

## La Tanti Gabi – despre trecutul, prezentul și viitorurile posibile ale magazinelor de cartier

Eliza Pătrașcu  
Doctorand CESI



### Chioșcul de la colț

**Eliza P.:** Magazinul copilăriei mele era o consignație mică dintre blocuri, în Drumul Taberei. Toată lumea îi zicea Ciupercuța, poate pentru că răsărise așa de niciunde, fără nicio logică. Când ieșeam cu alți copii la joacă, de acolo ne luam înghețată, eugenii și altele - genul de magazin la care te duceai cu banii pe care i-ai strâns de 3 zile să-ți iei gume cu surprize.

Proprietarul știa toate familiile de prin jur așa că din când în când ne mai dădea și câte ceva în plus, sau acoperea el dacă îți mai lipseau ceva bani. Pe lângă se adunau din când în când tineri sau bărbați mai în vârstă la o bere dar niciodată nu era prea mult scandal. Te duceai pentru chestii mici și pentru o mică bârfă, să mai auzi cine cu cine și de ce. Avea și câțiva maidanezi prietenoși care dormeau întotdeauna lângă chioșc. Acum văd că au făcut parcări. De fapt și în grădina din fața fostului meu bloc au făcut tot parcări, care și ele parcă au apărut ca ciupercile după ploaie. Sunt peste tot...

**Sorin V.:** În dulcele stil clasic a lui Joni Mitchel, „they paved paradise to put up a parking lot”. Tot proiectul asta e atât de fain pentru că am auzit povești de genul de la toată lumea; magazinele astea de cartier au devenit așa parte din viețile tuturor și oamenii de acolo deveneau de multe ori a doua familie.

Eu îmi aduc aminte din copilărie când m-au trimis ai mei pentru prima dată la magazinul nostru de cartier să cumpăr ulei/oțet, în încercarea lor de a mă învăța responsabilitate. Ajuns la chioșc, nu mai știam dacă mi s-a cerut să cumpăr oțet sau ulei și am făcut drumul ăla de vreo 5 ori de rușine să îi întreb pe ai mei. Tanti de la magazin mă tot văzuse că vin după ulei și schimb cu oțet și într-un final i-am spus că nu mai știu și că îmi e aiurea să mă duc acasă cu produsul greșit, așa că am primit și ulei și oțet, având bani doar de un produs, mi-a fost rezolvată problema și am putut merge acasă fericit. Sincer, nici în ziua de astăzi nu mai știu dacă trebuia să cumpăr ulei sau oțet.

---

<sup>1</sup> Versuri din melodia “Big Yellow Taxi” a cântăreței Joni Mitchell, care critică impactul distructiv al dezvoltării urbane asupra naturii



*amintirea că ...*

*////*

*media care ...*

*... medii care ...*

*... mediază ...*



*... speculează ...*



*... comunități ...*

*... realități ...*



## **Intro în Shopping-ul Urban**

**Eliza P.:** O listă de cumpărături pe un app – Ce ai nevoie? Ce-ți lipsește? Timpul tău este prețios! De ce să stai cu orele la coadă când ai putea să-ți petreci ziua făcând altceva? Să faci cumpărături online este atât de convenabil! Ai opțiuni fără număr, poți compara ușor produsele și prețurile, în plus ai oferte și promoții, totalul la sfârșit... toate acestea fără să fie nevoie să ieși din casă, fără să trebuiască să te plimbi prin șapte magazine sau să te târguiești la nesfârșit! Atât de eficient și rapid! Pentru că, din nou, timpul tău este prețios! Timpul este ceea ce îți lipsește, timpul este ceea ce îți oferim! Timpul, timpul, timpul – tranzacții la minut, consum la minut, nu te opri, nu-ți pierde timpul, facem noi totul pentru tine!

