

CONSOLIDAREA ȘI DEZVOLTAREA PUBLICULUI DE MUZEU PRIN SOCIAL MEDIA MARKETING

**STUDIU DE CAZ: COMPLEXUL MUZEAL DE PATRIMONIUL CULTURAL NORD-
DOBROGEAN: MUZEUL DE ARTĂ ȘI CASA AVRAMIDE TULCEA**

Alice-Georgiana Fănaruⁱ

Abstract:

In the cultural context, social media marketing represents an essential tool in promoting and enhancing accessibility to cultural heritage for a diverse and global audience. Social media platforms provide cultural institutions and museums with opportunities to build connections with a new audience, generate interest, and inspire in innovative ways. Through creative, educational, and interactive content, memorable digital experiences can be created that transcend spatial and temporal barriers. Social media thus becomes a crucial channel for cultural mediation, facilitating continuous dialogue between cultural institutions and diverse communities. With consistent commitment and adaptability to changes in digital trends, cultural social media marketing serves as a powerful engine for the preservation and promotion of cultural richness in an increasingly digitally connected world. In this article, we present the social media activities of the North-Dobrogean Cultural Heritage Complex, through its centers: the Tulcea Art Museum and the Avramide House. We outline the history of their Facebook,

ⁱ Muzeograf, Complexul Muzeal de Patrimoniu Cultural Nord-dobrogean din cadrul Institutului de Cercetări Eco-muzeale „Gavrilă Simion” Tulcea, alicefanaru@gmail.com

Instagram, and TikTok profiles and draw conclusions regarding their contribution to the creation of a new type of audience.

Keywords:

social media marketing, museum marketing, global audience, cultural mediation, cultural content.

1. CONTEXT

Multe persoane evită să calce pragul muzeelor românești (și nu numai) considerând că lipsa de cunoștințe într-unul din domeniile ilustrate prin expozițiile acestora este un indicativ al lipsei lor de cultură. Nimic mai fals. Vizitatorii nu au nevoie de cunoștințe prealabile atunci când intră într-un muzeu. Evident, ajută să ai o mică idee despre ce este un muzeu de istorie, de artă sau de științe ale naturii. Dar înafara acestui lucru, este suficient să fii curios și să dorești să înveți. Pentru că, este din ce în ce mai clar că scopul primar al instituțiilor muzeale este cel educativ.

În comunitățile mici este greu, însă, să schimbi obiceiurile de petrecere a timpului liber. De multe ori oamenii preferă ieșirile în aer liber vizitei la un muzeu local. Deși prețul билетelor de acces nu este defel prohibitiv, a merge la muzeu, a cunoaște locația unei instituții de cultură din apropiere, este o activitate fals conturată ca fiind apanajul celor cu posibilități financiare sau cu un grad de cultură ridicat.

La fel de greu de realizat este și schimbarea atitudinii lucrătorului de muzeu, care, de multe ori nu are cel mai primitor comportament. Similar, specialiștii în conservare sau muzeologie care fac zi de zi eforturi pentru păstrarea și perpetuarea patrimoniului, trebuie să-și reformuleze atitudinea spre a transmite mai eficient, către publicul interesat, informațiile ale căror singuri păstrători sunt. Distanța dintre muzeu și public tinde să se mărească, așadar, dacă nu învățăm să comunicăm eficient.

Este cu atât mai dificil să se creeze o conexiune semnificativă între muzeu și comunitatea sa, cu cât, în zilele noastre, acesta trebuie să concureze cu noile media, îndeosebi cu internetul și rețelele de socializare care sunt extrem de dinamice.

Cu expansiunea continuă a mediului digital, muzeele din România se află în fața unei oportunități extraordinare de a-și extinde vizibilitatea și de a atrage publicul folosind strategii de social media marketing. Într-o eră în care conectivitatea online este fundamentală, platformele de socializare devin un instrument vital pentru promovarea patrimoniului cultural. Prin intermediul unor

strategii de marketing adaptate pe canalele sociale precum Facebook, Instagram sau TikTok, muzeele pot intra în spațiul personal al unui nou public și pot genera interes pentru arta și istoria lor.

Social media oferă muzeelor o platformă dinamică prin care pot comunica cu publicul într-un mod interactiv și captivant. Prin postări convingătoare, conținut multimedia de calitate și campanii inovatoare, instituțiile culturale pot educa și inspira audiențele într-un mod accesibil și modern. Prin intermediul acestor canale, muzeele pot oferi informații detaliate despre expoziții, evenimente sau chiar povești din spatele bunurilor culturale expuse.

Beneficiind de avantajele vizualizării și distribuirii de conținut, muzeele pot utiliza social media pentru a crea experiențe unice de divertisment cultural. Prin intermediul videoclipurilor live, al tururilor virtuale sau al poveștilor, muzeele pot aduce vizitatorii în mijlocul experienței culturale, chiar din confortul propriilor lor case. Aceste strategii pot nu doar atrage interesul publicului local, dar și să atragă atenția unui public global, promovând astfel cultura și istoria României către audiențe diverse din întreaga lume.

Alături de un text de muzeu scris corect, conținutul media al muzeelor poate avea un impact important asupra comunicării dintre instituția de cultură și public, care de multe ori este nespecializat. Comunicarea și educarea prin intermediul canalelor media și a internetului trebuie să devină o axă prioritară a activității muzeale. Ea trebuie integrată la nivelul tuturor activităților, fie că acestea sunt dedicate relațiilor cu publicul, fie că sunt cele mai puțin văzute, dar la fel, dacă nu chiar mai importante, în supraviețuirea și perpetuarea patrimoniului cultural și a moștenirii noastre ca societate.

2. COMPLEXUL MUZEAL DE PATRIMONIUL CULTURAL NORD-DOBROGEAN : MUZEUL DE ARTĂ ȘI CASA AVRAMIDE TULCEA

Complexul Muzeal face parte din Institutul de Cercetări Eco-muzeale „Gavrilă Simion” Tulcea, instituția-mamă a tuturor obiectivelor muzeale din orașul și județul Tulcea. Complexul a fost un produs cultural oferit comunității tulcene începând cu anul 2012, după finalizarea proiectului de reabilitare a două clădiri de patrimoniu din Tulcea, Muzeul de Artă Tulcea, respectiv Casa Avramide din Tulcea.

