ai comunicării prin arhitectură, aspirând a metamorfoza arhitectura, urmărind o finalitate culturală, capabilă de a reconforma realitatea prin aluzie și amprentare a acesteia spre a lua în posesiune spațiul cu instrumentele rațiunii conduse de rigoare și poezie în același timp. Metodologia adoptată de autor are ca geneză scopul fundamental definit încă din titlul lucrării și deslușit în secţiunea propedeutică. Este evidentă și intenția de a oferi celor ce sunt interesați de problemele tratate în acest studiu a unui veritabil buchet problematic privitor la redefinirea, de pe poziția omului de cultură și nu a strictului profesionist, ce și cum vorbește spațiul arhitecturalo-urban înțeles ca structură de comunicare, spre folosul trăitorilor din acest mediu creat de oameni pentru oameni.

Ne exprimăm mulţumirea că acest studiu atât de interesant este opera unui om de litere contaminat de morbul culturii arhitectonice și urbanistice. Și în acest sens putem considera că acest act intelectual al Luciei Neaga este categoric expresia unei lăudabile împliniri intelectuale care îi face cinste ei și ne face și nouă cinste.

prof. em. dr. arh. Sorin Vasilescu
București, 9 iunie 2025

2. Cuvânt înainte

Această carte își propune să exploreze, într-o manieră interdisciplinară, întâlnirea dintre diverse teorii și modele de comunicare cu artele vizuale și arhitectura. Consider că arhitectura constituie una dintre cele mai complexe forme de comunicare. O casă, generic spus, poate fi o melodie, un tablou, dar este, prin excelență, mai mult decât o sculptură. Astfel, am descoperit că, prin arhitectură, se poate comunica în foarte multe moduri, fiecare având importanța și eficiența lui. Comunicarea prin arhitectură poate fi rece sau caldă, subtilă sau evidentă, melancolică sau violentă. Dar, oricum ar fi, rămâne reprezentativă. Percep comunicarea prin arhitectură ca pe un parfum enigmatic, pe care doresc să-l descopăr prin toate valențele și să-l aprofundez.

Cu litere poți scrie orice, dar nu oricum. Astfel, urmând principiul tranzitivității, și în arhitectură poți face, în principiu, orice, dar nu oricum. Spre exemplu, regimurile totalitare au avut ca model grandoarea. Uneori benefică, alteori nu. De cele mai multe ori însă, au fost implicate numeroase resurse materiale și umane și s-au construit opere de anvergură, nu întotdeauna de bun gust, dar deseori fascinante. De aceea, probabil arhitectura comunică altfel decât noi, oamenii, cu literele noastre. Reprezintă o mărturie tăcută a tot ce este și ce-a fost în jur, o mărturie pe care generațiile viitoare o pot aprecia sau nu, dar nu o pot ignora.

Arhitectura, frumoasă sau mai puțin frumoasă, austeră sau ofertantă, comunică tot timpul. Trebuie să știm să descifrăm acest lucru, să găsim codurile de intrare. Ca să mă refer la frumusețe, redau următoarele formulări, pe care le consider relevante: „Pentru om, a fi primit în frumusețea spațiului sau în spațiul frumuseții, este o binefacere. Aceasta înseamnă că în arhitectură căutarea calității estetice nu este niciodată separată de a celei etice. Spațiul construit astfel încât să primească în el elementele naturii, să educe omenirea să le recunoască importanța și să le pună pe ambele într-o relație de interacțiune solidară, este întotdeauna un spațiu al frumuseții. Nu există nicio clădire frumoasă în sine și care să nu pună în valoare, protejând-o, calitatea terenului, a peisajului natural și a celui istoric” (Bossi et al., 2022, 97). Aceasta înseamnă că, în arhitectură, căutarea calității estetice nu este niciodată separată de a celei etice. Spațiul construit astfel încât să primească în el elementele naturii, să educe omenirea să le recunoască importanța și să le pună pe ambele într-o relație de interacțiune solidară, este întotdeauna un spațiu al frumuseții. Astfel, extrapolând, arhitectura are capacitatea de a salva lumea, în aceeași măsură în care frumusețea o poate face. „Acest lucru este cu atât mai adevărat dacă […] se referă la realitatea în care omul se întâlnește cu semenii săi, comunică cu ei, gândește, acționează și interacționează liber

și contribuie la un adevărat spațiu comun" (Bossi et al., 2022, 97). Din aceste afirmații, rezultă faptul că autorii, arhitecți la rândul lor, înțeleg reușita unui spațiu construit prin comunicare și interacțiune. În același timp, trebuie să prețuim arhitectura, să o criticăm, când e cazul, dar și să învățăm din ea. Convingerea mea este că, studiind comunicarea prin arhitectură și modul de transmitere a acesteia, fiecare dintre cele două discipline va deveni mai prețioasă, mai împlinită.

Mi-aș dori ca prin această carte să contribui la îmbunătățirea comunicării prin arhitectură, promovarea arhitecturii și a patrimoniului cultural, precum și evidențierea istoriei moderne și contemporane prezente pe Calea Victoriei, ca emblemă a Bucureștiului. Această arteră va fi privită însă, în mod special, prin capacitatea sa de comunicare și prin evenimentele care-i relevă personalitatea.

Urmând parcursul firesc al poveștii locului și timpului și al influenței cotidiene pe care o clădire o posedă prin a-și crea identitate și a făuri un destin străzii, este de neevitat și fără cusur faptul că trebuie să ne uităm la această arteră cu ochi de specialist, pe de o parte...dar aș prefera ochii trecătorului neștiutor care află atunci ce merită știut, căruia nu i se spune vreo poveste, dar le simte pe toate ca și cum ar fi fost dintotdeauna pe Calea Victoriei.

Freamătul străzii, parfumul ei ne sunt întipărite în minte fără a ști nimic, doar a simți istoriile nepovestite ale unor oameni neștiuți de istorie ei înșiși. Toate acestea ne conduc cu adevărat la o poveste complexă, vizuală, auditivă și, în general, o poveste a necunoscutului care aduce după sine o curiozitate și mai mare pe care altfel nu am putea să o atingem. Într-un final, istoria locului și ceea ce atrage aceasta sunt date de necunoscutul următoarei clădiri, al următorului detaliu al fațadei, a acelui element necunoscut ce o face vie încă în viețile noastre.

Lecturile mele s-au întâlnit adesea, de-a lungul timpului, cu arhitectura și artele vizuale, creând o conexiune invizibilă în propria-mi percepție încă de pe vremea când începeam să deslușesc primele cuvinte. Această conexiune invizibilă a căpătat un contur și, implicit, o formă, mult mai târziu, când am realizat că trebuie să materializez printr-o carte această frumoasă îmbinare a imaginilor cu textul propriu-zis. Totodată, am învățat și o altă distincție clară dintre ce vedem și ce privim cu adevărat.

De-a lungul timpurilor, oamenii au trăit, au muncit, au suferit, au performat. De multe ori au avut nevoie și de litere, dar creația lor arhitecturală a fost, în mod sigur, mai vizibilă și mai durabilă. De aceea îmi doresc să pun în dialog literele cu materialele de expresie ale arhitecturii. Comunicarea capătă astfel un plus pe care nu l-aș fi putut obține, decât prin redarea tensiunii de transmitere a forței arhitecturii. Comunicarea prin arhitectură reprezintă

un element indestructibil. Oamenii ar trebui să înțeleagă că și tăcerea în contemplație este o formă de comunicare fecundă, uneori. Este nevoie de mai puțină comunicare și de mai multă contemplație. Sau invers? Acest lucru se va releva pe parcurs.

Așa cum literele nu seamănă unele cu altele, nici casele nu seamănă unele cu altele, nici arhitecții nu seamănă unii cu alții, nici epocile pe care ei le reprezintă sau în cadrul cărora s-au manifestat, nu seamănă. Au fost perioade bune, prospere, în care literele și arhitectura au înflorit, dar și perioade grele, de război, foamete, dictatură. Cu toate acestea, arhitectura nu a stat pe loc, nici literele. Așa cum oamenii au continuat să scrie, chiar dacă erau conștienți că operele lor puteau fi arse sau interzise, tot așa arhitecții au continuat să-și pună visurile în proiecte și să construiască, indiferent de consecințe. Sacrificiul stă la baza oricărei creații.

Poți citi oricât, te poți documenta mult, dar la un moment trebuie să ridici capul din cărți și să privești în jur. Atunci poți constata cum străzile, casele, muzeele, cafenelele și restaurantele încep să-ți vorbească, să-ți comunice ceea ce nu ai descoperit prin citit, să devină un tot unitar, care nu se mai poate dezintegra.

2. Teorii ale comunicării (cu posibile incursiuni arhitecturale)

Deși cuvântul comunicare reprezintă un termen considerat foarte cunoscut, el este plin de valențe, dar și de neclarități. Ca să ajung la teoriile comunicării, ar trebui văzută evoluția lui *homo sapiens*, trecând prin *homo faber* și *homo ludens*, la *homo communicans*, așa cum este expusă de către Mihai Dinu, unul dintre cei mai importanți autori în domeniul comunicării, în cartea sa *Comunicarea. Repere fundamentale* (Dinu, 2014). Astfel, nu se știe exact dacă *homo faber* și-a construit uneltele singur sau a avut schimburi de informații cu ceilalți membri ai comunității sale, dar, în mod cert, progresul ulterior și explozia invențiilor se datorează schimbului de idei dintre oameni și utilizării experienței acumulate de-a lungul timpului. Comunicarea și cooperarea stau la baza acestui progres. Pare că numai *homo ludens* este o excepție, că trăiește cu nostalgia jocului copilăriei. Johan Huizinga demonstrează, în cartea sa intitulată chiar *Homo ludens* (Huizinga, 2012), că jocul și creativitatea cuprind, în esență, aceleași valori: fantezia, libertatea, dezinteresul. De aceea, arta, respectiv arhitectura, se subscriu și lui *homo ludens*, reprezentând „nu numai forme de comunicare, ci și agenți de comunicare interumană" (Dinu, 2014, 7). Referitor la problema intenției de a comunica, școala de gândire formată din semioticienii Eric Buyssens, Jean Martinet, Georges Mounin și Louis Prietto (Dinu, 2014, 22) consideră că această intenție este dată de semnal și indiciu, numai semnalul reprezentând o intenție de comunicare din partea emițătorului. Extrapolez această teorie în domeniul arhitecturii. Dacă un monument de arhitectură are pereții scorojiți, este neîngrijit, acesta este un indiciu că trebuie făcut ceva. Casa nu poate striga după ajutor, dar în forul interior al fiecăruia se declanșează semnalul că trebuie făcută o restaurare. Casa comunică cu noi, iar semnalele emise sunt evidente. Cealaltă școală de gândire, referitoare la intenționalitatea de a comunica, este școala de la Palo Alto, care a emis și axiomele comunicării. Cercetătorii Paul Watzlawick, Janet Beavin și Don Jackson (Dinu, 2014, 22) consideră că este imposibil să existe non-comunicare. Chiar și tăcerea este o formă de comunicare. Ca o paranteză, există o lucrare foarte interesantă în acest sens, *Despre tăcere* (Le Breton, 2001), la care mă voi referi ulterior.

Tot ceea ce facem, mimica, privirea, mersul, gesturile etc., totul înseamnă comunicare. În acest caz, extrapolarea spre arhitectură e și mai simplă. Casa, generic vorbind, comunică prin faptul că există. Am putea vorbi și despre o primordialitate a comunicării, în sensul că aceasta constituie o condiție a existenței și a evoluției gândirii, lucrului, cultului. Prin comunicare, oamenii și mințile lor capătă influențe, dar și interacțiunea omului cu spațiul,

respectiv formele ce se constituie în acte arhitecturale, reprezintă o provocare și o relație de permanentă adaptabilitate.

Într-o definire sumară, în comunicare există întotdeauna un emițător și un receptor (destinatar). În funcție de numărul de participanți și de tipul de relație dintre aceștia, există mai multe tipuri de comunicare: comunicarea intrapersonală (emițătorul și receptorul sunt aceeași persoană; acesta este cazul dialogului interior pe care îl purtăm cu noi înșine), comunicarea interpersonală diadică (presupune strict doi participanți și este importantă din perspectiva influențării de la om la om), comunicarea de grup (ipostază a comunicării interpersonale, tipice fiind grupurile mici, până la zece persoane), comunicarea de masă (reprezintă cel mai nou tip de comunicare, în cadrul căreia există un producător instituționalizat de mesaje adresate unor necunoscuți și, din acest motiv, feedback-ul este foarte slab).

Cel mai studiat tip de comunicare, de-a lungul timpului, este comunicarea publică, cea care presupune existența unui singur emițător și a unei multitudini de receptori. Nu cred că forțez cu nimic în cazul în care consider arhitectura un mod de comunicare publică, în sensul că actul arhitectural se dezvăluie publicului spre a fi receptat.

În decursul istoriei, diverși autori au stabilit funcțiile comunicării, precum și diverse scheme de comunicare. Încă din secolul al IV-lea î.Hr., Aristotel consideră că există trei funcții ale comunicării publice: politică sau deliberativă (discursul stabilește oportunitatea sau inoportunitatea unei acțiuni cu caracter public), forensică sau judiciară (discursul dovedește justețea sau injustețea unor fapte petrecute, pe care la aprobă sau le incriminează), epideictică sau demonstrativă (discursul e axat pe elogierea sau blamarea unei personalități etc.).

Mult mai aproape de noi, Karl Bühler, psiholog și lingvist german a definit, în 1934, actul comunicării verbale prin analogie cu emisia radiofonică, asociind emițătorului funcția expresivă, receptorului funcția apelativă, iar mesajului funcția reprezentativă. Arhitectura ar putea fi beneficiara funcțiilor expresive și reprezentative, conform definiției lui Karl Bühler.

În conformitate cu Roman Jakobson, lingvist ruso-american, pionier al lingvisticii structurale, schema factorilor constitutivi ai comunicării constă în relația dintre emițător - context/mesaj/contact/cod - destinatar.

Tipurile și schemele de comunicare sunt diverse și, în funcție de relevanța lor în acest context, pot fi dezvoltate pe parcurs. M-aș mai opri însă asupra a două aspecte, legate de comunicarea prin arhitectură: proxemica și tăcerea.

O altă abordare în ceea ce privește comunicarea se referă la modul în care oamenii se raportează la teritoriu. „Analiza corelației dintre

componenta spațială și cea comunicațională a vieții sociale face obiectul unei discipline […] al cărei inițiator a fost americanul Edward T. Hall și care a căpătat numele de proxemică" (Jakobson, 1960, 263). Această disciplină, proxemica, arată modul în care oamenii își delimitează teritoriul, iar lucrul acesta se manifestă diferit în funcție de țară, educație, obiceiuri, temperament etc. Edward T. Hall analizează și modul în care oamenii și-au construit casele, dar se ocupă și de spațiile aferente unor clădiri publice. Proxemica poate fi utilizată în înțelegerea comunicării prin arhitectură. Edward T. Hall arată cum oamenilor le place să păstreze distanțe între ei, în funcție de mediul din care provin. În anumite condiții, acest lucru nu este doar dezirabil, ci chiar necesar. Această bulă invizibilă de spațiu care constituie teritoriul fiecărei persoane este una dintre dimensiunile cheie ale societății moderne. Proxemica, definită de Edward T. Hall, este domeniul care se ocupă cu limbajul distanțelor și se referă la semnificația distanței pe care fiecare persoană o păstrează una față de cealaltă sau față de obiecte. Nevoia de spațiu personal variază de la o persoană la alta, de la o profesie la alta, de la un popor la altul și de la un context social la altul. În lucrările sale *The Silent Language* (1959) și *The Hidden Dimension* (1959) demonstrează modul în care utilizarea spațiului de către om poate afecta relațiile personale și de afaceri, interacțiunile interculturale, arhitectura, urbanismul și reînnoirea urbană. Aspectele privind proxemica merită o abordare suplimentară pe parcurs.

Cum am mai spus, arhitectura este și despre tăcere sau despre un dialog tăcut, cu tine însuți. În cartea sa intitulată chiar *Despre tăcere* (2001), David Le Breton semnalează lipsa de însemnătate pe care o capătă cuvântul din cauza abundenței de limbaj. Mesajul ajunge astfel să fie lipsit de efect, din moment ce, în comunicarea modernă, a păstra un moment de tăcere devine ceva de-a dreptul fraudulos. Autorul îl amintește pe filosoful danez Soren Kierkegaard, care propune „un catharsis al tăcerii" până când valoarea cuvântului va fi pe deplin restaurată. În cazul omului, tăcerea este tot un fel de comunicare, nefiind vid, ci suflul necesar pentru continuarea conversației. Arhitectura, prin materialitatea ei, este învăluită în tăcere și mister. Dar în fața unei capodopere, poți rămâne mut, în contemplație, după care se vor găsi destui care să o evalueze, să o încadreze istoric, să o compare, să se extazieze în fața ei sau, de ce nu, să o critice, dacă au argumente. Este chiar un paradox să exprimi atâtea vorbe interesante despre…tăcere. Legătura sau raportarea omului la lumea înconjurătoare se face nu numai prin cuvinte, ci și prin momente de suspendare, sau contemplare, adică prin tăcere. În latină există două verbe care exprimă tăcerea: *tacere*, care se referă la o persoană, la un om care nu vorbește și *silere*, care se referă la natură, obiecte sau animale. Acest al doilea verb i se potrivește arhitecturii, întrucât desemnează liniștea, contemplația sau „o tonalitate calmă a prezenței neîntreruptă de nici un

zgomot" (Le Breton, 2001, 3). Astfel, în timp ce verbul *tacere* presupune un schimb, adică este vorba despre o conversație în care o persoană păstrează o tăcere ce poate stârni o reacție din partea celorlalți, verbul *silere* înseamnă mai degrabă o singurătate ce nu are urmări sociale. Acesta este verbul care desemnează contemplația, comunicarea tăcută a personajului cu obiectul arhitectural. Și limba greacă are două verbe care fac distincția între a tăcea (*siopân*) și a te cuprinde tăcerea (*sigân*). Iată cum literele converg pentru exprimarea celor mai interesante stări. Prin urmare, când te cuprinde tăcerea sau ai o contemplație, nu ai nevoie de limbaj, ești tu singur cu monumentul, cu casa, cu peisajul. Modul de a vorbi, respectiv de a tăcea, de a face pauze în conversație, este diferit în funcție de cultura din care provin oamenii. Popoarele latine, sud-americane au o apetență mai mare a conversației, a lipsei pauzelor, a vorbi unii peste alții și a prescurta cuvintele. Acest lucru se poate spune că se reflectă, cumva, și în arhitectură. Marile catedrale gotice din culturile germanice au un fel de lentoare, de greutate, sunt mai sobre, la fel și casele. Clădirile popoarelor mai tăcute împrumută ceva din felul de-a fi al oamenilor. Așa cum unii oameni nu știu a comunica sau sunt percepuți în mod greșit în această ipostază (de multe ori din cauza apartenenței la o altă cultură), tot astfel clădirile trebuie învățate, în sens metaforic, să comunice tot ceea ce au mai bun.

4. Semantica în arhitectură și comunicare

4.1. Definiții, conotații, emițător/receptor în arhitectură și comunicare

Aristotel, în logica sa formală, consideră obligatoriu să definim termenii pe care-i utilizăm. În cazul de față, aceștia sunt: istorie, arhitectură, modernism, comunicare.

Termenul de istorie provine din latinescul *historia* (care, la rândul său, provine din limba greacă) și este știința care studiază trecutul umanității și al societăților omenești, cu scopul reconstituirii. Istorie înseamnă cunoștințe dobândite prin cercetare și analiză, în acest scop utilizându-se toată informația care poate fi adunată. Istoria utilizează toate sursele de care dispune, adică toată informația ce poate fi obținută pentru a reuși reconstituirea în timp a evenimentelor.

Arhitectura, într-o definiție formală și seacă, înseamnă știința și arta de a proiecta clădiri. Arhitectura are însă multe definiții, care mai de care mai ingenioase și mai sugestive. O definiție semnificativă îi aparține marelui scriitor german Novalis care definea arhitectura ca fiind „jocul savant, corect și magnific al formelor reunite în lumină și umbră", formulare preluată de Le Corbusier, prin care a devenit cunoscută în întreaga lume. O definiție prețioasă este cea a lui Constantin Brâncuși: „arhitectura este sculptură locuită" (Brâncuși, 2011, 24).

O primă definiție a arhitecturii îi aparține lui Marcus Vitruvius Pollio (80/70 î. Hr. – 15/23 d. Hr.), arhitect, inginer și scriitor roman, care invocă rațiunea și estetica în creația arhitecturală: „Arhitectura este o știință înconjurată de multe cunoștințe care reglementează toate lucrările ce se fac în toate artele. Ea se compune din Practică si Teorie […] Arhitectura se compune din Ordine, care în greacă se numește Taxis […], din Euritmie, Simetrie, Decorațiune, Distribuție pe care grecii o numesc economia […]. Euritmia este aspectul frumos și plăcut produs de predispunerea membrelor […], Decorațiunea este aspectul rafinat al operei, compus din lucruri acceptate de rațiune, Distribuția este modul comod de a folosi material și cheltuiala redusă a lucrării […]" (Smith, 2004, 36). Această definiție este evocată de Thomas Gordon Smith în cartea sa dedicată lui Vitruvius.

Modernismul este un nume generic dat mișcărilor, tendințelor, experimentelor literare și artistice novatoare, manifestate începând din ultimele decenii ale secolului al XIX-lea până în a doua jumătate a secolului al XX-lea. Modernismul nu este doar un curent, ci o mișcare culturală, iar prin oportunitățile sale, rămâne una din sursele arhitecturii actuale.

Comunicarea și teoria derivată din acest domeniu, de dată relativ recentă, reprezintă, de fapt, multiple ipostaze, care pot conduce către ambiguități și controverse. Deși, de-a lungul timpului, s-a încercat o serie de definiții ale comunicării, au existat mereu obiecții ale diferiților specialiști, nemulțumiți de modul în care domeniul lor se plia pe definițiile respective. Comunicării verbale și scrise i se alătură, cu din ce în ce mai mult succes, comunicarea nonverbală, care se transmite atât între persoane aflate în interacțiune, dar și între persoane și obiecte, cum ar fi cele arhitecturale. Arta, în general, și arhitectura, în mod particular, pot determina modificări ale comportamentului receptorului, influențând și modelând afectivitatea acestuia. Revenind la definiția termenului comunicare, aceasta se dovedește a fi dificilă, din cauza acumulării progresive de „trăsături și conotații ce îngreunează considerabil misiunea celui care încearcă astăzi să-i explicitеze conținutul" (Dinu, 2014, 24). Deși pare un termen simplu, pe care oricine îl înțelege, la o cercetare mai profundă, poate deveni discutabil. Una dintre definițiile cele mai potrivite îi aparține lui Louis Forsdale, citat de Mihai Dinu: „Comunicarea e procesul prin care un sistem este stabilit, menținut și modificat prin intermediul unor semnale comune (împărtășite) care acționează potrivit unor reguli" (Dinu, 2014, 27). Această definiție are calitatea de a se adapta scopului acestei cărți, în sensul că nu precizează exact părțile care comunică, dar îi conferă totuși comunicării rolul de a integra aceste părți. Astfel, comunicarea prin arhitectură determină o configurație superioară, prin care ambele entități primesc un plus pe care, fără un asemenea sistem integrator, nu l-ar avea. Este vorba despre o interconectare a cărei evoluție depinde de modul în care aceasta se dezvoltă. Poate stagna, se poate conserva sau poate evolua.

Cele două entități și anume emițătorul și receptorul sunt indispensabile procesului de comunicare. De fapt, între cei doi factori de comunicare, se interpune și un canal prin care este transmis mesajul transformat în semnal. Acesta este receptat și ajunge la destinație. O comunicare plină de acuratețe presupune ca mesajul, decodificat de receptor, să fie identic cu mesajul inițial sau cât mai apropiat de acesta. Nu trebuie neglijat faptul că semnalul trece prin canalul de comunicare, care poate fi afectat de o sursă de zgomot. În cazul arhitecturii, sursa de zgomot poate fi orice informație distorsionată referitoare la un obiect arhitectural, care să împiedice transmiterea către receptor a mesajului inițial, a mesajului corect.

4.2. Arhitectură și semiotică

Din definițiile exprimate anterior rezultă într-un mod cât se poate de explicit faptul că arhitectura nu este nicidecum doar activitatea ce presupune construirea unor adăposturi sau clădiri cu funcțiuni primare. Aceasta are evidente conotații artistice și poetice. Arhitectul adaugă operei sale toate elementele ce derivă din pregătirea sa și care au multiple valențe. Pot afirma că lumea arhitecturii este marcată de semnele puse prin operele realizate, care sunt jaloane de referință în istoria umanității, de care trebuie ținut cont.

În introducerea cărții *De Architectura* (1991), avându-l ca autor pe Marco Vitruvio Pollione, traducătorul și editorul Luciano Migotto apreciază că această lucrare este o operă deschisă și, fiind de acord cu necesitatea unei codificări riguroase a genurilor și stilurilor declarate, reprezintă, în același timp, un instrument practic și funcțional al artei construirii dar, cu toate acestea, nu este exclusă posibilitatea unor alte căi interpretative, unor alte sugestii care pot să apară în și din microcosmosul structurii arhitecturale, din legile intrinseci ale proporției și simetriei, din relația cu ordinea cosmică, prin cercetarea unor indicii ce caracterizează perpetuarea formei perfecte a ființei umane. Spre deosebire de om și corpul său, care constituie prima dimensiune conștientizată, arhitectura apare ca o mare scenă în care natura urmează să-și consume propriul destin. Obiectul final rezultat în urma actului arhitectural, plasat într-un context spațial limitat, implică o serie de inter-relații, echivocuri și acorduri, armonice sau disonante, care stau la baza procesului metamorfic, al vieții sale viitoare, asociată, voit sau nu, comunicării. Astfel, încă din perioada renascentistă, după antropocentrism, este evidentă tentativa de retușare prin metafora arhitectonică, în sensul de a deveni dintr-o simplă așezare în spațiu, o punte de mediere între necesitatea de a satisface o nevoie primară și regăsirea unei proprii existențialități și entități ce trebuie legitimată temporal. În acest sens se citește cercetarea unui canon codificat, a unui modul proporțional de măsurare, cuantificarea unui element obiectiv, care încearcă, formal, să exprime calitativ un mod de percepție, pentru a înțelege legătura dintre pura intuiție și interpretarea avizată. Astfel, se definește arhitectul-creator care își concepe opera ca pe un întreg armonios ce reflectă imensa arhitectură ordonată a universului.

Perfecțiunea armonică a reprezentării geometrice constituie o valoare absolută care traversează limitele efemerului și recheamă, cu un ecou imperceptibil, modelul, arhetipul cosmic a cărui expresie este. Arhitectul își vede propria artă inclusiv ca o știință ce operează cu unități spațiale. Soluția figurativă a operei nu este decât o proiecție a imaginației arhitectului, capacitatea sa de a asimila structura materiei printr-o serie de procese operaționale ce se confruntă cu înțelegerea unitară a întregului. Astfel,

conceptele esteticii vitruviene, precum proporția, euritmia și simetria, reprezintă crearea unui *eidos* care să fie în același timp idee, formă și calitate. Adică o idee de frumusețe interioară care poate fi de ordin spiritual sau intelectual, dincolo de estetica formală. În cea de-a noua carte a sa, Marcus Vitruvius Pollio îl asimilează și-l compară pe arhitect cu creatorul lumii, în sensul că-l consideră imitatorul lui Dumnezeu, în măsura în care invențiile și descoperirile tehnico-științifice permit reproducerea fenomenelor naturii.

Arhitectura nu este doar artă, nici doar știință, fiind un domeniu de confluență a acestora. Ea nu se poate autogenera, în sensul că arhitectul nu poate proiecta decât în urma primirii unei comenzi. Pictorul, sculptorul, actorul pot îndeplini singuri actul artistic, în vreme ce arhitectul este supus unei nevoi sociale, este subordonat, cu sau fără voia lui, unei comunicări exterioare. Chiar dacă, în urma acestei comenzi/comunicări, resursele sale interioare vor prevala, nu poate, totuși, să nu țină cont de stimulii externi. Georg Wilhelm Friedrich Hegel se referă, în mod plastic, la partea simbolică și comunicativă a arhitecturii: „Arhitectura este arta care se exprimă în exterior, astfel că diferențele esențiale consistă în faptul că acest exterior are în sine semnificația sa, sau este tratat ca mijloc pentru a atinge un scop diferit de al lui, sau se demonstrează a fi autonom chiar și prin această instrumentalitate" (Hegel, 1966, 321). Potrivit lui Hegel, dar nu numai lui, arhitectura se află în slujba divinității, dând formă naturii, modelând mediul înconjurător și clădind, inclusiv metaforic, temple care implică reculegere interioară. Comunicare exterioară și interioară, revelată printr-un conținut artistic, aceasta este arhitectura. Când arhitectul înalță templul, în acesta se instalează comunitatea, iar lumea capătă purificare prin arhitectură. Astfel, cu sau fără voia lui, prin actul său artistic, arhitectul oferă o șansă imediată și de lungă durată comunicării. Sintetizarea lui Hegel este remarcabilă: „Aceasta este reflectarea în sine, reflectarea spirituală a amintitei prezențe sensibile, este subiectivitatea care dă suflet și anterioritatea cu care, din această cauză, particularizarea, individualizarea și subiectivitatea acestora devin principiul determinant pentru conținutul artei, precum și pentru materialul ce trebuie înfățișat în chip exterior" (Hegel, 1966, 92).

Cele de mai sus încearcă să arate semnificația arhitecturii, respectiv relevanța sa din punct de vedere semantic. Umberto Eco definește noțiunile privind semnul și semnificația astfel: „Semiotica are de-a face cu orice lucru care poate fi considerat drept semn. Este semn orice lucru care poate fi considerat drept un substitut semnificant pentru altceva" (Eco, 1982, 1). Acesta amintește de proxemică, apărută în antropologie, dar care este o disciplină a comportamentului simbolic: „[…] gesturile, ținuta corpului, poziția corpurilor unul față de altul în spațiu (precum și spațiile arhitectonice care impun sau presupun anumite poziții reciproce ale corpurilor umane),

devin elemente ale unui sistem de semnificații pe care adesea societatea le instituționalizează în cel mai înalt grad ” (Eco, 1982, 6). Arhitectura este inclusă în vastul domeniu al comunicării vizuale prin sisteme culturale cum sunt codurile iconografice și apoi la „gramatici, sintaxe și lexicuri ce par să guverneze comunicarea arhitecturală” (Eco, 1982, 7). O referire importantă privind fundamentarea concepțiilor lui Umberto Eco se află în lucrarea sa *Limitele interpretării* (1996). Cartea menționată este o lucrare care urmează mai multor lucrări de semiotică ale aceluiași autor, dar în special cărții *Opera aperta* (scrisă între anii 1958 și 1962). Umberto Eco îndreaptă și modifică evaluarea total deschisă a operelor de artă din *Opera aperta*, având o apreciere mai conservatoare în *Limitele interpretării*. O dispută remarcabilă, chiar dacă se referă la un text, dar care poate fi extinsă și aplicabilă atât în domeniul arhitecturii, cât și în cel al comunicării, este „pe marginea opoziției a două programe și anume: trebuie să căutăm în text ceea ce autorul a voit să spună și trebuie căutat în text ceea ce acesta spune, independent de intențiile autorului său” (Eco, 1996, 25).

Este interesantă și constructivă, cu relevanță în demersul de față, discuția despre cele trei intenții: *intentio auctoris*, *intentio operis* și *intentio lectoris*. Cu alte cuvinte, autorul unei opere, spre exemplu de arhitectură, are intenția de a transmite, de a comunica ceva. Opera însăși poate comunica, independent de intențiile autorului, dar și cel pus în fața operei, prin citire (în cazul textelor) sau privire poate înțelege sau simți lucruri diferite. *Intentio auctoris* este emițătorul, *intentio lectoris* este receptorul, iar *intentio operis* este canalul de comunicare. Aceste comparații nu sunt deloc întâmplătoare și pot defini mai exact modul în care arhitectura și comunicarea se întâlnesc într-un fel nicidecum oarecare, ci constructiv și benefic în ambele sensuri.

Deși am arătat că există, în mod natural, limite ale interpretării, trebuie totuși subliniat faptul că semiotica adaugă interpretării arhitecturii un număr semnificant de conotații, aceasta fiind un instrument de analiză și decodificare a limbajului arhitectural. Semiotica are capacitatea de a interpreta semnificații, fiind apropiată atât de lingvistică, cât și de filosofie, dar are și posibilitatea de a se duce spre domenii precum arhitectura, prin analiza și decodificarea elementelor compoziționale ce alcătuiesc obiectul respectiv.

O desprindere a semioticii de domeniul lingvistic și filosofic este precizată de filosoful și semioticianul american Charles W. Morris, care leagă semnul de psihologia comportamentală și socială, precum, și mai important, de sistemul valorilor. În lucrarea sa *Schițe ale unei teorii a semnelor* (2009), Morris propune o trihotomie, prin care omul utilizează semnele în trei moduri: percepția, respectiv conștientizarea semnului, manipularea, respectiv înțelegerea semnului și utilizarea lui, precum și consumul sau asimilarea

semnului. Astfel, în funcție de stadiul în care se află, semnul este înzestrat cu calități diverse, perceptuale, manipulatoare și/sau consumatoare. Prin acest nou definit semn, semiotica capătă alte valențe, putând fi utilizată ca instrument de analiză a artei, în general, și a arhitecturii în particular, având răspunsuri atât pentru creator, respectiv, arhitect, cât și pentru consumator/beneficiar. Iată cum semiotica, în modul său specific, cu accente filosofice și lingvistice, vine în sprijinul comunicării prin și pentru arhitectură, făcând legătura dintre creator și beneficiar.

4.3. Arhitectura ca simbol și semnal

Eu, ca autor al acestei cărți, ca subiect îndreptat spre cunoașterea obiectivului propus, ce devine astfel al doilea personaj, dar, de fapt, cel mai important, mă văd în situația de a elabora conceptul care conduce spre cunoaștere, spre ceva diferit de ceea ce s-a realizat până acum, referitor la acest subiect.

Fiind o carte care combină comunicarea și arhitectura, încercând să inducă o mai eficientă comunicare prin arhitectură, dar și o arhitectură a comunicării, se cer impuse niște limite ale interpretării, pe care orice lucrare de acest tip le are, chiar dacă nu sunt recunoscute întotdeauna în mod explicit. Întrucât imaginația nu are limite, conștiința personală și știința, prin obiectivitatea ei, trebuie să le impună.

Pentru a argumenta cele scrise mai sus, fac niște incursiuni prin gândirea lui Umberto Eco în două dintre lucrările acestuia și anume *Limitele interpretării* și *Opera aperta*. Prin lucrările sale, autorul pleacă de la interpretarea total deschisă a unei opere și ajunge la introducerea unor limite ale interpretării, care stau la baza oricărui argument.

Ca să exemplific, plecând de la numele cărții de față, pot spune simplist că este o carte și despre Calea Victoriei. Parafrazându-l pe Umberto Eco, orice om, întrebat ce este Calea Victoriei, ar răspunde, la primul impuls, o stradă. De aici derivă și afirmația ulterioară unui asemenea răspuns, cu referire și la comunicare, a lui Umberto Eco: „Nicio teorie a receptării nu ar putea evita această restricție preliminară. Orice act de libertate [...] poate apărea numai după și nu înainte de aplicarea acestei restricții" (Eco, 1996, 10). În acest sens, dacă simbolul ales este Calea Victoriei, îl pot interpreta cu ajutorul semiozei, în sensul comunicării prin procese dinamice de transfer și transformare. Fenomenul pe care îl tratez este tocmai interpretarea, cu condițiile și limitele ei. Demersul meu se situează undeva între idealism și realism, admițând totuși că un subiectivism moderat nu poate fi exclus. Cartea lui Umberto Eco *Limitele interpretării*, menționată mai sus, este utilizată ca un ghid, prin extrapolarea ideilor sale privitoare la interpretarea textelor scrise

la interpretarea în arhitectură. Paradoxal însă, această carte a mea, chiar dacă se referă la fenomenul comunicațional prin arhitectură, adică prin imagine, se reduce, în cele din urmă, la un text scris, care poate fi interpretat, cu sau fără limite, de către cititori.

Umberto Eco consideră că, în timpul anilor ’80, a existat o „insistență, aproape obsesivă, asupra momentului lecturii, al interpretării, al colaborării sau cooperării receptorului” (Eco, 1996, 20). Și în cazul comunicării prin arhitectură, receptorul este foarte important, iar momentul când semnalul îi este transmis contează, în sensul decodificării sale mai rapide. Nu este de neglijat nici colaborarea sau cooperarea receptorului, mai ales atunci când obiectul de studiu este un simbol. O funcție simbol. Pentru a descifra arhiva vizuală a orașului trăit, particularizarea fiind Calea Victoriei, această funcție trebuie activată, pentru a deveni pat germinativ pentru orice implant adecvat în solicitarea domeniului coadapativ, după caz.

Simbolul posedă atribute de individualitate în raport cu o comprehensiune imediată, fără particularități de limbaj verbal sau traduceri. Această funcție simbol necesită, desigur, paliere de înțelegere, cu fond cultural mai mult sau mai puțin codificat. Umberto Eco, în lucrarea sa *Opera aperta*, dar și în alte scrieri ulterioare, mărturisește faptul că cercetările sale nu se referă doar la texte verbale, ci includ pictura, cinematografia, chiar emisiunile televizate în direct, privite toate ca „structură narativă” (Eco, 1996, 25). Prin urmare, extrapolările spre arhitectură și comunicarea oferită de aceasta decurg în mod natural. Noțiunile de *intentio auctoris*, *intentio operis* și *intentio lectoris*, în jurul cărora se plasează interpretările unui text se pot transfera spre arhitectură, unde cel care citește textul/vizualizează obiectul arhitectural se transformă în receptor.

Calea Victoriei nu este însă nici text, nici arhitectură absolută. Reprezintă trasee/parcurs, cu dramatizări ale acestora/acestuia prin note și pauze ale unei vibrații muzicale în cheie personală, precum și obiecte mesaj cu amprentă definitorie a secvenței de eveniment. Prin aceste elemente voi da satisfacție modului propriu de interpretare.

Așadar, în cazul meu, intenția autorului se transferă asupra operei, dar avem și cazuri în care opera reușește singură, fără autor, să devină transmițătoare de mesaj. Autorul se raportează la propriul sistem de valori fundamentale sau la curente artistice conjuncturale, dar, pentru a se integra în acest peisaj, trebuie să aibă o anume coerență. Opera, la rândul ei, formată din trasee/parcurs și obiecte mesaj, devine un martor al vremurilor, spunând ea însăși multe, independent de autor. Dar, foarte important, trebuie căutat ceea ce găsește receptorul în operă, raportat la propriul sistem de valori, la propriile visuri, conform temperamentului său sau chiar unor criterii ce pot părea arbitrare. În acest moment, receptorul trebuie să fie capabil să

primească, de fapt, un tip de discurs, pe care această carte își propune să-l definească.

Discursul este un enunț purtător de mesaj. Este arhitectura discursivă? Câtă utilitate versus discursivitate poartă în sine arhitectura?

Analiza mă obligă la metode care, în sine, pot ucide emoția cuplată percepției, din cauza clasificărilor, etichetărilor, criticii etc. În cazul abordării demersului corect politic, supunerea fără rezerve de rebeliune față de metodă dă ceva fiori de insatisfacție. De fapt, clasificările de tip politic, religios, oficial, civil, industrial, de raport imobiliar tot timpul, ce se desfășoară de la maternitate la cimitir, transformă domeniul într-o singularitate rigid percepută, în registru reducționist.

Mesajul cel mai important, de mare impact, este simbolul. Pentru Umberto Eco, simbolurile de bază sunt cuvintele, textele. Considerațiile acestuia pot fi însă extrapolate. Așa cum un text poate duce la interpretări multiple sau chiar infinite (oricând un cititor poate să găsească o interpretare nouă), tot așa un complex arhitectonic și arhitectural precum Calea Victoriei, poate conduce spre diferite interpretări, din varii puncte de vedere. Aceste interpretări sunt diferite, de la o epocă la alta. Așa cum în Evul Mediu se accepta pluralitatea sensurilor, dar într-o formă rigidă, mai târziu, în epoca Renașterii, s-au permis toate interpretările posibile, chiar și cele contradictorii. Nu știu încă, în ce măsură, autorii, respectiv arhitecții sau constructorii ce au dat viață, de-a lungul timpului Căii Victoriei, au imaginat o infinitate de sensuri de interpretare posibile a operelor lor, dar am convingerea că acestora li s-au alăturat sensurile induse de receptor, de destinatar. Acestea pot fi „o urmare a ceea ce se cheamă *intentio operis*" (Eco, 1996, 32). Astfel, opera însăși poate dezvălui elemente pe care însuși autorul nu le-a intuit. Receptorul conferă semnificat, în cazul unei interpretări semantice, pe când, în cazul unei interpretări critice, se pot produce multiple interpretări de natură semantică. Nu trebuie să fie exclusă colaborarea receptorului și, în acest fel, *intentio operis* devine strâns legată de *intentio lectoris*.

Abordând semioza, ca ramură a semioticii ce studiază procesele de transformare dinamică ale simbolurilor, Umberto Eco definește raționalismul latin, care dezvoltă raționalismul grec printr-o normă logică numită „modus, dar modus-ul este și limită, deci și graniță" (Eco, 1996, 45). Prin acest modus, „obsesia latină a graniței spațiale se naște odată cu mitul întemeierii" (Eco, 1996, 45). Au existat adevărate lupte între oameni pentru stabilirea granițelor, de la un petec de pământ, până la suprafețe mult mai mari. Acest mit al întemeierii este legat și de timp, care curge permanent, nefiind reversibil. Spațiu delimitat și timp, acesta este *modus*-ul, care, la o privire superficială, ar fi suficient pentru încadrarea acestei lucrări. Nu este însă, pentru că

inventivitatea este în afara normei, este infinită, deci nu poate avea *modus*. Este relevată o nouă limită a interpretării.

Astfel, semiotica, precum și ramura ei, semioza, reprezintă metode de cercetare care se pretează studiului arhitecturii întrucât, într-un anume sens, fiecare lucru „are raporturi de analogie, de continuitate și asemănare cu oricare alt lucru" (Eco, 1996, 59).

Trebuie ținut cont și de alterări ale originalului, prezente și în arhitectură, care „pot fi efectuate fie de bună credință, ca și de rea credință[...], adică dacă obiectul a fost alterat în acord cu *intentio auctoris*" (Eco, 1996, 199). De asemenea, de mare interes, consider că este raportul dintre „semnificare și comunicare" (Eco, 1996, 249).

Umberto Eco are capacitatea de a mă determina să înțeleg și să utilizez reguli de corelare, să fac diferența dintre părere și interpretare obiectivă, dar și să mă feresc de prea multă interpretare, întrucât simbolismul arhitectural poate conduce uneori la interpretări excesive.

Un mod interesant de interpretare referitor la opera de artă, în general, și la arhitectură, în mod particular, se află în gândirea filosofului german Martin Heidegger. Acesta pornește de la ideea că lumea este familiarizată cu operele de artă care, fără a denatura prin nicio proiecție realitatea, stau în fața noastră ca orice alt lucru. „Caracterul de lucru este atât de puternic implântat în opera de artă, încât este chiar mai nimerit să spunem invers: opera arhitectonică se află în piatră. Sculptura se află în lemn. Tabloul se află în culoare. Opera literară se află în sunetul articulat. Opera muzicală se află în ton" (Heidegger, 1995, 39). Demonstrația merge însă mai departe. Opera de artă este un lucru realizat de om, dar nu este doar atât. Ajung astfel la o altă afirmație filosofică:

„Opera este simbol. Alegoria și simbolul oferă reprezentarea generală în perspectiva căreia se mișcă de multă vreme caracterizarea operei de artă" (Heidegger, 1995, 40). Totuși, Heidegger devine ușor nemulțumit de faptul că absolut orice poate fi considerat un lucru, chiar întreaga lume sau însuși Dumnezeu. Chiar și cel mai banal lucru înseamnă o sumă de proprietăți, de caracteristici, și este, de fapt, o relație între materie și formă. Uneori forma este determinată de materie (de exemplu un bloc de piatră), alteori „forma determină ordonarea materiei" (Heidegger, 1995, 49). Extrapolând, această situație, în care forma determină materia, inclusiv calitatea ei, ajung la un element prevalent în arhitectură. Deasupra materiei și formei stă însă ființarea, care reprezintă o însuflețire ce supune cele două elemente unui scop, unei necesități, dar și unei exprimări a încrederii și frumosului. De aceea, spre deosebire de lucrurile simple, utile, operele de artă sunt produsul așa-ziselor arte frumoase, care produc frumosul. În concepția lui Heidegger, un element important îl constituie relația dintre artă și adevăr,

mai ales adevărul conferit prin ființare, dar și eliberarea operei de către autor: „Tocmai în marea artă […] artistul rămâne, în raport cu opera, un element indiferent, aproape asemenea unui punct de trecere care se autodistruge în procesul de creație, pentru a lăsa opera să treacă în prim plan" (Heidegger, 1995, 63). Prin această afirmație și poate fără voia sa, Heidegger lasă loc liber comunicării să se ocupe de operă, dar și de autorul acesteia care, oricât de mult ar trebui să lase creația să vorbească în locul său, merită să fie cunoscut și apreciat. De aceea, opera ia naștere prin pro-punere și devine cunoscută lumii prin ex-punere. Un joc de cuvinte interesant.

Heidegger are concepții și gândiri profunde în privința construirii și a locuirii. Deși admite că nu toate construcțiile sunt locuințe, asimilează locurile de muncă, șoselele, practic orice este construit, cu locuri care găzduiesc oamenii. „Construirea este propriu-zis locuire" (Heidegger, 1995, 179). Iar termenul de locuire, după cum am precizat deja, are un sens mai larg, inclusiv cel de ocrotire, ca trăsătură fundamentală. „[…] construirea este – datorită faptului că edifică locuri – o ctitorire și o rostuire de spații" (Heidegger, 1995, 179). Un alt cuvânt interpretat în mod original de Heidegger este pro-ducere, care înseamnă o aducere a lucrului construit în fața noastră, constituind esența construirii. De aceea, grecii antici traduceau a pro-duce prin a determina să apară. Dacă ideile lui Heidegger sunt înțelese în esența lor, atunci se poate vedea legătura între construire, divin, om și importanța comunicării, care poate însemna și punerea de întrebări și încercarea de a găsi răspunsuri. De la Heidegger am învățat că întrebarea este „sfințenia" și primul înțeles", așa spunea Constantin Noica. Astfel, cu cuvinte care pot fi interpretate și în alt mod față de cel curent, putem afla că edificarea poate însemna și rămânere, ocrotire, în sensul că acel lucru construit să fie lăsat în esența sa. Cu ajutorul cuvintelor, al comunicării, putem ajunge la sensuri nebănuite, pe care nici măcar autorul nu le-a perceput. Este plăcut „să stai de vorbă" cu Heidegger.

O abordare interesantă este dată de Gillo Dorfles, preocupat de arhitectura modernă. Acesta privește arhitectura ca semnal. A privi arhitectura din perspectiva comunicării, aceasta se transformă în semnal și simbol. Semnalul dat de arhitectură își revendică una dintre principalele funcțiuni și anume aceea de a se vinde. În acest moment, este rândul comunicării și al publicității de a interveni. Acestea însoțesc actul arhitectural finalizat. Totuși, trebuie să admitem că arhitectura nu se vinde ca orice produs, deoarece implică educație, valențe culturale, înțelegerea aspectelor funcționale și, nu în ultimul rând, emoție. Comunicarea și publicitatea nu se reflectă doar asupra obiectului, ci trebuie să conțină și promovarea arhitectului sau a echipei de arhitecți, din punct de vedere profesional și social. De multe ori, poate exista un singur element sau o mică suită de

elemente care să transforme obiectul arhitectural într-unul interesant pentru cumpărător. În acest caz, acest element trebuie identificat și promovat. Totodată, prin realizarea de obiecte arhitecturale cât mai originale și, de asemenea, funcționale, peisajul urban devine mai agreabil, iar climatul social mai sănătos.

Pentru a avea o viziune critică asupra a ceea ce înseamnă comunicarea pentru arhitectură trebuie să analizăm originile celor două domenii și, poate cel mai important, relația dintre ele. Acel moment zero al interacțiunii dintre arhitectură și comunicare trebuie analizat detaliat pentru a vedea ulterior evoluția acestora de codependență. Dacă ne referim la abordarea dată de Gillo Dorfles, atunci putem spune că acestea au avut încă de la început un destin comun, iar mediul socio-economic doar le-a transformat. Necesitatea comunicării, la nivel general, și a promovării, în particular, a existat dintotdeauna în domeniul arhitecturii, doar că, odată cu evoluția societății și cu apariția digitalizării, aceasta a devenit indispensabilă. De la campaniile rudimentare ale începutului de secol XX, la expansiunea globală a marketingului specializat pe toate domeniile, s-a văzut o perfecționare atât la nivel profesional, cât și la nivel academic. De aceea, fructificarea oportunității de a aduce în atenția publicului larg elementele conexe ale celor două domenii este cu atât mai importantă. La nivel practic, debutul comunicării de arhitectură a avut loc cu primele expoziții, reviste publicate etc. Fără ezitare însă, trebuie precizat că modul de prezentare a arhitecturii, educarea publicului în acest sens și înțelegerea în profunzime a domeniului sunt printre cele mai importante aspecte, dacă dorim o comunicare temeinică prin arhitectură. De aceea, acest element deosebit de important, temeinicia, este dată de abstractizarea arhitecturii, de trecerea acesteia dincolo de zidurile unei clădiri, de observat și de înțeles esența ei profundă ce trece de la material la simbol, la imaterialitate.

Simbolul posedă atribute de individualitate în raport cu o comprehensiune imediată, fără particularități de limbaj verbal sau traduceri. Această funcție simbol necesită, desigur, paliere de înțelegere, cu fond cultural mai mult sau mai puțin codificat. În cazul arhitectonic și arhitectural, dincolo de atributele culturale și de civilizație, simbolul activează un *pattern* emoțional. Este dificil de precizat ce nu este arhitectonic urban sau arhitectural în jurul nostru. Succesiunea civilizațiilor din *illo tempore* (timpurile inițiale) și până în contemporaneitate, în condiții de atribuire temporar vectorială și secvențială trecut-prezent-viitor poate face o polemică din abordarea unor cazuri cu reprezentativitate.

Un punct comun pe care îl au ambele domenii pentru a se armoniza este relația cu publicul. Comunicarea este instrumentul prin care arhitectura se face auzită și văzută, dar pentru a fi eficientă și a transmite receptorului

mesajul dorit, trebuie să construim contextul adecvat și să observăm momentul potrivit. Fiind creatori de eveniment, atât specialistul în comunicare, cât și arhitectul trebuie să fie conștienți de importanța alegerii spațio-temporale în demersul lor. Astfel, trebuie înțeles faptul că, fie că vorbim de arhitectură sau vorbim de orice alt domeniu, strategia de comunicare pe care o alegem trebuie să facă din produsul nostru unul vandabil pentru piață și, nu în ultimul rând, să merite investiția în el. Mass-media are, la rândul ei, rolul de a implementa strategia de comunicare pe care o alegem în ceea ce privește arhitectura.

Cunoașterea în detaliu a receptorului și a emițătorului, în acest caz a arhitectului – beneficiarului, dar și a produsului rezultat din actul de creație, ajută la eficientizarea comunicării pentru ambele părți. Așa cum am evidențiat deja, cunoașterea în profunzime a viziunii arhitecturale (funcțiuni, formă, volumetrie, aspecte structurale, dar și ideea de dincolo de materialitate) este principalul element de la care trebuie pornit. Așadar, de cele mai multe ori, prezentarea unui proiect și comunicarea acestuia pot fi deficitare din cauza canalului folosit și a contextului respectiv. Din acest motiv, soarta unui produs arhitectural nu este dată neapărat de complexitatea lui, ci mai mult de modul în care a reușit să fie perceput de societate.

Obiectul arhitectural implică formă și volumetrie, aspecte structurale și funcționale, tipul și textura materialelor, culoarea. Astfel, obiectul arhitectural se constituie într-un discurs unitar, de tip sinteză, având uneori accente avangardiste. De aceea, cum precizam anterior, pe lângă arhitectura ca semnal, trebuie activată funcția simbol, care va avea un rol important în studiul meu de caz. Aceasta va fi ca un pat germinativ pentru orice implant adecvat în solicitarea domeniului coadapativ, în funcție de situație.

Pentru a comunica prin arhitectură și a promova arhitectura, trebuie să-i înțelegem modul de exprimare, care reprezintă, de fapt, un cod, să știm să explicăm viziunea, ordinea și mijloacele folosite. Materialele care compun un obiect arhitectural nu trebuie neglijate. Așezate cum și unde trebuie, ele conferă acea muzicalitate care poate ajunge la nivel de simfonie. Astfel „artistul, nu altfel decât muzicianul, se comunică pe sine, transferă prin mijlocirea operei o parte din propriile stări, trăiri, emoții în sfera de sensibilitate a receptorului care este destinatarul mesajului artistic (Dinu, 2014, 338). Este rolul omului de comunicare ca acest mesaj să ajungă corect, nedistorsionat.

4.4. Arhitectura ca *brand*

Noțiunea de *brand* este un termen folosit mai ales în afaceri și marketing și reprezintă un produs, un serviciu sau un concept care, în plan public, se distinge de alte produse, servicii sau concepte și astfel poate fi simplu comunicat. În plan mai larg, *brand*-ul ajută oamenii să identifice un produs, o companie, un concept, dar este ceva intangibil, în sensul că reprezintă, de fapt, o percepție referitoare la elementele menționate mai sus, ajutând la crearea unei identități în cadrul unei piețe tot mai diversificate. *Brand*-ul furnizează o enormă valoare în plus obiectelor, produselor, conceptelor, plasându-le deasupra altor elemente de același fel, de cele mai multe ori acesta fiind protejat legal, sub numele de marcă înregistrată (*trademark*). Trebuie făcută distincția între marcă (mult mai familiară la noi) și *brand*.

Conform Anetei Bogdan, „Marca poate fi un nume, un simbol, un desen sau orice element care identifică un produs față de altul, atestând un drept de proprietate. *Brand*-ul este o relaționare între un grup de audiență și un produs, serviciu, idee etc., relaționare bazată pe un amestec de rațional și emoțional și care are ca scop final să adauge valoare unei afaceri" (Bogdan, 2011, 32). Prin urmare, *brand*-ul reprezintă un alt lucru, ceea ce-l diferențiază de marcă, dar, din cauza lipsei unei traduceri adecvate în limba română, aceste două noțiuni sunt adesea considerate echivalente.

Încă din cele mai vechi timpuri, arhitectura, artă și știință, are, totuși, o importantă tendință de izolare. Dezvoltarea personală a individului, precum și nevoia sa, tot mai acută, de identitate, își găsesc un răspuns lent în arhitectură. De multe ori, răspunsul arhitecturii la cererile societății este fie ancorat în trecut, fie prea avangardist. Astfel, acest răspuns poate, deseori, să însemne o lipsă de comunicare între arhitect-client, situația fiind și mai delicată în cazul unor obiective importante, mari, când comanditarul nu mai este beneficiar direct. Dar explicația pentru care arhitectura ca *brand* este o juxtapunere considerată, de oameni, în general, și de unii arhitecți (probabil suficient de mulți), în particular, ca fiind nepotrivită, are cauze mult mai profunde, aș spune chiar filosofice.

Iau ca punct de plecare câteva afirmații ale lui Constantin Noica, exprimate în prefața lucrării menționate mai sus, a lui Martin Heidegger. Astfel, Constantin Noica afirmă că Martin Heidegger „[…] din condiția fundamentală umană, cu cele trei demersuri originare: frică-foame-eros, el nu reține decât frica. S-ar putea spune că Marx a ales foamea pentru că se interesa de societate și istorie […], Freud a ales erosul pentru că îl interesa doar inconștientul […]. Heidegger a ales frica. De ce reține el, pornind de la imediatul omului […] frica? Pentru că de la frică, întotdeauna de ceva

determinat pe treapta inferioară, se poate ridica la angoasă […] ca frică de nimic determinat, apoi la îngrijorare […] de ceea ce poți și ar trebui să fii dar nu ești întotdeauna, până la mărginirea în timp […] și chiar temporalitate, ca situație privilegiată, pentru accesul la ființă". Frica, percepută ca o închidere, deschisă ulterior prin angoasă și îngrijorare, dar mai ales perspectiva timpului ce poate întrerupe totul, iată un element fundamental ce ține, din păcate, arhitectura destul de departe de *brand*. Acest lucru nu trebuie privit însă în mod negativ. Arhitectul și, implicit, opera sa, au o doză importantă de căutare interioară, de introvertire. De aceea, deschiderea spre provocările tot mai acute și deseori brutale ale lumii contemporane, nu este simplu de realizat. Fiecare curent din arhitectură a fost răspunsul cerințelor, culturii unei anumite epoci, în zilele noastre acestea transformându-se, de cele mai multe ori, în stiluri. Totodată, într-o epocă, precum cea actuală, în care fiecare are libertatea de a emite propria părere despre orice, arhitectul simte povara unei efemerități care vine în contradicție cu rolul său de a crea obiecte și spații menite să dureze. Apare astfel o sciziune chiar în cadrul breslei, între cei care se adaptează momentului, practicând o arhitectură comercială, conform comenzilor, fără prea multă aplecare artistică și cei care sunt în slujba unor idei valoroase, pe care vor să le exprime, chiar cu riscul de a rămâne în stadiu de proiect ce va fi prezentat măcar, în cadrul unor dezbateri sau expoziții. Aceste aspecte, de o factură sau alta, duc, la o îndepărtare a comunicării cu publicul, lucru care ar fi benefic, inclusiv pentru soluții rezultate din colaborare. Spre deosebire de aceste frământări, frici, disensiuni și probleme din lumea arhitecturală, *brand*-ul reprezintă tocmai modalitatea în care un produs, un concept etc. stabilește legături puternice cu publicul său, depășind granițele impuse de loc, tradiție, aspecte culturale sau religioase. Acest lucru este posibil întrucât are identitate și personalitate, combinate cu o capacitate permanentă de a se reinventa. *Brand*-ul este un element specific societății de consum, fiind aproximativ contemporan cu apariția modernismului în arhitectură. Dar, spre deosebire de *brand*, arhitectura este destul de departe de a satisface așteptările, din ce în ce mai diverse, ale publicului, el însuși într-o schimbare continuă. Personalitatea îi permite *brand*-ului să primească noi valențe pe care să le transfere publicului, fără frica de a-și pierde identitatea. Acesta este un element din care și arhitectura are de învățat. Un obiect arhitectural cu personalitate va învinge întotdeauna proba timpului și va ajunge mult mai ușor la public. În afară de personalitate, după cum este foarte simplu să se observe, *brand*-ul are întotdeauna în spate o poveste ușor de înțeles, care merge la sufletul și inima publicului țintă. Chiar și atunci când povestea se schimbă puțin, esențialul primordial nu este scăpat de sub control. Astfel, publicul țintă compune noi istorii în jurul poveștii principale, care uneori se integrează în istoria personală a fiecăruia.

Prin urmare, arhitectura ar trebui să învețe câteva lucruri de la *brand*. Trebuie să aibă personalitate și identitate, trebuie să fie narativă și inovativă, dinamică și plină de semnificații. Așa cum *brand*-ul primește valoare din partea publicului său, tot așa un obiect arhitectural, aflat în permanentă comunicare, se va fi îmbogățit de semnificații de-a lungul timpului. Pentru arhitectură, așa cum am arătat deja, povestea este, de cele mai multe ori, simbol sau semnal. Depinde de autor în ce măsură simbolul, semnalul sau codul nescris ajung la una sau mai multe categorii de public. Totodată, așa cum *brand*-ul propune servicii și experiențe personalizate, tot așa arhitectura are o plajă largă în astfel de propuneri. Prin urmare, în cadrul unor oferte specifice, comunicarea prin și pentru arhitectură devine mult mai puternică și mai eficientă. Arhitecta și urbanista germană Anna Klingmann susține că arhitectura trebuie privită: „ca amprentă, ca marcă, ca noi medii de transformare – a locurilor, comunităților, corporațiilor și oamenilor" (Klingmann, 2007, 21). În concepția Annei Klingmann, arhitectura are nevoie de conceptele de *brand*ing, nu pentru a vinde mai ușor și mai rapid, ci ca un instrument strategic de transformare economică și culturală. *Brand*ing în arhitectură înseamnă expresia identității, de exemplu, a unui oraș. New York, Bilbao și Shanghai au folosit arhitectura pentru a-și îmbunătăți imaginea, a genera creștere economică și a-și ridica pozițiile la nivel global. Revenind la Calea Victoriei, aceasta reprezintă un exemplu de identitate în peisajul bucureștean, cu personalitate și inovare, un fel de *brand* amprentă a orașului.

4.5. Comunicare și semnificație în arhitectură

Atât arhitectura, cât și comunicarea sunt domenii care au o evoluție istorică, cea a arhitecturii fiind mai vizibilă și mai cunoscută publicului, cea a comunicării fiind mai nouă și mai abstractă, din punct de vedere a formalizării, dar esențială în definirea actului arhitectural, care înseamnă o relație între emițător și receptor. Arhitectura, de-a lungul timpului, nu s-a realizat în abstract. Întotdeauna există, de cealaltă parte a arhitectului, un client. Acesta poate fi un client de anvergură, precum o instituție a statului sau o instituție privată, dar poate fi și o persoană fizică, cu posibilități financiare mai mari sau mai mici. În fața clientului său, arhitectul începe să aibă diferite constrângeri, mai ales de ordin financiar, dar și altele. Arhitectul trebuie să împace propria sa viziune cu aspirațiile clientului său în ceea ce privește obiectul final. Clientul care va locui sau munci în spațiul construit de arhitect își cunoaște, mai bine decât acesta, modul de viață, de lucru, are propriile sale păreri referitoare la aspectul obiectului final. Apar constrângeri urbanistice, financiare și, mai ales, păreri subiective pe care arhitectul le poate

înțelege și accepta sau, dimpotrivă, le respinge, nefiind conforme principiilor sale. Cu cât arhitectul are constrângeri mai puține, cu atât misiunea sa este mai dificilă, pentru că atunci este obligat să-și dovedească întregul potențial, imaginativ și cognitiv, să creeze ceva cât mai aproape de o capodoperă și nu o clădire fără valoare. În sprijinul acestor considerații, arhitectul Luigi Snozzi afirmă că „fără client, care are o viziune specifică, nu reușești să faci o casă bună" (Simion, 2017, 45). Acesta a avut, la un moment dat, o comandă din partea unui prieten, care i-a dat toată libertatea, atât în privința locului în care urma să fie amplasată casa, cât și în privința costului și aspectului acesteia. „Libertate totală. Și atunci am înțeles că această libertate este cea mai rea închisoare pentru un arhitect" (Simion, 2017, 47). În fața unei astfel de situații, arhitectul nu se mai poate ascunde în spatele constrângerilor. El trebuie să-și valorifice la maximum toate cunoștințele, să arate că înțelege toate aspectele, că prețuiește materialele la adevărata lor valoare și că trebuie să integreze perfect obiectul final în peisaj. Astfel, deși, de cele mai multe ori, oamenii sunt adepții libertății absolute, se va fi văzut din practică faptul că, tot de atâtea ori, nu știu prea bine cum să întrebuințeze această libertate. Și aici intervine relația arhitect-client sau, și mai benefic, tripla relație arhitect-client-promotor.

Cred că aceste elemente de mai sus au rolul de a demonstra importanța comunicării în actul arhitectural, care rezidă atât în relația emițător-receptor, cât și în promovarea arhitecturii. Ambele domenii, arhitectura și comunicarea au evoluat pentru a ajunge unde le găsim în prezent. Evoluția nu a fost întotdeauna liniară, aceasta a fost, deseori, sinusoidală, dar a însemnat mereu progres.

Pentru o argumentare corectă, trebuie avută în vedere și evoluția istorică a ambelor domenii. Ca și comunicarea, evoluția istorică a arhitecturii nu este altceva decât o completare, importantă, a evoluției omului de la preistorie spre istorie și, prin urmare, devine semnificativ transferul de la activități din natură la activități abstracte care implică, mai degrabă, aspecte psihologice și mai puțin aspecte fiziologice ale vieții omului. Conform lui Christian Norberg-Schulz „semnificațiile existențiale […] sunt inerente vieții..." (Norberg-Schulz, 1991, 21).

Un alt autor, Renato De Fusco s-a preocupat de problema lingvistică, pentru a analiza sensul teoretico-semiologic al termenului *a proiecta*. Acesta poate deveni un demers dificil dacă se dorește inventarea unei gramatici arhitecturale, formată din semne și simboluri, mai exact o funcție simbol. Renato de Fusco, în lucrarea sa *Architettura come mass medium* (De Fusco, 1967) realizează o descriere postbelică care răspunde așa-numitei societăți de consum de masă. Astfel, implicațiile istorice, politice, sociologice și tehnice induc păstrarea arhitecturii așa-zis expirate în grupul

mass-media de transmitere a mesajelor. Aspectele de comunicare determină cultura critică să intervină în mod direct. De aceea, trebuie reacționat la semnificațiile arhitecturii, pentru a rezolva criza sa semantică și pentru a da o viață nouă rolului său. Renato de Fusco precizează și noile indicații semiologice, care ne arată cum se poate opera în acest fel. Aș adăuga, referitor la observațiile autorului, faptul că arhitectura nu poate fi promovată oricum și introdusă în mass-media. Necesită un limbaj adecvat, o descoperire reală a sensului ei, întrucât, o greșeală în acest sens poate conduce la o percepție total contrară, fie în ceea ce privește intențiile autorului, fie în ceea ce privește mesajul pe care opera acestuia dorește să-l transmită sau să-l impună.

Pe de altă parte, arhitectul Vittorio Gregotti nu crede „în refondarea arhitecturii ca pură structură formală", ci în funcționarea ei „în interiorul sistemelor tehnice și de piață, în contexte specifice și fizice" (Gregotti, 2008, 24). Acesta consideră că, în afara acestor lucruri, structura formală nu poate deveni arhitectură, pentru că nu există ordine. De aceea pot spune cu candoare: arhitectura este vie, într-un spațiu ne putem simți bine sau rău, confortabil sau nu, exact așa cum simțim ceva legat de propriul corp.

Dar, așa cum arhitectura a evoluat și a căpătat tot mai multă rigoare, arhitectul a fost, la rândul lui, supus multor transformări. Mi-au atras atenția spusele arhitectului și profesorului Mario Botta, referitoare la rolul și evoluția profesiei/meseriei de arhitect. Acesta afirmă: „Profesia înseamnă: să răspunzi prin prestarea unui serviciu cerințelor cuiva care spune «Eu vreau asta. »;să răspunzi ca inginerii. Meseria e diferită pentru că vine de mult mai departe; depășește cerința clientului. Pentru acesta, o casă reprezintă un acoperiș, un adăpost [...]etc.; dar el nu știe, nu înțelege imaginea de ansamblu, el poate doar cere o stare de bine. Între timp, meseria subîntinde ideea de a transforma o condiție naturală într-una culturală" (Simion, 2017, 87).