**Sorin V.:** De ce să mai ieși afară când poți băga vitamina D? Cu toate că și eu mai sufăr de comoditate și lene, cum pipăi o pita sau o legumă pe app? Și promoțiile ălea de le tot urmărești sunt și ele *kind of a scam*. Nu zic că nu avem nevoie de app-uri și tehnologie și eficiență și toate cele, doar că am putea avea ambele variante, n-ar trebui să se excludă una pe cealaltă. Proiectul ăsta nu încearcă să instige la renunțarea la tehnologie, progres sau eficiență, aș vrea ca cercetarea să arate o imagine de ansamblu a genului ăsta de micro-afaceri și de ce ar trebui să fie luate în considerare în strategiile de dezvoltare urbană.

Și plus că noi avem în continuare fascinația asta pentru capitalismul agresiv - desconsiderăm tot ce nu e din „Germania”. Ce are așa aer comunist, de la noi, pare necivilizat. Vrem occident și anulăm tot ce e ok-ish în țara asta doar dintr-o frustrare că lucrurile nu au funcționat cum ar fi trebuit să funcționeze. E fain să ai produse la botul calului, iar magazinele astea de fapt tocmai asta îți oferă, adică doar cobori niște scări și ai produse puține, fresh, de la cunoscuți și oameni care nu vor doar să îți vândă o ceva; pleci cu o poveste, afli un lucru nou, îți cunoști vecinii, etc. E totuși interesant că la noi până și decizia de a cumpăra ceva e bazată pe un conflict, trebuie totul să fie ori aia ori cealaltă. Scopul poate ar fi de a nu considera capitalismul ca singura logică economică posibilă.

**Eliza P.:** Vandana Shiva<sup>2</sup> zicea la un moment dat că productivitatea trebuie calculată nu în termeni financiari, ci în ceea ce privește sănătatea și bunăstarea oamenilor. Atunci când vorbim despre comerțul urban, poate că este important să înțelegem ce implică dincolo de schimbul de bani și de produse - ca parte integrală din viața comunitară.

**Sorin V.:** În ultimii ani am asistat la închiderea multor magazine de cartier din Timișoara și din orașele învecinate. Motivele în general sunt destul de cunoscute, cheltuieli prea mari, vânzări prea puține, proasta administrație a fondurilor, lipsa educației financiare, regularizări, etc., toate transformând magazinul de cartier într-o

---

<sup>2</sup> Shiva, V. (2016) 'DEVELOPMENT, ECOLOGY AND WOMEN', in *Staying alive: Women, ecology, and development*. Berkeley, CA: North Atlantic Books.

afacere neprofitabilă. Însă, mai există și o altă cauză pe lângă motivele economice și administrative și anume concurența neloială a supermarketurilor.

Cu o căutare rapidă pe Google, doar în zona Gheorghe Lazăr/Circumvalațiunii, pe unde îmi făceam veacul, 8 Profi, 3 Mega Image, 1 Lidl, 1 Kaufland, 1 Penny, 1 Supeco și 1 Carrefour s-au deschis în ultimii ani, iar dezvoltarea unităților rezidențiale și gentrificarea în forță au creat un mediu inechitabil pentru micro-afacerile de cartier.

Singura rezistență pe care aceste magazine au avut-o în fața dezvoltării agresive urbane au rămas practicile de reciprocitate, cooperare, troc și așa mai departe. De fapt, practicile astea au format întotdeauna legături sociale și au menținut în viață comunitățile mici: ajutorul între vecini, prieteni, rude, cadouri, împărtășire, împrumut, reparare, îngrijire, etc.

**Eliza P.:** Tranzacții comunitare versus tranzacții financiare și poate chiar și versus tranzacții politice. E interesant pentru că, așa cum spuneai și tu la începutul acestui proiect, în spațiul Românesc magazinul de cartier a avut de multe ori un rol subversiv în vremuri de restriște.