Muzeul de Artă din Tulcea cuprinde un patrimoniu bogat compus din circa 8000 de lucrări de artă din sfera picturii, sculpturii, graficii, artei decorative orientale, artei decorative europene, icoanelor și plăcilor de gravură. Toate sunt

expuse sau păstrate cu grijă într-o clădire monument istoric, construită între anii 1863-1865, perioadă în care Tulcea încă făcea parte din Imperiul Otoman.

Expozițional, Muzeul de Artă Tulcea oferă vizitatorilor două spații de expunere. Parterul este dedicat expozițiilor temporare, tematice, ce valorifică patrimoniul propriu, expozițiilor artiștilor contemporani sau expozițiilor-concurs, de tipul Bienalei naționale de pictură „Alexandru Ciucurencu” și al Bienalei naționale de grafică „Constantin Găvenea”. Etajul este rezervat expoziției permanente a muzeului, denumită sugestiv „Arte și influențe în Dobrogea”. Sunt expuse cele mai valoroase lucrări de artă decorativă, icoane, pictură, sculptură și grafică, modernă și contemporană românească. În cadrul Muzeului de Artă au loc și activități educative de tipul atelierelor de creație pentru copii sau al vizitelor ghidate tematice. Astfel, Muzeul de Artă din Tulcea este o destinație de luat în seamă în circuitul turistic cultural local și național.

Casa Avramide prezintă elemente legate de istoria modernă a orașului Tulcea, povestea familiei Avramide și pune în valoare spectaculoase obiecte de patrimoniu din colecțiile muzeelor ce fac parte din ICEM. Fost sediu al Muzeului Delta Dunării (prima instituție muzeală din Tulcea, premergătoare ICEM) Casa Avramide concentrează cele mai importante evenimente culturale și educative din Tulcea. Pe lângă evenimente lunare precum Șuetele Avramizilor sau Cinemateca de Artă, spațiul este mereu scena activităților culturale care au loc cu ocazia festivalurilor susținute în oraș, lansări de carte, vernisaje și recitaluri. Așadar, indiferent de perioada anului, pulsul vieții culturale tulgene se ia la Casa Avramide.

Începând cu Nicolae Grigorescu, Theodor Aman și Ștefan Luchian, continuând cu Gheorghe Petrașcu, Theodor Pallady, Nicolae Tomița, Ioșif Ișer, Lucian Grigorescu, Oscar Han, Max Hermann Maxy, Marcel Iancu, Victor Brauner și până la Alexandru Ciucurencu, Corneliu Baba, Ion Irimescu, Constantin Piliuță, Vladimir Șetran sau Theodor Hrib, expoziția permanentă a muzeului redă cronologic și tematic cele mai importante momente ale evoluției artelor plastice în țara noastră.

În cadrul Muzeului de Artă au loc și **activități educative** de tipul atelierelor de creație pentru copii sau al vizitelor ghidate tematice. **Astfel, Muzeul de Artă din Tulcea este o destinație de luat în seamă în circuitul turistic cultural local și național.**

Starting with Nicolae Grigorescu, Theodor Aman and Ștefan Luchian, continuing with Gheorghe Petrașcu, Theodor Pallady, Nicolae Tomița, Ioșif Ișer, Lucian Grigorescu, Oscar Han, Max Hermann Maxy, Marcel Iancu, Victor Brauner and up to Alexandru Ciucurencu, Corneliu Baba, Ion Irimescu, Constantin Piliuță, Vladimir Șetran or Theodor Hrib, the permanent exhibition of the museum presents, chronologically and thematically, the most important moments of the evolution of the plastic arts in our country.

Within the Art Museum, there also take place **educational activities**, such as creative workshops for children or thematic guided tours. **Thus, the Tulcea Fine Arts Museum is a destination to take into consideration for the local and national cultural tourist circuit.**

Text: Alice-Georgiana FĂNARU, cercetător științific ICEM Tulcea

Program: 09.00-17.00, luni închis Visiting hours: 09.00-17.00, Monday closed

România, Tulcea, 820009
Str. Grigore Antipa, nr. 2

0240 513 231
0240 513 249

arta@icem.ro

icem.ro
artamuzeululcea.ro

Muzeul de Artă și Casa Avramide Tulcea
Evenimente Arta-Avramide

@muzeul_de_arta_casa_avramide



M

Tulcea

de Artă

The Tulcea Fine Arts Museum

Bine ați venit la Muzeul de Artă Tulcea!

Muzeul de Artă din Tulcea și Casa Avramide cuprind Complexul Muzeal de Patrimoniu Cultural Nord-Dobrogean din cadrul Institutului de Cercetări Eco-Muzeale „Gavriilă Simion” Tulcea (ICEM).

Muzeul de Artă din Tulcea cuprinde un patrimoniu bogat compus din circa 8000 de lucrări de artă din sfera picturii, sculpturii, graficii, artei decorative orientale, artei decorative europene, icoanelor și plăcilor de gravură. Toate sunt expuse sau păstrate cu grijă într-o clădire monument istoric, construită între anii 1863-1865, perioadă în care Tulcea încă făcea parte din Imperiul Otoman.

Din acest motiv, clădirea a avut inițial destinația de Palat Administrativ al Sângăscului de Tulcea, cunoscut și sub denumirea de **Conacul sau Palatul Pașei**. După Războiul pentru Independență însă, și revenirea Dobrogei la România, în anul 1878, actualul sediu al muzeului a găzduit Prefectura județului Tulcea având, totodată, la parter, Tribunalul, Corpul Portariilor și Curtea de jurați. O dată cu sfârșitul celui de-al doilea Război Mondial și instaurarea regimului comunist în țara noastră, clădirea a suferit o nouă schimbare a destinației, funcționând între anii 1950-1970 ca Sfat Popular Raional. Timp de 12 ani a fost apoi transformată în Institut de Proiectări, ca abia la data de **23 august 1982** să devină ceea ce este și în prezent, respectiv **sediu al Muzeului de Artă din Tulcea.**

Primele lucrări de reabilitare ale imobilului s-au desfășurat în jurul anului 1893, urmate de cele de reconstrucție din anul 1941 (după cutremurul din 1940). Cea mai semnificativă intervenție de restaurare a clădirii a fost realizată în perioada 2008-2012, în cadrul proiectului „Restaurarea și reabilitarea a două clădiri de patrimoniu din municipiul Tulcea, incluse în circuitele turistice regionale”, proiect finanțat prin Programul Operațional Regional 2007-2013. Clădirea Muzeului de Artă, construită în stil neoclasic, este înscrisă pe lista monumentelor istorice la poziția 483/TL-II-A-05973. Din punct de vedere al categoriei de importanță a construcției, imobilul este inclus în categoria A, monumente de interes național.