Astfel, casa, realizată prin meserie, rămâne ca un eveniment în istorie și în teritoriul respectiv, chiar dacă beneficiarul care a comandat-o o vinde și pleacă. În acest mod apare dimensiunea sa culturală, care trebuie cunoscută și promovată. Mario Botta explică, într-o manieră simplă și succintă, modul în care a evoluat meseria de arhitect, într-un timp relativ scurt, din anii 1960-1970 și până în prezent. Acum 50-60 de ani, arhitectul reprezenta „figura celui care stăpânește întreaga cunoaștere. Era cu adevărat un regizor. Primea programul de la client, iar apoi dădea o soluție totală. Era figura arhitectului generalist. Încă nu exista diviziunea muncii. Azi există inginerul de trafic, inginerul de structuri, arhitectul peisagist, arhitectul de interior etc." (Simion, 2017, 91). Astfel, această diviziune a muncii arhitectului se completează, în mod natural, cu nevoia de promovare și comunicare a realizărilor acestuia sau, mai bine spus, a echipei care a reușit aceste lucruri. Arhitectul este nevoit, prin forța împrejurărilor, să lase

comunicarea și promovarea operei sale pe seama celor care sunt profesioniști în acest domeniu și, bineînțeles, să colaboreze cu aceștia. Nu trebuie să înțelegem din cele de mai sus faptul că, dacă modul de lucru al arhitectului s-a schimbat, prin diviziunea muncii, s-a modificat și starea arhitecturii. Tot Mario Botta ne explică: „Continuitatea stă în limbaj. Fiecare dintre noi e ca un cântăreț. Diferitele melodii se schimbă, însă vocea rămâne. În cazul arhitectului, limbajul îi rămâne, însă sistemul de lucru a fost bulversat de globalizare și de electronic" (Simion, 2017, 91). În continuare, Mario Botta ne explică cum s-a modificat timpul de elaborare a unui proiect. Dacă în urmă cu 50 de ani a lucrat șase luni pentru un concurs, în anul 2014 un proiect similar trebuia realizat într-o lună. De asemenea, dacă în trecut, răspunsul la anumite modificări trebuia dat într-o săptămână, același lucru trebuie acum rezolvat într-o zi. Prin urmare, timpul de concepție a arhitectului s-a redus substanțial, cum se întâmplă, de altfel, și în alte meserii. De aceea, arhitectul și opera sa au o altă raportare în societate, trebuie așezat/așezată într-o nouă lumină, pe care publicul s-o perceapă cât mai aproape de adevărul exprimat.

5. Elemente de istorie a arhitecturii moderne și contemporane

5.1. Elemente de istorie universală a arhitecturii moderne și contemporane

Elementele de istorie universală a arhitecturii moderne și contemporane se vor întrepătrunde cu elementele ce evidențiază comunicarea prin arhitectură și promovarea acesteia. Îm doresc să realizez o permanentă raportare a arhitecturii la comunicare și promovare, având rolul de a evidenția modul în care arhitecții au înțeles acest lucru, pentru desăvârșirea activității lor. Astfel, curentele moderne și contemporane prezentate au rolul de a arăta modul de poziționare a arhitecților în contextul respectiv.

Arhitectura modernă reprezintă o abordare distinctă și revoluționară în proiectarea și construcția clădirilor, a apărut în secolul al XIX-lea și a evoluat de-a lungul timpului. Este caracterizată de utilizarea materialelor și tehnologiilor inovatoare, designul minimalist, transparența, funcționalitatea și dorința de a încorpora elemente naturale în mediul construit. În acest context, modul de promovare a arhitecturii moderne are un rol esențial în recunoașterea și aprecierea valorii sale la nivel global.

Conform arhitectului și profesorului Sorin Vasilescu, istoria arhitecturii moderne începe după Revoluția franceză, care a condus la apariția unui alt tip de om. Acest om nou, cu un alt orizont, beneficiază de toate transformările materiale și spirituale, sociale și filosofice, care au consecințe majore în toate domeniile, în general, și în arhitectură, arta de a construi, în mod particular. Revoluția industrială care a urmat a deschis calea către o lume globalizată, ale cărei efecte se simt și în zilele noastre. În paralel cu multe realizări tehnice, legate de viteza de deplasare, de apariția mașinilor industriale, a locomotivei, producția de fier, beton și sticlă a explodat. Acesta a fost un motiv important în dezvoltarea construcțiilor și, mai ales, a felului în care acestea erau realizate. Deși materialele respective erau cunoscute, modul nou de producere și varietatea lor au impus noi tehnici de construcție.

Arhitectul și profesorul Sorin Vasilescu aduce, în plus, explicații și lămuriri referitoare la evoluția arhitecturii în perioada modernă și contemporană, precum și la diviziunea muncii în elaborarea unui proiect, fapt ce a determinat schimbări majore în cadrul acestei profesii/meserii. Un moment important în evoluția artelor, în general, și a arhitecturii, în particular, a constituit-o apariția fotografiei, în jurul anului 1830. Acest fapt a modificat relația artă-realitate. Până la apariția fotografiei, arta imita realitatea, lucru devenit irelevant ulterior. „Cea mai nesemnificativă fotografie, conţine mai multe detalii decât cel mai bun desen din lume. Astfel,

pictura, sculptura și arta grafică, în general nu mai au rolul de a reproduce și sublima realitatea, ci acela de a o reinterpreta și a o recrea" (Vasilescu, 1980, 3). Astfel, în noul context, arhitectura se va revoluționa, în sensul că va utiliza din plin materiale precum betonul, sticla și fierul care, deși erau cunoscute, nu fuseseră suficient valorizate în arta construcției. Un element important însă în schimbarea modului de a trata arhitectura l-a constituit hotărârea lui Napoleon de a separa inginerii constructori de arhitecți. Astfel, inginerii au trecut la École Politechnique, în timp ce arhitecții au rămas la École de Beaux-Arts. Se creează prima diviziune importantă a muncii în cadrul arhitecturii, nelipsită de neînțelegeri și rivalități, care se mai regăsesc chiar și în prezent, în unele situații. „Arhitectul, rămas în mrejele academismului de la Belle Arte, va privi cu relativă neîncredere această ingerință în lumea lui a inginerului, a unui corp străin care s-a delimitat de la bun început de artă și această frustrare a dus la apariţia butadei: o casă construită de un arhitect se poate dărâma, dar o casă construită de un inginer trebuie dărâmată" (Vasilescu, 1980, 5). La sfârșitul secolului al XVIII-lea se naștea o nouă lume, care avea nevoie de o nouă artă, dar și de o nouă arhitectură. De multe ori, această arhitectură nouă a cunoscut nenumărate transformări, care s-au materializat prin diverse curente, cu timp din ce în ce mai scurt de viață. De asemenea, s-a realizat o diviziune tot mai accentuată a muncii în cadrul elaborării unui proiect. Prin urmare, în cadrul acestei echipe, trebuie integrat și promotorul, cel care vinde imaginea finală și care, în lumea actuală, poate fi, deseori, la fel de important ca și opera, dacă reușește să construiască o imagine cât mai favorabilă.

Dat fiind contextul de mai sus, prezint în continuare câteva dintre cele mai reprezentative curente arhitecturale moderne și contempoarane, mai ales prin prisma modului în care arhitecții cărora le aparțin au reușit să se impună, prin comunicare și promovare.

Arhitectul și profesorul Sorin Vasilescu, în cartea sa *Istoria arhitecturii moderne* (1989), face o amplă descriere a curentelor ce au marcat arhitectura modernă și contemporană. Trecerea prin acestea este un bun prilej de a le conecta la modul lor de a fi fost comunicate și promovate.

Astfel, atât în perioada premergătoare, dar și în cea care a urmat Revoluției franceze, o serie de teoreticieni ai arhitecturii au fost adepți ai enciclopedismului, ce reprezenta o mișcare de anvergură în domeniul filosofic, cultural și pedagogic, având ca vârf de lance pe Denis Diderot și Jean Le Rond D'Alembert.

Deși este cunoscut mai ales pentru contribuțiile sale în domeniul filosofiei și literaturii, Denis Diderot a avut un interes profund pentru arhitectură și design.

În domeniul filosofiei, Denis Diderot este asociat cu iluminismul, fiind un susținător puternic al rațiunii și încurajând gândirea critică și științifică. Una dintre cele mai cunoscute lucrări ale sale, *Enciclopedia*, reprezintă o vastă compilație de cunoștințe și a fost concepută pentru a promova educația și progresul uman, abordând o gamă largă de subiecte precum filosofie, știință, economie și artă. În ceea ce privește arhitectura, a scris mai multe eseuri și articole care explorează acest domeniu. El a fost fascinat de legătura dintre arhitectură și societate, considerând că arhitectura trebuie să reflecte nevoile și aspirațiile omului. În lucrările sale, a criticat arhitectura extravagantă și opulentă a perioadei sale, susținând un stil mai simplu și mai funcțional. A apreciat arhitectura care se concentrează pe utilitate și confort, iar proiectele care urmează principiilor sale au fost adesea inspirate de conceptul de bunăstare publică. A avut interes pentru relația dintre artă și arhitectură, considerând arhitectura o formă de artă ce îmbină elementele estetice cu funcționalitatea practică. În partea din *Enciclopedia* numită distinct *Arhitectura* sau în lucrarea *Scrieri despre artă*, Diderot a promovat idei referitoare la rolul și semnificația arhitecturii și artei în societate, iar aceste idei au avut un impact semnificativ asupra dezvoltării esteticii și teoriei artei în epoca sa. Astfel, Diderot a fost un filosof complex, care a abordat o serie largă de subiecte, inclusiv arhitectura. Contribuțiile sale în domeniul filosofiei și literaturii au fost esențiale pentru gândirea și cultura europeană, iar interesul său pentru arhitectură a contribuit la dezvoltarea teoriei și practicii arhitecturale atât în epoca sa, cât și ulterior. Putem să-l considerăm pe Diderot nu numai un promotor al arhitecturii, dar și un formator de noi concepte arhitecturale. Acestuia i se alătură, cu succes, Jean Le Rond D'Alembert.

Din gândirea iluministă s-au născut sistemele social-politice utopice, care au avut ecou și în arhitectură. Utopia este un cuvânt provenit din limba greacă, care înseamnă niciunde sau fără de loc (u-topos – fără loc). Un obiect arhitectural nu poate fi lipsit de loc. Prin această gândire însă se prefigura un ideal, o formă perfectă, practic de neatins, sau un oraș perfect.

Un exponent al arhitecturii utopice, inspirat și din ideile iluministe, a fost Étienne-Louis Boullée. În arhitectura sa, acesta a îmbinat forța cu expresivitatea, realizând proiecte grandioase, dar utopice, din cauza faptului că nu se puteau realiza practic, neexistând încă tehnologia necesară. Ceea ce vreau să subliniez este faptul că, în ciuda utopiei proiectelor sale, acestea au fost popularizate și au ajuns cunoscute. Chiar cei care nu erau de acord cu el, au spus că a realizat o arhitectură vorbitoare.

Una dintre cele mai cunoscute lucrări ale sale este Cenotaf pentru Newton, un monument propus în onoarea lui Isaac Newton, celebrul fizician și matematician englez.

Proiectul pentru cenotaful lui Newton a fost creat de Étienne-Louis Boullée în anul 1784, cu intenția de a comemora și de a ilustra măreția și importanța lui Newton în lumea științei. Étienne-Louis Boullée a conceput o structură masivă în formă de sferă, având un diametru de aproximativ 150 de metri. Cenotaful ar fi trebuit să fie amplasat într-un spațiu deschis, încadrat de clădiri suprapuse, cu un design extrem de geometric și simetric, în conformitate cu gândirea sa. Proiectul lui Étienne-Louis Boullée a fost una dintre primele abordări ale arhitecturii utopice și a avut un caracter inovator pentru timpul său. El a folosit proporții și forme neobișnuite pentru a crea o atmosferă solemnă și impunătoare. În ceea ce privește promovarea acestui proiect, Étienne-Louis Boullée a încercat să atragă atenția asupra conceptului său prin publicarea unor desene și schițe în diverse publicații ale epocii. Iată câteva exemple de cărți/publicații prin care opera arhitecților utopici, în special a lui Boullée a fost promovată: *Architecture, Essai sur l'Art* (Arhitectură, Eseu despre Artă), carte scrisă de Étienne-Louis Boullée însuși, în anul 1793 și care conține numeroase desene și proiecte ale sale, inclusiv cenotaful pentru Newton.

Recueil de divers projets pour des édifices religieux, civils et particuliers (Colecție de diverse proiecte pentru clădiri religioase, civile și private) este o publicație realizată de arhitectul Jean-Jacques Lequeu în 1815, după moartea lui Étienne-Louis Boullée, care conține reproduceri ale desenelor și proiectelor sale, inclusiv cenotaful pentru Newton. O altă lucrare este *Architecture, essai sur l'art, suivi de principes généraux d'architecture* (Arhitectură, eseuri despre artă, urmate de principii generale de arhitectură), publicată în 1825 care conține texte și desene ale lui Étienne-Louis Boullée, inclusiv referințe la cenotaful pentru Newton. Prin astfel de scrieri, proiectul său a ajuns să fie cunoscut în întreaga lume.

Cenotaful nu a fost realizat și a rămas doar o lucrare teoretică. Totuși, ideile sale revoluționare și dorința de a experimenta cu formele arhitecturale au influențat în mod semnificativ dezvoltarea arhitecturii ulterioare, iar el a fost considerat de mulți drept precursor al arhitecturii moderne și postmoderne.

În zilele noastre, proiectul cenotafului lui Newton este apreciat ca o contribuție semnificativă la istoria arhitecturii și este studiat și analizat de arhitecți și critici de artă. Ideea, vizualizarea și promovarea acestui proiect de către Étienne-Louis Boullée rămân relevante și impresionante, ilustrând puterea și impactul gândirii științifice în societatea umană.

Așa cum am arătat mai sus, separarea arhitecților de ingineri, realizată prin separarea celor două școli, a condus la apariția arhitecturii inginerilor. În mod paradoxal, aceștia au fost unii dintre cei mai importanți promotori ai arhitecturii, în epocă.

Astfel, la începutul secolului al XIX-lea, a avut loc un proces intens și rapid de industrializare, ceea ce a condus la apariția primelor țări dezvoltate (Franța, Anglia), dar și la producerea de materiale noi (oțel, sticlă) pe scară largă și la prețuri rezonabile. Toate acestea au determinat și schimbarea arhitecturii, atât în plan estetic, cât și constructiv.

Din punct de vedere ideologic și teoretic, Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc a produs schimbările fundamentale în arta construcției.

Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc a fost un arhitect francez remarcabil care a trăit în secolul al XIX-lea și a avut o influență semnificativă asupra arhitecturii timpului său. El este cunoscut în special pentru teoriile sale privind restaurarea și reconstrucția clădirilor medievale. Una dintre cele mai importante contribuții ale lui Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc a fost abordarea sa inovatoare a restaurării clădirilor istorice. În loc să restaureze clădirile într-o stare originală completă, el a susținut că ar trebui să se mențină elementele originale ale clădirii și să se completeze restul cu elemente inspirate din perioada respectivă. Acest lucru a dus la unele controverse, deoarece abordarea sa a fost considerată de unii ca fiind o formă de refacere sau alterare a istoriei. Cu toate acestea, ideile sale au fost adoptate de mulți arhitecți și au influențat restaurările și renovările ulterioare ale clădirilor medievale.

Viollet-le-Duc a fost, de asemenea, un susținător al utilizării noilor tehnologii și materiale în arhitectură. El a introdus în mod activ utilizarea fierului forjat și a oțelului în construcții, permițând astfel crearea unor structuri mai solide și mai ușoare. Acest lucru a deschis calea către designuri arhitecturale noi și inovatoare și a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării arhitecturii industriale și a construcțiilor metalice.

Pentru promovarea și dezvoltarea arhitecturii, Viollet-le-Duc a scris numeroase lucrări teoretice, printre care celebrele sale *Dictionnaire raisonné de l'architecture française*, *Dovezi de istorie a construcțiilor* și *Înțelegerea arhitecturii*. Aceste lucrări au contribuit la dezvoltarea unei înțelegeri mai profunde a arhitecturii, inclusiv a principiilor de bază, a stilurilor istorice și a tehnologiilor de construcție. Ele au avut un impact semnificativ asupra educației în domeniul arhitecturii și au influențat generațiile ulterioare de arhitecți.

Viollet-le-Duc a promovat, de asemenea, utilizarea materialelor și tehnicilor moderne în arhitectură. El a fost un adept al folosirii fierului forjat și al oțelului în structurile de construcții, ceea ce a permis crearea de structuri mai solide și mai ușoare. Acest lucru a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării arhitecturii industriale și a deschis calea pentru inovații în domeniu. În concluzie, Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc a influențat arhitectura prin abordarea sa inovatoare a restaurării clădirilor medievale,

prin promovarea utilizării noilor tehnologii și materiale și prin contribuțiile sale teoretice semnificative. Lucrările și ideile sale au influențat domeniul arhitecturii și au avut un impact durabil asupra dezvoltării și evoluției sale.

Arhitectura cu metal și sticlă sau arhitectura inginerilor, numită astfel de istoricul italian de artă Giulio Carlo Argan a început, în Franța, cu construcția celor douăsprezece Hale din Paris, proiectate de arhitectul Victor Baltard între anii 1848-1852 și realizate efectiv în perioada 1852-1872, iar în Anglia, cu construcția Crystal Palace din Londra, realizat în 1851 de către arhitectul Joseph Paxton, pentru *Marea Expoziție (Great Exhibition)*. Aceste opere, atât de diferite de cele din trecut, atât prin concepție, cât și prin materialele folosite, marchează începutul arhitecturii moderne.

În ceea ce privește promovarea, cred că nu se poate imagina un mijloc mai eficient de a face acest lucru decât prin expunerea într-o mare expoziție internațională, în cazul Crystal Palace.

Halele lui Baltard, cunoscute și sub numele de Les Halles de Paris, au fost subiectul de interes pentru mai multe ziare și reviste din Paris în secolul al XIX-lea. Spicuiesc câteva dintre publicațiile care au scris despre Halele lui Baltard în acea perioadă: *Le Moniteur Universel*, unul dintre cele mai influente și importante ziare din Paris în secolul al XIX-lea, publicație ce a acoperit diverse subiecte, inclusiv arhitectură și dezvoltare urbană, și a publicat articole despre construirea și inaugurarea Halelor lui Victor Baltard.

Le Journal des Débats, un ziar parizian cu o lungă istorie fondat în 1789 de către Bertrand Barrère de Vieuzac, a publicat articole despre evenimentele majore din Paris și a acoperit și subiectul Halelor lui Baltard, în diferite etape ale construcției și funcționării lor. La început, ziarul s-a numit *Journal de la Cour et de la Ville*, apoi, ulterior, sub conducerea lui François-Marie Arouet, cunoscut sub pseudonimul Voltaire, ziarul și-a schimbat numele în *Journal politique et littéraire*, primind în cele din urmă, în 1814, numele *Le Journal des Débats*. Ziarul a fost unul de referință în Franța, recunoscut pentru acoperirea extinsă a politicii, culturii și artelor până în anul 1944 când și-a încetat apariția.

La Presse, un ziar popular în secolul al XIX-lea, fondat de Émile de Girardin în 1836, a acordat atenție arhitecturii și dezvoltării urbane din Paris și a publicat articole despre construcția Halelor lui Baltard și impactul lor asupra orașului. Acest ziar a introdus un model editorial revoluționar, renunțând la finanțarea prin abonamente în favoarea unei finanțări bazate pe publicitate, ceea ce a permis un preț al ziarului mai accesibil și o audiență mai mare, fiind primul ziar care a folosit mașini tipografice cu aburi, crescând astfel viteza de producție și reducând costurile. Acesta a fost recunoscut pentru grafica sa avansată și pentru publicarea ilustrațiilor și caricaturilor,

dar, spre sfârșitul secolului al XIX-lea a început să aibă dificultăți financiare și a fost vândut de mai multe ori, încetându-și apariția în anul 1928.

L'Illustration este o revistă ilustrată emblematică în secolul al XIX-lea, fondată în 1843 de către Édouard Charton, inițial având apariție săptămânală, în care erau prezentate articole și ilustrații despre subiecte diverse. Revista a acoperit și subiectul Halelor lui Baltard, oferind vizualizări și descrieri ale clădirilor și a activității din interior. Ulterior, în timp, *L'Illustration* a devenit o sursă importantă de știri și informații, acoperind evenimente majore, cum ar fi Războiul Crimeii, Războiul Franco-Prusac și Primul Război Mondial, oferind cititorilor informații de primă mână și imagini captivante. Publicația a adus contribuții semnificative în dezvoltarea jurnalismului de investigație, promovând, de asemenea, arta și cultura franceză, prin prezentarea operelor de artă ale unor artiști de renume, precum Claude Monet, Édouard Manet și Auguste Rodin, oferind astfel o platformă pentru promovarea artei franceze în întreaga lume. De asemenea, a inclus și articole despre literatură, teatru și alte forme de expresie artistică. *L'Illustration* s-a transformat într-o publicație lunară în anii 1930, iar în anii 1940 a fost suspendată din cauza ocupației naziste din cel de-al Doilea Război Mondial. După război, nu și-a mai reluat publicarea în formatul său tradițional, dar numele revistei a fost preluat de alte publicații și inițiative media.

La France Illustrée a fost o revistă ilustrată populară în secolul al XIX-lea, fondată de același Édouard Charton și axată pe subiecte franceze de interes general, dar a dedicat pagini Halelor lui Baltard, prezentând fotografii, ilustrații și articole despre această importantă atracție pariziană. Scopul său principal era să prezinte Franța și lumea înconjurătoare prin intermediul ilustrațiilor și al articolelor, fiind concepută ca o revistă săptămânală care să conțină reportaje, articole despre istorie, știință, artă și literatură, acoperind o gamă largă de subiecte și prezentând inclusiv orașe, sate, monumente și obiceiuri locale, contribuind astfel și la promovarea turismului. Această publicație și-a suspendat apariția în prima jumătate a secolului al XX-lea.

Acestea sunt doar câteva exemple de ziare și reviste care au acoperit subiectul Halelor lui Baltard în secolul al XIX-lea. Din mărturiile vremii, reiese faptul că au existat pancarte și afișe plasate în zonele aglomerate și pe străzile principale din Paris, care să atragă atenția publicului în ceea ce privește atracțiile oferite de hale.

O modalitate deosebită de a promova un obiectiv arhitectural este prin a deveni el însuși gazda unor alte evenimente, cum ar fi expozițiile, mai ales dacă acestea sunt expoziții universale. Astfel, Halele din Paris au găzduit Expoziția Universală din 1867, pentru care au și fost construite inițial.

Această expoziție a fost un eveniment major care a atras participanți și vizitatori din întreaga lume.

Ca și Halele din Paris, Crystal Palace din Londra a reprezentat un moment de cotitură în arhitectură, remarcându-se însă și printr-o promovare corespunzătoare în epocă. Iată câteva dintre publicațiile epocii care au scris și au promovat eficient Crystal Palace: *The Times*, una dintre cele mai vechi și respectate publicații din Marea Britanie, fondată în 1785 de către John Walter, a acoperit în mod regulat evenimentele și noutățile legate de Crystal Palace, articolele lor făcând referire adesea la aspecte legate de expoziții, concerte și alte evenimente organizate în acel spațiu. *The Times* a devenit rapid un ziar influent, cunoscut pentru obiectivitatea și exactitatea informațiilor oferite. În 1814, revista a utilizat prima presă cu abur, crescând viteza de producție și calitatea tipăririi, devenind primul ziar britanic tipărit în masă și distribuit în întreaga țară. Ulterior, în 1981, Rupert Murdoch și compania sa, News Corporation, au cumpărat ziarul și, deși au avut loc schimbări semnificative în stilul și direcția editorială, *The Times* și-a păstrat influența, rămânând un ziar de referință în Marea Britanie și în lume.

The Illustrated London News este o revistă ilustrată, fondată de Herbert Ingram în anul 1842, a fost una dintre primele publicații săptămânale ce a prezentat imagini ale Crystal Palace și ale expozițiilor și evenimentelor sale, incluzând ilustrații detaliate ale clădirii și ale activităților desfășurate în locul respectiv. Folosind tehnici de gravură, revista a prezentat ilustrații detaliate ale evenimentelor importante, ale personalităților și ale locurilor din întreaga lume, fiind una dintre primele publicații care a acordat atenție fotografiei și a introdus, evident, fotografii în paginile sale. În anii 1860 a început să utilizeze tehnicile de tipar cromatic, ceea ce a îmbunătățit vizualul revistei, dar a încetat să mai fie publicată în format tipărit în anul 2003, continuând să existe ca publicație online, și, astfel, adaptându-se noilor tehnologii.

The Graphic este o publicație ilustrată săptămânală, fondată în anul 1869 de către jurnalistul și editorul britanic William Luson Thomas, care a oferit imagini și ilustrații detaliate ale Crystal Palace și ale activităților sale. Revista s-a remarcat prin calitatea ilustrațiilor și a inovat știrile, prezentându-le, dar, din cauza concurenței și a schimbărilor în gusturile publicului, și-a încetat apariția în anul 1932. Aceasta a rămas însă în istoria jurnalismului vizual ca o publicație inovatoare și influentă.

The Morning Chronicle este o publicație britanică importantă, fondată în anul 1769 de către James Perry și lansată sub denumirea *The Morning Chronicle and London Advertiser* și a fost un ziar care a acoperit și el evenimentele și noutățile legate de Crystal Palace, inclusiv rapoarte despre expoziții, spectacole și alte evenimente organizate în locul respectiv. Ziarul,

politic și comercial, a publicat știri, reclame și articole despre comerț și, deși a fost un ziar influent și obiectiv, concurența și dificultățile financiare au determinat încetarea apariției sale în anul 1862.

The Illustrated Sporting and Dramatic News este o publicație săptămânală din Marea Britanie, fondată în anul 1874 de către Edward Lloyd, și care a prezentat atât evenimentele sportive, cât și cele culturale care au avut loc la Crystal Palace. Articolele lor s-au concentrat pe spectacole, concerte și competiții sportive desfășurate în incinta clădirii. Publicația a avut o abordare inovatoare, combinând textul cu ilustrațiile, încetându-și apariția în anul 1970.

Acestea sunt doar câteva exemple de publicații care au acoperit subiectul Crystal Palace în trecut. Crystal Palace din Londra a fost permanent o atracție, atât ca structură arhitecturală, cât și ca destinație turistică. Crystal Palace a fost promovat ca un loc de divertisment și cultură, adăpostind expoziții, spectacole, concerte și alte evenimente deosebite. Printre acestea, cum am mai precizat, cea mai cunoscută a fost Expoziția Universală din 1851, care a atras milioane de vizitatori din întreaga lume și a prezentat inovații tehnologice, artefacte și culturi din diverse țări.

Promovarea și publicitatea pentru Crystal Palace evidențiau frumusețea și dimensiunea impresionantă a clădirii. Arhitectura distinctivă a fost adesea ilustrată în materialele publicitare, cu grădinile sale luxuriante și domul de sticlă impresionant. De asemenea, se punea accent pe facilitățile și amenajările sale moderne, cum ar fi galeriile de artă, sălile de expoziții, grădinile botanice și zonele de agrement.

Publicitatea Crystal Palace a fost, de asemenea, legată de evenimentele speciale și atracțiile organizate acolo. De exemplu, spectacolele de artificii, concursurile de flori, expozițiile tematice și concertele erau promovate pentru a atrage publicul larg. Companiile și comercianții din acea perioadă au fost implicați și ei în promovarea evenimentelor organizate la Crystal Palace.

Toate cele menționate mai sus despre Crystal Palace au accentuat caracteristicile sale unice, au subliniat evenimentele speciale și au prezentat această clădire remarcabilă ca o destinație de mare importanță pentru vizitatori.

Din păcate, în prezent, Crystal Palace, construit de Joseph Paxton, nu mai există în forma sa originală. Clădirea a fost distrusă într-un incendiu devastator în anul 1936 și nu a fost reconstruită. Actualmente, Crystal Palace Park, situat în zona Penge din sudul Londrei, este locul care amintește de fosta clădire și găzduiește o varietate de facilități și atracții. Acesta este un parc public care oferă o gamă diversă de activități pentru vizitatori. În locul respectiv, se pot găsi spații verzi extinse, grădini botanice, terenuri de joacă,

iazuri și o varietate de oportunități pentru sport. Parcul este o destinație populară pentru plimbări, alergări, ciclism și alte activități recreative în aer liber.

În plus, Crystal Palace Park găzduiește diverse evenimente și expoziții temporare, precum festivaluri, târguri de artizanat și concerte în aer liber. De asemenea, există și un muzeu mic dedicat istoriei Crystal Palace și Expoziției Universale din 1851.

Cele două exemple, Halele din Paris și Crystal Palace din Londra sunt lucrări de referință ale arhitecturii inginerilor și sunt dovada vie că arhitectura se transformă, dar rădăcinile din care a răsărit nu dispar niciodată.

În urma revoluției industriale și a sporirii producției de materii prime și materiale, se manifestă și pe continentul nord-american un nou urbanism și o nouă arhitectură, caracterizate, în special, prin pragmatism.

Un eveniment nefericit, reprezentat de un incendiu devastator care a avut loc în 1871 la Chicago, a însemnat utilizarea noilor tehnologii pentru reconstrucția orașului. Astfel, această reconstrucție destul de rapidă o orașului a reprezentat prilejul de manifestare a noilor curente, formând ceea ce s-a numit Școala de la Chicago. Renato de Fusco consideră că „Școala de la Chicago a fost un corolar de cuceriri tehnice indiscutabile, de ambiţii stilistice ce pornesc de la neoromanic şi ajung la neodecorativ (nu întâmplător mulţi din exponenţii ei au studiat în Franţa la École des Beaux Arts); de împerechere arhitectonico-inginerească; de extremă disponibilitate profesională; de dramatice frustraţiuni pentru acei care, nu fără accente veleitare, au încercat să concilieze arta cu această expeditivă şi rezolută lume a afacerilor" (Vasilescu, 1989, 77).

Deși, în contextul respectiv, arhitectura joacă un rol secundar, trebuie menționat faptul că eficiența a fost cuvântul de ordine. Astfel, prin construirea de zgârie-nori, zonele cele mai valoroase ale orașului s-au multiplicat, iar profiturile au crescut. Cu toate că începutul a fost incendiul, o mare nenorocire, pentru arhitecți a fost însă un prilej de afirmare. S-au utilizat metalul, cărămida cu goluri (inventată în 1871) și țigla.

Clădirea Nixon Building (proiectată de arhitectul american de origine germană Otto H. Matz) era aproape terminată la izbucnirea incendiului și nu a suferit pagube în ceea ce privește structura. A fost finalizată, dar apoi demolată în 1889, iar pe locul respectiv s-a construit La Salle-Monroe Building, realizată de arhitectul și inginerul american William Le Baron Jenney și Mundie& Jensen, o fostă companie de arhitectură din Chicago.

Arhitectul-inginer William Le Baron Jenney este considerat inițiatorul Școlii de la Chicago. Acesta a studiat la Paris, a fost profesor de arhitectură la universitate, în Michigan și a format mari personalități ale

arhitecturii nord-americane, precum: Louis Henry Sullivan, Daniel Burnham, William Holabird și Martin Roche. Școala de la Chicago, prin reprezentanții menționați, a realizat clădiri cu schelet metalic, fără elemente decorative, precum Leiter Building I (1879), Leiter Building II (1889), Morton Building (1890), Manhattan Building (1889-1891), Ludington Building (1891). Detaliile arhitecturale vor fi fost spuse de istoricii de arhitectură sau alți arhitecți interesați de Școala de la Chicago, rolul meu fiind acela de a înțelege și transmite, prin intermediul acestei cărți, modul în care arhitecții ce reprezintă această școală au comunicat și s-au promovat sau au fost promovați.

William Le Baron Jenney și-a expus principiile, care au devenit și mijlocul său de promovare și comunicare, în lucrarea *Principles and Practice of Architecture* (1869). Jenney consideră că sunt șapte principii care stau la baza oricărui proiect: echilibru, ritm, accent, proporție și scară, circulație, contrast, unitate. Chiar doar citind aceste principii, interesul pentru continuarea lecturii devine crescut. O altă lucrare a sa este *A Treatise on Roofs and Bridges* (1887), o operă semnificativă în contextul inovațiilor sale în domeniul construcțiilor, contribuind la promovarea cunoștințelor lui de arhitectură și inginerie structurală.

Astfel, în timpul vieții sale, promovarea arhitectului William Le Baron Jenney a fost, în principal, prin proiectele realizate și aprecierea profesională. În timpul carierei sale, se pot menționa câteva aspecte relevante despre promovarea și recunoașterea sa: inovația în construcții, William Le Baron Jenney devenind cunoscut prin inovațiile sale în utilizarea scheletului de oțel în construcții, în special în cazul clădirii Home Insurance Building din Chicago (construită în 1884-1885) care a fost prima clădire înaltă cu structură de oțel și a atras atenția publicului și a industriei de construcții, promovându-l astfel pe acesta. Lucrările sale, cum ar fi Fair Store (Chicago) și Manhattan Building (Chicago), au demonstrat beneficiile construcțiilor de mare înălțime și au câștigat recunoaștere în industria de construcții și în rândul arhitecților. William Le Baron Jenney a scris și publicat diverse articole și cărți despre inovațiile sale în construcții și arhitectură, menționate mai sus, acestea contribuind la promovarea cunoștințelor și a abordărilor sale arhitecturale. De asemenea, acesta a avut o reputație remarcabilă în rândul colegilor săi arhitecți și a fost respectat pentru contribuțiile sale. El a fost un membru activ al comunității arhitecturale și a participat la diferite asociații profesionale, precum American Institute of Architects (AIA). Participarea sa în astfel de organizații și colaborarea cu alți profesioniști din domeniu i-au adus o recunoaștere suplimentară.

Totodată, William Le Baron Jenney a fost implicat în proiecte de anvergură, cum ar fi proiectarea și supervizarea Expoziției Mondiale din 1893

de la Chicago. Această expoziție a adunat arhitecți și vizitatori din întreaga lume și a amplificat vizibilitatea și recunoașterea lucrărilor sale.

Este important de menționat că promovarea individualității arhitecturale în perioada în care a activat William Le Baron Jenney era diferită față de metodele moderne de promovare pe care le avem astăzi, cum ar fi mediile de comunicare digitale și Social Media. Cu toate acestea, contribuțiile sale remarcabile și impactul său în arhitectură l-au consacrat în istoria domeniului și au influențat dezvoltarea ulterioară a arhitecturii moderne.

Dacă principiile și ideile lui William Le Baron Jenney au condus spre catalogarea lui ca fiind mai mult structurist decât arhitect, Henry Hobson Richardson, cu studii la Paris, aduce artisticul în arhitectura americană, fiind creatorul stilului numit Richardsonian Romanesque. Una dintre cele mai remarcabile opere ale acestuia este sediul companiei American Express din Chicago (1872-1873).

Arhitectul Henry Hobson Richardson a fost promovat și a câștigat recunoaștere în timpul vieții sale prin intermediul lucrărilor sale remarcabile și a influenței sale asupra arhitecturii americane. Iată câteva aspecte relevante despre promovarea și recunoașterea lui Henry Hobson Richardson în timpul carierei sale: Henry Hobson Richardson a dezvoltat un stil arhitectural distinctiv cunoscut, cum am precizat și mai sus, sub numele de Richardsonian Romanesque, stil care se caracterizează prin utilizarea generoasă a pietrei, a zidăriei masive, a arcadelor semicirculare și a detaliilor sculptate, oferind un aspect robust și monumental clădirilor sale care a atras atenția și i-a adus recunoaștere în rândul colegilor și clienților săi. Hobson Richardson a proiectat și a supervizat construcția unor clădiri notabile, precum Trinity Church din Boston, Biblioteca Publică din Boston și Marshall Field Wholesale Store în Chicago, proiecte majore, cu rezultate impresionante, care au contribuit la promovarea talentului și abilităților sale arhitecturale. De asemenea, acesta a câștigat respect și admirație în rândul colegilor săi arhitecți și a fost un membru activ în comunitatea arhitecturală, fiind ales membru al American Institute of Architects (AIA) și colaborând cu alți arhitecți influenți ai vremii. Astfel, prin intermediul acestor conexiuni și al participării sale în asociații profesionale, el a fost promovat și recunoscut ca un lider în domeniul arhitecturii.

Totodată, Henry Hobson Richardson a atras atenția prin publicații și expoziții relevante. Lucrarea sa intitulată *The Architecture of H.H. Richardson and His Times* (*Arhitectura lui H.H. Richardson și epoca sa)* a fost publicată postum în 1888 și a contribuit la promovarea ideilor și a operei sale. De asemenea, lucrările sale au fost expuse în expoziții și/sau în cadrul

unor evenimente arhitecturale importante ale timpului, aducându-i recunoaștere suplimentară.

Pe de altă parte, stilul Richardsonian Romanesque a avut o influență semnificativă asupra arhitecturii americane și a devenit o sursă de inspirație pentru alți arhitecți. Operele sale și abordările inovatoare au fost studiate și apreciate în rândul viitoarelor generații de arhitecți, contribuind la promovarea și recunoașterea durabilă a moștenirii sale arhitecturale.

Ca și în cazul lui William Le Baron Jenney, trebuie menționat că promovarea individualității arhitecturale în perioada în care a activat Henry Hobson Richardson era diferită față de metodele moderne de promovare. Cu toate acestea, contribuțiile sale remarcabile și influența sa asupra arhitecturii au făcut ca numele său să fie cunoscut și respectat în domeniu.

Arhitectul Henry Hobson Richardson a avut o mare influență asupra lui Louis Henry Sullivan, care a realizat, în Chicago, o clădire cu mari semnificații și anume Auditorium Building (1887-1889), ce conține un hotel, un teatru și un turn. Alte importante clădiri ale lui Louis Henry Sullivan: Rotschild Store (1881), Revell Store (1881-1883), Troescher Building (1884), Dexter Building (1887), Standard Building (1887), Carson, Pirie & Scott Department Store (1899-1904). Principiile lui Louis Sullivan au fost exprimate în lucrarea *The Tall Office Building Artistically Considered* (1896) și, astfel, a reușit să-și comunice și promoveze ideile, care s-au materializat și practic, în opera sa Guaranty Building, aflată în Buffalo, New York.

Aspecte relevante referitoare la promovarea și recunoașterea arhitectului Louis Henry Sullivan: stilul său, cunoscut sub numele de Sullivanian sau chiar Școala Chicago, a reprezentat o abordare originală în arhitectura acelor timpuri. Proiectele sale, urmate de realizarea unor clădiri impresionante și inovatoare, au atras atenția publicului și profesioniștilor, promovându-l astfel pe Louis Henry Sullivan. De asemenea, Sullivan a devenit cunoscut prin popularizarea unui concept conform căruia forma unei clădiri trebuie să se bazeze pe funcționalitatea și scopul său. Acest principiu, exprimat în sloganul *Form follows function*, a devenit o componentă esențială a arhitecturii moderne și a fost promovat de Louis Henry Sullivan prin intermediul articolelor, discursurilor și scrierilor sale.

Sullivan a scris și a publicat numeroase eseuri și articole în reviste de specialitate. *Kindergarten Chats* este o colecție de eseuri, publicată pentru prima dată în anul 1901. Eseurile sale abordează teme precum relația dintre arhitectură și societate, importanța funcționalității în designul clădirilor și rolul arhitectului în dezvoltarea urbană. Louis Henry Sullivan își exprimă opinii și teorii arhitecturale într-un stil accesibil și captivant. O altă lucrare este *The Autobiography of an Idea*, carte publicată în 1924, o relatare filosofică și autobiografică a viziunii și experiențelor sale în domeniul

arhitecturii, explorând evoluția gândirii sale pe parcursul carierei. De asemenea, această carte evidențiază importanța unei gândiri critice și independente în domeniu.

Louis Henry Sullivan a susținut prelegeri și a participat la conferințe unde a discutat despre arhitectură, teoria proiectului și filosofia sa arhitecturală. Aceste participări i-au oferit o platformă de comunicare directă cu colegii săi arhitecți, studenți și publicul interesat. Sullivan a colaborat cu alți arhitecți importanți ai vremii, precum Frank Lloyd Wright, cu care a lucrat la proiectul Charnley House din Chicago. Aceste colaborări au promovat influența și viziunea sa arhitecturală, contribuind la recunoașterea sa în rândul comunității arhitecturale. Sullivan a lăsat o moștenire intelectuală semnificativă prin opera sa construită, prin scrierile sale și prin influența sa asupra următoarelor generații de arhitecți. Ideile sale, precum sloganul forma urmează funcției și importanța ornamentului autentic, au continuat să fie studiate și apreciate.

Școala de la Chicago a mai avut și alți exponenți, iar sfârșitul acesteia a fost marcat de Expoziția Columbiană din 1893, deși a mai continuat și la începutul secolului al XX-lea. Din păcate, fără a avea efervescența culturală europeană, Școala de la Chicago a murit treptat și a fost înlocuită, în America de Nord, în mare parte de un eclectism, deseori destul de banal. Cu atât mai mult, modul de comunicare și promovare al acestei școli merită relevat. De aceea, menționez în continuare câteva publicații ale acelui timp, în care s-a scris despre Școala de la Chicago. Acestea sunt: *Inland Architect*, o revistă americană de arhitectură publicată între 1883 și 1908, care a acordat o atenție deosebită arhitecturii din Chicago și a promovat lucrările arhitecților școlii, inclusiv ale lui Louis Henry Sullivan. *Architectural Record*, o revistă americană de arhitectură, fondată în 1891 și încă publicată și în prezent, a inclus articole și ilustrații despre arhitectura din Chicago și despre contribuțiile arhitecților de la Școala de la Chicago.

The Western Architect este o publicație lunară de arhitectură, care a apărut între 1882 și 1908 și care a acoperit arhitectura din vestul Statelor Unite, inclusiv Școala de la Chicago și arhitecții săi. Un alt exemplu de revistă este *American Architect and Building News*, publicată între 1876 și 1938, care a prezentat proiecte și articole despre arhitectura din toată țara, inclusiv despre mișcarea de la Chicago.

Aceste publicații au jucat un rol important în promovarea și diseminarea ideilor și proiectelor arhitecturale ale Școlii de la Chicago. Ele au oferit o platformă pentru arhitecți să-și prezinte lucrările și să-și împărtășească teoriile și inovațiile în domeniul arhitecturii.

Tehnologizarea, dar și dorința de a se distanța de stilurile anterioare, determină, spre sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea apariția unui nou stil.

„Încercarea de a da noţiunii de viaţă urbană, generată de procesul de industrializare, un nou semnificat, se apelează la artă ca la un panaceu universal şi aceasta va duce la apariţia aproape simultană a unui nou stil care, indiferent dacă se numeşte în Franţa Art Nouveau, în Belgia Style coup de fouet, în Germania Jugendstil, în Italia Stile Liberty iar în Spania Modernismo, demonstrează o fazare a întregului fenomen european de creaţie" (Vasilescu, 1989, 105).

Acest stil nou a reprezentat o mișcare revoluționară în artă și design, cu o estetică distinctivă și o abordare radicală față de tradițiile artistice convenționale. Art Nouveau a fost influențat de diverse curente artistice și filosofice ale vremii, cum ar fi romantismul, simbolismul și mișcarea Arts and Crafts (mișcare împotriva industrializării și standardizării, care promova artizanatul tradițional și farmecul lucrului manual). Art Nouveau a apărut ca o reacție împotriva stilului istoric și neoclasic dominante în aceeași perioadă și a încercat să creeze o nouă estetică, cu forme organice, curbe fluide și ornamente inspirate din natură. Ca elemente incluzive ale acestui stil, menționez: liniile curbe și fluide, formele organice, inspirate de natură, precum tulpini de plante, liane și valuri, frecvent utilizate în proiectare și design, ornamente și motive naturale, exprimate printr-o varietate de motive florale și organice în designul său, frunzele, fluturii, florile, algele erau motive, iar aceste ornamente erau comune și pe mobilier, sticlă, ceramică și alte obiecte decorative.

De asemenea, Art Nouveau a pus accentul pe frumusețea și delicatețea formelor feminine. Femei cu linii sinuoase și elegante, adesea cu păr lung și ondulat, erau reprezentate în pictură, sculptură și design grafic. Deși stilul Art Nouveau mergea pe emoție și natural, totuși a utilizat tehnologiile și materialele noi ale epocii, cum ar fi fierul forjat, sticla curbată, ceramica, metalul și cimentul. Aceste materiale au permis proiectanților și designerilor să creeze forme noi și să experimenteze structuri inovatoare.

Art Nouveau a avut un impact semnificativ asupra arhitecturii, cu clădiri care prezintă fațade extravagante și sculpturi decorative. Casele și clădirile publice Art Nouveau aveau adesea ferestre mari, balcoane elegante și ornamente sculptate în piatră sau metal.

Stilul Art Nouveau a mai reușit un lucru și anume a încurajat integrarea artelor în viața de zi cu zi. Artiștii, proiectanții și designerii au lucrat împreună pentru a crea ansambluri complete ce cuprind arhitectura, mobilierul, obiectele decorative și chiar îmbrăcămintea.

„Noul mod de a înțelege și aborda raportul artizan-natură-tehnologie este unul din sursele noului stil" (Vasilescu, 1989, 106). Conform aceluiași autor, arhitectul și profesorul Sorin Vasilescu, Art Nouveau s-a născut în Belgia, dar s-a manifestat diferit în țările participante la acest nou stil, în funcție de gradul de dezvoltare/emancipare a acestora.

S-au conturat două direcții opuse: prezența formelor concav-convexe, care au fost utilizate de Victor Horta, Henry Van de Velde și Antonio Gaudi, iar a doua direcție a fost adepta formelor geometrice clare, utilizate de Otto Wagner, Charles Rennie Mackintosh, și, în tinerețe, de Frank Lloyd Wright.

Din punct de vedere ideologic, curentul a fost promovat prin grupul avangardist Lex XX, metamorfozat ulterior în asociația La Libre Esthétique, și apoi prin revista *L'Art Moderne*. În Belgia, cei mai importanți promotori ai acestui nou stil au fost Victor Horta și Henry Van de Velde.

Cele mai semnificative opere ale lui Victor Horta sunt: casa Tassel (Bruxelles, rue de Tourin, 1892-1893), casa Wissinger (1894), Hotel Solvay (1894), casa Horta (1898), Hotel Aubeque (1900), La Maison du Peuple (clădire publică, realizată pentru sindicaliști în perioada 1895-1899), A l'Innovation (magazin). Toate aceste clădiri, private sau publice, se află în Bruxelles. În a doua parte a vieții, Victor Horta a virat spre neoclasicism, realizând Palatul de Beaux-Arts (1920) și Gara Centrală (Bruxelles).

Arhitectura lui Victor Horta a fost promovată în timpul vieții sale și a continuat să fie recunoscută și admirată și după moartea sa. În perioada în care Victor Horta a activat ca arhitect, a reușit să se impună ca un lider al mișcării Art Nouveau în Bruxelles. Lucrările sale notabile, cum ar fi casa Tassel și La Maison du Peuple au câștigat atenția și admirația comunității arhitecturale. Acest succes a condus la obținerea de comenzi importante și la creșterea reputației sale în domeniu. Victor Horta a reușit să atragă atenția publicului larg prin utilizarea formelor organice, a materialelor noi și a detaliilor decorative elaborate, în clădirile sale. Acest stil distinctiv a devenit sinonim cu numele său și a fost promovat prin expoziții, publicații și prezentări publice. Victor Horta a fost și profesor la Școala Națională Superioară de Arte Frumoase din Bruxelles, poziție din care a influențat o nouă generație de arhitecți și a contribuit la promovarea și perpetuarea stilului Art Nouveau.

Ulterior, după moartea sa, în 1947, arhitectura lui Victor Horta a continuat să fie apreciată și studiată. Multe dintre clădirile sale au fost protejate și restaurate, iar în anii '60 s-a observat un interes crescut pentru Art Nouveau și pentru moștenirea lui Victor Horta, organizându-se expoziții retrospective în acest sens.

Victor Horta a fost promovat în numeroase publicații ale vremii, precum reviste de arhitectură și de artă, printre care: *L'Art Moderne*, revistă belgiană săptămânală de artă și arhitectură care a apărut în perioada 1881-1914 și care a fost un promotor puternic al mișcării Art Nouveau și a avut un impact semnificativ în răspândirea acestei estetici în Europa. Lansată de editorul și criticul de artă Octave Maus, *L'Art Moderne* a avut o influență puternică asupra artei și arhitecturii din perioada sa, incluzând articole, recenzii și ilustrații care au prezentat lucrările și ideile arhitecților și artiștilor Art Nouveau, inclusiv pe cele ale lui Victor Horta. Prin intermediul acestei reviste, Victor Horta și colegii săi au avut o platformă pentru a-și prezenta creațiile și pentru a promova valorile mișcării Art Nouveau, revista fiind esențială în popularizarea și recunoașterea arhitecturii Art Nouveau atât în Belgia, cât și în întreaga Europă.

La Maison Moderne este o publicație franceză din perioada 1898-1914, fondată și condusă de arhitectul și editorul Julius Meier-Graefe, dedicată arhitecturii moderne și designului interior și exterior, care a acoperit și lucrările lui Victor Horta, dar a avut un rol important în promovarea mișcării Art Nouveau și a arhitecturii moderne în Franța și în întreaga Europă. Publicația a prezentat numeroase articole, fotografii și desene cu lucrări de arhitectură și design modern, promovând inovația în construcții, utilizarea de materiale noi și concepte arhitecturale avangardiste, frecvent prezentate în paginile revistei. Deși revista a încetat să mai apară în 1914, a lăsat o importantă moștenire privind promovarea arhitecturii moderne.

L'Art Décoratif este o revistă franceză apărută în perioada 1897-1914, fondată de același Julius Meier-Graefe, care a fondat și *La Maison Moderne* și care a avut un interes deosebit pentru arta decorativă. Aceasta a prezentat lucrările lui Victor Horta și ale altor arhitecți Art Nouveau, fiind un important promotor al acestei mișcări și influențând dezvoltarea și aprecierea acestui stil în Franța și în întreaga lume. Prin intermediul revistei, Victor Horta și alte figuri importante ale mișcării Art Nouveau au avut o platformă pentru a-și prezenta creațiile și a promova valorile estetice ale mișcării. *L'Art Décoratif* a fost recunoscută pentru calitatea și inovația grafică, ilustrațiile sale fiind considerate unele dintre cele mai bune din perioada sa.

Henry Van de Velde este al doilea reprezentant de seamă al stilului Art Nouveau. De asemenea, a promovat și dezvoltat designul industrial. Acesta și-a prezentat ideile în cadrul grupului La Libre Esthétique, cerc artistic belgian de mare anvergură, în cadrul căruia au fost propagate noile idei. Henry Van de Velde era convins că industrializarea și producția de serie vor avea un rol esențial în dezvoltarea și reînnoirea artei.

Și-a început activitatea cu amenajări interioare, după care a devenit profesor de arte decorative și industriale la La Nouvelle Université, un bun

prilej de promovare a ideilor sale novatoare în fața cursanților și a publicului. Construiește un institut la Weimar, în 1902, locuințe particulare (în perioada dintre cele două războaie) ospiciul din Hanovra și, mai ales, pavilioanele Belgiei la expozițiile internaționale de la Paris (1937) și de la New York (1939). Aceste expoziții internaționale reprezintă o modalitate excelentă de a comunica și promova ideile personale sau ale unui nou stil, precum și de a face cunoscute în întreaga lume realizările țării pe care o reprezinți.

Promovarea lui Henry Van de Velde a avut loc în principal prin intermediul talentului său și al influenței pe care a avut-o asupra comunității artistice și arhitecturale din perioada sa. Acesta a înțeles importanța combinației dintre artă și industrie și a pus bazele unui program de studiu orientat către designul industrial. De asemenea, cum am precizat deja, Henry Van de Velde a fost implicat în organizarea expozițiilor și a evenimentelor artistice importante, prin intermediul cărora a reușit să-și promoveze ideile și să-și consolideze reputația. Un exemplu notabil este organizarea expoziției Weihnachtsausstellung (Expoziția de Crăciun) în anul 1908, la Berlin, care a atras atenția asupra designului modern promovat de acesta.

Cariera sa a continuat să se dezvolte, iar Henry Van de Velde a devenit unul dintre cei mai influenți arhitecți și designeri ai timpului său. A proiectat numeroase clădiri și obiecte, de la case și magazine până la mobilier și bijuterii. Munca sa a fost recunoscută și apreciată pe scară largă, iar contribuțiile sale semnificative la designul și arhitectura modernă i-au adus numeroase premii și distincții. Astfel, Henry Van de Velde a fost promovat și recunoscut ca unul dintre cei mai importanți reprezentanți ai mișcării Art Nouveau și ai designului modern, datorită talentului său, influenței sale și a lucrărilor sale remarcabile.

Van de Velde a fost promovat prin intermediul unor multiple reviste, ziare și lucrări care au reflectat munca și ideile sale în domeniul artei, designului și arhitecturii. În afară de revistele *L'Art Moderne* și *L'Art Décoratif*, deja menționate, în paginile cărora a fost prezent și Henry Van de Velde, în calitate de arhitect și designer renumit, cu articole privind viziunea sa asupra artei și arhitecturii, mai dau câteva exemple: *Van Nu en Straks*, revistă literară și artistică din Belgia, fondată în 1893, care a promovat estetica simbolistă și mișcarea Art Nouveau, iar Henry Van de Velde a fost considerat ca unul dintre principalii săi reprezentanți, lucrările sale fiind prezentate în paginile revistei.

Deutsche Kunst und Dekoration este o revistă germană, publicată între anii 1897 și 1932, importantă sursă de promovare a artei și designului german, iar lucrările lui Henry Van de Velde, inclusiv proiectele sale arhitecturale și de design interior, au fost prezentate în paginile revistei, contribuind la popularitatea și recunoașterea sa în Germania. Henry Van de

Velde a publicat în anul 1903 lucrarea *Les Albums d'architecture moderne* în care acesta a prezentat mai multe dintre proiectele sale arhitecturale semnificative, inclusiv case și clădiri publice. Albumul a oferit o privire detaliată asupra conceptelor și stilului său arhitectural, contribuind la promovarea și aprecierea sa ca arhitect de renume. Acestea sunt doar câteva exemple de reviste, ziare și lucrări în care Henry Van de Velde a fost promovat în timpul vieții sale. Reputația sa a continuat să crească după moartea sa, iar lucrările și ideile sale au fost prezentate în numeroase publicații și expoziții dedicate istoriei artei, designului și arhitecturii.

În Marea Britanie, acest stil nou a fost reprezentat de mai mulți arhitecți, precum William Morris, dar, în receptare, s-a manifestat o oarecare reticență, ceea ce demonstrează, o dată în plus, faptul că modul în care se comunică și promovează orice lucru, mai ales nou, este deosebit de important.

The Studio a fost o revistă britanică de artă și design care a fost publicată între 1893 și 1964. A fost un important pionier în promovarea mișcării Art Nouveau în Marea Britanie. Revista *The Studio* a fost fondată de Charles Holme și a fost axată pe prezentarea celor mai recente tendințe în artă, design și arhitectură. Ea a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării și popularizării stilului Art Nouveau în Marea Britanie, prin publicarea unor ilustrații și gravuri reprezentative ale acestui stil, precum și prin promovarea lucrărilor artiștilor și designerilor influenți ai epocii.

The Studio a prezentat o varietate de subiecte, inclusiv design de mobilier, design de interior, arhitectură, ilustrație, gravură, litografie și alte forme de artă. Revista a inclus și articole despre mișcările artistice internaționale, evenimente culturale și expoziții, precum și interviuri cu artiști și designeri de seamă. Datorită influenței sale și calității conținutului, *The Studio* a devenit o resursă importantă pentru artiști, designeri, arhitecți și colecționari, oferindu-le inspirație și informații despre cele mai recente tendințe și inovații în lumea artei și a designului în stil Art Nouveau. Deși revista nu mai este publicată, aceasta reprezintă o sursă valoroasă pentru a înțelege și a aprecia evoluția și impactul mișcării Art Nouveau în Marea Britanie și în lumea artei și designului, în general.

Expoziția din anul 1888 de la Barcelona reprezintă nașterea modernismului catalan, deși au fost câteva semne ale acestuia și anterior. Specifice pentru arhitectura spaniolă sunt „cărămida aparentă sau arcul în formă de potcoavă" (Vasilescu, 1989, 120). În acest context, apare o personalitate proeminentă a arhitecturii moderne și anume Antoni Gaudí i Cornet, cunoscut sub numele de Antonio Gaudí, supranumit și arhitectul lui Dumnezeu. Antonio Gaudí a înțeles perfect îmbinarea dintre natură, artă, arhitectură și religie. Acesta a realizat o operă arhitecturală de o unicitate rar întâlnită, autentică și foarte personală. A avut o remarcabilă stăpânire a

formei și culorii, fiind și un mare vizionar, în sensul că a anticipat viitoarele tendințe din artă și arhitectură. Iar aportul său, deosebit de personal, s-a mulat totuși, într-un anume fel, pe stilul Art Nouveau. Menționez că la una dintre capodoperele sale și anume Casa Milà (1905-1910) din Barcelona, considerată ca reprezentând o altă variantă de Art Nouveau, Antonio Gaudí a avut, din punct de vedere arhitectural, un traseu format din patru părți: o parte considerată perioada urbană, între anii 1878 și 1882, care corespunde cu terminarea studiilor și începerea construcției Casei Vicens; partea a doua, între anii 1882 și 1900, când a realizat Casa Vicens, Vila El Capricho, Pavilioanele Güell, Palacio Güell, Palatul episcopal din Astorga, Casa de los Botines, casa Calvet. A început și Sagrada Familia; a treia parte, între anii 1900 și 1917 este perioada când ajunge la propriul său stil, reprezentat de opere, precum Casa Batlló, Parcul Güell, Capela Güell, Casa Milà, Școala de la Sagrada Familia; a patra și ultima parte, între anii 1918 și 1926, a fost folosită numai pentru Sagrada Familia, considerată ca reprezentând „în sensul cel mai înalt al termenului, o arhitectură sacră" (Vasilescu, 1989, 121). Am arătat, anterior, legătura dintre arhitectură și semantică. Aș putea afirma că Antonio Gaudí este creatorul unei semantici aparte în arhitectură, fără rival. De aceea, fantezia sa a depășit concretul și, uneori, a fost dificil ca tehnica să urmeze imaginația sa. Deși este greu să mă despart de visul în care mă aflu cu Antonio Gaudí, trebuie să depășesc momentul și să văd modul în care s-a promovat și/sau a fost promovat acest inegalabil arhitect.

Antonio Gaudí, renumitul arhitect catalan, cunoscut pentru stilul său unic și distinctiv, s-a promovat, în primul rând, prin intermediul lucrărilor sale și al proiectelor pe care le-a realizat. Acesta considera că creațiile sale arhitecturale vorbesc de la sine și că ele vor atrage atenția și interesul prin meritul lor. El nu a fost implicat activ în metodele tradiționale de promovare personală, cum ar fi publicitatea sau marketingul. Din discuțiile cu alți arhitecți, prieteni sau cunoștințe a reieșit faptul că avea o credință deosebită cu justețea abordărilor sale.

Reputația lui Antonio Gaudí a crescut organic prin intermediul recomandărilor și recunoașterii pe care le-a primit pentru proiectele sale inovatoare și imaginative. Lucrările sale atrăgeau adesea atenția și admirația publicului, ceea ce a dus la noi comenzi. Stilul arhitectural al lui Antonio Gaudí era foarte special, caracterizat prin detalii, forme organice inspirate din natură și utilizarea inovatoare a materialelor.

De asemenea, Antonio Gaudí a menținut relații strânse cu personalități importante din cercul artistic și cultural al Barcelonei, precum Eusebi Güell, care a devenit unul dintre cei mai importanți susținători ai săi. Prin intermediul acestor conexiuni, Gaudí a obținut oportunități de a lucra la

proiecte semnificative, precum Parcul Güell și Palatul Güell, care au contribuit la consolidarea reputației sale.

Este important de menționat că Antonio Gaudí nu a scăpat de critici, iar proiectele sale neconvenționale au întâmpinat opoziție și scepticism din partea unora. Cu toate acestea, abordarea sa unică în arhitectură și angajamentul său de a crea structuri cu adevărat originale și revoluționare l-au consacrat în cele din urmă ca unul dintre cei mai renumiți arhitecți ai timpului său.

În prezent, lucrările sale, mai ales Sagrada Família, Casa Batlló și Casa Milà, continuă să atragă milioane de vizitatori în fiecare an, consolidându-i astfel moștenirea ca un geniu al arhitecturii. Deși Antonio Gaudí nu a avut o preocupare constantă în a se promova, trebuie văzut dacă acesta a fost promovat în alte moduri, atât în vremea lui, cât și ulterior.

Trebuie să precizez faptul că, în timpul vieții lui Antonio Gaudí, promovarea personală era diferită față de metodele de astăzi. Antonio Gaudí a fost recunoscut și apreciat mai ales în cercurile artistice și arhitecturale din Barcelona și Catalonia. Promovarea sa s-a bazat în principal pe recomandări personale, având susținerea unor personalități influente din lumea artistică și culturală a vremii, precum Eusebi Güell, menționat anterior, și alte figuri importante din Barcelona. Aceste recomandări și sprijinul lor au contribuit la obținerea de noi proiecte și comenzi. De asemenea, Antonio Gaudí a prezentat proiecte și modele ale lucrărilor sale la expoziții și concursuri arhitecturale. Acest lucru i-a permis să-și expună ideile și inovațiile în fața unui public mai larg și a altor profesioniști din domeniu.

Totodată, revistele și publicațiile de arhitectură au jucat un rol important în promovarea lui Antonio Gaudí. Proiectele și creațiile sale au fost prezentate în aceste publicații, ceea ce a contribuit la creșterea notorietății și popularității sale. În plus, acesta a fost invitat să vorbească și să participe la conferințe și evenimente legate de arhitectură și artă. Prezentările sale și discursurile publice au contribuit la consolidarea reputației sale și la promovarea ideilor sale. A colaborat cu artiști, artizani și profesioniști din diferite domenii pentru a-și materializa viziunile arhitecturale, aceste colaborări ajutând la răspândirea ideilor și inovațiilor sale.

Este important de menționat că, pe durata vieții sale, Antonio Gaudí nu a fost un arhitect foarte cunoscut sau solicitat în afara Cataloniei, iar lucrările sale au fost adesea subiectul dezbaterilor și controverselor în timpul realizării lor. Popularitatea și recunoașterea internațională a lui Antonio Gaudí au crescut semnificativ după moartea sa, când creațiile sale au devenit emblemă a arhitecturii moderne, atrăgând interesul vizitatorilor din întreaga lume.

Totuși, trebuie evidențiate câteva publicații, precum și reviste de arhitectură și artă, în care au apărut informații despre Antonio Gaudí și lucrările sale, precum: *El Propagador de la Arquitectura*, revista catalană dedicată arhitecturii, în care Antonio Gaudí a fost prezentat și apreciat pentru lucrările sale; *La Renaixensa* (1871-1905), ziar catalan care a dedicat articole și ilustrații creațiilor lui Antonio Gaudí; *Revista d'Arquitectura*, o publicație dedicată arhitecturii, în care au fost prezentate proiectele și lucrările lui Antonio Gaudí; *Arquitectura*, revista de arhitectură publicată în Barcelona, care a prezentat în detaliu proiectele sale arhitecturale; *El Arquitecto*, o revistă spaniolă de arhitectură care a acordat atenție creațiilor lui Antonio Gaudí și a publicat articole despre stilul său distinctiv; *Revista General de Arquitectura y Construcción* (1897-1923), o publicație spaniolă de arhitectură care a prezentat proiectele și contribuțiile lui Antonio Gaudí în domeniu, fiind un fel de revistă a uniunii arhitecților din Spania.

Este important să menționăm că, în timpul vieții lui Antonio Gaudí, mulți dintre criticii vremii nu au înțeles sau apreciat stilul său unic și radical. Cu toate acestea, publicațiile de mai sus au contribuit la promovarea ideilor și creațiilor sale și la consolidarea poziției sale în lumea arhitecturii.

În zilele noastre, promovarea lui Antonio Gaudí se bazează în mare măsură pe internet și pe mediul online. În prezent, Antonio Gaudi este promovat prin site-uri și platforme online, existând numeroase astfel de medii dedicate vieții și operei lui Antonio Gaudí, care oferă informații detaliate despre proiectele sale și dau posibilitatea vizitatorilor de a explora creațiile sale în detaliu. De asemenea, există platforme online de turism și călătorii care promovează atracțiile legate de Antonio Gaudí în Barcelona.

Antonio Gaudí este promovat activ pe rețelele sociale, cum ar fi *Facebook*, *Instagram* și *Twitter* (*X*). Atât instituțiile culturale, cât și fanii, împărtășesc fotografii, informații și experiențe legate de Antonio Gaudí, contribuind la creșterea vizibilității și popularității sale. Expozițiile tematice despre Antonio Gaudí sunt organizate în diferite părți ale lumii, oferind ocazia de a explora lucrările și influența sa. De asemenea, există evenimente speciale, precum conferințe și festivaluri, dedicate lui Antonio Gaudí și arhitecturii sale.

Antonio Gaudí este promovat ca o atracție turistică majoră în Barcelona și în Catalonia, în general. Ghizii turistici, agențiile de turism și site-urile de călătorii promovează lucrările sale celebre ca destinații turistice foarte populare în lume. Totodată, există numeroase cărți, albume și publicații specializate despre Antonio Gaudí și operele sale, care sunt disponibile în librării și online. Acestea prezintă fotografii detaliate, analize și interpretări ale lucrărilor sale, contribuind la promovarea și înțelegerea mai profundă a creațiilor sale.

Antonio Gaudí și lucrările sale sunt adesea prezentate în documentare, emisiuni de televiziune și alte producții media. Aceste colaborări ajută la promovarea și popularizarea sa în rândul unui public mai larg. Prin utilizarea acestor metode de promovare în era digitală, Antonio Gaudí a devenit un nume iconic în arhitectură și o atracție de prim rang pentru turiștii și pasionații de artă și arhitectură din întreaga lume.

După întâlnirea cu Antonio Gaudi, revenirea la arhitecții care au utilizat forme geometrice clare în stilul Art Nouveau, este mai anevoioasă. Dar rămâne importantă. De aceea, îi dau curs. Unii dintre cei mai importanți arhitecți în acest sens sunt Charles Rennie Mackintosh, Otto Wagner, Josef Maria Olbrich și Josef Hoffmann.