În perioada Comunismului, cu haoticele cozi sovietice, de la magazinul și alimentarea de la colț luai chestii pe sub mână, la mica înțelegere. Cât am stat în-afară, de la magazinele românești puteai să mai iei țigări la preț de România, sau să ceri să ți se aducă anumite produse – o varză murată, o pălincă. Chiar și în perioada de pandemie, magazinele acestea mici deschideau uneori peste programul impus pentru clienții pe care îi cunoșteau. Sună anarhic, dar multe din restricțiile impuse în perioadele de criză sunt extrem de clasiste și este nevoie de spații comunitare care să funcționeze ca platforme de opoziție socială.

---

### ***Mass Media/Social Media vs. Community Media***

**Eliza P.:** Media este un cuvânt interesant. Unul dintre multele cuvinte pe care le folosim zilnic cu iluzia că le înțelegem. Media mediază – dar ce mediază și în ce moduri? Comunicarea între puncte de vedere și perspective poate. A media este un act de traducere care filtrează modul în care percepem realitatea nu doar ca experiență individuală ci și ca fenomen colectiv. Articole, reportaje, știri, interviuri – factualitate – afectează modul în care înțelegem și circulăm prin spații fizice, în care ne formăm tipare de consum și comportamente sociale.

**Sorin V.:** Măi, ce trăim acum, zic ei este epoca Post-Truth; ideea de Mass Media și Social Media e din start privită cu o urmă de scepticism. Adică de la 9/11, Brexit încoace, pandemii, războaie, proteste etc. ce primim ca informație pe linie instituțională a devenit așa un adevăr tăiat la 0.8g. Mi se pare că ar trebui să mediem altfel informația,

să punem întrebări tâmpite, să uităm lucruri, să ne dezvățăm de obiceiuri și să discutăm mai mult între noi. A învăța să ne dezvățăm, nu știu.

Acum, adevărul a devenit un ideal cu foarte multe variabile și e un subiect prea amplu de dezbătut dar avem adevărurile mici, comunitare, care ne afectează aplicat, iar informația dacă e primită din surse apropiate cu intenția de a avea o grijă față de vecini, prieteni devine cam ultima rețută în fața entităților care restricționează idei, oameni și spirit civic.

Uităm parcă să mai avem grijă unii de alții și cam tot ce se discută sau primim pe cale mass-media sunt doar lucruri care ne dezbină gen religie, sexualitate, clasă, rasă, etc. Subiectele astea în comunitățile mici, învecinate, nu prea există, sau există la nivel declarativ pentru că nu vrei să ai probleme acasă. Te descurci, ascuți, înveți și respecti.

**Eliza P.:** Aceste subiecte sunt desigur subiecte care trebuie discutate, dar informația circulată la scară mare, este globalizată, abstractizată, polarizată – este transformată, așa cum ai spus, în adevăruri absolute, dezrădăcinate. Și totuși, capacitatea de a media și de a crea media nu este deținută doar de presa scrisă sau audiovizuală.

**Sorin V.:** Community Media apare la magazinul de cartier și pe la colț de bloc. Tanti Gabi mediază informația pentru că a devenit involuntar reprezentant al unei comunități prin simpla încredere pe care o inspiră. Indiferent dacă informația pe care o dezbați într-o discuție cu ea e relevantă sau nu, știi că intențiile ei sunt bune și cineva vrea de fapt să te protejeze. Cred că despre asta ar trebui să fie: grija și compasiunea ar trebui să dicteze, în mod ideal, medierea între stat și populație.

**Eliza P.:** Community Media, în sensul în care comunitățile locale își dezvoltă propriile metode de a se auto-reprezenta și auto-gestiona prin producția, circulația și medierea informației. O informație situată în spațiu fizic și în relații interumane. Media ca și mijloc de comunicare în masă în general ia formă scrisă sau audio-vizuală, dar poate că o definiție alternativă, cel puțin în varianta sa comunitară, ar putea să includă și comunicarea prin viu-grai. Tanti Gabi operează ca moderator, iar magazinul său ca platformă de socializare și schimb de informații.