Expositional, Muzeul de Artă Tulcea oferă vizitatorilor două spații de expunere. **Parterul** este dedicat **expozițiilor temporare**, tematice, ce valorifică patrimoniul propriu, expozițiilor artiștilor contemporani sau expozițiilor-concurs, de tipul Bienelei naționale de pictură „Alexandru Ciucurencu” și al Bienelei naționale de grafică „Constantin Găvănea”. **Etajul** este rezervat **expoziției permanente** a muzeului, denumită sugestiv „**Arte și influențe în Dobrogea**”. Sunt expuse cele mai valoroase lucrări de artă decorativă, icoane, pictură, sculptură și grafică, modernă și contemporană românească.

Welcome to the Tulcea Fine Arts Museum!

Tulcea Fine Arts Museum and the Avramide House form the Northern Dobruđa Cultural Heritage Museum Complex, part of the “Gavriilă Simion” Eco-Museum Research Institute Tulcea (EMRI).

The museum comprises a rich heritage composed of about 8000 works of art specific to the fields of painting, sculpture, graphics, Oriental decorative art, European decorative art, icons and engraving plates. All are carefully exhibited or preserved in a historic monument building, built between 1863-1865, when Tulcea was still a part of the Ottoman Empire.

For this reason, the building was originally intended as the Sanjak of Tulcea Administrative Palace, also known as the **Pasha’s Mansion**. After the Independence War, however, and the restoration of Dobruđa as part of Romania, in 1878, the current headquarters of the Museum hosted the Prefecture of Tulcea County, while downstairs there were the Court, the Summoners’ Body and the Court of Juries. With the end of World War II and the instauration of the Communist regime in our country, the building suffered another change of destination, operating between 1950 and 1970 as the District People’s Council. Then, for 12 years it was turned into an Institute of Engineering, and only on **August 23rd, 1982** it became what it is today, namely **the headquarters of the Tulcea Fine Arts Museum.**

Some of the first rehabilitation works for the building were carried out around the year 1893, followed by the reconstruction in 1941 (after the earthquake in 1940). The most significant building restoration intervention was carried out in between 2008 and 2012 within the “Restoration and rehabilitation of two heritage buildings in the city of Tulcea included in the regional tourism circuits” project, financed by the Regional Operational Program in 2007-2013. Built in a neoclassical style, the Art Museum building is placed on the list of historical monuments at the 483/TL-II-A-05973 position. From the point of view of the category of importance of the construction, the building is included in the A category, monuments of national interest.

In terms of exhibitions, the Tulcea Fine Arts Museum develops in two exhibition spaces. **The ground floor** is dedicated to **temporary, thematic exhibitions**, exhibitions of contemporary artists or exhibition-competitions, such as the “Alexandru Ciucurencu” National Painting Biennial and the “Constantin Găvănea” National Graphic Biennial. **The first floor** is reserved for the **permanent exhibition** of the museum, suggestively entitled “**Arts and Influences in Dobruđa**”. **The most valuable works of decorative art, icons, modern and contemporary Romanian paintings, sculptures and graphics are exhibited.**

Fig. 1 – Pliant Muzeul de Artă Tulcea



Demisolul

În trecut spațiu pentru bucătărie, spălătorie și dormitoarele celor patru băieți ai familiei Avramide, apoi începând cu anii '60, spațiu expozițional cu acvarii, demisolul este astăzi zona cea mai animată a casei și funcționează cel mai adesea ca o galerie de artă.

Casa Avramide concentrează cele mai importante evenimente culturale și educative din Tulcea. Pe lângă evenimente lunare precum Șuetele Avramizilor sau Cinemateca de Artă, spațiul este mereu scena activităților culturale care au loc cu ocazia festivalurilor susținute în oraș, lansări de carte, vernisaje și recitaluri. **Așadar, indiferent de perioada anului, pulsul vieții culturale tulcene se ia la Casa Avramide.**

The semi-basement

Initially a space destined for the kitchen, laundry room, and the bedrooms of the four Avramide brothers, then in the '60s, hosting the aquarium exhibitions, the semi-basement is the most animated part of the house nowadays, and functions as an art gallery most of the times.

The Avramide House concentrates the most important cultural and educational events that take place in Tulcea. Along with the monthly gatherings such as the Avramide Talks or the Art Film Screenings, this space is also the scene of cultural events associated with the festivals hosted by our city, book signings, art openings and recitals. **Therefore, regardless of the time of year, here is where you take Tulcea's cultural pulse.**

Text: **Laura GUȚU**, muzeograf ICEM Tulcea



Casa Avramide Tulcea

The Avramide House Tulcea

Program: 09.00-17.00, luni închis Visiting hours: 09.00-17.00, Monday closed

 România, Tulcea, 820009 Str. Progresului, nr. 32	 icemtl.ro artamuzeutulcea.ro
 0240 513 231	 Muzeul de Artă și Casa Avramide Tulcea Evenimente Arta-Avramide
 arta@icemtl.ro	 @muzeul_de_arta_casa_avramide



Bine ați venit la Casa Avramide!

Casa Avramide și Muzeul de Artă din Tulcea compun Complexul Muzeal de Patrimoniu Cultural Nord-dobrogean din cadrul Institutului de Cercetări Eco-Muzeale „Gavrilă Simion” Tulcea (ICEM).

Ambele clădiri au fost restaurate în cadrul proiectului „Restaurarea și reabilitarea a două clădiri de patrimoniu din municipiul Tulcea incluse în circuitul turistic regional” și re deschise în 2012.

Casa Avramide prezintă elemente legate de istoria modernă a orașului Tulcea, povestea familiei Avramide și pune în valoare spectaculoase obiecte de patrimoniu din colecțiile muzeelor ce fac parte din ICEM.

Alexe Avramide, unul dintre cei mai cunoscuți oameni de afaceri din Tulcea de la finalul secolului XIX, a comandat construirea unei case pentru familia sa.

Așadar, în 1897 a adus meșteri italieni și a demarat lucrările de construcție. Casa a fost gata în aproximativ trei ani. Este o bijuterie arhitecturală, are o structură de tip palat sau conac. Este o construcție eclectică, cu influențe neoclasiche. Aici au locuit Alexe Avramide și soția sa, Elvira Avramide, împreună cu cei patru fi și cele două fice.

După 1944, Casa Avramide a fost transformată în sediul Comitetului Democratic Grec, iar începând cu anul 1950, aici s-au deschis pe rând secțiile muzeelor din Tulcea.