Charles Rennie Mackintosh a realizat, în perioada 1898-1899, Școala de Belle Arte de la Glasgow, iar în jurul acestuia s-a format așa numita Școala de la Glasgow, care a promovat un Art Nouveau specific Scoției. Acest arhitect a avut un mare succes la Expoziția de la Viena (1900) a Secession-ului și la Expoziția de la Torino (1902). În urma acestor succese, a realizat Hill House (1902, Helensburgh). Charles Rennie Mackintosh a adus elemente de noutate în arhitectură, descompunând masa volumetrică în planuri succesive.

Charles Rennie Mackintosh a fost un arhitect, designer și artist scoțian care a trăit în perioada sfârșitului secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea. Promovarea sa în lumea arhitecturii a fost în mare măsură influențată de talentul său incontestabil și de abordarea sa inovatoare și distinctivă. A studiat la Glasgow School of Art, unde și-a dezvoltat abilitățile artistice și a fost influențat de mișcările artistice și arhitecturale ale timpului său. A promovat stilul Art Nouveau, în maniera specifică Scoției. Așa cum am arătat deja, primul mare proiect arhitectural al lui Charles Rennie Mackintosh a fost Școala de artă din Glasgow, care a fost finalizată în 1899. Această clădire iconică a devenit un simbol al stilului său distinctiv, combinând elemente de Art Nouveau, influențe japoneze și forme geometrice.

Promovarea lui Charles Rennie Mackintosh ca arhitect a fost sprijinită de numeroși clienți care au fost atrași de estetica sa unică. El a proiectat și mobilierul și detaliile interioare ale multor proiecte arhitecturale, oferindu-i-se astfel oportunitatea de a-și pune amprenta asupra întregului spațiu și de a crea experiențe coezive pentru beneficiari.

Cu toate acestea, deși a avut unele succese în cariera sa, promovarea și recunoașterea lui Charles Rennie Mackintosh în timpul vieții sale au fost limitate. Abordarea sa radicală și neconvențională a arhitecturii și designului a fost adesea incomprehensibilă pentru publicul larg și a întâmpinat rezistență din partea unor critici conservatori.

După moartea sa în 1928, moștenirea și influența lui Charles Rennie Mackintosh au crescut în mod semnificativ. Lucrările sale au fost redescoperite și apreciate pentru originalitatea și inovația lor. Astăzi, el este considerat unul dintre cei mai importanți arhitecți și designeri ai secolului al XX-lea și unul dintre cei mai influenți pionieri ai stilului Art Nouveau.

„Secessionul, varianta austriacă a Art Nouveau-ului, poate fi împărțit în trei faze majore, fiecare reprezentată de câte o personalitate de excepție. Prima fază, cea clasicizantă are ca reprezentant de vârf pe Otto Wagner, a doua fază, cea decorativă îl are pe Josef Maria Olbrich iar a treia, cea simplificatoare, protoraționalistă, pe Josef Hoffmann"(Vasilescu, 1989, 113).

Otto Wagner a fost numit profesor la Academia vieneză, prilej cu care ține o conferință al cărei text a fost publicat în 1874 în *Moderne Architektur*. Acest text reprezintă noua sa concepție despre arhitectură. El consideră că progresele tehnicii și rațiunea învingătoare trebuie să constituie noile criterii arhitecturale, precum și evitarea oricăror imitații. Prin acest demers, Otto Wagner și-a promovat ideile. De asemenea, aceste concepții s-au materializat prin construirea stațiilor de metrou Karlsplatz și Schönbrunn, biserica și biblioteca din Steinhof (1903-1907), dar mai ales Casa de Economii a Poștelor (1904-1906) din Viena. Otto Wagner a scris și a construit, astfel încât să-și merite locul de mare personalitate a arhitecturii moderne.

Prezint arhitecți de mare valoare, în istoria arhitecturii, dar obiectivul meu principal este să văd cum au fost promovați, să înțeleg mecanismul prin care aceștia au rămas în istorie și cum au influențat în continuare arhitectura. Promovarea lui Otto Wagner în lumea arhitecturii s-a datorat, în mare măsură, talentului său remarcabil și evoluției stilului său arhitectural.

Otto Wagner a fost un pionier al arhitecturii moderne și un promotor al stilului arhitectural cunoscut sub numele de Secesiunea Vieneză. A fost un susținător al ideilor noi și a căutat să creeze o arhitectură adaptată epocii sale, renunțând la stilurile tradiționale și căutând altfel de soluții. Promovarea sa ca arhitect a fost influențată de activitatea sa didactică și de implicarea sa în cercurile artistice și culturale ale vremii. A fost profesor la Academia de Arte Frumoase din Viena și a avut o influență semnificativă asupra generației tinere de arhitecți.

Unul dintre proiectele sale cele mai cunoscute și influente a fost clădirea Poștei de Economii de la Viena, numit și Secesiunea Poștei. Acest proiect a marcat o schimbare semnificativă în stilul arhitectural al Vienei și a adus recunoaștere și apreciere lui Otto Wagner, ca arhitect avangardist.

Ulterior, Otto Wagner a continuat să fie promovat și recunoscut în domeniul arhitecturii prin lucrările sale și prin implicarea sa în proiecte de mare anvergură, cum ar fi planificarea sistemului de metrou din Viena. Contribuțiile sale în domeniul urbanismului și al infrastructurii au fost apreciate și au consolidat poziția sa ca unul dintre cei mai influenți arhitecți ai timpului său. În plus, Otto Wagner a scris și articole pentru diverse reviste de arhitectură și publicații specializate, unde și-a exprimat opiniile despre arhitectură și și-a prezentat proiectele. Aceste articole au contribuit la promovarea sa ca arhitect și la crearea unei reputații în domeniul arhitecturii.

Moștenirea lui Otto Wagner s-a extins și după moartea sa în 1918. Opera sa a continuat să inspire și să influențeze arhitecții și designerii din întreaga lume. Astăzi, este considerat unul dintre cei mai importanți arhitecți ai stilului Secesiunea Vieneză și un precursor al arhitecturii moderne. Lucrările sale continuă să fie studiate și admirate pentru contribuția lor la evoluția arhitecturii și urbanismului.

Josef Maria Olbrich a aderat la mișcarea Secession, dar a condus și o revistă, *Ver Sacrum*, unde atât el, cât și alții cu idei similare (printre care și Gustav Klimt) se puteau exprima. A construit la Viena, în 1898, Secession Haus, lucrare destinată organizării de expoziții, un bun prilej de promovare a stilului respectiv, prin însăși casa ce le găzduia. De asemenea, a mai construit casele Friedmann și Hinterbruhl, caracterizate prin simplitate în ceea ce privește volumetria. Cea mai importantă operă a sa, considerată capitală, este Kunstler Kolonie (1901-1907), aflată în Dortmund și realizată la comanda unui principe, Ernst Ludwig von Hessen, care s-a dovedit a fi un fervent susținător. Această lucrare reprezintă, de fapt, o colonie a artiștilor, având spații pentru expoziții, dar și locuințe pentru artiști și principe.

Un arhitect efervescent, căruia munca i se părea ușoară, fiind făcută cu multă pasiune, a realizat și afișe, panouri, ceasuri. Un artist complet. Să vedem și cum a fost promovat sau s-a promovat.

Promovarea arhitectului Josef Olbrich în timpul vieții sale și ulterior a fost realizată prin intermediul mai multor metode și factori cheie, el fiind unul dintre fondatorii mișcării Secesiunea Vieneză, un grup artistic și arhitectural care s-a axat pe promovarea unui nou stil arhitectural modern și a artelor aplicate. Prin implicarea sa în acest grup și prin contribuțiile sale la proiecte colective, Josef Olbrich a câștigat recunoaștere și apreciere în comunitatea artistică și arhitecturală a vremii.

Participarea lui Josef Olbrich la expoziții și evenimente importante, cum ar fi Expoziția Universală de la Paris din 1900, i-a oferit o platformă pentru a-și prezenta lucrările și ideile în fața unui public mai larg. Expozițiile au fost o modalitate eficientă de a atrage atenția asupra creațiilor sale arhitecturale și de a se conecta cu alți profesioniști și colecționari de artă.

Josef Olbrich a proiectat și construit mai multe clădiri și ansambluri arhitecturale importante care i-au adus recunoaștere și prestigiu în timpul vieții sale. Un exemplu notabil este Palatul Secesiunii (Secession Building) din Viena, care a fost conceput ca sediu pentru grupul Secesiunea Vieneză. Această clădire emblematică a devenit un simbol al mișcării și a atras atenția asupra muncii și talentului lui Josef Olbrich.

Lucrările și proiectele lui Josef Olbrich au fost prezentate și analizate în publicații de arhitectură și reviste specializate ale timpului său. Articolele scrise de criticii de arhitectură și istoricii de artă au contribuit la promovarea sa ca arhitect și la evaluarea operei sale. Aceste publicații au ajutat la crearea unei reputații durabile pentru Josef Olbrich și la perpetuarea moștenirii sale.

Contribuțiile lui Josef Olbrich în domeniul arhitecturii și designului au avut un impact semnificativ asupra evoluției stilului modernist și funcționalist în Europa. Opera sa a continuat să fie studiată și să inspire generații de arhitecți, ceea ce a consolidat și mai mult prestigiul și recunoașterea sa, ulterior. În prezent, Josef Olbrich este considerat unul dintre arhitecții de marcă ai stilului Secesiunea Vieneză, iar moștenirea sa continuă să fie promovată prin publicații, expoziții și studii critice, asigurându-i un loc important în istoria arhitecturii.

A treia fază a mișcării Secession îl are ca protagonist pe Josef Hoffmann, care va face să se realizeze Stilul 1900. A construit câteva vile pe lângă Viena, sanatoriul din Purkersdorf (1903), opera sa cea mai importantă fiind Palatul Stoclet (1905-1914, Bruxelles). Această casă a fost comandată de bancherul și iubitorul de artă Adolph Stoclet, un susținător al lui Josef Hoffmann, cel care i-a dat prilejul să construiască una dintre cele mai frumoase clădiri private de la începutul secolului al XX-lea.

Josef Hoffmann a fost un important arhitect austriac, unul dintre membrii fondatori ai grupului artistic și arhitectural Secesiunea Vieneză și unul dintre liderii mișcării Deutscher Werkbund. Prin implicarea sa activă în grup și prin contribuțiile sale la proiectele colective, Josef Hoffmann și-a câștigat recunoașterea și aprecierea în comunitatea artistică și arhitecturală a vremii. Participarea sa la expoziții și evenimente importante, cum ar fi Expoziția Universală de la Paris din 1900 și Wiener Werkstätte (Atelierele Vieneze), i-a oferit o platformă pentru a-și prezenta lucrările și ideile în fața unui public internațional. Expozițiile au contribuit la promovarea și popularizarea creațiilor sale arhitecturale și de design.

Josef Hoffmann a realizat numeroase proiecte arhitecturale remarcabile, inclusiv case private, clădiri publice și mobilier, care i-au adus recunoaștere și prestigiu în timpul vieții sale. Am amintit anterior clădiri notabile proiectate de Josef Hoffmann precum Palatul Stoclet din Bruxelles

și Sanatoriul Purkersdorf. Aceste proiecte deosebite au demonstrat talentul și abordarea îndrăzneață a lui Josef Hoffmann, contribuind la promovarea sa ca unul dintre principalii arhitecți ai timpului său.

Josef Hoffmann a fost co-fondator al Wiener Werkstätte, o cooperativă artistică și de producție care a promovat designul modern și integrat, în care arhitectura, designul de mobilier și decorațiunile interioare erau luate împreună. Prin intermediul acestei organizații, Josef Hoffmann a promovat activ designul său și a contribuit la popularizarea mișcării moderne în designul industrial și de produs.

În timpul vieții sale și după moartea sa, au fost publicate numeroase lucrări și monografii despre Josef Hoffmann și opera sa. Au fost organizate expoziții retrospective pentru a ilustra evoluția sa artistică și impactul său în arhitectură și design. Aceste publicații și expoziții au contribuit la promovarea și înțelegerea continuă a contribuțiilor sale arhitecturale și la consolidarea prestigiului său.

În prezent, Josef Hoffmann este recunoscut ca unul dintre arhitecții de vârf ai Secesiunii Vieneze și ai mișcării moderne în design. Moștenirea sa continuă să fie promovată prin publicații, expoziții și studii critice, evidențiindu-i-se importanța în istoria arhitecturii și designului.

În Germania, stilul propagat de Viena a primit numele de Jugendstil, respectivul nume fiind preluat de la revista *Jugend* (1896-1940), care a fost o revistă culturală, de artă și care a avut un rol important în epocă pentru reprezentarea noului stil. Stilul Jugendstil, Art Nouveau-ul german, a fost o mișcare artistică și arhitecturală importantă în Germania la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea.

Revistele de artă și arhitectură au jucat un rol crucial în promovarea stilului Jugendstil. Publicații precum *Jugend* din Munchen, *Pan* din Berlin și *Ver Sacrum* din Viena au prezentat lucrările și ideile arhitecților, designerilor și artiștilor asociați cu mișcarea. Aceste reviste au avut un impact semnificativ în popularizarea stilului Jugendstil și în educarea publicului despre estetica și principiile acestuia.

Expozițiile și târgurile de artă au oferit o platformă importantă pentru prezentarea creațiilor în stilul Jugendstil. Expoziții precum Expoziția de artă din München din 1897 și Expoziția de Artă și Industrie din Dresda din 1906 au promovat lucrările arhitecților și designerilor Jugendstil și au ajutat la crearea unei imagini puternice a acestui stil în Germania.

Arhitecții și designerii Jugendstil s-au implicat activ în organizații și grupuri artistice precum Vereinigte Werkstätten für Kunst im Handwerk (Atelierele Unite pentru Artă în Meșteșug) și Deutscher Werkbund (Liga Muncii Germane). Aceste organizații au promovat calitatea și originalitatea

în design și au susținut utilizarea stilului Jugendstil în arhitectură, design de interior și arte decorative.

Arhitecții Jugendstil au obținut proiecte publice pentru clădiri importante și monumente, cum ar fi clădirile municipale, bănci și teatre. Aceste proiecte semnificative, realizate în stilul Jugendstil, au câștigat recunoaștere și au contribuit la popularitatea mișcării.

După perioada de vârf a stilului Jugendstil, moștenirea și impactul său au continuat să fie promovate prin expoziții retrospective, publicații și studii critice. Lucrările și realizările arhitecților și designerilor Jugendstil sunt în continuare studiate și apreciate pentru contribuția lor la istoria arhitecturii și designului.

Și in zilele noastre, stilul Jugendstil continuă să fie admirat și promovat prin intermediul muzeelor, expozițiilor și evenimentelor speciale dedicate acestuia, asigurându-i-se un loc important în patrimoniul arhitectural și artistic al Germaniei și, implicit, al Europei.

Expoziția internațională de la Torino (1902) a reprezentat momentul în care Italia a preluat noul stil sub numele de Stile Floreale sau Liberty, iar arhitectul Ernesto Basile este unul din reprezentanții săi de frunte.

Ar fi de văzut cum au fost promovați arhitecții din Italia, adepți ai Stile Floreale sau Liberty. Stilul floral, cunoscut și sub numele de Liberty sau Stile Floreale, a fost o mișcare artistică și arhitecturală importantă în Italia la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea. Promovarea arhitecților italieni care au adoptat acest stil s-a realizat prin diverse metode, expuse în continuare.

Expozițiile și târgurile de artă și design au reprezentat o platformă cheie pentru prezentarea lucrărilor arhitecților adepți ai stilului floral. Expoziții precum Esposizione Internazionale d'Arte Decorativa Moderna din Torino în 1902 și Esposizione Internazionale delle Arti Decorative din Roma în 1911 au reunit o varietate de creații artistice și arhitecturale în stilul floral, contribuind astfel la promovarea și aprecierea acestuia.

Revistele de artă și arhitectură au avut un rol important în popularizarea stilului floral și a arhitecților care l-au adoptat. Publicații precum *L'Art Nouveau* și *La Casa Bella* au prezentat în mod constant creațiile și proiectele arhitecților italieni care au creat în acest stil. Prin intermediul acestor reviste, lucrările arhitecturale în stil floral au fost diseminate și cunoscute la nivel național și internațional.

Arhitecții italieni adepți ai stilului floral au obținut proiecte și au construit clădiri publice și private. Acestea au inclus proiectarea de palate, vile, teatre, hoteluri și magazine, care au fost realizate în stilul floral.

Realizările acestor arhitecți, prin aceste proiecte, au contribuit la promovarea și popularizarea stilului în rândul publicului larg. De asemenea,

arhitecții italieni ai stilului floral au fost activi în organizații și asociații artistice și arhitecturale, precum Floreale și Liberty. Aceste asociații au organizat expoziții, conferințe și alte evenimente pentru a promova stilul și a facilita schimbul de idei între arhitecți și artiști.

Moștenirea și impactul arhitecților italieni ai stilului floral continuă să fie promovate prin intermediul muzeelor, expozițiilor retrospective și studiilor critice. Prin aceste mijloace, se păstrează și se evidențiază contribuțiile lor semnificative la evoluția arhitecturii și designului în Italia și în lume.

În prezent, există încă o apreciere și o promovare continuă a stilului floral și a arhitecților italieni care au activat în acest domeniu. Expozițiile tematice, publicațiile specializate și evenimentele culturale dedicate stilului contribuie la păstrarea și înțelegerea patrimoniului arhitectural și artistic al stilului floral în Italia și în întreaga lume.

O contribuție deosebită la promovarea stilului Floreale sau Liberty aparține arhitectului Ernesto Basile. După cum am spus deja, Ernesto Basile a fost un arhitect de seamă și un promotor important al stilului Liberty (cunoscut și sub numele de Stile Floreale) în Italia. Prin intermediul proiectelor sale și al implicării în mișcarea artistică, Ernesto Basile a contribuit semnificativ la promovarea și dezvoltarea acestui stil.

Ernesto Basile a creat o serie de clădiri remarcabile în stilul Liberty, care au devenit repere ale mișcării în Italia. Printre cele mai cunoscute se numără Palatul Montecitorio din Roma, care servește ca sediu al Camerei Deputaților, și Palatul Ajutorului din Palermo. Aceste clădiri prezintă caracteristicile specifice ale stilului Liberty, cum ar fi ornamente florale bogate, linii organice și detalii decorative rafinate. Ernesto Basile a pus accent pe utilizarea materialelor naturale și a detaliilor inspirate de natură în creațiile sale. Elementele florale, frunzișul, volutele și alte motive organice erau integrate în fațadele și decorațiile interioare ale clădirilor proiectate de el. Aceste aspecte au subliniat esența și identitatea stilului Liberty și au contribuit la promovarea sa.

Ernesto Basile a prezentat lucrările sale în stilul Liberty la numeroase expoziții și concursuri arhitecturale importante. Expozițiile și competițiile au oferit o platformă pentru expunerea și recunoașterea creațiilor sale în fața unui public larg și a altor arhitecți. Astfel, Ernesto Basile a contribuit la popularizarea stilului Liberty și la consolidarea prestigiului său. De asemenea, acesta a scris și a publicat articole despre arhitectură și stilul Liberty în reviste de specialitate. A fost unul dintre colaboratorii și promotorii revistei *Architettura*, unde și-a împărtășit ideile și conceptele legate de mișcarea Liberty. Prin intermediul publicațiilor sale, a contribuit la

diseminarea cunoștințelor despre stilul Liberty și la încurajarea altor arhitecți să exploreze și să adopte acest stil.

În plus, Ernesto Basile a fost profesor la Universitatea din Palermo și a avut o influență semnificativă asupra studenților săi în promovarea stilului Liberty. Activitatea sa didactică a contribuit la formarea unei noi generații de arhitecți interesați de stilul floral și a avut un impact durabil asupra dezvoltării și promovării acestuia. Astfel, Ernesto Basile a fost un promotor cheie al stilului Liberty în Italia prin intermediul proiectelor sale, prin participarea la expoziții, prin contribuțiile în reviste și prin influența sa educațională. Lucrările sale remarcabile și angajamentul său față de stilul Liberty au contribuit semnificativ la evoluția și recunoașterea acestui stil în Italia și în întreaga lume.

Rusia a fost, la rândul ei, atrasă de Art Nouveau. Vedem cum au promovat și înțeles arhitecții ruși acest nou stil. Aceștia au realizat clădiri în stilul Art Nouveau, precum case particulare, hoteluri, teatre și centre comerciale, la care au utilizat elemente florale, linii curbe și detalii elegante. Aceste proiecte au devenit exemple practice și vizuale ale stilului, atrăgând atenția publicului și a altor arhitecți. Au participat la expoziții și saloane de artă și arhitectură. Aceste evenimente au reprezentat platforme importante pentru promovarea stilului și pentru atragerea atenției asupra creativității și inovației arhitecturale în stilul Art Nouveau. Expozițiile și saloanele au adus în prim-plan operele arhitecturale ale rușilor, permițându-le acestora să se conecteze cu publicul și să prezinte viziunea lor.

Arhitecții ruși s-au implicat în mișcări artistice și culturale precum Mir Iskusstva (Lumea artei) și Asociația Art Nouveau. Aceste organizații au promovat și au susținut stilul Art Nouveau în Rusia și au oferit prilejul arhitecților ruși să-și expună lucrările și să interacționeze cu alte discipline artistice, cum ar fi pictura, sculptura și designul de mobilier. Astfel, stilul Art Nouveau a devenit parte integrantă a peisajului artistic și cultural rus.

Arhitecții ruși au contribuit la publicarea de articole și cărți despre stilul Art Nouveau. Ei și-au împărtășit cunoștințele și ideile lor în aceste publicații, educând astfel publicul și alți arhitecți referitor la noul stil. De asemenea, aceștia au fost activi în domeniul educației, au predat la universități și școli de arhitectură și, astfel, au transmis cunoștințele și principiile stilului Art Nouveau noilor generații de arhitecți, influențând dezvoltarea și promovarea stilului în viitor. Prin aceste contribuții, arhitecții ruși au contribuit la evoluția și înțelegerea acestui stil în contextul lor cultural specific.

Este foarte interesant și provocator Art Nouveau, dar arhitectura nu s-a oprit la acest stil. A mers mereu mai departe.

Protoraționalismul a însemnat conștientizarea arhitecturii de a fi în consens cu propria epocă. Conform arhitectului și profesorului Sorin Vasilescu, în opera citată, una dintre cele mai mari figuri ale protoraționalismului a fost Alfred Loos. Acesta s-a temut tot timpul de transformarea ideii de avangardă în mișcare academică, care ar fi dus la autoclasicizare. Alfred Loos a fost un arhitect austriac, cunoscut pentru contribuțiile sale la arhitectura modernă și la dezvoltarea conceptului de Raumplan.

Raumplan este un concept arhitectural dezvoltat de acest arhitect, care se referă la organizarea spațiului într-o clădire sau într-un interior. Termenul Raumplan este tradus din limba germană ca plan spațial. Principiul de bază al Raumplan-ului este organizarea spațiilor în înălțime și nu în plan, în contrast cu ideile arhitecturale tradiționale care se concentrau pe organizarea planului orizontal. Alfred Loos a considerat că înălțimea spațiului este un element esențial al arhitecturii și că utilizarea inteligentă a înălțimii poate crea efecte spațiale și experiențe arhitecturale unice. În cadrul conceptului de Raumplan, fiecare nivel al unei clădiri este tratat ca o entitate separată și are propriul său caracter și propria sa funcțiune. Spațiile sunt organizate în funcție de importanță și de utilizare, iar fiecare nivel este conceput astfel încât să ofere o experiență spațială distinctă. Aceasta implică adesea utilizarea unor soluții arhitecturale inovatoare, cum ar fi trepte, platforme, scări interioare sau chiar planuri de înălțime variabilă. Prin adoptarea Raumplan-ului, Alfred Loos a încercat să depășească limitele arhitecturii tradiționale și să creeze spații mai flexibile și mai funcționale. Acest concept a reprezentat o abordare revoluționară în arhitectură la momentul său și a avut o influență semnificativă asupra dezvoltării arhitecturii moderne. În zilele noastre, Alfred Loos este considerat unul dintre pionierii arhitecturii moderne și este adesea menționat în manualele de istoria arhitecturii și în discuțiile despre mișcarea modernistă. Lucrările sale continuă să inspire și să influențeze arhitecții contemporani, iar contribuția sa la arhitectură se păstrează ca unul dintre momentele semnificative ale evoluției disciplinei.

În timpul vieții sale, promovarea lui Alfred Loos a fost susținută de clienții și comanditarii săi, precum și de publicațiile și expunerile despre lucrările sale. Unul dintre primele sale proiecte notabile a fost Casa Steiner din Viena (1910), care a câștigat o atenție considerabilă pentru soluția sa revoluționară de organizare a spațiului, cunoscută sub numele de Raumplan. Acest proiect și alte lucrări ale sale, ulterioare, au fost publicate în reviste de specialitate și au atras atenția asupra lui Alfred Loos în comunitatea arhitecturală.

Pe lângă proiectele sale rezidențiale, Alfred Loos a proiectat și alte tipuri de clădiri, precum magazine, cafenele și bănci, și a colaborat cu diverși clienți importanți. Unul dintre clienții săi celebri a fost Tristan Tzara (1896-1963), de origine română, poet și fondator al mișcării artistice dadaiste, pentru care Alfred Loos a proiectat un magazin în Zürich, Elveția. Astfel de colaborări prestigioase au contribuit la promovarea și notorietatea lui Alfred Loos în cercurile artistice și intelectuale.

După moartea lui Alfred Loos în 1933, reputația și influența sa au continuat să crească. Lucrările sale au fost expuse în expoziții internaționale de arhitectură și au fost publicate în monografii și antologii despre arhitectura modernă. De-a lungul anilor, ideile sale despre funcționalitatea și estetica arhitecturii au rămas relevante, iar impactul său asupra arhitecturii moderne a fost recunoscut pe scară largă.

Un alt arhitect legat de protoraționalism este Auguste Perret, care s-a remarcat prin introducerea masivă a betonului armat în arhitectură, considerându-l o materie fluidă. Auguste Perret a fost un arhitect francez cunoscut pentru contribuțiile sale semnificative la dezvoltarea arhitecturii moderne și pentru utilizarea inovatoare a betonului armat. Promovarea sa și recunoașterea ulterioară au fost rezultatul unei combinații de factori, cum ar fi realizările sale arhitecturale remarcabile, colaborările de succes, implicarea în proiecte publice și impactul pe care l-a avut asupra comunității arhitecturale. Auguste Perret a fost cel care i-a atras atenția asupra betonului lui Le Corbusier.

El a fost unul dintre pionierii care au utilizat această tehnologie (betonul armat) în arhitectură și a fost recunoscut pentru inovațiile sale în designul structural. Proiecte precum Théâtre des Champs-Élysées din Paris (1913) și Église Notre-Dame du Raincy (1922) au atras atenția datorită utilizării ingenioase a betonului armat și a formelor geometrice curate. Aceste lucrări au reprezentat exemple importante ale arhitecturii moderne și au atras recunoașterea în rândul criticii de arhitectură și al colegilor. Colaborările cu alți artiști și arhitecți de marcă au fost, de asemenea, un factor important în promovarea sa. Auguste Perret a colaborat cu artiști precum pictorul Pierre Bonnard și sculptorul Antoine Bourdelle, realizând proiecte comune care au câștigat aprecierea în comunitatea artistică. Aceste colaborări au amplificat vizibilitatea și prestigiul lui Auguste Perret, iar rezultatele acestor proiecte au fost prezentate în expoziții și publicații de specialitate.

Implicarea lui Auguste Perret în proiecte publice și în reconstrucția orașului Le Havre, după al Doilea Război Mondial, au jucat, de asemenea, un rol semnificativ în promovarea sa. El a coordonat eforturile de reconstrucție și a proiectat numeroase clădiri publice și rezidențiale într-un stil modernist.

Rezultatele acestor eforturi au fost recunoscute pe scară largă și i-au adus o reputație importantă în Franța și în afara ei.

Ulterior, recunoașterea lui Auguste Perret a continuat să crească datorită premiilor și onorurilor primite în timpul vieții sale. El a fost distins cu numeroase premii, inclusiv medalia de aur a American Institute of Architects, în 1952. Lucrările sale și influența sa asupra arhitecturii moderne au fost apreciate și studiate în continuare, consolidându-i reputația și poziția în istoria arhitecturii.

În prezent, Auguste Perret este considerat unul dintre pionierii arhitecturii moderne și unul dintre cei mai importanți arhitecți francezi din secolul al XX-lea. Moștenirea sa arhitecturală și contribuția sa continuă să fie studiate și apreciate în lumea arhitecturii.

Un alt reprezentant important al protoraționalismului a fost Tony Garnier, care s-a remarcat prin faptul că și-a încadrat proiectele într-un spațiu urban definit. Promovarea acestuia este de urmărit. Tony Garnier a fost un arhitect și urbanist francez care a jucat un rol semnificativ în promovarea arhitecturii sale și în obținerea recunoașterii în industria arhitecturală. Iată câteva aspecte remarcabile care au contribuit la promovarea sa: Tony Garnier a realizat cercetări riguroase și a dezvoltat concepte și idei inovatoare în domeniul urbanismului și al arhitecturii. El a creat un proiect de oraș ideal intitulat Cité Industrielle, care a fost publicat în 1917. Această lucrare de referință i-a adus notorietate și a atras atenția asupra viziunii sale revoluționare privind planificarea urbană și dezvoltarea comunităților.

Tony Garnier a participat la diverse expoziții și evenimente arhitecturale importante, precum Expoziția Internațională din Lyon din 1914 și Expoziția Internațională de Artă Decorativă din Paris din 1925. Prin expunerea proiectelor sale și susținerea de prelegeri, el a avut ocazia să-și prezinte ideile și să împărtășească viziunea sa cu un public larg, ceea ce i-a adus o recunoaștere considerabilă. Tony Garnier a avut contacte extinse în industria arhitecturală și a colaborat cu alți arhitecți și urbaniști influenți ai vremii. A lucrat împreună cu Le Corbusier și a fost influențat de ideile și teoriile acestuia. Aceste colaborări și conexiuni l-au promovat în rândul cercurilor profesionale și i-au adus vizibilitate în mediul său de lucru.

Tony Garnier a fost profesor la Școala de Arte Frumoase din Lyon și la Școala Națională Superioară de Arte Frumoase din Paris. Activitatea sa didactică și contribuțiile sale la învățământul arhitectural i-au adus recunoaștere în domeniu și au făcut ca ideile și conceptele sale să fie transmise generațiilor viitoare de arhitecți. Tony Garnier a proiectat și a construit diverse clădiri și ansambluri urbane, cum ar fi Spitalul Édouard Herriot din Lyon și Cité Industrielle din Lyon. Aceste lucrări practice au reprezentat exemple tangibile ale viziunii și abilităților sale arhitecturale și au

contribuit la consolidarea reputației și promovarea sa în industria arhitecturală.

Prin intermediul acestor factori și prin inovațiile sale în domeniul urbanismului și al arhitecturii, Tony Garnier a reușit să-și promoveze propria arhitectură și să fie recunoscut și apreciat în rândul colegilor arhitecți, comunității arhitecturale și a publicului larg. Contribuțiile sale continuă să fie studiate și apreciate în prezent.

Un alt reprezentant al protoraționalismului este Hendrik Petrus Berlage, un arhitect novator, care s-a eliberat de decorativ și și-a dorit să ajungă la esența arhitecturii. Va fi reușit el să-și convingă contemporanii și succesorii? Este de văzut.

Hendrik Petrus Berlage a fost un arhitect neerlandez care a activat în perioada de tranziție de la sfârșitul secolului al XIX-lea până la începutul secolului al XX-lea. Promovarea lui Hendrik Berlage în epoca sa și ulterior a fost rezultatul lucrărilor sale inovatoare, influenței pe care a avut-o asupra arhitecturii și urbanismului, precum și angajamentului său în comunitatea arhitecturală.

Hendrik Petrus Berlage a realizat o serie de proiecte semnificative, care au atras atenția. Printre cele mai cunoscute lucrări ale sale se numără Beurs van Berlage (Bursa din Amsterdam), care a fost o combinație nouă între arhitectură și artă decorativă, pe care n-o aprecia în mod consistent. Aceasta a fost o realizare remarcabilă care a câștigat atenția și aprecierea contemporanilor săi. De asemenea, a fost unul dintre pionierii arhitecturii moderne și a introdus un stil nou, caracterizat prin simplitate, utilizarea materialelor naturale și accentul pe funcționalitate. El a dezvoltat un limbaj arhitectural distinct, cu forme geometrice și proporții bine definite. Această abordare și stilul său caracteristic au adus recunoaștere și promovare în rândul contemporanilor săi și au avut un impact semnificativ asupra evoluției arhitecturii.

Hendrik Petrus Berlage și-a promovat ideile și viziunea prin intermediul manifestelor și scrierilor sale. Lucrările sale teoretice, cum ar fi *Thoughts on Style și The Theory of Constructive Art*, au influențat dezvoltarea arhitecturii și urbanismului. Prin aceste manifeste și scrieri, el și-a expus punctele de vedere asupra arhitecturii și a atras atenția asupra conceptelor sale, ceea ce i-a adus recunoaștere și promovare în cercurile arhitecturale. Hendrik Petrus Berlage a fost implicat în diverse organizații și asociații profesionale, iar angajamentul său în comunitatea arhitecturală a contribuit la promovarea sa. A fost unul dintre membrii fondatori ai grupului De Stijl, care a avut o influență semnificativă asupra artei și arhitecturii moderne. De asemenea, a fost profesor la Școala Tehnică Superioară din Delft, unde și-a

împărtășit cunoștințele și experiența cu viitorii arhitecți, influențând astfel generațiile ulterioare.

Munca și contribuțiile lui Hendrik Petrus Berlage au avut un impact durabil și au influențat dezvoltarea arhitecturii și urbanismului. Ideile și conceptele sale au fost studiate și apreciate de-a lungul timpului, și astfel, el a fost promovat și recunoscut ca unul dintre cei mai importanți arhitecți ai epocii sale și ai mișcării moderne. În zilele noastre, moștenirea lui Hendrik Petrus Berlage este apreciată în continuare, iar lucrările sale sunt considerate monumente ale arhitecturii și sunt adesea studiate și expuse în expoziții și muzee. Reputația și impactul său asupra arhitecturii moderne continuă să fie recunoscute și apreciate.

Protoraționalismul a fost urmat de futurism. În arhitectură, futurismul a fost un curent artistic și cultural care a avut loc în perioada modernistă, în special în Italia, în jurul anilor 1910. A fost inițiat de poetul și teoreticianul italian Filippo Tommaso Marinetti, care a scris *Manifestul Futurismului* în 1909. Futuriștii au căutat să exprime simboluri ale vitezei, tehnologiei și progresului în arhitectură. Ei au respins stilurile tradiționale și au căutat să creeze o estetică nouă, adaptată epocii industriale și a mașinilor. Sunt mai multe caracteristici speciale ale futurismului, pe care le prezint succint în continuare. Arhitecții futuriști au căutat să exprime mișcarea și dinamismul în designul clădirilor lor. Au folosit linii curbate, ascuțite și înclinate, care sugerau mișcare și energie. Formele geometrice dinamice au fost preferate, cu accent pe diagonale și intersecții.

Futuriștii au fost interesați de materialele noi și moderne, precum betonul armat, sticla și oțelul. Aceste materiale au fost utilizate pentru a crea structuri îndrăznețe și inovatoare. Arhitecții futuriști au fost fascinați de tehnologie și au încorporat elemente tehnologice în designul clădirilor. Au avut o preocupare specială pentru iluminare, electricitate și alte inovații tehnologice ale vremii. Au promovat ideea că arhitectura trebuie să fie funcțională și adaptabilă la nevoile în schimbare ale societății moderne. Au avut tendința de a evita ornamentația inutilă și au susținut că formele ar trebui să fie determinate de funcție și utilitate. Unii futuriști au propus idei utopice și vizionare în arhitectură, cum ar fi orașele suspendate, clădirile în formă de avioane sau nave spațiale sau chiar orașe subacvatice.

Arhitectura futuristă a influențat dezvoltarea ulterioară a stilurilor moderne, cum ar fi modernismul și funcționalismul. Deși nu a existat o realizare masivă în domeniul arhitecturii futuriste, principiile și ideile sale au avut un impact semnificativ asupra gândirii arhitecturale și au contribuit la promovarea unei viziuni progresiste în acest domeniu. Arhitectul italian Antonio Sant'Elia a scris, în anul 1914, *Manifestul arhitecturii futuriste*, în care a prezentat principiile și ideile de bază ale acestei noi mișcări. Manifestul

a fost publicat în ziarul italian *Lacerba* (nr. 9 din 1 august 1914) și a contribuit la definirea și promovarea arhitecturii futuriste în Italia și în străinătate. Arhitectura futuristă a fost prezentată în expoziții și evenimente importante din acea perioadă. De exemplu, Expoziția Universală de la Paris din 1937 a inclus pavilioane care au prezentat arhitectură futuristă. Astfel de expoziții au oferit o platformă de promovare și au atras atenția asupra ideilor și inovațiilor arhitecturii futuriste.

Revistele și publicațiile de arhitectură au jucat un rol important în promovarea arhitecturii futuriste. Acestea au prezentat proiecte și idei futuriste, au publicat articole și interviuri cu arhitecți și au contribuit la diseminarea conceptelor și ideilor arhitecturii futuriste către publicul larg. Arhitecții și artiștii futuriști s-au implicat în diverse colaborări și asociații pentru a-și promova lucrările și ideile. De exemplu, grupul italian Gruppo 7 a fost format în anii '20 și a promovat arhitectura futuristă prin intermediul expozițiilor și publicațiilor lor.

Arhitectura futuristă a fost promovată și prin intermediul proiectelor. Astfel, arhitecții futuriști au conceput și construit clădiri care reflectau principiile lor, precum Casa del Fascio din Italia, proiectată de arhitectul Giuseppe Terragni. Aceste realizări practice au contribuit la validarea și promovarea ideilor arhitecturii futuriste. Este important de menționat că arhitectura futuristă a avut o influență semnificativă în perioada în care a apărut, dar nu a devenit un curent dominant pe termen lung în arhitectură. Cu toate acestea, principiile și ideile sale au influențat în continuare arhitectura modernă și contemporană.

O mișcare de remarcat, urmare a revoluției din octombrie 1917, o reprezintă avangarda rusă. Estetica devine una cu revoluția, avangarda încercând purificarea orașului, care urma să devină un spațiu de sărbătoare colectivă. În acest context, arhitectura a urmat, la rândul ei, calea avangardistă, cu scopul creării noii lumi rezultate în urma revoluției. Astfel, avangarda rusă în arhitectură, mișcare artistică și arhitecturală, a avut loc în Rusia în perioada cuprinsă între anii 1910 și 1930. Acesta a fost un timp de efervescență creativă în care arhitecții ruși au căutat să creeze o arhitectură modernă și radicală care să reflecte noile idei și aspirații ale societății ruse în acel moment. Prezint, în continuare, câteva dintre curentele și figurile importante ale avangardei ruse în arhitectură.

Suprematismul a fost un curent artistic și arhitectural dezvoltat de artistul rus Kazimir Malevich. În arhitectură, acesta a implicat utilizarea formelor geometrice simple, cum ar fi pătrate și cercuri, iar accentul se punea pe abstract și simplitate. Un exemplu emblematic al aplicării principiilor suprematiste în arhitectură este lucrarea lui El Lissitzky, Wolkenbügel (zgârie-nori), o clădire care a rămas doar la stadiul de proiect.

Constructivismul a fost un curent artistic și arhitectural care a promovat utilitarismul, funcționalitatea și ideea că arta și arhitectura ar trebui doar să servească societatea. Arhitecți precum Vladimir Tatlin și Alexander Vesnin au fost figuri importante din acest curent și au creat proiecte precum Turnul lui Tatlin, o structură înaltă propusă ca un simbol al noii societăți socialiste.

Arhitectul rus Moisei Ghinsburg și grupul său de arhitecți au propus conceptul de arhitectură supremă (arhitectură de tip funcționalist), care a promovat o abordare pragmatică, bazată pe funcționalitate și tehnologie. Lucrarea lor emblematică este Narkomfin (1929), un complex rezidențial din Moscova care a fost conceput ca un experiment social și arhitectural.

Arhitectul rus Constantin Melnikov a dezvoltat un stil distinctiv numit arhitectura organică, care a combinat forme geometrice cu elemente naturale și organice. Exemple notabile ale lucrărilor sale includ Casa Melnikov și Pavilionul sovietic de la Expoziția Internațională de la Barcelona din 1929.

Acestea sunt doar câteva exemple de curente și figuri importante ale avangardei ruse în arhitectură. Mișcarea a fost caracterizată de o diversitate mare de abordări și experimente, iar contribuția avangardei ruse în arhitectură a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării arhitecturii moderne și contemporane la nivel global.

Avangarda rusă a fost prezentată în expoziții de artă și arhitectură care au avut loc în Rusia și în străinătate. Printre cele mai importante evenimente se numără Expoziția din Moscova din 1921, Expoziția de Artă Constructivistă din 1922 și Expoziția de Arte Aplicate și Industriale din 1925. Aceste expoziții au prezentat lucrările arhitecților și artiștilor avangardiști și au contribuit la răspândirea ideilor și stilurilor lor în rândul publicului larg.

Revistele și publicațiile de artă și arhitectură au fost un mijloc important de promovare a avangardei ruse. Reviste precum *LEF* (*Levy Front Iskusstv*) și *Sovremennaya Arkhitektura* (*Arhitectura Modernă*) au publicat articole, manifeste și imagini ale lucrărilor avangardiștilor, ajutând la diseminarea ideilor lor și la crearea unui dialog critic în jurul acestora. Avangarda rusă a fost însoțită de numeroase manifeste și texte teoretice care au explicat principiile și ideile mișcării. Aceste manifeste au fost publicate în reviste sau au fost distribuite independent, și au avut un impact semnificativ în promovarea avangardei ruse și în atragerea atenției asupra ei.

Arhitecții și artiștii avangardiști s-au implicat în diverse colaborări și asociații, care au acționat ca platforme pentru promovarea și dezvoltarea mișcării. De exemplu, grupurile Supremus și Obmokhu au fost două asociații importante care au promovat ideile și lucrările avangardiștilor în Rusia. Arhitecții avangardiști au încercat să pună în practică ideile lor prin proiecte

și construcții. Deși multe dintre aceste proiecte nu au fost realizate în timpul existenței mișcării, ele au fost expuse în expoziții și publicate în reviste, ajutând la promovarea și răspândirea ideilor acesteia. Este important de menționat că avangarda rusă a fost suprimată și marginalizată în perioada sovietică ulterioară, iar multe dintre lucrările și proiectele sale au fost distruse sau neglijate. Cu toate acestea, impactul și influența avangardei ruse în arhitectură și artă continuă să fie recunoscute și studiate în prezent.

O altă mișcare, concomitentă sau ușor ulterioară avangardei ruse a fost De Stijl, o mișcare artistică și arhitecturală olandeză care a luat naștere în 1917 și a durat până în anii 1930. Această mișcare a avut un impact semnificativ în lumea artei, designului și arhitecturii. Pentru a promova De Stijl ca mișcare, membrii acesteia, în timpul vieții lor, au folosit o varietate de mijloace și strategii. Iată câteva moduri prin care aceștia au reușit să-și promoveze ideile:

În 1917, arhitectul Theo van Doesburg a fondat revista *De Stijl*, care a devenit principalul organ de comunicare al mișcării. Revista a publicat articole, poezii și lucrări vizuale ale membrilor De Stijl și a promovat principiile și estetica mișcării. Acest mijloc de comunicare a fost esențial pentru răspândirea ideilor și conceptelor De Stijl.

Membrii De Stijl au organizat expoziții și manifestări artistice pentru a-și prezenta lucrările și ideile publicului. Aceste evenimente au atras atenția asupra mișcării și au contribuit la popularizarea acesteia în rândul artiștilor și a publicului larg. De asemenea, membrii De Stijl au aplicat principiile mișcării în proiectele lor de arhitectură și design. Lucrările lor, precum casele Rietveld sau mobila lui Gerrit Rietveld, au devenit reprezentative pentru estetica De Stijl. Prin intermediul acestor creații practice, mișcarea a influențat domenii precum arhitectura, designul interior și designul de mobilier. Membrii De Stijl au fost implicați într-o rețea extinsă de corespondență și colaborare cu alți artiști și arhitecți din Europa și Statele Unite. Aceste interacțiuni au contribuit la circulația ideilor și la răspândirea mișcării De Stijl în afara Olandei.

Ulterior, influența De Stijl s-a răspândit în întreaga lume prin intermediul publicațiilor, expozițiilor și a studiului academiei de artă. Mișcarea a influențat arhitectura, designul, arta abstractă și chiar moda. Lucrările și principiile De Stijl continuă să fie studiate și apreciate și în prezent, reprezentând unul dintre cele mai importante curente artistice ale secolului al XX-lea.

Expresionismul, curentul ce apare natural după cele menționate, este un curent omniprezent în opera multor arhitecți, apare și dispare, ca un meteorit, de aceea recunosc că, pe mine personal, nu m-a impresionat în mod semnificativ. Chiar și cuvântul a impresiona, în context cu expresionismul,

pare cumva desuet. Cu toate cele spuse, trebuie să recunosc că „expresionismul își pune în mod direct problema comunicației, deci a raportului concret cu societatea" (Vasilescu, 1989, 391). Din acest punct de vedere, expresionismul devine interesant.

Ideologic, expresionismul își trage rădăcinile din problemele existențiale formulate de Friedrich Neitzsche și Henri Bergson. Existența înseamnă conștiință, iar conștiința e chiar viața, aceasta ar fi esența filosofiei celor doi. În mod evident, expresionismul este opus impresionismului, iar din punct de vedere arhitectural, este legat cumva de Jugendstil. Nu pot spune că arhitecții expresioniști nu au fost creativi. Din rândul acestora, s-au desprins chiar mari personalități ale arhitecturii moderne. Fantezia și inventivitatea a fost caracteristica lor esențială. S-a manifestat mai mult în Germania și America, reprezentând o stare de spirit, filosofică, și mai puțin un curent.

În perioada sa, respectiv sfârșitul secolului al XIX-lea, începutul și mijlocul secolului al XX-lea, expresionismul în arhitectură a fost promovat prin intermediul unor mișcări artistice și arhitecturale mai mari, cum ar fi Die Brücke (Podul) și Der Blaue Reiter (Călărețul albastru), în Germania. Arhitecții și artiștii care au adoptat stilul expresionist au creat proiecte care să reflecteze emoții puternice, sărbătorind individualitatea și evitând tradiționalismul arhitectural.

În perioada expresionismului, expozițiile de artă și arhitectură au jucat un rol important în promovarea noului stil. Expoziții precum Die Gläserne Kette (Lanțul de sticlă) au prezentat idei și proiecte expresioniste în domeniul arhitecturii, aducând în prim-plan lucrările semnificative ale arhitecților și ale artiștilor din acea vreme.

Publicațiile de arhitectură și revistele dedicate mișcării au oferit platforme pentru a împărtăși idei, proiecte și viziuni, conectând comunitatea arhitecturală și contribuind la promovarea stilului.

Construcția unor clădiri și ansambluri arhitecturale impresionante, caracterizate prin utilizarea formelor organice, a materialelor inovatoare și a conceptelor experimentale, a contribuit la popularitatea expresionismului în arhitectură. Unele dintre cele mai notabile exemple sunt Turnul Einstein din Potsdam (proiectat de arhitectul Erich Mendelsohn), Casa Einstein din Capri (proiectată de arhitectul Günther Behnisch) și Clădirea Asigurărilor Continentale din Berlin (proiectată de arhitectul Hans Poelzig).

Deși mișcarea expresionistă în arhitectură a avut un declin în perioada interbelică și a fost înlocuită de alte stiluri, influențele sale pot fi observate în unele creații arhitecturale contemporane. Unii arhitecți contemporani au reînviat principiile expresionismului, adaptându-le la tehnologia și nevoile actuale. De asemenea, mulți studenți și profesioniști din domeniul arhitecturii continuă să studieze și să se inspire din mișcarea

expresionistă. În prezent, promovarea expresionismului în arhitectură se face prin expoziții dedicate mișcării, publicații specializate, proiecte de restaurare și conservare ale clădirilor expresioniste istorice și prin aprecierea și recunoașterea valorii și impactului acestei mișcări în istoria arhitecturii.

Au existat însă și reviste, publicații dedicate promovării și publicității expresionismului, precum:

Frühlicht (*Lumină de dimineață*), o revistă fondată în 1919 de arhitectul Bruno Taut, care a avut o influență semnificativă asupra promovării expresionismului în arhitectură, a prezentat concepte inovatoare și proiecte ale arhitecților expresioniști și a dezbătut subiecte relevante din domeniul arhitecturii și urbanismului.

Die Gläserne Kette (*Lanțul de sticlă*) a oferit un cadru în care a avut loc un schimb de scrisori și ilustrații între arhitecți și artiști expresioniști în anii 1919-1920. Aceste schimburi au fost publicate într-o ediție specială a revistei *Der Sturm* și au contribuit la promovarea ideilor expresioniste în arhitectură și la definirea unei viziuni specifice asupra arhitecturii viitorului. *Der Sturm* este o revistă care a fost un important centru de expunere și promovare a artei și a culturii avangardiste din Germania, fiind fondată în 1910 de către artistul Herwarth Walden și unde a publicat numeroase articole și imagini referitoare la arhitectura expresionistă și influențele sale.

Wasmuths Monats hefte für Baukunst este una dintre cele mai prestigioase reviste de arhitectură din Germania în prima jumătate a secolului al XX-lea care a prezentat proiecte ale arhitecților expresioniști și a contribuit la popularizarea stilului în comunitatea arhitecturală internațională.

Das Neue Frankfurt este o revistă care și-a concentrat atenția asupra arhitecturii și urbanismului modern, inclusiv a stilului expresionist, editată de arhitectul Ernst May și s-a concentrat pe promovarea inovației în domeniul arhitecturii și planificării urbane.

Aceste publicații au jucat un rol esențial în promovarea expresionismului în arhitectură și în prezentarea publicului a proiectelor și ideilor inovatoare ale arhitecților respectivi. Ele au contribuit la definirea unui stil arhitectural puternic și au influențat evoluția arhitecturii timpului lor și chiar a arhitecturii contemporane.

După Primul Război Mondial, un nou curent își face loc în arhitectură și nu numai: Art Déco. Deși inițial s-a considerat că este desprins din Art Nouveau, mai exact din Secesiunea vieneză, acest nou stil a reușit să-și impună propriile caracteristici.

„Art Nouveau-ul califică în mod personal relația dintre structură și ornament, făcându-le să se sublimeze reciproc, pentru a da un nou produs artistico-arhitectural, un nou obiect, care era investit, în spirit modern, cu distincte virtuţi estetico-sociale. Pentru Art Déco obiectul, indiferent de scară,

devine scop în sine, el trebuind să posede trei principale calităţi: frumuseţe, rafinament şi diversitate" (Vasilescu, 1989, 429).

Dacă pot spune așa, certificatul de naștere a Art Déco a fost semnat cu prilejul expoziției de la Paris din anul 1925, denumită Exposition Internationale des Arts Décoratifs. Pavilioanele acestei expoziții, îndelung amânată, au reprezentat un model de inovație și originalitate. De altfel, se specificase că nu se acceptă copii sau variante de vechi stiluri. Totul trebuia să exprime o viziune modernistă, să aducă un suflu nou. Spre exemplu, Auguste Perret, despre care am amintit anterior ca fiind susținătorul necondiționat al betonului armat, apare ca promotor atât al stilului Art Nouveau, cât și al stilului Art Déco. Însuși Le Corbusier, care a lucrat în atelierul lui Auguste Perret, îl considera un reper al epocii moderne.

Arhitectul Robert Mallet-Stevens a fost un reprezentant de seamă al stilului Art Déco, îmbinând în mod armonios volumele cu decorația și considerând casa un bloc sculptat prin arhitectură.

Italia a conferit o altă dimensiune Art Déco-ului, concepția sa estetică fiind mult influențată de futurism. Statele Unite însă, prin pragmatismul lor, au fost expresia deplină a noului stil Art Déco, considerându-l cea mai puternică modalitate de afirmare a modernismului. Magazinele, clădirile publice, teatrele, bibliotecile, școlile și, nu în ultimul rând, zgârie-norii au fost beneficiarii stilului Art Déco. În Statele Unite, acest stil s-a impus ca urmaș al vechii Școli de la Chicago, deși clădirile reprezentative s-au înălțat în New York. Menționez câteva edificii în stil Art Déco: sediul New York Telephone Company din Manhattan (1923), sediul Stewart & Company din Manhattan (1929), Chrysler Building din New York (1928-1930), acesta fiind realizat de arhitectul William van Allen și fiind cea mai reprezentativă clădire pentru noul stil și, pentru un timp scurt, cea mai înaltă clădire din lume.

Începând însă cu anul 1929, Empire State Building din New York (realizată de arhitectul William F. Lamb) devine cea mai înaltă clădire din lume. Devine din ce în ce mai clar. Cantitatea este deviza construcțiilor americane. O altă clădire reprezentativă este Rockfeller Center din New York (1932-1939), de fapt un complex de zgârie-nori, un concept novator atât din punct de vedere tehnic, cât și vizual, realizat de mai mulți arhitecți, în cel mai autentic stil modernist. Edificii în stil modernist apar în mai multe orașe din Statele Unite, exprimând varianta americană a stilului Art Déco, o largă preocupare pentru urbanism, precum și apropierea rapidă spre societatea de consum, sub toate formele ei. Se poate spune că multe dintre clădirile în stil Art Déco, mai ales cele americane, prin măreția lor, nu mai au nevoie de publicitate sau promovare. A fost totuși promovat stilul Art Déco? Merită cercetat.

Stilul Art Déco a fost promovat în Europa și Statele Unite în perioada anilor 1920-1930, o epocă de prosperitate și optimism pentru umanitate. În Statele Unite, această perioadă a fost cunoscută sub numele de Epoca Jazzului, iar în Europa s-au numit Anii nebuni. Promovarea acestui stil a fost influențată de expozițiile universale, precum expoziția de la Paris din anul 1925, menționată deja.

Aceste expoziții au prezentat creații și inovații din domeniul artei, designului și industriei, în special în ceea ce privește obiectele decorative, mobilierul, arhitectura și vestimentația. Industria filmului, în special cea de la Hollywood, a avut un impact semnificativ în promovarea stilului Art Déco, prin folosirea sa în decorațiuni și scenografie. Filmele precum Metropolis (1927) și Sunetul muzicii (1965) au prezentat elemente distinctive ale stilului Art Déco, care au devenit apoi populare și pe scară largă. Designerii de modă precum Coco Chanel și Erté au promovat stilul Art Déco în creațiile lor, integrând motivele geometrice și liniile curbe în designul vestimentar și în bijuterii.

Arhitecții și designerii precum Le Corbusier, Eileen Gray și Raymond Hood (proiectantul Rockfeller Center) au promovat stilul Art Déco, prin crearea unor clădiri și interioare cu linii geometrice, decorațiuni bogate și materiale moderne. Stilul Art Déco a fost adesea utilizat pentru proiectarea clădirilor de divertisment, cum ar fi teatre, cinematografe și cazinouri. Aceste structuri spectaculoase au atras atenția publicului și au contribuit la popularizarea stilului. Expozițiile de artă moderne și galeriile au contribuit, de asemenea, la popularizarea stilului Art Déco, oferind artiștilor o platformă pentru a-și expune lucrările inspirate de acest stil. Revistele de modă, design și arhitectură au jucat un rol important în promovarea stilului Art Déco, prezentând case de modă, creații artistice și proiecte arhitecturale inspirate de acesta. În mod special, în revistele și cărțile de arhitectură, precum și în publicații de specialitate, au fost publicate, pe scară largă, imagini și articole despre clădiri Art Déco, ceea ce a condus la o mai mare conștientizare și apreciere a acestui stil. Art Déco a fost considerat reprezentativ pentru modernitate și progres, fiind adesea asociat cu inovații tehnologice și culturale ale timpului. Această asociere cu modernitatea a contribuit la popularitatea și promovarea sa.

Prin urmare, prin intermediul unor proiecte remarcabile, expoziții de prestigiu, publicații influente și promovare în arhitectura emblematică și în clădirile de divertisment, stilul Art Déco și-a găsit un loc distinct în istoria arhitecturii și designului și a devenit un stil iconic al perioadei interbelice.

În general, stilul Art Déco a fost privit ca o reacție la stilurile artistice mai tradiționale și a adus o estetică modernă și vibrantă care a răsunat în perioada interbelică. Deși popularitatea sa a scăzut în anii '40 - '50, interesul

pentru stilul Art Déco a cunoscut o renaștere în anii '60 -'70, prin reevaluarea și aprecierea sa ca un stil important și influent în istoria artei, arhitecturii și designului.

După cum am precizat, în perioada anilor 1920 și 1930, stilul Art Déco a fost prezentat și promovat în numeroase reviste și publicații de arhitectură din Europa și Statele Unite. Iată câteva dintre cele mai importante: *L'Architecture Vivante*, o revistă franceză prestigioasă, fondată de arhitectul Le Corbusier, care a avut o mare influență în promovarea stilului modernist, inclusiv a Art Déco. *Wendingen* este o revistă artistică din Olanda, publicată în perioada 1918-1932, care a promovat arhitectura și artele decorative, inclusiv stilul Art Déco.

Architectural Record este o publicație americană importantă pentru arhitectură, care a reflectat și a promovat diferite stiluri, inclusiv Art Déco. Totodată, revista franceză *L'Architecture d'Aujourd'hui*, fondată în 1930 de către arhitectul și sculptorul francez André Bloc, în complicitate cu Le Corbusier și care apare și în zilele noastre, a prezentat și discutat diverse curente, inclusiv Art Déco. În Marea Britanie, revista *The Studio* a acoperit și promovat stilul Art Déco în arhitectură și alte domenii artistice. *Das Neue Frankfurt* este o publicație germană care a prezentat și promovat idei și proiecte Art Déco în Germania și în afara ei.

Aceste reviste și publicații au diseminat ideile și proiectele arhitecturale legate de stilul Art Déco și au contribuit la popularitatea și influența sa în acea perioadă.

Călătoria mea prin arhitectură și promovarea ei au ajuns la școala de la Bauhaus. În condițiile celui de-al Doilea Război Mondial, părea greu de crezut așa ceva, că va fi o nouă revoluție în arhitectură. Dar iată că acest lucru s-a întâmplat. Începută ca o școală de arte și meserii, s-a dezvoltat ca o adevărată școală de arhitectură. Cum spune arhitectul și profesorul Sorin Vasilescu „caracterul particular şi original al acestei mişcări, a acestei forme a raţionalismului, constă în faptul că prin fuzionarea elementelor de tehnică artistică cu elementele de tehnică industrială s-a căutat să se ajungă la o producţie în serie, care să satisfacă din punct de vedere economico-social şi estetic cât mai multe cerinţe” (Vasilescu, 1989, 472). Arhitectul Walter Gropius este fondatorul și teoreticianul acestei mișcări. Școala a avut trei momente importante: între 1919 și 1925 a funcționat în Weimer, pe atunci considerat al lui Goethe, apoi la Dessau, într-un sediu al lui Walter Gropius, apoi s-a mutat la Berlin, iar în 1933 a fost închisă. Problemele politice care au determinat închiderea școlii nu fac obiectul acestei cărți. Mă interesează modul în care această școală a influențat arhitectura și promovarea acesteia.

Prin urmare, Bauhaus a fost o școală de design, artă și arhitectură fondată în Germania în anul 1919 și a avut o influență semnificativă în lumea

artei și designului, în timpul existenței sale, continuând să fie o sursă de inspirație în prezent.

Promovarea inițială a Bauhaus-ului în vremea sa a fost în mare parte realizată de către membrii fondatori și profesori de la școală, care au înțeles importanța conceptului lor inovator și l-au susținut activ. Bauhaus a fost creată de arhitectul german Walter Gropius, iar filosofia sa a fost centrată pe unificarea artelor, designului și arhitecturii, cu scopul de a crea lucruri funcționale și estetice într-o lume industrială modernă. Școala a promovat concepte precum funcționalitatea, minimalismul, formele geometrice și utilizarea materialelor moderne, precum oțelul, sticla și betonul. Bauhaus a dezvoltat un stil distinct, care a avut o mare influență asupra designului industrial și al arhitecturii din secolul al XX-lea.

În vremea sa, Bauhaus a atras atenția prin expoziții și prezentări publice, dar și prin colaborarea cu industria, pentru a-și implementa conceptele în produsele de uz comun. Deși școala a avut susținători entuziaști, a întâmpinat și critici din partea unor cercuri conservatoare, care considerau că Bauhaus subminează tradițiile artistice și arhitecturale.

În 1933, Bauhaus a fost închisă sub presiunea regimului nazist, deoarece era considerată de către aceștia ca fiind degenerată și asociată cu curente artistice pe care regimul le condamna. În ciuda închiderii, mulți dintre foștii săi membri și profesori au emigrat și au răspândit ideile Bauhaus-ului în întreaga lume, în special în Statele Unite, unde au contribuit la dezvoltarea designului modern.

În prezent, moștenirea Bauhaus-ului continuă să influențeze designul, arhitectura și arta. Conceptele precum funcționalitatea, minimalismul și utilizarea materialelor moderne sunt încă relevante în multe domenii, iar operele și ideile Bauhaus-ului sunt studiate și apreciate în școli și universități din întreaga lume. Expoziții, cărți și evenimente dedicate Bauhaus-ului contribuie, de asemenea, la menținerea vie a impactului său cultural. În plus, multe dintre clădirile construite în stilul Bauhaus-ului încă există și sunt protejate ca situri de patrimoniu, fiind văzute ca repere importante ale arhitecturii moderne.

Bauhaus a fost susținut și promovat în special de către membrii fondatori, profesori și studenți implicați în școală, dar și de alte persoane și publicații din lumea artistică și arhitecturală a vremii. Iată câteva dintre revistele și publicațiile relevante care au susținut și au promovat această mișcare: *Bauhaus*, revista oficială a școlii Bauhaus, care a fost fondată de Walter Gropius și a fost publicată în perioada existenței școlii (1919-1933). Această revistă a prezentat proiecte, idei și experimente realizate de studenți și profesori, reflectând spiritul și filosofia școlii. Revista germană de arhitectură și design *Die Form* a susținut și a prezentat proiecte și idei ale

Bauhaus-ului, contribuind la răspândirea influenței Bauhaus-ului în afara Germaniei Alte exemple reprezentative pentru promovarea contribuțiilor și inovațiilor școlii Bauhaus sunt *Bauhaus-Zeitschrift* și *Bauhaus Journal*.

Aceste publicații au jucat un rol important în promovarea și răspândirea ideilor Bauhaus-ului în lumea artistică și arhitecturală a timpului lor și au contribuit la influența durabilă pe care Bauhaus o are în prezent.

Nu în ultimul rând, prezint în continuare unii dintre cei mai mari arhitecți ai secolului al XX-lea. Operele lor sunt de netăgăduit, dar abordarea mea este legată de modul în care aceștia s-au promovat și au fost promovați.

Câteva cuvinte trebuie spuse. Dintre multele lucruri afirmate despre Le Corbusier, eu am remarcat că acesta a fost „cel mai enigmatic dintre interpreții principali ai aventurii arhitecturii moderne" (Vasilescu, 1989, 495). Așa enigmatic și singuratic cum a fost, Le Corbusier a știut să se pună în valoare. Nu este cazul să vorbesc eu despre Le Corbusier. Opera sa vorbește de la sine. Deși nu a avut o pregătire universitară dintre cele mai solide, realizările sale devin marcante în epocă și nu numai. De la vilele construite, la ansambluri sau, cum ar fi Pavilionul elvețian de la Cité Universitaire din Paris (1930- 1932), totul reprezintă o concepție revoluționară, nemaiîntâlnită până în acel moment. Le Corbusier a cochetat și cu expresionismul, și cu Bauhaus, dar și-a păstrat expresia sa proprie, originală, de manifestare. Modul său de expresie a fost adesea la un nivel spiritual, transcendent, ce trecea dincolo de realitățile formale. Nu a fost un adept necondiționat al unui anumit stil, considerând că tot ceea ce el concepe este dincolo de asta. De asemenea, a avut idei revoluționare legate de urbanism.

Printre cele mai importante lucrări ale sale: Villa Savoye, o casă emblematică modernistă situată în apropierea Parisului, Unité d'Habitation, un complex de locuințe multifamiliale, primul fiind construit în Marsilia. În 1950, tot prin mijloace de promovare și autopromovare și, în consecință, având relații speciale cu prim-ministrul Indiei, Le Corbusier primește comanda de a construi o nouă capitală pentru statul Pundjab și anume Chandigarh. A avut astfel posibilitatea de a-și promova și pune în practică ideile sale urbanistice, precum și teoriile referitoare la distribuția sectoarelor comunitare. A fost ceva total nou, un oraș independent, ce se poate asemăna cu EUR, construit după modelul arhitecturii italiene din epoca lui Benito Mussolini.

Le Corbusier și-a dorit să realizeze și obiective pentru țări totalitare, participând la un concurs pentru Palatul Sovietelor din Moscova. Deși a fost respins cu acest proiect, a fost acceptat totuși cu un proiect pentru Centrosiuz, un ansamblu de birouri în Moscova. Le Corbusier a devenit, ulterior, și adeptul locuințelor colective, care au afectat, mai mult sau mai puțin, omenirea. Catedrala Notre-Dame du Haut, de la Ronchamp, terminată în

1955, reprezintă o sincopă în cariera sa. Un accident fericit, diferit de ceea ce realizase până atunci. În ultima parte a vieții sale, Le Corbusier realizează câteva pavilioane expoziționale, case și proiecte urbane.

În ceea ce privește promovarea și publicitatea, cum am mai arătat, Le Corbusier nu a ezitat niciodată să-și facă fotografii cu oamenii importanți ai momentului. Trebuie văzut cum s-a autopromovat sau a fost promovat.

Le Corbusier, cu numele real Charles-Édouard Jeanneret-Gris, a fost unul dintre cei mai influenți arhitecți și designeri din secolul al XX-lea. Promovarea și cariera au avut o evoluție remarcabilă pe parcursul vieții sale.

Pentru a evidenția modul său de acțiune, trebuie să încep, cum se spune, cu începutul. Le Corbusier s-a născut în Elveția în 1887 și și-a petrecut cea mai mare parte a tinereții sale în La Chaux-de-Fonds, un oraș cunoscut pentru industria sa în domeniul orologeriei. A crescut în mijlocul naturii, pe care a iubit-o și a încercat s-o refacă în orașele de unde fusese izgonită, în special sub forma teraselor. A urmat cursurile Școlii de Arte Frumoase din La Chaux-de-Fonds și a învățat mai întâi gravura, cu Charles L'Eplattenier, adept al stilului Art Nouveau. Cum în ultimii ani de școală, elevii își încercau vocația, tânărul Jeanneret construiește prima sa casă, Vila Fallet. Cu banii obținuți, pleacă prin Europa, unde studiază și cunoaște cele mai mari figuri ale arhitecturii europene (la Viena, pe Josef Hoffmann; la Lyon, pe Tony Garnier; la Paris, pe Auguste Perret). La Paris, a lucrat pentru diverse birouri de arhitectură și a intrat în contact cu cercurile artistice și intelectuale ale vremii.