**Sorin V.:** Exact. Tanti Gabi e pur și simplu fantastică, adică am putea face tot proiectul ăsta despre ea ca și disident, lider involuntar sau exemplu de rezistență în fața patriarhatului. De când am cunoscut-o, e un sprijin real pentru întreaga comunitate din zonă - e de la formator de opinie, consilier economic și terapeut, până la mamă, nevastă și soră. Are grijă de toată lumea, dă sfaturi, face recomandări, își cunoaște toți clienții după nume, are și-o poveste foarte curajoasă de viață... Personal, viața mea a devenit mai bună de când am cunoscut-o. Am mâncat, am râs și am povestit împreună și asta după 5 minute de când ne-am cunoscut.

Acum, pe lângă toate astea, Tanti Gabi e și foarte informată și la curent cu tot ce se întâmplă politic în România, asta în mare parte pentru că adeseori sau de cele mai multe ori magazinul ei devine platformă comunitară în care clienții își spun

nemulțumirile legate de stat, iar media, după cum ai spus și tu, circulă prin viu-grai și prin experiențe personale și autentice.

Viul-grai devine o formă alternativă de media; e fresh și necesar să auzi o sumedenie de persoane din diferite clase sociale care îți transmit un lucru experimentat și trecut prin propriul filtru. Altfel primești informația de la o persoană reală. E și asta o forma de post-digitalizare în contextul expoziției de la Palatul Ștefania.

.....

### **Conexiuni, Materialitate și Proces**

**Eliza P.:** Comunitățile locale sunt totuși, într-o anumită măsură, greu de accesat și greu de reprezentat, mai ales atunci când nu vrei să iei o atitudine omniscientă sau detașată. Știu că noi am mai vorbit despre dorința de a evita genul de reprezentare *Discovery „Lost Worlds”*, care pare că blochează în trecut anumite comunități, făcând dispariția lor să pară un fenomen tragic dar inevitabil.

**Sorin V.:** Eu îmi doresc ca lumea să meargă ca și exercițiu până la magazinul lor de cartier și să experimenteze ceea ce încerc eu să fac aici. Plus că pentru mine a devenit așa o aventură și parte din viața de zi cu zi să încerc să îmi fac cumpărăturile etic și cu principii într-o epocă în care totul se schimbă și digitalizează. E și fain, n-ai o zi fără ceva de povestit.

Fiind o încercare relativ nouă de a mă introduce în zona asta aproximativ documentaristică, m-am lovit de multe restricții, de altfel acceptate și respectate, pentru că sunt conștient de importanța intimității și o consider un drept uman. Din lipsa resurselor și încăpățânarea de a face totul pe cont propriu sau probabil din refuzul de a avea ceva regizat sau construit ca un produs ready-made pentru o galerie, nu sufăr de vreun sentiment de exploatare. Mă simt parte din comunitatea respectivă, acum că m-am și mutat în zonă, iar faptul că e un proiect pilot a lăsat și loc de experiment, test, fail, și feedback.

**Eliza P.:** Filmul documentar, în sine, are hibeles lui ca modalitate de a transmite informații sau narrative. Există tendința să îl percepem ca un fel de fereastră către o altă realitate – un mediu artistic transparent pe care de multe ori nu îl analizăm critic sau estetic. Până la urmă și în materialul prezentat la știri sau în documentare, se iau decizii estetice prin compoziție, sau la editare, care prezintă evenimentele din perspective situate. Abordarea experimentală poate funcționa împotriva convențiilor estetice normalizate în formatul clasic, pentru a oferi niște vizibilitate în ceea ce privește întregul proces. Antropologia vizuală ca artă creează un context critic de auto-



reflexivitate și pune accentul pe materialitate, dar așa cum Hal Foster<sup>3</sup> bine a subliniat, există și capcane.