În 2012, Casa Avramide devine Casa Colecțiilor, unul dintre cele mai importante puncte culturale din Tulcea.

Parterul casei prezintă publicului o expoziție permanentă, cu piese de mobilier și de artă decorativă ce reconstituie atmosfera specifică începutului de secol XX. Tot aici sunt organizate expoziții temporare cu piese din patrimoniul Muzeului de Artă, dar și din colecțiile celorlalte muzee din cadrul ICEM sau expoziții itinerante ale instituțiilor din țară.

Welcome to the Avramide House!

The Avramide House and the Fine Arts Museum form the Northern Dobruđa Cultural Heritage Museum Complex, part of the "Gavrilă Simion" Eco-Museum Research Institute Tulcea (EMRI).

Both buildings have been restored through the "Restoration and rehabilitation of two buildings belonging to Tulcea municipality architectural heritage and included in the regional tourism circuits" project and both have been reopened in 2012.

The Avramide House presents elements that depict the modern history of Tulcea, the Avramide family story, and shows spectacular heritage pieces belonging to collections of the Institute's museums.

Alexe Avramide, one of Tulcea's most prominent businessmen during the late XIXth century, commissioned the house for him and his family. Therefore, he brought Italian artisans in 1897 and started the construction. It took almost three years for the house to be built. It's an architectural jewel, with features resembling those found in palaces or mansions. This eclectic construction presents neoclassical influences. Alexe Avramide lived here with his wife, four sons and two daughters.

After 1944, the Avramide House became headquarters of the Greek Democratic Committee, and starting in 1950, most of Tulcea's museum departments subsequently opened here.

The Avramide House became the House of Collections in 2012 and is now one of Tulcea's most important cultural points.

The ground floor presents a permanent exhibition with furniture and decorative artifacts that recreates the early XXth century environment. Various temporary exhibitions bring forth valuable heritage pieces from the Fine Arts Museum and the other museums in the area, or itinerant exhibits from various national institutions.

Fig. 2 Pliant Casa Avramide Tulcea

3. IDENTITĂȚILE ONLINE ALE CMPCND: „EVENIMENTE ARTA-AVRAMIDE” ȘI „MUZEUL DE ARTĂ ȘI CASA AVRAMIDE”

3.1. *Facebook*

Facebook, inițial cunoscut sub numele de "The Facebook", a fost lansat în februarie 2004, fiind creat de către Mark Zuckerberg și colegii săi de la Harvard. Platforma și-a propus inițial să ofere studenților un mediu online pentru a se conecta și a interacționa, permițându-le să-și creeze profile, să își adauge prieteni și să comunice. În scurt timp, popularitatea sa a crescut și s-a extins la alte colegii și universități din SUA, apoi la publicul larg. La început, Facebook era accesibil doar persoanelor cu adrese de email de la instituțiile de învățământ superior.

În 2006, Facebook s-a deschis pentru oricine avea vârsta de peste 13 ani și o adresă de email validă. De-a lungul anilor, platforma a evoluat continuu, adăugând funcționalități precum like-uri, comentarii, albume foto, apoi funcții mai complexe precum pagini pentru branduri și organizații, evenimente, grupuri și aplicații terțe. Facebook a devenit un mediu principal de comunicare și interacțiune socială pentru miliarde de utilizatori din întreaga lume, fiind locul unde oamenii împărtășesc experiențe, idei, și unde brandurile și companiile interacționează cu publicul lor.

Odată cu crearea CMPCND (2012), s-a conturat și primul profil de Facebook, care este folosit și în prezent pentru promovarea activităților: Evenimente Artă-Avramide. Rapid acest profil a ajuns aproape de numărul maxim de prieteni (în prezent sunt 4967) iar pentru a evita transformarea lui în pagină de Facebook, s-a luat decizia de a nu se mai accepta cereri noi de prietenie. Rațiunea din spatele acestei decizii a fost legată de faptul că pe un profil (personal) se pot realiza mai multe operațiuni (în special de distribuire în grupuri) decât printr-o pagină. Ulterior, însă, pentru a avea și o pagină oficială, a fost creat un cont secundar, ce poartă numele de Muzeul de Artă și Casa Avramide care în prezent are 6100 de aprecieri și 6500 de urmăritori. Cele două identități sunt administrate de două persoane diferite, subsemnata având în atribuții profilul „Evenimente” iar colega muzeograf Laura Guțu, pagina oficială.

Cele două identități de Facebook se completează. Ceea ce îi lipsește uneia, poate oferi cealaltă. Profilul Evenimente este într-adevăr mai vizibil dar pagina are caracterul oficial care îi conferă autoritate. În același timp, pagina are acces la statistici precum vizualizări, aprecieri și reach, iar profilul este mai greu de analizat din punct de vedere al performanței conținutului. Crearea de conținut se realizează nu în funcție de statistici, ci mai mult empiric.

În perioada dinaintea pandemiei de Covid 19, ambele identități erau populate de postări similare, dacă nu chiar identice. Postările în format fotografie plus/minus text erau cele mai frecvente. Uneori erau postate doar fotografii, fără explicații. Majoritatea conținutului era concentrat pe activitățile educative din cadrul atelierelor de creație de la Casa Avramide, pe vernisajele expozițiilor sau pe alte evenimente conexe ce aveau loc în cele două locații (lansări de carte sau concerte). Postările aveau strict rol informativ, textele erau scurte și cu detalii puține, accentul fiind pe conținutul vizual (fotografii sau afișe).

Prin contrast, în timpul și după pandemie accentul postărilor s-a mutat de la „ce facem” la „ce avem”, respectiv la patrimoniul deținut de Muzeul de Artă și pe activitățile specialiștilor din muzeu. Lockdown-ul a impus practic această schimbare, dat fiind faptul că nu mai aveam aproape deloc activități cu publicul, fie școlar fie de factură turistică.

Acest lucru s-a metamorfozat, evident, după revenirea la normal, într-un compromis pe partea de promovare în online. Încercăm constant să creăm o strategie eficientă de promovare care să nu văduvească niciunul dintre aspectele activității muzeale. Astfel, continuăm să promovăm constant patrimoniul, prin proiectul „Lucrarea lunii” și prin reels -urile create din spațiul expoziției de bază a muzeului. De asemenea, promovăm activitățile educative concretizate prin atelierelor din cadrul programului școlar Săptămâna Altfel sau Săptămâna Verde sau atelierelor de vacanță susținute la muzeu, concomitent cu organizarea evenimentelor conexe (concerte, lansări, tabere artistice sau colaborări cu antreprenori locali).