Le Corbusier fost un maestru al autopromovării și a folosit cu succes diferite metode pentru a-și construi imaginea și pentru a-și promova ideile și proiectele arhitecturale. În 1923, Le Corbusier a publicat cartea sa influentă *Vers une architecture* (*Către o arhitectură*), în care a prezentat ideile și conceptele sale arhitecturale. Această carte a fost rezultatul articolelor apărute în revista *L'Esprit Nouveau* și a avut un impact semnificativ asupra comunității arhitecturale, întrucât a prezentat viziunea sa modernistă și ideile revoluționare despre arhitectură și urbanism. *L'Esprit Nouveau* a fost o revistă fondată de Le Corbusier și Amédée Ozenfant în 1920. Această publicație a avut un impact semnificativ în promovarea ideilor și teoriilor lor legate de artă și de arhitectura modernă.

Prin articolele din această revistă, Le Corbusier și-a putut promova propria filosofie arhitecturală și a devenit cunoscut ca un gânditor și teoretician important al timpului său. Le Corbusier a contribuit cu articole și în alte reviste de arhitectură și cultură, oferind opinii și analize asupra arhitecturii și urbanismului. Aceste articole i-au dat o mai mare vizibilitate în lumea profesională și academică. Printre revistele în care a scris Le Corbusier sau articolele scrise de acesta, se numără: *L'Architecture d'aujourd'hui*

(*Arhitectura de astăzi*), o importantă revistă franceză de arhitectură modernă, pe care deja am prezentat-o, în care Le Corbusier și-a publicat proiectele, opinii și diverse articole, în mai multe rânduri. Eseul *La Ville radieuse* (*Orașul radiant*) al lui Le Corbusier este despre planificarea urbană și proiectarea unui oraș ideal, publicat în diferite reviste de specialitate. *Précisions* (*Precizări*), este o revistă de artă și arhitectură fondată de Le Corbusier împreună cu Amédée Ozenfant. În această publicație, au fost prezentate proiectele lor și teoriile legate de modernism. De asemenea, *Urbanisme* (*Urbanism*) este o revistă dedicată urbanismului și planificării urbane, în care Le Corbusier a publicat articole și proiecte referitoare la dezvoltarea urbană. Aceste publicații au reprezentat platforme importante prin care Le Corbusier și-a promovat ideile și proiectele arhitecturale și au avut un impact semnificativ în conturarea viziunii sale despre arhitectură și urbanism.

La maturitate, Le Corbusier încuraja folosirea materialelor noi și tehnologiilor inovatoare pentru a crea un stil de viață mai bun. A devenit un membru important al Congresului Internațional de Arhitectură Modernă (CIAM), unde și-a putut prezenta ideile și viziunea asupra noii arhitecturi. Lucrările și ideile sale au continuat să inspire arhitecți și designeri de-a lungul timpului.

Prin intermediul proiectelor de arhitectură și design, cum ar fi cele de expoziții și pavilioane, Le Corbusier și-a putut demonstra talentul și abilitățile sale în fața unui public mai larg. Proiectul său la Salon d'Automne din 1922, numit Esprit Nouveau, a fost un exemplu important de promovare a ideilor sale în cadrul unui eveniment public. A lucrat împreună cu alți artiști și designeri celebri, precum Amédée Ozenfant și Pierre Jeanneret, ceea ce a atras atenția publicului și recunoașterea sa în cercurile artistice și intelectuale. De asemenea, Le Corbusier a fost conștient de puterea imaginilor și a folosit fotografii ale proiectelor sale pentru a le promova și a le face cunoscute în reviste și publicații de specialitate.

După moartea sa, în 1965, fundații și organizații s-au ocupat de conservarea și promovarea operei sale. Unele dintre cele mai importante proiecte ale sale au fost înscrise pe lista Patrimoniului Mondial UNESCO, precum Villa Savoye și Unité d'Habitation.

Cu toate că Le Corbusier este recunoscut drept unul dintre cei mai importanți arhitecți din istorie, nu a fost lipsit de controverse și critici. Unele dintre lucrările sale au fost criticate pentru abordarea lor riguroasă și uneori pentru ignorarea nevoilor umane în favoarea esteticii moderne. Toate aceste eforturi combinate i-au adus lui Le Corbusier o reputație de arhitect deosebit de influent și inovator și au contribuit la consolidarea moștenirii sale, după moartea sa. Imaginile și ideile sale continuă să inspire arhitecți și designeri în

prezent, făcându-l una dintre cele mai importante figuri din istoria arhitecturii moderne.

În concluzie, promovarea lui Le Corbusier s-a bazat pe inovație, publicații semnificative, precum și pe contribuțiile sale majore la dezvoltarea arhitecturii moderne. Ulterior, moștenirea sa a continuat să influențeze lumea arhitecturii și designului, iar operele sale au rămas printre cele mai emblematice exemple ale arhitecturii secolului al XX-lea.

Conform arhitectului și profesorului Sorin Vasilescu, după al Doilea Război Mondial, arhitectura, conformându-se științei și tehnologiei, ia calea raționalismului, care se manifestă în mai multe direcții:

„1. Un raționalism formal, care-și are centrul în Franța și îl are în frunte pe Le Corbusier; 2. Un raționalism metodologico-didactic, care-și are centrul în Germania, la Bauhaus, avându-l ca figură majoră pe Gropius; 3. Un raționalism ideologic, cel al Constructivismului sovietic; 4. Un raționalism formalist, acela al neoplasticismului olandez; 5. Un raționalism empiric scandinav cu maximul exponent Aalto; 6. Un raționalism organic american, avându-l ca personalitate dominantă pe Wright" (Vasilescu, 1989, 575).

Astfel, pornind de la aceste premise, arhitectul german Ludwig Mies van der Rohe a fost o figură aparte a raționalismului german. Concepția sa a avut ca pivot central zgârie-norii. Din acest motiv, considera că vechile orașe ar trebui ignorate, pentru că, în cel mai probabil sens, nu vor mai exista. A fost o personalitate specială, cu o filosofie aparte, poet, în sensul de visător, dar și om de știință, în același timp.

Pe numele său adevărat Maria Ludwig Michael Mies, acesta și-a adăugat în 1922 numele mamei și structura aristocratică van der, devenind Mies van der Rohe. Din punct de vedere arhitectural, a fost într-adevăr un aristocrat. De asemenea, a fost interesat de propagarea și cunoașterea ideilor sale și, în general, ale artei și arhitecturii moderne, așa cum erau concepute în epocă, prin diferite expoziții, precum Marea expoziție de artă din Berlin (1923) și prin articole, în diferite reviste. Promovarea și notorietatea sa s-au datorat, în primul rând, realizărilor sale arhitecturale remarcabile și participării la mișcarea modernistă. Prezint câteva aspecte legate de modul în care Mies van der Rohe a fost promovat și a câștigat notorietate.

Mies van der Rohe și-a început cariera în lumea arhitecturii lucrând în atelierul lui Peter Behrens, alături de alți viitori arhitecți renumiți, cum ar fi Le Corbusier și Walter Gropius. Primele sale proiecte, precum Pavilionul German din cadrul Expoziției Internaționale de la Barcelona din 1929, au atras atenția și l-au ajutat să-și câștige reputația. În 1930, Mies van der Rohe a devenit directorul celebrului Bauhaus, o școală de artă, design și arhitectură din Germania, cu o influență majoră asupra mișcării moderne. Această poziție

de conducere l-a ajutat să se conecteze cu alți arhitecți și artiști importanți din epocă și a contribuit la consolidarea prestigiului său în comunitatea artistică.

În timpul ascensiunii Partidului nazist în Germania, Mies van der Rohe a emigrat în Statele Unite ale Americii, în 1937. Acolo, și-a continuat cariera și a creat câteva dintre cele mai iconice clădiri moderne ale secolului al XX-lea, cum ar fi Seagram Building din New York și Farnsworth House din Illinois. Aceste proiecte au consolidat statutul său ca unul dintre cei mai influenți arhitecți ai epocii. În 1939, Mies van der Rohe a avut ocazia să proiecteze Pavilionul German pentru Expoziția Universală din New York. Acest proiect a captat atenția publicului și a criticilor, consolidându-i prestigiul internațional.

Mies van der Rohe a dezvoltat un stil arhitectural distinct, caracterizat de utilizarea generoasă a sticlei, o deschidere vizuală între interior și exterior, precum și linii clare și simple. Aceasta a fost o contribuție semnificativă la mișcarea modernistă și a făcut ca operele sale să fie ușor de recunoscut și de apreciat.

Pe lângă proiectarea clădirilor, Mies van der Rohe a scris și a vorbit despre arhitectură și a contribuit la dezvoltarea teoriei moderne a arhitecturii. Această implicare în discuțiile teoretice a consolidat reputația sa și l-a făcut să fie considerat un lider al mișcării moderne. În ansamblu, promovarea și recunoașterea lui Mies van der Rohe au fost rezultatul talentului său remarcabil, al realizărilor sale arhitecturale deosebite și a influenței pe care a avut-o în mișcarea modernistă, atât în Europa, cât și în Statele Unite ale Americii.

Mies van der Rohe a scris și cărți care au contribuit la răspândirea ideilor sale, precum: Mies van der Rohe: *Archive Volume 1. Drawing and Collage* (ed. Moisés Puente, 2012) o carte ce adună desenele și colajele sale și care dezvăluie procesul său creativ și modul în care a abordat designul arhitectural; Mies van der Rohe: *Critical Essays* (ed. Franz Schulze, 1998), o colecție de eseuri în care își exprimă ideile și perspectivele cu privire la arhitectură și design; Mies van der Rohe*: A Critical Biography* (Franz Schulze, 2012), o biografie extinsă a lui Mies van der Rohe, scrisă de Franz Schulze, care explorează viața și opera acestui important arhitect.

În calitate de director al Școlii Bauhaus în anii 1930, Mies van der Rohe a fost prezent în diverse numere ale revistei *Bauhaus*, contribuind la articole și discuții despre arhitectură și design. *Architecture d'aujourd'hui* este un alt exemplu de revistă în care Mies van der Rohe și proiectele sale au fost prezentate și discutate.

Pe lângă revistele menționate mai sus, lucrările și proiectele lui Mies van der Rohe au fost prezentate în numeroase publicații de specialitate și reviste de arhitectură, în special în timpul carierei sale active. Este important

de menționat că, deși Mies van der Rohe a scris și a fost prezent în câteva publicații, influența sa asupra arhitecturii moderne și a dezvoltării stilului arhitectural cunoscut sub numele de Arhitectura Internațională au fost cu adevărat susținute prin creațiile sale inovatoare și principiile de design pe care le-a promovat.

Un alt mare arhitect, pe care l-am mai menționat pe parcurs, a fost Frank Lloyd Wright, un nume de referință în istoria arhitecturii moderne, pe care a influențat-o semnificativ. S-a născut în Richland Center, Wisconsin și a primit o educație relativ limitată, dezvoltând însă pasiunea pentru arhitectură încă din copilărie. Ulterior, a lucrat în cadrul unor firme de arhitectură din Chicago, precum Adler & Sullivan. Despre Henry Louis Sullivan am menționat deja că a avut o influență importantă asupra stilului său viitor. Frank Lloyd Wright a dezvoltat conceptul de arhitectură organică, aceasta fiind una dintre principalele sale contribuții la arhitectura modernă. Acest principiu arhitectural înseamnă integrarea clădirilor în mediul lor natural, realizând armonia dintre arhitectură și natură. Frank Lloyd Wright a utilizat materiale naturale, precum lemnul și piatra, dar a inclus și natura, cum ar fi apa și vegetația, în clădirile sale.

Unul dintre stilurile arhitecturale dezvoltate de Frank Lloyd Wright este cunoscut sub numele de casa preeriei. Acest stil se caracterizează prin linii orizontale, acoperișuri cu ziduri adânci, spații deschise și multă sticlă. Cele mai cunoscute proiecte ale sale: Casa Robie, Casa Farnsworth, Muzeul Guggenheim și Casa Marin.

Frank Lloyd Wright a fondat mai multe studiouri și școli de arhitectură pe parcursul carierei sale, cel mai cunoscut fiind Studioul Taliesin din Wisconsin, în care a încurajat tinerii arhitecți să-și găsească propriul drum. În 1991, Studioul Taliesin și Casa Taliesin au fost desemnate situri UNESCO.

Frank Lloyd Wright a fost promovat, în mare parte, prin intermediul creațiilor sale remarcabile și a reputației dobândite, fiind unul dintre cei mai influenți și inovatori arhitecți ai secolului al XX-lea.

Una dintre cele mai puternice modalități prin care Frank Lloyd Wright s-a promovat a fost prin intermediul clădirilor pe care le-a proiectat. Operele sale arhitecturale unice și inovatoare, menționate deja, au atras atenția și admirația publicului, precum și a comunității arhitecturale. Stilul său distinct, casa preeriei, a devenit emblematic pentru creațiile sale și a contribuit la consolidarea reputației sale ca un arhitect vizionar.

Articole și fotografii despre creațiile lui Frank Lloyd Wright au fost publicate în reviste de arhitectură și în publicații de specialitate din timpul vieții sale. Aceste articole au ajutat la popularizarea operei sale și au

contribuit la creșterea notorietății sale atât în Statele Unite, cât și în străinătate.

Frank Lloyd Wright a apărut în numeroase publicații, reviste și cărți de-a lungul carierei sale, atât pentru creațiile sale arhitecturale, cât și pentru prelegerile și ideile sale în domeniul arhitecturii și designului. Câteva dintre cele mai notabile publicații și lucrări în care a fost prezent Frank Lloyd Wright sunt: *Architectural Forum*, o revistă importantă în care creațiile și teoriile lui Frank Lloyd Wright au fost prezentate și discutate; revista a avut o audiență largă și a promovat stilul său distinct și ideile inovatoare. În ceea ce privește *The Ladies' Home Journal*, pot spune că Frank Lloyd Wright a avut o relație strânsă cu această revistă populară, în care a scris despre designul interior și exterior al caselor. De asemenea, *An Autobiography* (*Autobiografi*e), o carte, scrisă de Frank Lloyd Wright în 1932, oferă o privire asupra vieții și carierei sale. Lucrarea explorează creațiile sale, relațiile personale și ideile arhitecturale. *A Testament* (*Un testament*), o altă carte importantă scrisă de Frank Lloyd Wright, în 1957, oferă o perspectivă asupra filosofiei sale arhitecturale și a modului în care a dezvoltat principiul arhitecturii organice.

William Allin Storrer explorează viața și opera lui Frank Lloyd Wright și oferă o analiză detaliată a creațiilor sale, în mai multe lucrări, precum *A Visual Encyclopedia* (Frank Lloyd Wright: O enciclopedie vizuală), o lucrare bogat ilustrată care prezintă o colecție extinsă de creații ale lui Frank Lloyd Wright și oferă o imagine detaliată asupra stilului său arhitectural.

În timpul vieții sale active, dar și după moartea sa, Frank Lloyd Wright a fost prezent, în mod frecvent, în diverse reviste și publicații de arhitectură, unde proiectele sale și ideile sale au fost discutate și analizate. Acestea sunt doar câteva exemple de publicații, reviste și cărți în care a apărut Frank Lloyd Wright. Moștenirea sa în arhitectură și impactul său asupra domeniului au generat o mare cantitate de materiale scrise și publicate în jurul vieții și creațiilor sale. Frank Lloyd Wright a fost prezent în expoziții de arhitectură și evenimente din întreaga lume. De exemplu, participarea sa la Expoziția Universală din Chicago din 1893 i-a adus o vizibilitate considerabilă, permițându-i să atragă mai mulți clienți și să-și prezinte ideile inovatoare publicului larg. Mulți dintre clienții lui Frank Lloyd Wright erau persoane influente și au recomandat serviciile sale altor potențiali clienți. Creațiile sale au fost frecvent menționate în mass-media și în publicațiile de arhitectură, aducându-i o audiență din ce în ce mai largă.

Frank Lloyd Wright a călătorit în Europa și în alte părți ale lumii, unde și-a prezentat operele și a susținut prelegeri în fața unui public interesat de arhitectură. Prelegerile sale, pline de carismă și pasiune, au făcut ca ideile

sale să fie cunoscute în întreaga lume și să inspire o nouă generație de arhitecți. În ansamblu, promovarea lui Frank Lloyd Wright a fost susținută de realizările sale remarcabile în arhitectură, articolele și publicațiile din domeniu, expoziții și evenimente, prelegeri și recomandări ale clienților mulțumiți. Caracterul inovator al creațiilor sale și dedicarea sa pentru dezvoltarea unei arhitecturi organice și armonioase l-au transformat într-o figură de referință a arhitecturii moderne.

Nu este deloc de neglijat arhitectura totalitară. Arhitectul și profesorul Sorin Vasilescu îi acordă un spațiu amplu, atât în lucrarea sus menționată, cât și în alte lucrări specifice. Conform acestuia: „Conceptul de totalitarism aparţine lui Mussolini care în 1925 a început să vorbească de voinţa totalitară a fascismului revoluţionar" (Vasilescu, 1989, 609). Profesorul atrage atenția asupra faptului că, de cele mai multe ori, fără o bază științifică, totalitarismul a fost identificat sau confundat cu fascismul, ambele noțiuni având conotații negative, fără a se găsi posibilitatea sau voința de a fi judecate obiectiv. De fapt, dictaturile, de dreapta sau de stânga, au repercusiuni similare asupra societății, prin restructurarea în totalitate a acesteia, dar și asupra individului, prin transformarea lui într- un altfel de individ. „Omul nou al totalitarismului nu trebuie să fie doar fascistul, nazistul sau comunistul devotat şi fidel, ci să posede calitatea de a nu realiza distincţia dintre bine şi rău, dintre fals şi adevărat, dintre realitate şi ficţiune" (Vasilescu, 1989,610).

În mod clar, o abordare filosofică a conceptelor totalitare nu face obiectul lucrării de față. Referitor la artă, și aceasta este subordonată conceptelor revoluționare, prin care totalitarismul se justifică. Ea pornește de la revoluție și urmează idealurile acesteia. Pentru arta totalitară, contează scopul, acela de a se adresa contemporanilor, dar a rămâne și ca mărturie pentru viitor. Artistul sau artiștii contează mult mai puțin. „Invariant fundamental al artei totalitare este colectivismul total al artei. Arta aparţine poporului: arta nu se consumă individual ci colectiv şi ades nu este rezultatul unui singur artist ci al unui grup, al unei brigăzi […]" (Vasilescu, 1989, 613).

Cu toate acestea, arhitectura italiană din perioada fascistă s-a diferențiat, în sens pozitiv, de cea germană sau sovietică. Acest lucru s-a datorat faptului că Mussolini însuși a avut o asemenea atitudine, de a permite arhitectura avangardistă, în anumite limite. Din cauza existenței a două tipuri de regimuri, tipul democratic și tipul totalitar, arhitectura secolului al XX-lea a fost, la rândul ei, împărțită în două: arhitectura de avangardă și arhitectura totalitară. Cea din urmă, că ne place sau nu, există, iar forma ei de manifestare, deși ușor diferită în fiecare țară, conform naționalismului local, se supune aceluiași scop și anume acela de a fi un instrument puternic de propagandă și control social. Arhitectura totalitară a fost concepută să

transmită mesaje politice, să glorifice conducătorii și să sublinieze ideologiile și valorile regimurilor respective.

Principalele caracteristici ale arhitecturii totalitare din secolul al XX-lea includ mai multe elemente, printre care megalomanie și grandiozitate, în sensul că clădirile și proiectele arhitecturale erau adesea impresionante ca mărime și magnitudine. Regimurile totalitare au dorit să transmită putere și dominație prin arhitectură, iar unele dintre cele mai cunoscute exemple sunt clădirile monumentale din Germania nazistă sau cele din Uniunea Sovietică. De asemenea, arhitectura totalitară a promovat adesea stiluri simple și uniforme pentru a sublinia coeziunea și unitatea societății. De exemplu, în arhitectura sovietică, funcționalismul și constructivismul au fost preferate, promovând un aspect industrial și modern.

Clădirile și monumentele au fost adesea proiectate pentru a promova și a legitima ideologiile regimurilor. Acestea includeau clădiri ale partidului, memorialuri pentru liderii importanți și monumente care glorificau revoluția sau conflictele. Regimurile totalitare au controlat în mod strict designul și utilizarea spațiului public. Străzile și orașele au fost planificate astfel încât să servească scopurilor politice și să faciliteze supravegherea și controlul cetățenilor.

O altă trăsătură a arhitecturii totalitare a fost dezvoltarea de clădiri și structuri defensive în vederea consolidării puterii și suprimării opoziției. Acestea includ fortificații, buncăre și clădiri strategice militare.

În Germania nazistă s-a remarcat Albert Speer, deși, din lucrările sale, nu se mai păstrează aproape nimic.

În Uniunea Sovietică a fost promovată arhitectura constructivistă și proiecte precum Palatul Sovietelor sau metroul din Moscova.

În Italia fascistă menționez arhitectura arhitectului Marcello Piacentini și proiectele de infrastructură. Arhitectura totalitară a avut un impact semnificativ asupra peisajului urban și social în țările în care a fost promovată și este deseori percepută ca fiind simbol al regimurilor opresive și dictatoriale. Astăzi, multe dintre clădirile și structurile arhitecturale construite în acea perioadă rămân ca mărturii ale unui trecut complex și controversat.

În mod mai concret, să vedem modul de promovare a arhitecturii totalitare. Arhitectura fascistă, nazistă și sovietică au fost promovate în moduri distincte, reflectând ideologiile și valorile specifice ale fiecărui regim totalitar.

În Italia, regimul fascist condus de Benito Mussolini, a promovat o estetică arhitecturală ce sublinia superioritatea culturii și a civilizației romane antice. Această retorică era folosită pentru a justifica și legitima dominația fascistă. Principala caracteristică a arhitecturii fasciste a fost monumentalitatea. Clădirile au fost proiectate să impresioneze și să

sublinieze forța și măreția regimului. Exemple notabile includ Foro Italico și Esposizione Universale Roma (EUR), un ansamblu deosebit de apreciat și în prezent. Regimul fascist italian a investit în dezvoltare urbană și planificare, pentru a crea orașe spațioase și ordonate, care să reflecte autoritatea și controlul statului.

În Germania, arhitectura nazistă, condusă de arhitectul Albert Speer, a fost concepută să glorifice ideologia nazistă și pe Adolf Hitler, ca lider carismatic. Clădirile au fost proiectate ca să reflecte puterea și dominația Germaniei. Clădirile naziste au fost concepute într-un stil neoclasic, inspirat de arhitectura clasică greacă și romană, pentru a crea o legătură cu trecutul glorios al Germaniei. Aceste clădiri erau masive și grandioase, cum ar fi Reichstag-ul și sala de congrese Zeppelinfeld. Regimul nazist a promovat arhitectura accesibilă pentru masele largi, cum ar fi, de exemplu, șantierele de locuințe Volksgemeinschaft.

Arhitectura sovietică a fost concepută pentru a ilustra principiile comuniste, precum egalitatea socială și puterea proletariatului. Promovarea arhitecturii a fost legată de eforturile de propagandă comunistă. La începutul regimului sovietic, mișcarea constructivistă a promovat arhitectura funcțională și modernă, cu accent pe utilitate și accesibilitate. Pe măsură ce regimul sovietic a devenit mai autoritar, arhitectura a devenit tot mai monumentală, cu clădiri grandioase precum Palatul Sovietelor și Palatul Culturii.

Promovarea arhitecturii în aceste regimuri a fost o strategie puternică de control social, de propagandă și de consolidare a puterii. Clădirile monumentale, urbanismul planificat și simbolurile politice au servit ca instrumente eficiente pentru propagarea ideologiilor și a cultului personalităților liderilor. Astăzi, multe dintre aceste structuri rămân ca mărturii ale unui trecut istoric complex și sunt privite în contextul istoric și social respectiv.

Arhitectura contemporană este cea recentă sau cea pe care o vedem în prezent. În mod evident, critica s-a pronunțat deja, mai mult parțial, și se va pronunța pe măsură ce lucrurile se vor fi așezat cumva, în făgașul lor. Trebuie totuși menționat că există arhitecți contemporani valoroși, care merită evidențiați și promovați.

Arhitectura universală contemporană este un concept care se referă la proiectarea și construcția clădirilor și spațiilor care transcend granițele geografice, culturale și sociale, astfel încât să poată fi apreciate și înțelese de oameni din diverse contexte și medii. Acest tip de arhitectură urmărește să creeze opere care să fie relevante și semnificative pentru oameni din toate colțurile lumii, indiferent de originea lor.

Arhitectura universală contemporană își propune să integreze elemente de design și stiluri care să reflecte și să respecte diversitatea culturală a diferitelor comunități din întreaga lume. Aceasta înseamnă că arhitectura nu este centrată doar pe un singur stil, idee etc., ci împrumută și se inspiră din tradiții și elemente arhitecturale din diverse culturi. În același timp, arhitectura universală este concepută pentru a fi adaptabilă la diferite medii și nevoi, având în vedere cerințele specifice ale fiecărui context în care este amplasată clădirea. Spațiile flexibile sunt importante pentru a răspunde nevoilor și preferințelor variate ale utilizatorilor. Un aspect esențial al arhitecturii universale este accesibilitatea pentru toți oamenii, inclusiv pentru persoanele cu dizabilități sau cu mobilitate redusă. Proiectarea clădirilor și a spațiilor publice cu accesibilitate universală contribuie la crearea unui mediu construit mai incluziv.

Arhitectura universală contemporană are în vedere aspectele de durabilitate și sustenabilitate, urmărind să creeze clădiri și spații care să reducă impactul asupra mediului și să contribuie la protejarea resurselor naturale. Totodată, arhitectura universală contemporană folosește tehnologia modernă pentru a îmbunătăți funcționalitatea și calitatea clădirilor. De la sisteme inteligente de control al climei până la utilizarea materialelor inovatoare, tehnologia este integrată în mod strategic în designul și construcția clădirilor. Chiar dacă arhitectura universală ia în considerare diversitatea culturală, aceasta încurajează, de asemenea, aprecierea identității locale și a contextului specific al fiecărui loc. Clădirile și spațiile trebuie să fie proiectate în mod sensibil pentru a se integra armonios în peisajul și cultura locului.

Arhitectura universală contemporană își propune să depășească granițele fizice și culturale, aducând împreună oameni din diferite medii prin intermediul designului și al construcției. Această abordare deschide posibilități pentru a crea clădiri și spații care să aibă un impact pozitiv asupra comunităților și să contribuie la promovarea dialogului și înțelegerii între oameni din întreaga lume.

Menționez, pe scurt, cei mai importanți arhitecți contemporani, precum și modul în care aceștia s-au promovat și/sau au fost promovați, modul în care aceștia s-au impus în societate datorită operei lor, dar și datorită modului lor de a comunica sau datorită echipei lor de comunicare. Din cauza apropierii, în timp, de acești arhitecți contemporani, lista poate fi subiectivă și se poate schimba în funcție de perspectivă. Totuși, am făcut o selecție de zece arhitecți contemporani renumiți, care au avut un impact semnificativ asupra domeniului arhitecturii, dar și în modul în care s-au promovat:

Bjarke Ingels (n. 02.10.1974, Copenhaga, Danemarca) este un arhitect danez cunoscut pentru proiectele ambițioase și abordarea nouă. S-a

promovat prin participarea activă la expoziții, conferințe TED, publicarea cărților despre designul său și prin câștigarea premiilor internaționale. Este fondator și partener creativ al BIG (Bjarke Ingels Group).

Zaha Hadid (1950-2016) este una dintre cele mai influente arhitecte din istoria contemporană, recunoscută pentru designul curajos și plin de inovație. S-a folosit de proiectele sale și personalitatea îndrăzneață, pentru a-și promova munca. Era cunoscută pentru extravaganța sa în materie de modă, opiniile deschise și disponibilitatea de a-și asuma riscuri în proiectele sale, ceea ce a ajutat la generarea publicității și a interesului pentru activitatea ei. Promovarea ei s-a datorat și finalizării unor proiecte de marcă, precum și obținerea premiului Pritzker în 2004.

Santiago Calatrava (n. 28.07.1951, Spania) este un arhitect, sculptor și inginer spaniol, cunoscut pentru numeroasele sale lucrări, realizate în majoritatea statelor europene, dar și peste ocean. Aceste lucrări, precum și multele premii obținute l-au făcut foarte cunoscut. A folosit o varietate de strategii de marketing și autopromovare, inclusiv prin publicarea de cărți și articole, susținând interviuri și prelegeri și creând un *brand* distinct pentru munca sa.

Renzo Piano (n. 14.09.1937, Pegli, Italia) este un arhitect italian cunoscut pentru designul funcțional și sustenabil. S-a promovat prin participarea la proiecte importante, precum Centre Georges Pompidou din Paris, The Shard din Londra, Centru Paul Klee din Berna, Muzeul de Artă Nasher din Dallas, precum și prin câștigarea premiului Pritzker în 1998. Toate acestea i-au oferit o expunere internațională semnificativă și i-au consolidat reputația. Lucrările sale au fost frecvent prezentate în publicații de arhitectură, reviste și articole, inclusiv în mediul online. A participat la expoziții și conferințe în întreaga lume, prezentându-și ideile și viziunea, ceea ce l-a ajutat în promovarea sa. A colaborat cu arhitecți cunoscuți, ceea ce a condus la creșterea vizibilității sale.

Sir Norman Foster (n. 01.06.1935, Reddish, Regatul Unit) este un arhitect britanic renumit pentru designul său elegant și modern și pentru concentrarea sa pe arhitectura durabilă. S-a promovat prin implicarea în proiecte majore, cum ar fi Aeroportul Internațional Beijing Daxing și Millennium Bridge din Londra, și prin câștigarea premiului Pritzker în 1999. Norman Foster a folosit strategii de PR pentru a-și promova munca și compania sa, Foster & Partners, inclusiv publicând cărți și articole, susținând interviuri și prelegeri și participând la proiecte majore în întreaga lume.

Frank Gehry (n. 28.02.1929, Toronto, Canada) este un arhitect american cunoscut pentru arhitectura sa sculpturală și distinctivă. A fost un maestru al autopromovării și a utilizat diverse strategii în acest sens, de-a lungul carierei sale. S-a promovat prin realizarea unor proiecte de referință,

precum Guggenheim Museum din Bilbao și Walt Disney Concert Hall din Los Angeles, precum și prin câștigarea premiului Pritzker în 1989. A scris pe larg despre ideile sale arhitecturale, a publicat cărți și articole, a susținut prelegeri și interviuri și chiar și-a creat propriul logo pentru a-și marca creația.

Jean Nouvel (n. 12.08.1945, Fumel, Franța) este un arhitect francez cunoscut pentru designul său eclectic și inovator. S-a promovat prin implicarea în proiecte internaționale, cum ar fi Institutul Mondial al Culturii Digital din Franța și Muzeul Național de Artă din Qatar, precum și prin câștigarea premiului Pritzker în 2008. A scris cărți, a dat interviuri, a utilizat rețelele sociale pentru promovare.

Shigeru Ban (n.05.08.1957, Tokyo, Japonia) este un arhitect japonez cunoscut pentru utilizarea specială a materialelor și pentru angajamentul său în proiectarea clădirilor pentru zone afectate de dezastre naturale. S-a promovat prin câștigarea premiului Pritzker în 2014 și prin implicarea în proiecte umanitare. Proiectele sale au fost prezente în publicații de arhitectură, reviste și cărți de specialitate, fapt care i-a adus o expunere internațională semnificativă și recunoaștere în domeniu. Unele dintre cele mai cunoscute proiecte ale sale includ Sendai Mediatheque din Japonia, Cardboard Cathedral din Christchurch, Noua Zeelandă și Pompidou Metz din Franța. Unul dintre aspectele distincte ale carierei lui Shigeru Ban este angajamentul său în proiectarea clădirilor temporare pentru refugiați și persoane afectate de dezastre naturale. Implicarea în astfel de proiecte i-a adus recunoaștere și apreciere în calitate de arhitect umanitar. Este important de menționat că Shigeru Ban a fost recunoscut și apreciat pentru angajamentul său în utilizarea materialelor durabile, precum cartonul și bambusul, în proiectarea clădirilor. Sensibilitatea sa la problemele sociale și umanitare au adus o atenție suplimentară asupra muncii sale și l-au transformat într-unul dintre cei mai influenți arhitecți contemporani.

Societatea Herzog & de Meuron (fondată în 1978, Basel, Elveția) de către Jacques Herzog și Pierre de Meuron, arhitecți elvețieni cunoscuți pentru designul lor de tip nou și conceptele unice de spațiu și care s-au promovat prin câștigarea premiului Pritzker în 2001 și prin participarea la proiecte internaționale de anvergură. Printre cele mai cunoscute lucrări ale lor se numără Stadionul Național din Beijing (Nido de Pajaros), Tate Modern din Londra, și Stadionul Allianz Arena din München. Aceste proiecte notabile au atras atenția presei și a publicului, ceea ce le-a adus o recunoaștere considerabilă. Arhitecții au fost implicați în expoziții internaționale și au ținut prezentări și conferințe în diferite locuri din lume, prezentându-și proiectele și viziunea lor asupra arhitecturii. Aceste evenimente au adus o expunere suplimentară în rândul comunității de arhitecți și a publicului interesat de arhitectură. De asemenea, proiectele lui Herzog & de Meuron au fost

prezentate în reviste de arhitectură, cărți și publicații de specialitate. Ambii arhitecți au fost implicați în predarea la diverse universități și instituții academice, ceea ce le-a permis să împărtășească cunoștințele lor cu următoarea generație de arhitecți și să-și promoveze propria lor abordare arhitecturală.

SANAA (birou de arhitectură fondat în 1995 de Kazuyo Sejima și Ryue Nishizawa), arhitecți japonezi care au câștigat premiul Pritzker în 2010 și sunt cunoscuți pentru designul lor minimalist și sensibil. S-au promovat prin realizarea unor proiecte de referință, cum ar fi Muzeul Louvre-Lens din Franța, Glass Pavilion din Ohio, Pavilionul Serpentine Gallery din Londra, Centrul Rolex din Elveția și multe altele. SANAA a fost prezent la numeroase expoziții de arhitectură și a participat la evenimente importante din domeniu, prezentându-și proiectele și ideile. Acest lucru a ajutat la promovarea stilului lor distinctiv și a abordării lor în proiectarea clădirilor. Proiectele realizate de SANAA au fost prezentate în reviste de arhitectură și publicații de specialitate la nivel internațional. Acest lucru i-a expus pe Kazuyo Sejima și Ryue Nishizawa unui public mai larg și a contribuit la creșterea popularității lor în domeniul arhitecturii. Stilul minimalist și inovator al SANAA a atras interesul în comunitatea de arhitecți și a captat atenția publicului pentru proiectele speciale. Astfel, impactul în arhitectura contemporană, împreună cu succesul proiectelor lor, i-au transformat în arhitecți influenți și le-au consolidat poziția lor în domeniul arhitecturii. Acești arhitecți contemporani s-au promovat prin intermediul proiectelor remarcabile și al participării la expoziții, concursuri și conferințe de arhitectură. De asemenea, mulți dintre ei au fost recunoscuți și premiați la nivel internațional, ceea ce le-a consolidat reputația și prestigiul în comunitatea arhitecturală.

Un lucru foarte important de precizat: toți acești arhitecți remarcabili, dar și mulți alții, au propriile lor site-uri de prezentare, fie individuale, fie împreună cu companiile unde activează. În mod clar, aceasta este o selecție relativ subiectivă și există mulți alți arhitecți talentați și influenți în lumea contemporană a arhitecturii. Toți trebuie promovați și/sau ar trebui să încerce să facă acest lucru, fie ajutați, fie chiar pe cont propriu. Am încercat să-i evidențiez pe cei mai cunoscuți/recunoscuți și să consider că punerea lor în valoare ar trebui să constituie un imbold pentru toți ceilalți, pentru a lucra bine, pentru a fi promovați și apreciați de comunitate și, de ce nu, pentru a avea venituri mai mari.

5.2. Arhitectură modernă și contemporană românească

Deși recunosc meritele incontestabile ale arhitecturii universale și rolul acesteia inclusiv în progresul arhitecturii autohtone, trebuie să admit că am o sensibilitate aparte pentru arhitectura românească. De aceea, și abordarea referitoare la aceasta, o voi face într-un mod oarecum diferit. Îmi doresc, sper să și reușesc, să amprentez într-un mod special spațiul construit românesc.

În primul rând, leg arhitectura românească de tradiție. De altfel, arhitecții români, indiferent pe unde au studiat, au manifestat o atenție deosebită față de valorile românești, adaptând deseori curentele cunoscute, clasice, specificului autohton. Așa cum marele compozitor George Enescu a ridicat cântecul popular românesc la nivel de muzică cultă, acceptată și admirată în context internațional, tot astfel arhitecții români au transformat și adaptat elementele tradiționale în spațiile construite moderne. Aș mai sublinia faptul că arhitecții români s-au ocupat mult de arta populară, fără însă a-i conferi acestei preocupări o tentă naționalistă. Au înțeles legătura dintre arta populară și cea elitistă, conferind operelor lor o semnificație spirituală.

Consider că arhitectul, pictorul și scriitorul George Matei Cantacuzino a definit tradiția într-unul dintre cele mai interesante și neașteptate moduri.

„Dar ce este tradiția? O regulă de viață? O formulă? Nu. Tradiția este o adâncă neliniște. Și ce este neliniștea, dacă nu făclia spiritului, dacă nu puterea care pune în mișcare conștiința. Tradiția este corectivul care tinde să mențină spiritul în armonie. Tradiția este conștiință. Tradiția selecționează. Copilă a vremii, ea distruge ceea ce timpul n-a copt…” (Cantacuzino, 2003, 22).

O exprimare mai plastică decât aceasta, precum că tradiția înseamnă neliniște pare greu de imaginat. Omul, prin natura lui, își amintește tinerețea ca o perioadă după care are nostalgie, la fel și tradiția este un fel de tinerețe, pe care n-o poate uita și de care nu se poate despărți. Astfel, în acest spirit, arhitecții români au înțeles tradiția ca pe un lucru care se poate reînnoi, dar nu se poate schimba fundamental „asemenea mersului stelelor, bătăilor inimii și valurilor mării” (Cantacuzino, 2003, 24). Tradiția poate fi considerată legendară, aparținând unui trecut la care arhitecții, și nu numai, se raportează.

În arhitectură, trebuie să existe proporție și ritm, care conduc în final la armonie, așa consideră George Matei Cantacuzino. Dar putem vorbi despre o armonie care nu comunică? Nu cred că este posibil. Dacă are doar valoare intrinsecă, armonia își diminuează mult valoarea. Ea trebuie comunicată, transmisă, simțită. Astfel, își va potența mult rolul de a fi o frumusețe aparte. De aceea, se poate considera că există un simț al arhitecturii, care, până la

urmă înseamnă capacitatea acesteia de a ne emoționa prin ceea ce comunică, transmite. George Matei Cantacuzino explică: „Simțul arhitecturii este tot atât de excepțional ca acel al poeziei. El reprezintă o stare sufletească de echilibru și armonie care se exprimă în volume și în coordonarea raportului acestor volume" (Cantacuzino, 2003, 39).

Chiar din aceste scurte considerații, se poate înțelege faptul că arhitecții români au înțeles foarte rapid mersul vremurilor și, apelând deseori la tradiție, s-au raliat curentelor existente, mai ales din Europa, urmându-le cu mai multă sau mai puțină fidelitate. Îndrăznesc să cred că nu le-a fost indiferent modul în care opera lor va comunica cu publicul căruia i se adresează.

Înainte însă de analiza oricăror stiluri și curente existente în România, aș dori să mă refer la faptul că a comunica frumosul, nu numai utilul, a fost o preocupare constantă a românilor, inclusiv a meșterilor populari. Eu doar am observat acest lucru, dar veridicitatea acestui enunț este conferită de afirmațiile profesorului și arhitectului Grigore Ionescu. Astfel, acesta arată că „oricare au fost materialele și tehnicile de construcţie folosite pentru realizarea feluritelor clădiri, sunt rare cazurile în care meșterii populari să se fi mulţumit numai cu simpla satisfacere a nevoilor materiale impuse de un anume program. Principiul formulat de teoreticienii arhitecturilor majore potrivit căruia o adevărată operă de arhitectură trebuie să aibă un dublu scop: să răspundă întrutotul nevoilor pentru care a fost făcută și, totodată, să insufle plăcere și satisfacţie ochiului și spiritului, […], a fost observat și de meșterii populari" (Ionescu, 1981, 82). Iar Grigore Ionescu argumentează aceste afirmații prin exemplificări de arhitectură specifice, care nu reprezintă un scop al acestei lucrări. Ceea ce doresc să subliniez este faptul că, încă mult înainte de arhitectura modernă, construcțiile în România au fost impregnate de o nevoie de frumos, ce s-a dorit a fi comunicată atât semenilor, cât și oricui avea ocazia să le vadă. Astfel, meșterii populari aveau o intuiție a proporțiilor, un mod de încadrare a clădirii în peisaj, precum și realizarea unor decorațiuni specifice zonei din care proveneau. În acest fel, clădirile căpătau personalitate și transmiteau mai departe un tip de frumusețe care a fost utilizată și amplificată de viitorii arhitecți.

Ceea ce este cu adevărat uimitor, este faptul că „arta decorativă legată de arhitectura populară are un caracter unitar" (Ionescu, 1981, 88), fiind „predominant geometrică" (Ionescu, 1981, 88), dar folosind „și o bogată ornamentație inspirată din natură" (Ionescu, 1981, 88). Acest caracter unitar a fost dublat însă de elemente particulare, specifice, care au determinat o anume originalitate. Prin urmare, regăsim temele referitoare la o arhitectură verde, încă dinainte de perioada modernă a arhitecturii din România. De aceea, este bine să ascultăm lecțiile trecutului, ceea ce ne-a comunicat acesta,

pentru a descifra mai ușor drumul de urmat. Astfel, referitor la curentele și stilurile arhitecturale dezvoltate în România în perioada modernă, arhitectul și profesorul Grigore Ionescu aduce informații interesante. În lucrarea sa *Arhitectura pe teritoriul României de-a lungul veacurilor*, acesta explică contextul economic și social în care a apărut arhitectura modernă în țara noastră. Descompunerea feudalismului și apariția relațiilor de producție capitaliste au determinat intensificarea relațiilor comerciale ale României cu alte țări, mai ales europene, în special cu marile țări europene. Astfel, se constată „o creștere simțitoare a interesului acordat artei profane în detrimentul celei ecleziastice" (Ionescu, 1981, 496). Prin urmare, s-a căutat un nou limbaj de exprimare, corespunzător evoluției societății. Arhitectura modernă românească a utilizat experiența trecutului, în sensul că a dat o formă elementelor populare și ecleziastice. De asemenea, au fost asimilate elemente din alte țări, care au corespuns specificului românesc.

Clasicismul este primul curent modern dezvoltat în România. „Închegarea treptată a procesului de formare a conştiinţei naţionale, ca urmare a dezvoltării economico-sociale a ţărilor române, a fost însoţită de tendinţele burgheziei spre o cultură proprie. Oamenii instruiţi şi artiştii epocii au fost preocupaţi în asimilarea culturii europene contemporane" (Ionescu, 1981, 496). Spre deosebire de baroc, atașat feudalismului, și pornind de la aceeași cultură clasică romană, clasicismul „s-a bazat pe raţiune, pe simplitate, pe sobrietate" (Ionescu, 1981, 496). Pentru a se putea materializa acest nou curent, tradițiile nu mai erau suficiente, era nevoie de restructurare și reînnoire. În acest context, în care cerințele în construcții erau tot mai mari, în România au venit arhitecți, ingineri și meșteri instruiți în țările occidentale. Astfel se explică un număr relativ mare de clădiri construite prin aport străin. Aceștia au realizat diferite clădiri interesante în întreaga țară, iar, pe lângă ei, apar și meșteri locali, dar și personalități ale vieții culturale și artistice românești, precum: Gheorghe Asachi, inginer cu studii la Liov, dar și cu studii de arhitectură, pictură, poezie, etc., Alexandru Costinescu, absolvent al Politehnicii din Viena, precum și alții, cu toții menționați de Grigore Ionescu în lucrarea sa. În final, precizează „numele celui ce poate fi socotit ultimul reprezentant al clasicismului în România, Alexandru Orăscu (1817-1894), a cărui activitate s-a desfăşurat însă în a doua jumătate a veacului XIX" (Ionescu, 1981, 497).

Despre Alexandru Orăscu se poate afirma că a fost un om dedicat atât învățământului, cât și administrației. Ca arhitect, nu a avut prea multe lucrări, dar acestea au fost de calitate. Menționez vechea Universitate din București (construită între 1857-1869), hotelul Bulevard de pe Calea Victoriei și fostul hotel Carol din Constanța.

Ceea ce este important de precizat, în contextul apropierii dintre arhitectură și comunicare, este faptul că, asemenea altor elemente asimilate sau integrate în cultura română, clasicismul nu a apărut ca un corp străin. Grigore Ionescu menționează diferite elemente de arhitectură preluate din antichitate, care existau încă înainte de apariția și răspândirea noului curent.

„Clasicismul a reprezentat, din punct de vedere arhitectural, o reinterpretare a aceleiași arhitecturi clasice, în congruență cu aspirațiile burgheziei, fiind adaptat ca expresie artistică specifică noii clase, adecvate tendințelor acesteia de a-și forma și dezvolta o cultură proprie" (Lăzărescu et al., 1972, 67). Și din acest citat rezultă faptul că arhitectura clasică, importată într-o destul de mare măsură, s-a adaptat și integrat în specificul național. Din acest motiv, multe dintre clădirile românești sunt un amestec de astfel de curente și stiluri.

De aceea, este corect ca, de fiecare dată, să privim în istorie, pentru a înțelege mai bine orice demers actual, inclusiv cel legat de comunicarea prin și pentru arhitectură.

Mai plastic, George Matei Cantacuzino consideră că clasicismul ar fi „o sumă coordonată a experiențelor umane care ar menține individualitatea în hotarele legilor izvorâte din experiență, sau mai bine zis, clasicismul ar fi o stare de echilibru între personalitate și tradiție, o atitudine de seninătate a prezentului între trecutul cunoscut, judecat, înțeles și viitorul intuit, pregătit, provocat" (Cantacuzino, 2003, 54). Această definiție explică și mai adecvat modul în care clasicismul s-a manifestat în România. A avut un spirit liber și, deși a avut mai mulți reprezentanți instruiți în străinătate, nu s-a lăsat sedus de reguli peste reguli și nici de rigiditate. Nu s-a ajuns în România la anticlasicismul lui Bruno Zevi, dar anumite manifestări de nerespectare a regulilor au existat. Exact cum spune Bruno Zevi: „Întotdeauna viața a descompus, a articulat, a adăugat, a remodelat. Delacroix afirma că linia dreaptă nu există. Oamenii de știință spun că simetria nu este o lege a naturii. Tot astfel, clasicismul nu există în arhitectură decât în manualele de la Beaux-Arts și în edificiile care sunt ilustrarea acestora" (Zevi, 2000, 33). Prin urmare, în România, clasicismul în arhitectură s-a manifestat într-un mod aparte, fără a-și nega însă forța și importanța.

Astfel, clasicismul este reprezentat în România de nenumărate clădiri (unele de mare anvergură) și pentru care ar fi perfect îndreptățită o promovare adecvată care, pe lângă că ar fi utilă arhitecților și studenților, ar însemna o creștere semnificativă a potențialului turistic, în multe zone ale țării.

Conform arhitectului și profesorului Grigore Ionescu, în România, clasicismul s-a manifestat la început prin decorarea lăcașurilor de cult, unde s-au adaptat ordinele clasice, deseori chiar la cererea beneficiarilor. În acest

sens, pot fi date ca exemple biserica Sfântul Dumitru, biserica Sfântul Gheorghe Nou, biserica Teiul Doamnei sau Ghica Tei, toate din București, precum și biserica Sfântul Spiridon și biserica Mănăstirii Frumoasa din Iași.

Universitatea veche din Iași (inițial locuință, ulterior palat domnesc) reprezintă o clădire valoroasă construită în stil clasic (1860). De asemenea, fostul palat Cantacuzino-Pașcanu, tot din Iași, merită menționat.

„Ceva mai modest, dar la fel de valoros din punct de vedere al formelor arhitecturale și bine păstrat, ni se prezintă un alt edificiu ieșean cunoscut sub numele de „Palatul de pe ziduri" […], ridicat în anii 1818-1819 în incinta mănăstirii Frumoasa, după desenele arh. Martin Kubelka" (Ionescu, 1981, 509).

O clădire bine conservată, în stil clasic, este reprezentată de fosta casă Crețulescu, de pe strada Fundației nr. 4, care s-a transformat în Muzeul Literaturii Române. O altă casă, dispărută în prezent, a fost cea a marelui logofăt Dinicu Golescu (construită între anii 1812-1815) pe Calea Victoriei, lângă biserica Crețulescu, pe o parte din spațiul pe care se află în prezent Sala Palatului.

Din Moldova, merită menționate fosta casă a marelui vistiernic Alecu Balș, precum și fosta casă a logofătului Vasile Ruset, care este în prezent sediul Muzeului de Științe Naturale.

Din cauza unei întârzieri de reacție, în România a pătruns mai ales, stilul neoclasic, ca o versiune ulterioară, dar și superioară, a stilului clasic. Inspirația s-a aflat din Grecia și Roma antică, ca și în cazul stilului clasic, dar a apărut o combinație de materiale și tehnologii mai moderne.

Conform lui Grigore Ionescu, clădirea cea mai prețioasă în stil neoclasic este Palatul Ghica de pe malul lacului Tei din București (construit în 1822).

Tot în stil neoclasic sunt Palatul din Iași, construit pentru domnitorul Mihail Sturza, precum și Palatul administrativ, tot din Iași, care nu mai există. Ambele au fost construite după planurile arhitectului Mihail Singurov.

În București, mai merită menționat Palatul Știrbei, de pe Calea Victoriei, transformat în muzeu, precum și Teatrul Național din București (construit în perioada 1848-1852, arhitectul fiind Josef Heft din Viena), distrus de bombardamentele din 1944.

În Transilvania, clădiri reprezentative pentru baroc, cu elemente de clasicism, au fost palatele Teleki (construit în perioada 1787-1799, arhitect Josef Leder) și Toldalaghi-Korda (construit între anii 1801-1807, arhitect Carlo Justi), precum și clădirea fostului Colegiu reformat, toate din Cluj-Napoca.

Clasicismul a revigorat elementele estetice și conceptele arhitecturale ale antichității clasice greco-romane. Acest stil a fost adesea

asociat cu ordinele arhitecturale clasice, cum ar fi ordinele dorice, ionice și corintice.

Prezint câteva aspecte legate de promovarea clasicismului în arhitectura românească:

Clasicismul a fost adus în România de către arhitecți și artiști care au studiat în străinătate, în special în Italia și Franța, unde stilul clasic era în vogă. Acești arhitecți au introdus principiile și elementele arhitecturale clasice în construcțiile și designul din România. Prin urmare, influențele străine au avut un rol important în promovarea clasicismului în România.

Un alt rol l-au avut curțile domnești. Promovarea clasicismului a fost adesea susținută de familiile domnitoare și de aristocrația locală, care doreau să îmbrățișeze un stil arhitectural ce sugera rafinament, cultură și conexiuni cu civilizațiile antice. Palatele și clădirile publice din această perioadă prezintă adesea elemente clasiciste.

Arhitectura religioasă a fost, de asemenea, un element important în promovarea clasicismului. Biserici și catedrale au fost construite sau renovate în stil clasic. Aceste structuri au folosit adesea ordine arhitecturale pentru a sublinia simplitatea și proporțiile echilibrate ale stilului clasic.

În orașe, străzi și piețe, elementele clasice au fost folosite pentru a da un aspect ordonat și sobru. Clădirile guvernamentale, instituțiile educaționale și alte structuri publice au fost construite în conformitate cu principiile clasicismului.

Dezvoltarea presei și a publicațiilor dedicate arhitecturii au contribuit la răspândirea ideilor și a tendințelor arhitecturale. Articolele și ilustrațiile din aceste publicații au prezentat exemple de clădiri clasiciste și au promovat stilul printre arhitecți și publicul larg.

Participarea la expoziții și evenimente culturale internaționale a adus arhitecții români în contact cu tendințele și stilurile arhitecturale ale vremii, inclusiv clasicismul.

Este important de menționat că promovarea clasicismului în arhitectură nu a fost o abordare uniformă în toată România și în toate perioadele de timp. Există variații regionale și evoluții specifice în funcție de contextul istoric și cultural.

Romantismul a urmat clasicismului și a apărut la începutul secolului al XIX-lea, având la bază ideile Revoluției din Franța și ca un răspuns dat raționalismului, astfel încât să evidențieze sentimentele, care să devină primordiale rațiunii. „În arhitectură, ca și în celelalte arte romantice, rolul principal în creație a fost atribuit sentimentului și imaginației la care s-a adăugat un gust pronunţat pentru pitoresc şi exotic” (Ionescu, 1981, 531). Caracteristica principală a arhitecturii romantice este frumusețea, considerată ca fiind principal atribut, în detrimentul altora precum utilitatea sau

soliditatea. Având la bază libertatea creației, forma obiectelor arhitecturale a îmbrăcat o varietate de stiluri artistice. Astfel, au rezultat mai multe tipuri de romantism care s-au manifestat în cadrul unor construcții cu rol diferit, precum: locuințe, palate, gări, spitale etc.

Romantismul în arhitectură s-a distins prin faptul că a căutat să exprime emoții, individualitate și legătura cu natura și istoria, în contrast cu simetria și proporțiile rigide ale stilului clasic.

„În Țara Românească primul edificiu important conceput în spiritul unui romantism primar este palatul Suţu din Bucureşti care adăposteşte astăzi Muzeul de istorie a Municipiului Bucureşti, operă a arh. Romad Schwink din jurul anului 1830" (Ionescu, 1981, 531).

Devenit muzeu, Palatul Suțu are privilegiul de a avea o promovare continuă, prin vizitatori și prin conferințele periodice care se țin acolo, pe diferite teme, inclusiv arhitecturale.

Au urmat mai multe palate și locuințe domnești, printre care amintesc palatul domnitorului Alexandru Ioan Cuza din județul Iași, localitatea Ruginoasa. Iar „[…] exemplul tipic cel mai reprezentativ de astfel de arhitectură, ce ni s-a păstrat întreg şi nealterat de refaceri ulterioare, este […] Casa Universitarilor de pe str. Dionisie Lupu din Bucureşti" (Ionescu, 1981, 533). Deși în ultima parte a secolului al XIX-lea romantismul a pierdut mult teren în fața eclectismului, au mai existat totuși câteva construcții notabile de tip romantic, precum Castelul Peleș din Sinaia „construit între anii 1875 şi 1880, exemplu ciudat, mai cu seamă în ce priveşte interiorul, de îmbinări fantastice de elemente gotice, renaştere, baroc" (Ionescu, 1981, 536), restaurantul Caru' cu bere din București (1875) și Palatul Culturii din Iași (începutul secolului al XX-lea, arhitect Ioan Berindei).

Palatul de la Ruginoasa a fost redat publicului, fiind renovat și transformat în muzeu. Promovării acestuia stau mărturie numeroșii vizitatori. Există însă și promovare digitală, realizată prin tururi virtuale.

Ca și în cazul clasicismului, dacă ar fi să luăm în considerare doar construcțiile menționate mai sus, este lesne de înțeles potențialul acestora și, drept consecință imediată, necesitatea unei comunicări și promovări susținute, pentru cunoașterea patrimoniului național.

În continuare, prezint câteva aspecte legate de promovarea romantismului în arhitectura românească, așa cum rezultă din diferite surse istorice consultate (inclusiv revista *Historia*).

Romantismul a fost influențat de mișcările culturale și politice ale epocii, care au promovat identitatea națională și exprimarea sentimentelor individuale. În contextul României secolului al XIX-lea, care se afla sub dominație sau influență străină puternică, romantismul a reprezentat o modalitate de afirmare a valorilor și istoriei naționale.

Arhitecții romantici au fost atrași de natură și au încorporat elemente naturale în proiectele clădirilor. Formele organice, detalii inspirate din lumea vegetală și animale au fost adesea incluse în fațade și decorațiuni.

Romantismul în arhitectură a dus la o combinație și reinterpretare a diferitelor stiluri istorice și regionale. Elemente gotice, medievale, renascentiste și orientale au fost adesea încorporate în clădiri, pentru a exprima individualitatea și a crea un aspect eclectic.

Clădirile romantice au adesea conținut simbolic puternic, legat de istoria, mitologia și cultura națională. Elementele decorative și sculpturile puteau să transmită mesaje și semnificații profunde.

Revistele de arhitectură și expozițiile au avut un rol important în promovarea stilului romantismului. Aceste mijloace de comunicare au prezentat exemple de clădiri romantice și au oferit platforme pentru dezbaterea stilului și a tendințelor arhitecturale.

Urmare a dezvoltării capitalismului și a creșterii volumului de schimburi comerciale, precum și a formării statului român modern, în ultima parte a secolului al XIX-lea, au apărut instituții conforme cu noile necesități, precum ministere, bănci, tribunale etc. De asemenea, ritmul construcțiilor s-a intensificat în România, nu numai în ceea ce privește clădirile, ci și drumurile, podurile etc. Pe acest fond, pătrunde eclectismul, un nou curent, ce are la bază academismul francez. Astfel se explică faptul că o serie de clădiri importante au avut arhitecți francezi sau școliți în Franța. Menționez doar câteva dintre clădirile în stil eclectic construite în București: Banca Națională a României (construită în perioada 1883-1885, arhitecți Cassien Bernard și Albert Galleron), Ateneul Român (construit în perioada 1886-1888, arhitect Albert Galleron), Palatul de Justiție (construit în perioada 1890-1895, arhitect Albert Ballu), Palatul CEC (construit în perioada 1896-1900, arhitect Paul Gottereau), Palatul Poștelor (azi Muzeul Național de Istorie, 1900, arhitect Alexandru Săvulescu). O altă clădire semnificativă aparținând tot unui gen de eclectism (combinație între Beaux-Arts și Rococo) este Palatul Cantacuzino de pe Calea Victoriei din București, construit între anii 1898 și 1906, arhitect fiind Ioan D. Berindei.

Nu cred că mai trebuie menționat impactul tuturor acestor clădiri în arhitectura și istoria Capitalei, precum și necesitatea unei promovări cât mai adecvate, cu mijloace de comunicare modernă.

Și în alte orașe importante din țară s-au construit clădiri în stil eclectic, precum Universitatea din Craiova (1890, arhitect Ion Socolescu, inițial a fost Palatul de Justiție). Stilul Art Nouveau s-a manifestat în România prin clădiri precum Cazinoul din Constanța (arhitect Daniel Renard), Cazinoul din Sinaia (arhitect Petre Antonescu). Pentru a înțelege caracterul vizionar al arhitecților români, îl citez pe profesorul Sorin Vasilescu: „Locul

de naștere al Art Nouveau-ului este Belgia, deși operele lui Ion Mincu au, cu un deceniu înainte, caracteristici similare noului stil" (Vasilescu, 1989, 108).

Stilurile arhitecturale au fost prezente și în paginile ziarelor și revistelor de specialitate, care au reflectat tendințele arhitecturale ale vremii. De exemplu, revista *Arhitectura*, fondată în 1906 și dedicată arhitecturii și artelor vizuale, a promovat diferite stiluri arhitecturale prin articole, ilustrații și exemple de clădiri, revistă care apare și în prezent.

Almanahul arhitectural al Asociației Arhitecților din România este publicație care a apărut din anul 1905 și a avut rolul de a prezenta realizările și tendințele arhitecturale ale epocii, promovând o varietate de stiluri. O altă revistă apărută în perioada interbelică este *Arhitectura și industria*, revistă care a dezvoltat subiecte variate, inclusiv stilurile arhitecturale. De asemenea, *Revista Societății Arhitecților și a Inginerilor din România*, publicată începând cu 1906, a reflectat dezvoltările din domeniul arhitecturii și ingineriei din țară.

Literatorul, revistă literară și culturală importantă în România la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea care, deși a avut un accent principal pe literatură și cultură, totuși a menționat și a discutat și tendințele și evoluțiile din arhitectură. Tot în acest sens, *Convorbiri Literare*, revistă dedicată literaturii și culturii în general, a abordat adesea subiecte legate de dezvoltările artistice și arhitecturale ale vremii.

Ultima parte a secolului al XIX-lea și primele două decenii din secolul XX au fost însă dominate de afirmarea specificului național. „Curentul cel mai interesant […] şi care a însemnat un pas înainte pe drumul eliberării de sub tutela atotputernică a academismului Şcolii de Belle-Arte din Paris, a fost acela care a avut la bază afirmarea specificului naţional în artă" (Ionescu, 1981, 548). Iar reprezentantul cel mai important al acestui curent a fost arhitectul Ion Mincu. Dacă amintesc doar de casa Lahovary, Bufetul de la șosea (actualul restaurant Doina), Casa Vernescu sau Școala Centrală și este deja suficient pentru a înțelege modul în care Ion Mincu a ridicat arhitectura populară la rang de arhitectură modernă. Prin el, arhitectura românească capătă dimensiunea de arhitectură națională.

Ion Mincu este considerat părintele arhitecturii românești datorită contribuțiilor sale semnificative la promovarea stilului neoromânesc, prin care a căutat să recreeze motivele și elementele arhitecturale tradiționale românești într-un context modern, promovând folosirea acestor elemente, precum arcadele, frescele, motivele decorative inspirate de folclor, dar și materialele locale, punând accent pe identitatea națională în arhitectură.

Ion Mincu a îmbinat elemente din arhitectura rurală (de unde preia foișorul și cerdacul), din arhitectura veche românească (de unde preia

ornamentația exterioară bogată și coloanele scurte) și din arhitectura bisericească (de unde preia planimetria curții interioare și stucatura).

După absolvirea Școlii Naționale de Poduri și Șosele din București, Ion Mincu a studiat la École des Beaux-Arts din Paris (în perioada 1877-1884), a obținut premiul Societății Centrale a Arhitecților Francezi, fiind influențat de stilurile arhitecturale franceze și europene ale vremii. După întoarcerea în țară, a început să lucreze la diverse proiecte, în special clădiri publice și instituționale.

În principal, promovarea lui Ion Mincu a reprezentat o urmare firească a ceea ce a realizat. De asemenea, fiind profesor la Școala Superioară de Arhitectură (în prezent actuala Universitate de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu"), a avut o tribună importantă de afirmare a ideilor și concepțiilor sale arhitecturale, un mod elevat de promovare. S-a implicat în afirmarea statutului profesional al arhitecților români, fiind membru și ulterior președinte al Societății Arhitecților Români din anul 1903 și până în anul 1912, când a decedat.

Ion Mincu a lăsat o amprentă semnificativă asupra arhitecturii și culturii românești, influențând generații de arhitecți și continuând să fie o sursă de inspirație. Spre exemplu, arhitecții Petre Antonescu și Nicolae Ghica-Budești au fost puternic influențați de opera sa. Casa memorială Ion Mincu din București a fost transformată într-un muzeu, prin intermediul căruia opera și ideile sale sunt promovate și devin cunoscute de noile generații.

În perioada în care Ion Mincu a trăit și a activat, promovarea sa și a lucrărilor sale au avut loc prin intermediul unor reviste, ziare și publicații culturale ale vremii. Aceste surse media au jucat un rol important în difuzarea informațiilor despre contribuțiile sale în domeniul arhitecturii și ale educației artistice. Deși nu am acces direct la arhivele acelor publicații, pot să menționez câteva exemple de astfel de surse din acea perioadă: *Arhitectură și Construcții*, o publicație dedicată arhitecturii, construcțiilor și ingineriei din România, un mediu potrivit pentru promovarea muncii lui Ion Mincu și a altor arhitecți contemporani. În paginile acesteia, s-au prezentat proiecte, articole teoretice și dezbateri relevante din lumea arhitecturii. *Arhitectul Român* este o revistă de arhitectură în care au fost prezentate multe dintre lucrările lui Ion Mincu și ale altor arhitecți importanți, aceasta oferind un mediu pentru discuții despre tendințele arhitecturale, inovații și evoluția disciplinei.

În paginile ziarelor vremii, s-au publicat articole despre inaugurări de clădiri proiectate de Ion Mincu, precum și despre contribuțiile sale în domeniul educației artistice. Evenimente precum deschiderea Ateneului Român sau alte proiecte majore au fost adesea subiecte de interes public.

Diverse reviste și publicații culturale ale epocii au inclus articole despre viața și activitatea lui Ion Mincu, examinând impactul său asupra arhitecturii și societății românești. În unele cazuri, s-au realizat broșuri sau albume care au prezentat în detaliu proiectele semnificative ale lui Ion Mincu, oferind informații tehnice și imagini ilustrative. Aceste surse de informații au contribuit la promovarea și cunoașterea lucrărilor lui Ion Mincu în epoca sa. De-a lungul timpului, această influență și notorietate s-au menținut, iar acum el este recunoscut ca fiind una dintre figurile cheie ale arhitecturii românești. Ion Mincu rămâne un nume important în istoria arhitecturii românești, reprezentând atât o autoritate în arhitectură, cât și un educator dedicat dezvoltării talentelor artistice și arhitecturale din România.

Un arhitect modern deosebit, prin forța compoziției, eleganța liniilor și utilizarea celor mai noi materiale din timpul său, a fost Horia Creangă. Dincolo de înrudirea sa cu literatura, fiind nepotul scriitorului-povestitor Ion Creangă, acesta domină arhitectura modernă din România din perioada interbelică. Conform monografiei ce îi este dedicată, Horia Creangă rămâne un model pentru practicile de arhitectură din zilele noastre, fiind semnatarul a peste 70 de proiecte, care au dat o definiție nouă mai ales Bucureștiului, aducându-l în secolul al XX-lea. Voi face o scurtă incursiune printre cele mai importante proiecte ale sale, nu înainte însă de a remarca faptul că însăși monografia menționată reprezintă, în afară de prețuire și recurs la memorie, un important mod de promovare, de cunoaștere și chiar un veritabil act de cultură.

Blocul Patria din București, cunoscut în epocă drept blocul Aro, realizat cu structură de beton armat, ceea ce era o noutate la acea vreme, finalizat în 1931, este opera lui Horia Creangă. În acest bloc de locuințe, apartamentele erau proiectate în așa fel încât locuirea să se petreacă în jurul camerei de zi, iar compartimentarea să fie flexibilă. Aceste inovații au condus la schimbarea mentalității oamenilor în ceea ce privește modul de a locui. Halele Obor, Uzinele Malaxa (ulterior 23 August și apoi Faur), Teatrul Giulești, Teatrul Bulandra-Sala Toma Caragiu, Restaurantul Pescăruș din Parcul Herăstrău, precum și numeroase vile moderne, toate acestea i le datorăm lui Horia Creangă. Hotelul Aro din Brașov, Palatul Cultural din Cernăuți, stadioane, școli fac parte din opera sa.