**Sorin V.:** Păi, pericolul ar fi tendința artistului de a se pune în centrul unei alte discipline, iar anumite principii etnografice nu vor mai fi respectate, darămite criticate, și în ciuda intențiilor bune ale artistului totul va fi redus la un angajament limitat bazat pe un interes provizoriu și executat într-o formă vizuală.

Dar, de asemenea, există un interes și un gol în arta contemporană pe care antropologia îl poate umple, pentru că este știința identităților și a discursului critic și ia cultura drept obiect de referință, iar etnografia contextualizează munca „de pe teren”. La fel de bine funcționează și invers, după cum ziceau Arnd Schneider și Chris Wright „[a]nthropology’s iconophobia and self-imposed restriction of visual expression to text-based models needs to be overcome by a critical engagement with a range of material and sensual practices in the contemporary art”<sup>4</sup> (*iconofobia antropologiei și restricționarea auto-impusă a formelor de exprimare vizuală în modele bazate pe text, trebuie depășită printr-un angajament critic cu o diversitate de practici materiale și senzoriale în arta contemporană*<sup>5</sup>).

**Eliza P.:** Dincolo de estetic, e vorba, așa cum spunei și de considerații etice. Vorbeam mai devreme despre cum accentul în tranzacțiile comerciale din ziua de azi cade pe eficiență și viteză, iar tranzacțiile comunitare, sau micul comerț, implică încetinirea procesului și mutarea accentului pe aspectul relațional. Și în cercetarea antropologică sau artistică a comunităților, interacțiunea lentă și angajamentul de lungă durată sunt foarte importante pentru dezvoltarea unor practici etice.

**Sorin V.:** Trebuie să formezi relații bazate pe încredere și respect, ceea ce înseamnă că trebuie și să lucrezi cu limitele impuse de oameni. Mai sunt și limitările de ordin tehnic și sentimental - oamenii devin prea conștienți de sine atunci când ai o întreaga echipă care înregistrează. Am reușit totuși să mă mulez după confortul lui Tanti Gabi și al clienților prin unghiuri și cadre ciudate; nici locul îngust nu m-a ajutat, dar a fost satisfăcător să merg pur și simplu și să exist în locul respectiv și să iau parte la tot ce se întâmplă. Înainte să încep să filmez la Tanti Gabi am primit și multe refuzuri, iar în mare parte proiectul ăsta se referă și la dreptul comunităților de a spune nu, de a alege alte moduri de a funcționa.

**Eliza P.:** Mi se pare foarte interesant că aceste restricții și limite se reflectă fizic și senzorial în materialul filmat de tine, iar noi ca privitori outsideri, ca să zic așa, avem acces limitat pentru că publicul principal, cei care vor înțelege cel mai bine contextul, sunt localnicii.

---

<sup>3</sup> Foster, H (1995) 'The Artist as Ethnographer?', in *The traffic in culture. Refiguring art and anthropology.*, ed. G. Marcus and F. Myers, 302–309. Berkeley, LA and London: University of California Press.

<sup>4</sup> Schneider, A. and C. Wright. 2006. *Contemporary art and anthropology*. Oxford and New York: Berg., p. 4

<sup>5</sup> tr.a.

**Sorin V.:** Pentru mai mult context vizitați-o pe Tanti Gabi, cumpărați ceva și stați un pic de vorbă cu ea. Eu încerc doar să deschid o conversație despre rolul social al magazinelor de cartier și cum ar putea ele funcționa în viitor. Pentru că nu este vorba de nostalgia pentru un trecut imaginar, sau încăpățânarea de a ne împotrivi progresului, ci despre viitoruri posibile.

**Eliza P.:** Re-imaginarea ecologiilor urbane, nu pe bază de nostalgie, ci de memorie...

**Sorin V.:** Exact, amintirea că lucrurile pot funcționa și altfel...

.....