Tipul de conținut pe care îl realizăm constant se încadrează în următoarele categorii: postări clasice foto și text explicativ cu hashtag -uri relevante pentru motorul de căutare al platformei; postări video (reels) care au devenit din ce în ce mai vizibile și mai populare, deși, la început nu aveau foarte mare reach, acum ajungem ușor la câteva mii de vizualizări ; povești (stories) care sunt vizibile 24 de ore și sunt accesate de câteva sute de utilizatori, zi de zi.

Identitățile online pentru platforma Facebook sunt cele mai bine conturate, sunt cele mai bogate în conținut dar, în prezent, se adresează unui demografic ușor îmbătrânit. Cei mai tineri dintre utilizatori sunt milenialii , cei care au trăit tranziția de la mediul social clasic la cel online, au experimentat toate transformările tehnologice și IT&C. Apariția noilor platforme de socializare și comunicare, respectiv Instagram și TikTok, ca să mă refer doar la cele mai populare, ne-a obligat, pentru a rămâne relevanți și pentru a atrage și public mai tânăr, să ne ramificăm și adaptăm conținutul media oferit și pe aceste noi canale.

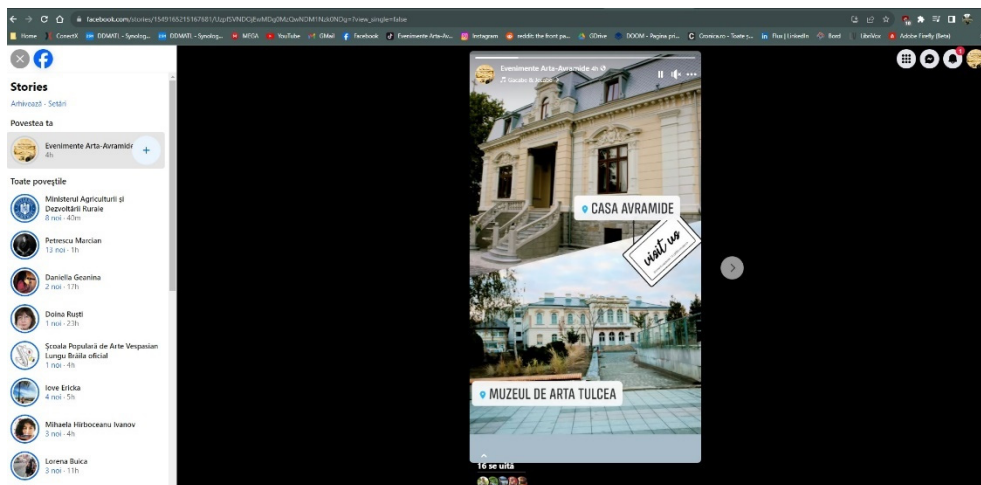


Fig. 3 Printscreen profil Facebook Evenimente Arta-Avramide

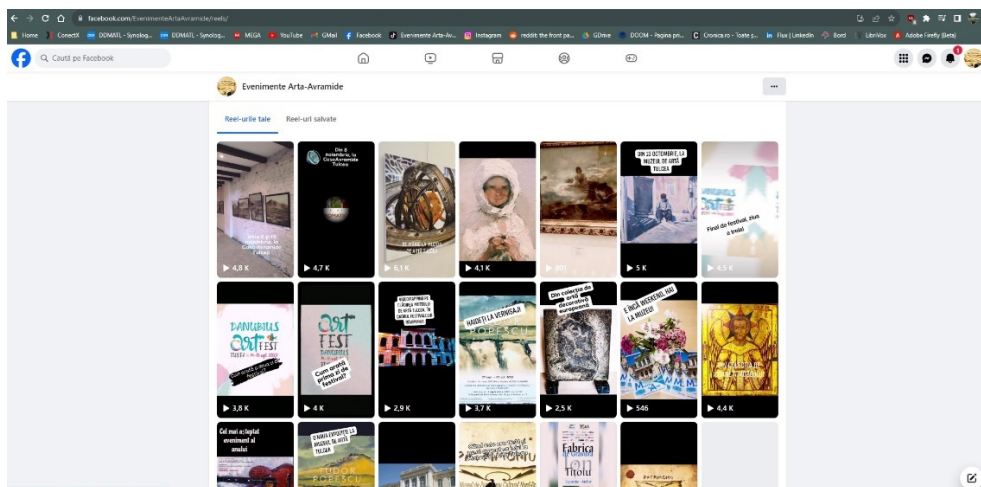


Fig. 4 Printscreen Facebook Reels (Evenimente Arta-Avramide)

Consolidarea și dezvoltarea publicului de muzeu prin social media marketing. Studiu de caz: Complexul Muzeal de Patrimoniu Cultural Nord-dobrogean

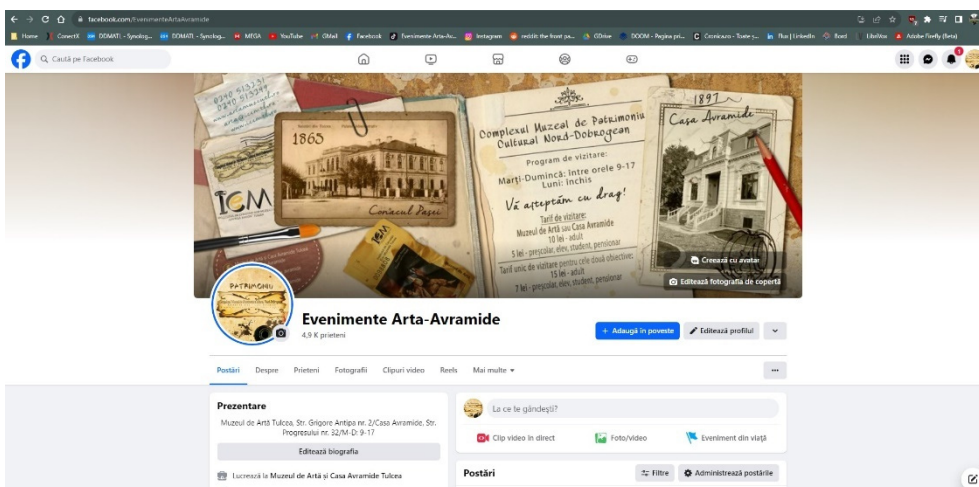
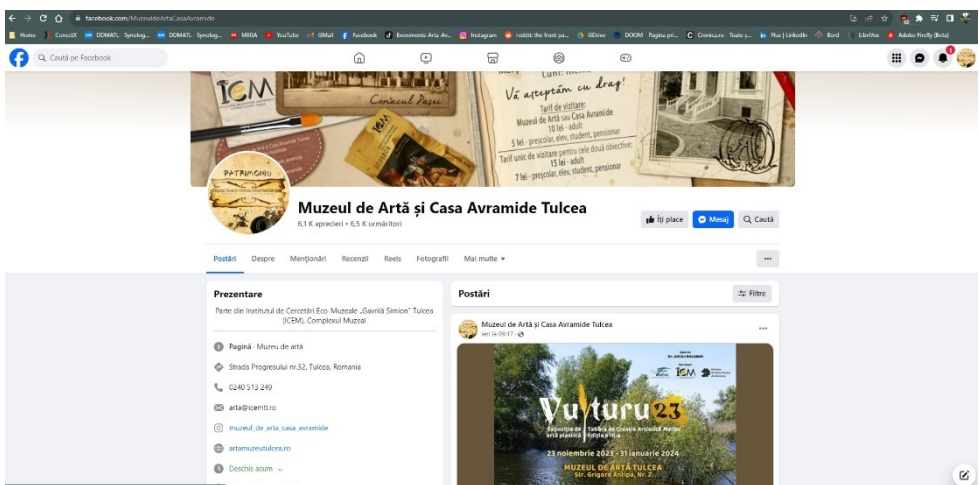