Cu Horia Creangă și promovarea, evidențierea, publicitatea au fost mai generoase. Spre exemplu, ca un element inedit, există o hartă interactivă a Bucureștiului, cu ajutorul căreia te poți plimba și vizita virtual cele mai importante clădiri pe care le-a proiectat. La împlinirea a o sută de ani de la nașterea lui Horia Creangă, s-a realizat o expoziție centenară, la care au lucrat și autorii monografiei menționate. Această expoziție a avut un succes mare, ceea ce arată că interesul publicului, mai mult sau mai puțin avizat, pentru

arhitectură, pentru istoria acesteia și pentru conservarea patrimoniului, este unul real. De fapt, aceste expoziții, monografii, articole din reviste reprezintă, pe lângă interesul de a cunoaște, și semnale de alarmă în vederea conservării clădirilor importante și deosebite ale orașului. Din păcate, multe din clădirile lui Horia Creangă ar trebui consolidate, restaurate, astfel încât să rămână vii și pentru generațiile ce vor urma. Mai există însă o problemă. Și restaurarea, consolidarea trebuie făcute cu un profesionalism responsabil, pentru a nu le denatura imaginea inițială sau a nu le deteriora și mai mult.

De fapt, monografia realizată în 2019 a fost o continuare a catalogului critic din 1992 care, la rândul lui, a fost o continuare a lucrării primului monograf al lui Horia Creangă, arhitectul Radu Patrulius. În anul 2019 s-a celebrat centenarul Bauhaus, un centenar al modernismului, iar autorii monografiei au considerat că este oportună readucerea lui Horia Creangă în actualitate, penttu a arăta însuși modul în care acesta se autodefinește și, într-un fel, își prezintă crezul său referitor la arhitectură. Arhitectul Horia Creangă a fost prezent într-o serie de reviste de specialitate, iar articole despre opera sa apar în continuare în diverse publicații.

Un alt arhitect modern remarcabil a fost Duiliu Marcu. Pe lângă prodigioasa activitate de arhitect, în perioada 1929-1957, Duiliu Marcu a fost profesor la Academia de Arhitectură, astăzi Universitatea de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu". În perioada 1953-1966 a fost președintele Uniunii Arhitecților din România, iar din anul 1955 este membru plin al Academiei Române.

Profesorul Gheorghe Curinschi Vorona ne furnizează câteva informații referitoare la cursul de istorie universală a arhitecturii, predat de profesorul Duiliu Marcu în perioada 1929-1944. Structurarea și orientarea acestui curs au fost influențate de lucrările pe teme comparatiste ale istoricului Francois Benoit, profesor de istoria artelor la Universitatea din Lille. Cursul predat a reprezentat o modalitate de comunicare a ideilor sale.

Duiliu Marcu a subordonat formalul umanului, în antiteză cu Le Corbusier, care a procedat invers și ale cărui clădiri, mai ales locuințe, nu sunt umane, nu intră în obișnuința oamenilor. Pentru a reveni la comunicare, pot afirma că Duiliu Marcu este scânteia care inițiază reacția. O reacție care se propagă și acum și care va continua, modelându-se și metamorfozâdu-se, conform evoluției, dar care va rămâne o linie clară de comunicare pentru prezent și viitor. Duiliu Marcu a creat o arhitectură agreabilă, care s-a adaptat condițiilor din România. A profitat însă de acuratețea liniilor moderniste, ținând cont, totodată, de seva internă, de *pattern*-ul cultural autohton. A reușit să combine liniile mari, moderniste, cu detalii de piatră etc., cu elemente locale. Spre deosebire de Petre Antonescu, adept al clasicismului, Duiliu Marcu a fost receptiv la linia vremii, fiind maleabil în același timp. A modelat

imaginea Bucureștiului, clădirile sale devenind emblema locului în care se află. A combinat elegantul cu utilul, inovația cu tradiția.

Cariera de arhitect a lui Duiliu Marcu cuprinde trei etape: arhitectura clasică, influențată de modelul francez, arhitectura neoromânească (brâncovenească) și arhitectura modernă. O serie dintre informațiile care urmează sunt preluate din lucrarea *Duiliu Marcu-Semicentenar*-1966-2016.

Prima perioadă din cariera lui Duiliu Marcu, între anii 1912-1925, cea a academismului francez, este influențată de studiile urmate la Paris. În perioada 1912-1913, a colaborat cu Nicolae Ghica-Budești la extinderea Universității din București, aceasta fiind prima sa activitate profesională. Universitatea din București este cea mai veche construcție românească, realizată de un arhitect român cu studii superioare la Berlin, Alexandru Orăscu. Astfel, Duiliu Marcu a avut șansa de a contribui la realizarea primei clădiri publice ce deschide epoca modernismului în România. În perioada clasică, Duiliu Marcu a realizat mai multe lucrări, precum: casa Iulian Vrăbiescu, Craiova, 1913- 1915, Casa Tudor Mărăscu, Craiova, 1914-1915, Catedrala Madona Dudu din Craiova, proiect de execuție - construită de arhitectul I. D. Traianescu pe fundațiile din proiectul lui Duiliu Marcu, 1914-1915; casa ing. Constantin M. Vasilescu, București (astăzi sediul Aeroclubului României), bd. Lascăr Catargiu, nr. 54, 1915-1916 și 1920-1925, casa Sevastia Ilie Săbăreanu, București, bd. Regina Maria, nr. 52-54, 1916-1919, casa doctor Anton Dobrovici, București, bd. Lascăr Catargiu, nr. 40, 1919 și 1922-1925, proprietatea A. Gusti, București, Parcul Ioanid, 1912, casa Ilie Săbăreanu, București, Parcul Ioanid, proiect, 1913 și casa N. Titulescu, București, șos. Kiseleff, nr. 35, proiect, 1914-1916.

A doua perioadă din cariera lui Duiliu Marcu, care ajunge până în anul 1930, este perioada arhitecturii de tradiție, neoromânească. Pentru a dezvolta această arhitectură, Duiliu Marcu identifică influențele bizantine și caută originile artei feudale românești, mergând în acest sens în diferite locuri din țară, din Oltenia până în Moldova, la mănăstiri. Deși era foarte talentat la desen și acest lucru îi conferea ușurință în a realiza elemente decorative, totuși, își dă seama că este adeptul unei arhitecturi simple, marcată de justețea proporțiilor, după cum el însuși mărturisește. Acestea sunt elemente care anunță trecerea la arhitectura modernistă, care îi va marca restul vieții.

Unele dintre lucrările realizate în perioada arhitecturii de tradiție fac deja trecerea spre arhitectura modernistă, căreia i se va dedica Duiliu Marcu în continuare.

„Preocuparea mea de a găsi soluții originale românești, de a lua din arhitectura clasică numai claritatea, simplitatea, ponderea, euritmia, proporțiile, meticulozitatea studiilor de detaliu, precizia execuției [...] au constituit pentru mine o linie de conduită, un crez care mi-a servit ca îndreptar

în întreaga mea activitate. Iată în ce împrejurări am încercat să creez" (Marcu, 1960, 21).

Câteva lucrări din creația lui Duiliu Marcu din perioada de tradiție (stilul neoromânesc interbelic) sunt: imobil din București, str. Sf. Apostoli, nr. 11 – demolat în anii '80, 1922-1923, casa Procopie-Dumitrescu, București, str. Batiștei, nr. 35, 1922, casa Marie și Ion Pillat, București, str. Gogu Cantacuzino, transformare, 1922, casa doamnei Adina Vasilescu, București, str. Pompiliu Eliade, transformare, 1922, Școala Politehnică din Timișoara – Pavilionul de Mecanică, cămin studențesc și cantină, 1923-1926-1931, 1928 - Pavilionul României la Expoziția Internațională de la Barcelona, 1929, proprietatea George Ionescu (socrul arhitectului), București, str. Gogu Cantacuzino, nr. 65, după naționalizare Ambasada Ungariei – la parter era biroul lui Duiliu Marcu, 1920, Piața Centrală la Costinești - proiect, 1930. Enumerarea de mai sus reprezintă doar o parte din activitatea lui Duiliu Marcu în perioada de tradiție.

A treia perioadă din cariera lui Duiliu Marcu este cea referitoare la arhitectură modernă. Astfel, acesta renunță la arcele eliptice și la logiile utilizate la edificiile anterioare, iar interioarele devin total moderne, cu influențe Art Déco. Deși până în anul 1930, Duiliu Marcu realizase deja lucrări importante și valoroase, care s-au bucurat de mult succes, a simțit nevoia unei schimbări de abordare, iar aceasta s-a materializat în modernism, adaptat însă specificului României. Această nouă viziune a sa în ceea ce privește abordarea arhitecturii poate fi comparată, pe alocuri, cu arhitectura promovată de Benito Mussolini, în Italia. Duiliu Marcu a devenit principala personalitate a curentului modernist în România. El însuși explică această opțiune: „Pe baza experienței acumulate în activitatea dintre 1912 și 1930, examinându-mi poziția față de cele două curente (clasic și de tradiție), am înțeles că nu mergeam pe drumul cel mai bun și că trebuia să-mi modific radical concepția despre arhitectura noastră. [...] Arhitectura trecutului aparținea trecutului, prezentul cerea altceva de la arhitecți. [...] Pentru aceste motive, încă de la 1930 am căutat drumul spre o arhitectură românească modernă pe care am încercat să o îmbrac în forme cât mai originale" (UAR, Duiliu Marcu semicentenar, 2016). În etapa modernistă a carierei sale, Duiliu Marcu abordează o varietate de programe, precum clădiri publice, birouri, apartamente, locuințe și pavilioane expoziționale. Iată câteva dintre lucrările sale: imobilul de locuințe al Societății „Mica" (Ion Gigurtu), București, Calea Victoriei, nr. 61-63, 1934, Blocul Nestor (cofetăria Nestor la parter și biroul arhitectului Duiliu Marcu dispărut la cutremurul din 1977), 1932, casa ing. Constantin Bușilă, București, Aleea Modrogan, nr. 1, 1932-1933, Vila profesor Pogoneanu, Sinaia, 1933, centru alimentar Buzău (piață), 1934-1936, Teatrul orașului Timișoara, Piața Operei, fațadele - faza a doua, 1934-

1936, Palatul Ministerului Transporturilor; colaborator principal arh. Șt. Călugăreanu, 1934-1937, Casa Autonomă a Monopolurilor Statului, Calea Victoriei, nr. 150, 1934-1941, casa ing. Luca Bădescu, București, bd. Aviatorilor, 1934, casa profesor Mircea Djuvara, București, str. Sofia, nr. 14, 1934-1935, Biblioteca Academiei – Săli de lectură și birouri, București, Calea Victoriei, 1936-1937-1938, Gara regală de la București-Mogoșoaia, 1937-1938, Gara regală de la Sinaia, 1937-1938, Ministerul Afacerilor Străine - Palatul Victoria, 1937-1944-1952. Acestora li se adaugă multe altele.

Duiliu Marcu a mai fost supranumit arhitect al detaliilor. Arhitectului și profesorului Sorin Vasilescu nu-i scapă acest lucru: „De la clanță până la rezolvarea din punct de vedere urban, totul trebuie să fie stăpânit de arhitect. În sensul acesta, putem spune că a fost un arhitect al detaliului. Deci a știut să proporționeze volumele de zeci de metri ale construcțiilor sale și pe urmă a știut să meargă până la un detaliu de lambriu, de pardoseală, de clanță sau de cheie" (http://arhivadearhitectura.ro/arhitecti/duiliu-marcu/).

Arhitectul Duiliu Marcu a reușit să perfecționeze detaliul dând o mare importanță supravegherii șantierului. Deși a fost profesor și teoretician, a îmbinat aceste abilități cu activitatea practică, lucru deosebit de util în comunicarea cu studenții săi, pentru formarea acestora. Duiliu Marcu explică importanța șantierului: „Orice șantier trebuie tratat ca un copil. Întâi îl certi, îl asupresti, îl educi, apoi îl lauzi și iarăși îl chinuiești" (Oprea, Adrian, Duiliu Marcu 1885-1966 – revista Arhitectura, nr. 4/ 86, București, p. 62).

Având astfel de criterii, își alegea cu mare atenție meșterii și îi supraveghea pentru a se asigura de calitatea lucrărilor. Rezultatul se vede în detaliile de interior, realizate cu mult profesionalism și care au trecut proba timpului, întrucât le putem admira și astăzi, după o sută de ani. Prin urmare, opera lui Duiliu Marcu nu ar fi putut fi realizată și nici înțeleasă fără a se lua în considerare importanța șantierului.

Datorită calităților sale de arhitect și profesor, dar și pentru realizările și talentul său, Duiliu Marcu a fost prezentat și promovat în reviste de arhitectură, precum și în lucrarea emisă de Uniunea Arhitecților din România, cu ocazia semicentenarului. Acesta se bucură de o popularitate semnificativă și în mediul online, nu doar în ceea ce privește opera sa. Pe rețelele sociale, îl regăsim pe blogul și pe pagina create special în memoria sa. În același timp, Muzeul Școlii de Arhitectură îl amintește în mai multe postări și îl omagiază și în expoziția proprie. De menționat este și faptul că s-au organizat evenimente în onoarea sa, postate pe *Facebook*, promovate.

„Voi fi reușit oare? Eu pot să declar [...] că sunt departe de a fi fost întotdeauna mulțumit de ceea ce am realizat" (Marcu, 1960, 24). Aceste

cuvinte arată caracterul și determinarea lui Duiliu Marcu de a fi mereu mai bun, mai performant.

Un alt arhitect renumit pentru contribuțiile sale la dezvoltarea arhitecturii în România a fost Petre Antonescu. A studiat la Paris, de unde a preluat din stilul Art Nouveau, după care a fost mai ales adeptul stilului neoromânesc. A proiectat numeroase clădiri și ansambluri arhitecturale de referință atât în București, cât și în alte orașe ale țării.

Îl descrie, plastic și concis, profesorul și arhitectul Grigore Ionescu: „Purtător al mesajului generaţiei sale, care era acela al afirmării existenţei unei arhitecturi româneşti, Petre Antonescu s-a distins în această direcţie activând pe trei planuri conjugate: în învăţământ, în domeniul conservării şi restaurării monumentelor şi în arhitectură. Ca profesor, predînd istoria arhitecturii, şi-a început activitatea îndată după înapoierea sa de la studii, în 1900. Foarte activ în practica arhitecturii, Petre Antonescu a găsit în profesorat un cîmp deschis de experienţe, foarte potrivit nevoii sale de a se dărui acelora care, ca şi dînsul, aspirau să păşească spre culmile artei alese" (Ionescu, 1981, 554). Din această descriere rezultă că arhitectul Petre Antonescu, pe lângă activitatea sa de arhitect, a fost un profesor care și-a expus ideile în fața studenților, găsind astfel o metodă eficientă de promovare. În plus, opera sa este o bună dovadă în acest sens. Dintre cele mai importante lucrări ale sale, se disting: Palatul Primăriei din București (1906- 1910), Palatul Administrativ din Craiova (1912-1913), Banca Marmorosch-Blank (1915-1923), Cazinoul din Sinaia, Palatul de Justiție din Buzău, Palatul de Justiție din Brăila, casele Oprea Soare, Constantin I.C. Brătianu, Dinu Lipatti (toate din București). La acestea se pot adăuga numeroase alte lucrări, precum și restaurări, Petre Antonescu fiind arhitect șef și ulterior membru al Comisiunii monumentelor istorice. În această calitate, are meritul de a fi organizat tehnica de restaurare pe baze științifice. Totodată, Petre Antonescu a reușit să adapteze formele vechii arhitecturi românești la clădiri de mari dimensiuni.

Contribuția lui Petre Antonescu la arhitectura românească a avut un impact semnificativ asupra evoluției stilurilor arhitecturale din țara noastră și a lăsat o amprentă importantă în patrimoniul cultural al țării. Petre Antonescu a fost prezent în expoziții de arhitectură, ceea ce a contribuit la promovarea sa în rândul publicului larg și al comunității artistice. Faptul că a fost implicat în proiectarea unor clădiri publice importante, bancare și administrative, i-au conferit legitimare și recunoaștere din partea instituțiilor guvernamentale și financiare. În ansamblu, succesul și promovarea arhitectului Petre Antonescu, în epoca sa, au fost rezultatul unui amestec fericit de talent, implicare în proiecte relevante, colaborări, conexiuni sociale și context

artistic favorabil. Și în zilele noastre, s-au organizat expoziții cu lucrările sale, cu moștenirea sa arhitecturală semnificativă.

Trebuie să subliniez că, așa cum am mai arătat și în cazul altor arhitecți, opera lui Petre Antonescu este o parte importantă a patrimoniului național, de aceea este necesar să fie îngrijită, restaurată, renovată. În anul 2023 s-au împlinit 150 de ani de la nașterea arhitectului Petre Antonescu, prilej cu care au avut și vor mai avea loc evenimente culturale dedicate acestei aniversări. Iată afișul evenimentului care a avut loc în anul 2023 la Casa Artelor Dinu Lipatti, opera lui Petre Antonescu din anul 1902.



Istoria arhitecturii cuprinde mulți alți arhitecți importanți, care au fost promovați în primul rând prin ceea ce au realizat, dar și în publicații de specialitate, reviste, cărți, expoziții etc.

Printre aceștia îi menționez pe Marcel Iancu, Nicolae Cucu, Octav Doicescu, Ion Socolescu, Horia Maicu, Ascanio Damian, Romeo Belea. Lor

li se alătură mulți alții, unii poate chiar anonimi, dar care au contribuit, prin efortul lor, la mersul înainte al arhitecturii.

Referitor la arhitectura românească, din cele prezentate rezultă că există un patrimoniu remarcabil, care poate fi promovat în diverse moduri.

Promovarea poate fi realizată prin articole de specialitate. Publicațiile de arhitectură pot scoate la lumină articole detaliate despre clădiri, ansambluri arhitecturale sau proiecte recente, remarcabile, din România. Aceste articole ar trebui să ofere informații despre contextul istoric și cultural, designul arhitectural și semnificația clădirilor respective. De asemenea, sunt utile reportajele fotografice. Imaginile de calitate ale clădirilor, peisajelor urbane și proiectelor arhitecturale pot fi prezente în reviste și ziare, oferind cititorilor ocazia de a vizualiza frumusețea și diversitatea arhitecturii românești.

Interviurile cu arhitecți români de succes pot oferi o perspectivă în profunzime asupra gândirii creative, inspirațiilor și abordărilor acestora în proiectarea clădirilor. Aceste interviuri pot fi publicate în reviste sau în secțiuni speciale ale ziarelor.

Publicarea recenziilor sau articolelor despre expoziții, conferințe și evenimente legate de arhitectură din România poate promova conștientizarea și participarea la astfel de activități culturale și profesionale.

Comparațiile între arhitectura românească și cea din alte țări pot pune în valoare caracteristicile unice ale arhitecturii românești și pot ilustra modul în care aceasta se încadrează în contextul global.

Reviste de călătorii sau de *lifestyle* pot prezenta călătorii tematice în diverse orașe și regiuni ale României, evidențiind obiectivele arhitecturale remarcabile și oferind cititorilor sugestii pentru explorarea patrimoniului arhitectural.

Și nu în ultimul rând, implicarea arhitecților, istoricilor de artă și experților în crearea de conținut pentru publicații poate asigura furnizarea de informații precise și bine fundamentate.

Promovarea arhitecturii românești poate contribui la conștientizarea și aprecierea bogăției patrimoniului arhitectural al țării, aducând în prim-plan realizările arhitecților și frumusețea clădirilor lor.

6. Arhitectura comparată

Arhitectura poate fi abordată și într-o manieră comparată. Arhitectul și profesorul Gheorghe Curinschi-Vorona, în lucrarea sa *Introducere în arhitectura comparată*, consideră comparatismul o metodă științifică ce constă în studiul unui domeniu într-un mod comparat. La originea arhitecturii comparate se află literatura comparată, care are aceleași principii. În arhitectură, dar nu numai, înseamnă analiza elementelor înrudite. Scopul comparației este cel al unei mai bune înțelegeri a unui nou element apărut. Prin comparație, se evidențiază atât asemănările dintre două sau mai multe elemente, culturi etc., dar și deosebirile.

Un reprezentant important al arhitecturii comparate este Bannister Fletcher, arhitect, profesor și istoric de arhitectură britanic, cunoscut mai ales pentru o amplă lucrare și anume *A History of Architecture on the Comparative Method* (Bannister,1905). Această lucrare a fost scrisă împreună cu fiul său, Bannister F. Fletcher, de asemenea arhitect. Lucrarea descrie evoluția arhitecturii, plecând de la premisa că există o serie de influențe care au determinat dezvoltarea acesteia. Influențele respective sunt: geografice, geologice, climatice, religioase, social-politice și istorice. Astfel, toate acestea au influențat arhitectura în ceea ce privește planurile, zidurile, deschiderile, acoperișurile, coloanele, ornamentele. Bannister Fletcher are o viziune unitară asupra arhitecturii tocmai datorită faptului că o analizează prin metoda comparată. Astfel, diferențele dintre arhitecturi sunt explicabile prin aceste influențe determinante.

Lucrarea lui Bannister Fletcher dezvoltă amplu arhitectura istorică, așa cum o numește el, și care este reprezentată de arhitectura greacă, romană, a creștinismului timpuriu, apoi romanică, gotică, renascentistă. Sunt analizate și comparate clădiri civile, catedrale, biserici, mănăstiri etc. din toată Europa, chiar din diferitele zone ale aceleiași țări, precum și din Statele Unite ale Americii.

În partea a doua, se ocupă de stilurile neistorice (denumite de el astfel), precum cel chinez, japonez, indian și vechea arhitectură americană (din Mexic). De asemenea, acordă o mare importanță stilului saracenic, folosit mai ales de arhitecții britanici din India, la sfârșitul secolului al XIX-lea. Acest stil a mai fost folosit în Siria, Persia, Turcia.

Această incursiune prin arhitectura lumii este realizată prin prisma influențelor și prin compararea elementelor arhitecturale menționate mai sus. Pentru exemplificare, voi prezenta o comparație între Franța și Italia, în perioada renascentistă.

Italia renascentistă reprezenta întoarcerea la formele clasice, apariția unei mari varietăți de elemente arhitecturale revitalizate, ridicarea de palate

pentru regi, papi în orașe precum Roma, Florența și Veneția, dispoziții clasice severe, puritate mai mare a detaliilor sculptate și a elementelor ornamentale, prezente mai mult pe fațadă (ca influență a Romei antice). Principalele construcții realizate: biserici și palate.

În Franța renascentistă a existat o perioadă de tranziție în care detaliile renascentiste au fost îmbinate cu forme gotice, s-au construit în special palate pentru regi și nobili, influența Romei fiind mai puțin evidentă, parțial datorită distanței față de centrul mișcării Renașterii. Un castel de țară este vizibil din toate părțile, de aceea fiecare fațadă are importanța sa.

Motivul pentru care l-am menționat pe Bannister Fletcher și metoda sa comparată este acela de a sublinia faptul că și în promovare, în comunicare, trebuie să se țină seama de influențe, de diferențe și să se facă mereu comparații, pentru a vedea mai bine și mai corect un ansamblu. Mi-a plăcut mult un citat din cartea lui Bannister Fletcher: „Architecture is the printing press of all ages, and gives a history of the state of society in which it was errected (Morgan)" (Bannister,1905, 559).

Revenind la arhitectul și profesorul Gheorghe Curinschi-Vorona, acesta arată că, în orice istorie, și în arhitectură, cronologia are un rol important. Astfel, prin cronologie se refac elementele arhitecturale, pornind de la sursele primare, cum este locuința populară. Totodată, locuința populară devine principala sursă internă, furnizând arhitecturii culte „formule înzestrate cu potențial genetic, în măsură de a fi transfigurate sub aspectul scării, generatoare de soluții monumentale" (Curinschi, 1991, 31). Accentuând ideea, Gheorghe Curinschi Vorona precizează că „relațiile genetice conferă arhitecturilor o anumită identitate" (Curinschi, 1991, 36).

Ceea ce adaugă valoare surselor primare, genetice sunt influențele, care reprezintă surse dobândite. Precum în teoriile comunicării, autorul definește termenii de emițător și receptor, prin care se exprimă evoluția relațiilor de contact dintre arhitecturi. Prin urmare, doi termeni de comunicare devin definitorii în explicarea evoluției arhitecturii. Transferul de informație de la emițător la receptor sau invers, se face direct sau indirect, prin intermediul unor personalități sau școli de gândire, curente, stiluri. Uneori însă, în artă, în general, și în arhitectură, în mod particular, este dificil să trasezi o graniță între sursă și influență, deoarece uneori influențele apar în etape, se suprapun peste sursă sau au un caracter spontan, necontrolat. Dar, oricum ar fi și s-ar manifesta, „sursele și influențele îndeplinesc funcțiile tradiției" (Curinschi, 1991, 36). Tradiția, în sensul larg al cuvântului, așa cum precizează și autorul, poate fi populară sau cultă, poate să reprezinte mediul intern sau internațional, dar reprezintă „un patrimoniu istoric arhitectural care-și păstrează energia informațională" (Curinschi, 1991, 36). Pentru o înțelegere mai bună a modului în care poate interveni comunicarea în

domeniul arhitecturii, este necesar să vedem comportamentul emițătorului și receptorului în diverse situații. Comparatismul, în general, nu izolează ceea ce studiază, într-un anumit moment, de mediul social. Emițătorul și receptorul sunt legați între ei printr-o serie de relații economice, politice, spirituale etc. Astfel, între cei doi factori pot exista relații de acceptare reciprocă și de încercare de acumulare, dar poate exista și rezistența la influențe, mai ales când emițătorul își impune brutal acest lucru. Receptorul poate înțelege atunci că este o obligație, pe care nu acceptă să o respecte sau, mai rău, o impunere forțată (de exemplu, în cazul statelor expansioniste, care au impus, de multe ori, cu forța, cultura respectivă).

Gheorghe Curinschi Vorona conchide plastic: „Istoria universală a arhitecturii apare ca un vast proces al rezistențelor, de respingere sau de preluare și asimilare a influențelor" (Curinschi, 1991, 40). Istoria arhitecturii, conform lui Gheorghe Curinschi Vorona, a apărut din nevoia de a utiliza experiențele anterioare în prezent. Din acest motiv, arhitectura contemporană include elemente tradiționale, alături de elemente noi, avangardiste. În acest mod, arhitectul comunică cu trecutul. Este o comunicare în timp, la fel de importantă însă, pentru cristalizarea mesajului său. Este, în același timp, o comparație, voită sau nu. Astfel, „[…] istoria arhitecturii cultivă, pe de o parte, interesul și respectul față de patrimoniul cultural al trecutului și învățămintele sale, pe de altă parte, stimulează situarea arhitectului pe tărâmul contemporaneității" (Curinschi, 1991, 48).

Trecând prin locuința populară, considerată sursă primară, prin influențe, surse dobândite și explicarea evoluției relațiilor de contact dintre arhitecturi cu ajutorul unor termeni de comunicare, emițător și receptor, prin tradiție și patrimoniu, dar și prin influența rezistențelor în istoria arhitecturii, Gheorghe Curinschi-Vorona ajunge la surse și geneză, considerate două elemente importante în istoria comparatistă. „Studiul genezei arhitecturilor și al relațiilor genetice dintre arhitecturi constituie una dintre temele predilecte ale comparatismului" (Curinschi, 1991, 52). Astfel, aceste studii reprezintă o modalitate de evidențiere a legilor comune ale evoluției, precum și anumite constante care acoperă părțile lipsă pentru ca, în final, să se ajungă la „descoperirea unui strămoș comun" (Curinschi, 1991,52). Se poate face o paralelă cu antropologia, care, la rândul ei, caută civilizații dispărute, verigile lipsă din evoluția omului și, prin găsirea strămoșilor, poate explica evoluția umanității.

Gheorghe Curinschi-Vorona consideră arhitectura „un fenomen complex a cărui geneză reprezintă momentul trecerii de la simpla construcție la obiectele estetice și apoi artistice" (Curinschi, 1991, 53). O simplă construcție nu înseamnă neapărat arhitectură, poate fi tratată ca un adăpost,

arhitectura implicând valori artistice ce reprezintă o acumulare cantitativă și calitativă de elemente și, nu în ultimul rând, comunicare.

S-au făcut multe eforturi, de-a lungul timpului, pentru a defini arhitectura. Astfel, în cadrul acestui efort, „au existat tentative de a face apel la raportul dintre conținut și formă" (Curinschi, 1991, 53). Conținutul reprezenta felul în care sunt exprimate anumite cerințe ale societății, practice, materiale sau de ordin spiritual/estetic. Forma reprezintă „unitatea dialectică a trei componente: funcțiunea, soluția constructivă și expresia plastică" (Curinschi, 1991, 53). Aceste trei elemente pot fi însă considerate ca fiind părți din conținut, dar și din forma care dă expresie acestuia. Astfel, conchide Gheorghe Curinschi-Vorona „arhitectura poate fi privită ca sistem" (Curinschi, 1991, 54).

Acesta este momentul în care și comunicarea prin și pentru arhitectură trebuie să aibă o abordare sistemică, să nu se oprească doar la prezentarea funcțiunii și formei obiectului arhitectural, ci să găsească modalități de exprimare ce trec dincolo de aceste elemente, reprezentate prin incursiuni istorice, psihologice și estetice ce pot adăuga plusvaloare creației arhitecturale. Arhitectura, privită ca sistem, se autoreglează, oferind oportunități de perfecționare a comunicării.

Gheorghe Curinschi Vorona consideră că istoria arhitecturii are un caracter secund. „Istoria arhitecturii face parte din rândul „istoriilor secunde" care reprezintă o creație teoretică relativ autonomă față de evoluția reală a fenomenului pe care îl slujește din punct de vedere teoretic și îl dublează" (Curinschi, 1991, 48-49). Reducționist, acest caracter secund al arhitecturii poate fi comparat, la rândul lui, cu subcultura existentă în cadrul unei culturi, prin aceasta înțelegându-se cultura, mai mică, a unor categorii sociale aparte, de exemplu minoritățile etnice. Totuși, arhitectura se manifestă la nivelul întregii societăți, chiar dacă formele ei de exprimare, în funcție de comanda socială și inventivitatea arhitectului, sunt asimilate doar de o parte a societății.

Creația (originală) în arhitectură este considerată ca o formă „de manifestare pozitivă a rezistențelor" (Curinschi, 1991, 51), întreaga istorie a arhitecturii fiind un amestec de rezistențe, influențe și creații.

Pot astfel considera că, de asemenea, comunicarea în legătură cu arhitectura, prin și pentru arhitectură, în folosul atât al arhitectului, cât și al clientului/beneficiarului, se poate înscrie într-o istorie sau ramură secundă a comunicării, ceea ce nu înseamnă că este mai puțin importantă, ci, dimpotrivă, se poate dezvolta ca atare, căpătând, pe parcurs, noi valențe. Este o modalitate de progres pentru ambele istorii, a arhitecturii și a comunicării. Pentru a înțelege cum se întrepătrund cele două istorii, consider că ar trebui făcute câteva incursiuni în evoluția acestora. Așa cum arată și Gheorghe Curinschi-Vorona: „Arhitectura s-a născut din nevoia omului de a crea un

spațiu artificial pentru a se apăra față de acțiunile neprielnice ale mediului natural" (Curinschi, 1991, 51). Au apărut astfel primele așa-zise locuințe, de fapt un fel de adăposturi. Deși comunicarea i-a fost specifică omului dintotdeauna, cu sau fără cuvinte, este lesne de presupus că, exprimarea sa în legătură cu arhitectura nu a devenit posibilă decât atunci când arhitectura a căpătat rigoare, a început să respecte proporțiile și regulile geometriei, reușind astfel să transmită mesaje. Acela va fi fost momentul când comunicarea a preluat mesajele și le-a difuzat în societate, prin metodele sale specifice, transformându-le în informații cât mai pertinente, care să ajungă cât mai profund și corect în mentalul colectiv.

7. Comunicarea și relațiile publice – impactul acestora în arhitectură

În ultimii ani, necesitatea promovării și a comunicării arhitecturii a trecut prin multe transformări și a devenit esențială pentru acest domeniu. Schimbările continue din societate au determinat domeniul arhitecturii să folosească alte tactici spre a se evidenția în fața publicului larg. Domeniul acesta, care este unul interdisciplinar, respectiv cel al arhitecturii și al comunicării de arhitectură, va deveni treptat un domeniu distinct, sau poate un domeniu conex care va fi canalul de comunicare atât de vital pentru promovarea arhitecturii din România.

7.1. Teoria și practica relațiilor publice

Arhitectura, ca știință și artă, în același timp, este rezultatul unui proces creativ. Dar, ca orice produs sau teorie, dacă nu este cunoscut/ă, este ca și cum nu ar exista. Pentru înțelegerea cât mai profundă a obiectului arhitectural, perceperea lui de un public cât mai larg și, în cele din urmă, obținerea unui profit în urma valorificării lui, este nevoie de un ansamblu interdisciplinar de factori.

Reuniunea cunoștințelor legate de arhitectură, design, oraș și alte discipline precum: business, sociologie, urbanism, mediu conduce către o abordare holistică, interdisciplinară, ceea ce va însemna o aprofundare mai bună atât a arhitecturii, cât și a vieții, în ansamblul ei și, în consecință, rezultatul va fi benefic atât pe plan profesional, cât și în planul personal al fiecărui arhitect. Însăși arta de a scrie a arhitectului reprezintă un element asupra căruia acesta ar trebui să reflecteze, deoarece forța vizuală, principalul său element de afirmare, poate fi potențată serios de un text adecvat care să însoțească imaginile.

Între arhitectură și relațiile publice există foarte multe puncte comune, asemănări, chiar dacă, la prima vedere, par două profesii total diferite.

Sunt asemănări istorice, dar și referitoare la modul lor de acțiune, exemplificat în continuare.

Arhitectura provine din vremuri imemoriale, practic de la apariția omului care a avut rapid preocupări legate de un adăpost. De acolo, începe și se dezvoltă arhitectura.

Deși relațiile publice sunt cunoscute în special din secolul al XX-lea, originile lor se pierd în istorie. Practic, au apărut de îndată ce omul a început să comunice. Acest lucru este plastic prezentat în lucrarea *Relații publice-Strategii și tactici*, capitolul Originile relațiilor publice: „În

civilizațiile precedente, cum ar fi cea babiloniană, greacă sau romană, oamenii erau convinși să accepte autoritatea stăpânitorilor sau a religiei prin tehnici folosite și astăzi: comunicare interpersonală, discursuri, artă, literatură, evenimente regizate, popularizare și alte asemenea procedee. Niciunul dintre acestea nu se numea relații publice, desigur, dar scopul și efectul lor erau în mare parte aceleași cu cele ale activităților similare de astăzi […]. Însuși Ioan Botezătorul l-a promovat magistral pe Isus din Nazaret" (Wilcox et al.,2009, 28).

Faptul că s-au folosit, din cele mai vechi timpuri, forme de comunicare multiple (cartea, discursul, teatrul) pentru influențarea oamenilor într-o direcție sau alta, nu reprezintă o noutate. Așadar, un prim punct în care arhitectura și relațiile publice se ating îl reprezintă pierderea originilor lor în istorie. Este arhitectura știință și artă deopotrivă? Răspunsul este pozitiv. Să vedem ce sunt relațiile publice, plecând tot de la arhitectură.

În domeniul arhitecturii, se poate considera că realizarea și finalizarea proiectului constituie etapa de bază a procesului de creare a unei clădiri. Abia în momentul în care respectivul proiect se materializează, este cunoscut de către public, acesta își dezvăluie dimensiunea adevărată, devenind o parte din cultura locului respectiv. În afară de faptul că orice companie/birou trebuie să aibă contracte pentru a supraviețui, este necesar să dețină o atitudine justificativă și combativă în raport cu concurenții săi. De aceea, „pentru a te face acceptat, apreciat, trebuie să comunici" (Dagenais, 2003, 22). Fiecare acțiune a omului reprezintă de fapt comunicare. „Ce face un avocat în timp ce apără o cauză? Acționează cu ajutorul cuvântului. Ce face un arhitect atunci când construiește o casă? Le comunică celorlalți experiența pe care o posedă" (Dagenais, 2003, 26). Astfel, comunicarea se dovedește modul de a acționa al multor actori sociali. Relațiile publice reprezintă instrumentul prin care acțiunile și deciziile companiei/biroului sunt difuzate, cunoscute și acceptate de societate. Comunicarea deține putere de convingere, fiind și un instrument aflat în posesia celui care o utilizează, bazat pe cunoașterea realității. Astfel, „comunicarea nu este doar împărtășirea unei informații; ea reprezintă dorința de schimbare și reflectă o intenție de a da un sens anume realității" (Dagenais, 2003, 31).

Arhitectura are nevoie de a-și transmite mesajul către public. Se pune întrebarea care este modalitatea cea mai bună de a difuza acest mesaj. Dacă răspunsul ar fi simplu, nimeni nu ar transmite mesaje eronate și toți arhitecții ar avea numai de câștigat. Se cunosc campanii în care s-au investit foarte multe fonduri, iar rezultatul nu a fost cel scontat, așa cum sunt și campanii în care, cu o investiție mult mai mică, poate cu mai mult fler, succesul a fost asigurat. Concluzia acestor constatări este că, precum arhitectura, „atunci când este vorba de comunicare, avem de-a face, în același

timp, cu o știință și o artă" (Dagenais, 2003, 34). Abordarea științifică conduce spre diminuarea sau chiar eliminarea greșelilor. O metodă logică, plină de rigoare permite o divizare a realității, astfel încât să fie evidențiate toate părțile pozitive, în timp ce cele negative să fie minimizate. Un aspect important este publicul receptor. Acesta trebuie convins, chiar sedus, că o anumită idee sau produs se pot vinde. Iar acest lucru se poate face în modul cel mai corect, prin aplicarea unei analize, prin discernerea situațiilor, astfel încât, în final, să se impună rezultatul dorit. Frumusețea constă în faptul că fiecare comunicare sau acțiune de relații publice este unică, „însă fiecare are nevoie de aceeași rigoare și de aplicarea acelorași etape în dezvoltarea sa" (Dagenais, 2003, 35). În afară de demersul prezentat, se mai pot utiliza teorii ale comunicării care să conducă spre o strategie mai bună, precum și tehnici de lucru, cum sunt sondajele, analizele și interviurile, care sunt metode științifice de cunoaștere a publicului și a opiniilor sale referitoare la un anumit proiect/obiect arhitectural. Aceasta este partea științifică a unei campanii de comunicare și relații publice. Dacă toate campaniile ar fi realizate conform unor pași prestabiliți, doar cu norme și metode științifice, atunci toate ar fi aproximativ la fel, nu ar exista campanii foarte bune sau foarte proaste. În acest moment intervine arta. Chiar dacă ne aflăm într-o eră a tehnologiei, omul rămâne unic, cu sensibilitățile sale, cu obiceiurile sale, cu misterul său. Din acest motiv, abordarea campaniei doar din punct de vedere științific nu este suficientă. Este nevoie și de artă, într-o mare măsură, pentru a avea succes. De regulă, într-o campanie mai mare, cu mai mulți specialiști în comunicare implicați, unii abordează partea științifică, alții se ocupă de conținutul artistic. Este necesar ca aceste două părți să se înțeleagă între ele, pentru a ajunge la ceea ce și-au propus. Unii planifică strategia, ceilalți creează imaginea. Demersul acesta dovedește faptul că relațiile publice sunt, în același timp, știință și artă. Trebuie să se lucreze cu multă rigoare, dar să fie lăsat un spațiu cât mai larg părții creative a mesajului, imaginației care, de multe ori, excede partea științifică. Cu ajutorul acestei demonstrații, se poate dovedi că arhitectura și relațiile publice se bucură de a fi deopotrivă știință și artă, de aceea colaborarea dintre ele, pentru atingerea rezultatului scontat, respectiv succesul, este cu atât mai naturală.

Așa cum arhitecții colaborează cu alte discipline pentru realizarea proiectelor/obiectivelor lor, „dacă practicienii de relații publice vor să aibă credibilitate în fața clienților și a angajaților, trebuie să recunoască rolurile jucate de alte discipline de comunicare, precum publicitatea, marketingul direct și promovarea vânzărilor. La fel, și alte discipline trebuie să accepte potențialul masiv și dinamic al relațiilor publice" (Wilcox et al., 2009, 19).

Acesta este un alt punct în care arhitectura și relațiile publice se ating: ambele au nevoie de a colabora cu alte discipline pentru a se desăvârși.

Un alt aspect important, de apropiere între cele două profesii îl constituie calitățile, abilitățile profesionale și personale, capacitatea de analiză și nu în ultimul rând, cultura generală cu care trebuie să fie înzestrați profesioniștii din cele două domenii.

„Specialistul în relații publice se confruntă mereu cu un univers schimbător [...], interacționând cu persoane cu vederi și cunoștințe diferite. Pentru a se adapta, pentru a consilia, pentru a convinge și pentru a seduce, specialistul în comunicare trebuie să posede o cultură generală solidă și o anumită formă de umanism" (Dagenais, 2002, 81). Aceste calități nu-i pot lipsi nici unui arhitect. Este încă un motiv pentru care între cele două profesii ar trebui să fie o strânsă și utilă colaborare, cu beneficii reciproce.

În lucrarea *Relații publice-Strategii și tactici*, citată anterior, se fac numeroase analize privind modul în care relațiile publice contribuie la succesul unei organizații, în general, sau o companie/birou de arhitectură, în cazul de față. Patrick Jackson, aflat la conducerea PRSA (Societatea Americană de Relații Publice), citat de autorii lucrării menționate, prezintă o schemă prin care acesta arată că relațiile publice pot contribui la succes. Conform acestei scheme, există nouă procese ce presupun diverse activități principale și care sunt urmate de rezultate. Pe scurt, aceste procese sunt: conștientizare și informare (popularizare, promovare, stabilirea segmentului-țintă, publicații), motivare (comunicare internă), anticiparea problemelor importante, identificarea oportunităților (cunoașterea pieței), management al situațiilor de criză, consilierea managerilor (cercetare), promovare a schimbării, responsabilitate socială (crearea unor proiecte de interes public și conexiuni) și, nu în ultimul rând, influențarea politicii publice. Aceste procese au o anvergură mai mare sau mai mică, în funcție de mărimea organizației, în cazul de față fiind vorba de companii sau birouri de arhitectură. Este util însă, chiar și în cazul unor structuri mai mici, să se țină cont de aceste procese, de a lua ceva din fiecare, iar rezultatele nu se vor lăsa așteptate. Pe de altă parte, unul din scopurile arhitecturii îl constituie crearea de proiecte de interes public și, astfel, implicit, influențarea politicii publice.

Aceste incursiuni, mai mult teoretice, evidențiază modul în care arhitectura și comunicarea/relațiile publice se aseamănă și au posibilitatea de a se completa reciproc. Mai importantă însă, este abordarea practică, a modului în care relațiile publice pot contribui la transmiterea corectă, urmată de beneficii multiple, a mesajului arhitectural.

Există persoane care conduc strategii în arhitectură, fără a fi de profesie arhitecți. Un exemplu în acest sens este Jan Knikker, director de strategie și dezvoltare la o importantă companie de arhitectură din Olanda, care și-a făcut educația în filosofie și literatură germană, din care a învățat, cel mai probabil, să abordeze lumea printr-o etică riguroasă și să înțeleagă

cum să unească punctele. El dirijează viziunea strategică a unei companii olandeze, ceea ce nu înseamnă a privi spre viitor dintr-un bol de cristal, ci realizarea de lucruri concrete, cum ar fi: contracte, dezvoltarea afacerii și implicarea relațiilor publice. Cartea sa *How to win work* (2021) răspunde pertinent la întrebarea: cum procedezi dacă ești un bun arhitect, excepțional chiar, dar nimeni nu te cunoaște? De asemenea, explică de ce relațiile publice reprezintă o parte foarte serioasă a profesiei de arhitect, a nobilei misiuni de a construi. Din păcate, din lipsa unei educații adecvate, mulți arhitecți consideră relațiile publice și marketingul a fi ceva nesemnificativ și lipsit de importanță. Esența este următoarea: o activitate, o idee, un proiect au nevoie de o existență publică, iar pentru a o avea nu este suficient să existe. Este necesar să fie și cunoscute. Din acest motiv, apelul la utilizarea relațiilor publice este absolut necesar.

Pe de altă parte, este cunoscut faptul că un obiect ce aparține unui *brand* cunoscut, se vinde mai bine decât un obiect similar, dar necunoscut. Acest lucru este benefic a fi transferat și către arhitecți. Relațiile publice și marketingul nu sunt ceva precis, exact, nu sunt doar știință, cum am arătat mai sus, dar pot ajuta arhitecții în găsirea unui drum mai clar, mai ușor, pentru dezvoltarea propriei personalități profesionale. Aceste discipline ajută la realizarea de lucruri diverse, de la arhitectură de interior la proiectarea de case de vacanță, săli de conferințe, piețe comerciale etc.

Un scop important al oricărei companii/birou de arhitectură este de a construi cât mai ieftin. În lume sunt exemple de persoane care au reușit să ridice profitabilitatea și numărul de angajați ai unei companii de arhitectură, prin acțiuni de promovare și marketing. Pentru a câștiga cu și prin arhitectură, sunt mai multe abordări, precum: identificarea potențialilor clienți (dorința acestora de a se dezvolta, posibilitățile financiare, compatibilitatea cu viziunea companiei/biroului etc.), monitorizarea știrilor, comunicare internă în cadrul companiei/biroului, informații externe, parteneriat prin interviuri, managementul relațiilor cu clienții. Atunci când relațiile publice se folosesc în scopuri de marketing, acestea chiar se numesc relații publice de marketing, care sunt îndreptate spre valorificarea/vânzarea cât mai eficientă a proiectului/obiectului arhitectural.

Într-o companie/birou de arhitectură, este foarte importantă echipa de relații publice și marketing, iar experiența arată că, după ce arhitecții au conștientizat impactul acestei echipe, nici nu mai vor să participe la o inaugurare sau prezentare de proiect fără a apela la suportul acesteia. „Cultivarea relațiilor publice durează mai mult, dar când sunt dinamizate, acestea pot contribui la împingerea companiei pe piață” (Wilcox et al., 2009, 16).

După apariția rețelelor sociale, echipele de relații publice și marketing fac un tip de cercetare aproape polițienească, pentru a se asigura că tot ce apare acolo reprezintă adevărul și nu se infiltrează informații ce ar putea denigra compania/biroul, proiectele etc. Totodată, pe rețelele sociale se poate transmite mult mai direct mesajul dorit. „Paginile World Wide Web oferă o oportunitate extraordinară de a transmite mesaje publicului, în forma exactă percepută de un practician în relații publice, pentru că web-ul nu este controlat de niciun gate keeper din media" (Wilcox et al., 2009, 260).

Pe de altă parte, în afara faptului că orice companie/birou trebuie să facă față concurenței sau să anihileze eventualele lucruri neadevărate de care este acuzată/acuzat, este necesar să aibă un discurs adecvat scopului său și, mai ales, să conștientizeze faptul că, imediat ce s-a exprimat în spațiul public, se confruntă cu media. Iar confruntarea cu mass-media este deseori foarte importantă, pentru că aceasta decide gradul de difuzare a discursului. „Pe de altă parte, nu mai există o pertinență în sine a discursului; acesta trebuie pus în balanță cu cel al concurenților, fiind mai apoi evaluate șansele preluării lui de către mass-media [...]. Și nu mai este suficient să te prezinți în spațiul public, trebuie să știi să-l ocupi" (Dagenais, 2002, 21). Când se face referire la discurs, arhitectul este vizat de toate formele pe care discursul său le poate avea.

Ca și în alte profesii, arhitectul nu este ferit de efectele unei crize economice. Într-o astfel de situație, și echipa sau persoana care se ocupă de imaginea/promovarea sa trebuie să se orienteze spre noi strategii de dezvoltare, spre noi oportunități, să aprofundeze limbajul specific, să știe cum poate deveni mai persuasiv și, astfel, să vină cu noi soluții. În orice profesie, viața și schimbările tot mai dese implică o adaptare permanentă la noile situații. În cazul unei crize, comenzile scad, oamenii au alte priorități, statul se simte nevoit să intervină, ceea ce nu întotdeauna reprezintă un lucru benefic. Este momentul în care intervin relațiile publice, deoarece compania/biroul de arhitectură „decide să-și refacă imaginea, să câștige încrederea publicului și să evite în acest fel intervențiile statului" (Dagenais, 2002, 77).

Astfel, în situații de criză economică, pentru arhitecți există opțiunea de oferte gratuite, de prezentări ce pot plasa arhitectul sau compania respectivă cu un pas în fața altora, ceea ce reprezintă un comportament seducător față de publicul-țintă.

Cum am spus, un aspect important îl reprezintă arhitecții care fac gratis tot felul de proiecte, în ideea că le vor câștiga. Sunt și cazuri în care concursul este câștigat, dar nu se găsesc fonduri pentru construcție. Un exemplu îl constituie muzeul Guggenheim din Helsinki. Deși concursul lansat pentru acest proiect a fost câștigat în iunie 2015 de către firma de

arhitectură franco-japoneză Moreau Kusunoki Architectes, consiliul orașului Helsinki a respins planul în decembrie 2016. Pentru a se evita astfel de situații, ar trebui întreprinse acțiuni precum: alocare de timp pentru evaluarea șanselor, cererea unei taxe simbolice, reducerea muncii pentru serviciile neplătite, negocierea următorului proiect, negocierea unui bonus, verificarea propriei flexibilități, astfel încât munca să fie un ajutor în atingerea și depășirea aspirațiilor. Trebuie pusă în balanță participarea la proiecte gratuite cu încercarea de a găsi altceva, pentru a vedea ce este mai avantajos fiecărei personalități ce definește arhitectul respectiv.

În privința ofertelor gratuite care, cum am precizat, pot fi benefice în cazul unei crize, există totuși o capcană. Jan Knikker, în cartea sa *How to win work*, capitolul *How we are supposed to work for free*, afirmă că, uneori, munca gratuită se poate dovedi o strategie utilă pentru încredințarea de proiecte semnificative pe termen lung. De asemenea, oferă ambelor părți posibilitatea de a testa dinamica de lucru. Privind dinspre partea creativă a profesiei lor, arhitecții sunt adesea primii care văd potențialul unui anumit proiect. Entuziasmul poate depăși rapid cadrul unei afaceri și doresc să se apuce imediat de lucru. Pentru unii arhitecți, această muncă inițială neremunerată poate forma o componentă integrală a procesului de achiziție. Jucătorii pricepuți din alte discipline negociază condițiile cu clienții lor. Si arhitecții ar trebui să adopte aceeași atitudine. Chiar dacă negocierea este un proces neplăcut, stabilirea termenilor și termenelor de plată este pe deplin justificată. Cafenelele nu oferă cappucino gratuit, presupunând că s-ar putea cumpăra un al doilea, dacă primul nu este plătit sau este ademenită o altă persoană. Clientul primește cafeaua atunci când o plătește, tot așa cum și arhitecții ar trebui să fie plătiți pentru munca lor, conchide plastic Jan Knikker.

Există și situația când o companie, un birou sau un arhitect pot deveni foarte cunoscuți, celebri chiar, dar pe un domeniu restrâns. De aceea, specialiștii în relații publice si marketing trebuie să identifice (uneori prin studierea arhivelor) posibilitatea de a ajunge în vârf și în alte domenii arhitecturale, prea puțin sau deloc abordate. În mod clar, ar fi ipocrit să se considere că echipa/persoana de relații publice și marketing nu are nevoie de un buget, că reprezintă, din punct de vedere material, un efort neglijabil. Și autorul Jan Knikker a mărturisit că a lucrat o perioadă fără bani, dar a încercat să atragă oameni cu bani de pretutindeni și a fost foarte activ pe rețelele sociale, unde a vorbit despre companie într-un mod insistent, uneori dezavuat chiar de către aceasta. Compania a devenit un fel de obiectiv turistic, ușile acesteia fiind deschise pentru oricine era interesat de ceea ce se realizează acolo. Un alt lucru îl constituie comunicatele de presă la care, deseori, s-a observat în practică, este deosebit de importantă și utilă contribuția

arhitecților care pot explica mai plastic și într-un limbaj specific, ceea ce au realizat. Tentația arhitecților, în comunicate sau reviste, este de a pune cât mai multe imagini, ceea ce este un lucru bun. Dar, la fel de bună și importantă este prezența unui text cât mai adecvat și de impact care să însoțească imaginile. Există însă o idee destul de răspândită și anume aceea prin care „arhitecții sunt, au fost dintotdeauna și probabil vor mai rămâne, la modul absolut, scriitori fără speranță. De la primul până la ultimul, eforturile lor literare oferă fie un fel de lirism sentimental, lunatic (ca la Frank Lloyd Wright) sau, în general, aproape implicit, un veritabil, pur narcisism (ca la Herzog și de Meuron).

Desigur, marea excepție a acestei tradiții este Le Corbusier, narcisist de faimă, însă, a cărui scriere, așa cum sugerează Banham, este singura care oferă cea mai captivantă formă de literatură a arhitecturii" (Weaver, 2019, 21). Aceste considerații constituie o pledoarie pentru ca arhitecții să-și exprime și în scris, cu cât mai multă elocință, ideile și să-și prezinte opera. O revistă sau o carte despre arhitectură ar trebui să reprezinte combinația perfectă între obiectul de arhitectură (exprimat prin poze, desene etc.) și „cea mai bună scriere posibilă" (Weaver, 2019, 23). Eseul despre arhitectură reprezintă o formă superioară de cunoaștere a unui arhitect și a operei sale, poate mai puțin accesibilă în cadrul mai larg al lumii actuale, mai ales în partea ei comercială, dar rămâne un aspect ce nu trebuie neglijat.

Arhitecții preferă, deseori, să rămână într-o lume ideatică, de profunzime și puțin ancorată în realitatea imediată. Firmele mari de arhitectură au departamente de vânzări, dar folosesc pentru acestea eufemisme precum dezvoltarea afacerii, strategie, ascunzând scopul lor real și anume stimularea vânzărilor. Mulți arhitecți vor să păstreze un fel de puritate intelectuală, cu toate că, în societatea actuală, toate activitățile se traduc în final în vânzări. Chiar și muzeele recurg la echipe de vânzări sau au achiziții eficiente. În cazul arhitecților, există o ezitare față de partea comercială sau de afaceri a practicii. Dar, din păcate, aceasta nu este o perspectivă utilă, deoarece succesul fiecărui proiect/obiect arhitectural definește viitorul practicii.

O modalitate de cunoaștere modernă, accesibilă și chiar necesară a unei companii de arhitectură sau a unui arhitect o constituie realizarea unui site web care să amplifice informațiile oferite prin alte mijloace. Prin efortul echipei de relații publice și marketing se poate ajunge la obținerea unei publicități gratuite de valoare mare. În cazul firmei olandeze s-a ajuns în cinci ani (2008-2013) la trei milioane de euro publicitate gratuită. Acest lucru nu este nicidecum imposibil de realizat. Iată modul în care se procedează. Inițial, se încearcă cunoașterea firmei/biroului de către presă direct sau prin intermediul unui arhitect care a realizat ceva semnificativ ca angajat al firmei

respective. Apare în ziare, reviste de diferite tipuri și lumea află că, dacă are nevoie de un arhitect, îl găsește la firma/biroul în cauză. Dacă le-a plăcut ce a realizat respectivul arhitect și îl caută, firma devine implicit cunoscută. Pentru a se întâmpla acest lucru, este nevoie de câteva realizări (dacă se poate semnificative) care, cu pasiunea și dăruirea ce caracterizează profesia de arhitect, se pot produce. Dacă, spre exemplu, o companie/birou realizează o clădire de mare succes, se pot primi nu numai premii de arhitectură, ci și premii de marketing. Drept consecință, echipa de relații publice și marketing se poate mări. Cu ajutorul acesteia, imaginea cu clădirea respectivă începe să circule, să fie distribuită și redistribuită pe rețelele sociale. Se atrag astfel reclame plătite în contul firmei de arhitectură. Ulterior, se poate realiza un program *software* complex prin care, clădirea realizată de firmă să fie vizualizată de miliarde de ori. Rolul echipei de relații publice se amplifică. Ține conferințe, în care vorbește despre arhitectură, integrată altor specializări, dar are și numeroase întâlniri cu persoane influente, vizibile (politicieni, oameni de cultură și artă, profesori universitari etc.). Echipa de relații publice poate deveni coautor de articole pentru diverse reviste specializate în arhitectură, design etc., aducând un plus de interes. Spre deosebire de arhitecți, echipele de relații publice interacționează mai mult cu potențialii clienți, fiind supuși deseori la unele teste psihologice care să denote înțelegerea diferitelor culturi, moduri de comportament în diverse situații, iar un rezultat pozitiv al acestor întâlniri conduce spre apropierea sau atingerea scopului final. Totodată, într-o echipă de relații publice în care se vorbesc mai multe limbi, este adecvată adresarea către jurnaliști, potențiali clienți, oameni interesați etc. în limba lor, pe cât posibil. Spre exemplu, jurnaliștii francezi și germani sunt mult mai sensibili și atenți atunci când li se vorbește în limba lor. Nu se mai pune problema dacă se cunosc limbi precum araba, chineza etc. Prin această metodă, explicațiile capătă mai multă valoare. De aceea, este bine să se cunoască elemente de antropologie lingvistică, atât de către specialiștii în relații publice, cât și de către arhitecți. Acestea ajută la înțelegerea diferențelor culturale ce imprimă specificitate fiecărui loc. Istoricul Lucien Febvre considera limbajul un utilaj mental fundamental. În afară de limbă/limbaj, este util ca arhitecții să poată privi antropologic. Aceasta înseamnă capacitatea de a înțelege punctul de vedere al celuilalt, de a te pune în locul lui. Astfel, va fi mult mai ușor ca proiectul realizat să se apropie în profunzime de cerințe.

Fondatorii unei companii de arhitectură sau șefii de proiecte de succes sunt deseori întrebați cum au reușit acest lucru. De cele mai multe ori, ei preferă să răspundă acestor întrebări tot prin intermediul echipei de relații publice. Una dintre întrebările des întâlnite se referă la modul în care trebuie să procedeze echipa de relații publice pentru dezvoltarea propriei afaceri.

Astfel, cartea scrisă de Jan Knikker, *How to win work* a venit firesc, ca rezultat al multor întrebări apărute după ce informațiile despre firma olandeză au apărut în ziare, reviste etc. A început prin a răspunde prin email, apoi prin conferințe și astfel s-a ajuns la cartea susmenționată, editată de RIBA. Prin această carte, fără a oferi toate secretele, autorul arată cum se desfășoară serviciile de relații publice, care sunt strategiile de dezvoltare și cum se aplică marketingul în vânzări. Bill Gates nu spunea inutil că și-ar cheltui ultimul dolar pe care l-ar avea pentru echipa/persoana de relații publice. Un alt exemplu în utilitatea relațiilor publice, nu din domeniul arhitecturii, dar relevant, este cel referitor la o mașină de 14.000 Euro, la vânzare în Țările de Jos (Hyundai) și o alta, mult mai mică, dar mult mai scumpă (MiniMorris), în valoare de 20.000 Euro. Mașina de 14.000 Euro este prezentată cu multe detalii tehnice și facilități, are și șapte ani garanție, fiind destinată unei persoane practice. Mini, în schimb, pentru 6.000 de Euro în plus, vă oferă un stil de viață, chiar dacă are doar un an garanție.

De-a lungul anilor, lucrurile s-au schimbat mult. Un exemplu, în acest sens, îl constituie presa. De la câștiguri enorme, în presa scrisă din anii 1990-2000, s-a ajuns la mult mai puțină publicitate, aferentă unui tiraj mai mic, căpătând un mare avantaj presa online. Se citește mai puțin, articolele de pe telefon și știrile de pe nenumăratele canale de televiziune devin prioritare, în defavoarea presei scrise. Partea vizuală atrage oamenii din ce în ce mai mult. Este mai simplu să privești niște imagini decât să citești și să înțelegi un text. Deși mulți consideră acest lucru ca fiind unul negativ, în mod paradoxal, evoluția spre imagine și spre o asimilare cât mai rapidă pare că avantajează arhitecții. În această situație, echipa de relații publice trebuie să fie și mai atentă. Au fost cazuri de furt de idei, atunci când au apărut imagini anonimizate, care pot reprezenta imaginea unei comunități, a unui oraș etc., care aveau un autor, neprecizat însă. Sunt multe orașe recunoscute doar printr-o imagine emblemă, dar aceasta nu este o scuză, în cazul în care există un autor.

Un alt mod în care arhitecții pot fi promovați este de a apărea pe coperțile unor reviste, nu neapărat de specialitate. Se pot vedea arhitecți (unii chiar celebri), pe coperțile unor reviste de modă, de mobilă, de interioare. Nu trebuie ca arhitectul respectiv să râdă cu gura până la urechi, dorința lui de a ne vinde mobilă poate fi exprimată și printr-o atitudine serioasă, acela este rolul lui în contextul respectiv.

Deși arhitectura este o disciplină comercială, este despre conținut, design, artă, tehnologie, pasiune și viitor, este totuși integrată într-o lume competitivă, iar arhitecții sunt supuși regulilor acestei lumi. Ei trebuie să câștige bani, fie și numai pentru a continua să-și perpetueze pasiunea. Chiar și în trecut, au existat arhitecți foarte avizați, precum Le Corbusier și Mies

van der Rohe, care au avut o excelentă colaborare cu echipa de relații publice și marketing. Simpla apariție a unui asemenea arhitect alături de un om politic remarcabil sau de un artist foarte cunoscut și îndrăgit constituie o acțiune de relații publice și nu este niciodată întâmplătoare, chiar dacă poate părea astfel. Relațiile publice, chiar dacă dispun de un buget restrâns și constrângeri dificile, ajută la realizarea unei arhitecturi de înaltă calitate, cu o puternică identitate și forme articulate.

Arhitectul trebuie să se gândească permanent cine este, în primul rând o persoană care poate împărtăși lumii disciplina studiată și, de aceea, are, în primul rând, nevoie de o viziune, iar specialistul în relații publice este un garant al legăturii acestuia cu lumea, fiind vorba mai degrabă de un profesionalism aventuros. De asemenea, este nevoie să se schimbe fundamental folosirea unor cuvinte la adresa unui arhitect precum: acest om este foarte inteligent, face niște lucruri deosebite. Este mai bine ca arhitectul respectiv să aibă niște cărți de vizită, pe care, pe lângă datele de recunoaștere, să poată scrie ce dorește, venind astfel cu propriile idei, dorințe în întâmpinarea creației companiei și, eventual, a beneficiarului. Pe scurt, misiunea este acel ce și acel cum, iar viziunea este de ce. Prin urmare, misiunea este realizarea a ceva cât mai creativ, cât mai bun și util, iar viziunea înseamnă deschiderea către lume a unei noi perspective. Viziunea înseamnă accelerarea tranziției lumii spre acel obiectiv (spre exemplu: arhitectura sustenabilă).

Misiune mai poate însemna și realizarea de produse sustenabile sau de produse bine proiectate, pe care să și le permită cât mai mulți oameni, având la bază o echipă bazată pe creativitate și diversitate, cu un impact pozitiv în comunitate. Iar viziunea decurge din misiune: o viață cât mai bună pentru cât mai mulți.

Fără a minimaliza creativitatea, într-o companie/birou de arhitectură, trebuie să existe o idee vizuală ce derivă dintr-un plan de afaceri. Nu trebuie pornit de la faptul că, dacă un număr de ani, compania/biroul a realizat numai, spre exemplu, locuințe unifamiliale, trebuie să continue tot așa. Întotdeauna trebuie avută în vedere alternativa, este nevoie de un plan care să includă un timp și un buget, identificarea tuturor contractelor posibile și cu disponibilitate, începerea unei campanii pe rețelele sociale sau participarea la târguri de construcții. Este posibil oricând să apară o oportunitate de a realiza altceva față de ceea ce s-a realizat până acum sau de a avea clienți cu posibilități financiare mai mari și, atunci, prin intermediul echipei de relații publice, aceștia trebuie abordați și trebuie să le fie prezentată viziunea. Tipurile de proiecte care se doresc a fi obținute pe termen lung trebuie să fie însoțite de tipurile de oportunități care să aducă avantaje, spre exemplu găsirea unui partener serios cu care să se poată colabora etc. Astfel

de lucruri ajută atât la calibrarea costului, cât și a profitului, fiind importantă atât prezența pe web, cât și în fața clienților.

Pentru o corporație conservatoare, începutul poate fi prin prezentarea istoriei biroului/companiei. Corporația există de x ani, a realizat clădiri remarcabile și planuri urbane, unele chiar surprinzătoare și se poate continua cu câteva exemple. Iar unele dintre realizările corporației reprezintă adevărate valori pentru clienți, sunt numeroși clienți care revin, iar anumite sume cheltuite se reîntorc, pentru că municipalitatea/autoritățile le returnează din motive de sustenabilitate. Cel puțin așa ar trebui să se întâmple sau se întâmplă deja în multe locuri. Pentru cei creativi, cum sunt mulți sau cred mulți că sunt, un cuvânt nepotrivit este comercial. Dar, din păcate, clienții se așteaptă să fie comercial. Arhitectura este artă și știință, cum am mai precizat, dar este o artă aplicată. De aceea, este, într-un fel, normală așteptarea de a fi înțeleasă de toți beneficiarii acesteia. Chiar dacă, uneori, formele ei pot părea ușor nebune, trebuie să fie locuri unde oamenii trăiesc, lucrează, creează.

Modul în care se prezintă o clădire este foarte important. Pentru oamenii obișnuiți, ea poate fi prezentată printr-o imagine frumoasă, cu culorile anotimpului, eventual cu revelarea funcțiunii. Pentru un arhitect însă, modul de prezentare trebuie să fie diferit. Pentru acesta, trebuie puse în valoare volumetria, lumina, elemente de fațadă, detalii etc. De aceea, un om de relații publice va ști să maximizeze o construcție, în funcție de publicul căruia i se adresează. Există, de asemenea, tot felul de fotografi, bloggeri, vloggeri care vizitează clădirile construite de o anumită companie sau birou și apoi le postează, făcând astfel chiar o publicitate gratuită. Sau pot fi contactați și pot face același lucru, cu mai multă implicare, pentru o sumă modică. Contează mult și modul de comportament. Sunt situații în care, din punct de vedere a imaginii, arhitecții au o atitudine nonconformistă sau nepotrivită. Am audiat o conferință la care principalul arhitect îi pasează cuvântul partenerului său. Pentru auditoriu, părea că nu stăpânește ceea ce el însuși a creat. Astfel de situații nu trebuie să se întâmple când îți dorești o afacere de succes. De asemenea, este nepotrivit să se facă glume cu impact negativ despre un loc în care vrei să construiești și care pot fi în favoarea concurenței. Chiar dacă arhitectul nu trebuie să facă niciun rabat în ceea ce privește profesia sa, este totuși bine să-și privească cu atenție clientul sau să se gândească la profilul potențialului client și să aibă o imagine asupra acestuia, dar cel mai bine este să fie ajutat de o echipă de relații publice. Este dovedit faptul că creierul uman are zone prin care acționează diferit. O parte este a inovației, alta este a dominației. Apoi există subpărți: aventură, performanță, hedonism, deschidere, armonie, tradiție, disciplină. Oamenii care împing mai departe o afacere de arhitectură, oamenii de relații publice

bine pregătiți, știu în fața cărui client se află și știu să-i prezinte proiectul astfel încât să-i satisfacă propriul ego.