Fig 5 Printscreen Facebook Stories (Evenimente Arta-Avramide)



Fog. 6 Printscreen Facebook Page Muzeul de Artă și Casa Avramide Tulcea

3.2. Instagram

Instagram a fost fondat în anul 2010 de către Kevin Systrom și Mike Krieger și lansat inițial pe iOS. Aplicația a crescut rapid în popularitate datorită conceptului

său simplu: împărtășirea fotografiilor. Funcționând pe acest principiu, Instagram a permis utilizatorilor să încarce imagini, să le aplice filtre și să le distribuie public. Cu timpul, s-a extins și pe Android și adăugat noi funcționalități: videoclipuri scurte (Instagram Stories), mesagerie directă și funcții de editare a fotografiilor.

În anul 2012 Instagram a fost achiziționat de Facebook, lucru ce i-a oferit o mai mare expunere și acces la mai multe resurse pentru dezvoltare. Aplicația a continuat să evolueze devenind un loc central pentru influenceri, creatori de conținut și branduri care doreau să-și promoveze produsele și serviciile. Cu peste un miliard de utilizatori activi lunar în prezent, Instagram a devenit una dintre cele mai populare și influente rețele de socializare, facilitând conexiunile sociale, exprimarea creativității și dezvoltarea afacerilor.

Contul de Instagram asociat CMPCND a fost creat pe 29 decembrie 2020, în plină pandemie, atunci când și în cadrul instituției noastre s-a reglementat munca remote. Identitatea asociată acestei rețele este @muzeul_de_arta_casa_avramide iar în biografia profilului, care este unul profesional, avem menționat:

„Muzeu de Artă/ Fine Arts Museum, Tulcea, Romania/ Deschis/Open:Marți (Tu) – Duminică (Su)/ 09:00 – 17:00.”

Contul are asociat profilul de Facebook aferent identității Evenimente Arta-Avramide, lucru care îmi permite ușor să împărtășesc conținut între cele două platforme, atunci când este necesar. De asemenea, dedesubtul biografiei există legătura către site-ul CMPNCD, lucru care ajută la indexarea în căutările Google.

În prezent @muzeul_de_arta_casa_avramide are 1243 postări și 1224 de urmăritori. Aplicația de mobil pentru conturile profesionale oferă statistici importante pentru activitatea de conturare a strategiei de conținut pentru Instagram.

Astfel, în perioada 22 august-19 noiembrie 2023 contul a avut un reach de 2405, respectiv cu 63,1% mai mare ca în perioada 24 mai - 21 august 2023. Au fost angrenate 309 conturi, cu 74,5 % mai mult ca în perioada anterioară și am crescut ca număr de urmăritori, cu 3,2 %.

Pentru creatorii de conținut de pe această platformă engagement-ul este esențial pentru algoritmul Instagram, care afișează conținutul în funcție de popularitatea și relevanța percepută. O rată mare de engagement poate contribui la creșterea vizibilității conținutului și la construirea unei comunități active în jurul profilului sau brandului. Este, de asemenea, un indicator important pentru marketeri și creatori de conținut, oferindu-le feedback cu privire la impactul și succesul postărilor lor, în aceeași măsură ca și reach-ul. Reach-ul este esențial pentru

a înțelege amploarea și impactul unei postări în ceea ce privește atragerea audienței. Un reach mai mare poate indica o mai bună distribuție a conținutului către publicul țintă și poate contribui la creșterea notorietății și angajamentului.

Rațiunea din spatele intrării pe „piața” Instagram a fost, în principal, dorința de a atrage un public mai tânăr către muzeu. Așa cum am văzut la secțiunea dedicată Facebook, acolo publicul este ușor îmbătrânit. Pe Instagram, conform statisticilor din ultimele 90 de zile, adunat, publicul între 13-34 ani reprezintă 43,5% din total iar ușor peste acest procent, respectiv 45,2% o reprezintă cei cu vârste cuprinse între 35-54 ani. Deși nu suntem încă unde ne dorim, la acest capitol, semnalele sunt încurajatoare mai ales că, în acest spațiu (ca și pe TikTok), dinamica este cu totul alta decât pe Facebook, conținutul vizual primează celui scris, iar, mai nou, conținutul video este mult mai bine promovat de algoritmi aplicației.

Ca exemplu, unul dintre cele mai performante reel-uri ale muzeului, cel care cheamă publicul la deschiderea Bienalei de pictură „Alexandru Ciucurencu” a fost văzut la 635 de utilizatori unici, dintre care 365 nu sunt urmăritori ai muzeului. Reach-ul a fost cu 229% mai mare decât la orice alt reel de pe pagină. Prin comparație, postarea clasică de afiș și text, care îndemna utilizatorii Instagram la același lucru (evenimentul vernisajului) a ajuns la doar 346 de conturi unice, dintre care doar 172 erau ne-urmăritori.