În cazul site-urilor pe care doriți să le realizați sau să le comandați, acestea trebuie să fie cât mai simple și accesibile și să ofere informații esențiale. Un mesaj pertinent pe prima pagină, imagini și moduri simple de căutare, prioritizare pentru proiectele/realizările importante, întrebări și răspunsuri. Posibilitatea de a copia anumite informații de pe site este un lucru necesar și util pentru jurnaliști, pentru alte persoane interesate în propagarea acelor informații. De asemenea, este util de a oferi posibilitatea de a se face comentarii, de a da informații exclusive, de a folosi statistici, de a ajusta informațiile conform mediului/situației, de a pune hashtag (#) unor mesaje pe care le doriți a fi mai ușor accesate.

În alte țări, fiecare apariție într-o publicație cunoscută și respectată, se evaluează exact, la sume fixe. De asemenea, este importantă prezența la manifestările care contează, din țară și străinătate. A merge după clienți nu este ceva de neglijat. Adică, dacă știi că foștilor sau potențialilor clienți le plac anumite manifestări, concerte, expoziții, evenimente, este bine și util să fii pe acolo. Cei cărora nu le plac rețelele sociale, le putem oferi un contact direct la un eveniment agreat și agreabil (concerte, muzee, târguri). O discuție de specialitate poate fi deturnată de la o temă către teme mai complexe. Și apelurile telefonice pot fi de folos pentru persoanele care nu utilizează alte mijloace de socializare. De asemenea, a lua masa cu un client sau potențial client la un restaurant special se poate transforma într-un succes profesional.

Un alt aspect pe care companiile/birourile/arhitecții nu trebuie să-l neglijeze este acela de a lucra pe plan internațional. Aceasta este o artă. În mediul tău cultural, cu oameni cunoscuți, iar prin aceasta mă refer la genul de clienți, constructori, ingineri de structuri și instalații, totul este mai simplu. Sunt mai multe elemente distinctive: limba, diferențele culturale, consultanța în proiectare, un control mai ineficient, mai redus, dependența de arhitecții locali, precum și adaptarea legislației. Nu mi-am propus o evaluare exhaustivă, dar sunt câteva elemente care intervin în această situație. Un aspect important este acela referitor la referințele și recomandările necesare pentru a lucra în străinătate. Dacă nu ai făcut niciodată un spital sau o școală, nu este recomandabil să începi un asemenea proiect pentru o altă țară. Este posibil să reușești, dar efortul va fi unul considerabil și, dacă este mult mai scump să lucrezi acolo, atunci ar trebui făcut un studiu amănunțit. Deseori, în acest caz, există un avantaj numai în ceea ce privește expunerea și palmaresul. Mai trebuie ținut cont de dezvoltarea economică a fiecărei țări, dacă partea de construcții este în creștere sau în descreștere. Evaluând profitul, zece proiecte într-o țară în descreștere pot fi echivalente cu un proiect într-o țară în creștere.

Referitor la dezvoltarea marketingului în arhitectură, un pas important îl constituie modul de expunere a soluțiilor. Planurile și fațadele prezentate în trecut nu ofereau o imagine de ansamblu prea ușor de înțeles. 3D-urile actuale și randările constituie un avantaj, dacă sunt realizate astfel încât să atragă diferitele tipuri de clienți, care trebuie însă bine cunoscuți din punct de vedere psihologic. Acest aspect îi revine tot echipei/specialistului de relații publice. Spre exemplu, nu se va prezenta niciodată o clădire pe tonuri de gri, cu interioare întunecoase, dacă clientul este un tip exuberant, optimist. Prin urmare, și mijloacele moderne de prezentare trebuie folosite cât mai judicios. Sunt importante și materialele folosite (de obicei impresionează cele mai noi), tipul de structură, precum și detaliile inteligente. Modul de îmbinare a culorilor desăvârșește întregul. Dacă beneficiarul este un om tradiționalist, poate fi încântat de forme vechi, de materiale clasice și de culori desprinse din mediul său obișnuit.

Se cunosc clădiri foarte apreciate de arhitecți, dar care trec ca fiind ceva urât sau detestabil pentru publicul obișnuit. Clădiri apreciate și premiate, atunci când ajung în fața turiștilor sunt prezentate chiar de ghizi ca fiind clădiri ce nu reprezintă orașul, stațiunea, capitala. Nici acest lucru nu este corect, pentru că, în mod incontestabil, clădirile respective au o valoare mai greu de sesizat de către profani. De aceea, ele pot fi puse în valoare prin modul în care sunt luminate, prin modul de amenajare interioară, prin panourile publicitare care le sunt asociate sau prin însăși istoria lor. Mulți arhitecți consideră acest mod de abordare prea comercial, dar comerțul există peste tot, mesajele comerciale ne acaparează de când deschidem ochii dimineața. Te trezești, vezi logoul telefonului, apoi al computerului, iar în două-trei ore ai văzut deja o sumă de reclame, chiar fără să-ți dai seama. Studiile de specialitate arată că o persoană din Marea Britanie vede cam 3000 de mesaje publicitare zilnic. Eu cred că arhitecții vor să amelioreze lumea, de aceea pot folosi marketingul într-o manieră avantajoasă, atât pentru reușita lor, cât și pentru binele comun.

Studiile au arătat cum funcționează creierul nostru în fața unor stimuli de publicitate. Spre exemplu, o mașină se vinde mai bine dacă i se alătură un personaj sexy, masculin sau feminin, cum tot așa, o băutură răcoritoare se vinde mai bine dacă este prezentată într-o manieră ce sugerează că este foarte rece, comparativ cu prezentarea unei doze obișnuite. O sticlă ce are picături brobonate în imaginea publicitară s-a vândut cu 30% mai bine decât sticla normală.

Sunt studii care arată conexiunea dintre culori și emoții. Spre exemplu, portocaliul înseamnă dinamism, albastrul încredere. Literele italice simbolizează prezența continuă a companiei respective în folosul dvs. Se pretează mai ales la firme de transport și curierat.

Și arhitectura poate crea tot felul de emoții, prin asocierea culorilor și sentimentelor. Uneori, se poate ajunge la emoții și sentimente pe care însuși arhitectul nu le-a întrevăzut. O casă monotonă, prezentată cu lumini calde și un brad de Crăciun în interior, poate sugera imediat căldura sărbătorilor, acolo unde ai dori să te afli atunci când afară ninge și e frig.

De cele mai multe ori, clădirile de birouri au o lumină rece, de aceea, aducerea, din loc în loc, a unei lumini calde, va valoriza mult respectivele clădiri. Dacă există fonduri mai mari, pot să apară în clădiri sau în afara lor, diverse personaje cunoscute, colaje, acuarele, virtual reality, holograme. Sunt exemple de concursuri de arhitectură care s-au pierdut din cauza faptului că proiectele nu au fost bine explicate, că nu s-au adaptat mediului sau nu s-au încadrat în cultura și viziunea clientului. Pentru prezentare, nici photoshopul nu este de neglijat. S-au constatat beneficiile lui în reviste, magazine, reclame. Fie că este plăcut sau nu, viața se desfășoară într-un mediu eminamente comercial. Acest lucru nu trebuie să-i sperie pe arhitecți, ci trebuie să profite de acest mediu, în modul lor aparte. Așa cum într-un supermarket traseele se parcurg întocmai cum le-a imaginat proiectantul și constructorul, precum și cel care vrea să-și vândă produsele, așa și într-o casă supusă vânzării, trebuie făcut un traseu și valorizat cât mai mult tot ce se poate, inclusiv culorile.

În cazul în care lucrează pentru străinătate, arhitecții trebuie să se adapteze condițiilor fiecărei țări, inclusiv celor meteorologice. De asemenea, fondul etnic este foarte important. Spre exemplu, o prezentare pentru asiatici în care apar persoane blonde nu este adecvată, deoarece aceștia nu se identifică cu respectivele persoane. Se pot observa astfel de lucruri și în reclamele publicitare. Un produs venit din Europa care se dorește a fi comercializat în China, este potențat prin prezența unui actor sau unei personalități asiatice, ceea ce conferă mult mai multă credibilitate produsului în țara respectivă. Într-o prezentare 3D, este importantă direcția în care privesc oamenii reprezentați. Dacă privesc, de exemplu, spre acoperiș, acest lucru poate reprezenta un pericol. Sau dacă privesc în cu totul altă parte față de punctele de interes ale construcției. Este foarte util ca arhitecții să țină cont de astfel de lucruri, ce par minore, dar care pot avea un impact puternic în subconștientul colectiv. Totodată, dacă într-o prezentare 3D de ansamblu, ceea ce este important, precum clădirile, piața etc. se află într-un plan îndepărtat, iar în prim plan sunt copaci, flori, copii, atunci rezultatul nu va fi cel așteptat. În schimb, concurența poate prezenta o soluție în care în planul publicului, care este cel real, se află persoane care privesc spre acțiune, respectiv obiectivul de construit, dar și persoane care privesc spre client, spectator, ceea ce induce ideea că acel client/spectator face parte din acțiune și că se identifică cu tot ceea ce se petrece acolo. În cazul unor planuri mai

complicate ce se doresc a fi prezentate, este utilă folosirea unor culori, pentru a fi mai ușor de înțeles și pentru a nu fi terne. Introducerea de obiecte de mobilier, covoare etc. determină clientul să înțeleagă mai bine proporțiile, deoarece este familiarizat cu anumite dimensiuni standard. Dacă este vorba despre un client străin, atunci adaptarea acestor elemente la propria cultură este cu atât mai benefică. În momentul în care clientul s-a hotărât să cumpere un apartament/casă etc. realizate de compania/biroul/arhitectul în cauză, atunci este necesară prezentarea unui plan de vânzare, care să conțină toate detaliile posibile. Dacă acest plan va conține culori, plante amplasate ici-colo care să transmită căldură sufletească, clientul se va simți atașat pe termen lung, iar obiectivul pentru care s-a depus efortul respectiv va fi mult mai ușor de atins.

Narațiunea care însoțește un proiect este, de asemenea, deosebit de importantă. Pe lângă arhitectură, o scurtă istorie a amplasamentului respectiv, cu oamenii care trăiesc în acel areal și-i dau viață, eventual evocarea unor personalități care au amprentat locul, reprezintă o modalitate de a face trecerea spre viitor, spre oportunitățile pe care materializarea noului proiect le va oferi. În acest sens, sunt utile fotografii realizate la fața locului, cu oamenii reali care trăiesc/muncesc acolo, sau se pot purta discuții cu acești oameni, pentru a înțelege cum au fost realizate anumite lucruri din proximitatea obiectivului ce urmează a fi construit.

Proxemica este termenul inventat de Edward T. Hall pentru a defini teoriile interdependente ale utilizării de către om a spațiului. Tema centrală a lucrării sale *The Hidden Dimension* (1990) este spațiul social și personal, precum și percepția omului asupra acestuia. Atât arhitecții, cât și specialiștii în comunicare și relații publice trebuie să fie familiarizați cu modul în care oamenii, potențiali beneficiari, aparținând unor culturi diferite, se raportează la spațiul public sau privat. Autorul are două capitole ample dedicate proxemicii la o intersecție a culturilor: germanii, englezii și francezii, un capitol, iar japonezii și lumea arabă, un alt capitol. Din lecturarea fie și numai a acestor capitole, se pot vedea diferențele de comportament și atitudine față de spațiu ale oamenilor ce provin din culturi diferite. Posibil ca unele comportamente să se mai fi schimbat, dar trebuie să ne raportăm la momentul scrierii cărții.

Deși germanii, englezii și francezii împărtășesc o cultură comună, există și multe divergențe din cauza faptului că apar neînțelegeri privind interpretarea comportamentului reciproc. Diferențele culturale nu sunt conștientizate și, de multe ori, sunt considerate ca fiind inepții sau dezinteres față de persoana provenită dintr-o altă cultură. Autorul, ca american, prezintă experiențele sale cu europenii și face deseori comparație cu americanii. Spre exemplu, constată că, dacă oameni din diferite țări se întâlnesc în mod repetat,

fiecare are tendința să generalizeze comportamentul celuilalt și să-l extindă la nivelul întregii populații din țara respectivă. Mulți intelectuali au comentat modul cum își organizează americanii timpul și spațiul. În acest sens, atât germanii, cât și elvețienii germani consideră că programul americanilor este foarte strict și rigid si nu le permite deloc acestora să aibă timp pentru ei înșiși. Europenii consideră că au mai mult timp liber decât americanii. Chiar dacă nu este întotdeauna așa, în mod sigur, europenii acordă o importanță mai mare relațiilor umane decât americanii. După ce subiecții europeni observați de autor au conchis că timpul, respectiv programul, este foarte important pentru americani, au constatat că spațiul este privit de aceștia cu nepăsare și indiferență. Potrivit standardelor europene, americanii risipesc spațiul și consideră că oamenii nu au nevoi legate de acesta. Când ajung în Statele Unite, europenii înșiși se simt presați de timp și se plâng de uniformitatea orașelor americane.

Autorul relatează prima sa experiență legată de tiparele proxemice germane. Chiar dacă a stat mulți ani în America, tiparele germanului rămân înrădăcinate și nu preia tipare americane. Autorul ne prezintă două tipare americane, considerate chiar universale. Primul tipar se referă la discuția privată dintre două sau trei persoane. În America, există o graniță invizibilă între cei care vorbesc și restul oamenilor. În mod normal, persoanele respective vorbesc mai încet, dar, chiar dacă se aude ce spun, cei din jur se comportă ca și cum nu ar auzi nimic.

O altă întâmplare se referă la o conversație avută de autor pe pragul unei case cu etaj din Colorado. Autorul stătea de vorbă în pragul ușii cu o prietenă care locuia la etaj. Ca să ajungă la ea, trebuia să treacă printr-un culoar pentru a urca scara. Culoarul respectiv făcea cumva parte din atelierul unui artist. Uitându-se într-o parte, l-a putut vedea pe artist care, la rândul lui, vorbea cu niște prieteni. A aplicat regula americană, considerând că nici una dintre cele două conversații nu a fost deranjată. A greșit însă, artistul era prusac și a venit spre autor, strigând la el și reproșându-i faptul că a intrat în casa lui fără să-l salute. Autorul s-a simțit umilit și, chiar după treizeci de ani, mai simte acea furie. Dar, mai târziu, studiindu-le comportamentul, a înțeles că, pentru un german, ceea ce făcuse era chiar o intruziune în spațiul personal al acestuia. Intrase în clădire și văzuse ce se întâmpla înăuntru.

Al doilea tipar este mai subtil și precizează momentul în care o persoană a trecut o graniță și a intrat într-o încăpere. Dacă vorbește cu cineva fiind dincolo de ușă sau sprijinindu-se de tocul ușii, nu se consideră că este înăuntru. Nici una din cele două definiții spațiale nu este valabilă în Germania. În ambele situații, germanul consideră că teritoriul său a fost călcat.

În ceea ce privește sfera privată, germanii consideră spațiul privat ca o extindere a propriului ego. Ei fac orice pentru a-și păstra sfera privată neatinsă. În cel de-al Doilea Război Mondial, americanii au putut observa comportamentul prizonierilor germani, care căutau să-și creeze propriul lor spațiu, chiar în închisoare. La prăbușirea Wehrmacht-ului, prizonierii germani soseau mai repede și nu mai erau locuri de cazare. Fiecare soldat își făcea singur un adăpost, un soi de vizuină. Ca o paralelă, autorul compară acest lucru cu extensiile arhitecturale pe care le-a văzut ulterior și care aveau rolul de a evidenția ego-ul. Casele germane cu balcoane sunt aranjate astfel încât să ofere intimitate. Curțile, împrejmuite sau nu, rămân sacre. Viziunea americană referitoare la împărțirea spațiului îl deranjează pe german. În timpul celui de-al Doilea Război Mondial, după ce americanii au ocupat Berlinul, care devenise o ruină, au ordonat berlinezilor care mai aveau băi sau bucătării intacte să le împartă cu vecinii. Ordinul a fost retras, deoarece germanii au început să se omoare unii pe alții ca să nu împartă aceste încăperi.

Mulți americani consideră că germanii sunt rigizi în comportament. Impresia aceasta este creată și de modul de manipulare a scaunelor. Americanii își adaptează poziția scaunului în funcție de necesități, pentru germani a mișca un scaun este de neconceput. Chiar marele arhitect german Ludwig Mies van der Rohe care, deși a fost deseori împotriva clădirilor tradiționale germane, avea niște scaune atât de grele, încât cu greu puteau fi mutate dintr-un loc în altul, precizează Edward T. Hall.

Trecând de la germani la englezi și comparându-i cu americanii, Edward T. Hall pleacă de la ideea că este încetățenit faptul că englezii și americanii sunt două mari popoare separate printr-o singură limbă. Diferențele legate de limbă nu se referă la cuvinte, ci mai ales la alte nivele, începând cu intonația în engleza britanică și continuând cu modurile legate de ego în care se manipulează timpul, spațiul și altele. Dacă chiar ar fi două culturi în care diferențele legate de detaliile proxemice sunt evidențiate, acestea ar fi în educația engleză (școlile publice) și clasa de mijloc americană.

În Statele Unite, spațiul se utilizează ca un mod de clasificare a oamenilor și activităților lor, pe când în Marea Britanie sistemul social determină poziția fiecărui om, cine este fiecare. În Statele Unite, adresa este un element important al statusului fiecărui om (atât adresa de acasă, cât și adresa firmei). Afacerile localizate pe bulevardele Madison sau Park sunt considerate superioare celor situate pe bulevardele șapte și opt. Un birou situat pe un colț este mai bine cotat decât cel situat lângă lift sau la capătul unui hol.

Englezul este născut și crescut într-un sistem social. El este Lord (domn) indiferent unde îl găsești, chiar și în spatele unei tejghele sau în prăvălia unui negustor de pește. Sunt diferențe în alocarea spațiului. Clasa de

mijloc americană consideră că are dreptul la propria cameră sau cel puțin la o parte dintr-o cameră. Clasa de mijloc și de sus din Anglia, pe de altă parte, crește în același loc cu frații și surorile sale. Cel mai în vârstă are camera lui, pe care o eliberează când pleacă la o școală de tip internat, posibil la vârsta de nouă sau zece ani. Diferența dintre propria cameră condiționată și un spațiu comun are un efect important asupra atitudinii englezului față de propriul spațiu. Este posibil ca acesta să nu aibă niciodată o cameră a lui și rareori se așteaptă să aibă una.

Ca o consecință, englezii sunt nedumeriți de nevoia americană pentru un loc sigur în care să lucreze, un birou. Americanii care lucrează în Anglia ar putea deveni iritați dacă stau într-un birou pe care ei îl consideră nepotrivit. Când un american vrea să fie singur merge într-o cameră și închide ușa. Pentru un american, a refuza să vorbească cuiva încă prezent în acea cameră este forma finală de respingere a acelei persoane și un semn foarte neplăcut. Englezul, pe de altă parte, lipsit de propria lui cameră încă din copilărie, nu a dezvoltat niciodată practica utilizării spațiului ca un refugiu provenit de la alții. Când dorește intimitate, el ridică bariere pe care se așteaptă ca alții să le recunoască. Tensiunile dintre englez și american durează până când cei doi se cunosc mai bine unul pe altul. Punctul important este că nevoile arhitecturale și spațiale ale acestora nu sunt deloc aceleași.

Mai sunt multe observații ale lui Edward T. Hall referitoare la diferențele dintre englezi și americani, legate de tonul conversațiilor, modul de a vorbi la telefon, modul de a locui, chiar modul de a privi. Atitudinea de bază a englezilor față de americani este nuanțată de statutul ex-colonial al celor din urmă. Această atitudine este mult mai mult conștientizată decât dreptul nerostit al englezilor de a-și menține viața privată împotriva lumii. Trebuie știut că relațiile englezilor sunt modelate nu în conformitate cu spațiul, ci în conformitate cu statusul social.

După germani și englezi, francezii intră în vizorul lui Edward T. Hall. Francezii, mai ales cei din sud și sud-est, au un mod de viață aglomerat, ceea ce înseamnă implicare senzorială ridicată și poate fi un motiv pentru care acestora le plac spațiile deschise. Francezii se distrează la restaurant și cafenele. Casa este pentru familie și spațiile libere pentru recreere și socializare. Autorul precizează că toate casele pe care le-a vizitat sau despre care a învățat, i-au părut destul de aglomerate. Birourile, casele, orașele și satele sunt în așa fel construite încât să mențină oamenii implicați, să fie apropiați între ei. De asemenea, automobilul francez este proiectat pentru nevoile franceze. Automobilul este mai mult expresia unei culturi decât limba acelei culturi. Dacă francezii conduc mașini americane, ei trebuie să renunțe la mai multe modalități de a interacționa cu un spațiu care le este drag. Cine

se uită însă la stilul mașinilor franceze, își dă seama de accentul pus pe individualitatea acestora.

Întrucât spațiul total trebuie menținut în echilibru, francezii din mediul urban au învățat să profite la maximum de parcuri și de aer liber. Pentru ei, orașul este ceva din care să obțină satisfacție și așa sunt și oamenii din el. Cafenele pe trotuar, zone deschise unde oamenii se adună și se bucură unii de alții.

În această scurtă analiză s-a arătat că utilizarea în mod diferit a simțurilor conduce la nevoi foarte diferite. Acest lucru devine mai anevoios atunci când analiza se referă la culturi mult mai diferite decât cea europeană și americană. De asemenea, pot fi zone ale aceleiași țări, dar cu obiceiuri neștiute și nevoi ascunse. Scara la care trăiește fiecare comunitate este un factor cheie în planificarea orașelor, cartierelor și a dezvoltării de locuințe, în conformitate și cu o reală reînnoire urbană.

În cel de-al doilea capitol al cărții lui Edward T. Hall, aflu despre comportamentul și percepția spațiului de către japonezi și arabi. În Japonia veche, spațiul și organizarea socială erau interconectate. Shogunii Tokugawa au plasat nobilii în zone concentrice în jurul capitalei, Ado (Tokyo). Apropierea de nucleu reflecta proximitatea relației și loialitatea față de shogun; cei mai loiali formează un inel protector interior. Pe cealaltă parte a insulei, peste munți și spre nord și sud, se aflau cei mai puțin de încredere sau a căror loialitate era pusă sub semnul întrebării. Conceptul de centru care poate fi abordat din orice direcție este o temă bine dezvoltată în cultura japoneză.

Modelul japonez care pune accent pe centre se observă nu doar în diferite aranjamente spațiale, ci chiar și în conversațiile lor. Șemineul japonez (*hibachi*) și locul său transmite o nuanță emoțională care este la fel de puternică, dacă nu mai puternică, decât conceptul de focar. După cum a explicat cândva un preot bătrân, pentru a cunoaște cu adevărat japonezii trebuie să fi petrecut câteva seri reci de iarnă strânși împreună în jurul unui *hibachi*. Toată lumea stă împreună. O pătură comună acoperă nu doar *hibachi*-ul, ci și genunchii tuturor. În acest fel căldura este păstrată. Mâinile se ating și toată lumea se simte laolaltă. Aceasta este adevărata Japonie. În termeni psihologici, există o concentrare pozitivă spre centrul camerei și o parte negativă spre margini (de unde vine frigul iarna). Nu ne mirăm, așadar, că japonezii spun că încăperile noastre arată ca și cum ar fi goale (pentru că centrele lor sunt, de obicei, goale).

Un alt aspect al contrastului dintre centru și margine se referă la spațiul cu caracteristici fixe și la ceea ce este considerat spațiu cu caracteristici semifixe. Pentru noi, pereții unei case sunt ficși. În Japonia sunt semificși. Pereții sunt relativ mobili și camerele au multiple scopuri. În

locurile de odihnă japoneze (*ryokari*), oaspeții descoperă că lucrurile vin spre ei în timp ce scenariul se schimbă. Ei stau în mijlocul camerei pe *tatami* (covor), în timp ce panourile glisante sunt deschise sau închise. În funcție de momentul zilei, camera poate include întreaga curte sau poate fi restrânsă în etape până când tot ce rămâne este un dormitor. Un perete se deschide și se aduce o masă. Când masa s-a terminat și este timpul să dormi, așternuturile sunt desfășurate în același loc în care au avut loc mâncatul, gătitul, gândirea și socializarea. Dimineața, când camera este din nou deschisă către întreaga curte, razele luminoase ale soarelui sau mirosul subtil de pin al cețurilor de munte pătrund în spațiul intim și îl curăță într-un mod revigorant.

Unul dintre termenii folosiți cel mai frecvent de americani pentru a descrie modul de viață japonez este cuvântul indirect. Un bancher american care a petrecut mai mulți ani în Japonia și a încercat să se acomodeze cât mai bine, a spus că a găsit frustrant faptul că japonezii vorbesc în jurul subiectului fără a ajunge vreodată la el. Ceea ce nu a realizat, era că insistența americană de a ajunge rapid la subiect este la fel de frustrantă pentru japonezi, care nu înțeleg această logică.

Pentru occidentali, aglomerația este un cuvânt cu conotații neplăcute. Japonezii preferă aglomerația, cel puțin în anumite situații. Ei consideră că este prietenos să doarmă aproape unul de altul pe podea. Nu este surprinzător, prin urmare, să descoperim că nu există un cuvânt japonez pentru intimitate. Cu toate acestea, nu se poate spune că, în rândul japonezilor, nu există conceptul de intimitate, ci doar că este foarte diferit de concepția occidentală. În timp ce un japonez nu vrea să fie singur și nu-l deranjează să aibă oameni în jurul lui, este totuși împotriva partajării unui perete al casei sau al apartamentului său cu alții. El consideră casa sa și zona imediat înconjurătoare ca o singură structură. Tradițional, acest spațiu conține o grădină, chiar și mică, care îi oferă locuitorului un contact direct cu natura.

Diferențele dintre Occident și Japonia nu se limitează la a se deplasa în jurul subiectului versus a veni rapid la subiect, ci și la cele referitoare la întreaga experiență a spațiului. Când occidentalii gândesc și vorbesc despre spațiu, se referă la distanța dintre obiecte. În Occident, există percepția și reacția la aranjarea obiectelor sau la spațiul care este gol. Japonezii sunt instruiți să dea sens spațiilor, să perceapă forma și aranjamentul spațiilor; pentru acest lucru au un cuvânt, *ma* sau intervalul, care este un bloc de construcție fundamental în toate experiențele spațiale japoneze. Este funcțional nu doar în aranjamentele florale, ci și în structura tuturor celorlalte spații. Abilitatea japonezilor de a manipula și aranja *ma* este extraordinară și produce admirație și uneori chiar uimire în rândul europenilor. Omul și natura sunt cumva transformați și pot fi văzuți ca în armonie. Există și un mesaj filosofic referitor la relația omului cu natura. Ei cred că memoria și imaginația

ar trebui să participe întotdeauna la percepții. Există o mare abilitate a japonezilor de a crea grădini, care izvorăște din faptul că în percepția spațiului ei folosesc viziunea și toate celelalte simțuri la fel. Simțul olfactiv, schimbările de temperatură, umiditatea, lumina, umbra și culoarea sunt luate împreună, în așa fel încât să sporească utilizarea întregului corp ca un organ de simțire. În contrast cu perspectiva unică a pictorilor Renașterii și Barocului, grădina japoneză este concepută pentru a fi savurată din multe puncte de vedere. Proiectantul îl determină pe vizitatorul grădinii să se oprească din loc în loc, să-și găsească poate echilibrul pe o piatră din mijlocul unei bălți, astfel încât să se uite la momentul potrivit pentru a surprinde o privire neașteptată. Studiul spațiilor japoneze ilustrează obiceiul lor de a ghida individul către un loc unde poate descoperi ceva de unul singur.

În lumea arabă se așteaptă ca o persoană să conecteze puncte separate pe cont propriu și foarte rapid. În ciuda a peste două mii de ani de contact, vesticii și arabii încă nu se înțeleg. Cercetarea proxemică dezvăluie câteva perspective asupra acestei dificultăți. Americanii din Orientul Mijlociu sunt imediat loviți de două senzații contradictorii.

În public, sunt copleșiți de mirosuri, aglomerație și niveluri mari de zgomot. În casele arabe, americanii sunt predispuși să se simtă izolați din cauza unui spațiu prea mare, întrucât casele și apartamentele arabe ale claselor de mijloc și superioare pe care americanii staționați în străinătate le ocupă, în mod obișnuit, sunt mult mai mari decât locuințele pe care acești americani le folosesc, de obicei. Atât stimularea senzorială intensă experimentată în locurile publice, cât și nesiguranța fundamentală care provine din faptul că te afli într-o locuință prea mare, îi pregătesc pe americani pentru lumea senzorială a arabului.

Împingerea în locurile publice este o caracteristică pentru cultura din Orientul Mijlociu. Cu toate acestea, nu este așa cum cred americanii, că sunt insistenți și nepoliticoși, ci izvorăște dintr-un set diferit de presupuneri, nu numai cu privire la relațiile între oameni, ci și la modul în care se percepe corpul. Paradoxal, arabii îi consideră insistenți pe europenii din nord și pe americani, de asemenea. Acest lucru l-a pus în dificultate pe autorul Edward T. Hall, când a început să cerceteze aceste două perspective. Cum ar putea americanii care se opresc și evită să se atingă să fie considerați insistenți? Obișnuia să-i întrebe pe arabi, să-i explice acest paradox. Niciunul dintre subiecții săi nu a fost în măsură să-i spună, în mod explicit, care aspecte ale comportamentului american erau responsabile, dar toți au fost de acord că impresia era răspândită printre arabi. După mai multe încercări nereușite de a dobândi înțelegere asupra lumii cognitive a arabului din acest punct de vedere, a înregistrat-o ca o întrebare la care numai timpul va putea răspunde. Răspunsul a venit datorită unei întâmplări aparent fără importanță. În timp ce

aștepta un prieten în holul unui hotel din Washington, D.C., și dorea să fie în același timp vizibil și singur, s-a așezat pe un scaun izolat în afara fluxului normal de trecători. În astfel de împrejurări, majoritatea americanilor respectă o regulă, care este cu atât mai strictă pentru că rar ne gândim la ea, și anume: imediat ce o persoană se oprește într-un loc public, în jurul lui apare o mică sferă de intimitate care este considerată inviolabilă. Dimensiunea sferei variază în funcție de gradul de aglomerație, vârsta, sexul și importanța persoanei, precum și de mediul general. Oricine intră în această zonă și rămâne acolo se consideră că intră în intimitatea acelei persoane. Pentru a continua, în timp ce aștepta în holul pustiu, un străin s-a apropiat de locul unde stătea și s-a așezat suficient de aproape, încât autorul putea fi atins. În plus, corpul străinului umplea câmpul periferic al vederii sale, pe partea stângă. Dacă holul ar fi fost plin de oameni, ar fi înțeles comportamentul său, dar într-un hol gol, prezența lui l-a făcut să se simtă inconfortabil. Și-a mișcat corpul în așa fel încât să comunice iritare. În mod ciudat, în loc să se îndepărteze, acțiunile sale păreau doar să-l încurajeze, deoarece s-a apropiat și mai mult. În ciuda tentației de a scăpa de iritare, autorul a hotărât să nu se mute. Din fericire, a sosit un grup de oameni căruia personajul i s-a alăturat imediat. Din gesturi și din ceea ce vorbeau, a înțeles că erau arabi. Nu reușise să facă această identificare uitându-se la subiectul său când era singur, pentru că nu vorbea și purta haine americane. Povestindu-i scena unui coleg arab, acesta a spus că era un loc public. Prin urmare, în gândirea arabă, nu există drepturi ale cuiva care stă într-un loc public. Pentru arab, nu există o intruziune în public. Public înseamnă public. Cu această înțelegere, multe comportamente arabe care fuseseră altfel dificil de explicat, iritante, au început să aibă sens. A învățat, de exemplu, că dacă A stă într-un colț de stradă și B vrea locul său, B are drepturi, dacă face tot posibilul să-l facă pe A să se simtă suficient de inconfortabil încât să se mute. În Beirut, doar cei curajoși stau în ultimul rând al unui cinematograf, pentru că în general există persoane în picioare care doresc locuri și care împing și fac atâta gălăgie, încât majoritatea oamenilor renunță și pleacă. Văzut în această lumină, arabul care a intruzionat în spațiul său din holul hotelului, aparent l-a ales tocmai pentru că era un loc bun pentru a urmări două uși și liftul. Gestul său de iritare, în loc să-l alunge, îl încurajase doar. El credea că este pe cale să-l facă să se mute.

Pentru arab, persoana există undeva în interiorul corpului. Ego-ul nu este complet ascuns, pentru că poate fi atins foarte ușor cu o insultă. Este protejat de atingere, dar nu de cuvinte. Simțul olfactiv ocupă un loc proeminent în viața arabă. Nu este doar unul dintre mecanismele de stabilire a distanțelor, ci este o parte vitală a unui sistem complex de comportament. Pentru arabi, mirosurile plăcute reprezintă și o modalitate de implicare a

unora cu ceilalți. Prin accentuarea simțului olfactiv, arabii încearcă să îmbunătățească mirosurile și să le folosească în construirea relațiilor umane. Pe scurt, simțul olfactiv îndeplinește două roluri în viața arabă. Acesta îi adună pe cei care doresc să aibă relații și îi separă pe cei care nu vor.

Una dintre primele descoperiri ale autorului în domeniul comunicării interculturale a fost că poziția corpurilor oamenilor în conversație variază în funcție de cultură. Cu toate acestea, l-a uimit faptul că un prieten arab părea incapabil să meargă și să vorbească în același timp. Comportamentul lui a fost explicat atunci când a aflat că, pentru arabi, să privească periferic o altă persoană este considerat nepoliticos.

Cum am arătat deja, pentru arabi intimitatea într-un loc public nu există. Tranzacțiile comerciale din bazar, de exemplu, nu sunt doar între cumpărător și vânzător, ci implică pe toată lumea. Oricine stă pe lângă poate să se alăture. Implicarea și participarea sunt exprimate și în alte moduri. Dacă doi bărbați se ceartă, mulțimea trebuie să intervină.

O altă caracteristică a lumii arabe este aceea că ei nu se simt deranjați când sunt înconjurați de oameni, dar urăsc să fie înconjurați de pereți. Ei manifestă o sensibilitate mult mai mare față de aglomerația arhitecturală decât europenii și americanii. Spațiul închis trebuie să îndeplinească aceste cerințe: să fie mult spațiu neobstrucționat în care să se miște, precum și o vedere neobstrucționată; să existe tavane foarte înalte, care să nu afecteze câmpul vizual.

Modelele proxemice ne dezvăluie și alte aspecte despre cultura arabă. De exemplu, întregul concept al limitei este aproape imposibil de definit. Într-un sens, nu există limite. Marginile orașelor există, dar limite permanente în țară (linii ascunse), nu. Comportamentul arabilor în ceea ce privește proprietatea lor reală pare să fie o extensie a abordării lor față de corp. Pentru arabi, termenul de intruziune este de neînțeles. Acest lucru poate fi explicat prin faptul că ei își organizează relațiile unii cu ceilalți în funcție de sisteme sociale închise, mai degrabă, decât spațial. De mii de ani, musulmanii, maroniții și evreii au trăit în propriile lor sate, fiecare cu afilieri puternice de rudenie. Ierarhia lor de loialități este: mai întâi față de sine, apoi față de rude, coreligionar și/sau conațional. Oricine nu este în aceste categorii este un străin. Străinii și dușmanii sunt foarte strâns legați, dacă nu chiar sinonimi, în gândirea arabă. În acest context, pentru arabi contează cine ești, mult mai mult decât o bucată de teren sau un spațiu cu o limită ce poate fi negată oricui și tuturor, prieten sau dușman deopotrivă.

Prin urmare, din tot ce am prezentat, rezultă că modelele proxemice diferă. Prin examinarea lor este posibil să găsesc cadre culturale ascunse care determină structura lumii unui popor dat. Perceperea lumii în mod diferit duce la definiții diferențiate privind viața aglomerată, relații interpersonale și

abordarea politicii locale și internaționale. Există, în plus, discrepanțe semnificative în măsura în care cultura structurează implicarea, ceea ce înseamnă că planificatorii ar trebui să înceapă să gândească în termeni de diferite tipuri de orașe, orașe care vin împreună cu modelele proxemice ale oamenilor care trăiesc în ele.

Revenind la potențialul obiectiv ce urmează a fi construit, am încercat să demonstrez cum ajută proxemica la înțelegerea modului în care oamenii din zonă au sau nu disponibilitatea de a se apropia de acesta. Încă o dovadă în plus a necesității și utilității de a cunoaște comunitatea. La prezentări și conferințe, sunt mulți arhitecți care menționează ce au făcut, cum au făcut, ce greutăți au întâmpinat sau de ce fel de facilități au beneficiat. Este foarte bun acest lucru, dar este mult mai frumos și mai avantajos să aducă lângă ei oameni care fac parte din proiect sau au tangențe emoționale cu acesta. De asemenea, în cazul fericit în care proiectul se va fi terminat, este bine să se viziteze acel loc, să se afle impresii despre impactul obiectivului construit, chiar și la un an-doi de la finalizarea construcției. Astfel, se pot afla lucruri interesante, poate chiar istorii comice sau neajunsuri ale construcției, iar toate acestea pot fi de un real folos în viitor. Se pot descoperi lucruri inedite, modul în care anumite componente ale proiectului au fost utilizate într-un fel mai bun sau dimpotrivă. O companie/birou de arhitectură, dacă dorește să aibă viitor, trebuie să-și pună tot timpul întrebări și nu numai în domeniul profesiei. Aspectele legate de etică fac, deseori, diferența între astfel de entități. Sunt foarte utile discuțiile cu angajații și/sau colaboratorii, pentru a le vedea punctele de vedere, dar și pentru a-i face conștienți de provocările lumii actuale. În afară de proiectare, este foarte importantă supravegherea cu responsabilitate a lucrărilor. Dacă acestea se desfășoară în străinătate, compania/biroul de arhitectură trebuie să aibă în vedere optimizarea zborurilor sau deplasărilor cu mașina/trenul, cazările la hoteluri, diurnele, care reprezintă costuri semnificative. Și nu în ultimul, trebuie să existe o preocupare serioasă privind siguranța personalului, întrucât sunt multe zone nesigure pe glob.

În acest capitol s-a prezentat, în special, modul în care arhitecții pot învăța și beneficia din relațiile publice și marketing. Pentru corectitudine, trebuie să spun că și oamenii de relații publice și marketing au de învățat de la arhitecți. Arhitectura este esențială pentru modul în care trăim, iar arhitecții au o influență incredibilă asupra acestui mod de viață, totul se definește prin spațiile pe care le traversăm. Sunt birouri comerciale care și-au propus să se folosească de arhitectură pentru a promova gândirea creativă în rezolvarea problemelor.

Pentru orientarea activității arhitecților într-o direcție corectă, prima întrebare la care aceștia trebuie să răspundă este: cine sunt/suntem? Dacă

răspunsul va fi fost deja dat, relațiile publice și marketingul urmează pasiunile ce nu trebuie niciodată abandonate. Un specialist în marketing face acest lucru pentru că îi plac produsele pe care le promovează, în acest caz arhitectura. Cea mai rea este minciuna. Totul trebuie să se bazeze pe interes și pasiune, iar relațiile publice și marketingul sunt o unealtă care ajută arhitecții să-și atingă obiectivele, adică să realizeze o arhitectură bună, cu viziune.

7.2. Promovarea arhitecturii în România

Pe un drum al formei și al ideii, în inima unei lumi construite din materie și vis, arhitectura își caută vocea. Într-un peisaj dominat de schimbări rapide și canale multiple de comunicare, promovarea acestei arte riguroase, dar poetice, devine o adevărată orchestră de mijloace și strategii, fiecare notă adăugând profunzime și vizibilitate unei profesii care modelează nu doar spații, ci și conștiințe.

În trecut, cuvântul scris și imaginea tipărită au fost principalele canale prin care arhitectura se făcea cunoscută. Reviste precum *Arhitectura*, *Arhitext*, *Zeppelin* sau *Igloo* nu doar documentau tendințele, ci și formau gustul, cultivând o cultură vizuală profund ancorată în tradiție. Începând cu 1906, odată cu apariția primei reviste de arhitectură în România, promovarea arhitecturii în spațiul public a primit o formă instituționalizată, o voce coerentă, care s-a consolidat în paralel dezvoltarea profesiei. Astăzi, aceste reviste continuă să joace un rol esențial, oferind conținut de calitate atât în format fizic, cât și digital, într-un echilibru fragil între nostalgie și modernitate.

Însă, lumea s-a schimbat. Pandemia a accelerat o tendință deja prezentă: migrarea către spațiul virtual. Online-ul a devenit scena principală a discursului arhitectural, iar rețelele sociale precum *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn*, *TikTok*, *YouTube* nu mai sunt doar instrumente de divertisment, ci spații de manifestare profesională, galerii deschise ale portofoliilor, ateliere de creație virtuală. Arhitecții au început să își construiască *brand*-uri personale, studiourile și-au asumat identități vizuale coerente, iar comunitățile s-au născut în jurul unor conturi care respiră estetică și inovație.

Brandingul, cândva rezervat doar lumii comerciale, a devenit un instrument vital în arhitectură. Întrebarea nu mai este doar *ce proiecte faci*, ci *cum le comunici* și *ce impresie lași*. Arhitectul devine o figură publică, iar studioul un microcosmos cu valori, misiune și viziune. Se conturează o identitate organizațională, uneori confundată cu cea a liderului creativ, alteori independentă și colectivă, dar mereu cu ambiția de a diferenția, de a impresiona, de a convinge.

Pe această scenă a promovării, relațiile publice joacă rolul liantului. Între media câștigată, acel ecou al activității într-o presă de specialitate sau generalistă, media deținută, adică site-uri, bloguri, canale proprii și media plătită, respectiv campanii publicitare, colaborări sponsorizate, arhitectura se exprimă și se expune. Cu un scop clar: credibilitate, vizibilitate, încredere. Această trilogie a reputației este esențială în câștigarea clientului, în educarea publicului și în afirmarea profesiei într-o societate în continuă schimbare.

Offline-ul, deși aparent eclipsat, își păstrează farmecul: evenimentele precum bienale, săptămâni ale designului, conferințe și workshopuri sunt locuri de întâlnire, de experiment și de afirmare. Aici, arhitectura devine spectacol, discurs, manifest. Tinerii arhitecți își prezintă viziunea, studiourile consacrate își expun inovațiile, iar publicul intră în dialog cu spațiul construit. Aceste evenimente sunt puncte de cristalizare ale comunității profesionale și ale unei culturi arhitecturale în formare continuă.

Se pune o întrebare firească și anume care dintre activitățile din cadrul relațiilor publice se potrivește cel mai bine pentru domeniul arhitecturii și îl poate ajuta. Media câștigată (*earned media*) este principalul instrument folosit în presă pentru a obține acoperire gratuită pentru clienți, spre deosebire de media plătită (publicitatea) și media deținută (*owned media* folosită în *branding*). Îmbinarea celor trei poate fi o strategie bună de promovare a unei companii, însă de cele mai multe sau cel mai sigur este să fie folosite relațiile publice care au drept instrument media câștigată.

Mediul offline este un mediu care, de-a lungul ultimilor ani și, cu precădere, în timpul pandemiei de Covid-19, a pierdut destul de mult teren în fața online-ului. Acest fapt s-a născut și din necesitatea lumii de a comunica mai ușor și mai eficient într-un timp relativ scurt. Campaniile de promovare ale produselor și ale *brand*-urilor au suferit schimbări majore, partea vizuală contând mult mai mult decât partea de *copywriting*, frazele devenind cât mai scurte și la obiect, iar impactul cât mai rapid. Chiar și așa, cele două echipe creative (*copywriter* și *art director*) care lucrează la implementarea unei campanii sunt indispensabile una de cealaltă și își unesc forțele pentru a obține un produs publicitar bine definit.

Limitându-ne la domeniul arhitecturii, mediul offline a fost și va fi cel puțin pentru o perioadă de timp, posibil, aproape la fel de important ca online-ul. În acest sens, trebuie subliniată importanța revistelor de specialitate (revistele *Arhitectura*, *Arhitext*, *Zeppelin*, *Igloo*) în promovarea arhitecturii, a arhitecților și a patrimoniului construit din România. Apariția revistelor de arhitectură în România a avut loc în anul 1906, la apariția revistei *Arhitectura*. Această revistă a marcat debutul literaturii de specialitate de arhitectură în presa scrisă, fiind înființată de Societatea Arhitecților Români. Atât publicul avizat, cât și publicul neavizat acordă o importanță sporită revistelor de

arhitectură, în format fizic, iar acest lucru se datorează, cel mai probabil, îndelungatei tradiții, de zeci de ani, a acestora. În ceea ce privește literatura de specialitate, acest aspect este îmbucurător. În altă ordine de idei, evenimentele culturale care au drept subiect domeniul arhitecturii sau în care sunt inserate și categorii ce țin de design, arhitectură și design de interior se bucură de o mai mare popularitate față de trecut. Aceste evenimente sunt organizate, pe de o parte, de instituții de profil, cum ar fi Ordinul Arhitecților din România sau, pe de altă parte, de instituții private, cum ar fi The Institute. Evenimentele culturale, care, adesea, în România sunt și recurente (exemplu: Bienala de arhitectură, Romanian Design Week) reprezintă o tradiție în ceea privește domeniul arhitecturii și al designului. Acestea, pe lângă scopul de divertisment, au și un alt scop foarte important și anume promovarea tinerilor arhitecți și/sau designeri, fie studenți sau proaspăt absolvenți. De asemenea, marile birouri de arhitectură își expun noile proiecte, promovând astfel rezultatul muncii lor, fie că este vorba de proiectare, de amenajare sau de design de produs. De cele mai multe ori, evenimentele din domeniul arhitecturii sau în care este inclusă aceasta, sunt unele cu caracter educativ, cultural. Pe lângă evenimentele recurente, un rol important îl joacă și workshopurile, conferințele, seminariile și evenimentele interne, în cadrul organizațiilor de profil.

Concursurile de arhitectură, atât naționale, cât și internaționale, individuale sau colective, sunt o mare atracție pentru toată breasla și sunt urmărite de multe tipuri de public. Adesea, aceste concursuri se finalizează cu un eveniment de tip gală de decernare a premiilor.

Mediul online, așa cum am punctat anterior, a câștigat mult mai mult teren în fața celui offline. Drept urmare, rețelele sociale, blogurile și site-urile au un impact major în comunicarea și promovarea arhitecturii. Rețelele sociale sunt un element esențial în promovarea unui domeniu așa cum este arhitectura. De-a lungul ultimilor ani, s-a observat o expansiune a acestui domeniu pe rețelele sociale. Construirea imaginii unui studio de arhitectură, precum și brandul personal al unui arhitect a început încet, încet, să se realizeze în online, publicul fiind influențat într-o mare măsură de acest mediu de manifestare. Rețelele sociale au un impact major în întreaga societate, fiind un instrument în campaniile de relații publice din întreaga lume. Chiar și în acest caz, în ultimii ani, arhitecții și designerii au observat impactul pe care ar putea să îl aibă asupra imaginii acestora și au încercat să dezvolte comunități cât mai semnificative din punct de vedere numeric și al conținutului. Studiourile de arhitectură au văzut potențial în acest tip de comunicare cu publicul și au înțeles caracterul indispensabil pe care rețelele sociale le au în promovarea de arhitectură. Acest potențial trebuie fructificat în contextul ascensiunii continue a comunicării digitale și, în general, al erei

digitale. Un alt element important în acest sens este și prezența web-inarelor care au o foarte mare popularitate în rândul specialiștilor.

Blogurile au început să fie foarte populare în rândul arhitecților și designerilor, fiind considerate de aceștia o adevărată sursă de inspirație. În ceea ce privește această sursă de informare, în România sunt multe bloguri de profil, populare și urmărite atât de publicul avizat, cât și de cel neavizat. De subliniat și faptul că multe dintre acestea sunt de origine străină. Totuși, există și bloguri deținute de români, cum ar fi *Designist.ro*, *Jurnaldedesinginterior.com*, *Wildventure.ro*. În același timp, pe lângă acestea, există și site-uri de specialitate populare în România, străine sau autohtone. Acestea se pot împărți în două categorii, respectiv site-uri care prezintă noile tendințe în domeniu, noile evenimente etc. și site-urile cu ajutorul cărora studiourile de arhitectură și arhitecții își promovează creația și portofoliul. Totodată, există și cazuri în care aceste site-uri au și secțiunea de blog în meniu. De adăugat, în acest sens, este și importanța pe care o au site-urile organizațiilor profesionale (exemplu: OAR – Ordinul Arhitecților din România) sau instituțiilor de profil (exemplu: Universitatea de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu") pentru promovarea acestui domeniu.

De asemenea, se poate sublinia și faptul că marea majoritate a revistelor în format fizic au și echivalent în format digital, pentru a ușura accesibilitatea consumatorilor de conținut și, nu în ultimul rând, vizibilitatea conținutului pentru cât mai multe categorii de public.

În ultimii ani, mai ales, televiziunea și companiile de *streaming* (exemplu: Netflix) au jucat un rol major pentru arhitectură și design. De la seriale până la documentare și filme, toate au influențat percepția publicului larg asupra importanței pe care o are arhitectura în societatea actuală și, mai ales, arhitectura de calitate. Seriale precum *The World's Most Extraordinary Homes* sau Designer-ii au avut mare succes în România, cu atât mai mult că sunt accesibile și ușor de urmărit, chiar și de către publicul neavizat. De asemenea, filmele despre arhitecți celebri sunt un punct important de plecare în ceea ce privește promovarea imaginii unui arhitect și a tuturor aspectelor din viața acestuia. La nivel local, arhitectura este promovată cu ajutorul televiziunii, prin emisiuni și documentare la Televiziunea Română și la posturi private. De obicei, arhitecții își prezintă propria lor creație sau vorbesc de alți arhitecți celebri. Există și emisiuni realizate cu sprijinul Universității de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu", în care profesorii prezintă tendințele actuale în domeniu sau vorbesc despre istoria arhitecturii din România.

Rămânând tot la promovarea arhitecturii cu ajutorul filmului, *Youtube* este printre cele mai frecventabile platforme, unde se poate găsi conținut despre și din acest domeniu. Foarte recent, în România a devenit popular și un alt mod de a se face cunoscuți arhitecții și anume *podcast*-urile.

Printre primele *podcast*-uri din domeniu, ce merită a fi menționate, sunt cele realizate de Ordinul Arhitecților din România, filiala București.

Când ne referim la promovarea de arhitectură, trebuie să se mai facă și o distincție clară între promovarea unui studio/birou și cea a unui arhitect. Pentru un număr mare de cazuri din România se poate spune că biroul de arhitectură se identifică într-o foarte mare proporție cu însuși arhitectul care îl conduce, dar nu este întotdeauna astfel. Sunt și birouri mari sau dezvoltatori imobiliari la care această situație nu se poate confirma, deoarece există o contribuție colectivă asupra viziunii unui proiect, iar identitatea individuală este asimilată brandului respectiv. De fapt, în aceste cazuri este vorba despre identitatea organizațională a unui brand și mai puțin de identitatea unui arhitect ca entitate a unui business. În cele din urmă, aceasta poate fi o problemă de discutat în contextul promovării profesiei de arhitect și scopului acesteia. Vrem să promovăm un brand, un anumit arhitect sau arhitectura în sine? În ambele cazuri, fără dar și poate, arhitectura este promovată, doar scopul este diferit și, se poate spune, discutabil. Specific arhitecților și antreprenorilor români, șansa acestora, aș putea spune, este ieșirea din comun, crearea unei impresii aparte, diferită de una globalistă, promovată puternic. „Sunt convinsă că șansa brandurilor românești […] este să facă o impresie, să se diferențieze și să fie o surpriză și o încântare pentru consumator. Cel mai ușor pot face asta printr-o identitate autentică și curajoasă – un teren pe care brandurile globale nu intră prea ușor" (Bogdan, 2011, 109).

În cazul studiourilor de arhitectură, dar și în cazul arhitecților o problemă puternic dezbătută, de-a lungul anilor, este comunicarea acestora cu clienții. Este de punctat, în această situație, modul în care reușesc acestea/aceștia să mențină o relație bună cu beneficiarii, cum îi atrag, care este competitivitatea în ceea ce privește clienții importanți și care este poziționarea arhitectului în societatea actuală din România.

Antreprenoriatul în arhitectură trebuie să joace un rol mult mai pronunțat, brandingul și repoziționarea fiind două dintre elementele esențiale pentru a da un suflu nou acestei profesii. Îmbunătățirea imaginii arhitectului printr-un proces de branding bine direcționat și structurat, având drept scop final de a crea acel client experience atât de important în managementul unei organizații, este premisa de la care trebuie să plece fiecare business de arhitectură pentru a se promova. Gestionarea managementului într-un birou de arhitectură trebuie să fie, foarte probabil, chiar prima problemă ce trebuie discutată la nivelul echipei. Departamentul de comunicare are rolul de a sintetiza nevoile reale ale organizației, de a opri sincopele manageriale (dacă acestea există) și de a crea o imagine cât mai bună firmei în rândul publicului-țintă, viitor beneficiar al serviciilor. De

asemenea, una dintre cele mai vechi strategii de promovare, adică *word of mouth*, este și printre cele mai comune practici utilizate în rândul birourilor de arhitectură din România.

Încercarea de a ne delimita de arhitectură, în general, și de cea de interior, în particular, este destul de greu de realizat, mai ales și pentru faptul că partea de interior a prins multă popularitate în ultimii ani în zona onlineului. Foarte mulți arhitecți optează, în mod special pe *Instagram* (în cele mai multe cazuri, în detrimentul *Facebook*), să își promoveze portofoliul referitor la arhitectura de interior prin randări sau chiar prin proiecte realizate. În România, există un număr impresionant de conturi de studiouri și de arhitecți de interior care își prezintă propria creație. *LinkedIn* a câștigat teren și el, în ultimii cinci ani de zile, fiind un nucleu semnificativ de menționat atunci când este vorba de promovarea birourilor de arhitectură. Acesta mai are, desigur, și rolul de a informa în privința locurilor de muncă disponibile la aceste firme. Astfel, delimitarea promovării pentru doar o parte a domeniului este foarte greu realizabilă și, tind să cred, prea nișată. Din acest motiv, promovarea de arhitectură cuprinde toate specializările sale și cele ce derivă din aceasta, de la interior până la design de produs.

Brand-ul de arhitect, în ultimii ani, a prins contur într-o mai mare măsură, iar conștientizarea acestuia în societate este vitală pentru evoluția meseriei în cauză și pentru identitatea acesteia în rândul publicului. Implicarea arhitecților și în alte activități cu caracter social, cum ar fi înființarea de organizații non-guvernamentale (ONG-uri), le-a adus unora dintre ei o mai mare notorietate și i-a făcut mai cunoscuți publicului larg.

Prin urmare, începuturile promovării arhitecturii și a arhitecților se situează, în România, din punct de vedere temporal, de destul de puțin timp în atenția publicului, în ceea ce privește mediul digital. De remarcat este faptul că, foarte recent, acest mod de comunicare a fost considerat simplu și demn de utilizat. Însă, evoluția modului de comunicare și transformările sociale au dus la o expansiune a acestui tip de promovare, deși impactul față de alte domenii este simțitor mai mic și mai lipsit de importanță. Astfel, asupra promovării și comunicării de și prin arhitectură, ar trebui să ne aplecăm mai mult și să depunem mai mult efort pentru a o face mai eficientă, pentru toate tipurile de public.

În cele din urmă, promovarea arhitecturii nu este doar o chestiune de marketing, ci un act de responsabilitate culturală. Este vorba despre cum transmitem sensul profund al construcției, cum comunicăm valorile care ghidează o profesie nobilă, cum atragem nu doar clienți, ci și respect. Arhitectura nu este doar despre forme, ci despre idei, despre oameni, despre societate. A o promova bine înseamnă a o înțelege profund și a o face accesibilă tuturor.

Astfel, între trecutul tipărit și viitorul digital, între realitatea construită și imaginea sa proiectată, arhitectura își scrie povestea cu vizibilitate, cu demnitate și cu poezie.

8. Calea Victoriei – reper istoric, modern și contemporan

Vorbim despre memoria locului, despre Calea Victoriei, despre artera muzeu în aer liber, când observatorul recunoaște profunzimea propriilor trăiri și se regăsește în ele.

„După ce începi să cunoști lumea, descoperi că metropolele, oricât de întinse și de rafinate în arhitectură ar fi ele, au, în buricele lor, o Stradă Mare.[…].

La începuturi, Calea Victoriei a fost o Uliță Mare spre Sărindar, unită […], după izbânda în războiul de la 1878, cu Drumul Brașovului […]. Românii, chiar și aceia care n-au călcat-o niciodată, țin cu Calea Victoriei o legătură sentimentală. Nu trebuie să realizezi importanța unui lucru, ca să-l iubești și să-l iei de simbol, de purtător de interese […]. Destui sunt cei – dacă nu cumva majoritatea - care nu știu și nici măcar nu-și pun problema cărei Victorii îi e închinată Calea […]. Trebuie – gândește cetățeanul să fie vorba de o mare Victorie Națională, dacă nu cumva de o sumă de Victorii, de Victoria că, uite, Bucureștiul era doar un târg amărât, până nu demult, până acum două veacuri, iar azi e în rând cu mari metropole[…].

Calea Victoriei e un fapt unic de personalitate urbană subînțeleasă: așa ar fi arătat tot Bucureștiul, dacă am fi putut, dacă ne-ar fi dat mâna, dacă constructorii lui ar fi fost suficient de luminați, ca să facă din Calea Victoriei o unitate de măsură a calității de oraș. Mai multe Căi ale Victoriei în Capitală ne-ar fi deprins desigur să o cinstim mai mult pe prima” (Octavian, 2008, 6).

Ateneul Român



Cel mai reprezentativ, pot spune, edificiu de pe Calea Victoriei, în stil neoclasic, adevărată emblemă a Bucureștiului, este Ateneul Român. Construit între anii 1886-1888, conform proiectului arhitectului francez Paul Louis Albert Galleron, acesta reprezintă un liant între om-oraș-cultură. Fără a exagera, Ateneul Român nu este doar cea mai reprezentativă clădire de pe Calea Victoriei, ci chiar cea mai reprezentativă clădire a Municipiului București. Orice vizitator al orașului, dacă cumpără un suvenir, acesta

conține, de cele mai multe ori, o imagine a Ateneului Român. Lăsând la o parte nenumăratele evenimente culturale care adună anual mii de oameni, Ateneul Român reprezintă, fără dar și poate, cel mai important mijloc de comunicare prin arhitectură de pe Calea Victoriei. Deși arhitectul a fost francez, trebuie precizat faptul că proiectul a fost realizat după cercetările și indicațiile lui Alexandru Odobescu, completate de arhitecții români Alexandru Orăscu, Ion Mincu, Ion Socolescu, Grigore Cerchez etc.

Grigore Ionescu încadrează arhitectura Ateneului Român ca fiind neoclasică și eclectică în același timp: „Prin arhitectura sa neoclasică și eclectică totodată, prin varietatea materialelor puse în operă și mai ales prin decorația sa interioară, bogată și viu colorată, Ateneul este o expresie fidelă a spiritului francez care, de la Charles Garnier încoace, a dominat în arhitectura celei de-a doua jumătăți a veacului XIX a mai tuturor țărilor Europei" (Ionescu, 1981, 541).

Conceput ca sală de concerte, Ateneul Român a fost și gazda multor expoziții, conferințe și a găzduit personalități de prim rang din țară și străinătate. Ceea ce vreau însă să subliniez este faptul că, în acest caz, comunicarea s-a realizat de la oameni spre clădire și nu invers. Ce vreau să spun: Ateneul Român a fost posibil de realizat în urma unei subscripții publice, ca urmare a organizării unei loterii naționale, cu un slogan simplu și anume: *dați un leu pentru Ateneu*. Se poate vedea cum un model banal de promovare a unei idei s-a concretizat în realizarea unei clădiri emblematice a orașului. Iată cum un mod de a lansa o idee poate trezi conștiințe, poate crea speranțe și poate conduce, în final, spre o capodoperă. Nu mai are rost să subliniez faptul că și grădina din fața Ateneului Român a devenit un simbol, având în centru statuia poetului național, Mihai Eminescu.

Palatul Știrbei

Pe Calea Victoriei, la numărul 107, se află palatul Știrbei, comandat de viitorul domn al Țării Românești, Barbu Știrbei. Acest edificiu în stil neoclasic a fost construit după proiectul arhitectului francez Michel Sanjouand și a fost finalizat în anul 1835. Palatul a fost utilizat pentru mai multe baluri și petreceri cu semnificație. Posibil ca în acest moment să pară ceva desuet, dar acele evenimente mondene au fost, pe lângă emfaza proprietarilor, un mod de a pune în valoare clădirea respectivă. Un fel de comunicare, promovare și publicitate în același timp. Toți invitații știau că merg la Palatul Știrbei, care era un reper al vieții mondene bucureștene de atunci și un reper important pe Calea Victoriei. Medicul Nicolae Vătămanu, un iubitor al Bucureștiului, cu lucrări în acest sens, consideră Palatul Știrbei o clădire de o valoare arhitecturală inestimabilă, o dovadă a istoriei moderne

a României. La urcarea pe tron a lui Barbu Știrbei, clădirea devine Palat Domnesc. Din acest motiv, în zona de nord-est se mai construiește un corp destinat gărzilor. Această clădire va fi destinată ulterior desfacerii vinurilor din podgoria familiei Știrbei, precum și conservelor produse la Buftea. Iată cum, poate fără să vrea și să știe, familia Știrbei devine un promotor al produselor românești și, implicit, locul unde acestea se comercializează, ajunge să fie un reper pentru mulți. S-ar putea crede că oamenii, de vază mai ales, veneau acolo să cumpere ceva. Dar, fără să vrea, palatul punea o amprentă asupra lor, comunica cu ei. „În spatele Palatului Știrbei se întindea un frumos parc, cu fața spre str. Manea Brutarul. Parcul era împodobit cu cascade, grote, iar interiorul era mobilat cu un lux rafinat. Plafoanele erau pictate, sobele monumentale erau aduse de la Viena și din Lombardia" (Vătămanu, 2014, 50), scrie Nicolae Vătămanu. Revista *Historia* ne explică modul în care palatul a fost modificat după anul 1869. Astfel, în 1882, cu ajutorul arhitectului Friedrich Hartman, a fost adăugat etajul, precum și cele patru cariatide ale fațadei și turnul de nord-est. Destinația palatului se tot modifică de-a lungul timpului, devenind, pe rând, clădire administrativă, apoi Muzeu al Ceramicii, până în 1994. Trebuie precizat faptul că, inclusiv din postura de muzeu, clădirea era, în continuare, un vector de comunicare. Oamenii veneau fie pentru destinația sa, fără a putea ignora clădirea, fie pentru locul și rolul său în istoria bucureșteană. Cu sau fără voia lor, obiectele arhitecturale devin vectori de comunicare, unii mai tăcuți, alții mai puțin. Această pledoarie este și pentru a păstra astfel de clădiri în patrimoniul național, de a le renova și, eventual, de a le oferi valențe noi, pentru a nu citi despre ele doar în cărțile de istorie. Recent, în grădina palatului, s-a deschis o terasă, frecventată mai mult de tineri, ceea ce poate fi un lucru bun, chiar și acesta fiind un mijloc de dialog cu vechiul edificiu.

Cercul Militar Național



Un alt edificiu impunător și reprezentativ de pe Calea Victoriei este Cercul Militar Național, construit începând din 1911 până în 1923 (cu întreruperi din cauza războiului), în stilul neoclasic eclectic. Proiectarea acestuia a fost realizată de arhitectul Dimitrie Maimarolu, având drept colaboratori pe Victor Ştefănescu şi Ernest Doneaud. Această clădire a fost ridicată pe locul fostei mănăstiri Sărindar, demolată de municipalitate în anul 1896, din cauza degradării. Din cauza condițiilor dificile pe care terenul le prezenta, și anume sol umed și mlăștinos, cu ajutorul ingineriilor Anghel Saligny și Elie Radu, se adoptă soluția unei fundații pe piloni de stejar.

Ca urmare a Primului Război Mondial, clădirea este devastată în interior și, prin urmare, în 1919, încep reparațiile. În 1923 are loc inaugurarea oficială a Cercului Militar, într-un cadru solemn și maiestos, în prezența Regelui Ferdinand, a Reginei Maria, a IPS Mitropolitul Miron Cristea și a multor alți oficiali.

Conform articolului scris de istoricul Bogdan Vârșan în revista *Historia* din 6 decembrie 2018, de la idee la construire, a fost un drum lung. Mai întâi, a luat ființă Cercul Militar al ofițerilor din garnizoana București, la data de 15 decembrie 1876. Conform lui Petre Otu, primul sediu al cercului militar a fost în localul Eforiei din Bulevardul Elisabeta (în prezent sediul Primăriei sectorului 5). Apoi, din aprilie 1887 s-a mutat în Casa Greceanu,

local aflat la intersecţia Căii Victoriei cu Bulevardul Elisabeta, în apropiere de Biserica Doamnei. La începutul secolului al XX-lea, Cercul Militar s-a mutat în Casa Oteteleşanu, pe locul unde s-a ridicat ulterior Palatul Telefoanelor. Generalul Eraclie Arion este prima persoană care dezvăluie publicului ideea de a construi un sediu propriu. La 5 aprilie 1898, legea în baza căreia urma să se construiască Cercul Militar Național era promulgată de către regele Carol I. Locul ales avea o valoare istorică, având în vedere că, timp de câteva secole, aparținuse unuia dintre cele mai frumoase biserici din București.

Din rațiuni financiare, lucrările încep in anul 1911, dar, în perioada 1911-1914, sunt întârziate într-o oarecare măsură din cauza disputelor dintre echipa arhitectului Dimitri Maimorolu (care realizase proiectul cu 12 ani în urmă) și generalul Vasile Zottu, care considera că proiectul corespunde doar în mică parte noilor realități.

Antrepriza Blekman-Moscovici a primit contractul de execuţie a lucrărilor în anul 1911 și s-au făcut săpăturile pentru fundaţie. Din cauza conflictului Zottu-Maimarolu lucrările au înaintat cu greu, iar în anul 1913 au fost sistate. Clădirea a fost ridicată până la cota de 8 metri. În anul 1914, construcţia Cercului Militar a încheiată la roşu si a fost învelită. În timpul anului 1915 s-au realizat finisaje și lucrări, la etajele trei, patru și la terasă. La sfârșitul anului 1915, clădirea era gata, rămânând câteva finisaje interioare și exterioare precum și dotarea cu mobilier. În anul 1916, Palatul reprezenta deja un reper urbanistic al Bucureștiului.

Intrarea României în Primul Război Mondial în anul 1916, a însemnat o nouă etapă și în viața noi construitei clădiri. În timpul ocupaţiei germane, Palatul Cercului Militar s-a transformat în închisoare. În acelaşi timp, a devenit postul principal de gardă al oraşului Bucureşti, s-a transformat în corp de pază, fiind un fel de simbol al ocupației germane. Perioada postbelică, în ciuda unor conflicte juridice cu antrepriza de construcție, a însemnat și necesitatea terminării și inaugurării acestui edificiu. Astfel, în anul 1922, s-a amenajat hotelul de la etajul întâi și s-a concretizat și etajul al doilea. Mobilierul a fost achiziţionat din Germania, transportat de Casa Fuller&Kohler, pe cale maritimă și pe calea ferată, fiind instalat în decembrie 1922. Tot în decembrie 1922, s-au montat instalaţiile de încălzire și ventilaţie. Fără a fi complet terminat, în anii 1919-1923, Palatul Cercului Militar a fost gazda unor importante activităţi ale armatei. În toată această perioadă au funcţionat sala de scrimă, popota și biblioteca. Prin urmare, prin activitățile desfășurate, s-a început o comunicare ferventă a clădirii cu lumea armatei, dar și cu restul bucureștenilor. După inaugurarea din 4 februarie 1923, la peste 20 de ani de la ideea inițială, edificiul și-a urmat calea.

Dotat cu numeroase săli, fiecare într-un anumit stil, Cercul Militar Național devine un model de interculturalitate, ceea ce îl face și mai atractiv pentru zona de comunicare și promovare. Astfel, se pot menționa: sala de marmură (decorată în stil antic), sala maură (cu elemente florale, realizată în stil bizantin), sala gotică (cu arcuri frânte în ogive), sala restaurant. Clădirea Palatului Cercului Militar Naţional găzduieşte şi Biblioteca Militară Naţională.

Un aspect este de menționat în ceea ce privește denumirea inscripționată pe clădire și astfel și identitatea pe care o avea în fața publicului. Prin urmare, în fiecare epocă traversată, numele i-a fost schimbat. În acest sens, cronologic, inițial a fost denumit Cercul Militar Național, apoi, în perioada comunistă a fost denumit Casa Centrală a Armatei, iar după 1989 a devenit Cercul Militar Național.

Printre busturile care se află în Cercul Militar Național se numără și bustul arhitectului care a proiectat clădirea, Dimitrie Maimarolu. Bustul a fost inaugurat în anul 2005.

Important este și faptul că Cercul Militar Național este un loc de protocol, de reprezentare și de imagine și are o semnificație aparte pentru promovarea culturii și a Armatei române în rândul publicului. În același timp, aici se organizează în mod constant evenimente cu caracter cultural, dar și evenimente ale Ministerului Apărării Naționale și de protocol la nivel înalt.

Cercul Militar Național gestionează un cont pe *Facebook* unde postează în mod constant și cu precădere despre evenimentele în desfășurare pe care le organizează. În descrierea contului se precizează că aceștia organizează o serie de evenimente din domenii foarte variate, de la evenimente culturale la divertisment, precum și evenimente private sau lansări de produs ori *brand*.

Am primit chiar de la echipa de comunicare și cultură a Cercului Militar Național niște răspunsuri bine elaborate în legătură cu această clădire și modul ei de relaționare cu exteriorul, prin evenimentele organizate. Prin urmare, citez din răspunsuri, Palatul Cercul Militar Național este construit din tenacitatea, dăruirea și harul acelor ofițeri care l-au dorit, l-au făurit și l-au făcut să vibreze ca un autentic blazon de prestigiu. Puțini știu că acesta a fost clădit din banii ofițerilor (cotizație benevolă) din garnizoana București.

Prin conferirea prin decret prezidențial a Ordinului „Meritul Cultural", în grad de „Mare Ofițer", Categoria F – „Promovarea culturii" Palatului Cercului Militar Național, în semn de apreciere a înaltului profesionalism și a rezultatelor importante obținute în crearea, menținerea și dezvoltarea unui ambient educativ modern, promovând valorile fundamentale ale culturii naționale, se recunoaște calitatea de instituție de

interes național, de reprezentare și protocol la nivel înalt, de educație și cultură.

Activitățile educative și culturale realizate periodic se concretizează în conferinţe, interferenţe culturale, lansări de carte, concerte, spectacole, expoziţii, baluri, Ziua Porţilor Deschise, sărbătorirea unor evenimente de importanță culturală națională sau militară, precum Ziua Culturii Naționale și ziua de naștere a poetului Mihai Eminescu, ziua Unirii Principatelor Române, Mărțișorul și Ziua Femeii, Ziua Copilului, Ziua Eroilor, Ziua Armatei, Ziua Drapelului Național, Ziua Imnului Național, Ziua Națională etc.

Expoziţiile de artă plastică organizate în foaierul Salii de Marmură și în Sala Maură, în anii 1990, deschid o nouă etapă culturală în istoria Cercului Militar Național. Activitatea expozițională desfășurată în propriile spații a condus la crearea Galeriei de Artă Românească Contemporană, aflată la etajul al treilea al palatului, care cuprinde lucrări ale celor mai cunoscuţi pictori români contemporani.

De-a lungul anilor, Palatul Cercului Militar Național a devenit gazda preferată a multor reuniuni ştiinţifice, organizate de instituţii militare şi civile. Amintesc Congresul Internaţional de Istorie Militară, ediţia a XXIX-a, desfăşurat în anul 2003, Forumul Transatlantic 2008, care a avut loc simultan cu Summit-ul Alianței Nord-Atlantice de la București, reprezentând o întrunire la nivel înalt a liderilor politici, academicienilor şi formatorilor de opinie pentru a dezbate cele mai presante subiecte ale comunităţii NATO.

Anual, în preajma Zilei Armatei, la Cercul Militar Național se organizează, de către Editura Militară, Biblioteca Militară Naţională şi Societatea Scriitorilor Militari, Salonul de carte „Polemos”, eveniment la care, de asemenea, își dau concursul toate celelalte instituţii de cultură ale armatei, care imprimă viaţă şi culoare unui spaţiu devenit un autentic reper cultural în inima Capitalei, într-un loc de maximă vizibilitate sau, cum ar spune ilustrul nostru dramaturg Caragiale, în „toiul promenadei de lume bună”.

Începând cu anul 2009, la Cercul Militar Național sunt găzduite Concertele SoNoRo, care au adus muzica de cameră în prim-planul vieţii culturale româneşti şi au inclus scena muzicală românească într-o reţea de festivaluri europene de înaltă ţinută.

În ianuarie 2011, în Sala Bizantină, a avut loc concertul de deschidere la violă, vioară și violoncel, în cadrul proiectului iniţiat de Ordinul Arhitecţilor din România şi Fundaţia Pro Patrimonio, având drept scop salvarea a 60 de biserici, aflate pe lista monumentelor istorice româneşti, ameninţate de dispariţie.

Acestea sunt doar câteva exemple de evenimente organizate de Cercul Militar Național, așa cum au fost ele redate chiar din interior, de către echipa de comunicare.

Se poate vedea din cele relatate cum Cercul Militar Național comunică prin și pentru arhitectură, dintr-un loc semnificativ de pe Calea Victoriei.

Muzeul Colecțiilor de Artă



O altă clădire reprezentativă de pe Calea Victoriei nr. 111 este Muzeul Colecţiilor de Artă, aflat în clădirea fostului Palat Romanit. Conform revistei *Arhitectura*-1906/07/2013 și *Litero-mania*, edificiul, început în jurul anului 1812, după cutremurul din 1802, care a distrus multe dintre casele Capitalei, este un reper important al arhitecturii moderne din Bucureşti. În anul 1812, a început construirea unui palat pentru boierul Constantin Faca, tatăl scriitorului Costache Faca. Palatul a rămas însă neterminat și a fost vândut vistiernicului Grigore Romanit. De origine grec, venit în țară cu domnii fanarioți, Grigore Romanit se ocupa, în 1823, de întreținerea principalelor străzi din București. Palatul a fost finalizat de către vistiernicul Grigore Romanit (Romanet), al cărui nume îl poartă și, de-a lungul timpului,

a suferit numeroase transformări, dar a rămas un martor tăcut al vieții capitalei.

Istoria și decorațiile sale interioare se pot reconstitui doar fragmentar, din cauza faptului că s-au păstrat puține documente care să ateste diferitele intervenții suferite de-a lungul celor două secole de existență.

Aspectul palatului Romanit este descris într-o celebră scrisoare trimisă de Ion Ghica lui Vasile Alecsandri la 9 mai 1889. Ghica, la rândul lui boier important, povestește în extaz despre policandrele și oglinzile de cristal venețian, scaunele de mahon și abanos, covoarele scumpe, ornamentele de marmură, tavanele sculptate și pictate. Descrierea unor tavane păstrate până în 1954 se poate găsi în lucrarea istoricului de artă Petre Oprea.

În perioada 1838-1859, în palat își desfășoară activitatea Curtea Administrativă, apoi devine sediul Ministerului de Finanțe. Nevoia de spațiu se face simțită de-a lungul anilor, astfel că ministerul cumpără de la familia Niculescu terenul dinspre nordul clădirii și edifică, între 1881-1884, cele două aripi care, împreună cu cea inițială, supraetajată tot atunci, formează clădirea în U, așa cum arată astăzi. Planurile au fost desenate de arhitectul Nicolae P. Cerchez, care a adoptat stilul arhitectural neoclasic cu elemente neobaroce.

Aceste transformări corespund atât extinderii activității administrative în cursul procesului de modernizare a statului român, cât și noilor cerințe estetice ale neoclasicismului ce se impunea ca stil oficial, puritatea și simplitatea sa sugerând soliditatea și solemnitatea.

În prezent, în urma unei reconstrucții solide, fostul Palat Romanit are spații generoase cu ajutorul cărora se poate valorifica integral patrimoniul muzeal pe care îl adăpostește.

Inaugurat în data de 21 august 1978 (fiind secţie a Muzeului Naţional de Artă al României), Muzeul Colecţiilor de Artă adună diverse donaţii făcute de-a lungul timpului de colecţionari pasionați de artă și deținători ai unui valoros patrimoniu artistic.

Muzeul reface perioada interbelică, în care se impun renumite colecţii, precum cele ale lui Iosif N. Dona, Garabet Avachian, Alexandra şi Barbu Slătineanu, Marcu Beza, Béatrice şi Hrandt Avakian ș.a. Atenţia multor colecționari se orientează spre valorile locale confirmate, clasice, precum Theodor Aman, Nicolae Grigorescu, Ioan Andreescu dar şi spre artişti plastici ca: Nicolae Tonitza, Gheorghe Petraşcu, Theodor Pallady, Lucian Grigorescu, Iosif Iser, Camil Ressu, Francisc Şirato, Alexandru Ciucurencu, Dimitrie Ghiaţă.

Cele trei corpuri ale Palatului Romanit sunt ocupate integral de colecții, iar expunerea lor urmărește configurația originară a fiecăreia,

prezentarea realizându-se atât cronologic, cât și stilistic. Aceste colecții reprezintă comunicarea transmisă de palat lumii exterioare.

După 1989, în pivnițele clădirii, prin eforturile pictorului Sorin Dumitrescu, a funcționat Galeria Catacomba, unde au expus tineri artiști plastici, precum și artiști consacrați. În acest loc au fost expoziții personale sau au participat la expoziții de grup personalități precum Horia Bernea, Vasile Gorduz, Silvia Radu, Aurel Vlad, Marin Gherasim, Mircea Muntenescu, Ion Grigoriu, Florin Niculiu etc. În zilele noastre, Galeria Catacomba s-a mutat în sediul Universității de Artă, iar în subsolul Palatului Romanit există un lapidariu cu piese provenite de la clădirile cu valoare istorică demolate din București.

După cum se poate remarca, clădirea/muzeul a avut, de-a lungul timpului, o istorie vie, în permanentă transformare, ce poate fi comunicată, inclusiv prin mijloace moderne. Expozițiile și evenimentele organizate atât în clădire, cât și în grădina acesteia, sunt dovada cea mai palpabilă a celor menționate.

Pe Calea Victoriei există însă și o memorie a locului. Mă refer la clădiri care nu mai există, dar a căror istorie a rămas prin cărți, prin povești, prin mentalul colectiv. Casele care nu există, dar care au însemnat și au comunicat, inclusiv prin posibili martori sau urmași ai acestora, fac obiectul unei alte incursiuni, importante și revelante.

Una dintre casele care nu mai există, dar care a însemnat mult în epocă, este casa marelui logofăt Dinicu Golescu, care era situată pe locul unde se află acum Sala Palatului, aripa dinspre Biserica Crețulescu. „Construită între 1812 și 1815, casa aceasta cuprindea peste 25 de încăperi, printre care și un foarte spațios salon, a cărui mărime făcuse pe banul Radu Golescu, tatăl lui Dinicu, să-și întrebe fiul cu ce-l va lumina, la care acesta ar fi răspuns că el și-a clădit casa pentru viitorime” (Ionescu, 1981, 512) .

Mare parte din clădirile Bucureștiului, dar mai ales de pe Calea Victoriei, aparțin fie eclectismului, fie unui amestec de stiluri (Art Nouveau, Art Déco etc.). Am menționat deja două clădiri reprezentative de pe Calea Victoriei, construite în stil eclectic. Este de luat în considerare Palatul CEC care, la fel ca și Ateneul Român, reprezintă un simbol al arterei și al orașului.

Palatul CEC



Palatul CEC merită o incursiune în istorie, inclusiv pentru a-i descoperi valențe de comunicare și marketing. Sunt mai mulți autori care ne pot edifica în această privință. Ce se afla pe locul actualului Palat CEC? „De la Casa Prager, mergând spre Nord, pe stânga, era, încă din secolul XVI-lea biserica lui Andrei Vistierul, socrul marelui ban Preda Buzescu, cu hramul sfântului Ion Predidici" (Ionescu-Gion, 1899, 404).

Amănunte suplimentare aflăm de la George Florescu: „Biserica Sfântului Ioan zis cel mare, numită Sfântul Ioan Prededici, adică făcătorul de minuni, vechea fundație a lui Andrei vistierul, socrul banului Preda Buzescu și al fratelui său Dimitrie la Sfârșitul secolului al XVI-lea. Năruită încă înainte de înscăunarea Brâncoveanului, ea este reclădită vechilor boieri coborâtori din ctitorii primordiale […] ;și aceasta încă din anul 1703" (Florescu, 1935, 30) .

Astfel, la 1703, pe locul actualei Case de Depuneri și Consemnațiuni, se afla o biserică, apreciată de locuitori, considerată făcătoare de minuni. Veneau la această biserică nu numai oameni obișnuiți, ci și bolnavi, sau aparținători ai acestora, care se rugau pentru ei.

Autorul George Potra, în cartea sa *Istoricul hanurilor bucureștene*, reia o parte din istoria bisericii Sfântul Ioan, arătând că a fost reclădită și cu ajutorul lui Constantin Brâncoveanu. Precizarea este făcută prin apel la lucrarea lui Virgil N. Drăghiceanu, *O ctitorie brâncovenească dispărută: biserica Sfântului Ion grecesc din București, Cluj, 1931* (extras din „Închinare lui N. Iorga cu prilejul împlinirii vârstei de 60 de ani"). George Potra continuă însă istoria locului, prezentându-ne noua modă din București: „La începutul secolului al XVIII-lea, când hanurile deveniseră nu numai o modă a negoțului bucureștean, dar și un minunat izvor de venituri, egumenul mănăstirii Sfântul Ioan cel Mare și călugării săi se gândiră ce mare folos le-ar aduce un han în jurul bisericii " (Potra, 1985, 97). Nu se știe exact momentul construirii hanului, dar, din izvoarele istorice, ar fi după anul 1734, adică după ce moșia mănăstirii revine la aceasta prin Grigore Ghica Vodă. După construirea hanului, apar și primele detalii arhitectonice referitoare la han: „nu se putea concepe în acea vreme han fără centură de zid înalt și poartă grea de stejar pentru intrare și ieșire […]. Deci hanul, în interiorul curții împrejmuite cu zid, era o înșirare de construcții mai mici și mai mari, legate sau nelegate între ele, cu un rând sau două rânduri de odăi suprapuse, fără prea multe și mari prăvălii, dar cu odăi destule unde se puteau găsi locuințe" (Potra, 1985, 97).

Hanul capătă noi valențe. Probabil nu aș fi insistat asupra acestuia, dacă nu aș fi regăsit, la acea vreme, o reală acțiune de promovare și publicitate. Astfel, la 2 iulie 1845 „o societate pentru industria mobilei de la Budapesta inaugura în acest han un mare magazin-expoziție" (Potra, 1985, 98). Apare în ziar un anunț în acest sens, care, în termeni actuali, aș spune că promovează și face cunoscut acel eveniment. În acest fel, locul pe care se află astăzi Palatul CEC este promovat chiar înainte de construirea sa. În sensul interdisciplinarității cărții mele, acest anunț este important, așa că îl voi cita: „În această magazie [prăvălie] se află o mare colecție de cele mai nouă și mai elegante mobile, precum oglinzi, mese, scaune, jețuri, taburele, scaune de paie de Marsilia, scrine, secretare [birouri], garderoabe, bufete, canapele, divane, policandre, candelabre, și alte multe, toate lucrate după moda cea mai nouă și foarte trainice. Fiindcă cele mai multe din aceste mobile au dobândit prețuri în cea după urmă expoziție de la Viena, se poate socoti fiecare bucată în parte ca fiind o cap d'operă. Cu toate acestea, se vor vinde foarte eftine și hotărâte cu bani gata" (Florescu, 1935, 98).

Un exemplu de publicitate și marketing, cu referiri la prețul cu care s-au vândut la Viena, dar și cu asigurarea că prețurile sunt foarte bune, mai ales că trebuie și plătite pe loc, pare chiar ceva premonitoriu referitor la destinația viitoare a acestui loc, respectiv palatul CEC.

Până la apariția palatului CEC, istoria locului continuă. Astfel, conform lui George Potra, „în 1852, Sfatul Orășenesc a luat hotărârea să dărâme o parte din construcțiile aflate în curtea hanului Sfântul Ioan cel Mare, care începuseră să devină o primejdie pentru locatari și trecători" (Potra, 1985, 98).

Înainte însă, „pe la 1850 se instalează în han, poate chiar în casele egumenești, Casa de Depuneri, înființată de curând, Această clădire era în față, spre Podul Mogoșoaiei, unde se află astăzi poarta de fier a intrării principale" (Potra, 1985, 99).

Acest lucru este atestat și de Gheorghe Crutzescu: „În aripa dinspre Podul Mogoșoaiei al vechiului han, poate în încăperile egumenești, niște case simple cu un etaj, se instalase, pe la 1850, Casa de Depuneri, de curând înființată" (Crutzescu, 2011, 79).

După mai multe evenimente, în data de 24 noiembrie 1864, domnitorul Alexandru Ioan Cuza a aprobat legea de înființare a băncii, decizia fiind publicată în Monitorul Oficial nr. 268/1/13 decembrie 1864. Acesta este documentul oficial de înființare.

Palatul CEC a început să fiinţeze din vara anului 1897, iar piatra de temelie a fost pusă în prezența regelui Carol I și a reginei Elisabeta. Alături de aceștia, au fost și alte personalități din acele vremuri, precum Dimitrie Sturza, Ion C. Brătianu, G. Cantacuzino, precum și alte persoane importante ale vremii.

Arhitectul clădirii a fost Paul Gottereau, dar lucrările au fost atent supravegheate de arhitectul român Ion Socolescu. Palatul CEC rămâne emblematic pentru București, Micul Paris, cum era denumit odinioară. Lucrările la Palatul CEC s-au terminat în anul 1900. La început, planurile Palatului CEC erau destinate Parlamentului României, interesant fiind faptul că, în prezent, locul Parlamentului României are aceeași orientare în plan cu CEC-ul, iar conturul desenează imaginar o cruce în formă de X, care este denumită crucea Sfântului Andrei.

Funcțiunea acestei instituții era menită să inspire încredere celor care-și aduceau banii în acel loc. De aici, posibil, grandoarea ei. Pe de altă parte, retragerea de la stradă oferea o imagine de ansamblu, de măreție în același timp. Era cumva grandios să mergi acolo, să privești acel edificiu care să-ți inspire încredere de a depune bani. În acea epocă, și nu numai, cred că nu publicitatea propriu-zisă, ci însăși clădirea însemna publicitate. Însuși

arhitectul și profesorul Grigore Ionescu își exprimă admirația față de acest edificiu:

„Cu materiale de mai bună calitate și puse în operă cu o tehnică desăvârșită, a fost construit între anii 1896 și 1900 actualul palat al Casei de Economii și Consemnațiuni. Situat în capătul dinspre sud a Căii Victoriei, pe locul ocupat altădată de mănăstirea și hanul Sf. Ion cel Mare, edificiul este așezat cu fațada principală spre răsărit, ușor retrasă de la alinierea străzii […]. Intrarea publicului, dispusă în mijloc, este pusă în evidenţă de o monumentală arcadă în plin centru, sprijinită de o parte şi de alta pe cîte două coloane compozite. Impunătoare şi bine echilibrată ca volum, cu multe şi valoroase detalii realizate din piatră făţuită, clădirea cuprinde la parter un mare hol, de jur împrejurul căruia sunt amenajate ghişee pentru public şi, în spatele acestora, numeroase birouri. O monumentală scară de piatră dispusă în axa intrării conduce la etajul cu săli de şedinţe şi birouri rezervate administraţiei. Răspunzând funcției pentru care a fost conceput, solid construit, decorat cu gust și măsură, Palatul este (ca și Ateneul) un izbutit exemplu de arhitectură specifică academismului francez din ultimele decenii ale veacului al XIX-lea” (Ionescu, 1965, 429).

De apreciat profesorul Grigore Ionescu, dar încerc să intervin din nou, din perspectiva promovării unei clădiri. Chiar poate fără să-și dea seama, autorul clădirii și cei care au aprobat-o, au văzut, probabil în subsidiar, mesajul pe care aceasta îl transmite, dincolo de aspect. Este un motiv în plus pentru care consider emblematică această clădire.

Este însă momentul să vorbesc și despre arhitectura clădirii, acesta fiind, dincolo de toate, cel mai important mesaj.

Palatul este constituit în stil eclectic, cum am precizat deja, ceea ce înseamnă că îmbină mai multe stiluri, conform academismului francez, căruia îi aparține autorul. Clădirea are o cupolă de sticlă și metal, masivă. Intrarea are un fronton în semicerc, sprijinit de coloane, în timp ce alte coloane în stil renascentist, de data asta, acoperă patru volume de colț, la rândul lor, decorate cu frontoane și steme. Nu am nicio îndoială că arhitectul a dorit să ofere tot ce putea, în cel mai bun sens al cuvântului, dar cred, în același timp, că s-a gândit și cum „se poate vinde mai bine”, ca să mă exprim așa, mai colocvial. A intuit desigur că această clădire îi va oferi noi oportunități. Poate părea o promovare incipientă, dar tot promovare este. Sau glorie, în anumite cazuri.

O altă caracteristică importantă a Palatului CEC este că are o structură rezistentă, în sensul că nici un cutremur important nu l-a afectat. În această categorie, includ și finisajele, întrucât nici acestea nu au fost afectate.

Trebuie să menționez și câteva materiale folosite la interior, cum ar fi mozaicul din piatră naturală și scările din marmură albă cu venaturi gri. Majoritatea materialelor sunt autohtone, cum ar fi marmura de Dobrogea și

piatra. În partea superioară a Palatului, s-a realizat un grup statuar format din două zeități grecești, din piatră naturală, care stau de o parte și alta a unui ceas. Zeul comerțului, Mercur, se află în partea stângă, iar zeița fertilității și bogăției, Demeter, se află în dreapta. Sculptorul Athanasie Constantinescu s-a ocupat de acest grup statuar. Despre acest ceas și zeitățile cu pricina, Henri Stahl are niște observații interesante, pe care le voi releva ulterior. De asemenea, există candelabre masive și picturi murale.

De amenajarea interioară a Palatului CEC s-a ocupat, în cea mai mare parte, tot arhitectul Paul Gottereau. În hol există o pictură ce o reprezintă pe zeița Fortuna, care distribuie bunuri după Independență. Această pictură a fost realizată de pictorul Mihail Simonidi, care a realizat și plafonul sălii festive de la etaj. Portretele regelui Carol I și ale reginei Elisabeta au fost realizate tot de Mihail Simonidi și au fost prezente pe pereții laterali până în anul 1948. Costin Petrescu este cel care a realizat portretele regelui Ferdinand și ale reginei Maria, Toate acestea au fost acoperite cu vopsea, dar au fost reabilitate de către artistul contemporan Valentin Tănase. Din păcate, aceste frumuseți nu mai există, rămânând însă scara de marmură și grilajele de fier forjat în formă de lauri.

Cea mai impresionantă sală este cea de consiliu, înaltă de opt metri, având lambriuri sculptate de lemn de nuc și cireș și panouri de mătase verde cu motive vegetale în țesătură. Încă niște detalii: mascaron la partea superioară a ansamblului (adică un ornament sub formă de față), balconul de deasupra intrării principale, precum și ceasul. Despre ceas, puțin mai târziu.

În ceea ce privește evoluția clădirii, după perioada interbelică, în septembrie 1948, s-a înființat Casa de Economii, Cecuri și Consemnațiuni, CEC, care cuprindea patrimoniile Casei de Depuneri și Consemnațiuni și Casei Naționale de Economii și Cecuri Poștale. Această instituție avea rolul de a primi și păstra economiile întregii populații. După 1990, CEC se reinventează. Se reorganizează în societate bancară pe acțiuni, cu acționar unic statul român, reprezentat de Ministerul Finanțelor.

Un aspect important în acțiunea de promovare a CEC-ului, în anul 2003, la 12 iunie, se deschide expoziția permanentă cu obiecte de patrimoniu CEC, muzeul CEC, în holul mare. În muzeu sunt expuse tot felul de obiecte speciale, prin care se exemplifica evoluția istorică, dar și economică a CEC, de asemenea documente originale ale tranzactiilor financiar-bancare în primii ani ai băncii, precum și documente financiare și civile din colecția Tezaur a CEC, produse bancare începând din anii 1880. S-au prezentat pușculițe, seifuri din perioada interbelică, dar mai ales materiale de promovare a imaginii băncii de-a lungul timpului: timbre, medalii comemorative, insigne, ilustrate. Cu prilejul inaugurării muzeului, a avut loc o expoziție de fotografii și cărți poștale, referitoare la București între anii 1850 și 1914, cu 30 de

fotografii originale și 100 de cărți poștale, aparținând Bibliotecii Academiei Române, Cabinetul de Stampe. Iată un alt mod de a promova CEC-ul, la un alt nivel.

În 2008, CEC-ul își schimbă denumirea, dar și imaginea, devenind CEC Bank. Din fericire, rămâne în continuare o bancă românească, așa cum a fost de la începuturile sale. Aflu un aspect amuzant privind CEC din însemnările lui Henri Stahl din cartea sa *Bucureștii ce se duc*. Henri Stahl consideră că bucureșteanul nu se prea uită în sus, spre cer, cum face provincialul. Astfel, îi scapă unele lucruri. Prin urmare, bucureșteanul va constata, dacă face acest exercițiu, că: „ceasornicul Casei de Depuneri, cel cu acele secession prea scurte, și neluminat seara, e proptit între două statui: un Mercur și o Cocoană în neglige care ține în brațe …un stup de albine" (Stahl, 1935, 80). Henri Stahl mai și glumește pe seama ceasului Casei de Depuneri spunând că, aceasta „fiind și Casă de Economii, atunci nu aprinde niciodată candela din dosul cadranului albastru spălăcit al orologiului; iar ziua, din cauza formei prea din cale afară de secession a acelor-ai zice că sunt patru, iar nu două" (Stahl, 1935, 196).

După ce face un slalom prin București, în capitolul Spre ziuă în București, Henri Stahl se află din nou pe Calea Victoriei, unde altundeva: „În fața mea, cupola Casei de Depuneri strălucia fosforescent sub lumina lunii, iar drept deasupra gingașei clădiri, frumoasa constelație iernatică a Orionului, cu strălucitoarea Sirius, plutea în văzduhul curat" (Stahl, 1935, 234). Palatul CEC rămâne un simbol arhitectural ce reușește să se integreze în tabloul modern al Bucureștiului. Rămâne ca o mărturie de conștiință.

În România, în general, și pe Calea Victoriei, în particular, toate aceste curente și stiluri au fost reprezentate prin clădiri ce le amestecă, oferind astfel o autentică culoare locală. Pe acest fond, apare modernismul care a reprezentat un moment de cotitură în arhitectură, diferențiindu-se de eclectismul ce a frânat „realizarea unui valabil model istorico-structural clar și univoc" (Vasilescu, 1989, 105). Arhitectura modernă s-a voit a fi expresia noii societăți. „Arhitectura modernistă are drept prim punct lupta împotriva stilurilor istorice, adecvându-se la noi forme de expresie […], la noi tehnici care să reflecte intimul dinamism al societății" (Vasilescu, 1989, 105).

Palatul Telefoanelor



Palatul Telefoanelor a reprezentat un simbol al modernismului și al efervescenței economice din perioada interbelică, conform revistei *Historia* (2022). Era o prezență constantă în fotografiile de pe Calea Victoriei din epocă. Pe locul clădirii s-a aflat terasa Oteteleșeanu, o grădină foarte apreciată la sfârșitul secolului al XIX-lea, frecventată de artiști, scriitori etc. Societatea de Telefoane cumpără terasa, în anul 1931, cu scopul de a-și construi un sediu nou. Proiectul este realizat de trei arhitecți străini (Louis Weeks, Edmond van Saanen Algi și Walter Froy), iar stilul ales era cel modern, cunoscut apoi ca Art Déco. Alegerea acestui stil era în concordanță cu destinația clădirii, telefonul fiind considerat un element de progres, de viitor. Palatul

Telefoanelor a fost una dintre primele clădiri din București construită pe schelet de oțel. Inaugurarea clădirii s-a făcut în 1934, iar înălțimea sa era de 52,5 m, fiind cea mai înaltă clădire din București, la acea vreme. În clădire și în jurul acesteia au avut loc tot felul de evenimente, care i-au dat notorietate și i-au făcut publicitate, dar cel mai important element de promovare și publicitate l-a constituit însuși telefonul, devenit de atunci o referință în viața bucureștenilor. În cartea sa *Întoarcere în Bucureștiul interbelic* (2007), Ioana Pârvulescu ne informează cu privire la prețul abonamentelor telefonice și rolul telefonului pentru burghezia bucureșteană, după construcția Palatului Telefoanelor. Din academismul francez, s-au desprins noi stiluri sau amestecuri de stiluri, cu succes însă o bună perioadă de timp.

Palatul Cantacuzino/Muzeul George Enescu

Palatul Cantacuzino a fost proiectat de către arhitectul Ion D. Berindei în stil neoclasic francez, rococo, beaux-arts, în perioada 1898-1906. Majoritatea camerelor și exteriorul sunt beaux-arts, restul fiind neorococo. Este numit și Casa cu lei, datorită celor doi lei de la intrare, ce reprezintă stilul Ludovic al XIV-lea, ca și gardul și porțile. A fost construit la comanda lui Gheorghe Grigore Cantacuzino, care, pentru decorarea interioarelor, a apelat la artiști precum: George Demetrescu Mirea, Nicolae Vermont, Costin Petrescu, Arthur Verona.

În acest palat aveau loc numeroase baluri, despre care se povestea ulterior, ceea ce însemna o formă, relativ incipientă, de comunicare și promovare.

Palatul capătă o identitate aparte în peisajul bucureștean, atunci când, după decesul lui Gheorghe Grigore Cantacuzino, soția acestuia, Maruca Cantacuzino (provenită dintr-o familie de boieri moldoveni, cu numele inițial Maria Rosetti Tescanu), se căsătorește cu compozitorul și muzicianul George Enescu. Astfel, după moartea lui George Enescu, Maria donează imobilul statului român, pentru înființarea unui muzeu în memoria compozitorului. Din 1956, în acest palat funcționează Casa memorială George Enescu, unde sunt păstrate mărturii cu valoare unică. Expoziția permanentă a muzeului, organizată în trei săli, reprezintă un prilej permanent de comunicare și promovare a acestuia.

Casa Filipescu-Cesianu

Conform revistei *Arhitectura-1906*, numărul din 25 octombrie 2015, Casa Filipescu-Cesianu reprezintă una dintre puţinele reşedinţe aristocratice din perioada Belle Époque a Bucureştiului care îşi păstrează aspectul din 1892, anul în care arhitectul Leonida Negrescu intervine cu modificări radicale pe faţadele vechi. Amplasată în apropiere de Piaţa Victoriei, la intersecţia dintre Calea Victoriei şi strada Sevastopol (stradă care purta în trecut numele de „Uliţa Filipescului"), clădirea a adăpostit câteva familii din aristocraţia românească (Iancu şi Maria Ghica Filipescu, de la care a fost preluată de Constantin Cesianu în 1890), ulterior aici găsindu-şi sediul Societatea Română de Radiodifuziune şi apoi Muzeul Comunal, astăzi Muzeul Municipiului Bucureşti. După 1990, în Casa Filipescu-Cesianu s-a aflat depozitul de patrimoniu al muzeului menţionat, precum şi câteva birouri ale muzeografilor şi specialiştilor. Muzeul este una dintre cele mai reprezentative clădiri în ceea ce privește promovarea în sine atât a casei, dar și a evenimentelor culturale care se desfășoară în interiorul ei. De asemenea, cu ajutorul evenimentelor realizate în acest loc, se poate observa faptul că atât indirect, cât și direct, promovarea arhitecturii are un loc aparte pentru publicul interesat. Evenimentele sunt postate pe rețelele sociale. Teatrul Excelsior a ținut spectacole în grădina muzeului. Pe lângă experiența teatrală de care se poate bucura publicul, în muzeu se organizează și concerte de muzică clasică sau de muzică de cameră.

Organizarea de către o cunoscută bancă a unui tur virtual al Bucureștiului intitulat Bucureștiul de la Belle Epoque la Art Déco și posibilitatea unui dialog cu persoane avizate în acest sens cuprinde și casa Filipescu-Cesianu, ceea ce reprezintă o metodă modernă de comunicare și promovare. Avantajul unui astfel de demers îl constituie faptul că poate fi accesat de către toți cei interesați de modul în care orașul generează istorii culturale, indiferent unde se află aceștia, în București, în țară sau în străinătate.

Casa Filipescu-Cesianu a fost reabilitată prin proiectul Consolidare, restaurare şi conservare Casa Cesianu, prin Programul Operaţional Regional 2007 – 2013. Din 19 decembrie 2016, casa găzduiește o expoziție inedită, numită „Muzeul vârstelor-de la copilărie la senectute", primul proiect cu profil de antropologie urbană din România. Expoziția urmărește transformările generațiilor în ultimii 300 de ani de istorie a Bucureștiului, cu privire la viața publică, dar și cea privată, deschizând totodată vizitatorului o perspectivă asupra viitorului. Pe lângă acest muzeu al vârstelor, Casa Filipescu-Cesianu a găzduit expoziții temporare cu teme legate de viața

contemporană în Sala „Lapidarium” și numeroase evenimente artistice, în parc și în mansarda casei.

O altă casă aflată la intersecția Căii Victoriei cu Bulevardul Dacia, numită și Casa Cesianu (Calea Victoriei nr. 174), pentru că a fost reședința lui Nicolae Cesianu, apoi Legația Germaniei, apoi teatru și, din anul 2000, cazinou, a fost pusă recent în valoare printr-o intervenție arhitecturală remarcabilă, realizată de biroul STUDIO 10M, reprezentat de Zerva, Croitoru, Medvedovici, arhitecți asociați. Prin această construcție contemporană, arhitectura veche, reprezentată de Casa Cesianu, este integrată într-un ansamblu contemporan, foarte armonios regizat.

Acest complex arhitectural se numește Dacia One și a fost distins în cadrul Anualei de Arhitectură 2021. A primit premiul pentru cea mai bună fațadă și marele Premiu (la CIJ Awards România), precum și Premiul „Constantin Brâncoveanu” (conform revistei *Igloo* nr. 206/februarie-martie 2022). Clădirea nou construită se armonizează cu cea veche, constituind un ansamblu plăcut privitorului. Un nou exemplu de modul în care arhitectura comunică, traversând epocile fără să aibă vreun mesaj distorsionant.

Casele Vernescu și Monteoru

„Ion Mincu însuşi este autorul unor locuinţe de lux, construite la sfîrşitul veacului trecut în Bucureşti: casele dr. Vitzu (azi dispărute), care fuseseră concepute într-un stil curat de Renaştere franceză şi casele foste Monteoru (azi Casa scriitorilor „Mihail Sadoveanu”) şi Vernescu (azi Clubul sindical al Ministerului Metalurgiei şi al Construcţiilor de Maşini), ambele situate pe Calea Victoriei, în a căror compoziţie totul, de la plan şi plastica globală a faţadelor pînă la cele mai mărunte detalii decorative, aparţine arhitecturii eclectice atit de cultivată în acea vreme în Franţa şi în mai toate țările europene” (Ionescu, 1965, 568).

Casa Lenș-Vernescu

Casa a găzduit mai multe instituții, precum Colegiul Militar sau Statul Major al Armatei Rusești (în timpul războiului Crimeii) sau Ministerul de Război. Însuși marele scriitor Lev Tolstoi a vizitat-o. În 1886, a devenit proprietatea unui politician al vremii, pe nume Vernescu, care i-a solicitat arhitectului Ion Mincu să o restaureze (în perioada 1887-1889).

După moartea lui Vernescu, din lipsă de moștenitori, clădirea a intrat în proprietatea statului, fiind administrată de Uniunea Scriitorilor din România. În 1993, a fost renovată și tot din 1993, la parter se află un

restaurant, iar la etaj, din 1995, se află un cazinou. Un mod interesant de promovare a acestei clădiri.

Casa Monteoru

Una dintre cele mai valoroase clădiri de patrimoniu din București, Casa Monteoru-Catargi a fost construită de Alecu Niculescu, în 1874 și a fost moștenită de fratele acestuia, care a vândut-o latifundiarului Grigore Constantinescu-Monteoru. A fost renovată și modificată de către arhitecții Ion Mincu și Nicolae Cuțarida în perioada 1887-1889. A avut mai multe destinații de-a lungul timpului, iar în 1948 a fost naționalizată. Din 1952, a fost sediu al Uniunii Scriitorilor, iar în 2010 a fost restituită moștenitorilor familiei Monteoru, deși scriitorii o consideră în continuare un bun pe care-l merită. Noii proprietari își doresc renovarea, dar și păstrarea imobilului într-un circuit cultural. Se va vedea cum această casă va reuși să se promoveze și să se remarce în continuare în peisajul Căii Victoriei. Merită, fiind un bun național.

Muzeul Național de Istorie al României



Muzeul Național de Istorie al României este una dintre cele mai impunătoare clădiri de pe arteră. Inițial, muzeul a fost construit pentru a deservi drept Palatul Poștelor. Acesta a fost proiectat de arhitectul Alexandru Săvulescu pe Calea Victoriei nr.12, loc unde se află și astăzi. În anul 1892 a fost elaborată o lege pentru a se construi palatul. Proiectat în stil neoclasic, Palatul Poștelor a avut ca sursă de inspirație clădirea poștei din Geneva. Pe locul unde s-a construit palatul s-a aflat în trecut un han al lui Constantin Brâncoveanu, dar, din cauza faptului că a ajuns foarte avariat, edilii vremii au decis să îl dărâme. Palatul Poștelor s-a putut remarca în vremea respectivă cu o performanță importantă și anume aceea de a avea cea mai modernă

instalație de telefonie din Europa. Cu toate acestea, pe 3 martie 1968, printr-o hotărâre a Consiliului de Miniștri al R.S.R., se decide înființarea unui muzeu național de istorie al României. S-au luat în calcul mai multe opțiuni, printre care și aceea ca noul muzeu să se afle pe Calea Victoriei, variantă ce a fost agreată și confirmată oficial pe 20 martie 1970, când apărea o nouă „Hotărâre a Consiliului de Miniștri privind înființarea Muzeului de Istorie al Republicii Socialiste România". În acest sens, Palatul Poștelor a funcționat ca atare până în anul 1970, urmând ca, pe 8 mai 1972, în acest loc să fie inaugurat Muzeul Național de Istorie, fiind și cel mai mare muzeu cu acest profil din România.

Începând cu anul 1974, Muzeul Național de Istorie publică revista *Muzeul Național*, revistă ce este disponibilă și online și care, din 1997, apare anual. Acest aspect este foarte important de precizat în contextul promovării clădirii și al identității acesteia. Mai mult decât atât, odată cu expansiunea la nivel global a rețelelor sociale, Muzeul Național de Istorie este foarte implicat în a se face cunoscut pe *Facebook* și *Instagram*. În iulie 2023, acesta avea doar pe *Instagram* peste 1200 de postări și multe interacțiuni din partea publicului. Promovarea expozițiilor permanente, cum ar fi, de exemplu, copia Columnei lui Traian, precum și a expozițiilor temporare, este o preocupare constantă a muzeului care încearcă prin această metodă să atragă un public cât mai variat. Un exemplu de expoziție temporară și, de altfel, cea mai actuală și care a avut un impact foarte mare asupra publicului, este cea care s-a desfășurat în perioada octombrie 2022 – iulie 2023. Afișul expoziției a fost postat pe toate rețelele sociale și pe site-ul muzeului.

Evenimentele organizate de muzeu sunt foarte multe și pe teme foarte variate. De la lansări de carte, la evenimente pentru copii, cu ateliere de tip vânătoarea de comori și ghiduri interactive. De asemenea, în fiecare an muzeul participă la Noaptea Muzeelor, un eveniment marcant pentru industria culturală românească.

Un lucru controversat, dar care a atras foarte mult public a fost dezvelirea pe treptele muzeului a Statuii lui Traian pe data de 29 aprilie 2012. Statuia, reprezentându-l pe Traian (gol), a fost realizată din bronz și avea o înălțime de 2,15 metri și o greutate de 500 de kg, costul acesteia fiind de 200.000 de lei. Această statuie a fost realizată de sculptorul Vasile Gorduz. Un val de nemulțumiri a atras această investiție atât în rândul bucureștenilor, cât și al directorului Muzeului Național de Istorie, Ernest Oberländer Târnoveanu, care a declarat presei următoarele: „Muzeul are mari probleme de structură, mai ales la colțuri și în partea dinspre Calea Victoriei (unde e montată statuia). De aceea, clădirea urmează să intre în consolidare la începutul anului viitor. În aceste condiții, cele 500 kg nu fac deloc bine

muzeului, mai ales în zona treptelor, care şi aşa sunt şubrede”. În octombrie 2018, statuia a fost mutată din fața muzeului.

Biblioteca Centrală Universitară Carol I



Biblioteca Centrală Universitară Carol I (BCU) este printre cele mai importante instituții de cultură ce se află pe Calea Victoriei. Inițial, Biblioteca Centrală Universitară s-a numit Fundația Universitară Carol I, fiind înființată în anul 1891 și recunoscută drept instituție de stat aflată în subordinea Ministerului Instrucţiunii Publice şi Cultelor. Propriu-zis, biblioteca și-a început activitatea în anul 1895. A fost construită în mai multe etape, prima etapă fiind cea a imobilului din strada Dem. I. Dobrescu de către arhitectul Paul Gottereau, ansamblul pe care îl regăsim și astăzi pe Calea Victoriei fiind

finalizat în anul 1914. Atât în prezent, cât și în trecut, în această bibliotecă au fost organizate foarte multe evenimente cu tematici diverse. De asemenea, în bibliotecă se află și un muzeu numit „Capsula Timpului" și care este dedicat primului director al Bibliotecii Centrale Universitare și anume G. Dem. Teodorescu. Spațiul muzeal are drept scop reconstituirea, în măsura în care a fost posibil, a biroului fostului director. Mai mult, în acest loc sunt expuse primele documente ale bibliotecii, semnate de Regele Carol I și de Regina Elisabeta, precum și obiecte de decor și cărți salvate în urma incendiului de la Revoluția din 1989. De menționat faptul că biblioteca are și o galerie unde sunt expuse tablourile tuturor directorilor săi.

Sediul de pe Calea Victoriei este principalul sediu al Bibliotecii Centrale Universitare, biblioteca dispunând de o structură organizațională formată din Sediul Central, Secţia Pedagogică „I.C. Petrescu" și 16 biblioteci filiale ce se află în Universitatea din București.

Unul dintre evenimentele organizate la Biblioteca Centrală Universitară în parteneriat cu Fundația Universitară Carol I și cu Muzeul Național al Literaturii Române este Strada de C'Arte, eveniment ce se afla deja la ediția a XI-a, în septembrie 2022. Acest eveniment este dedicat tuturor iubitorilor de cultură și de literatură și are inclus sloganul „bucuria culturii urbane". Dedicat unui public cât mai larg și cu o durată de o săptămână, participanții au parte de concerte, lansări de carte, expoziții, sesiuni de lectură publică.

Directorul general al Bibliotecii Centrale Universitare și inițiatorul acestui eveniment, Mireille Rădoi, declara la acel moment (septembrie 2022) următoarele: „În acest an, la Strada de C'Arte, luând în considerare importanța patrimoniului cultural, vă invit să participăm la un exercițiu, acela de a ne gândi dacă fiecare eveniment din acest festival este dedicat sau aparține deja patrimoniului nostru cultural, fie că vine din trecut sau este creat în prezent. O bibliotecă universitară trebuie să vină la întâlnirea cu cel mai exigent profil de cititor, cel mai avangardist și cel mai conectat la tehnologie, adică studenții. Drept urmare, există o preocupare constantă pentru noile tendințe, iar această preocupare traversează ca un fir roșu timpul și spațiile acestei ediții".

Am adăugat acest citat pentru a sublinia și a evidenția preocuparea intensă pe care o are Biblioteca Centrală Universitară de a promova cultura și patrimoniul cultural din România. Pe lângă acest fapt, promovarea bibliotecii și a evenimentelor organizate de aceasta sunt două elemente ce, fără ezitare, se poate spune că fac parte din viața și existența acestei clădiri. Îmbinarea trecutului (și promovarea acestuia totodată) cu realitatea cotidiană și cu nevoile publicului de azi din România, fac din BCU un reper ce nu poate fi negat. Digitalizarea bibliotecii și prezența foarte activă pe rețelele sociale

sunt două aspecte ce întăresc ideea pe care am enunțat-o anterior, de adaptabilitate la actualitate și la așteptările publicului în anii viitori.

Întemeietorul acestei biblioteci, Carol I, a avut ca intenție, după propriile sale vorbe „a înființa un așezământ spre binele tinerimii universitare de la toate facultățile din țară, înzestrat cu o bibliotecă totdeauna deschisă" (Ciocârlie, 2019, 53). Se poate spune că locul pentru această clădire nu a fost întâmplător ales, o placă comemorativă spunându-ne că: „Pe aceste locuri au fost casele lui Grigore Peuceanu în care Mihai Eminescu a citit pentru prima dată Scrisoarea III". Nu întâmplător poate, și în acest context, unul dintre cele mai recente proiecte ce au loc la Biblioteca Centrală Universitară și care a fost anunțat pe pagina de *Facebook* este acela că se va filma în bibliotecă unul dintre episoadele noii serii documentare „Enigmele României", produs de canalul History și având-l drept protagonist pe actorul Marcel Iureș.

Un alt lucru de menționat este și faptul că la Biblioteca Centrală Universitară, atât instituții, cât și universități, organizează evenimente și conferințe, fiind un loc foarte îndrăgit și preferat de aceste entități.

Palatul Regal



Peste drum de bibliotecă se află o clădire ce nu are cum să nu fie menționată. Palatul Regal, un loc plin de istorie al arterei, este o clădire a schimbărilor politice, a evenimentelor culturale și, îndeosebi, în momentul de față, fiind muzeu, a evenimentelor artistice. În prezent, aici este sediul Muzeului Național de Artă.

În cartea sa, Gheorghe Crutzescu evocă atât existența vechiului Palat Domnesc, precum și existența prezentului Palat Regal: „Palatul Domnesc devine Palatul Regal, dar rămâne cam tot cum îl zidise Dinicu Golescu. De abia in 1888 se ridică aripa din fund, de către Gottereau; aci este acum marea sala a Tronului, în care se păstrează, în vitrine, însemnele regale și Coroana de oțel. Și mai trec ani. Un veac se sfârșește și altul începe, dar viața Palatului a rămas aceeași" (Crutzescu, 2011,195)

Palatul Regal a funcționat ca reședință a familiei regale a României până la abdicarea Regelui Mihai I din 1947, după care ajunge proprietatea Guvernului României.

În perioada ce a succedat, respectiv perioada comunismului, Palatul Regal a fost loc de întâlniri pentru Partidul Comunist, fiind și foarte aproape de Comitetul Central al P.C.R. Ca o consecință, de pe fațadă au fost

îndepărtate elementele ce aminteau de vechiul regim monarhic, iar numele devine Palatul Republicii.

Din 1953, o parte din palat devine Muzeul Național de Artă al României, doar că spațiile din interior destinate muzeului au variat în timp. După Revoluția din 1989, când muzeul a fost incendiat și, astfel avariat, Palatul Regal a început să fie restaurat în mai multe etape.

După anul 2000, unele dintre încăperi au început să fie folosite și pentru evenimente private, cum ar fi cele mondene și nunți.

Datorită destinației pe care o are, de muzeu, vizibilitatea publică este destul de mare, pe de o parte având mulți vizitatori, iar, pe de altă parte, fiind o mare implicare a acestuia în evenimente și proiecte culturale semnificative pentru artă. De asemenea, publicațiile muzeului nu sunt deloc puține și sunt promovate pe site și pe rețelele sociale. În cadrul clădirii, se desfășoară și spectacole sau concerte, organizate sau nu de muzeu.

Sala Palatului

În apropierea celor două clădiri mai sus menționate se află Sala Palatului. Deși nu se situează chiar pe Calea Victoriei, am considerat că apropierea de aceasta și semnificația ei merită atenția, fiind de altfel și o extindere a Palatului Regal. Cu o istorie ce are foarte mare legătură cu clădirea anterior menționată, Sala Palatului este cunoscută mult și promovată intens pentru principala ei menire, de a fi sală de spectacole și concerte. Anual, aici se organizează diverse tipuri de evenimente, de la concerte până la Festivalul George Enescu și așa mai departe. Totuși, trebuie să ne aplecăm puțin atenția și la istoricul interesant al acestei clădiri.

În urma unui incendiu provocat în decembrie 1926, fosta Casă Golescu, ce devenise ulterior Curtea Domnească a lui Alexandru Ghica Vodă, este puternic avariată și, după mai multe încercări nereușite de a fi reparată, se decide demolarea ei, pe locul său fiind construit Palatul Regal.

În timpul comunismului, Sala Tronului s-a transformat în „Sala Consiliului de Stat a Republicii Socialiste România”, locul fiind cunoscut pentru evenimentele oficiale ale Partidului Comunist. Tot în perioada aceea, sala de spectacole „Auditorium”, denumită și Sala Mică a Palatului, a devenit cinematograf.

Între anii 1959 și 1960, arhitecții Horia Maicu, Tiberiu Ricci, Ignace Șerban și inginerii A. Cișmigiu și D. Badea (pentru structură) au creat ansamblul arhitectural ce îl putem vedea și astăzi în spatele Palatului Regal, pe locul unde se afla reședința regală „Casa Nouă”. În 1962, arhitecții și inginerii mai sus menționați au primit pentru acest proiect „Premiul de Stat”.

Pe lângă spectacolele de divertisment pentru care este cunoscută, Sala Palatului a fost implicată și în alt tip de evenimente, precum Comisia Economică a Organizației Națiunilor Unite pentru Europa, Congresul Mondial pentru Populație, Congresul Mondial pentru Energie și Congresul Mondial al Crucii Roșii. În trecut, în perioada regimului comunist, erau organizate congresele partidului. Dar și acum, în prezent, sunt organizate congrese de către partidele politice.

Prin urmare, pe lângă promovarea de care a avut parte din plin în toate regimurile politice pe care această clădire le-a traversat în timp, se poate spune că este o clădire ce reprezintă un reper pentru publicul larg și este printre cele mai cunoscute clădiri ale Bucureștiului.

Teatrul de Revistă Constantin Tănase



Teatrul de Revistă Constantin Tănase, un alt reper de referință pentru întreaga lume culturală bucureșteană a luat ființă pe data de 23 mai 1919. Așa cum se poate observa și din denumirea teatrului, acesta poartă numele întemeietorului revistei românești, actorul Constantin Tănase. Totuși, istoric vorbind, primul spectacol de revistă a fost jucat în anul 1872 tot pe Calea Victoriei pe scena Teatrului Bossel cu spectacolul „Apele de la Văcărești", o „comedie vodevilă în 3 acte" de Matei Millo, care a făcut parte și din distribuția piesei. Pentru teatrul românesc, dar mai ales pentru cel de revistă, Constantin Tănase a inovat prin talent și prin introducerea de noi elemente în spectacolele sale, precum melodiile de jazz, balerinii, nu doar balerinele, satira etc. Toate aceste lucruri îi aduc o mare popularitate lui Constantin Tănase și teatrului, care cunoaște în epocă un succes nemaiîntâlnit. Cumva, viața întregului teatru este o oglindă a personalității

lui, chiar și astăzi. După dispariția lui Constantin Tănase, teatrul ajunge să poarte mai multe denumiri, până când, în anul 1990 primește titulatura pe care o are și astăzi. Cu ajutorul Teatrului de Revistă Constantin Tănase s-au afirmat și s-au promovat foarte multe personalități mari ale României precum Maria Tănase, Gică Petrescu și Stela Popescu.

În prezent, teatrul beneficiază doar de o sală, Sala Savoy, cea de pe Calea Victoriei nr. 33-35, și de Grădina de Vară din Herăstrău. În trecut, până în anul 1991, acesta mai avea și Sala Victoria (Calea Victoriei nr. 174).

Prin natura domeniului, activitatea desfășurată în această clădire face din aceasta o atracție pentru publicul larg, doritor să vadă noile reprezentații. Firesc, activitatea teatrului este puternic promovată în mediul online, dar și prin evenimentele organizate în cadrul acestuia.

În ceea ce privește clădirea în care se află teatrul, aceasta a fost proiectată de către arhitectul italian Jean Monda, drept imobil de locuințe cu sală de spectacole Frascatti, între anii 1933-1934. Numele Frascatti provine de la denumirea fostului restaurant care se afla pe acel loc, fiind denumit după însuși antreprenorul italian care îl deținea. Absolvent de școală italiană, arhitectura lui Monda se remarcă prin faptul că abordează Art Déco-ul și modernismul. Cele mai multe dintre clădirile proiectate sunt investiții imobiliare. Făcând parte din comunitatea evreiască, Jean Monda avea acces la multe comenzi, construind peste 30 de imobile. În schimb, după naționalizare, acesta se rezumă doar la a scrie articole de arhitectură.

Teatrul Odeon



Un alt teatru, care se află chiar vizavi de cel de revistă, este teatrul Odeon. Arhitectura clădirii este cu atât mai impresionantă prin faptul că este unul din puținele teatre din Europa cu tavan glisant (la Sala Majestic).

Arhitectul care a realizat proiectul este Grigore Cerchez. Unul dintre cele mai importante teatre din România, teatrul Odeon a fost înființat în anul 1946 sub numele de Teatrul Muncitoresc CFR Giulești. Acest nume a rămas până în 1990 când teatrul își schimbă numele în denumirea lui actuală. În ceea ce privește promovarea clădirii, teatrul s-a implicat activ în multe activități cu scopul de a fi cunoscut unui public cât mai divers. Un lucru de evidențiat este faptul că a participat cu spectacole la multe turnee și festivaluri internaționale din alte țări, fapt care i-a creat o mai mare vizibilitate. Teatrul Odeon a fost implicat în multe programe culturale și educaționale. De menționat faptul că unul dintre proiectele acestui teatru, desfășurat în aprilie 2023, în cadrul festivalului Spotlight - ediția *Geometry of the city*, a fost o producție de *video-mapping* inspirată de un fragment muzical al Corului Madrigal. Pe lângă activitatea vastă de pe rețelele sociale, organizarea de evenimente precum programele TEATRUL ȘI ȘCOALA și SPECTACOLE LECTURĂ au ajutat teatrul să fie prezent în viața culturală bucureșteană.

Cafenelele, nu puține la număr, așa cum au fost în trecut, și așa cum sunt și astăzi reușesc să devină un puternic punct de promovare pentru tinerii „boemi" (actori, scriitori, artiști) ai vremii. De asemenea, exista un filtru pentru pseudo-talent în cadrul acestor „universități" cum le numește foarte plastic Tudor Arghezi. „Cafeneaua literară" era o instituție de primă clasă în epoca vremii, iar anumite elemente din secolul al XIX-lea le putem regăsi cu ușurință și astăzi. Cine nu a fost invitat măcar o dată la o lansare de carte într-o cafenea? Cine nu a scris solitar sau în compania cuiva, savurând cafeaua? Cine nu a găsit inspirația potrivită într-un context arhitectural ce aduce în actualitate și istoria, dar și savoarea, ambientul care fac dintr-un loc să nu fie doar „loc", ci adevărat element de coeziune între timpurile trecute și prezente, între oamenii ce, cumva, par diferiți de la epocă la epocă, dar atât de asemănători, și unde viața și antropologia comunicării ne relevă că tradiția se păstrează atemporal și unilateral spațial? Pe Calea Victoriei este un fief real al cafenelelor iar dintre toate cele mai celebre ale epocii se mai regăsește doar Casa Capșa. Desigur, multe cafenele au apărut și au dispărut de-a lungul atâtor ani, dar statornicia a fost un lucru rar și așa rămâne și în prezent.

Casa Capșa



Casa Capșa este de departe una dintre cele mai reprezentative clădiri de pe Calea Victoriei, aceasta fiind compusă dintr-un hotel, restaurant, săli de conferință și cofetărie. Din inițiativa familiei de aromâni Capșa, acest hotel este înființat în anul 1852, cu cofetărie la parter, care devine, totodată, și cea mai veche și renumită cofetărie. Aceasta a fost denumită simplu, cu numele proprietarilor, „La doi frați, Anton și Vasile Capșa”. De clădire se leagă foarte multe istorii, unele scrise, altele nescrise. Fiind un simbol de necontestat al acestei artere, trebuie evidențiate mai multe aspecte ce o definesc. De menționat este și faptul că, în anul 1873, Casa Capșa primește Marea Medalie la Expoziția Universală de la Viena, fiind apreciată și pe plan internațional. Odată cu această medalie, a obținut, în 1882, și brevetul de furnizor al casei

Principelui Milan Obrenović al Serbiei, iar în anul 1908 devine furnizorul Principelui Ferdinand I al Bulgariei.

Mondenitatea și lumea boemă a Bucureștiului secolului al XIX-lea este strâns legată de tot ceea ce a însemnat Casa Capșa. Fiind locul cel mai popular al vremii pentru scriitori, oameni politici, actori, a devenit profund mediatizat. Despre Capșa scria toată lumea ca despre locul de întâlnire al celor mai importanți oameni ai vremii, atât din România, cât și din străinătate. Nu sunt deloc puține poveștile legate de întâlnirile diplomatice dintre politicienii români și cei străini. Tocmai faptul că toată lumea vorbea despre acest loc este în sine cea mai importantă promovare care se putea realiza. De asemenea, conform revistei *Timpul*, Capșa era un mod de viață.

În Bucureștiul interbelic, pe Calea Victoriei, se auzea mereu circulând vorba Hai la Capșa la un șvarț! (șvarțul, cafeaua la filtru inspirată din cafenelele Vienei imperiale și ale Berlinului de după 1900 și care atrăgea tot Bucureștiul vremii), fapt ce întărește mai multe idei enumerate mai sus și anume: Capșa ca mod de viață și vorbindu-se despre Capșa. Ambelor le putem atribui o profundă implicare de promovare a locului și a arhitecturii.

Conform sciitorului Edmond Niculușcă (ARCEN), Titu Maiorescu cumpăra de la Capșa, în fiecare joi, bomboane pe care le numea des *bonbons véritables*. La Capșa s-a realizat prima (dar și cea mai bună) înghețată din România. Iar dacă ne-am întoarce în secolul al XIX-lea, doamnele și domnișoarele nu ar putea intra la Casa Capșa, căci acolo se vorbește politică, iar politica este pentru domni. Astfel, acestea rămân în trăsură, în stradă, unde chelnerii le aduc înghețată. La Capșa se realizează, în cinstea generalului Joseph Jacques Joffre, ajuns la București în anul 1920, una dintre cele mai gustoase și interesante prăjituri (care există și în prezent) și numită, cum altfel, *joffre*. Generalul, foarte încântat de această prăjitură de ciocolată, le spune celor de la Capșa să o păstreze în meniul lor. Iată cum cei de la Capșa au găsit o metodă inedită, dar foarte eficientă, de a se promova și a-și face publicitate. Pe la începutul secolului al XX-lea, mai apare o povestioară nostimă, legată de Capșa, care-l are ca protagonist pe ministrul de interne de atunci, Alexandru Marghiloman. Acesta ajunge într-o dimineață la Capșa, să-și bea cafeaua. I se comunică că nu există apă, aceasta fiind o problemă a Bucureștiului în acea vreme (apa era cărată de sacagii și sacagiul nu ajunsese la Capșa cu apa). Atunci, ministrul îi spune chelnerului să fiarbă cafeaua cu orice, iar acesta o fierbe în rom. Astfel apare cafeaua Marghiloman, care devine celebră și este apreciată mai ales de scriitori.

În vremurile actuale, despre Capșa se poate vorbi la fel, tot ca o experiență trăită și o nostalgie a timpurilor ce au străbătut-o. Istoria locului este un element distinctiv în ceea ce privește promovarea actuală. După părerea mea, un lucru ce atrage foarte mult publicul vremurilor noastre este

acest sentiment nostalgic ce te face să descoperi locul și atmosfera lui, călătorind prin timp. Un exemplu în acest sens este reînvierea în vara anului 2023 a băuturii mai sus amintite – șvarțul – despre care însuși Ion Luca Caragiale povestește. Pentru cei ce nu știu de existența acestei băuturi, cândva foarte populară, reprezentanții Casei Capșa fac un istoric al ei și ne invită să o gustăm. Se pot da foarte multe exemple de tradiții reinterpretate și reînviate de către cei de la Capșa, de la bomboanele lor celebre și până la poveștile ce urmează să fie spuse oaspeților. Firește că am remarcat doar câteva dintre lucrurile ce ar fi putut fi spuse despre locul care, de decenii, încântă, în mod diferit, adaptat epocilor, dar cu aceeași intensitate, fiecare generație.

Paul Morand, în cartea sa *București* (2000), ne descrie Capșa într-un mod în care este relevat foarte clar cât de bine văzut era acest loc în contextul celebrelor cafenele europene: „București, capitala Capșa. Capșa este inima orașului, din punct de vedere topografic și moral. Capșa înseamnă patru lucruri în același timp: un hotel, o cofetărie, un restaurant și o cafenea. Imaginați-vă, reunite într-o casă cu înfățișare modestă și desuetă, patru mari glorii europene: restaurantul Foyot, cofetăria Rumpelmayer, cafeneaua Florian din Veneția și hotelul Sacher din Viena. E un stil, o tradiție, un obicei, un organ, un decor, o sală a Pașilor Pierduți, un monument și o cocardă această Capșa. [...] Capșa este timpanul acestei mari urechi care e Bucureștiul, oraș al zvonurilor" (Morand, 2000, 152). De asemenea, această descriere relevă încă o dată faptul că această cafenea era locul cel mai important de întâlnire, unde se aflau, la prima mână, toate zvonurile epocii.

Dar totuși, dacă este să vorbim despre importanța istorică a cafenelelor de pe Calea Victoriei, în mod inevitabil trebuie să ne referim și la cele care nu mai există. Printre cele mai celebre, de mult dispărute, se numără Terasa Oteteleșanu, Cafeneaua Fialkovski, Cafeneaua Kübler, Cafeneaua Corso, Cafe de la Paix.

Terasa Oteteleșanu

Terasa Oteteleșanu, printre cele mai fascinante locuri dispărute de pe Calea Victoriei, aduce în prim plan multe istorii interesante. Dispărută în anii 1930-1931 din cauza faptului că Primăria Capitalei a dispus dărâmarea ei, terasa a fost, așa cum Tudor Arghezi a numit-o, „Academia liberă a scriitorilor". Ceea ce a făcut din acest loc să devină faimos, în cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea, a fost faptul că, în reședința familiei Oteteleșanu, se întâlneau cei mai importanți oameni din înalta societate a vremii și se organizau petreceri și baluri. Această perioadă a durat peste treizeci de ani, până la moartea soților Oteteleșanu. După 1900, terasa a fost închiriată mai multor persoane, ultimul chiriaș fiind Mihai Stere, cel care a

fost și creatorul „Terasei Oteteleșanu”. Acesta a devenit locul de întâlnire al celor mai importanți scriitori și artiști plastici ai vremii. Vorbindu-se foarte mult despre acest loc, și-a câștigat renumele și celebritatea în epocă. Viața boemă a terasei, faptul că era un adevărat cenaclu în aer liber, tot ce se petrecea acolo, dau încă sentimentul nostalgiei vremurilor apuse de demult și fac dintr-un loc dispărut de pe Calea Victoriei un loc încă palpabil, viu, prin evocările și poveștile lui.

Cafeneaua Corso

Cafeneaua Corso, înființată cu puțin timp înainte de încheierea Primului Război Mondial, se afla pe Calea Victoriei la nr. 90, colț cu strada Franklin. Clădirea care adăpostea cafeneaua a fost construită la începutul secolului al XX-lea de arhitectul Leonida Negrescu. Se pare că la etajul acestei clădiri a fost și primul sediu al Jockey Club. Cafeneaua era, de asemenea, și braserie, fiind denumită Café Braserie Corso sau Societatea anonimă Café Braserie Corso. De menționat este faptul că filologul Constantin Olariu spunea despre cafenea că berea se servea „direct de la butoi, fără acid, în pahare «balon» și «sonde» care-i dau un aspect plăcut și apetisant” (Olariu, 1995, 6), lucru unicat în București. Clienții fideli ce frecventau localul erau cei din Corpul Diplomatic și din lumea bună a Bucureștiului, înstăriți, iar seara, după spectacole, spectatorii de la Ateneul Român și de la Teatrul Național obișnuiau să vină aici. Printre cei care mai frecventau braseria se numărau mulți scriitori și critici literari (Emil Cioran, George Călinescu, Petre Țuțea etc.), dar și politicieni precum Armand Călinescu, Ion Mihalache și Gheorghe Brătianu. În primăvara anului 1939, în urma sistematizării și lărgirii Pieței Palatului Regal, clădirea unde se afla cafeneaua a fost dărâmată, așa cum au fost dărâmate mai multe dintre clădirile adiacente.