Având în vedere faptul că personal mă ocup de conținutul pe această platformă, iar atribuțiile zilnice nu îmi lasă suficient timp pentru a analiza statisticile, pentru o mai bună adaptare a conținutului, consider că și această strategie, mai mult intuitivă, dă rezultate, deși mult mai lent decât mi-aș dori. Este important, însă să existăm și în acest spațiu pentru că, nu de puține ori, am observat în Muzeu sau la Casa Avramide, figuri noi, tineri, care au participat la evenimentele noastre pentru că au văzut pe Stories, pe Instagram. Tot așa, persoanele cu care am colaborat pentru diverse evenimente, fie că au fost artiști sau curatori, specialiști din alte muzee sau chiar instituții, ne-au etichetat în postările lor, lucru care a fost mutual benefic.

Este dificil să te impui ca un creator de conținut pe o platformă în care conținutul educativ de tip muzeal este puțin, iar concurența este puțin nedreaptă. Un muzeu de provincie nu are nicio șansă în fața unui influencer care face reclamă la cosmetice sau a unuia de călătorii. Trebuie, totuși, să nu renunțăm și printr-o prezență constantă, să ne revendicăm nișa pe această platformă.



Fig. 7 Printscreen profil Instagram, din aplicație



Fig. 8 Printscreen Reach Instagram din aplicație

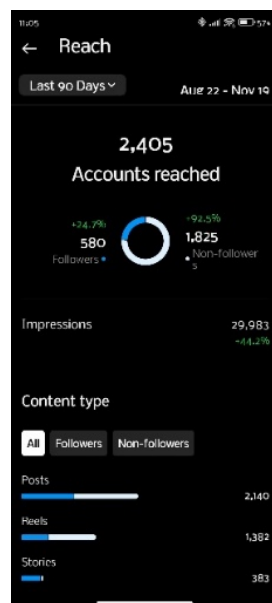


Fig. 9 Printscreen Engagement Instagram din aplicație

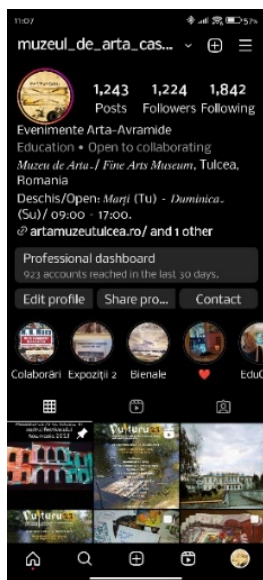


Fig. 10 Printscreen Followers Instagram din aplicație

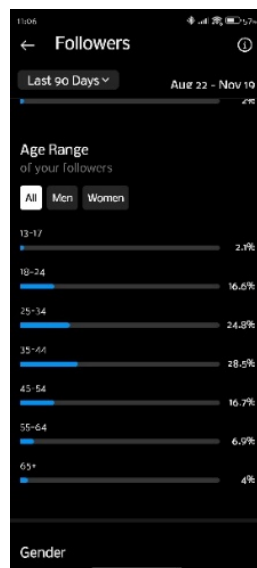


Fig. 11 Printscreen demografic vârste Instagram din aplicație

3.3. TikTok

TikTok este o platformă de socializare video lansată în anul 2016 de compania chineză ByteDance. Inițial cunoscută ca Douyin în China, a fost lansată internațional sub numele de TikTok în 2018. Aplicația permite utilizatorilor să creeze și să împărtășească clipuri video de scurtă durată, având o limită de timp de 15 până la 60 de secunde. TikTok se remarcă prin algoritmul său inteligent, care personalizează conținutul pentru fiecare utilizator în funcție de preferințele lor și de interacțiunile anterioare.

Platforma s-a bucurat de o creștere rapidă și de o popularitate explozivă, în special printre tineri și adolescenți, datorită naturii sale interactive, a modului facil de crearea a conținutului și a diversității sale. Utilizatorii pot filma, edita și partaja videoclipuri într-un spectru larg de genuri, de la dansuri și playback-uri până la sfaturi, comunități și conținut educativ. TikTok a fost recunoscut pentru capacitatea sa de a lansa tendințe (trends) culturale și a oferi o platformă pentru creativitate și expresie liberă. Este una dintre cele mai populare rețele sociale la nivel global, cu o prezență masivă în rândul tinerilor și al comunității de creatori de conținut.

Contul de TikTok asociat CMPCND este @muzeudeartatulcea (ancora fiind Evenimente Arta-Avramide). Am creat acest profil și am încărcat primul clip video pe 9 mai 2022. Acesta a fost un video de promovare al unei expoziții temporare de la Muzeul de Artă, respectiv Infernul lui Dante ilustrat de Marcel Chirnoagă. Clipul are 30 de vizualizări, 6 aprecieri și un comentariu. După al treilea clip încărcat (pe 19 iulie 2022) am început să atingem plafonul mediu al creatorilor de conținut de pe această platformă, respectiv undeva între 200-300 de vizualizări. Timid, după un an, am început să creștem cu aproximativ 100 de vizualizări/clip dar apoi am revenit la plafon.

TikTok este o platformă a tinerilor, a conținutului scurt și foarte scurt. Este pentru tinerii din ziua de azi ce a fost televiziunea prin cablu pentru generația milenialilor. Conținutul de aici este interactiv, participativ, extrem de variat și dinamic. Este o platformă greu de adaptat unui conținut de tip cultural, muzeal. Am început cu clipuri editate din fotografii, prin mijloace rudimentare. Am ajuns să folosim șabloane de trenduri și muzică în trend, pentru a ne crea un public pe această platformă.

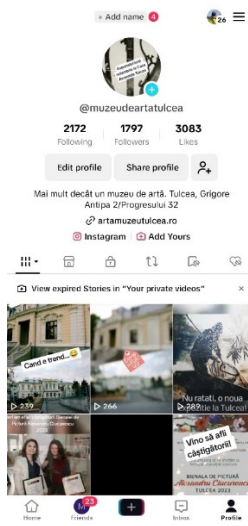


Fig. 12 Printscreen Profil TikTok

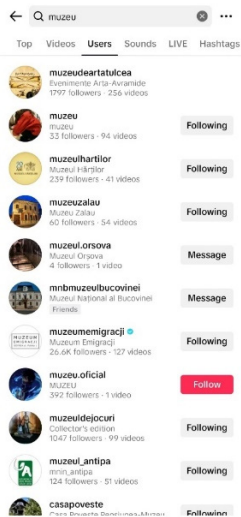


Fig. 13 Printscreen cautare „muzeu” pe TikTok

Un an și jumătate mai târziu, cu toate că timpul acordat platformei a fost și el redus, din același motiv ca în cazul Instagram, TikTok-ul @muzeudeartatulcea are cei mai mulți urmăritori din nișa muzeelor de pe această platformă. Cu 1797 de urmăritori suntem pe primul loc în topul prezenței muzeelor pe TikTok.

De la crearea contului și până acum am avut sentimente mixte legate de folosirea constantă a acestei platforme pentru promovarea activităților muzeale ale CMPND. De multe ori mi-a fost teamă că voi conduce lucrările de artă promovate, artiștii sau variatele activități culturale, spre un derizoriu care nu va fi deloc apreciat. Mi-a fost teamă că voi genera, din contră, efectul opus celui de promovare. În alte dăți, găsind trenduri elegante și aplicabile fără repercusiuni de imagine, am ales să creez videoclipuri scurte care au avut un impact mic sau mediu dar care, la fel ca și în cazul Instagram, ne-au menținut în bula unui tip de conținut care, din păcate, nu este cel mainstream în acest spațiu. Este o linie fină între a crea conținut pe trend (filtre, muzică, șabloane) concentrat totuși pe specificul muzeului și conținut tip kitsch care ar duce în derizoriu niște valori culturale de patrimoniu.

Algoritmul TikTok favorizează conținutul tip promovare bazată pe dans, muzică, vânzare de produse. Dar, cu cât reușim să ne extindem baza de urmăritori, poate algoritmul se va modifica și va sugera și altor utilizatori, tipul acesta de conținut. Statisticile sunt promițătoare în acest sens, dacă este să ne raportăm la

ultimele 3 luni, la fel ca și în cazul Instagram. Vizualizările au crescut cu 32,23% și audiența la care am ajuns, a crescut și ea cu 31,24%. La fel și implicarea utilizatorilor a crescut substanțial, cu 72,82 % în ultimele trei luni, față de perioada anterioară. De asemenea, demograficul cu vârste între 18-34 ani reprezintă 44% din totalul celor care ne urmăresc pe TikTok, ceea ce, de asemenea, ne dă speranțe de dezvoltare în acest spațiu.

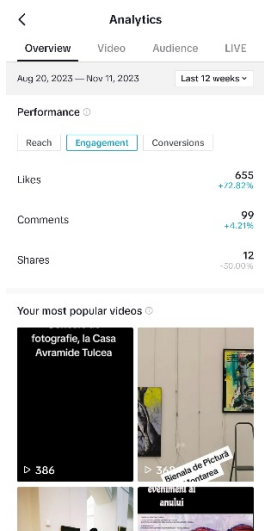


Fig. 14 Printscreen statistici generale ultimele 3 luni Tiktok

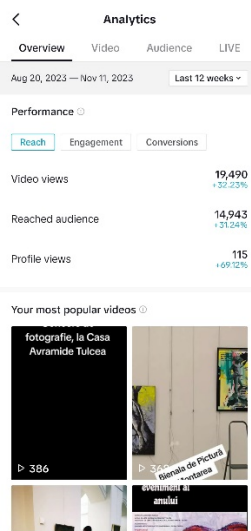


Fig. 15 Printscreen statistică engagement Tiktok

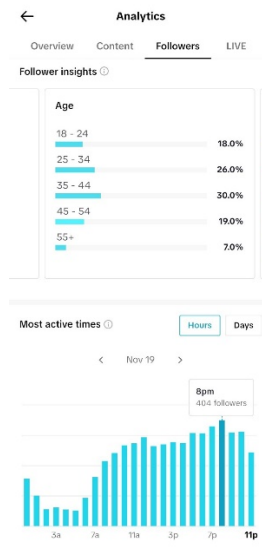


Fig. 16 Printscreen statistică vârste urmăritori Tiktok

4. CONCLUZII

În concluzie, social media marketingul în contextul cultural reprezintă o unealtă esențială în promovarea și accesibilitatea patrimoniului cultural către o audiență diversificată și globală. Platformele de socializare oferă instituțiilor culturale și muzeelor oportunități de a construi conexiuni cu un nou public, de a genera interes și de a inspira într-un mod inovator. Prin intermediul conținutului creativ, educațional și interactiv, se pot crea experiențe digitale memorabile care transcend barierele spațiale și temporale. Social media devine astfel un canal esențial pentru medierea culturală, facilitând dialogul continuu între instituțiile culturale și comunități diverse. Cu un angajament constant și adaptabilitate la schimbările în tendințele digitale, social media marketingul cultural reprezintă un motor puternic pentru conservarea și promovarea moștenirii culturale într-o lume tot mai conectată digital.

Prin utilizarea celor trei platforme de socializare (Facebook, Instagram și TikTok) am reușit să creăm conținut foto-video și documentar care a ajuns la mult mai multe persoane decât cele care ne-au trecut pragul fizic al celor două muzee ce compun CMPCND. Ne propunem să continuăm să promovăm evenimente și activități educative, să creăm conținut educațional sub formă de videoclipuri sau postări informative despre exponatele muzeului. De asemenea, vom insista pe publicarea de fotografii și videoclipuri de înaltă calitate, pentru a evidenția exponatele și atmosfera muzeului, pe utilizarea funcțiilor de Stories și Reels pentru a oferi perspective zilnice sau rapide asupra vieții și evenimentelor muzeului. Ne dorim să putem implica influenceri sau creatori de conținut care să aducă muzeul în atenția publicului larg și să încercăm să realizăm trenduri și challenge-uri pe TikTok care să integreze aspecte mai puțin cunoscute ale activității muzeale.

Folosirea constantă, dedicată a acestor instrumente la care tot mai multă lume are acces precum și adaptarea conținutului la fiecare din aceste medii, poate transforma un muzeu într-un punct de interes pentru un public nou care, în cele din urmă, să ajungă să viziteze și fizic, muzeul.

BIBLIOGRAFIE

<https://www.icemtl.ro/acasa/>

<https://www.facebook.com/MuzeuldeArtaCasaAvramide>

<https://www.facebook.com/EvenimenteArtaAvramide>

https://www.instagram.com/muzeul_de_arta_casa_avramide/

<https://artamuzeutulcea.ro/>

<https://www.tiktok.com/@muzeudeartatulcea>

<https://www.bbc.com/news/technology-53640724>

<https://www.britannica.com/topic/Instagram>

<https://www.euronews.ro/articole/ghid-simplu-pentru-fiecare-grupa-de-varsta-ce-diferente-sunt-intre-generatii>

<https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/>