Café de la Paix

Cafe de la Paix este o altă cafenea care a dispărut de pe Calea Victoriei. Aceasta, ca de altfel și celelalte cafenele amintite înainte, a rămas celebră pentru întâlnirile cu scriitorii care o frecventau. Cafeneaua a funcționat cu puțin timp înainte de cel de-al Doilea Război Mondial și pe parcursul acestuia. Unul dintre cei care obișnuiau zilnic să vină la această cafenea era Liviu Rebreanu, pe vremea aceea directorul Teatrului Național. Pe lângă faptul că acestei cafenele îi treceau pragul personalități ale vremii, de la scriitori la actori, acest loc a fost considerat, în epocă, că a fost consacrat

în mare parte tinerilor scriitori ce își doreau să se remarce, iar aici aveau această șansă, existând o strânsă comuniune între generații.

Însă, după izbucnirea războiului, au început să se împuțineze tot mai mult cei ce frecventau localul, unii dintre ei chiar murind pe front. La venirea comunismului, acest loc a fost confiscat și naționalizat, transformându-se în bufet expres „Simplon" și rămânând așa până la Revoluția din 1989.

Cafeneaua Kübler

Cafeneaua Kübler funcționa pe Calea Victoriei la numărul 59, la parterul Hotelului Imperial. A fost celebră înainte de Capșa. Numele venea de la strada care cădea perpendicular pe Calea Victoriei. Extinderea perimetrului Palatului Regal a dus la desființarea acestei străzi, cafeneaua mutându-se pe strada Academiei nr. 51. Patronul rezervase o masă pentru scriitori. Localul era frecventat de boema bucureșteană, în acest loc desfășurându-se un original cenaclu literar.

Înființată în jurul anilor 1854-1856, Ion Minulescu spunea: „La București, centrul boemilor era pe vremea aceea cafeneaua Kübler, unde, ca și în cafeneaua Vachette de la Paris, tinerimea serioasă sau «pierde-vară» nu admitea în materie de artă nimic din ceea ce se comitea în afară de cafenea. La București, ca si la Paris, era de ajuns să se strângă în jurul mesei doi, trei boemi, că se constituiau într-un fel de Curte supremă, care condamna fără milă aproape tot restul activității omenești" (Minulescu, 1941, 68).

Această cafenea literară bucureșteană a funcționat până în perioada interbelică și, printre altele, a fost locul unde poetul Alexandru Macedonski a înființat cenaclul Literatorul și unde acesta a citit epigrama celebră împotriva lui Eminescu. De locul acesta se leagă foarte multe personalități ale literaturii și culturii române. Spre exemplu, Nicolae Iorga este unul dintre cei care veneau în aproape fiecare dimineață, alături de unii membri ai grupării literare Semănătorul.

Aceste activități literare și artistice constituiau moduri de promovare a cafenelei.

O cafenea care s-a înființat și ea tot prin aceeași perioadă ca și Kübler și care a dispărut, la rândul ei, este Fialkovski. Așa cum ne spune Gheorghe Crutzescu, polonezul Fialkovski a venit în București în timpul războiului Crimeii (1853-1856). Bun întreprinzător, acesta a reușit, tot pe Calea Victoriei, să renoveze Grădina Warrenberg. În cele din urmă deschide cafeneaua, care era și cofetărie. De asemenea, aceasta este considerată printre primele cafenele literare bucureștene. Ea era denumită și „Cafeneaua Operei", dar acest loc a „murit'' odată cu proprietarul lui, la propriu, în anul 1898, locul fiind preluat de un grec care a înființat un restaurant.

Un element foarte important pe care am vrut să îl evidențiez prin prezentarea mai multor cafenele care au dispărut, dar au apărut altele în loc, a fost, cum se poate și dovedi foarte ușor continua prezență a reclamelor. Atât în trecut, cât și în prezent promovarea care a fost făcută pentru a atrage oamenii spre cafenele a fost definitorie pentru proprietari. Chiar dacă la începutul secolul al XIX-lea noțiunile de promovare erau foarte vagi, instinctul exista. Pe Calea Victoriei se dovedește că, încă din acele vremuri, se făceau reclame și se promovau clădiri. Sunt convinsă că sunt multe care s-au pierdut cu timpul, așa cum sunt și multe povești și amintiri care au dispărut, uitate într-un trecut îndepărtat și obscur, uneori, încercat puternic de istorie. Din fericire, memoria multora dintre acestea continuă.

Hotel Athénée Palace (InterContinental)



Un alt hotel celebru de pe Calea Victoriei este Athénée Palace (InterContinental). Din punct de vedere arhitectural, clădirea abordează stilul Art Déco pentru fațadă și Beaux-Arts pentru interior. Proiectat de arhitecții Daniel Renard și Téophile Bradeau, hotelul a fost finalizat în 1914. Acesta este o clădire cu mai multe etaje, cu structură de beton armat, deținând 149 de camere, 10 apartamente decorate în stilul Ludovic al XIV-lea, cu mobilier lucrat în Franța și Anglia și un restaurant la parter, în stil baroc.

În cartea *Podul Mogoșoaiei-Povestea unei străzi*, Gheorghe Crutzescu ne povestește despre acest hotel următoarele: „Hotelul Athénée Palace, ridicat pe Calea Victoriei, colţ cu strada Episcopiei, între anii 1912-1914, după planurile arhitectului Daniel Renard, constructor inginerul Téophil Brădeanu în anii 1912-1914. Este considerată a fi prima construcţie civilă cu structură din beton armat. A fost refăcut şi modernizat după planul arhitectului Duiliu Marcu, în anii 1935-1937. A fost distrus parţial de

bombardamentele verii anului 1944. A fost refăcut în 1945, lucrare realizată sub îndrumarea arhitectului Duiliu Marcu, iar în 1963 a fost completat cu o construcţie de mari proporţii, cu deschidere spre Calea Victoriei şi strada Kretzulescu" (Crutzescu, 2011, 517). Astfel, așa cum relatează și autorul, modernizarea hotelului de către arhitectul Duiliu Marcu a avut loc între anii 1935-1937. Supranumit arhitectul detaliilor, el a optat pentru îmbinarea de elemente de clasicism modern cu elemente tipice de Art-Déco, dar păstrându-i, totuși, autenticitatea inițială. Modificările s-au făcut atât asupra planului hotelului, cât și asupra fațadelor, schimbând astfel complet exteriorul. Intrarea principală, dar și holul de onoare cu sălile de mese și saloanele de recepții, au fost refăcute. Clădirea modernizată a fost în acord cu standardele și modernismul anilor '30. Atât în perioada interbelică, cât și în cea postbelică, Athénée Palace atrăgea toată lumea mondenă bucureșteană și europeană. Barul Englezesc și sala Le Diplomate sunt printre cele mai căutate locuri, cel din urmă fiind recunoscut și ca monument istoric al patrimoniului național. De asemenea, și holul hotelului, Les Colonnades, reprezintă un simbol arhitectural Belle Époque.

Un alt proces de modernizare a avut loc în anul 1965 atunci când s-a construit aripa nouă ce includea o grădină, un restaurant, un bar de zi și o terasă. Cea din urmă renovare și modernizare a hotelului a fost realizată chiar de noii patroni, Ana Hotels. Aceștia au început procesul de modernizare în două etape: prima etapă a fost renovarea aripii noi, cea construită în 1965, iar cea de-a doua a aripii vechi din 1914. Interioarele au fost concepute astfel încât să îmbine tendințele actuale în materie de arhitectură de interior cu stilul inițial, cel în care a fost construit. Din punct de vedere al relațiilor publice, InterContinental Athénée Palace Bucharest, așa cum este denumirea lui actuală, are o echipă care se ocupă atât de imaginea hotelului, cât și de promovarea acestuia la nivel național și internațional. Recunoscut la nivel internațional de către industria ospitalității, acesta a fost recent nominalizat la World Travel Awards, cel mai prestigios concurs din industria globală a turismului. Fiind deținut de grupul Ana Hotels, Athénée Palace se bucură de o mare recunoaștere în multe medii sociale și organizează evenimente în domenii diverse. Tot din acest punct de vedere se distinge și drept o prezență foarte activă în mediul online.

De-a lungul istoriei sale, acesta a fost recunoscut drept un loc al mondenității bucureștene unde se adunau personalități ale epocii, de la actori la politicieni importanți. Același lucru se petrece și în prezent în această clădire, dovedind o continuitate de-a lungul timpului.

Hotel Bulevard (Grand Hotel Du Boulevard)



Un alt exemplu de construcție în stil clasic este Hotelul Bulevard de pe Calea Victoriei (colț cu Bulevardul Regina Elisabeta) care, așa cum precizează Grigore Ionescu este o „clădire bine păstrată și de bune forme și proporții" (Ionescu, 1965, 520). Hotelul a fost proiectat de arhitectul Alexandru Orăscu și a fost realizat în perioada 1865-1867. Acest hotel, renovat de nenumărate ori, avea în trecut o viață aparte, cu mulți turiști, și un restaurant renumit, cu orchestră, ceea ce reprezenta și un mijloc de comunicare.

În prezent, trebuie văzut cum va evolua și cum va fi cât mai corect evidențiat în peisajul bucureștean. Grand Hotel du Boulevard, cum era numit în epocă, impresiona „prin a-și adapta mereu rolul pe scena diplomatică, modernă și sentimentală a Bucureștiului" (Ionescu, 1965, 521). În hotelul Bulevard, s-au desfășurat evenimente importante privind istoria națională, menționate în manualele de istorie.

În prezent, Hotel Bulevard este considerat epicentrul activităților sociale mondene. Conform actualilor proprietari, cât vor fi ei, clădirea își propune să întrunească standardele lanțului internațional de lux Corinthia, fondat în 1962. Iată cum, un hotel cu rădăcini profunde, devine parte a unui

lanț internațional, poate profitabil, poate nu. În ideea promovării este un lucru bun, dar nu se știe dacă această promovare este benefică acestui hotel cu rădăcini adânci autohtone.

Hotel Novotel



Hotelul Novotel este un alt exemplu de clădire modernă, care păstrează însă fațada fostului Teatru Național din București, distrus de bombardamentele din anul 1944. Astfel, la intrare există un portic decorativ, realizat după fotografii vechi, de epocă, reproducând astfel elemente din fațada fostului teatru. Acesta reprezintă un semnal arhitectonic ce marchează memoria edificiului distrus, o amprentă a vremurilor trecute și o legătură cu vechea destinație a clădirii ce dăinuia în acel loc. De asemenea, constituie una dintre cele mai spectaculoase apropieri de stiluri arhitecturale distincte.

Principalul scop pentru care a fost păstrată și intrarea originală a teatrului pe fațada noului hotel este de a-i aduce un omagiu. Amplasamentul este reprezentativ, având o mare valoare arhitecturală, dar și comercială. În sălile de conferință ale acestui hotel au avut și au loc o serie de evenimente care adună oameni de facturi diferite și care comunică despre și în legătură cu acest obiectiv.

Încă de la început, un lucru semnificativ de menționat este că pe fațadă se află o placă cu un citat din scriitorul Dinu Săraru. Acest portal reproduce întocmai intrarea în clădirea primei scene naționale din anul 1852, când s-au aprins aici luminile Teatrului cel Mare. Hotelul Novotel are o istorie interesantă tocmai datorită faptului că este situat exact pe fostul loc unde a fost pentru mulți ani Teatrul Național sau Teatrul cel Mare, cum i se mai spunea. Din 1944 și până la construirea hotelului în 1990, acest loc a rămas viran.

Fiind deținut de un lanț internațional hotelier important, un adevărat *brand*, accentul pe promovarea acestuia este foarte ridicat, mai ales în scopuri comerciale. Se promovează însă, în mod constant, și patrimoniul arhitectural al clădirii, punându-se în evidență existența fostului teatru pe acel loc, un element definitoriu.

Hotel Continental

Despre Hotelul Continental din București, mai bine o istorioară scurtă despre cum a fost și cine l-a făcut.

Conform sursei citate, la început de secol al XX-lea, în fața Hotelului Continental din București putea fi văzut un domn distins, care stătea la o masă, bea cafea, citea mereu același ziar vienez, *Neue Freie Presse*, și se uita cu atenție la cei care treceau pe Calea Victoriei. Era chiar proprietarul hotelului, bancherul Jacques M. Elias, prietenul și sfătuitorul financiar al Regelui Carol I, evreul de rit sefard care a reușit să strângă o bogăție uriașă având un singur principiu: „Să cheltuiești mai puțin decât câștigi”. Deși Jacques M. Elias a primit cetățenia română abia la vârsta de 46 de ani, în anul 1880, și-a lăsat toată averea, evaluată în anul 1923 la 800 milioane de lei aur, integral Academiei Române.

Din fericire, una dintre cele mai frumoase clădiri din București se datorează fraților Elias, respectiv hotelul Continental. Au recompus o mică Vienă în mijlocul Bucureștiului, pe Calea Victoriei.

Hotelul Continental, de curând renovat, are capacitatea de a se promova prin el însuși, este un strigăt mut ce te îndeamnă la contemplație. De asemenea, poveștile lui, ca și cea de mai sus, sunt un prilej de a mai zăbovi puțin în preajma lui.

Hotel Capitol



Inițial, hotelul Capitol a fost numit Hotel Luvru. Iată ce ne mărturisește Gheorghe Crutzescu: „Luvru – este vorba de clădirea situată vizavi de Capşa, la intersecţia Căii Victoriei cu strada Sărindarului (astăzi

Constantin Mille). Hotelul „Luvru" a existat în ultimele decenii al secolului XIX. Clădirea a fost înlocuită cu o nouă construcţie ridicată la 1900-1905. Astăzi adăposteşte Hotelul „Capitol" " (Crutzescu, 2011, 411). În ceea ce privește promovarea, Hotelul Capitol intenționează să devină parte al unui lanț internațional. Dacă este bine sau rău, va fi de văzut.

Palatul Victoria (sediul Guvernului României)



Monument de arhitectură, realizat în întregime de arhitectul Duiliu Marcu, este Palatul Victoria, în prezent sediul Guvernului României.

Există mai multe consemnări demne de luat în seamă referitoare la amprenta lăsată de Duiliu Marcu pe Calea Victoriei. Gheorghe Crutzescu, în cartea sa *Podul Mogoșoaiei-Povestea unei străzi,* citată deja, ne prezintă lucrări ale lui Duiliu Marcu de pe această arteră. Astfel, conform lui Gheorghe Crutzescu, în Piața Victoriei, a fost construit „noul palat al Ministerului Afacerilor Străine, ridicat între anii 1937-1938 după proiectul arhitectului Duiliu Marcu" (Crutzescu, 2011, 562). Acest edificiu se află în apropierea Palatului Sturdza. În zilele noastre, Ministerul de Externe de atunci a devenit sediul Guvernului României, cunoscut sub numele de Palatul Victoria. Acesta are o suprafață de 26.000 de metri pătrați. În subsol sunt păstrate atât arhiva diplomatică din anii '40, cât și documentele executivului. La primul etaj se află sălile de recepție și actuala sală de ședințe a Guvernului.

Sala Transilvania este cea mai mare încăpere din Palatul Victoria, are 71 de metri lungime și 10 metri lățime, fiind locul unde au loc ceremoniile oficiale.

Arhitectul și profesorul Sorin Vasilescu, despre Palatul Victoria: „În primul rând, o așezare cu totul și cu totul particulară, este un cap de perspectivă, așa cum cu ușurință se vede, încheie un bulevard, din păcate un grup statuar, așezat puțin strâmb, stă în față, tulburând viziunea de integrare a artelor pe care Duiliu Marcu o dorea" (Vasilescu, arhivadearhitectura.ro/ arhitecti/duiliu-marcu/).

Datorită faptului că această clădire adăpostește una dintre cele mai importante puteri ale statului român, Guvernul, media românească și internațională îi acordă o foarte mare atenție și considerație.

Casa Autonomă a Monopolurilor de Stat

O altă lucrare semnificativă a arhitectului Duiliu Marcu, de pe Calea Victoriei, este Casa Autonomă a Monopolurilor de Stat. A fost ridicată pe locul caselor lui Niculescu Dorobanțu, între anii 1934-1941. În perioada 1948-1989, a fost sediul Comitetului de Stat al Planificării, apoi sediul Ministerului Industriilor și al altor instituții.

„Biblioteca Academiei Române beneficiază de edificiul înălţat în anii 1936-1937 după proiectul arhitectului Duiliu Marcu. Cu sprijin financiar din partea Băncii Naţionale a României şi a altor sponsori s-a trecut la realizarea unei noi construcţii cu faţadă spre Bd. Dacia şi totodată a fost acordată atenţie şi localului din perioada interbelică" (Crutzescu, 2011, 539). Calea Victoriei îi datorează lui Duiliu Marcu și blocuri de apartamente (nr.61-63).

Pasajul Macca-Villacrosse

Pasajul Macca-Villacrosse este unul dintre cele mai reprezentative monumente de arhitectură de pe Calea Victoriei. Însăși placa de la intrare ne indică mai multe aspecte descriptive în ceea ce privește monumentul și anume: „1891 Monument de arhitectură Arhitect F.D. Xenopol A fost construit pentru a lega Banca Națională a României de Calea Victoriei. Prezintă un plan în formă de U cu două brațe de acces racordate la un spațiu central cu luminator." Istoria acestui pasaj începe din prima jumătate a secolului al XVIII-lea, pe locul acestuia aflându-se Hanul Câmpineanu. În 1843, Xavier Villacrosse, arhitect catalan care și-a făcut studiile în Franța și care a fost numit arhitect șef al orașului București s-a însurat cu fiica dragomanului Petros Serafim. Acesta și-a împărțit averea, partea dinspre Strada Caraghiorghevici (azi strada Eugeniu Carada), care cuprindea și hanul,

fiind dată ca zestre fiicei sale. Hanul, numit acum hanul Villacrosse, și-a păstrat destinația ca atare până la realizarea pasajului. În 1856, scriitorul pamfletar N.T. Orășanu scrie în broșurile sale intitulate Misterele Mahalalelor că la han se fac baluri frumoase. „Cele mai frumoase, cele mai vesele sunt cele care au loc o dată pe săptămână sub numele de „O! du liber Augustin". Aici se îngrămădesc junele modiste, venite să uite întristata viață de toate zilele; aici negustorii înstăriți de pe Podul Mogoșoaiei… sper că s-a dansat cancanul, sub numele modest de horă și l-au dansat mai ales pompierii, mai abetir ca la Mobille sau Closerie des Lilas".

La sfârșitul secolului al XIX-lea, Hanul Villacrosse a fost demolat, fiind înlocuit de un ansamblu de clădiri. Printre aceste clădiri s-au construit pasaje acoperite după modelul pasajelor europene. Din cauza faptului ca proprietarul Hotelului Pesht nu a vrut să îl vândă, pasajul a fost construit în jurul celor două laturi ale hotelului.

Pasajul, care a fost proiectat de arhitectul Felix Xenopol, a fost terminat în anul 1891, fiind acoperit cu sticlă și având formă de potcoavă alungită. Acesta are două ramuri care pornesc de pe Calea Victoriei unindu-se înainte de ieșirea de pe strada Eugeniu Carada. Ramura de pe strada Lipscani a fost numită pasajul Villacrosse, purtându-i numele arhitectului catalan, iar cealaltă pasajul Macca, după numele lui Mihalache Macca, cumnatul constructorului pasajului. Menirea acestei construcții a fost de a lega Banca Națională de cea mai intens circulată arteră comercială din acea vreme. Unul dintre rolurile pe care pasajul le avea, pe lângă cel comercial (datorită faptului că la parter se aflau magazine mici), a fost acela de a evita aglomerația dintre cele două artere comerciale importante ale Bucureștiului, Calea Victoriei și Strada Lipscani.

Scopul principal al acestui pasaj a fost de a crea spații comerciale. Totuși, aici a fost și sediul primei burse de valori din București, înainte de a se construi cea de pe strada Bursei. În anii regimului comunist, pasajului i s-a schimbat denumirea în Pasajul Bijuteria, după numele magazinului de pe Calea Victoriei.

În momentul de față, pe ramura Macca se află cafenele și cluburi, dintre care unele nu mai funcționează. Câteva nume: Prohibition Club (Bottlegging Allowed, Speakeasy Establishment), Beer O'Clock, Cafe Bistro. Există și un magazin alimentar, gen boutique, dar care nu prea este în concordanță cu locul respectiv. Bemolle Cafe se află la baza U-ului, la intersecția dintre cele două ramuri. Începe așadar ramura Villacrosse a pasajului, unde găsim: Pekin Restaurant, Nirvana – Cramă și terasă, Spiritul orașului Praga, Vol Cafe, Azuko – Bar & Coffee – Narghilea. Există un magazin de bijuterii deschis, dar și unul vechi, închis, precum și o casă de schimb valutar și amanet.

Pasajul Macca-Villacrosse este în continuare popular în rândul publicului și, putem să observăm, și în rândul turiștilor străini, care sunt încântați de acesta. Celia Ghika remarcă un aspect interesant în ceea ce privește pasajul și interacțiunea oamenilor. În cartea sa *Artă, tehnologie și spațiu public* subliniază: „Apare un nou tip de relații comerciale care se desfășoară la distanță și acest lucru impune necesitatea schimbului de informații și știri o dată cu mărfurile. Orașul devine baza operațiilor comerciale la scară largă și centru al traficului de știri. Astfel, se dezvoltă o presă incipientă. Relațiile personale de dominație se obiectivează, autoritatea seniorială se transformă într-o autoritate statală și apare sfera autorității publice în sens modern. Această autoritate își difuzează anunțurile proprii prin intermediul presei incipiente. Sensul transmiterii este de la autoritatea publică către publicul propriu-zis. Tot ce este supus acestui public câștigă publicitate" (Ghika, 2005,70).

Tot pe Calea Victoriei, conform lui Gheorghe Crutzescu, era casa întreprinzătorului Gheorghe Assan, originar din Moldova. Casa familiei acestuia a fost pe locul ce a devenit Fundația Carol I, la sfârșitul secolului al XIX-lea. „Urmaşii i-au continuat activitatea şi au amplificat-o. În casa Assan a funcţionat hotelul Metropol, înfiinţat înainte de 1877. În timpul Războiului de Independenţă era adăpost pentru reprezentanţii diplomatici şi pentru militarii ruşi. Clădirea a fost înlăturată cu prilejul sistematizării Pieţii Palatului în 1939, conform proiectului arhitectului Duiliu Marcu pentru a fi amplasat monumentul cu statuia ecvestră a regelui Carol I" (Crutzescu, 2011, 472).

Înlăturarea acestei case a adus, în mod clar, un plus locului, dar acest lucru nu înseamnă că fosta casă nu reprezintă, la rândul ei, un mod de a marca spațiul respectiv.

Calea Victoriei nu se remarcă numai prin clădiri civile, ci și prin lăcașuri de cult. Din păcate, unele dintre acestea nu mai există (de exemplu biserica Sfântul Ioan zis cel Mare sau Sfântul Ioan Prededici, care se afla pe amplasamentul actual al CEC).

Biserica Crețulescu



Biserica Crețulescu (cunoscută și sub grafia Kretzulescu), una dintre bisericile de pe Calea Victoriei, la numărul 45, a dăinuit. Inițial, pe locul respectiv, a fost „o biserică de lemn, foarte mică şi veche, fiind mutată de la satul Cretzuleşti" (Crutzescu, 2011, 181).

Tot conform lucrării lui Gheorghe Crutzescu, Iordache Crețulescu a crescut la curtea unchiului său, Constantin Brâncoveanu care, la 20 de ani, l-a însurat cu Safta, a patra fiică a sa. După căsătorie, aceștia au reclădit biserica.

Conform Lui G.I. Ionescu Gion, „La 1722, Logofetul Iordake Crețulescu sfârsesce biserica de piétră din Podul Mogoșoiei, mai sus de locul

hoierilor Brezoieni, pe loc domnesc, dăruit lui de Nicolae-Vodă Macrovordat" (Ionescu-Gion, 1899, 183).

Ulterior, Iordache Crețulescu mai primește niște teren și domeniul bisericii se mărește.

„Pe locul astfel mărit Iordache Kretzulescu îşi clădi case mari, şi înconjură biserica, sfinţită în 1722, septembrie 30, cu chilii şi prăvălii" (Crutzescu, 2011, 181). Practic, acolo se construise un han, după obiceiul vremii, dar care reprezenta și bariera de nord a orașului.

După moartea lui Iordache Crețulescu, soția sa Safta lasă acest loc urmașilor, cu precizarea ca biserica, clădită de ea și de soțul ei, să fie păstrată și îngrijită. Acest lucru s-a întâmplat. Biserica a fost renovată de mai multe ori și există așa cum o vedem în prezent, datorită unor arhitecți devotați în păstrarea stării bune a bisericilor și monumentelor. Trebuie spus și faptul că au fost și preoți care s-au preocupat de această biserică. Nu este însă locul de a dezvolta astfel de preocupări, foarte benefice, de altfel, pentru acest lăcaș de cult.

Trebuie însă precizat un lucru, legat și de promovare. Așa cum ne spune Gheorghe Crutzescu, după renovarea din 1860, biserica a fost „pocită cu totul" (Crutzescu, 2011, 181). Lucrurile nu au rămas așa. „Preoţii bisericii fiind buni, şi corul cântând frumos, Kretzulescu atrăgea la slujbele sale toată „lumea bună" din București" (Crutzescu, 2011, 181). Astfel, în jurul bisericii, vechilor chilii le-au luat locul magazine și locuințe. Dintre acestea, unele au rămas în istorie, tocmai datorită promovării pe care și-au făcut-o. Biserica creștea în ochii oamenilor și în acest mod. „Chiar lângă ea se aşezase, încă din 1864, un pălărier francez, care vindea cele mai bune pălării „haut-de-forme" din București, şi i-au păstrat la noi numele până azi, Jobin" (Crutzescu, 2011, 182). Iată cum, într-un mod surprinzător, numele *jobin*-ului este legat de biserica Crețulescu.

Biserica, construită în stil brâncovenesc, reprezintă un reper important pe Calea Victoriei. În anul 2022 s-au împlinit 300 de ani de la construcția ei, prilej cu care s-au încheiat lucrările de restaurare, absolut necesare, și a fost resfințită. Orice plimbare pe Calea Victoriei, ar trebui să cuprindă și acest loc plin de spiritualitate.

Biserica Sfintei Cruci și a Sfântului Vasile cel Mare

Biserica Sfintei Cruci şi a Sfântului Vasile cel Mare este o biserică ortodoxă situată pe Calea Victoriei, nr. 198, fiind închinată Sfântului Vasile cel Mare și având al doilea hram Înălţarea Sfintei Cruci.

Gheorghe Crutzescu menționează despre biserica Sfântul Vasile că: „prima construcție a fost ridicată din zid la sfârşitul secolului XVIII,

începutul celui următor. Stricată la cutremurul din 1838, a fost rezidită înainte de 1847 şi restaurată în 1889" (Crutzescu, 2011, 550).

Conform pisaniei, scrisă cu litere chirilice, de pe peretele din dreapta al pronaosului, ridicarea acesteia s-a făcut în timpul domniei lui Gheorghe Dimitrie Bibescu (1842-1848), cu banii cămătarului Toma Baltă. Doamna Elena Filipescu, o creștină provenită dintr-o familie boierească și care locuia pe Podul Mogoșoaiei, a dat banii pentru construirea unor camere de locuit pentru preot. În 1909, în Anuarul bisericilor din București, biserica Sfântul Vasile figura cu 117 familii, reprezentând 600 de persoane, fiind întreținută de comunitate.

Un eveniment important și interesant în același timp, organizat de biserică, începând din anul 2011, la primirea celui de-al doilea hram, este o procesiune numită Procesiunea – Pelerinaj – Calea Sfintei Cruci, scară către cer!. Această procesiune se organizează pe data de 13 septembrie și are loc pe Calea Victoriei, de la biserică la Parcul Nicolae Iorga. În procesiune este purtată racla ce conține Sfânta Cruce și încă o raclă cu moaștele unui sfânt legat de anul respectiv.

Tot din anul 2011, pe data de 5 decembrie, se organizează un concert de colinde.

Biserica Sfintei Cruci şi a Sfântului Vasile cel Mare deține un fragment din lemnul sfintei cruci pe care a fost răstignit Iisus Hristos, precum și moaște ale mai multor sfinți.

Evenimentele menționate, precum și obiectele de cult deosebite ale bisericii, reprezintă elemente de promovare, prin care aceasta se face remarcată în peisajul Căii Victoriei.

Biserica Sfântul Nicolae Tabacu

Câteva informații despre această biserică (situată pe Calea Victoriei nr. 180) le obțin tot de la Gheorghe Crutzescu. Conform acestuia: „În secolul XVII a existat o construcţie din lemn, refăcută la începutul secolului XVIII de popa Cozma şi Dima Tabacu. La jumătatea secolului XIX a fost refăcută din zid şi apoi reparată de mai multe ori în deceniile care au urmat" (Crutzescu, 2011, 547).

De la numele Dima Tabacu provine și numele bisericii, căruia i-a fost atașat numele părintelui său spiritual, Sfântul Nicolae.

Această biserică deține icoane împărătești ferecate în metal argintat, iar slujba religioasă se oficiază atât în limba română, cât și în limba slavonă.

În biserică, se află câteva părți din moaștele Sfântului Serafim de Sarov, un pustnic rus, cunoscut ca autor al unor întâmplări fascinante, în timpul vieții, dar și după moartea sa. Moaștele au fost găsite în anul 1903 și

este sărbătorit pe 2 ianuarie. Acestea sunt câteva aspecte-eveniment, care cresc notorietatea acestei biserici, transformând-o într-un bun loc de zăbovit.

Biserica Sfântul Ciprian (Zlătari)

Biserica Sfântul Ciprian se află pe Calea Victoriei, la numărul 12. Se mai numește și biserica Zlătari, după numele acelor căutători de aur de pe cursul apelor, numiți astfel, zlătari, și ale căror terenuri erau în zona respectivă. Ca oricare altă breaslă, și aceasta avea un lăcaș de cult și anume biserica susmențională.

Tot Gheorghe Crutzescu ne povestește: „A fost ridicată iniţial din lemnul Codrului Vlăsiei pe loc domnesc, unde, iniţial, în secolul XVI, trăiau ţiganii zlătari care adunau aurul şi argintul din albiile apelor de munte. Erau zlătarii domneşti aşezaţi în zona barierei oraşului până pe timpul lui Matei Basarab care a dat locuri, în zonă, urmaşilor lui Radu Vodă şi ai Cantacuzinilor. Biserica de zid a fost ridicată în cursul anului 1705 de către Spătarul Mihail Cantacuzino, servind mănăstirii a cărei substanţiale venituri proveneau de la moşiile şi prăvăliile cu încăpătoarele pivniţe şi hanul cu care fusese înzestrată şi închinată la 1709 Patriarhiei din Alexandria Egiptului. La timpul respectiv biserica avea ca hram Adormirea Maicii Domnului prăznuit la 15 august. Catastrofalele cutremure din 1802 şi 1838 au afectat-o, impunând totala refacere a ei din temelie. Acum planurile au fost întocmite de arhitectul Xavier Villacrosse care a coordonat şi lucrările de construcţie terminate în anul 1850. Între 1853-1856 pictorul Gheorghe Tattarescu a realizat pictura interioară evocând scene biblice constituite în mari panouri de sine stătătoare. Valoroase sunt şi lucrările în lemn poleit cu folie de aur […]. Din anul 1888 a devenit biserică parohială. Declanşarea lucrărilor pentru ridicarea Palatului Poştelor a impus, în 1903, demolarea turnului clopotniţă şi a hanului, biserica rămânând, pentru decenii, încadrată de o mică grădină care îi punea în evidenţă arhitectura. La 1907-1910 arhitectul Jean Pompilian a realizat lucrări de renovare şi consolidare. Cutremurul din 1940 i-a afectat turlele care au fost refăcute imediat cu caracter provizoriu căpătând conturul de azi prin lucrările din perioada anilor 1971-1973” (Cruztescu, 2011, 344).

Avem, așadar, o scurtă istorie a acestei biserici. Trebuie însă să vedem în ce măsură este biserica cunoscută și care sunt evenimentele care îi atrag pe enoriași/vizitatori.

În biserica Zlătari se află moaștele Sfântului Mucenic Ciprian. Mâna sa, făcătoare de minuni, se află în partea dreaptă a altarului. Sfântul Ciprian, care inițial fusese vrăjitor păgân, este cunoscut ca dezlegător de farmece, blesteme și alte rele. De aceea, în fiecare zi, sute de persoane intră în această

biserică. Un alt punct de atracție este pictura interioară, realizată de Gheorghe Tăttărescu, după ce s-a întors de la studii din Italia. Astfel, pictura este influențată de arta religioasă occidentală.

Biserica Albă

Biserica Albă este un lăcaș de cult cu totul special pe Calea Victoriei, la numărul 110, cu hramul Sfântul Nicolae. George Călinescu remarca: „Biserica Albă nu este frumoasă, însă este surprinzătoare prin albul ei imaculat de biserică rurală în inima unui oraș mare" (Călinescu, 1964, 189). Numită și Popa Dârvaș sau Vișicăi (după numele ctitorilor săi), biserica a fost ridicată la începutul secolului al XVIII-lea, apoi a fost reconstruită în 1802, ulterior fiind restaurată și pictată de același Gheorghe Tăttărescu.

În anul 1774, Biserica Albă se afla pe lista bisericilor din București. În anul 1784, s-au făcut lucrări de refacere la biserică. Biserica Popa Dârvaș este menționată în numeroase documente din secolul al XVIII-lea. Numele de Biserica Albă i s-a dat la începutul secolului al XIX-lea, cele două nume coexistând până la jumătatea secolului al XX-lea.

Nu cunosc evenimente deosebite desfășurate la Biserica Albă, dar aerul misterios al acesteia constituie un motiv pentru a avea convingerea că ele nu vor întârzia să apară. Reprezintă un potențial ce nu ar trebui neglijat.

Fiindcă am scris doar despre semnificația clădirilor de pe Calea Victoriei, trebuie să amintim și faptul că aici se află și piețe, cum ar fi Piața Victoriei, Piața Revoluției, Piața George Enescu, Piața Națiunile Unite, dar și parcuri precum Parcul Nicolae Iorga.

Dintre toate acestea, Piața Victoriei și Piața Revoluției sunt două piețe cu multe semnificații istorice și despre care voi prezenta mai multe în cele ce urmează.

Piața Victoriei

Piața Victoriei, posibil cea mai cunoscută, iar pentru unii și cea mai importantă piață a Bucureștiului este, fără dubiu, un simbol al orașului. În această piață se intersectează mai multe artere, precum: Calea Victoriei, Bulevardul Lascăr Catargiu, Bulevardul Iancu de Hunedoara, Str. Paris, Bulevardul Aviatorilor, Șoseaua Kiseleff, Bulevardul Ion Mihalache, str. Buzești și Bulevardul Nicolae Titulescu. În același timp, piața adăpostește mai multe instituții publice precum Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa", Muzeul Țăranului Român, Muzeul de Geologie, Institutul de Istorie „Nicolae Iorga" și Guvernul României. Recent, am putea spune că aproape tot ce a stârnit interes și s-a scris despre această piață în media

românească are legătură cu protestele antiguvernamentale din ultimii ani. Acest lucru nu este complet nefiresc pentru această piață, deoarece locul unde este situată este exact în fața Guvernului României. Devenită simbol pentru acest tip de manifestare, presa a asimilat-o în trecut, dar o asimilează și acum, cu protestele și cu exercitarea dreptului democratic la revoltă, iar această referire nu trebuie să ducă cu gândul doar la protestele din anii 2016- 2017, ci și la protestele mai recente și cele care, probabil, vor urma.

Piața Revoluției



Piața Revoluției, denumită înainte de Revoluția din 1989 și Piața Palatului sau Piața Republicii este încă o piață pe care o regăsim pe Calea Victoriei. Această piață a purtat anterior și numele de Piața Gheorghe Gheorghiu-Dej, după numele fostului lider comunist din aceea perioadă. De acest loc sunt legate multe evenimente istorice care au schimbat soarta României. Unul dintre acestea a fost Marea manifestație anticomunistă și pro-monarhistă din 8 noiembrie 1945. Aceasta manifestație a fost una foarte violentă, iar alegerea zilei nu a fost deloc întâmplătoare, pe 8 noiembrie sărbătorindu-se Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril, ziua onomastică a

Majestății Sale Regele Mihai I al României. Alt eveniment marcant pentru această piață a fost începutul Revoluției din 1989, atunci când la balconul Comitetului Central și-a ținut ultimul discurs Nicolae Ceaușescu, înainte de a fi înlăturat de la conducerea țării. În memoria victimelor revoluției s-a ridicat un monument ce poartă numele de Memorialul Renașterii – Glorie Eternă Eroilor și Revoluției Române din Decembrie 1989. Acest ansamblu monumental, realizat de Alexandru Ghilduș și inaugurat pe 1 august 2005, a stârnit foarte multe controverse și i s-au atribuit multe porecle printre care „țeapa" din Piața Revoluției, cartoful sau țepușă cu cartof. Memorialul este format din mai multe elemente cu conotații simbolice, având menirea de a arăta importanța pe care a avut-o Revoluția din decembrie 1989, respectiv: Piața Reculegerii, Zidul Amintirii, Piramida Izbânzii, Calea Biruinței. Acest monument se regăsește pe lista monumentelor istorice din Municipiul București încă din 2010.

În afară de acest memorial, în Piața Revoluției se mai regăsesc și Statuia ecvestră a Regelui întemeietor Carol I, Monumentul lui Iuliu Maniu și Monumentul lui Corneliu Coposu.

Pentru Statuia ecvestră a Regelui întemeietor Carol I, a fost organizat un concurs în anul 1936. Concursul a avut drept scop realizarea a două statui, una pentru Regele Carol I și alta pentru Regele Ferdinand. Câștigătorul pentru ambele statui a fost Oscar Han, dar în cele din urmă au fost executate de sculptorul croat Ivan Meštrović. Statuia lui Carol I a fost inaugurată pe data de 10 mai 1939, în prezența Regelui Carol al II-lea și a Regelui Mihai.

Monumentul dedicat lui Iuliu Maniu este o sculptură turnată în bronz, realizată de sculptorul Mircea Corneliu Spătaru și inaugurată pe data de 1 decembrie 1998. La ceremonia de inaugurare au luat parte mai mulți oameni politici de atunci, precum președintele țării, premierul și președintele Partidului Național Liberal.

Monumentul dedicat lui Corneliu Coposu este un bust amplasat lângă Biserica Crețulescu, care a fost realizat în anul 1996 de sculptorul Mihai Buculei.

De această piață sunt legate multe evenimente politice, istorice, precum discursurile lui Gheorghe Gheorghiu-Dej, discursul lui Nicolae Ceaușescu din 1968 când condamna intervenția trupelor Organizației Tratatului de la Varșovia în Cehoslovacia, dar și revolta oamenilor atunci când România a pierdut Basarabia, în 1940.

După căderea comunismului din 1989, așa cum se poate observa și prin monumentele care au fost ridicate în piață, acest spațiu public se revendică prin spiritul profund anticomunist pe care îl inspiră de la disidenți

precum Iuliu Maniu, la monumentul ce are drept scop păstrarea memoriei celor ce s-au jertfit pentru a înlătura sistemul totalitar existent până în 1989.

Datorită și/sau din cauza tuturor acestor aspecte menționate mai sus, piața este un reper din mai multe puncte de vedere, traversând multe evenimente importante care au schimbat radical soarta și istoria României, chiar dacă au existat și încă există multe critici asupra ei. De asemenea, în spațiul public și în mediul online sunt dezbateri la nivel urbanistic și social pentru ca această piață să fie mai atractivă pentru public.

Parcul Nicolae Iorga

Parcul Nicolae Iorga este singurul parc care există pe arteră. În acest parc mic există două statui din bronz, una a lui Nichita Stănescu realizată de Paul Vasilescu în anul 1984, iar cea de-a doua a lui Ion Ghica. Totodată, în centrul parcului este amplasată o cruce de marmură dedicată lui Nicolae Iorga și a eroilor neamului ce au murit pe front.

În trecut, pe locul acestui parc se afla Mahalaua Popii Cosma alături de un han construit de vornicul Dimitrie Racoviță. Parcul se întinde pe o suprafață de 8.800 de metrii pătrați. În martie 2020, Administrația Domeniului Public al Primăriei Sectorului 1 a realizat un video de prezentare pentru acest parc, promovând atât istoria locului, cât și importanța pe care trebuie să o aibă pădurile urbane într-un oraș ca Bucureștiul, ce devine din ce în ce mai poluat.

Apelul la istorie are rolul de a arăta cât de ofertantă este arhitectura pentru comunicare și promovare.

9. Concursuri de arhitectură

Potrivit Ordinului Arhitecților din România, o definiție a concursului de arhitectură ar fi următoarea: Concursul de arhitectură este procedura de selecție care urmărește găsirea celei mai profesionale soluţii pentru proiectul pe care promotorul dorește să-l dezvolte. Concursul încurajează competitivitatea, ceea ce se traduce într-o arhitectură mai bună din punct de vedere funcțional, cultural și tehnic. Trebuie să adaug și faptul că pe lângă cele enunțate anterior, concursurile au și un caracter comunicațional care implică implicit promovarea soluției respective. Concursurile de arhitectură se pot clasifica în mai multe tipologii și anume: concursuri de idei, contraconcursuri de idei (pentru combaterea unei decizii luate/realizate deja) și concursuri de soluții (ele necesită o temă clară de proiectare din punct de vedere urbanistic, estetic, tehnologic, financiar etc.). Clasificarea concursurilor este importantă pentru a înțelege contextul socio-economic și temporar de pe Calea Victoriei și, totodată, de a înțelege ce nevoi au existat de-a lungul epocilor. De asemenea, trebuie menționat și faptul că este important și cine organizează concursul, comanditarul fiind fie public, fie privat.

Concursurile de arhitectură joacă un rol foarte important în promovarea valorilor arhitecturale, în România existând o tradiție de peste 150 de ani, devenind astfel o practică curentă spre sfârșitul secolului al XIX-lea. Influențele și dorința de afirmare a arhitecților români cu ajutorul concursurilor provin din occident și, cu precădere, de la École de Beaux-Arts din Paris.

Din perspectivă istorică, primul concurs public cu participare internațională a avut loc în 1859 și a fost inițiat pentru realizarea Palatului de Justiție pe locul fostului Han Constantin Vodă (unde este acum Palatul Poștei Centrale – MNIR). Proiectul câștigător a fost cel al arhitectului Alexandru Orăscu, dar, din lipsă de fonduri, nu s-a materializat. Astfel că, la sfârșitul secolului, de această dată fără concurs, pe Splaiul Independenței se realizează Palatul de Justiție, proiectat de arhitectul Albert Ballu în colaborare cu arhitectul Ion Mincu.

Concursurile de arhitectură de pe Calea Victoriei au un rol foarte important în evoluția urbană a arterei. În acest sens, mulți arhitecți români celebri s-au implicat în mai multe concursuri care au avut drept scop modernizarea și sistematizarea mai multor zone de pe Calea Victoriei. Totuși, trebuie spus faptul că, din diverse motive, fie subiective, fie obiective, unele dintre concursurile prezentate în acest capitol nu au fost materializate, singura dovadă a existenței acestora fiind concretizată în planșele de concurs.

O selecție a concursurilor de arhitectură care s-au desfășurat pe Calea Victoriei este următoarea:

1. **Ion Giurgea, Stere Niculescu, M. Nicolau, Sistematizarea Pieței Casei Centrale a Armatei, Proiect de concurs. București 1954, perspectivă de Tiberiu Niga și I. Florea (Arhiva UAR).**

Acest concurs a fost organizat de Uniunea Arhitecţilor din RPR și de Sfatul Popular al Capitalei, în toamna anului 1954 și a avut 20 de proiecte jurizate. Tema abordată a fost amenajarea arhitecturală a spațiului aflat la intersecția dintre Calea Victoriei și Bulevardul 6 Martie (în prezent Regina Elisabeta). Principalul scop al concursului a fost evidențierea Casei Centrale a Armatei și a teraselor aferente acesteia. Trebuie menționat și faptul că, fără excepție, proiectele care s-au prezentat la concurs se subordonau stilului realismului socialist de tip stalinist care marca arhitectura acelei epoci, propunând totodată o monumentalitate excesivă. De remarcat este faptul că o particularitate comună a proiectelor o reprezintă, așa cum se menționează și în articolul din revista *Arhitectura* (arhitectura-1906.ro/2020), „porticele la parterul construcţiilor propuse, tendinţă agreată în epocă şi care se va regăsi la multe clădiri realizate în centrul oraşului spre sfârşitul anilor 1950.”

2. **Duiliu Marcu, Complexul Academiei Române, studiu, varianta C, București 1930, 1957-1959.**

Una din variantele propuse pentru clădirea Academiei Române a fost cea a arhitectului Duiliu Marcu. În aceea perioadă, respectiv 1948-1965, Academia Română a figurat cu numele de Academia Republicii Populare Române. Conform site-ului *Historia.ro* , secretarul general al Academiei Române de la aceea vreme, din anul 1925, Vasile Pârvan, a hotărât organizarea unui concurs internațional pentru noua clădire a instituției. În urma acestui concurs au fost reținute două dintre proiectele propuse, unul dintre ele fiind cel al arhitectului Duiliu Marcu, iar celălalt fiind al arhitectului Gh. Negoescu. Din păcate, niciunul dintre cele două proiecte nu s-au materializat, singura lor mărturie istorică fiind reprezentată prin planșele de concurs. Totuși, datorită creșterii continue a fondurilor bibliotecii, cu ajutorul multor donații și cumpărării de manuscrise și documente, s-a impus construirea unei clădiri noi care trebuia să corespundă tuturor cerințelor unui biblioteci moderne. Astfel, noul pavilion se regăsea în planul general de construcție a Palatului Academiei. Proiectul a fost realizat de Duiliu Marcu și aprobat de Academia Română în 1931. Construcția noului sediu a început în anul 1935 prin antrepriza inginerului A. Ioanovici, fiind finalizată doi ani mai târziu în 1937. Pe 5 iunie 1937, a avut loc inaugurarea noului sediu,

inaugurare ce se dovedește a fi un adevărat eveniment cultural de primă clasă la care a participat atât Regele Carol al II-lea, cât și poetul Lucian Blaga. Regele Carol al II-lea, impresionat de prezența poetului la eveniment a declarat: „Am voit să asist la această ședință, fiindcă am ținut să ascult acel frumos gând ce-l are poetul și filosoful Lucian Blaga, când face elogiul nu al unui predecesor, ci al satului românesc".

3. Petre Antonescu şi Paul Smărăndescu, Palatul Societății de Asigurări „Adriatica" şi Palatul Societăţii „Agricola Foncieră", Piața Senatului, București 1927.

Unele dintre cele mai impunătoare clădiri care se află la începutul Căii Victoriei, din Piața Naţiunile Unite sunt, fără dar și poate, Palatul Societăţii de Asigurări „Adriatica" şi Palatul Societăţii „Agricola Foncieră". În anul 1930, arhitectul Petre Antonescu a primit comanda pentru aceste două clădiri de la Întreprinderea Tehnică „Inginer Tiberiu Eremia". În anul 1932, a fost finalizat primul dintre blocuri, acesta fiind Palatul Societăţii „Agricola Foncieră". După finalizarea acestuia, s-a început construcția celui de-al doilea. Totodată, această piață este una plină de semnificație istorică și de o mare valoare arhitecturală.

4. Alexandru Zamfiropol (arhitect), Concursuri: 1. Reconstrucția Teatrului Național, premiul I ex aequo, 1946; 2. Facultatea de Agronomie, premiul I, 3. Amenajarea Pieței Palatului Regal, premiul I,1943.

Toate aceste proiecte au fost distinse cu premiul I. Un concurs care a făcut istorie conform celor spuse în articolul apărut în revista *Arhitectura* (arhitectura-1906.ro/2020), este cel din anul 1943 pentru Piaţa Palatului Regal. Prin acest concurs s-a urmărit soluționarea unei mari probleme de amenajare urbană drept urmare a refacerii palatului și a efectuării deja în zonă de importante demolări ale unor clădiri. Prin urmare, acest proiect avea ca scop deschiderea de o perspectivă cât mai largă a noului edificiu regal. Arhitectul Alexandru Zamfiropol a optat pentru spații monumentale, mai mult sau aproape deloc alveolate și care presupuneau demolări semnificative. Rezultatele concursului au fost puternic criticate de public, dar și de unii membrii ai juriului. Alexandru Tzigara-Samurcaş, directorul Fundaţiei „Carol I", a contestat vehement această soluție și a respins ideea de a promova caracterul cvasidemolator în scopul obținerii de soluții de o monumentalitate forţată.

Unele dintre concepțiile care au fundamentat soluțiile propuse în anii 1930-1940 se vor regăsi și în propunerea din 1959 făcută de o echipă coordonată de Horia Maicu, Nicolae Bădescu. La acest concurs a participat

și Duiliu Marcu care a obținut premiul al III-lea. Foarte important de subliniat în acest proiect este faptul că, în primăvara anului 1997, s-a organizat un concurs tot pe această temă, dar, spre deosebire de concursurile anterioare, acesta a abordat o cu totul altă concepție urbanistică care respecta patrimoniul construit existent. Concluzia pe care putem să o tragem este că încercările ezitante fără finalitate concretă au condus la haos pentru Piața Palatului, azi a Revoluției, încă de la sfârșitul anilor 1930.

5. Duiliu Marcu și Tiberiu Ricci, Sistematizarea Pieței Palatului Regal, perspectivă axonometrică, București, 1942.

Unul dintre cele mai importante concursuri pentru sistematizarea Pieței Palatului Regal a fost cel din anul 1942, cu ocazia finalizării Palatului Ministerului de Externe (astăzi, sediul Guvernului). Pentru acest proiect se propune demolarea Palatului Sturdza. Acesta din urmă va dispărea ca urmare a avariilor bombardamentelor din august 1944.

6. Duiliu Marcu, Plan de sistematizare a Pieței Victoriei, proiect, București 1959.

Aceasta este o altă propunere de proiect pentru sistematizarea Pieței Victoriei, propunere realizată tot de arhitectul Duiliu Marcu.

7. Victor Ștefănescu, concurs pentru refacerea Teatrului Național din București, 1946.

În 1945-1946, în contextul schimbării regimului politic, se organizează primul concurs pentru reconstruirea Teatrului Național de pe Calea Victoriei. Acesta fusese puternic avariat de bombardamentele germane de după 23 august 1944. După mai multe expertize ale structurii care să concluzioneze posibilitatea reparării clădirii, ministru culturii Mihai Ralea dispune în 1945 demolarea teatrului. Concursul, care s-a finalizat pe data de 31 martie 1946, nu a avut un rezultat tranșant. Demolarea Teatrului Mare, clădire emblematică pentru București și, nu în ultimul rând, pentru Calea Victoriei, a produs un șoc în societatea vremii. Concursul a avut drept finalitate contopirea premiilor I, II și III a următoarelor echipe: Nicolae și Pascal Georgescu; Alexandru Zamfiropol, Valentin Iorga, cât și a celei formate din Margareta și Eugen Dumitriu, Haralamb Georgescu, Mircea Lecca. Astfel, echipele urmau să colaboreze pentru a găsi o soluție comună, dar tot acest lucru a condus la amânarea unei decizii pentru obținerea unui proiect aplicabil. Unul dintre cele mai interesante proiecte se pare că a fost cel semnat de arhitectul Victor Ștefănescu. Cu toate acestea, niciunul dintre proiectele propuse nu au fost materializate, iar discuțiile pe tema aceasta au durat mult, concretizându-se de abia la mijlocul anilor 1960. În anul 1961, a

avut loc o competiție pentru realizarea Teatrului Național din București, la care au participat 38 de proiecte. Proiectul respectiv era menit să fie situat pe terenul aferent Pieţei Universităţii, unde, în prima jumătate a secolului al XX-lea, s-ar fi dorit să se construiască Primăria Capitalei.

8. Concurs internațional de arhitectură „Extinderea Palatului Victoria", 2007. Acest concurs a fost organizat de Ordinul Arhitecților din România. Toate proiectele finaliste au participat la o expoziție, în iulie 2007, la Teatrul Național din București.

Proiectul câștigător pentru extinderea Palatului Victoria a fost realizat de CIE de Architekten Cie – Amsterdam/Netherlands, arh. Branimir Medic, arh. Pero Puljiz. Propunerea care a câștigat concursul abordează un stil avangardist, ce se îmbină foarte bine cu arhitectura Palatului Victoria. Desigur, acest proiect de extindere a unei clădiri derivă dintr-o necesitate intrinsecă. Chiar și așa, proiectul nu s-a materializat.

9. Concurs "Noul MNIR"

Acest concurs a fost organizat în perioada 1 februarie – 1 iulie 2016, la conferința de presă fiind prezentate cele trei soluții câștigătoare pentru amenajarea noului Muzeu Național de Istorie a României. Fiecare dintre cele trei proiecte prezentate în cadrul evenimentului își propune să îmbine arhitectura locului cu elemente noi de arhitectură contemporană. Abordarea aleasă de către echipa de arhitecți a biroului Starh este una ce surprinde, inedită, reușind să obțină o soluție ce satisface nevoile societății actuale, dar să păstreze intact și patrimoniul cultural și original al clădirii. Cu alte cuvinte, perspectiva echipei de arhitecți propusă pentru acest concurs este de a îmbina armonios noul cu vechiul.

10. Concluzii

În lumea arhitecturii, poți fi atins foarte ușor de nostalgie și te pot cuprinde foarte repede sentimente nebănuite. Prin această carte, am observat diferite moduri în care a fost privită arhitectura de-a lungul timpului. Astfel, am putut sintetiza, pe de o parte, frumusețea arhitecturii simple, pe care înaintașii noștri obișnuiau să o practice, dar și arhitectura de care sunt atrași în zilele noastre profesioniștii, aflați în plină dezvoltare tehnologică.

Arhitectura modernă devine, pe rând, strămoșul arhitecturii contemporane de azi. În tot acest joc, al formelor inundate de lumină, arhitectul devine cel mai important personaj, este exponentul unui univers ludic, în care el trebuie să se facă remarcat. Ne place sau nu, majoritatea arhitecților se află într-o stare de anonimat, care nu ar mai trebui să existe. Am prezentat în această carte arhitecți remarcabili, cunoscuți în lumea întreagă. Sunt conștientă de faptul că nu toți arhitecții pot fi așa. Dar exemplul celor importanți, modul lor de a se promova, ar trebui să fie un reper pentru orice arhitect. Am prezentat elemente prin care o arteră a unui oraș poate deveni o stradă mare nu numai datorită istoriei acesteia, ci și datorită arhitecților care, prin măiestria lor, prin calitățile lor, au reușit acest lucru. Și aș spune și datorită oportunităților pe care le-au avut și, poate, și le-au creat. Arhitectura este o meserie prea frumoasă, care aduce construcție, nu demolare, cum se întâmplă astăzi, deseori. Din acest motiv, arhitectura ar trebui, prin reprezentanții săi, să lupte pentru a construi cât mai mult și cât mai bine.

De aceea, consider necesară promovarea arhitecturii și a arhitecților, cred că acest lucru a fost deseori lăsat de o parte, ceea ce este de neacceptat în societatea contemporană. Este păcat ca o meserie frumoasă, cu consecințe și mai frumoase, să fie neglijată. Consider că studiul meu referitor la Calea Victoriei, fără nici un fel de emfază, ar trebui să fie un exemplu pentru orice arhitect, pentru a se ridica mai sus de ceea ce crede chiar el însuși că poate. Întotdeauna se poate mai mult. În mod clar, cei ce citesc această carte vor fi conștienți că nu oricine poate construi pe Calea Victoriei. Nu mai sunt nici timpurile, nici comanditarii de atunci. Dar oricine cred că își dă seama că acolo unde este el, printr-o promovare și expunere corespunzătoare, poate face mult mai mult decât alții, care se închid într-un birou și nu se gândesc decât la faptul că, poate, nu au avut noroc. Promovarea înseamnă, pe lângă lucrări, cum îmi închipui eu, și o expunere socială care, de cele mai multe ori, poate însemna și altceva. Posibil ca unul dintre ei să descopere că are talentul de a-i învăța pe alții cum să procedeze, sau să devină mentorul unora mai tineri sau, pur și simplu, să dezvolte relații pe care le va folosi mai târziu.

Chiar mi-am dorit ca această carte să nu fie una doar teoretică, ci să reprezinte un mic manual de a-i învăța pe arhitecți cum să procedeze pentru a avea succesul pe care cred că-l merită, dacă dovedesc aplecare și interes pentru această profesie.

Pe de altă parte, cred că arhitecții trebuie să țină cont și de istorie, să înțeleagă că nimic nu vine de nicăieri și nu se duce niciunde. Ca în orice meserie, precum și în comunicare, chiar dacă pare mai nouă, există istorie. Aceasta nu poate fi ignorată, pentru că arată de unde venim și unde vrem să ajungem. Am observat, în opera unor arhitecți, raportări la istorie, chiar istorie antică, dar într-o manieră modernă, contemporană. Cu cât mai multe raportări la istorie, practice, nu teoretice, cu atât mai multe reușite.

Sper ca această carte să fie un început pentru înțelegerea promovării în arhitectură și, de ce nu, și în alte profesii. Am arătat în carte cum arhitecți importanți, precum Le Corbusier, au folosit promovarea, deseori în mod subtil, destul de greu de perceput de societate în acea vreme. Nu este meseria mea, dar sunt aproape sigură că opera lui nu ar fi ajuns atât de cunoscută fără acea promovare. Unii au scris cărți, ulterior popularizate, alții au ținut cursuri, conferințe, toate aceste lucruri i-au făcut mai cunoscuți, mai apreciați.

Pe de o altă parte, această carte, chiar dacă invocă aspecte practice, ale promovării și comunicării, are o latură nostalgică. Îmi doresc să aduc în prezent o nostalgie a arhitecților așa zișii vechi, a atmosferei de pe Calea Victoriei de acum ceva ani, nostalgia copilăriei, cu toată frumusețea ei, dar și nostalgia locurilor vechi, pe care poate doar părinții, bunicii și chiar străbunicii noștri, acolo unde mai există, și le mai amintesc. Iar acolo unde nu mai avem povești de odinioară, aflăm din cărți, jurnale, biografii, poze vechi, cum trăiau oamenii, unde se duceau, ce bucurii și tristeți aveau. Pe de altă parte, cartea este și un vector către viitor, analizând, în mod obiectiv, percepția asupra evoluției arhitecturii, dar și modul în care aceasta se poziționează pe mai departe.

În urma celor studiate pentru realizarea acestei cărți, am aflat că arhitectura are o contribuție importantă în dezvoltarea altor preocupări, precum știința, religia, pictura, construcțiile (poate în primul rând), literatura, turismul și altele. De asemenea, aplecarea spre sustenabilitate, spre orașul verde și conservarea, protejarea patrimoniului nu trebuie neglijate. De aceea, arhitectura nu trebuie sub nicio formă subestimată. Consider că importanța sa majoră provine din faptul că reprezintă libertatea gândirii umane, în cel mai adevărat sens cu putință.

În final, aș spune că arhitectura este în sine un canal de comunicare. Fiecare clădire este un mesaj transmis. Deci, dacă reușești să proiectezi într-un mod care atrage atenția și emoționează, ești câștigător și în jocul comunicării.

11. Bibliografie selectivă

1. Bannister, Fletcher, A History of Architecture on the Comparative Method, London and Tonbridge, Bradbury Agnew & Co LD Printers, 1905;
2. Bossi, Agostino, Cecere, Paolo, Impalpabilul în Arhitectură, traducere de Delia- Alexandra Prisecaru, Beatrice-Gabriela Jöger, București, Editura Universitară „Ion Mincu", 2022;
3. Cantacuzino, George Matei, Introducere la studiul arhitecturii, București, Editura Paideia, 2003;
4. Călinescu, George, Cronicile optimistului, București, Editura pentru Literatură, 1964;
5. Ciocârlie, Corina, Răsuceanu, Andreea, Dicționar de locuri literare bucureștene, București, Editura Humanitas, 2019;
6. Crutzescu, Gheorghe, Podul Mogoșoaiei-Povestea unei străzi, București, Editura Biblioteca Bucureștilor, 2011;
7. Curinschi Vorona, Gheorghe, Introducere în arhitectura comparată, București, Editura Tehnică, 1991;
8. Dagenais, Bernard, Campania de relații publice, București, Editura Polirom, 2003;
9. Dagenais, Bernard, Profesia de relaționist, București, Editura Polirom, 2002;
10. De Fusco, Renato, Segni, storia e progetto dell'architettura, Bari, Editori Laterza, 1973;
11. De Fusco, Renato, Architettura come mass medium, Bari, Dedalo Libri, 1967;
12. Diderot, Denis; D'Alembert, Jean Le Rond, L'enciclopedie Diderot et D'Alembert, Architecture, Calaceite, Spain, Inter-Livres, 1900;
13. Diderot, Denis, Scrieri despre artă, traducere de Radu Albala, București, Editura Meridiane, 1967;
14. Dinu, Mihai, Comunicarea. Repere fundamentale, București, Editura Orizonturi, 2014;
15. Dorfles, Gillo, Modern Architecture, London, Thames and Hudson Ltd., 2020;
16. Huizinga, Johan, Homo ludens, traducere de H.R.Radian, București, Editura Humanitas, 2012;
17. Eco, Umberto, Tratat de semiotică generală, traducere de Anca Giurescu și Cezar Radu, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1982;
18. Eco, Umberto, Limitele interpretării, traducere de Ștefania Mincu și Daniela Bucșă, Constanța, Editura Pontica, 1996;

19. Eco, Umberto, Opera aperta, Milano, Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas S.p.A., 1962;
20. Florescu, D. George, Din vechiul București. Biserici, curți boierești și hanuri după două planuri inedite de la sfârșitul veacului al XVIII-lea, București, Editura 1935;
21. Gregotti, Vittorio, Il territorio dell'architettura, Milano, Universale Economica Feltrinelli, 2008;
22. Ghika, Celia, Artă, tehnologie și spațiu public, București, Editura Paideia, 2005;
23. Hall, Edward T., The Silent Language, New York, Anchor Press, 1959;
24. Hall, Edward T., The Hidden Dimension, New York, Anchor Press, 1959;
25. Heidegger, Martin, Originea operei de artă, traducere de Thomas Kleininger și Gabriel Liiceanu, București, Editura Humanitas, 1995;
26. Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, Prelegeri de estetică, traducere de D.D. Roșca, București, Editura Academiei Republicii Socialiste România, 1966;
27. Ionescu-Gion, G.I., Istoria Bucurescilor, Bucuresci, Stabilimentul Grafic I.V. Socecu, Strada Berzei nr. 59, 1899;
28. Ionescu, Grigore, Arhitectura pe teritoriul României de-a lungul veacurilor, București, Editura Academiei Republicii Socialiste România, 1981;
29. Ionescu, Grigore, Istoria arhitecturii în România, vol II, București, Editura Academiei Republicii Socialiste România, 1965;
30. Klingmann, Anna, Brandscapes: architecture in the experience economy, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 2007;
31. Knikker, Jan, How to win work, Londra, RIBA Publishing, 2021;
32. Le Breton, David, Despre tăcere, traducere de Constantin Zaharia, București, Editura ALL Educational, 2001;
33. Jakobson, Roman, Linguistics and poetics, 1960;
34. Lăzărescu, Cezar, Cristea, Gabriel, Lăzărescu, Elena, Arhitectura românească în imagini, București, Editura Meridiane, 1972;
35. Morand, Paul, București, Cluj-Napoca, Editura Echinox, 2000;
36. Norberg-Schulz, Christian, Genius loci – Towards a Phenomenology of Architecture, New York, Rizolli, 1991;
37. Octavian, Tudor, Calea Victoriei-Bucureștiul interbelic, Editura Noi Media Print, 2008;
38. Oprea, Adrian, Duiliu Marcu 1885-1966 – revista Arhitectura, nr. 4/ 86, București;

39. Otu, Petre, Cercul Militar National. Istoria unui palat, București, Editura Tritonic, 2004;
40. Pollione, Marco Vitruvio, De Architectura, traduzione di Luciano Migotto, Pordenone, Edizione Studio Tesi, Collezione Biblioteca 92, 1991;
41. Potra, George, Istoricul hanurilor bucureștene, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1985;
42. Pârvulescu, Ioana, Întoarcere în Bucureștiul interbelic, București, Editura Humanitas, 2007;
43. Rădulescu-Zoner, Șerban, Marinescu, Beatrice, Bucureștii în anii Primului Război Mondial, București, Editura Albatros, 1993;
44. Simion, Ștefan, Ambiguitatea capodoperei-Livio Vacchini prin 11 dialoguri, București, Editura Fundației Arhitext Design, 2017;
45. Smith, Thomas Gordon, Vitruvius, New York, Ed. The Monacelli Press, 2004;
46. Stahl, Henri, Bucureștii ce se duc, București, Editura Marvan, 1935;
47. Vasilescu, Sorin, Istoria arhitecturii moderne, București, Editura Institutului de Arhitectură Ion Mincu, 1989;
48. Vătămanu, Nicolae, Istorie bucureșteană, București, Editura Vremea, 2014;
49. Weaver, Thomas, Writing not typing-Pledoarie pentru eseul de arhitectură, București, Editura Pro Cultura, 2019;
50. Wilcox, Dennis, Cameron, Glen;Ault, Phillip, Agee, Warren, Relații publice-Strategii și tactici, traducere de Ion Vaciu, Roxana Onea ș.a., București, Editura Curtea Veche, 2009;
51. Zevi, Bruno, Codul anticlasic (limbajul modern al arhitecturii), București, Editura Paideia, 2000.

Toate fotografiile sunt realizate de către autorul acestei cărți.

12. Mulțumiri

Această carte are o istorie deja de peste 5 ani, începând să existe odată cu prima mea discuție telefonică (dintr-un iulie 2020 canicular, pandemic și incert) cu domnul profesor Sorin Vasilescu, căruia îi mulțumesc enorm pentru sprijinul acordat și pentru încredere. De asemenea, trebuie să le mulțumesc și celorlalți profesori care, de-a lungul evoluției mele academice, au avut încredere în mine și au descoperit lucruri pe care eu nu le vedeam – de fapt aceasta este una din menirile acestei meserii.

O mulțumire specială îi aduc și lui Cătălin Constantin, a cărui contribuție la cariera mea academică a fost și este esențială, cum de altfel trebuie să îi mulțumesc și pentru multele sfaturi pe care mi le-a dat de-a lungul anilor și pe care sper să mi le dea mulți ani de acum înainte!

Îi mulțumesc foarte mult și familiei mele, în mod special părinților mei și bunicii mele pentru tot ajutorul și sprijinul moral pe care le-am primit în ultima perioadă. Începuturile sunt grele, mai ales când te afli la vârste destul de fragede ca a mea, dar mă simt binecuvântată că Dumnezeu mi-a adus în cale oameni care m-au ajutat necondiționat.

Nu în ultimul rând, această carte este dedicată tuturor celor menționați și tuturor oamenilor din viața mea care au contribuit la evoluția mea personală și profesională.